



## PP Acessórios

# Ampliando a sustentabilidade no ramo de acessórios de couro

Preparado por Débora Maria de Macedo Quaresma<sup>1</sup>.

Recomendado para as disciplinas de: Marketing, Projeto de Produto, Projeto de Moda, Sustentabilidade, Ecodesign, Inovação.

### RESUMO

Diferentes (e recorrentes) crises internacionais têm sido impulsionadas pelo modelo de desenvolvimento adotado pelas sociedades industriais ao longo do século 19 e são reflexo do esgotamento das práticas tradicionais dos meios de produção capitalistas. Em decorrência disso, há uma série de pesquisas nos meios acadêmico e empresarial sobre as alternativas a esse esgotamento. Entre as quais, o design tem produzido importantes trabalhos sobre novas perspectivas para o ciclo de vida do produto/serviço a partir de uma outra amplitude, que é dada às questões relativas à sustentabilidade. Este caso discute os desafios de uma empresa de acessórios de moda neste cenário.

### PALAVRAS-CHAVE

Sustentabilidade. Moda. Design. Acessórios de couro. Ciclo de vida do produto/serviço.

Novembro/2015.

---

<sup>1</sup> Este caso foi escrito inteiramente a partir de informações cedidas pela empresa e outras fontes mencionadas no tópico "Referências". Não é intenção da autora avaliar ou julgar o movimento estratégico da empresa em questão. Este texto é destinado exclusivamente ao estudo e à discussão acadêmica, sendo vedada a sua utilização ou reprodução em qualquer outra forma. A violação aos direitos autorais sujeitará o infrator às penalidades da Lei. Direitos Reservados ESPM.

A PP Acessórios é uma empresa do mercado da moda que atua com base em alguns conceitos de sustentabilidade. O insight a para sua criação surgiu a partir da experiência de suas sócias na indústria dos calçados quando ainda forneciam peças para grandes marcas e se confrontavam com a falta de possibilidades para o excedente da produção. Hoje, situada no bairro Moinhos de Vento, em Porto Alegre, e com uma sede em São Paulo, é comandada pelas sócias Amanda Py e Petula Silveira e utiliza excedentes de couro vacum (gado) e caprino (cabras) provenientes de indústrias coureiro/calçadistas do Vale dos Sinos, para produzir acessórios de moda e para residências. Suas peças são desenhadas com conceitos previamente definidos e são retratadas em coleções modernas.

A marca afirma o seu diferencial no fato de os seus produtos serem confeccionados “à mão” e por serem 100% de couro reaproveitado, ou seja, por serem sustentáveis nos processos de fabricação de seus produtos. Ainda, a sobra da sua produção é fornecida ao DMLU (Departamento Municipal de Água e Esgoto de Porto Alegre) e a uma cooperativa de recicladores parceiros da instituição, que utiliza esses materiais para customização de peças de vestuário. Entretanto, um olhar mais acurado pode perceber que a sustentabilidade defendida pela empresa pode possuir determinados limites. Mesmo assim, as ações da empresa não se resumem somente ao aproveitamento do couro, haja vista o conceito de design presente na criação das suas coleções. O fato de o insumo principal da marca ser proveniente do excedente da utilização do couro, sendo ela própria uma sobra do couro já utilizado, reduz o impacto da produção dos bens? É suficiente para tornar o meio de produção e o conjunto que dá vida às coleções mais sustentável do que outras práticas tradicionais?

## A INDÚSTRIA DA MODA

A indústria têxtil é movida, em particular, pela venda de roupas. Conforme Rodrigues et al (2006), no ano de 2000 os consumidores mundiais gastaram US\$ 1 trilhão na compra de roupas e artefatos. A mão de obra envolveu cerca de 26,5 milhões de pessoas, sendo que, de acordo com a Associação Brasileira de Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT), o Brasil tem o sétimo maior parque industrial têxtil e de confecção exportador de jeans e o terceiro de malha de algodão. É o setor que compreende mais de 30 mil empresas e gera 1,65 milhão de empregos.

