

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC
SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL - SENAI
CURSO DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA**

AMANDA AGASSI GERÔNIMO

**A CERTIFICAÇÃO DO PROGRAMA ABVTEX NO MODELO *FAST FASHION*: UM ESTUDO DE CASO EM UMA INDÚSTRIA DE
CRICIÚMA**

**CRICIÚMA
2022**

AMANDA AGASSI GERÔNIMO

A CERTIFICAÇÃO DO PROGRAMA ABVTEX NO MODELO *FAST FASHION*. UM ESTUDO DE CASO EM UMA INDÚSTRIA DE CRICIÚMA.

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado para obtenção do grau de Tecnólogo no Curso de Design de Moda da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC/SENAI.

Orientadora: Prof. Me Charlene Vicente Amâncio Nunes

CRICIÚMA

2022

AMANDA AGASSI GERÔNIMO

A CERTIFICAÇÃO DO PROGRAMA ABVTEX NO MODELO *FAST FASHION*. UM ESTUDO DE CASO EM UMA INDÚSTRIA DE CRICIÚMA.

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de Tecnólogo, no Curso de Design de Moda da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC/SENAI, com Linha de Pesquisa em Sustentabilidade.

Criciúma, 28 de junho de 2022.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Charlene Vicente Amâncio - Mestre - (SENAI/UNESC) - Orientador

Prof. Me Vilma Marta Caleffi - Mestre - (SENAI/UNESC)

Prof. Andrieli Zulpo - Especialista - (SENAI/UNESC)

Dedico aos meus pais, Adriana e Alexandre, que nunca mediram esforços para me ensinar e mostrar o caminho certo da vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, que desde o início da minha vida, vem me protegendo, guiando e me ensinando a ser forte em cada obstáculo percorrido.

À minha família, a qual é minha base, e serei eternamente grata a tudo que meus pais fazem por mim. Mesmo com algumas adversidades, sempre conseguiram colocar o ensino em primeiro lugar na minha vida.

Ao meu namorado, por fazer parte dessa trajetória e sempre me incentivar a continuar mesmo nas situações que eu não acreditava que seria possível.

Aos professores e coordenação, que sempre estiveram disponíveis a tirar as dúvidas e também estiveram presente na contribuição do ensino para me profissionalizar.

À minha orientadora, que foi indispensável para o meu desempenho durante todo esse processo, com sua competência e habilidade contribuindo para o desenvolvimento deste trabalho.

E à empresa Alpha, colegas de trabalho e minha supervisora, que proporcionaram a oportunidade de continuação do estudo.

“Por mais longa que seja a caminhada, o mais importante é dar o primeiro passo.”

Vinícius de Moraes

RESUMO

O presente estudo apresenta uma análise da contribuição social e ambiental, após a implementação da certificação ABVTEX no modelo *Fast Fashion* na empresa Alpha, localizada na cidade de Criciúma. A empresa em questão, implementou a certificação ABVTEX no ano de 2013, sendo esta pesquisa baseada na comparação e evolução da empresa após a certificação no ano de 2013, e estudo realizado, na época, pela colaboradora e autora Suelen Comin. Enquanto objetivos específicos procuraram-se estudar a sustentabilidade social e ambiental na indústria da moda; pesquisar sobre o modelo e o mercado *Fast Fashion*; analisar a cadeia produtiva da moda e o ciclo de vida do produto no mercado de *Fast Fashion*; estudar o processo de certificação ABVTEX; identificar os fatores que influenciam na certificação ABVTEX; e, verificar as mudanças na empresa Alpha, a partir a implementação da certificação da ABVTEX. Para esta proposta, definiu-se que a pesquisa possui natureza básica, de caráter exploratório e descritivo. Enquanto abordagem do problema, definido nesta pesquisa em analisar a contribuição social e ambiental, com a implementação da certificação ABVTEX no modelo *Fast Fashion*, utilizou-se o método qualitativo. O procedimento técnico utilizado para o desenvolvimento da pesquisa configurou-se no método de estudo de caso, sendo que para a coleta de dados foi utilizado o questionário de pesquisa, com perguntas semiabertas. A pesquisa foi realizada com uma colaboradora da empresa, no período de 22 de Abril a 9 de Maio de 2022. Pode-se concluir que a empresa em análise cresceu e hoje possui uma estrutura com seis *lifestyles* diferentes. Sendo assim, é possível afirmar, que não só a empresa Alpha cresceu, mas também seus clientes. Além disso, também com o aumento da demanda, houve um crescimento no número de subcontratados, os quais contabilizavam no ano de 2013 com um total de onze prestadores e hoje tem-se um total de cinquenta e sete fornecedores de serviço. Também se observou a iniciação do Projeto de Tecido Plano, o qual iniciou no ano de 2022 e já contribui com um número significativo de clientes para a empresa Alpha. E mesmo com todo este crescimento comercial e produtivo, a empresa seguiu aplicando ações que contribuíssem com a sociedade e meio-ambiente

Palavras-chave: Sustentabilidade; Certificação ABVTEX; *Fast Fashion*.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Complexidade da cadeia produtiva de moda	22
Figura 2 - Coleção BFF (C&A).....	27
Figura 3 - Selo ABVTEX.....	45
Figura 4 - Selo ABVTEX Ouro, Prata e Bronze	45
Figura 5 - Rede produtiva Jeans 2013	51
Figura 6 - Rede produtiva Jeans 2022	52
Figura 7 - Rede produtiva Tecido Plano	53

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Blocos Temáticos	37
Quadro 2 - Tipos de Auditoria.....	40
Quadro 3 - Níveis de Criticidade.....	41
Quadro 4 - Classificação ABVTEX	43

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
ABVTEX	Associação Brasileira do Varejo Têxtil
EPI	Equipamento de Proteção Individual
OHSAS	Série de Avaliação de Segurança e Saúde Ocupacional
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
UNESC	Universidade do Extremo Sul Catarinense

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 ANTECEDENTES DA PESQUISA	14
1.2 ESTRUTURAÇÃO DOS CAPÍTULOS	16
2 MODA: BREVES CONCEITOS	17
2.1 INDÚSTRIA TÊXTIL	17
2.2 MODA E SUSTENTABILIDADE	19
2.2.1 Moda sustentável x Moda consciente	20
2.3 A CADEIA PRODUTIVA DA MODA	21
2.3.1 Ciclo de vida do produto de moda	22
3 MODELO FAST FASHION	24
3.1 O CONSUMIDOR DO FAST FASHION	24
3.2 A CADEIA PRODUTIVA DO MODELO <i>FAST FASHION</i>	25
3.3 CICLO DE VIDA NO MERCADO <i>FAST FASHION</i>	26
3.4 DESENVOLVIMENTO CRIATIVO NO MODELO <i>FAST FASHION</i>	27
3.5 IMPACTOS SOCIOAMBIENTAIS DO MERCADO <i>FAST FASHION</i>	29
4 TERCEIRIZAÇÃO NA INDÚSTRIA DO VESTUÁRIO DE MODA	30
4.1 GESTÃO DA CADEIA DO FORNECEDOR	31
4.2 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL NA CADEIA PRODUTIVA	32
5 O PROGRAMA DE CERTIFICAÇÃO ABVTEX	34
5.1 PROCESSO DE CERTIFICAÇÃO	36
5.2 REGULAMENTO GERAL ABVTEX	38
5.2.1 Abrangência	38
5.2.2 Tipos de Auditoria	39
5.2.3 Níveis de Criticidade	41
5.2.4 Classificações	42
5.2.5 Validade da Auditoria	43
5.2.6 Selo ABVTEX	44
6 METODOLOGIA	47
7 APRESENTAÇÃO DO QUESTIONÁRIO	49
7.1 HISTÓRICO DA EMPRESA	49
7.2 COMPARATIVO DA EMPRESA DE 2013 a 2022	51

7.3 ANÁLISE DE DADOS DO QUESTIONÁRIO	55
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS	64
REFERÊNCIAS	67
APÊNDICE (S)	72
APÊNDICE A- Termo de autorização e consentimento da empresa.	73
APÊNDICE B - Roteiro da entrevista com a empresa Alpha	74

1 INTRODUÇÃO

As ocorrências históricas resultam nos modelos de vestimentas atuais, isso acontece justamente pelo processo de mudança que existiu até o surgimento da moda, estando presente desde o início da humanidade, viu-se a necessidade de adotar o uso de roupas, principalmente no tangente à proteção, pudor e adorno. (BERLIM, 2020)

Com o passar dos anos, o mercado de moda se diversificou para atender aos segmentos que se constituíram, sobretudo pela exigência cada vez mais complexa dos usuários. Dessa forma, a indústria da moda também precisou seguir essa linha ao se adaptar à necessidade exigida pelo comércio e cliente, e não mais com foco na oferta. (BRUNINI; GREINER, 2017)

A relação entre moda-indústria se caracteriza por um processo de produção, desenvolvimento, consumo e descarte. De um lado temos a identidade individual sendo manifestada a partir de vontades e desejos, relacionada às necessidades emocionais e psicológicas; e de outro, temos uma das cadeias mais poderosas geradoras de tendências, a qual vem causando inúmeros problemas sociais, ambientais e econômicos, essencialmente no que diz respeito ao mercado de moda rápida. (BERLIM, 2020)

Apesar de ter sido considerado um dos modelos inovadores de produção e distribuição, o modelo *Fast Fashion* (conhecido também como produção em massa ou moda rápida) aparece na indústria do vestuário como um grande vilão. Fornecendo grandes quantidades em tempo mínimo com preço acessível, esse sistema se enquadra à necessidade de seus consumidores, os quais exigem renovação de vestuário freneticamente, ao mesmo tempo que estão consumindo tendências. (COUTINHO, KAULING, 2019)

No sistema *Fast Fashion*, a substituição ocorre de modo muito rápido e instantâneo, conforme o *feedback* das vendas, influenciado pelo universo da Moda, e buscando atender consumidores que procuram peças que contenham estilo e moda.

Entretanto, os impactos sociológicos e ambientais estão bastante presentes na vivência do modelo atual de *Fast Fashion*. Para seguir com este modelo de negócio, ocorrem muitas vezes, situações em que as empresas buscam o lucro em função da precarização das relações de trabalho, ações sociais e ambientais.

No entanto, há um aumento de ações que visam a eliminação destas práticas de competição, promovendo sistemas produtivos com conceitos pautados em requisitos de ações ambientais e de responsabilidade social, resultando em melhores condições de trabalho, competitividade e lucratividade, como é o caso da certificação ABVTEX, a qual permite ao varejo certificar e monitorar seus fornecedores quanto às boas práticas de responsabilidade social e relações do trabalho.

Neste âmbito, tem-se a empresa Alpha, localizada na cidade de Criciúma em Santa Catarina, a qual trata-se de uma empresa que atua no modelo de negócio *Fast Fashion* e que possui a certificação ABVTEX desde o ano de 2013.

Diante do exposto, o problema desta pesquisa define-se em: qual a contribuição social e ambiental, com a implementação da certificação da ABVTEX, na empresa de confecção “Alpha”?

A pesquisa pautou-se na análise da certificação da ABVTEX na empresa Alpha localizada na cidade de Criciúma em Santa Catarina, a qual é caracterizada como sendo uma empresa do segmento *Fast Fashion*. A primeira certificação foi realizada no ano de 2013 e nesta pesquisa analisou-se como a certificação proporcionou mudanças no âmbito social e ambiental, bem como, sua estruturação atualmente frente a certificação

Logo, para responder a esta problemática de pesquisa, estabeleceu-se como objetivo geral, analisar a contribuição social e ambiental, com a implementação da certificação ABVTEX no modelo *Fast Fashion* na empresa Alpha. Enquanto objetivos específicos caracterizou-se em: estudar a sustentabilidade social e ambiental na indústria da moda; pesquisar o modelo e o mercado *Fast Fashion*; analisar a cadeia produtiva da moda e o ciclo de vida do produto no mercado de *Fast Fashion*; estudar o processo de certificação ABVTEX; identificar os fatores que influenciam na certificação ABVTEX; e, verificar as mudanças na empresa Alpha, a partir da implementação da certificação da ABVTEX.

Desta forma, o seguinte trabalho surgiu pela motivação atual no ambiente de trabalho, sendo um assunto inerente à atual situação profissional; e também pelo fato de poder ser dado continuação a um estudo já realizado na empresa.

1.1 ANTECEDENTES DA PESQUISA

O modelo de produção e consumo *Fast Fashion* vem sendo debatido na atualidade, sobretudo, pelo qual se associa e incorpora as grandes marcas da indústria de moda. Promovendo um ritmo frenético e acelerado, esse sistema transforma a sociedade moderna com desejo de roupa, e principalmente com a necessidade de tendências e coleções em um curto período. Quanto a esse último aspecto, no entanto, foram encontradas quatro dissertações relacionadas à moda rápida, originadas entre 2012 e 2017, a saber: Munhoz (2012), Guimarães e Ielpo (2017), Carvalho (2017) e Comin (2013).

O estudo de Munhoz (2012) buscou-se compreender os efeitos do *fast fashion* nos tempos atuais, quais são as bases que determinam o seu êxito e suas ligações com os novos desejos que surgem nas sociedades. Para tanto, a autora desenvolveu um estudo de caso com abordagem qualitativa, valendo-se da análise de desenvolvimento de duas grandes empresas mundiais e uma marca brasileira.

O resultado do estudo revelou que o sistema de moda rápida tem o poder de influenciar as decisões e vontades do consumidor, principalmente no que diz respeito à diversidade de produto que contém na loja, ao ponto em que os clientes irão encontrar peças de acordo com a necessidade exigida. Raramente o cliente sairá descontente, pois um mesmo produto já vendido, pode ser avaliado e realocado em uma próxima coleção com um aspecto diferente, resultando numa venda para o mesmo público. (MUNHOZ, 2012)

Já Guimarães e Ielpo (2017), buscaram compreender as definições de comportamentos dos consumidores e das empresas do *fast fashion* em relação ao futuro do mercado *fashion*. As autoras trouxeram uma abordagem qualitativa, embasada em pesquisa bibliográfica, baseada em livros e documentos governamentais, utilizando teóricos que abordam o tema e em contrapartida autores que defendem a questão.

Por meio deste estudo, concluíram que, mesmo que aconteçam mudanças no modelo de *fast fashion*, alguns pontos negativos desse sistema devem permanecer, isso porque a característica de preço baixo se mantém devido à produção em massa. (GUIMARÃES; IELPO, 2017)

Carvalho (2017, p. 12) partiu da ideia de modelo *fast fashion*, com foco no mercado brasileiro. Diante dessa condição, a autora analisa “[...] o desenvolvimento do sistema *fast fashion* como estratégia produtiva e comercial na área do vestuário de moda”. Com abordagem qualitativa, embasou-se em teorias de moda, teorias neoclássicas, keynesianas, marxistas, entre outras.

Com o resultado do estudo, concluiu-se que o desenvolvimento histórico, social e econômico da humanidade possui relação com o surgimento do vestuário. Além disso, com o aumento de consumidores, surge o aumento na oferta de produtos, e por isso, toda produção é direcionada à vontade e desejo do consumidor. Nessa cadeia de vestuário, entra o modelo de *fast fashion*, o qual se direciona a uma estratégia de produção em massa para atender os gostos mutáveis de cada cliente. (CARVALHO, 2017)

O estudo de Comin (2013), buscou reunir elementos para subsidiar uma empresa na obtenção da certificação e estando apta ao fornecimento para empresas varejistas signatárias associadas à ABVTEX. Para tanto, a autora desenvolveu um estudo de caso com abordagem qualitativa, valendo-se da análise em uma empresa de confecção da cidade de Criciúma em Santa Catarina. O resultado do estudo revelou, a dificuldade encontrada pelas prestadoras de serviço na adequação estrutural para a regulamentação da ABVTEX. (COMIN, 2013)

Com a análise dessas dissertações, foi possível evidenciar a conexão entre o mercado de moda rápida e o consumidor, e como esse sistema sofre influência de todas as carências e vontades do próprio comprador. Em comum, os estudos apontam que o *Fast Fashion* possui uma necessidade maior e mais significativa para haver mudanças aceleradas em relação aos prejuízos econômicos, ambientais e sociais.

Diante desse contexto, foram considerados alguns fatores importantes para a continuidade desses estudos: a ampliação da pesquisa em relação ao modelo *Fast Fashion e suas consequências*, trazendo a sustentabilidade social, e ambiental da indústria da moda e a cadeia produtiva e o ciclo de vida do produto.

Destaca-se ainda, a continuidade da pesquisa realizada por Comin (2013) que se caracterizou como um estudo de caso na empresa Alpha, local este onde foi realizada a pesquisa em questão, com intuito de analisar a evolução da empresa, frente às questões sociais e ambientais com a certificação ABVTEX.

1.2 ESTRUTURAÇÃO DOS CAPÍTULOS

Esta pesquisa está organizada em 8 capítulos, da seguinte maneira:

Neste primeiro capítulo, da introdução, está descrito o contexto da temática e justificativa, bem como a questão problema e os objetivos.

Do segundo ao quinto capítulo abordaram-se os temas que trouxeram base teórica para o estudo, sendo eles: Moda: breves conceitos; Modelo *Fast Fashion*; Terceirização na indústria do vestuário de moda; e, o programa de certificação ABVTEX.

O sexto capítulo compreende a metodologia da pesquisa. E, em seguida, no sétimo capítulo, foram expostos os dados obtidos e a análise dos mesmos, por meio do questionário de pesquisa realizado com uma colaboradora da empresa Alpha.

Por fim, o último capítulo apresenta suas considerações finais de acordo com os resultados e com a aprendizagem obtida por meio desta pesquisa.

2 MODA: BREVES CONCEITOS

A palavra moda, conforme o dicionário da Língua Portuguesa, traz o significado de “costume” e vem do latim “modus”. O autor Lobo (2014), vai além da definição de “costume”, descreve a moda como um fenômeno sociocultural que expressa hábitos e costumes de uma sociedade, considerado também um fenômeno de mutação em que está sempre se reinventando, o que, segundo o autor, a torna interessante e fascinante.

Segundo Cobra (2019), em sua definição, num contexto mais amplo de mercado, a moda é um negócio que acompanha a tendência da economia, dos estilos de vida das pessoas, seus comportamentos e, principalmente, seus desejos, havendo nesse sentido uma integração mundial e uma interdependência de mercados. (COBRA, 2019)

Por meio da moda é possível expressar costumes e hábitos da sociedade num determinado momento, portanto, pode ser considerada muito dinâmica já que acompanha as tendências, estilos de vida, comportamentos e desejos dos consumidores. Dessa forma, se transforma muito rapidamente, e o que era considerado moda no passado, por vezes, já se encontra fora de moda no presente. Entretanto, o que foi moda antes, algumas vezes passa por transformações e retorna ao mercado, sob novas modelagens, cores e combinações de estilos e formas. (ERNER, 2005)

“A moda estabelece, então, para os produtos que seguem seus ditames um ciclo de vida, e esse ciclo tende a ser cada dia mais curto, significando que a moda é cada vez mais evolucionária do que revolucionária” (COBRA, 2019, p.26). Isto significa dizer que a moda se transforma através de ações somatórias e graduais.

Logo, as novas tendências que surgem e as estações do ano, contribuem para a renovação rápida dos produtos, tornando o ciclo de vida do produto de moda bastante reduzido.

2.1 INDÚSTRIA TÊXTIL

A história da indústria têxtil está muito relacionada com a evolução dos meios de produção e da economia de diversos países. No Brasil, antes da

colonização, os nativos que aqui viviam, possuíam técnicas artesanais para confeccionar suas próprias vestimentas. Entretanto, com o passar dos anos e com a necessidade e consumo aumentando, a sociedade precisou desenvolver uma infraestrutura produtiva que atendesse a demanda, tanto do mercado interno quanto externo, constituindo uma rede de segmentos independentes: beneficiamento de fibras naturais, fiação de fibras naturais e sintéticas, tecelagem, malharia e confecção. (FUJITA; JORENTE, 2015)

Na história do setor têxtil brasileiro, podemos ressaltar a tecnologia como fator estratégico para mudanças e crescimento econômico, incluindo a moda, que atualmente exige aderência à complexidade tecnológica dada à necessidade de assimilação de novas tendências artísticas e culturais para devido ressignificação contínua da cultura e mesmo da individualidade. (FUJITA; JORENTE, 2015)

O primeiro documento que comprova a manufatura de tecidos no Brasil é a carta de Pero Vaz de Caminha, em que faz referência a uma mulher moça com um menino ou menina ao colo, atado com um pano aos peitos, sendo citado também que as casas tinham dentro muitos esteios e de esteio a esteio uma rede, atada pelos cabos em cada esteio. (COSTA, 2000)

Segundo Stein (1979, p. 57), “o algodão já era tecido pelos índios antes da chegada dos portugueses”. Com o passar dos anos, o movimento produtivo cresceu e estima-se que em 1882 havia no Brasil cerca de 48 fábricas produzindo 20 milhões de metros de tecido anualmente, este número viria a aumentar nos próximos anos para 134 estabelecimentos espalhados por 17 estados do país (COSTA, 2000; STEIN, 1979)

No início do século XX, foram observados diversos avanços tecnológicos, aumentando a capacidade produtiva de algodão, onde o Brasil passou de importador para exportador. (FUJITA; JORENTE, 2015)

Entretanto, com o início da Primeira Guerra Mundial, houve uma desaceleração do setor, onde algumas fábricas fecharam e importações e exportações foram comprometidas. Mas, o setor se recuperou em seguida, registrando crescimento a partir do ano de 1931. (FUJITA; JORENTE, 2015)

Alguns acontecimentos a partir deste período foram: aumento da exportação, tornando-se o maior produtor têxtil mundial; promoção de eventos

internacionais; aumento da qualidade; e, entrada de investidores estrangeiros. (FUJITA; JORENTE, 2015)

A década de 80 trouxe o final desta expansão, o cenário brasileiro apresentava incertezas e dificuldades com a alta de desempregos, queda de renda, escalada de preços e a estagnação da economia. O setor têxtil estava fragilizado e tecnologicamente atrasado em comparação aos Estados Unidos, Europa e a Ásia. (TEIXEIRA, 2007)

Já em 1990, o Brasil passava pela abertura geral da economia, isso apresentou efeitos positivos, assim como novos desafios para toda a indústria do país. Era necessário ter como referência não mais o mercado interno, mas o comércio global. (TEIXEIRA, 2007)

Atualmente, o setor têxtil tem grande importância na economia brasileira, por ser um forte gerador de empregos, com grande volume de produção e exportações crescentes. Contudo, o setor viveu e ainda vive um processo de mudança. Com a liberação comercial, que trouxe a globalização do mercado doméstico, o setor sofreu um choque estrutural e, além disso, o Brasil vive uma invasão de produtos importados asiáticos, que apresentam um percentual de crescimento constante até o momento atual. (FUJITA; JORENTE, 2015)

2.2 MODA E SUSTENTABILIDADE

A demanda por uma moda mais sustentável data o ano de 1970 (início de reuniões organizadas pela ONU – Organização das Nações Unidas). Nessa demanda, está em pauta a preocupação com o problema ambiental e os impactos causados pela moda e pela sociedade consumista. A partir daí, surge a necessidade de descobrir abordagens mais sustentáveis para a produção e o consumo, buscando evitar, reduzir ou eliminar os impactos que poluem, destroem ou reduzem os recursos naturais do planeta.

A sustentabilidade é um conceito sistêmico que envolve aspectos econômicos, socioculturais e ambientais, direcionando as atividades humanas para atender às suas necessidades e preservar o meio ambiente. (FAJARDO, 2010)

Desta forma, a preocupação com a sustentabilidade do meio ambiente é debatida por autores de diversas áreas e formações acadêmicas. O motivo do

crescente interesse pelo tema se deve, principalmente, à degradação ambiental e dos recursos naturais provocados pelo acelerado crescimento econômico e populacional ocorrido no século XX, século da ciência e da tecnologia, mas também da produção de lixo em quantidades tão alarmantes a ponto de se dizer que, no século XXI, todos pagarão o preço pelos excessos cometidos até hoje. (GWILT, 2014)

E no setor de Moda, isso se torna um grande desafio, principalmente devido às características de consumo atuais, as quais geram conflitos com o meio ambiente pelo uso, cada vez mais intenso, de matéria-prima, de energia e pela produção de resíduos, sendo o dispêndio humano maior do que a capacidade de produção natural e a assimilação de resíduos.

Conforme Fletcher e Grose (2011):

O processo de sustentabilidade impele a indústria da moda a mudar. Mudar para algo menos poluente, mais eficaz e mais respeitoso do que hoje; mudar a escala e a velocidade de suas estruturas de sustentação e incutir nestas um senso de interconectividade. Tal mudança pode acontecer em muitas situações, de maneiras surpreendentes e até mesmo desconcertantes. Às vezes, por exemplo, a maior mudança vem de uma série de pequenas ações individuais, não de grandes proclamações industriais – uma percepção que a põe ao alcance de todos nós. (FLETCHER; GROSE, 2011, p. 3)

Neste sentido, os designers e produtores de moda estão começando a mudar suas práticas, seus produtos, cadeias de fornecimento e materiais escolhidos, adotando uma visão abrangente do ciclo de produção e consumo.

2.2.1 Moda sustentável x Moda consciente

A moda sustentável se preocupa em usar métodos de produção que não produzam, ou pelo menos minimizem, o impacto ambiental. (NADER, 2021)

Neste sentido, a moda sustentável está na contramão das *Fast Fashions*, já que possui como principal objetivo oferecer peças com durabilidade e que tenham o uso prolongado.

Em outro âmbito, temos a moda consciente. Embora se pareçam, moda sustentável e moda consciente não são a mesma coisa, são complementares, e há diferenças no conceito destes dois termos.

Enquanto a moda sustentável se preocupa com as formas de produção da indústria têxtil, a moda consciente é quando o consumidor manifesta em suas compras

a preocupação com as questões ambientais e sociais que envolvem a produção em massa das *Fast Fashions*. (NADER, 2021)

O consumidor de uma moda consciente está em busca de peças que tenham significado e provoquem diálogo, ou seja, evita descartar a roupa rapidamente e preocupa-se em saber como foi a produção da peça. Isto é, se foi produzido em países do terceiro mundo em condições de trabalho precárias, o tipo de tecido e componentes usados, se é possível fazer a reciclagem total após o descarte são alguns dos exemplos.

2.3 A CADEIA PRODUTIVA DA MODA

A cadeia produtiva da moda é constituída de diversas etapas produtivas, cada uma com suas especificidades, e quando inter-relacionadas contribuem para o desenvolvimento do produto de moda.

Segundo o IEMI (Instituto de Estudos e Marketing Industrial):

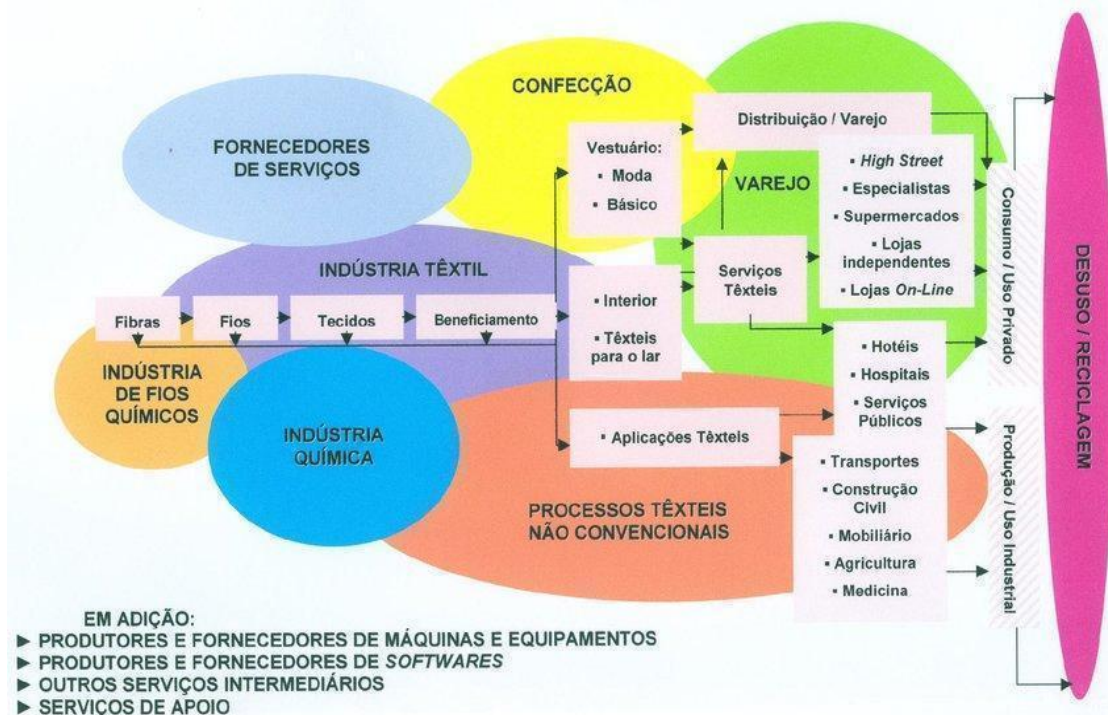
A cadeia produtiva da moda pode ser segmentada em três grandes segmentos industriais, cada um com níveis muito distintos de escala. São o segmento fornecedor de fibras e filamentos químicos que, junto com o de fibras naturais (setor agropecuário), produz matérias-primas básicas que alimentam as indústrias do setor de manufaturados têxteis (fios, tecidos e malhas) e da confecção de bens acabados (vestuário, linha lar, etc.) (IEMI, 2001, p. 46).

Haguenauer *et al.* (2001, p.7) asseveram que a cadeia produtiva indica um micro complexo, ou seja, "subconjunto de atividades pertencentes aos macros complexos".

O microcomplexo têxtil/vestuário é constituído por uma cadeia de atividades em sequência linear, desde o beneficiamento e fiação de fibras naturais e/ou químicas, passando pela tecelagem, até a confecção final. [...] Apesar desse elo linear entre as etapas da cadeia, cada uma delas pode ser realizada em pequenas ou grandes quantidades, de maneira especializada ou com diferentes graus de integração vertical (HAGUENAUER *et al.*, 2001, p. 27).

Nesse sentido, pode ser verificado na Figura 1, um esquema que representa a visão das diferentes fases que integram a cadeia produtiva em questão e toda sua complexidade:

Figura 1 - Complexidade da cadeia produtiva de moda



Fonte: EURATEX (apud RECH, 2008, p. 10)

Conforme observado na Figura 1, verifica-se a complexidade da cadeia produtiva de moda, a qual engloba diversos setores produtivos, desde as atividades manufatureiras de base, até os serviços avançados de distribuição.

Entretanto, conforme Rech (2008), esta cadeia produtiva vem atravessando períodos de profundas mudanças face ao processo de globalização, alterações de consumo e a abertura de novos mercados. Sendo os componentes mais sensíveis destas transformações: “o deslocamento da produção devido aos custos operacionais; a exasperação da concorrência; e a redução do ciclo de vida dos produtos de moda”. (RECH, 2008, p.8)

2.3.1 Ciclo de vida do produto de moda

O ciclo de vida dos produtos de moda, pode ser compreendido como o de qualquer outro produto - introdução, crescimento, desenvolvimento, maturidade e declínio – porém, o que o diferencia dos demais produtos é que seu ciclo de vida se dá em um período de tempo relativamente curto, estando ligado às trocas de estações

do ano e às tendências de moda e de comportamento que vão se transformando ao longo do período. (FACCIONI, 2011)

A necessidade e o desejo dos consumidores refletem no ciclo de vida do produto, já que o interesse de compra surge da necessidade e desejo destes consumidores, desde os desejos mais simples até os mais sofisticados. Nesse sentido, “a fim de atrair o maior número de compradores, os produtos devem gerar um fascínio muito forte nos clientes em um curto prazo, compensando o seu ciclo de vida curto”. (COBRA, 2019, p. 26)

Faccioni (2011), afirma que assim como a natureza, a moda evolui e se modifica em ciclos. As estações do ano vão se sucedendo e os consumidores alternando sua necessidade de se vestir de acordo com o fator climático natural. Uma vez que o seu ciclo de vida é curto, os produtos de moda devem agilizar esforços para desenvolver e maximizar as vendas em um prazo de tempo também muito curto. (FACCIONI, 2011)

Dessa forma, as redes de *Fast Fashion*, fomentadoras de um consumo rápido, encontraram o seu lugar, uma vez que são movidas pela rápida capacidade de atender aos anseios do consumidor. (FACCIONI, 2011)

3 MODELO FAST FASHION

A expressão utilizada pela mídia para identificar a alteração cada vez mais veloz da moda, surgiu em 1990 com o conceito de *Fast Fashion*. E, como propulsores desse modelo pode-se citar empresas como a Zara e a H&M. (DELGADO, 2008)

O *Fast Fashion* pode ser considerado um fenômeno mercadológico da moda atual. A famosa “moda rápida” veio para atender os anseios do consumidor, num mundo globalizado em que a informação é absorvida em tempo recorde, ela acompanha os desejos de consumo juntamente com a velocidade com que as tendências aparecem. (CIETTA, 2010)

Entretanto, a expressão *Fast Fashion* não está relacionada apenas à velocidade com que os produtos são criados, produzidos, distribuídos e vendidos, segundo Fletcher e Grose (2011), indo além da relação entre necessidades e bens criados para satisfazê-las, já que a sociedade de consumo não consegue consumir tudo o que produz, gerando uma grande quantidade de lixo. Diante disso, os produtos tornam-se ultrapassados em pouco tempo, motivando o consumidor a uma nova compra. (FLETCHER; GROSE, 2011)

Em síntese, o consumo tem funcionado como uma engrenagem para o mercado *Fast Fashion*, tendo o consumidor papel fundamental para o avanço deste novo modelo de negócio do varejo.

3.1 O CONSUMIDOR DO FAST FASHION

O consumidor do *Fast Fashion* está submerso em um “oceano” de tendências, afinal as tendências e as novidades são qualidades presentes nos produtos das empresas optantes por esse modelo de negócio. Para Erner (2005) a moda simboliza um fenômeno de imitação e distinção, que acaba por criar um paradoxo. “Enquanto a realização de si mesmo é um dos ideais da época, as multidões ocidentais oferecem um espetáculo homogêneo”. (ERNER, 2005, p. 224)

Em relação às empresas, as de *Fast Fashion* podem ser definidas como um *self service* da moda, pois a disposição das peças na loja proporciona que o cliente caminhe livremente, com liberdade de escolha e sem compromisso de compra. Uma das principais marcas registradas das *Fast Fashions* é o seu ambiente de compra,

pois oferece de maneira diferenciada um conforto aos seus clientes. Para Santiago e Morelli (2010), esse diferencial por parte das empresas é fundamental para o consumidor na hora da compra:

Os consumidores de hoje precisam de algo a mais que os faça saírem do conforto de suas casas no seu tempo de lazer. Dessa forma, a compra deve ser uma experiência agradável. A necessidade de entretenimento no varejo é cada vez maior, seja na inovação em tecnologia dos produtos e no ponto de venda, atendentes simpáticos e eficientes ou serviços diferenciados prestados pelo varejista que faça o consumidor interagir melhor com a marca ou produto e se sentir bem no ambiente de compra. Surpreender o consumidor de forma positiva é um ponto forte para o sucesso em vendas e na fidelização de clientes. (SANTIAGO; MORELLI, 2010, p.3)

Neste sentido, é possível perceber que o comportamento de consumo mudou e, devido a essas novas necessidades, o mercado *Fast Fashion* ganhou força nos anos 2000. Entretanto, as novas gerações de consumidores já vêm apresentando um novo comportamento de consumo e estão mais preocupadas com questões socioambientais, optando por marcas mais conscientes e transparentes.