Nesse novo cenário de consumo na moda, observa-se que há uma dinâmica temporal na sociedade, porém existem outros fatores que contribuem para sua expansão e a esse rápido e acelerado consumo. Para Berlim (2014) ao se partir

*da premissa de que uma das facetas de maior poder da moda é aquela que a reconhece como quem incentiva o consumo, pode-se afirmar que a relação moda/responsabilidade socioambiental é dicotômica e que todas as ações empreendidas no sentido de unir a moda com o conceito de sustentabilidade, como uso de materiais menos impactantes, parcerias com cooperativas, etc., seriam ilegítimas uma vez que visariam 73 sanar problemas que são parte das contradições inerentes à própria sociedade de consumo( BERLIM, 2014,p.32).*

Logo, no contexto da indústria da moda especificamente, com referência às redes “fast fashion”, estas resultam na produção de roupas em grande escala, voltadas para o consumo frenético e mediante a tendência de moda sazonal e efêmera. De acordo com Lipovetsky (1989), a sedução opera subordinando a razão. Uma empresa que não cria regularmente novos modelos

perde em força de expansão no mercado e enfraquece, uma vez que o novo vigora sobre o antigo e usado.

Em contrapartida, segundo Fletcher e Grose (2011) o movimento denominado “slow fashion” consiste em uma abordagem voltada para o processo criativo e produtivo da moda, de maneira mais lenta, pessoal, exclusiva. Com o mesmo conceito de oposição do “slow food” ao “fast food”, iniciado na Itália em 1986, este sistema retoma prazeres de consumir algo tradicionalmente local, com insumos da região e valorização da apreciação da experiência. “Muda as relações de poder entre criadores de moda e consumidores e forja novas relações e confiança, só possíveis em escalas menores” (FLETCHER e GROSE (2011, p.128). A figura abaixo mostra as abordagens conceituais que envolvem as noções de rápido e lento:

### Resumo de diferentes abordagens às noções de rápido e lento

 MENTALIDADE RÁPIDA	 MENTALIDADE LENTA
Produção em Massa	Diversidade
Globalização	Global-local
Imagem	Autoconsciência
Novo	Confecção e Manutenção
Dependência	Confiança Mútua
Não ciente dos Impactos	Profundamente ligada aos impactos
Custo baseado em mão de obra e materiais	Preço realmente, custos sociais e ecológicos
Grande Escala	Pequena e Média Escala

Fonte: Fletcher e Grose (2011).

No Brasil, a indústria da moda foi nos últimos anos uma das principais responsáveis pela movimentação de milhões de reais na economia, pois segundo estatísticas internacionais, o Brasil tem o sétimo maior parque fabril de têxteis e confecção do mundo. Ainda, nas últimas décadas houve um aumento mundial na produção de couros, com o qual o Brasil tornou-se um dos líderes mundiais na exportação de couro. Entretanto, o cenário ambiental fica mais crítico quando se lida com couro e acessórios de moda. Cabe salientar que grande parte dos curtumes brasileiros estão concentrados nas regiões sul e sudeste do Brasil.

O processo de curtimento, basicamente, consiste em fazer o uso de operações mecânicas e de tratamentos químicos para tornar a pele do animal, uma matéria-prima em decomposição, num substrato imputrescível, ou seja, o couro tal qual o conhecemos. Portanto, o couro tradicional tem como matéria-prima a pele de origem animal, que é submetida a processos curtentes para que mantenha a mesma consistência e resistência de sua condição original, mas com design e acabamento de fábrica, segundo planejamento realizado para atender os interesses do mercado.

Destaca-se que, atualmente são dois os principais processos de curtimento (Anexo 1) do couro, quais sejam:

1. Cromo: cerca de 90% das peles do mundo são curtidas com o cromo. O pro-

cesso de curtimento é rápido e o couro torna-se resistente e maleável. Contudo, o cromo é um agente altamente poluente.

2. Tanino: cerca de 10% das peles do mundo são curtidas com os taninos naturais. O tanino é um elemento comum de ser encontrado na natureza. O processo de curtimento é mais lento e o resultado é um couro mais rígido e menos resistente. Com isso, não atende às exigências do mercado da moda. Em contrapartida, por ser um elemento natural, seu processamento é menos poluente, sendo de fácil manejo, por sua característica orgânica.

As indústrias de calçados de couro possuem como principal resíduo a apara de couro, que sobra dos processos de produção. De maneira geral, estes resíduos representam uma grave ameaça à saúde humana e ao meio ambiente, em virtude dos componentes químicos envolvidos. Em termos de curtimento com cromo, para evitar o apodrecimento da pele de qualquer animal, comumente é utilizado o cromo trivalente ou hexavalente. Apesar de esses resíduos serem considerados os mais perigosos à saúde humana, o uso do couro oriundo desses processos é, ainda, o mais difundido na indústria brasileira.