3.2 A CADEIA PRODUTIVA DO MODELO *FAST FASHION*

No sistema tradicional, as coleções são sazonais (por semestres), com tempo de produção de 24 meses sob a orientação de estilistas que priorizam aspectos de identidade e estilo; os modelos têm quantidade limitada, e a intenção básica é capturar tendências comerciais para um bom desempenho nas vendas. (ROUSSENQ; LINS, 2018)

Já na cadeia produtiva *Fast Fashion*, a produção é sintonizada com as últimas tendências de moda, oferecendo-se o que há de mais novo e com marcas que significam criatividade e preços competitivos; na base há minicoleções (semanais) cuja criação se articula com o período de vendas, sendo o consumidor “trazido” para dentro do processo. (ROUSSENQ; LINS, 2018)

Dessa forma, com a entrada do mercado *Fast Fashion*, a produção das roupas passou a ser feita de forma mais veloz e barata. Contudo, essa fabricação foi transferida para os países do terceiro mundo, onde a mão de obra é mais barata e não há regularização de direitos trabalhistas e condições de trabalho. (NADER, 2021)

O salário de um trabalhador da indústria têxtil em um país com economia subdesenvolvida é de cerca de 2 a 3 dólares por dia. Isto é, o consumo em massa na indústria da moda tem um alto preço, não para o consumidor final, mas para os trabalhadores que fabricam as peças e ao meio ambiente. (NADER, 2021)

E, por conta destas ações, diversas empresas já tiveram seus nomes vinculados a situações de precariedade da mão-de-obra de seus fornecedores, acendendo um alerta para este tipo de modelo de distribuição. Um exemplo a ser citado, é o caso da empresa Zara, a qual esteve no centro de grandes polêmicas no Brasil sobre a precarização do trabalho. (CIETTA, 2017)

No caso Zara, a grife que produz e vende roupas masculinas e femininas e pertence ao grupo espanhol Inditex, foi autuada pelo Ministério do Trabalho, em 2011, quando fiscais flagraram pela primeira vez trabalho escravo em sua cadeia produtiva, 15 trabalhadores de nacionalidades bolivianos e peruanos em condição análoga à de escravo na atividade de costura. (JUSBRASIL, 2015)

A empresa assinou um Termo de Consentimento, comprometendo-se a melhorar as condições de trabalho nas oficinas de costura do grupo. Entretanto, o termo não foi cumprido, e em 2015, em uma auditoria com 67 fornecedores da marca, foram encontradas 433 irregularidades em todo o país, como: excesso da jornada de trabalho, atraso nos pagamentos, aumento dos acidentes, trabalho infantil, além de discriminação pela exclusão de imigrantes da produção. (JUSBRASIL, 2015)

Entretanto, o caso Zara não é único, empresas como M. Officer, C&A, Marisa, Pernambucanas e Le Lis Blanc, também atraíram a atenção por motivos semelhantes. Sendo este um indicativo do quanto as condições de trabalho em indústrias globais, como a da cadeia produtiva de artigos do vestuário, podem representar dificuldades para as relações de trabalho e sociais.

3.3 CICLO DE VIDA NO MERCADO *FAST FASHION*

O *fast fashion* contribuiu para uma significativa redução no número médio de vezes que um item é usado. Isso se deve à velocidade da moda, e à durabilidade dos produtos. O modelo visa apenas a lucratividade e consiste em desenvolver novas modas de forma tão rápida que as empresas chegam a lançar até 52 vezes por ano uma nova moda, que são os lançamentos semanais. (CARVALHO, 2016)

A alta velocidade de consumo, reduz ainda mais o ciclo de vida dos produtos deste modelo, também caracterizados como produtos de modismo, que são aqueles produtos que "entram rapidamente, são adotados com grande entusiasmo, atingem seu auge em pouco tempo e declinam também em pouco tempo. O modismo dura muito pouco e tende a atrair um número limitado de seguidores". (KOTLER; ARMSTRONG, 2008, p. 225)

Normalmente, os modismos são ditados por personalidades famosas, atores, modelos, músicos e afins, que realizam aparições públicas exibindo roupas ou acessórios diferenciados dos que existem no mercado, e o público consumidor, rapidamente, procura tais adereços como forma de identificação com o seu ídolo. Estratégia, esta, adotada pelas empresas do mercado *Fast Fashion*, como é o caso da coleção recente lançada pela empresa C&A, protagonizada pelas famosas, influencers e amigas de infância: Bruna Marquezine e Sasha Meneghel. A *collab* foi denominada de coleção BFF (*Best Friends Forever*), com foco na amizade de longa data, e possui duas linhas distintas, cada uma representando o seu estilo de vida.

Figura 2 - Coleção BFF (C&A)



Fonte: Portal Exame (2021)

3.4 DESENVOLVIMENTO CRIATIVO NO MODELO *FAST FASHION*

A moda necessita de novidades em tempo recorde e para isso existem inúmeros processos para que um produto seja desenvolvido, produzido e comercializado para finalmente poder ser consumido e obter o *feedback* do consumidor.

A função do estilista no mercado da moda é criar o novo por meio de pesquisas e informações, isso leva tempo e muita inspiração, entretanto no processo do *Fast Fashion*, esse desenvolvimento deve ser finalizado em tempos ainda menores. Os magazines além de utilizar de modelos já criados para o desenvolvimento dos seus produtos, ainda fazem o uso do custo baixo e desvalorização do trabalho de quem está por trás da máquina de costura. (SAPPER, 2012)

O processo criativo na moda engloba muita pesquisa. O reconhecimento do mercado e da sociedade atual, a definição do público-alvo, do design, da forma, dos materiais utilizados e da maneira que o produto será confeccionado e posteriormente apresentado ao consumidor são cruciais para a elaboração de um produto com identidade. Entretanto, as *Fast Fashions* pulam praticamente todas essas etapas, na medida em que investigam os produtos já lançados com sucesso e buscam maneiras de levá-los ao consumidor com um valor mais baixo, visando o alto faturamento com vendas em larga escala. (SAPPER, 2012)

Dessa forma, o consumidor que adquire seus produtos nas *Fast Fashions*, se apropria da cópia para suprir seus desejos de consumo. E, quem costuma frequentar lojas de moda rápida não possui o desejo de adquirir uma peça única, mas, sim, um objeto de desejo que pode ser rapidamente substituído por outro.

Esse comportamento do consumidor faz com que a desvalorização do processo criativo seja mais acentuada. Para Erner (2005, p. 198), o consumidor atual “tem vontade de seguir a moda, mas não deseja, contudo, desperdiçar seus recursos”, fazendo, assim, com que os produtos de marcas que investem na criação e que são, conseqüentemente, mais caros, sejam substituídos pelos similares das empresas que optam pelo baixo custo final.

Além disso, uma das estratégias que vem acontecendo em grandes empresas, é o desenvolvimento de uma coleção com a participação de uma pessoa famosa para provocar ainda mais a necessidade de compra do cliente. Desde o final da década de 90, tem se tornado recorrente encontrar em lojas de departamento minicoleções feitas por estilistas consagrados ou por celebridades, nas quais as peças levam suas assinaturas por um preço muito inferior ao encontrado nas grifes de origem. Sendo essa, uma grande estratégia de marketing e vendas dessas redes, fazendo com que o desejo do consumidor seja ainda mais aguçado. (SAPPER, 2012)

3.5 IMPACTOS SOCIOAMBIENTAIS DO MERCADO *FAST FASHION*

O mercado da moda tem crescido rapidamente nos últimos anos, crescimento este, principalmente, em função do mercado *Fast Fashion*. Entretanto, este mercado apresenta grandes impactos ambientais e sociais durante o seu processo.

Para além dos impactos gerados na produção (contaminações do solo, consumo de recursos naturais e condições de trabalho) já presentes no mercado da moda, também existe o problema do descarte. Com um ciclo de vida tão curto, muitas peças vão parar precocemente em aterros sanitários e lixões.

Em síntese, os problemas vão desde a exploração de mão-de-obra, descarte irregular de resíduos do processo de fabricação, além do incentivo ao consumo desenfreado que gera maior quantidade de lixo por parte dos clientes desse sistema. (FERNANDES, 2018)

Os três grandes pilares da moda rápida são: os preços atrativos, o baixo custo de produção e o rápido escoamento, permanecendo fortes por conta da produção concentrada em países subdesenvolvidos, com custos mais baixos, entretanto, com condições de trabalho desfavoráveis. (FERNANDES, 2018)

Além disso, a cultura de descarte irresponsável promovida pela indústria de moda rápida configura-se com um fator agravante para os prejuízos ambientais, uma vez que as pessoas ficam condicionadas a fazer uso dos produtos somente enquanto estão na moda, e esta tende a mudar constantemente. (CARVALHAL, 2017)

As empresas de moda, diante do cenário mundial atual de falta de tempo, incertezas e grande oferta de produtos, propagaram a intensificação do desejo de consumo e giro rápido, a fim de diminuir riscos inerentes ao seu gerenciamento de estoques. (CARVALHAL, 2017)

Em direção à cultura do consumo descartável, essa torna-se uma realidade disseminada em todo o cenário mundial e é preciso que se encontre formas de melhor aproveitamento dos recursos e obtenção de lucros sem a destruição dos recursos naturais. (CARVALHAL, 2017)

4 TERCEIRIZAÇÃO NA INDÚSTRIA DO VESTUÁRIO DE MODA

Aumentar a produtividade tem sido uma das maiores prioridades das empresas brasileiras, e na indústria da moda essa necessidade tem sido expressiva justamente pelo fato de como uma das consequências deste aumento de produtividade, o aumento da competitividade. As empresas deste segmento passaram a se reestruturar e a terceirizar seus processos produtivos, a fim de atender a demanda crescente por artigos de moda.

No que se refere às áreas funcionais da indústria de moda e/ou vestuário, existem três setores envolvidos para a criação de valor: a função criativa, a função produtiva e a de distribuição (CIETTA, 2017).

Portanto, as empresas munidas de estratégias, para alcançar os objetivos esperados, podem se organizar e traçar as diretrizes necessárias que melhor se adequam ao modelo de negócio. Na produção destaca-se a estratégia de contratar outras empresas especializadas em determinado processo produtivo, de modo que esse processo não precise ser realizado internamente, utilizando assim, da estratégia de terceirização.

Conforme Amato Neto, Marinho e Amato (2014), a terceirização pode ser definida como uma técnica administrativa que possibilita o estabelecimento de um processo gerenciado de transferência a terceiros das atividades acessórias, e de apoio ao escopo da empresa, permitindo assim à “empresa-mãe” concentrar-se em seu negócio principal.

Neste sentido, no contexto de produção industrial, algumas indústrias de vestuário optam por especializar-se em determinadas etapas do processo produtivo e designam as fases complementares a outras empresas.

Conforme Goularti Filho e Jenoveva Neto:

Tendo em vista a necessidade de o setor do vestuário operar cada vez mais em termos de flexibilidade e dinamicidade sem perder de vista que um dos fatores chave da competitividade é o custo de produção, a subcontratação tem sido largamente utilizada como parte das estratégias de produção, com amplas repercussões em todas as outras áreas da empresa (GOULARTI FILHO; JENOVEVA-NETO, 1997, p. 73).

Dentre as reduções de custos geradas, encontra-se, segundo Refosco e Pessoa (2013), a eliminação de vínculos trabalhistas, reduzindo custos salariais

diretos e indiretos e reduzindo ou eliminando os encargos sociais. Permitindo, dessa forma, o aumento da produtividade e competitividade da empresa contratante.

4.1 GESTÃO DA CADEIA DO FORNECEDOR

Para que um produto chegue às mãos do consumidor, atendendo às suas expectativas quanto à forma, função e preço, um conjunto de empresas trabalham em atividades sequenciais e complementares. Entre essas empresas circulam insumos, valores monetários, mão-de-obra, informações e a forma de fluxo como essas atividades são geridas compõem um sistema de gestão de suprimentos e fornecedores.

Assim, é muito importante ter uma boa gestão de fornecedores, tornando possível compreender a administração integrada dos processos de negócios envolvidos, serviços e informações, e agregando valor para todos os atores interessados. (CORRÊA, 2010)

E, para isso, é necessário que as empresas criem um padrão a ser seguido, adotem boas práticas e sigam requisitos de sustentabilidade, sendo necessário dessa forma, adotar sistemas de certificação.

A certificação, segundo Amato Neto e Marinho, estabelece um padrão, selecionando companhias por meio dos critérios preestabelecidos, com compromisso mais elevados, requerendo trabalho intenso para avaliar, comprovar e qualificar, devendo ser visto como um compromisso a longo prazo. (AMATO NETO; MARINHO; AMATO, 2014)

Nesse sentido, no varejo do vestuário de moda, o comprador tem papel importante, que além de conhecimento e envolvimento com a moda, ele deve ter conhecimento administrativo e treinamento constante. (GROSE, 2013)

Para uma gestão de fornecedores eficiente, é necessário incorporar estratégias e reformulações para o aprimoramento da parceria entre comprador e fornecedor. De acordo com Amato Neto e Marinho (2014), a empresa necessita:

- Definir o valor do relacionamento entre comprador e fornecedor;
- Desenvolver soluções embasadas no conhecimento profundo das dinâmicas financeiras e do negócio do fornecedor;

- Usar táticas de compras diferenciadas, a fim de otimizar o relacionamento econômico de ambos; e,
- Internalizar as mudanças necessárias na organização para que o comprador atinja não apenas aumento de desempenho, mas também habilidade de aprimoramento constante.

Com base ainda nos autores Amato Neto e Marinho (2014), as etapas de implantação da gestão de fornecedores, compreende a:

- Pesquisa da dinâmica do setor do produto a ser comprado;
- Avaliação das estratégias de fornecimento e as capacidades produtivas dos fornecedores em atender ao pedido;
- O relacionamento entre o varejista e a cadeia de fornecimento conjuntamente, e desenvolver planos de ação para construir a infraestrutura necessária;
- Desenvolvimento dos fornecedores com uma relação forte e eficaz;
- Criação de uma base sólida e com empresas selecionadas, com forte relacionamento e diálogo.

O relacionamento mais aproximado e com vínculos duradouros entre fornecedores e varejistas do vestuário de moda também é fundamental para a construção de valor, pois “uma cadeia de suprimentos eficiente gera valor para o consumidor final a um custo, margem e preço de venda aceitáveis”. (GROSE, 2013, p. 25)

Os varejistas do vestuário de moda estão cada vez mais estabelecendo diretrizes a serem cumpridas por sua rede de fornecimento, como a criação de códigos de conduta. (SHAW; KOUMBIS, 2014)

4.2 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL NA CADEIA PRODUTIVA

Segundo o Conselho Federal de Administração, a responsabilidade socioambiental está diretamente ligada a ações que respeitem o meio-ambiente e a políticas públicas e privadas que tenham como principal objetivo promover o

desenvolvimento sustentável. Esta responsabilidade é dever do governo, empresas e cidadãos. (CFA, 2017)

De acordo com Osanai (2012), a responsabilidade socioambiental pode ser compreendida em dois níveis: interno e externo. No primeiro consideram-se ações que visem aos trabalhadores e todas as partes que compõem um sistema empresarial ou organizacional, partes estas que podem influenciar no alcance final dos seus resultados. Já no âmbito externo estão as consequências das ações de uma empresa ou organização para o meio ambiente, como despejo de materiais, coleta seletiva, além dos seus parceiros de negócios e o meio em que estão inseridos. A responsabilidade socioambiental vai além do lucro financeiro, ela envolve ações que promovam cultura e boas condições socioambientais para a sociedade.

Na indústria da moda estas questões ambientais e sociais são cada vez mais analisadas, e vem sofrendo mudanças. Algumas empresas do ramo têxtil, que estão envolvidas com mão de obra irregular e despejo de dejetos nocivos no meio ambiente, passaram a ter essas suas atitudes irresponsáveis expostas na mídia, sofrendo ações de ativistas e consumidores conscientes.

Neste sentido, considerando a expressividade do setor produtivo, o desenvolvimento sustentável tem se destacado na indústria da moda e sugere cada vez mais qualidade em vez de quantidade, com a redução do uso de matérias-primas, produtos e o aumento da reutilização e da reciclagem. (SILVA; PONTES, 2018)

No âmbito social, é dever da empresa manter em sua cadeia produtiva boas condições de ambiente e trabalho além de deveres e direitos dos trabalhadores garantidos. E, no âmbito ambiental, é preciso garantir uma boa gestão de resíduos, reduzindo refugos e descartes, utilizando produtos e matérias-primas sustentáveis e fazendo um bom uso dos recursos naturais, tornando possível contribuir para a preservação do ecossistema, e quando necessário, readequar as operações incluindo a pauta socioambiental na agenda de crescimento.

Entretanto, com a popularização do *Fast Fashion*, nos últimos anos, o aumento nos resíduos têxteis e o uso desenfreado dos recursos naturais apresentaram um panorama negativo para o futuro. Quando se fala no impacto ambiental da indústria da moda se fala muito mais que apenas na extração de matérias-primas, mas também no consumo de energia, água, emissão de carbono e principalmente, o descarte dos resíduos.

5 O PROGRAMA DE CERTIFICAÇÃO ABVTEX

A sociedade está passando por um momento de transformação e alteração do conceito de qualidade total, onde o foco é a satisfação do cliente, uma vez que, essa é essencial para geração de lucro e sobrevivência das empresas e entrando em um estágio de implementação de um novo conceito de qualidade. Nesse conceito, as relações de busca pelo lucro começam a ser questionadas, e passa-se a compreender que as condições em que o produto é fabricado são decisivas para a venda do mesmo. Diante disso, a qualidade não significa apenas o produto com a condição exigida, e sim como ele foi produzido, desde a criação, desenvolvimento, até sua entrega final ao consumidor.

Em direção a este aspecto de se considerar o processo de fabricação de um produto, é que se insere a acreditação e certificação do setor têxtil/confecção, cujo objetivo é regularizar as condições de trabalho no ambiente fabril e fornecer ao consumidor um produto sem o estigma da “exploração do trabalhador”. (CALEFFI; COMIN, 2014)

Dentre diversas certificações, encontra-se o Programa de Certificação de Fornecedor ABVTEX, – Associação Brasileira do Varejo Têxtil – o qual voltado para certificação de fornecedores e subcontratados das redes varejistas, permitindo avaliá-los e monitorá-los quanto às boas práticas de responsabilidade social e relações de trabalho.

A ABVTEX originou-se em agosto de 1999 por empresas do varejo têxtil de grande dimensão, após a constatação da carência de uma entidade que efetivamente representasse o setor frente aos órgãos governamentais. A associação tem por norma a ética e o respeito à legislação, apoiando ações que visem à responsabilidade social, à formalização nas relações comerciais e ao combate à concorrência fraudulenta. (ABVTEX, 2022)

Dentre os objetivos ABVTEX, encontra-se o de desenvolver uma certificação única que permita aos varejistas controlar fornecedores e subcontratados a respeito do cumprimento de aspectos relacionados às questões de responsabilidade social e relações de trabalho. Voltado a esse objetivo, em 2010, surgiu o Programa ABVTEX, considerado um divisor de águas no combate ao trabalho análogo, escravo e infantil na cadeia de valor do varejo de moda. (ABVTEX, 2022)

Desde 2010, o Programa ABVTEX já realizou mais de 43 mil auditorias em confecções e seus subcontratados, permitindo assim, um desenvolvimento sustentável da cadeia de valor e a aplicação das regras de *compliance*¹ junto à cadeia de fornecimento. (ABVTEX, 2022)

Dentre os principais objetivos do programa, encontram-se, segundo a cartilha da ABVTEX:

Assegurar condições de trabalho dignas, combater o trabalho análogo ao escravo e infantil na cadeia de fornecimento do varejo de moda;
Promover, por meio do engajamento evolutivo e da melhoria contínua, as melhores práticas no setor do varejo de moda representado pela ABVTEX;
Prover um sistema único de auditorias periódicas que permita às varejistas signatárias monitorar os fornecedores e seus subcontratados quanto ao cumprimento de aspectos ligados à responsabilidade social e às relações de trabalho;
Estabelecer os princípios e critérios para a condução das auditorias em fornecedores e seus subcontratados da cadeia de fornecimento do varejo de moda nos segmentos de vestuário, calçados, acessórios e artigos têxteis para o lar. Com os objetivos atendidos, o Programa ABVTEX prevê benefícios a todos os elos envolvidos:
ABVTEX: ofertar um sistema estruturado de auditorias às varejistas signatárias ligadas aos segmentos abrangidos pelo Programa;
Varejistas signatárias: adotar práticas de responsabilidade social na sua cadeia de fornecimento, minimizando o risco de utilização de qualquer forma de trabalho irregular, análogo ao escravo e infantil e promovendo melhores condições de trabalho a todos os envolvidos na produção dos artigos;
Fornecedores: adotar práticas de responsabilidade social na sua empresa e nas relações comerciais com seus subcontratados, melhorar o ambiente interno, reduzir rotatividade de mão de obra, adotar melhores condições de trabalho e de segurança para os seus funcionários e estar apto a fornecer para as varejistas signatárias do Programa ABVTEX;
Subcontratados: adotar melhores condições de trabalho e estar apto a participar da cadeia de fornecimento do varejo de moda. (ABVTEX, p. 7, 2022)

Com a implementação e fiscalização ao cumprimento destes objetivos, a certificação ABVTEX tem se tornado um instrumento promissor no combate ao trabalho escravo no setor, já que os fornecedores e subcontratados das redes varejistas devem atender aos critérios e requisitos estabelecidos nos seguintes aspectos: formalização da empresa; trabalho infantil; trabalho forçado ou análogo ao escravo; trabalho com estrangeiros em situação irregular; existência de crianças no ambiente de trabalho; moradia; liberdade de associação; existência de discriminação, abuso ou assédio aos trabalhadores; saúde e segurança do trabalho; prevenção e

¹ Conjunto de disciplinas a fim de cumprir e se fazer cumprir as normas legais e regulamentares, as políticas e as diretrizes estabelecidas para o negócio e para as atividades da instituição ou empresa, bem como evitar, detectar e tratar quaisquer desvios ou inconformidades que possam ocorrer.

combate a incêndio; monitoramento e documentação; compensação; horas trabalhadas; monitoramento da cadeia de fornecimento; validação da lista de subcontratados e subcontratação de serviços, além de questões relacionadas à área ambiental.

5.1 PROCESSO DE CERTIFICAÇÃO

Para ingressar no Programa ABVTEX, as empresas fornecedoras e suas subcontratadas devem acessar o Sistema² da organização e seguir os passos e preenchimento dos formulários disponíveis.

Após a inserção dos documentos no sistema da organização e avaliação da ABVTEX, a empresa recebe um login e senha para acesso ao sistema e, desta forma, poderá solicitar sua auditoria inicial, com um processo sistemático, documentado e independente para obter evidências em relação aos requisitos solicitados na certificação e avaliar o grau de atendimento às exigências.

A avaliação se dá por meio da utilização de um *Checklist* onde contém as exigências a serem seguidas e avaliadas. Esse *Checklist* é composto por dois grandes blocos: Básico e Superior. O Bloco Básico é utilizado para definir os critérios de aprovação ou reprovação dos fornecedores e/ou subcontratados; e o Bloco Superior, que junto com o Bloco Básico forma o *Checklist* completo, é utilizado para classificar o fornecedor e/ou subcontratado dentro do Programa ABVTEX.

Além disso, a avaliação é também dividida por blocos temáticos, constituindo os requisitos e exigências necessárias para atendimento e que são avaliados por meio de um *checklist*, o qual foi desenvolvido utilizando tanto legislação e normas a nível nacional quanto internacional, como a OHSAS 18001³ e SA8000⁴. (CALEFFI; COMIN, 2014)

A divisão em blocos temáticos visa orientar o processo de avaliação dos fornecedores e/ou subcontratados para que as empresas auditadas estejam alinhadas com os princípios do Programa ABVTEX como um todo e em todos os aspectos avaliados.

² <https://abvtex.techsocial.com.br/>

³ Norma internacional para gestão de segurança e saúde ocupacional.

⁴ Norma internacional de avaliação da responsabilidade social para empresas fornecedoras e vendedoras.

No Quadro 1, estão apresentados o conjunto de blocos temáticos, compreendendo 7 temas: formalização da empresa, condições de trabalho, saúde e segurança no trabalho, resposta a emergência, validação da cadeia de fornecimento, transparência e prática de gestão e meio ambiente. Os princípios abordados tratam da explicação sobre os requisitos exigidos em cada um dos temas.

Quadro 1 - Blocos Temáticos

Tema	Princípios abordados
Formalização da empresa	Avaliação quanto à constituição jurídica, de acordo com a legislação brasileira.
Condições de Trabalho	Avaliação das condições gerais de trabalho, tais como: Trabalho infantil; Condições de trabalho análoga à de escravo; Utilização de trabalho ou serviço de pessoa cuja situação de residência e trabalho no Brasil não esteja regularizada junto aos órgãos competentes; Permanência de menores no ambiente da empresa como um todo, que não façam parte do quadro de empregados; Existência de moradia de empregados integrada às oficinas; Discriminação dos trabalhadores por exercer suas funções representativas em seu lugar de trabalho; Remuneração, acesso a treinamento, promoção, encerramento de contrato ou aposentadoria; Discriminação com base em raça, classe social, nacionalidade, religião, deficiência, sexo, orientação sexual, idade, gravidez, associação a sindicato ou filiação partidária; Abuso físico ou disciplinar; a ameaça de abuso físico, sexual ou outro tipo de assédio; o abuso verbal e outras formas de intimidação; Trabalho em desacordo com o disposto na legislação trabalhista e/ou sem registro na Carteira de Trabalho e; Horas trabalhadas; Outras situações que o Programa possa abordar quanto às condições de trabalho.
Saúde e Segurança do Trabalho	Avaliação quanto ao ambiente de trabalho, se seguro e higiênico, tendo presentes os conhecimentos preponderantes da indústria, além de medidas práticas para prevenção de acidentes e danos à saúde que possam surgir, associados ou causados pelos perigos inerentes ao ambiente de trabalho.
Resposta a emergências	Avaliação quanto às condições das instalações elétricas, prevenção e combate a incêndio, principalmente aos requisitos legais e normas regulamentadoras.
Validação da Cadeia de Fornecimento	Na auditoria em Fornecedores, a manutenção de mecanismos para monitoramento de subcontratados no que diz respeito à garantia de condições de trabalho dignas aos seus empregados. A empresa também deve manter uma base de dados atualizada de seus Subcontratados, bem como controle de rastreabilidade das peças a eles enviadas. Na auditoria em Fornecedores, o registro e controle das empresas para as quais encaminha os serviços destinados às varejistas signatárias do Programa ABVTEX. Na auditoria em Subcontratados, a quarteirização de trabalhos, exceto se também detiverem a condição de Fornecedores diretos das varejistas signatárias (classificados como Ambos).
Transparência e Prática de Gestão	Avaliação da gestão interna das empresas auditadas quanto às políticas e práticas adotadas para a prevenção de problemas quanto à responsabilidade social e os aspectos abordados no Programa ABVTEX.
Meio Ambiente	Avaliação da conformidade das empresas quanto à obediência da legislação ambiental, bem como à documentação legal exigida.

Fonte: Regulamento Geral ABVTEX (2022)

Com base nestes blocos temáticos apresentados no Quadro 1, são formados os requisitos que compreendem o *Checklist* de avaliação para obtenção da certificação ABVTEX. Para cada requisito, é solicitada uma série de observações e coleta de evidências para que as conclusões tomadas pelos auditores sejam as mais precisas. Dentre os requisitos acompanhados e avaliados, destacam-se os principais: avaliação de instalações elétricas, higiene e limpeza; ventilação e climatização do local de trabalho; proteção contra incêndio e existência de equipamentos de combate ao fogo; exposição aos riscos e disponibilização e orientação para o uso de equipamentos de proteção individual e coletiva; tratamento apropriado para efluentes; e programa de coleta seletiva de resíduos.

Após passar pelo processo de auditoria e uma vez atendendo aos requisitos solicitados, o fornecedor e/ou subcontratado estará aprovado e apto a integrar a cadeia de fornecimento das empresas varejistas participantes do Programa ABVTEX, passando a partir de então por auditorias cíclicas a fim de garantir a recertificação.

5.2 REGULAMENTO GERAL ABVTEX

5.2.1 Abrangência

Com base no regulamento do Programa, ABVTEX (2022), as empresas abrangidas são todas as envolvidas no processo produtivo ou ainda em qualquer processo em que exija a circulação, armazenagem, transbordo e/ou qualquer outra atividade em que existam produtos destinados ou provenientes das varejistas signatárias, incluindo processo de descaracterização. Os produtos podem possuir marcas das varejistas signatárias ou possuir marcas próprias dos fornecedores e/ou subcontratados, ou ainda marcas licenciadas de terceiros.

O Programa ABVTEX ainda não é direcionado a fornecedores e/ou subcontratados de matérias-primas. Porém, a adesão de empresas nestas condições é facultativa, por iniciativa das próprias empresas auditadas ou por solicitação das varejistas signatárias.

Também não são abrangidos pelo Programa ABVTEX, fornecedores e/ou subcontratados que adotem o modelo de negócio de:

- Microempreendedor Individual (MEI);
- Empresas que se utilizem de mão de obra do sistema prisional;
- Empresas ou organizações que se caracterizem como Projetos ou Negócios Sociais;
- Cooperativas de trabalhadores ou microempreendedores.

5.2.2 Tipos de Auditoria

A auditoria é o processo sistemático, documentado e independente para obter evidências em relação aos requisitos solicitados e, assim, avaliá-los objetivamente para determinar a extensão na qual os critérios determinados serão atendidos.

No âmbito do Programa ABVTEX, existem cinco classificações para as auditorias realizadas com Fornecedores e/ou Subcontratados: Auditoria Inicial, Auditoria *Follow Up*, Auditoria de Renovação, Auditoria de Verificação e Auditoria de Mudança de Endereço, Auditoria de Estrutura Física e Auditoria de Novos Empregados. Os objetivos e usabilidade de cada uma destas auditorias podem ser verificados no Quadro 2.

Quadro 2 - Tipos de Auditoria

Tipo de Auditoria	Usabilidade
Auditoria Inicial	Primeira auditoria a ser realizada no fornecedor e/ou subcontratado, com intuito da obtenção da aprovação perante o Programa ABVTEX.
Auditoria de Renovação	Auditoria a ser realizada em fornecedores e/ou subcontratados para renovar a aprovação obtida anteriormente, antes de expirar o prazo de validade. Deve ser solicitada pelo fornecedor e/ou subcontratado interessado com a antecedência necessária para a renovação da Auditoria Inicial e Auditorias de Renovação subsequentes, antes do respectivo vencimento.
Auditoria de Follow Up	Caracterizada exclusivamente como uma revisão das não conformidades apontadas numa Auditoria Inicial ou numa Auditoria de Renovação. A revisão das não conformidades pode ter como objetivo a reavaliação da situação do fornecedor e/ou subcontratado, tanto para obtenção da aprovação no Programa ABVTEX, quando a empresa não atinge a condição mínima para sua aprovação, ou quando, mesmo aprovada, quer melhorar sua classificação no Programa.
Auditoria de Verificação	Consiste na execução de nova auditoria em fornecedor e/ou subcontratado já auditado e aprovado por um Organismo de Auditoria, com utilização da mesma metodologia e com base no mesmo Checklist utilizado nas auditorias regulares do Programa ABVTEX. O objetivo é confirmar os resultados da auditoria realizada anteriormente e controlar eventuais desvios ou irregularidades.
Auditoria de Mudança de Endereço	Consiste na realização, por um Organismo de Auditoria, de uma auditoria completa em fornecedor e/ou subcontratado já auditado e aprovado. A realização de uma Auditoria de Mudança de Endereço é obrigatória ao fornecedor e/ou subcontratado sempre que a empresa estiver enquadrada em, ao menos, uma das seguintes situações: 1. A empresa mudar fisicamente e/ou formalmente de endereço; 2. A empresa ampliar fisicamente sua unidade fabril pela anexação de outro prédio contíguo, mesmo que tenha mantido o endereço original; 3. A empresa anexar outro espaço em outro andar no mesmo prédio ou ainda armazém no mesmo endereço, mesmo que a empresa auditada tenha mantido o endereço original.
Auditoria de Estrutura Física	Consiste na realização de uma auditoria prévia em um fornecedor e/ou subcontratado pela impossibilidade de realização de uma Auditoria Inicial completa, com o objetivo de viabilizar o ingresso de uma empresa recém-instalada no Programa ABVTEX. Este tipo de auditoria permite a aprovação temporária de um fornecedor e/ou subcontratado no Programa ABVTEX, durante um período de 90 (noventa) dias, até que a empresa tenha as condições necessárias para complementar a auditoria e caracterizar uma Auditoria Inicial.
Auditoria de Novos Empregados	A realização de uma Auditoria Novos Empregados é obrigatória ao fornecedor e/ou subcontratado sempre que a empresa originalmente foi auditada na condição de “Empresa Constituída somente por sócios, de forma regular” e durante a vigência de seu Certificado de Aprovação, passou a contar com, ao menos, um empregado.

Fonte: Regulamento Geral ABVTEX (2022)

Conforme verificado no Quadro 2, o tipo de auditoria dependerá do momento em que ela será realizada. Em um primeiro momento, uma empresa que nunca passou pelo processo de Auditoria, realiza uma auditoria inicial, e após isso, a empresa passa a realizar auditorias de renovação, *follow up*, ou renovação conforme a situação atual da mesma. Além disso, podem ser realizadas auditorias devido a alterações na empresa também, como auditorias de mudança de endereço, estrutura física e novos empregados.

5.2.3 Níveis de Criticidade

Para a condução da auditoria, cada Bloco Temático (Quadro 1), contempla um conjunto de requisitos estruturados em forma de perguntas. Cada um dos requisitos existentes no *Checklist* ABVTEX, independentemente ao bloco a que pertence, possui um ou mais níveis de criticidade a ele associados, conforme a sua importância para o Programa. (ABVTEX, 2022)

Os níveis de criticidade associados a cada um dos requisitos, bem como, a sua caracterização, estão apresentados no Quadro 3:

Quadro 3 - Níveis de Criticidade

Nível de criticidade	Caracterização
Tolerância Zero	Requisito que compõe o rol dos itens nos quais o Programa ABVTEX foca com prioridade. Uma não conformidade identificada numa destas questões é considerada inadmissível, no âmbito do Programa. A observância de uma não conformidade TOLERÂNCIA ZERO pode interromper o processo de auditoria e a empresa estará sujeita às penalidades do Programa
Crítico	Requisito de cumprimento obrigatório. A existência de ao menos uma não conformidade com este nível de criticidade leva a empresa a não ser aprovada.
Crítico+	Requisito de cumprimento obrigatório. Porém, diferentemente do Nível 'Crítico', este nível é aplicável somente ao Bloco Superior do Checklist. A existência de não conformidades com este nível, não reprova a empresa no Programa, mas impede que ela obtenha classificação superior (como Prata ou Ouro).
Maior	Requisito de cumprimento não obrigatório. O Programa ABVTEX poderá aceitar a não conformidade de um conjunto de itens com este nível de criticidade desde que seja atendido o cumprimento de um mínimo de requisitos.
Menor	Requisito de cumprimento não obrigatório, com importância inferior àqueles classificados com nível de criticidade 'MAIOR'. Da mesma forma, o Programa ABVTEX poderá aceitar a não conformidade de um conjunto de itens com este nível de criticidade.

Fonte: Regulamento Geral ABVTEX (2022)

Na condução da auditoria, estes níveis de criticidade apresentados no Quadro 3, aparecem ao lado de cada uma das questões avaliadas no *Checklist*, indicando o grau de importância de cada um dos requisitos. E, após a realização da auditoria estes níveis de criticidade são transformados em não conformidades, para então gerar a classificação da empresa.

5.2.4 Classificações

Ao realizar a auditoria, o Organismo de Auditoria irá avaliar a conformidade da empresa em cada um dos requisitos conforme as evidências apresentadas. A avaliação do auditor em campo, para cada um dos requisitos, poderá apontar os seguintes resultados: Conforme, Não Conforme, Não Conforme Parcial, Não Conforme Adicional ou Não se Aplica. (ABVTEX, 2022)

E, após a realização da auditoria, o Organismo de Auditoria gera o respectivo relatório para cada planta específica (CNPJ), apresentando todas as conformidades e não conformidades encontradas. O relatório de auditoria indica a situação do fornecedor e/ou subcontratado perante o Programa ABVTEX, identificando o resultado final da auditoria realizada.

Para a definição do resultado final da auditoria, são computadas exclusivamente as não conformidades encontradas, com seus respectivos níveis de criticidade. Assim, na avaliação final serão levadas em consideração os critérios a seguir:

- As não conformidades TOLERÂNCIA ZERO e CRÍTICO são excludentes. Nesse sentido, a observância de uma não criticidade com esse nível automaticamente gera a reprovação da empresa no Programa ABVTEX;
- A não conformidade CRÍTICO+ também é excludente, porém apenas para a obtenção de uma classificação Superior;
- Para cada não conformidade MAIOR, serão atribuídos 2 (dois) pontos negativos;
- Para cada não conformidade MENOR, será atribuído 1 (um) ponto negativo;
- O apontamento NA (Não Aplicável) é neutro para o resultado final da auditoria. (ABVTEX, 2022)

Com esses princípios, uma planta (CNPJ) aprovada em auditoria poderá ser classificada em uma de 3 categorias: Bronze, Prata e Ouro, de acordo com as seguintes regras apresentadas no Quadro 4:

Quadro 4 - Classificação ABVTEX

Classificação	Requisitos
Bronze	Avaliação da empresa somente pelo Bloco Básico; Não possuir nenhuma não conformidade TOLERÂNCIA ZERO; Não possuir nenhuma não conformidade CRÍTICO; Máximo de 16 (dezesesseis) Pontos Perdidos entre não conformidades MAIOR e MENOR, independentemente de Bloco Temático; Máximo de 1 (uma) não conformidade MAIOR por bloco temático.
Prata	Avaliação da empresa pelo Checklist Completo (Básico + Superior); Cumprir todos os requisitos previstos para obtenção da categoria Bronze; Não possuir nenhuma não conformidade MAIOR, no Bloco Básico, independentemente de Bloco Temático; Máximo de 25 (vinte e cinco) Pontos Perdidos entre não conformidades MAIOR e MENOR, no Checklist Completo; Não possuir nenhuma não conformidade CRÍTICO+, no Bloco Superior.
Ouro	Avaliação da empresa pelo Checklist Completo (Básico + Superior); Cumprir todos os requisitos previstos para obtenção das categorias Bronze e Prata; Não possuir nenhuma não conformidade MAIOR, no Bloco Superior, independentemente de Bloco Temático; Máximo de 10 (dez) Pontos Perdidos de não conformidades MENOR, no Checklist Completo.

Fonte: Regulamento Geral ABVTEX (2022)

A empresa receberá a classificação conforme os requisitos atendidos (vide Quadro 4) e será emitido um Certificado de Aprovação via Sistema do Programa. Este certificado identifica que a empresa passou pela auditoria no padrão ABVTEX e recebeu a aprovação. Além disso, o certificado fornece também a data de validade da auditoria.

5.2.5 Validade da Auditoria

A partir da finalização do relatório de Auditoria Inicial, a empresa deverá realizar anualmente uma Auditoria de Renovação para manter-se aprovada perante o Programa ABVTEX e manter seu status no Programa. A data de aprovação na Auditoria Inicial, constante do Certificado de Aprovação e disponível no Sistema do Programa, fixa a data de aniversário de sua aprovação, a qual deverá ser renovada anualmente. (ABVTEX, 2022)

Uma Auditoria de Renovação poderá ser solicitada pela empresa interessada com a antecedência de 4 meses antes da data de aniversário, prazo no qual deverá ser realizada tanto a Auditoria de Renovação como, eventualmente, uma Auditoria *Follow Up*.

Para todos os efeitos, a data de aniversário constitui em data limite para que a aprovação da empresa seja revalidada. Caso a empresa não consiga revalidar seu Certificado de Aprovação até a data de aniversário, ficará suspensa no Programa ABVTEX até que regularize sua situação. (ABVTEX, 2022)

5.2.6 Selo ABVTEX

Com o intuito de identificar as empresas participantes do Programa ABVTEX, que possuem compromissos com os princípios éticos de condições dignas de trabalho, a ABVTEX instituiu o Selo ABVTEX, que poderá ser utilizado por Fornecedores e seus Subcontratados aprovados no processo de auditoria, durante o prazo de validade do Certificado de Aprovação, em acordo com as regras estabelecidas pelas Normas de Uso do Selo ABVTEX.

Importante ressaltar que é vedado o uso do Selo ABVTEX sem a autorização e o conhecimento prévio da instituição e o uso inadequado do mesmo poderá causar o cancelamento da aprovação no Programa.

É vedado o uso do Selo ABVTEX nas seguintes condições:

- Antes da emissão do Certificado de Aprovação;
- Em períodos de suspensão do Programa ABVTEX, tanto para os fornecedores como para seus subcontratados;
- Em caso de cancelamento do Certificado de Aprovação; e
- Em divulgações em desacordo com esta Norma. (ABVTEX, 2022)

Para qualquer tipo de divulgação, contendo a logomarca do Selo ABVTEX, os Fornecedores e/ou Subcontratados devem submeter o material à aprovação, antes de seu uso. E, da mesma forma, o Fornecedor e/ou Subcontratado que for suspenso do Programa deve retirar imediatamente todo e qualquer material que contenha o Selo ABVTEX. (ABVTEX, 2022)

A empresa fornecedora e/ou subcontratada que optar e realizar a renovação do Certificado de Aprovação no *Checklist* Básico terá a classificação 'Aprovada' e deverá usar o selo tradicional azul e verde (Figura 3):

Figura 3 - Selo ABVTEX



Fonte: Regulamento Geral ABVTEX (2022)

Já a empresa fornecedora e/ou subcontratada que realizar a auditoria no *Checklist* Completo (Básico + Superior) poderá ter a classificação em Ouro, Prata ou Bronze e deverá usar o selo correspondente à classificação obtida (Figura 4):

Figura 4 - Selo ABVTEX Ouro, Prata e Bronze



Fonte: Regulamento Geral ABVTEX (2022)

É importante ressaltar que não são permitidas alterações de cor e inclusão de textos não autorizados, é permitida somente a alteração de tamanho da fonte utilizada na imagem, desde que respeitadas as medidas proporcionais e o tamanho mínimo exigido (25mm).

A posse destes selos garante que a empresa passou pela certificação de fornecedores ABVTEX, a qual busca estabelecer um padrão social e ambiental criado

e gerido por um comitê gestor do varejo de abrangência nacional. Essa certificação tem permitido a criação de um padrão a ser seguido pelos fornecedores de vestuário, com auditoria realizada por empresas terceiras, as quais são analisadas e aprovadas para tal, sob a validação da ABVTEX.

6 METODOLOGIA

O objetivo desta pesquisa foi analisar como a implementação da certificação ABVTEX pôde contribuir nos aspectos ambientais e sociais da empresa Alpha, localizada em Criciúma, a qual segue o modelo *Fast Fashion*. Para esta proposta, definiu-se que a pesquisa possui natureza básica, a qual caracteriza-se por “aglutinar estudos que tem como objetivo completar uma lacuna no conhecimento”. (GIL, 2002, p.26)

Para atendimento ao objetivo proposto, a pesquisa desenvolvida se caracterizou como de caráter exploratório e descritivo. Sendo que a pesquisa exploratória, segundo Gil (2002, p. 41), “tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses, incluindo levantamento bibliográfico e entrevistas. Ainda o mesmo autor (Gil, 2002, p. 42), ressalta que o estudo descritivo tem como objetivo principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno.

Enquanto abordagem do problema, definido nesta pesquisa em analisar a contribuição social e ambiental, com a implementação da certificação ABVTEX no modelo *Fast Fashion*, utilizou-se o método qualitativo, que, de acordo com Levy (2005), é uma metodologia que vem sendo adotada crescentemente em diversas pesquisas, tendo como propósito explorar o subjetivo e pessoal do entrevistado na sua experiência vivida, que será expressada de forma descritiva. (LEVY, 2005)

De acordo com Gephart (2004), a pesquisa qualitativa fornece uma narrativa da visão da realidade dos indivíduos, sendo altamente descritiva. Ela ainda dá ênfase aos detalhes situacionais, permitindo uma boa descrição dos processos. (GEPHART, 2004).

A abordagem qualitativa justifica-se para a análise dos resultados, em maior profundidade, dos dados obtidos por meio da aplicação do questionário de pesquisa, bem como para a análise na continuidade do estudo realizado por Comin (2013).

O procedimento técnico utilizado para o desenvolvimento da pesquisa configurou-se no método de estudo de caso. Gil (2002) conceitua o estudo de caso como um estudo aprofundado sobre objetos que podem ser um indivíduo, uma organização, um grupo ou um fenômeno e que pode ser aplicado nas mais diversas

áreas do conhecimento. O estudo de caso permite, conforme Gil (2002), que o objeto estudado tenha preservada sua unidade, mesmo que ele se entrelace com o contexto onde está inserido; que sejam formuladas hipóteses e teorias; e permite a explicação de variáveis em situações ainda que complexas. (GIL, 2002). O referido estudo de caso foi realizado na empresa Alpha, confecção localizada na cidade de Criciúma em Santa Catarina. (APÊNDICE A)

Para a coleta de dados, foi utilizado o questionário de pesquisa, com perguntas semiabertas, a qual é caracterizada por combinar perguntas fechadas e abertas, onde o entrevistado tem a possibilidade de discorrer sobre o assunto em questão sem se prender à indagação formulada. (MINAYO, 2009)

A pesquisa foi realizada com uma colaboradora da empresa, no período de 22 de abril a 9 de maio de 2022, a qual ingressou há sete anos, no setor de qualidade, tendo como função a auditoria e controladoria dos subcontratados que prestam serviços de acordo com o regulamento da ABVTEX e dos clientes.

O questionário (Apêndice B) foi aplicado na empresa Alpha, diretamente com a colaboradora por meio de 17 perguntas abertas, nas quais a mesma transcreveu de forma direta e foi deixada à vontade para expressar todo seu conhecimento.

Outro instrumento utilizado para o levantamento de dados, foi o documento com informações sobre a empresa, o qual é repassado no primeiro dia do contratado como forma de integração do mesmo. Junto a esses materiais, foi validado, o material bibliográfico de Comin (2013), na época, funcionária da empresa e acadêmica do curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, a qual teve como objetivo, reunir elementos para subsidiar a empresa Alpha a obter a certificação e estar apta a fornecer para as empresas varejistas signatárias associadas à ABVTEX. Desta forma, foi realizada uma análise documental, a qual é definida, conforme expressa Silva, Almeida e Guindani (2009, p. 5), “[...] um procedimento que se utiliza de métodos e técnicas para a apreensão, compreensão e análise de documentos dos mais variados tipos”.

Após a coleta, os dados foram transcritos em forma de tabela e analisados à luz do referencial teórico.

7 APRESENTAÇÃO DO QUESTIONÁRIO

O principal objetivo deste trabalho é a continuidade da análise realizada em 2013 pela acadêmica de Design de Moda Suelen Borges Comin a qual destinou seu estudo na implantação da certificação ABVTEX na empresa Alpha.

O prosseguimento do estudo aconteceu através da implementação de uma pesquisa, em forma de questionário, com uma colaboradora da empresa “Alpha” a fim de verificar como a certificação proporcionou as mudanças econômicas, sociais e ambientais na empresa. A colaboradora iniciou suas atividades na empresa no setor de qualidade, e hoje atua na função de auditoria e controladoria dos subcontratados que prestam serviços de acordo com o regulamento da ABVTEX e clientes.

Em síntese, as perguntas se direcionaram para o crescimento da empresa ao longo dos anos, bem como sua preocupação com a sustentabilidade por se tratar de um modelo de negócio *Fast Fashion*.

O questionário procurou analisar aspectos da empresa antes e após a implementação da certificação, principalmente relacionados a requisitos de sustentabilidade, envolvendo ações ambientais e sociais no modelo *Fast Fashion*. E, além disso, avaliar o envolvimento, ações implementadas e preocupação da empresa com os pilares da sustentabilidade, principalmente por tratar-se de uma empresa que segue o modelo *Fast Fashion*, possuindo um ciclo de criação e vida curtos para seus produtos, o que impacta diretamente em aspectos sociais e ambientais.

Desta forma, procurou-se comparar e avaliar os impactos da certificação ABVTEX na empresa, após sua implementação, analisando questões sociais e ambientais no modelo de negócio *Fast Fashion*.

7.1 HISTÓRICO DA EMPRESA

A empresa Alpha possui trinta e quatro anos de história no ramo da confecção. Iniciou suas atividades no estado do Rio grande do Sul, mais precisamente na cidade de Sapucaia do Sul, sendo transferida para a cidade de Nova Veneza, no estado de Santa Catarina, há treze anos por conta de insuficiência de mão de obra naquela região.

O proprietário da empresa, antes de entrar no ramo da confecção, tinha um cargo como administrador de empresa. Após uma conversa com um familiar que era representante de tecido sobre a possibilidade de empreender, surgiu a oportunidade de iniciar com produção de bottons nos tecidos de sarja e índigo.

A iniciação ocorreu na garagem de sua casa, com uma máquina de costura, uma costureira e uma modelista, o que foi o ponto principal para as primeiras vendas de aproximadamente vinte peças. As produções começaram a aumentar juntamente com as vendas, proporcionando o aumento do quadro de funcionários.

Com o sucesso das vendas e o aumento das produções, o proprietário precisou se desligar do emprego que ainda continuava para ter um foco maior no seu negócio que estava crescendo. Com seu valor da rescisão, conseguiu implementar melhorias estruturais em seu empreendimento.

Após ter contato com conhecidos de uma empresa maior do ramo de magazine, o mesmo começou a produzir para estes e precisou construir uma estrutura maior e ter mais funcionários para atender a demanda.

Sendo assim, a empresa Alpha Confecções, teve seu nome reconhecido desde o primeiro momento, quando possuía apenas dois colaboradores. Hoje, é uma grande prestadora de serviço para grandes magazines.

A empresa trabalha com o modelo *Fast Fashion*, atendendo ao segmento feminino, masculino e infantil. Possui uma estrutura que vai desde o desenvolvimento até a expedição, terceirizando processos como lavanderia, bordado, tingimento, estamparia e alguns acabamentos.

A matriz está localizada no distrito de Caravaggio, na cidade de Nova Veneza, e possui duzentos e quarenta e nove profissionais e três filiais com total de duzentos profissionais, uma loja física e iniciando um novo projeto de tecido plano com um total de quarenta profissionais.

Neste ano de 2022, está sendo o início de uma nova era para a empresa, que está apostando em um novo projeto. Além de jeans, a empresa está produzindo para os magazines roupas em tecido plano. Esta é uma nova aposta para os próximos anos, sem deixar de produzir com sustentabilidade econômica, social e ambiental, respeitando a diversidade e conectando desejos e pessoas.

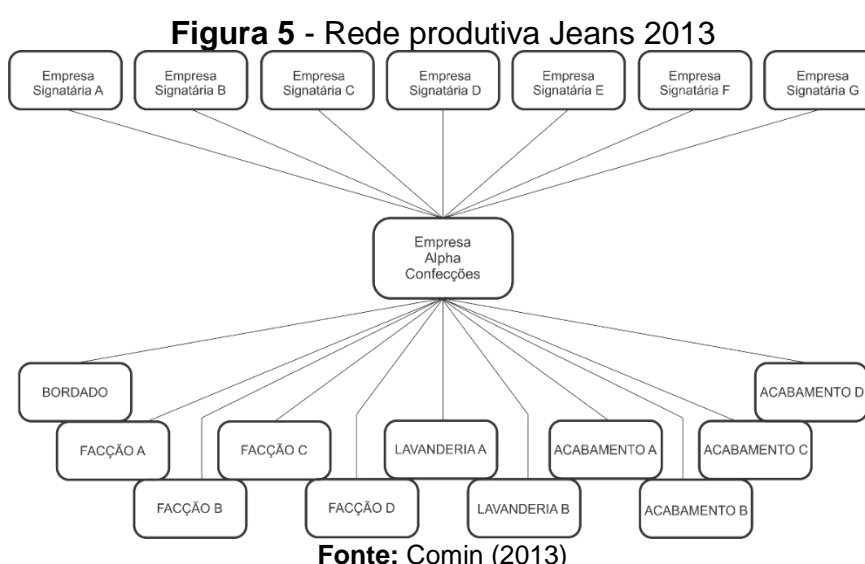
A visão da empresa é tornar-se, até 2023, a principal escolha como fornecedor de moda para clientes nacionais e a empresa mais desejada para se trabalhar no sul de Santa Catarina, no segmento.

7.2 COMPARATIVO DA EMPRESA DE 2013 A 2022

Inicialmente, foram coletadas algumas informações da empresa, referentes ao ano de 2013, antes da implementação da certificação ABVTEX. Estas informações e dados internos foram cedidos, por tratar-se de uma pesquisa realizada por colaborador da empresa, sendo sua autorização confirmada através do Termo de Autorização de Consentimento (Apêndice A), o qual está sob posse da acadêmica.

Com a implantação do programa ABVTEX, no ano de 2013, atualmente, a empresa Alpha Confecções se mantém com a certificação e principalmente com a missão de produzir com sustentabilidade econômica, social e ambiental, respeitando a diversidade e conectando desejos e pessoas.

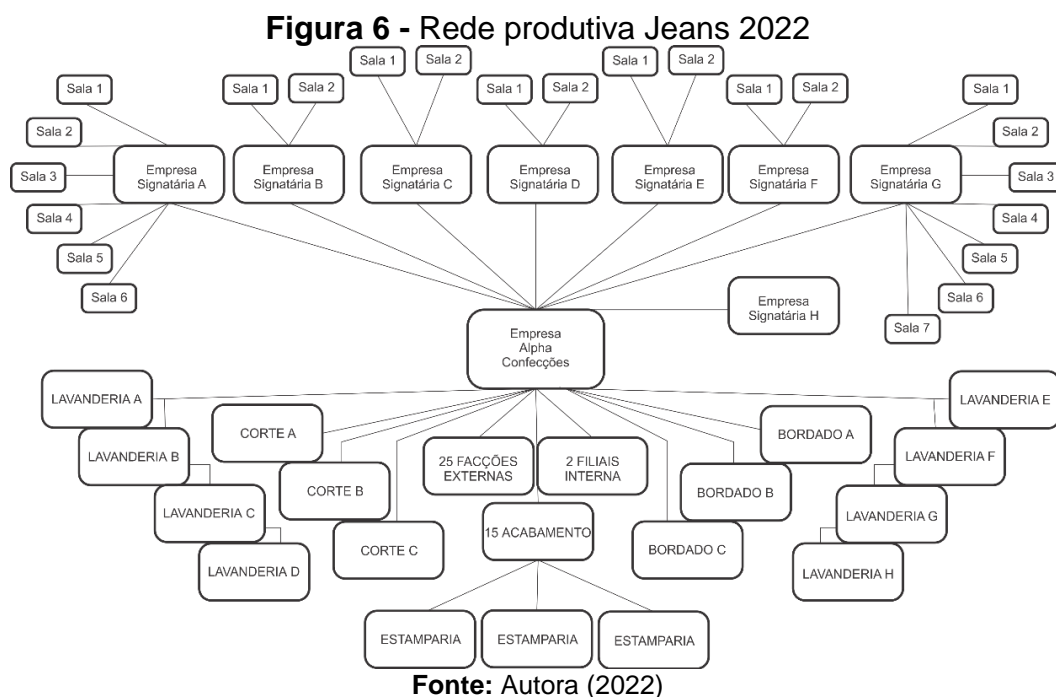
Na elaboração da pesquisa de Comin (2013), foi elaborado um fluxograma com as empresas signatárias e os terceiros que estavam presentes no momento que ocorreu a implantação da certificação, conforme apresentado na Figura 5.



No primeiro nível, encontram-se as marcas (clientes) que solicitam o serviço para a empresa. No elo intermediário, encontra-se a empresa Alpha, a qual

está sendo realizada a pesquisa. E, no último elo, encontram-se os processos terceirizados, sendo eles: bordado, facções, lavanderia, acabamento.

Em um comparativo com os dados atuais, pode-se perceber um aumento significativo no número de clientes e principalmente com o número de terceiros, conforme apresentado na Figura 6.

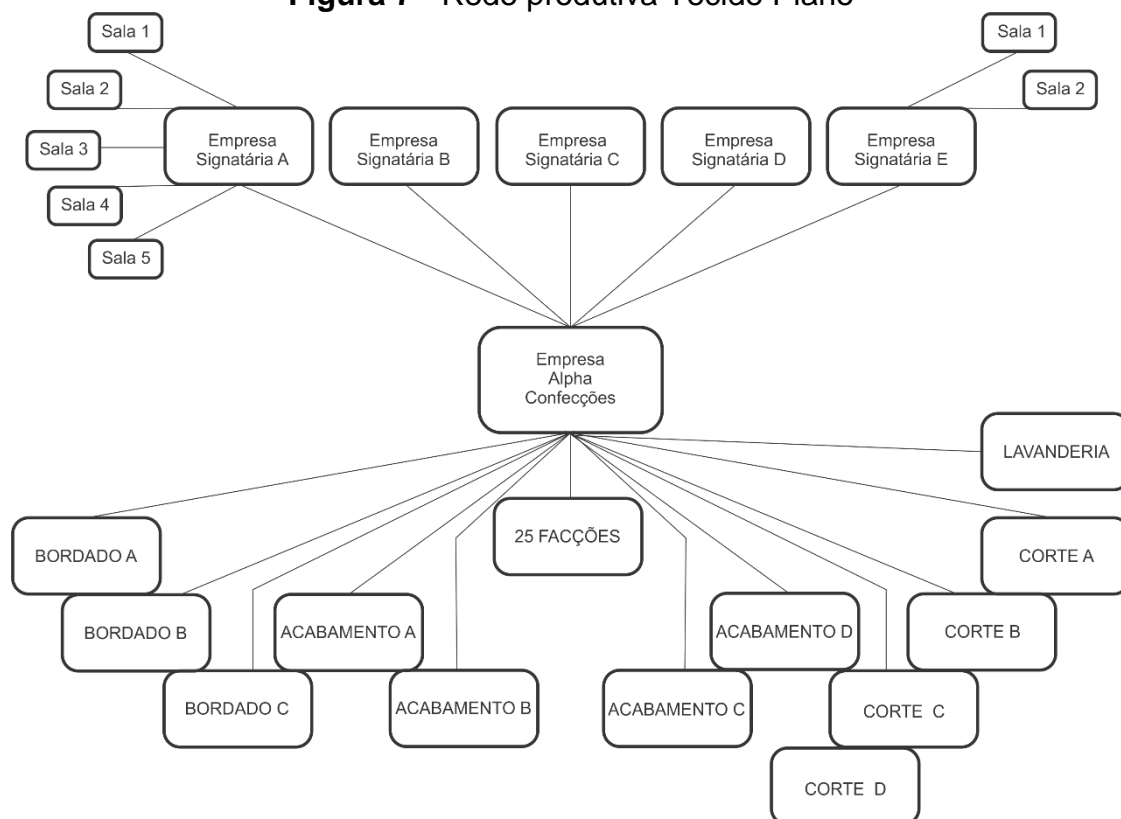


É perceptível, o grande crescimento da empresa ao longo destes anos. Em 2013, a empresa constituía-se com um total de sete clientes e hoje, total de oito marcas, porém com o surgimento de várias submarcas, como mostra por exemplo a empresa A, que cresceu e hoje possui seis *lifestyles* diferentes. Sendo assim, é possível afirmar, que não só a empresa Alpha cresceu, mas também seus clientes.

No elo intermediário temos a empresa Alpha, a qual faz ligação com todos os processos. E logo após, a atualização do número de subcontratados, os quais contabilizavam no ano de 2013 com um total de onze prestadores e hoje temos um total de cinquenta e sete fornecedores de serviço.

Além desses comparativos, também existe a implantação do Projeto de Tecido Plano, o qual iniciou no ano de 2022 e já consta com um número significativo de clientes da empresa Alpha e conectados a este, um número inicial de subcontratados para seguir com o processo de desenvolvimento, produção e acabamento, conforme pode ser observado na Figura 7.

Figura 7 - Rede produtiva Tecido Plano



Fonte: Autora (2022)

No primeiro nível, encontram-se os magazines (clientes) que solicitam o serviço para a empresa. Sendo que a empresa A contém cinco salas, ou seja, dentro do magazine A, existem submarcas as quais cada uma possui um *lifestyle* e persona diferente. No elo intermediário, encontra-se a empresa Alpha, a qual está sendo realizada a pesquisa. E, no último elo, encontram-se os terceirizados, sendo eles: bordado, facções, lavanderia, corte e acabamento.

A empresa está apostando nessa nova fase Alpha, e principalmente no novo projeto. Os dados acima (Figura 07) apresentam o investimento que está sendo realizado para que os objetivos e metas sejam cumpridos. Esse número só tende a aumentar, e além de gerar novos empregos para comunidade, a empresa é cada vez mais vista com seus valores de humildade, conexão, paixão, sustentabilidade e resultados.

No início da implantação da ABVTEX, por Comin (2013), a empresa Alpha passou por uma reunião com todos os representantes das empresas que prestavam serviços para a mesma, a fim de comunicar a decisão da implantação da certificação ABVTEX.

O principal objetivo era esclarecer os regulamentos da certificação e verificar se no momento era viável o investimento em reformas e ampliações de espaço físico.

Desde a reunião, a empresa iniciou um suporte aos seus prestadores para finalmente chegar o dia da auditoria e ter a pontuação mínima necessária para aprovação.

Em outubro de 2012, alguns ajustes começaram a ser avaliados internamente na empresa Alpha: um dos temas principais iniciou com o trabalho infantil, já que com a existência de funcionários com idade menor de 16 anos, seria exigido o contrato de aprendizagem de acordo com o regulamento. Hoje, a empresa consta no grupo de colaboradores como “menores aprendizes”, os quais muito deles depois da idade, acabam continuando seu trabalho na empresa de acordo com seu rendimento trabalhista ao longo dos anos.

Um dos requisitos também do estabelecimento foi apresentar proteção contra incêndio, equipamentos no combate ao fogo, pessoas treinadas para evacuação do local de acordo com a NR-23, os quais se mantêm até os dias atuais.

O refeitório necessitou ser reajustado para o armazenamento dos alimentos e do espaço arejado. Hoje, o refeitório continua com a mesma infraestrutura e permanece com o acompanhamento de nutricionista a qual tem função de gerenciar a equipe, e proporcionar uma boa alimentação para os colaboradores, não deixando de cuidar da higiene, desperdício e quantidades de alimento para cada funcionário.

Para segurança dos colaboradores, em 2012 foram iniciados alguns ajustes de sinalização. Para isso, a empresa precisou instalar placas de iluminação para saídas de emergências, realizou a troca de corrimão de madeira para tubo de alumínio da escada que faz a ligação dos setores, instalou fitas antiderrapantes nos degraus, implementou sinalização com placas nos banheiros para ambos os sexos, e necessitou implementar requisitos técnicos para manutenção e operação com frequência dentro do interno da empresa. Tais ajustes foram essenciais e permanecem até os dias atuais.

No ano de 2012, os funcionários do setor administrativo também receberam um suporte para os pés, *mouse pad* adaptado e descanso para as mãos, isso por conta de ter uma extensa carga horária em que o funcionário permanece trabalhando

no computador. Essa adequação permanece até o ano atual, e foi uma das melhores adaptações para que o ambiente ficasse confortável.

Além desses registros, foi implementado o uso de EPI's⁵ em situações de riscos, para os quais a empresa disponibilizou estes equipamentos. Como por exemplo, no setor de corte, onde passou a ser exigida a utilização de luvas de aço; e as costureiras, que passaram a trabalhar com tapa ouvido e óculos de proteção.

Hoje, ao ingressar na empresa, é realizada uma integração para o “novo colaborador”, onde é apresentada toda visão, missão, e valores da empresa, assim como também é apresentado toda história inicial, estrutura da mesma e as exigências a serem seguidas. Essa integração, conta com uma apresentação onde estão as diretrizes de convivência, normas gerais, os regulamentos de segurança de trabalho, o funcionamento da brigada de emergência, a apresentação da CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes), benefícios disponibilizados pela empresa para o colaborador, grupos de estudo que existem para o funcionário participar e canais de comunicação virtual e físico (nos pontos estratégicos).

Na apresentação ao novo colaborador, também é sinalizado sobre a certificação da ABVTEX e a responsabilidade que a empresa tem em estar com o certificado ouro. Sendo apresentado sobre a conscientização com o meio ambiente e como ocorre o monitoramento da cadeia produtiva. E, informados, também sobre os movimentos que são realizados para a comunidade, como as gestões de resíduos, programa de descarte correto, armário solidário, o reconhecimento sustentável e os processos de produção. Ao final dessa apresentação, o funcionário assina um termo de que está ciente do código de conduta da empresa e que concorda com as boas práticas que a empresa Alpha valoriza.

7.3 ANÁLISE DE DADOS DO QUESTIONÁRIO

A pesquisa foi realizada com uma colaboradora da empresa, no período de 22 de Abril a 9 de Maio de 2022, a qual com ingresso a sete anos atrás, iniciou seus trabalhos no setor de qualidade, tendo como função a auditoria e controladoria dos

⁵ Equipamento de Proteção Individual - qualquer meio ou dispositivo destinado a ser utilizado por uma pessoa contra possíveis riscos ameaçadores da sua saúde ou segurança durante o exercício de uma determinada atividade.

subcontratados que prestam serviços de acordo com o regulamento da ABVTEX e clientes.

Em 2020 esse cargo passou a ser nomeado como Sustentabilidade, no qual hoje a funcionária exerce as funções de desenvolver e acompanhar os projetos de sustentabilidade relacionados com a cadeia produtiva na geração de indicadores e gestão de resíduos. Assim como também, promover continuamente a sustentabilidade dentro e fora da empresa, prezando pelos pilares social, ambiental e econômico e permitindo também colocar em prática os valores da empresa.

O questionário (Apêndice B) foi aplicado na empresa Alpha, diretamente com a colaboradora por meio de 17 perguntas abertas, nas quais a mesma transcreveu de forma direta e foi deixada à vontade para expressar todo seu conhecimento. Após finalizada, a pesquisa foi enviada por e-mail e na sequência, suas respostas foram analisadas seguindo suas próprias palavras.

A primeira pergunta do roteiro do questionário, buscou compreender as mudanças que a empresa Alpha atingiu após a certificação ABVTEX, em relação à sustentabilidade e crescimento estrutural e econômico.

O retorno da primeira questão teve como resultado, a abertura de novos clientes, os quais ficaram visíveis na comparação de magazines no ano de 2013 para o ano de 2022, incluindo o novo projeto de tecido plano para abertura de mais portas para a empresa. Conforme Walter e Baggio (2017), utilizando desta estratégia de expansão de mercado, permite à empresa ter um forte desenvolvimento, sendo possível conseguir atingir um maior número de clientes, dentro da mesma área de atendimento e maximizando a lucratividade da empresa. (WALTER; BAGGIO, 2017)

A colaboradora relatou também a ocorrência de mitigação de riscos de passivos trabalhistas, e melhorias significativas e fundamentais para a sustentabilidade dos negócios.

Em seguida, o questionário buscou compreender as mudanças ambientais e sociais que ocorreram em relação ao colaborador, e quais impactos ocorreram com a implantação do programa na empresa Alpha.

De acordo com a colaboradora, ocorreu uma melhoria no ambiente de trabalho e redução de acidentes, conquistando maior retenção de mão de obra e melhoria do grau de satisfação dos colaboradores. Fato este de extrema importância, pois conforme Cavassani e Biazin (2006), toda organização deve se preocupar em

oferecer um ambiente que traga ao indivíduo: conforto, respeito, segurança e bem-estar, entre outros. Ou seja, a organização deve oferecer um ambiente propício e que favoreça o uso de suas capacidades.

Em relação aos impactos positivos, a empresa desenvolveu o setor de Sustentabilidade e iniciou seus estudos para ter os méritos pelos quais é reconhecida hoje, como por exemplo: o selo Ouro da ABVTEX com os quatro pilares principais em combater o trabalho análogo escravo, combater o trabalho infantil, reduzir a informalidade no setor e cumprimento da legislação trabalhista. Além disso, a empresa passou a ser reconhecida como melhores práticas de sustentabilidade ambiental no ano de 2022 e teve participação no movimento ODS (Objetivos do Desenvolvimento Sustentável) o qual tem como objetivo assumir a responsabilidade de contribuir para o alcance dos objetivos de desenvolvimento sustentável.

Na terceira pergunta, buscou-se atualizar os dados de fornecedores tanto no segmento do jeans quanto do plano (ou seja, que fornecem algum tipo de serviço) e quantos clientes (magazine) atualmente estão presentes na carteira de trabalho da empresa Alpha, buscou-se também mensurar a quantidade de funcionários diretos atualizado.

Sendo assim, existiu o retorno da pergunta para um total de cinquenta e nove subcontratados do jeans e quarenta e dois subcontratados do plano. E um total de nove marcas (clientes) entre jeans e plano, sendo que três deles fazem parte do programa ABVTEX.

O total de funcionários diretos da empresa Alpha hoje, consta com quatrocentos e noventa funcionários.

Na sequência, foi questionado em termos sociais, se ocorria alguma ação em conjunto com o colaborador antes da certificação da ABVTEX e o que mudou até então a partir disso.

A participante ou colaboradora ressaltou que em 2012 com a implantação da certificação iniciou-se a necessidade de uma atenção aos gerentes e supervisores para dar suporte a cada equipe, mas que isso não tinha costume de acontecer. Atualmente as ações são mais praticadas e difundidas dentro da empresa, existindo programas que visam gerar um ambiente de trabalho saudável, como: treinamento de liderança, melhorias de processos, promoções e grupos de estudos como por exemplo o “costurando ideias” que ocorrem com uma seleção de funcionários a cada 6 meses

para fazer encontros com sugestões de melhorias e ideias. Isso possibilita à empresa o desenvolvimento do pensar em equipe e a formação de líderes, o que para Almeida (2022) e Novaes é muito importante para o processo, já que a formação de líderes eficientes e eficazes em uma organização visa proporcionar um ambiente fértil ao desenvolvimento do capital intelectual. (ALMEIDA; NOVAES, 2008)

Na quinta pergunta, foi questionado se a empresa Alpha possuía alguma ação em 2013 em relação à questão ambiental, e em relação aos dias atuais como estariam essas iniciativas.

O retorno da pergunta foi bem satisfatório, sendo que a colaboradora ressaltou que com as necessidades da ABVTEX, foi avaliado a importância de estar com um pensamento no futuro. Sendo assim, as ações foram iniciadas e praticadas dentro da empresa. Possuindo então, o programa de coleta seletiva (reciclagem dos resíduos) onde os resíduos são separados por cores (amarelo, preto, cinza, vermelho e azul); e todos esses destinos possuem um espaço específico na empresa para depois seguir para a central de resíduos. Outra iniciativa da empresa é o descarte correto de pilhas e baterias.

E o descarte de esponjas, onde o valor arrecadado é doado para entidades que necessitam. Ocorre também o controle e monitoramento de substâncias restritas na cadeia de fornecimento, como por exemplo a utilização da matéria prima sustentável (algodão com certificação BCI⁶ e viscose certificada *Lenzing*⁷), e agora mais uma exigência de um dos clientes que é o cuidado para não utilizar o material níquel pois possui considerado nível de toxicidade, principalmente nos aviamentos de metais, exigindo a troca para níquel *free*.

Em seguida, foi questionado sobre a imagem que a empresa Alpha passa para a comunidade e os clientes, e como a empresa está buscando ter uma percepção cada vez melhor ao longo dos anos.

A colaboradora ressaltou que a empresa cresceu e evoluiu atendendo os critérios e exigências dos clientes, mas que nunca deixou de ter seus valores e missão

⁶ *Better Cotton Initiative* - órgão internacional sem fins lucrativos que reúne toda a cadeia produtiva do algodão. A certificação BCI tem como meta o cultivo sustentável do algodão. Seus principais objetivos são a redução do uso de água, melhora nas condições de trabalho e transparência em toda cadeia produtiva.

⁷ Segue um novo padrão em viscose eco responsável por ser derivado de fontes renováveis de madeira que geram até 50% menos emissões de CO2 e impacto na água em comparação com a viscose genérica.

em se tornar uma das melhores empresas para se trabalhar. Sendo responsável, garantindo qualidade do produto em processo, atendendo prazos com menor custo, superando as expectativas do cliente e acreditando em um mundo melhor.

Na sétima pergunta, foi questionado sobre a contratação dos subcontratados na terceirização do trabalho, se todos precisam estar com a implantação da ABVTEX e quais características esse mesmo terceiro precisa ter para trabalhar com a empresa Alpha.

A colaboradora esclareceu que todo fornecedor precisa estar apto com a certificação ABVTEX, antes de qualquer contratação, seguindo alguns requisitos como: implementação do PPRA (Programa de Prevenção de Riscos Ambientais); cumprimento das exigências do PCMSO (Programa de Controle Médico e Saúde Ocupacional); atualização do ASO (Atestado de Saúde Ocupacional); estabelecimento da CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes); carga horária da empresa dentro do permitido na legislação; uso de notas fiscais; e, atendimento aos requisitos de conforto e ergonomia. Para isso, é realizada uma auditoria inicial na empresa a fim de avaliar se a mesma cumpre com os requisitos da ABVTEX. Além desses requisitos, o fornecedor precisa cumprir com o código de conduta da empresa Alpha, como também ser responsável com a pontualidade e qualidade.

Em seguida, foi questionado sobre o certificado Ouro que a empresa Alpha conquistou, e o que essa conquista proporcionou. Sendo que, segundo o Regulamento Geral do Programa ABVTEX, a obtenção da certificação Ouro significa que a empresa possui um conjunto de práticas, observadas em auditoria, superior ao atendimento dos requisitos de responsabilidade social básicos exigidos e com atendimento dos requisitos ambientais e de governança *compliance*. (ABVTEX, 2022)

A participante contribuiu alegando que essa obtenção é fruto de uma alta gestão no cumprimento dos requisitos do regulamento da ABVTEX.

Na nona pergunta, buscou-se entender as ações sociais e ambientais que são desenvolvidas pela empresa Alpha, em prol da comunidade, bem como identificar quais são e como funcionam.

Sendo assim, verificou-se a participação no movimento ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável) de Santa Catarina o qual, realiza ações pautadas em 17 objetivos, sendo eles: Erradicação da pobreza; Fome Zero; Saúde e Bem estar;

Educação de Qualidade; Igualdade de Gênero; Água Potável e Saneamento; Energia Limpa e Acessível; Trabalho Decente e Crescimento Econômico; Indústria, Inovação e Infraestrutura; Redução das Desigualdades; Cidades e Comunidades Sustentáveis; Consumo e Produção Responsáveis; Ação contra a Mudança Global do Clima; Vida na Água; Vida Terrestre; Paz, Justiça e Instituições Eficazes; e Parcerias e Meios de Implementação.

Dessa forma, visando sempre o comprometimento e preocupação com a comunidade. Assim como também é realizado doação de retalhos de tecidos para entidades sem fins lucrativos; e é apoiadora de projetos em Hospitais (Projeto Heróis de Verdade Hospital São José de Criciúma) o qual busca apoio junto a sociedade, trazendo melhorias ao tratamento dos pacientes (SUS) e mantendo os serviços de atendimento prestados à comunidade, principalmente o tratamento de câncer infantil; é apoiadora do Bairro da Juventude de Criciúma; apoiadora de projetos de Reciclagem de Nova Veneza, campanhas de arrecadação de lacres de alumínio, tampinhas de plástico, roupas e alimentos que são doadas para a comunidade.

Em seguida, foi perguntado se existe alguma ação de iniciativa da empresa Alpha sem que seja de exigência do Programa da ABVTEX em prol do trabalhador.

A resposta coletada se estabeleceu em que a empresa realiza diversas ações visando o bem estar dos colaboradores, tais como as ações descritas: benefício de plano de saúde, transporte gratuito, prêmio de assiduidade (sem apresentar atestado e sem faltar no mês o empregado recebe um bônus), refeição por R\$1,50 ao dia, comemoração de datas importantes (dia da costureira, dia do trabalhador, outubro rosa, setembro amarelo, novembro azul, natal, etc.), horta solidária (onde o funcionário pode colher o que desejar da horta e levar para casa), vale compras no mês do seu aniversário, plataforma Credits (em datas comemorativas como dia das mães, dia dos pais, dia das crianças e natal, a empresa Alpha disponibiliza para o funcionário utilizar um crédito online para comprar em algumas lojas específicas, e esse crédito depois é descontado na folha de pagamento).

Outra ação de destaque é a “indique bem” (se o funcionário indicar uma pessoa para uma vaga e essa pessoa passar dos três meses de experiência, o funcionário que indicou recebe em bônus pela indicação de sucesso). E, por último, a empresa Alpha conta com um número no aplicativo *Whatsapp* que possui todos os contatos dos funcionários, e através desta plataforma são repassadas vagas de

emprego, conquistas, aniversariantes do mês, informações de saúde e toda informação interna que seja interessante é enviado para cada colaborador. Esse mesmo número canal serve também para receber elogios, reclamações e ideias dos funcionários.

Ainda no questionário, foi realizada a pergunta se a preocupação com a sustentabilidade iniciou a partir do programa da ABVTEX ou se faz parte dos princípios da empresa Alpha mesmo sendo uma empresa que trabalha com o *Fast Fashion*, e qual a pretensão futuramente dentro do pilar de sustentabilidade neste modelo. Sendo esta uma pergunta de suma importância, já que devido à crise ambiental e ao consumismo desenfreado que afetam o mundo atualmente, nota-se uma crescente preocupação mundial e a questão da sustentabilidade passa a ser de interesse de Governos, Organizações e da Sociedade Civil em geral que percebem a necessidade de respostas urgentes da sociedade para enfrentar este problema. (ARAÚJO; BROEGA, 2014)

Em retorno da pergunta, a colaboradora esclareceu que a sustentabilidade está dentro dos valores da empresa, visando promover continuamente a sustentabilidade dentro e fora da mesma, prezando pelos pilares sociais, ambientais e econômicos. Assim como também, a empresa Alpha pretende continuar apoiando seus clientes na busca por uma moda rápida e sustentável, sem deixar seus valores de lado.

Aspecto este muito importante, já que apesar do sistema de moda ser um ramo que normalmente visa a produção e o consumo desenfreado com a efemeridade a dominar o ciclo de vida dos produtos, onde se observa a predominância da indústria do *Fast Fashion*, baseada principalmente na resposta rápida, atualmente, começa a surgir um novo paradigma, que privilegia o bem-estar, e com as questões ambientais e que procura produzir peças ambientalmente corretas, seja na escolha dos materiais têxteis ou mesmo pensando em como pode ser feito o processo de reciclagem das mesmas. (ARAÚJO; BROEGA, 2014)

Para finalizar, a última pergunta se estabeleceu em como a empresa Alpha visualiza a sustentabilidade dentro do modelo *Fast Fashion*.

Em resposta, a colaboradora concluiu que o *Fast Fashion* está cada vez mais em busca de novas alternativas nas formas de produção da indústria têxtil, desde a escolha de materiais e processos sustentáveis, até a produção das peças, sem

exploração de mão de obra, com remuneração justa e um local de trabalho digno e saudável para todos.

As preocupações com os materiais sustentáveis estão sendo significativas na moda rápida. As fibras sustentáveis, por exemplo, vêm impulsionando uma abordagem têxtil circular e acredita-se que a moda exclui quem não é transparente.

Com a realização do questionário, foi possível identificar em como a preocupação com a sustentabilidade está presente nos valores da empresa Alpha, da mesma forma que é presente a preocupação com todos os colaboradores que integram a estrutura.

Mesmo sendo uma empresa de moda rápida, a empresa analisada no questionário demonstra diversas preocupações com o meio-ambiente e questões sociais. A empresa está preocupada com todos os setores da sua cadeia produtiva, utilizando matérias-primas certificadas, apresentando cuidados com o meio-ambiente e consumo dos recursos naturais e implementados ações de cuidados e valorização da equipe, além de mostrar-se preocupada e engajadas com ações sociais na comunidade em que está inserida.

Na finalização do questionário, quando questionada sobre como é fazer parte da empresa Alpha, e principalmente com a responsabilidade ambiental e social que hoje está inserida, a colaboradora pontuou as seguintes informações:

“Fazer parte da empresa com a responsabilidade socioambiental é desafiador, e uma das principais dificuldades é encontrar o equilíbrio no desenvolvimento de práticas mais sustentáveis sem comprometer o crescimento econômico da empresa. A conscientização das pessoas no processo também é um desafio que vai se disseminando em pequenos passos, através da adaptação dos valores da empresa. Tudo isso é compensador, saber que a empresa está olhando para o ser humano e o mundo, me faz ter a certeza que estamos fazendo a diferença para esta e para as futuras gerações”. (Participante da pesquisa, 2022)

A partir desses dados obtidos, considera-se que a sustentabilidade é o caminho que leva a um futuro seguro, e que deve ser colocada em prática nas empresas e principalmente na vivência de cada ser humano. O respeito ao meio que estamos inseridos é de extrema importância, e a mudança de hábitos de consumo deve ser avaliada com muita urgência para uma melhor contribuição para o planeta.

Conforme relatos da própria colaboradora, reafirma-se que hoje, a empresa Alpha, segue além dos valores exigidos pelo cliente. Para além disso, ela exerce

ações e projetos em prol do funcionário, do meio-ambiente e da comunidade em que está inserida, integrando em seus próprios valores, a contribuição e comprometimento com a sustentabilidade, mesmo trabalhando no modelo de negócio *Fast Fashion*. E, todo esse desenvolvimento e envolvimento com ações sustentáveis, tornou-se muito mais expressivo após a implementação da certificação ABVTEX, refletindo assim nos resultados e crescimento da empresa.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A moda encontra-se como uma das áreas mais poluentes do mundo, e ao mesmo tempo, proporciona um dos ambientes mais deploráveis para as condições de trabalho do funcionário. Além dos problemas sociais que a mesma pode causar em relação aos colaboradores de grandes indústrias.

A indústria têxtil e o modelo de moda rápida possuem importância no que diz respeito à economia como um todo, mas em contrapartida esse sistema encontra-se em um processo problemático. O apetite pelo consumo de um produto material e ao mesmo tempo imaterial, faz com que em um curto período, uma busca de novidade seja encerrada com a chegada de um novo produto. Esse é um ciclo interminável, devido às grandes empresas de *Fast Fashion* terem criado um sistema de transmissão tão veloz. (PEGOS, 2015)

O sistema de moda rápida (*Fast Fashion*) está em constante crescimento, proporcionando nas indústrias de confecções um número elevado de empregabilidade, desenvolvimento de tendências em curto período, e aumento do faturamento nas grandes empresas. Porém, apesar de trazer resultados positivos para a economia, acarreta também em um consumismo em massa que gera alto índice de descartes, utilização desenfreada de recursos hídricos e descartes de roupas ao ar livre, tornando-se precursor de grandes impactos ambientais, sociais e econômicos. Além de impactos de responsabilidade social, dentro das empresas da cadeia produtiva.

Este sistema caracteriza-se pela volatilidade, velocidade, variedade e dinamismo, possibilitando o atendimento à demanda de mudança do mercado em poucas semanas. Entretanto, diante destas características, torna-se necessário que as empresas elaborem estratégias pelas quais possa haver um maior controle do sistema produtivo e monitoramento constante dos parceiros de negócio, surgindo neste aspecto, a certificação ABVTEX.

Diante disto, e seguindo o objetivo principal deste trabalho, analisou-se a contribuição da certificação ABVTEX na empresa Alpha, caracterizada por seguir um modelo de produção *Fast Fashion*.

O trabalho foi baseado na comparação e evolução da empresa após a certificação no ano de 2013, e estudo realizado, na época, pela colaboradora e autora Suelen Comin.

Para o alcance deste objetivo, antes de analisar a evolução da empresa, foi estudado a temática da sustentabilidade social e ambiental por meio da revisão de literatura, a qual trouxe bastante informação sobre a área. Foi também pesquisado sobre o mercado atual do *Fast Fashion*, no qual a grande maioria das empresas estão trabalhando. Analisou-se também a cadeia produtiva da moda, onde concluiu-se ser uma das cadeias mais amplas que existem atualmente, sendo que o produto tem um ciclo de vida muito curto possuindo muita variedade e rotatividade. Isso resulta em um incremento de problemas ambientais e sociais, por isso a importância de estudos e preocupação por parte das empresas a fim de minimizar os seus impactos. Além disso, foi também verificado por meio de artigos e informações da própria empresa, os impactos e resultados com a implementação do programa ABVTEX.

Pode-se concluir que a empresa em análise cresceu e hoje possui uma estrutura com seis *lifestyles* diferentes. Sendo assim, é possível afirmar, que não só a empresa Alpha cresceu, mas também seus clientes.

Além disso, também com o aumento da demanda, houve um crescimento no número de subcontratados, os quais contabilizavam no ano de 2013 com um total de onze prestadores e hoje tem-se um total de cinquenta e sete fornecedores de serviço.

Também se observou a iniciação do Projeto de Tecido Plano, o qual iniciou no ano de 2022 e já contribui com um número significativo de clientes para a empresa Alpha.

E mesmo com todo este crescimento comercial e produtivo, a empresa seguiu aplicando ações que contribuíssem com a sociedade e meio-ambiente, diversas delas relatadas pela colaboradora que havia realizado o estudo em 2013 e participou da pesquisa para avaliação atual da empresa. Conseguindo apresentar que, mesmo sendo uma empresa que segue o modelo *Fast Fashion*, existem possibilidades de ações e rotinas de produção com menores impactos sociais e ambientais. Sendo tudo isto possível mediante à certificação ABVTEX alcançada pela empresa.

Desta forma, com a conclusão do estudo foi possível aprimorar o conhecimento sobre o mercado da moda e seus impactos sociais e ambientais, e também avaliar formas de redução destes impactos, acompanhado os resultados na realidade da empresa.

Importante também ressaltar, que durante a realização do estudo surgiram algumas dificuldades, como: tempo de retorno das respostas ao questionário e no quantitativo de estudos e conteúdos referentes à certificação ABVTEX.

Como sugestões de estudos futuros, propõe-se que a empresa Alpha continue sendo estudada a fim de verificar os impactos com a implementação do novo projeto de tecido plano, iniciado em 2022, bem como avaliar o crescimento da empresa e seus impactos na sustentabilidade. E ainda, analisar as indústrias de moda da região de Criciúma avaliando quanto à participação no programa ABVTEX e impactos alcançados.

REFERÊNCIAS

ABVTEX. Associação Brasileira do Varejo Têxtil. Disponível em: <https://www.abvtex.org.br/>. Acesso em: 20 Mar. 2022.

ABVTEX. **Manual de Auditoria do Programa ABVTEX**. ABVTEX, 2022. Disponível em: [Manual de Auditoria - ABVTEX](#). Acesso em: 26 Mar. 2022.

ABVTEX. **Regulamento Geral do Programa ABVTEX**. ABVTEX, 2022. Disponível em: [Regulamento Geral - ABVTEX](#). Acesso em: 20 Mar. 2022.

ALMEIDA, M.I.R.; NOVAES, M.B.C. **Liderança e gestão estratégica de pessoas: duas faces da mesma moeda**. Santa Maria: UFSM, 2008. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/2734/273420272001.pdf>. Acesso em: 15 Mai. 2022.

AMATO NETO, J.; MARINHO, B.L.; AMATO, L.F. **Gestão estratégica de fornecedores e contratos: uma visão integrada**. São Paulo: Saraiva, 2014.

ARAÚJO, M.; BROEGA, A.C. **Sustentabilidade na moda e o consumo consciente**. Barcelona: APEC, 2014. Disponível em: https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/34492/1/APEC2014_MAruijo%20CBroega%20SMRibeiro.pdf. Acesso em: 17 Mai. 2022.

BERLIM, L. **Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária**. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2020.

BRUNINI, N.; GREINER, C. **Fast-Fashion nas redes do capitalismo artista**. E-periódico UNESP, 2017. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202017/COM_ORAL/co_4/co_4_Fast_fashion_nas_redes.pdf. Acesso em: 20 Ago. 2021.

CALLEFI, V.M.; COMIN, S.B. **Acreditação no varejo da indústria têxtil-confecção**. ModaPalavra e-periódico, nº 13, pág. 173-186. Florianópolis: UDESC, 2014. Disponível em: [Redalyc.Acreditação no varejo da indústria têxtil-confecção](#). Acesso em: 18 Mar. 2022.

CARVALHAL, A. **Moda com propósito**. Rio de Janeiro: Estação das Letras e Cores, 2017.

CARVALHO, L.R.M. **O ciclo de vida dos produtos da indústria *fast fashion***. Universidade de São Paulo, 2016. Disponível em: <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58106585>. Acesso em: 06 Out. 2021.

CARVALHO, W. **Moda e Economia: Fast Fashion, consumo e sustentabilidade**. 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/178760/Monografia%20da%20Wallentina%20Carvalho.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 23 Ago. 2021.

CAVASSANI, A.P.; BIAZIN, C.C. **Qualidade de vida no trabalho**: fatores que influenciam as organizações. Bauru: SIMPEP, 2006. Disponível em: https://simpep.feb.unesp.br/anais/anais_13/artigos/784.pdf. Acesso em: 17 Mai. 2022.

CFA – Conselho Federal de Administração. **Responsabilidade Socioambiental nas organizações**. Disponível em: <https://cfa.org.br/>. Acesso em: 19 mar. 2022.

CIETTA, E. **A revolução do fast-fashion**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

CIETTA, E. **A economia da moda**: porque hoje um bom modelo de negócios vale mais do que uma boa coleção. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

COBRA, M. **Marketing e moda**. 3 ed. São Paulo: Senac SP, 2019.

CORRÊA, H.L. **Gestão de redes de suprimentos**: integrando cadeias de suprimento no mundo globalizado. São Paulo: Atlas, 2010.

COSTA, S.; BERMAN, D.; HABIB, R. **150 anos da indústria têxtil brasileira**. Rio de Janeiro: SenaiCetiq/Texto&Arte, 2000.

COUTINHO, M; KAULING, G.B; **Fast Fashion e Slow Fashion**: o paradoxo e a transição. IFSC, 2019. Disponível em: https://repositorio.ifsc.edu.br/bitstream/handle/123456789/1045/tcc.marina_coutinho.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 20 Ago. 2021.

DELGADO, D. **Fast-Fashion**: estratégia para conquista do mercado globalizado. ModaPalavra e-periódico, nº 2, pág. 3-10. Florianópolis: UDESC, 2008. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/5140/514051713003.pdf>. Acesso em: 22 set. 2021.

ERNER, G. Tradução: Eric Roland René Heneault. **Vítimas da Moda? Como a criamos, por que a seguimos**. São Paulo: Senac SP, 2005.

FACCIONI, J.L. **The Black Book of fashion**: como ganhar dinheiro com moda. 1 ed. São Leopoldo/RS: Editora UseFashion, 2011.

FAJARDO, E. **Consumo Consciente, Comércio Justo**: Conhecimento e Cidadania Como Fatores Econômicos. Rio de Janeiro: Editora Senac Nacional, 2010.

FERNANDES, C.J.S.G. **Impactos Socioambientais do sistema Fast Fashion**: uma análise do documentário “*The True Cost*”. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 2018. Disponível em: http://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/38765/1/2018_tcc_cjsgfernandes.pdf. Acesso em: 06 Out. 2021.

FLETCHER, K; GROSE, L. **Moda e Sustentabilidade**: Design Para Mudança. São Paulo: Editora Senac, 2011.

- FUJITA, R.M.L.; JORENTE, M.J. **A indústria têxtil no Brasil: uma perspectiva histórica e cultural**. ModaPalavra e-periódico, nº 15, pág. 153-174. Florianópolis: UDESC, 2015. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/5140/514051496008.pdf> . Acesso em: 13 Mar. 2022.
- GEPHART, R. P. **Qualitative Research and the Academy of Management Journal**. Academy of Management Journal, v. 47, n. 4, p. 454-462, 2004.
- GOULARTI FILHO, A.; JENOVEVA NETO, R. **A indústria do vestuário**. São Paulo: Letras contemporâneas, 1997.
- GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ªed. São Paulo: Atlas S/A, 2002.
- GROSE, V. **Merchandising de moda**. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.
- GUIMARÃES, R.M.F; IELPO, L.C.L. **O futuro do Fast Fashion e o consumo consciente**. 2017. Disponível em: http://www.cinm.org.br/cinm/anais/2017/02_02_05_O%20futuro%20do%20fast%20fashion%20e%20o%20consumo%20consciente.pdf. Acesso em: 23 Ago. 2021.
- GWILT, A. **Moda Sustentável: Um Guia Prático**. São Paulo: Editora Gustavo Gili, 2014.
- HAGUENAUER, L.; BAHIA, L.D.; CASTRO, P.F. de; RIBEIRO, M.B. **Evolução das Cadeias Produtivas Brasileiras na década de 90**. Texto para discussão nº 786, IPEA, abril, 2001. Disponível em: http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/995/1/TD_0786.pdf. Acesso em 29 Set. 2021.
- IEMI. **Relatório Setorial da Indústria Têxtil Brasileira**. São Paulo: Instituto de Estudos e Marketing Industrial, Brasil Têxtil, 2001.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. Rio de Janeiro: Prentice Hall, 2008.
- LEVY, S.J. **The evolution of qualitative research in consumer behavior**. Journal of Business Research, Athens, v.58, n.3, p.341-347, 2005.
- LOBO, R.N.; LIMEIRA, E.T.N.P.; MARQUES, R.N. **História e Sociologia da Moda: Evolução e Fenômenos Culturais**. 1 ed. São Paulo: Érica, 2014.
- MINAYO, M.C. **Pesquisa Social, teoria, método e criatividade**. Capítulo 3: Trabalho de campo: contexto de observação, interação e descoberta. Ed. Vozes. 2009.
- MORO, R.L.; PAULINO, S.R. **Análise do sistema de certificação de fornecedores do varejo do vestuário**. USP: XIX Engema. ISSN: 2359-1048, 2017. Disponível em: <http://engemausp.submissao.com.br/19/anais/arquivos/329.pdf>. Acesso em: 20 Mar. 2022.

MUNHOZ, J.P. **Um ensaio sobre o Fast Fashion e o contemporâneo**. 2012. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/moda/monografias/Julia.pdf>. Acesso em: 23 Ago. 2021.

NADER, G. **Com que roupa?** Guia prático de moda sustentável. São Paulo: Editora Paralela, 2021.

OSANAI, L. **Responsabilidade Social**: Responsabilidade Social é ação que proporciona a vida digna para a pessoa e tudo aquilo que está ao seu redor. 2012.

PEGOS, G.P. **A evolução da moda mediante os conceitos de Fast Fashion e Slow Fashion**. UFP, 2015. Disponível em: http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/5871/4/AP_CODEM_2015_2_07.pdf. Acesso em: 05 Set. 2021.

PINHEIRO-MACHADO, R. **Fábrica de sonhos em sweatshops**: dilemas da construção da igualdade da China pós-Mao. In: Roberto Kant de Lima (Org.). Antropologia e Direitos humanos. Pág. 350-388. Ed. Booklink. São Paulo, SP, 2008.

RECH, S.R. **Estrutura da Cadeia Produtiva da Moda**. ModaPalavra e-periódico, nº 1, pág. 7-20. Florianópolis: UDESC, 2008. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/5140/514051712004.pdf>. Acesso em: 29 set. 2021.

REFOSCO, E.; PESSOA, J. **A terceirização nas indústrias de vestuário**. Fortaleza: 9º colóquio de moda, 2013. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202013/ARTIGOS-DE-GT/Artigo-GT-Design-e-Processos-de-Producao-em-Moda/A-terceirizacao-na-industria-de-vestuario.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2022.

RODRIGUES, A.; DUPONT, F.; MÜLLER, J. **Um efeito borboleta**: a indústria da moda e meio-ambiente. 2021. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/empauta/um-efeito-borboleta-a-industria-da-moda-e-meio-ambiente/#:~:text=O%20impacto%20ambiental%20%C3%A9%20grande&text=Quando%20se%20fala%20no%20impacto,principalmente%2C%20o%20descarte%20dos%20res%C3%ADduos..> Acesso em: 27 mar. 2022.

ROUSSENQ, D; LINS, H.N. **Fast Fashion e trabalho indigno: o caso Zara Brasil**. II Jornada Nacional de Desenvolvimento e Políticas Públicas. Disponível em: <http://periodicos.unesc.net/seminariocsa/article/viewFile/4733/4326>. Acesso em: 05 out. 2021.

SANTIAGO, C. E. R. de; MORELLI, G. **Inovação no Varejo**: Fast Fashion e Pop Up Stores. Disponível em: <https://docplayer.com.br/10056909-Inovacao-no-varejo-fast-fashion-e-pop-up-stores-retail-innovation-fast-fashion-and-pop-up-stores.html>. Acesso em 21 set. 2021.

SAPPER, S.L. **Criação Versus Velocidade** – A desvalorização do processo criativo no modelo mercadológico *fast fashion*. *ModaPalavra e-periódico*, nº 9, pág. 33-51. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2012. Disponível em: <https://periodicos.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7774/5339>. Acesso em: 05 out. 2021.

SHAW, D.; KOUMBIS, D. **A compra profissional de moda**. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

SILVA, J. R.; ALMEIDA, C. D.; GUINDANI, J. F. **Pesquisa documental**: pistas teóricas e metodológicas. *Revista Brasileira de História e Ciências Sociais*, São Leopoldo, RS, Ano 1, n.1, 2009.

SILVA, T.G.; PONTES, J. **A moda no caminho da responsabilidade socioambiental**. *Anima educação*. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/14986>. Acesso em: 19 Mar. 2022.

STEIN, S.J. **Origens e evolução da indústria têxtil no Brasil** – 1850/1950. Rio de Janeiro: Editora Campus LTDA, 1979.

STJ. **Zara é autuada por não cumprir acordo para acabar com trabalho escravo**. Jusbrasil, 2015. Disponível em: <https://ambito-juridico.jusbrasil.com.br/noticias/187736466/zara-e-autuada-por-nao-cumprir-acordo-para-acabar-com-trabalho-escravo>. Acesso em: 11 Out. 2021.

TEIXEIRA, F.M.P. **A história da indústria têxtil paulista**. Sinditêxtil-SP, 2007.

WALTER, J.; BAGGIO, D.K. **Planejamento para ampliação de mercado em uma empresa de climatização**. Vol. 38. Nº 37. 2017. Disponível em: <https://www.revistaespacios.com/a17v38n37/a17v38n37p01.pdf>. Acesso em: 16 Mai. 2022.

APÊNDICE (S)

APÊNDICE A- Termo de autorização e consentimento da empresa.

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC
SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL – SENAI
CURSO: SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA
ACADÊMICA: AMANDA AGASSI GERÔNIMO
ORIENTADORA: CHARLENE VICENTE AMÂNCIO NUNES

TERMO DE AUTORIZAÇÃO E CONSENTIMENTO

Pelo presente instrumento, declaro que fui informado, com clareza, dos objetivos e da justificativa do trabalho de conclusão de curso, intitulado: A CERTIFICAÇÃO DO PROGRAMA ABVTEX NO MODELO *FAST FASHION*: UM ESTUDO DE CASO EM UMA INDÚSTRIA DE CRICIÚMA, que consiste em analisar a contribuição, social e ambiental, com a implementação da certificação Abvtex no modelo *Fast Fashion*.

Na qualidade de Responsável pela empresa, autorizo a acadêmica Amanda Agassi Gerônimo, realizar seu trabalho de conclusão de curso, porém, sem a identificação da empresa no trabalho de conclusão do curso Superior de Tecnologia em Design de Moda.

Tenho claro de que receberei resposta a qualquer dúvida sobre os procedimentos e outros assuntos relacionados a este trabalho. Este termo, uma vez assinado por mim, ficará de posse da acadêmica não sendo anexado ao relatório de pesquisa.

A acadêmica responsável: Amanda Agassi Gerônimo poderá ser contatada por e-mail: amanda_agassi@hotmail.com

Data: 06 de junho de 2022.

Responsável

APÊNDICE B - Roteiro da entrevista com a empresa Alpha

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC
SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL – SENAI
CURSO: SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA
ACADÊMICA: AMANDA AGASSI GERÔNIMO
ORIENTADORA: CHARLENE VICENTE AMÂNCIO NUNES

O presente roteiro de entrevista acadêmica faz parte da pesquisa intitulada: A CERTIFICAÇÃO DO PROGRAMA ABVTEX NO MODELO *FAST FASHION*: UM ESTUDO DE CASO EM UMA INDÚSTRIA DE CRICIÚMA e tem como objetivo analisar a contribuição, social e ambiental, com a implementação da certificação Abvtex no modelo *Fast Fashion* na empresa Alpha na cidade de Criciúma.

Propõe-se que a empresa Alpha continue sendo estudada a fim de verificar os impactos com a implementação do novo projeto de tecido plano, iniciado em 2022, bem como avaliar o crescimento da empresa e seus impactos na sustentabilidade. A participação da colaboradora foi essencial e importante para o fim deste trabalho, desde seu conhecimento com a sustentabilidade quanto seus anos de colaboração na empresa Alpha.

A pesquisa visa contribuir com a apresentação e a contribuição da certificação ABVTEX na empresa Alpha, caracterizada por seguir um modelo de produção *Fast Fashion*.

O trabalho foi baseado na comparação e evolução da empresa após a certificação no ano de 2013, e estudo realizado, na época, pela colaboradora Suelen Comin.

Roteiro da entrevista

1. Quais mudanças a empresa apresentou a partir da certificação da ABVTEX?
2. Quais mudanças ambientais/sociais tiveram em relação ao trabalhador?
3. Existe algum impacto positivo ou negativo em 2013 com a implantação do programa?

4. Atualização dos dados de fornecedores e clientes: quantos fornecedores atuais, e quantos clientes atuais?
5. Em termos econômicos: como era a situação da empresa em 2013 e como está hoje?
6. Em termos sociais: existia alguma ação junto aos colaboradores antes da certificação? O que mudou a partir da certificação no contexto social?
7. Sobre a questão ambiental, a empresa teve alguma ação em 2013? Caso sim, qual ou quais eram estas ações? E hoje, como estão as iniciativas nesta área?
8. Sobre a percepção dos clientes e colaboradores, como a empresa define? Como são estas percepções hoje?
9. Qual a imagem que a empresa gostaria de passar para a comunidade?
10. Sobre a contratação de um terceiro, todo prestador de serviço deve possuir certificação ABVTEX? Como funciona?
11. Quais as regras o terceiro precisa ter para estar trabalhando com a empresa?
12. Hoje a empresa tem o certificado ouro da ABVTEX por quais motivos? O que precisa ser feito ou o que precisa ter para isso acontecer?
13. Há alguma ação social e ambiental que seja desenvolvida junto à comunidade? Quais são e como funcionam?
14. Existe alguma ação de iniciativa da empresa (sem exigência da ABVTEX) pensando no trabalhador?
15. A preocupação com a sustentabilidade, veio em relação à ABVTEX ou faz parte dos princípios da empresa?
16. Como a empresa enxerga a sustentabilidade dentro do *Fast Fashion*?
17. Qual a pretensão da empresa futuramente dentro do pilar de sustentabilidade no modelo *Fast Fashion*?