Por conseguinte, o ramo de acessórios de moda tem ganhado destaque no mercado nacional. Diferentes marcas nacionais e internacionais têm colocado seus produtos no mercado brasileiro. Variados projetos de textura, cor, desenho e materiais são colocados à prova com os consumidores do País. Nesse ponto, a PP procura diferenciar-se da concorrência através da qualidade das peças que busca, usando uma matéria-prima reciclada e de acordo com o processo intimista de criação das mesmas, em si. O cliente tem a possibilidade de intervir no processo de criação, é convidado a participar e a opinar de forma ativa. Dessa forma, a peça que irá comprar lhe garante, ainda, uma experiência diferenciada de compra.

## A EMPRESA PP ACESSÓRIOS

A PP Acessórios é uma empresa de pequeno porte, do ramo de acessórios de moda, que utiliza o excedente de couro proveniente de fábricas de calçados como insumo principal dos produtos que confecciona. Atualmente possui duas sedes, uma em Porto Alegre e outra em São Paulo, e conta com sete funcionários no total, além de duas sócias proprietárias. Seus principais fornecedores são indústrias coureiro/calçadistas localizadas no Vale dos Sinos, como nos municípios de São Leopoldo, Novo Hamburgo e Dois Irmãos, na região metropolitana de Porto Alegre.

### Cronologia da PP Acessórios



Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

O insumo principal com o qual trabalham é o excedente de couro resultado dessa cadeia produtiva. É um tipo de couro que serviu previamente a outro processo produtivo. Dessa forma, é um tipo de couro que já chega “tratado” às fábricas e, mesmo em sobras, segue assim à empresa de moda. Em seu portfólio de produtos, durante os processos de criação, o couro é

aproveitado ao máximo, num esforço para que sempre uma nova peça seja gerada a partir da sobra de uma anterior. Assim sendo, a lógica do processo produtivo da empresa é que um mesmo pedaço de couro pode (e deve) servir de base para diferentes artefatos, do maior ao menor. A PP Acessórios utiliza dois tipos de couro como matéria-prima, quais sejam: o caprino (cabras) e o vacum (gado). Na cadeia de produção do couro vacum, os primeiros artefatos confeccionados são bolsas, uma vez que necessitam de uma quantidade maior de couro (Anexo 2).

As sobras da confecção das bolsas viram pulseiras e cintos, as sobras viram brincos e anéis e assim por diante. Em seguida, na cadeia do couro caprino são elaboradas peças de vestuário do início da cadeia produtiva, pois o insumo disponibilizado é menor. Esse tipo de couro possui como característica uma maior maleabilidade, sendo, portanto, mais bem aplicado na confecção de roupas. São elaboradas camisas e vestidos, por exemplo (Anexo 3). Contudo, como a empresa vende mais acessórios do que roupas, o couro vacum é o mais utilizado.

A empresa transita no mercado de acessórios de moda posicionando-se como uma organização inovadora que aposta na sustentabilidade como diferencial e nos processos de produção participativa que possibilitam experiências intimistas em meio à criação. Isso por que, como estratégia, as próprias sócias-proprietárias participam do processo criativo das peças; e mais, como filosofia da marca, os clientes são convidados a intervir na criação daquelas que futuramente serão suas peças. Seu ciclo de vida do produto/serviço apresenta elementos de sustentabilidade e pode ser considerado moderno. Entretanto, um ponto importante pode ser levado em consideração na discussão sobre a sustentabilidade na qual a empresa se ancora.

A ideia principal da sustentabilidade defendida pela organização é de que utiliza fragmentos, sobras e excedentes de couro como insumo principal para confeccionar os seus produtos e que, por conta disso, não provoca a cadeia produtiva do couro por inteiro para que consiga sua matéria-prima. Dão significado a este excedente de couro como se o mesmo fosse reciclado através da sua reutilização. Mesmo que algo em torno de 90% da indústria de couro brasileira utilize o cromo no beneficiamento de peles<sup>2</sup>, é plausível de se admitir o sentido dado pela PP ao couro reaproveitado na condição de produto reciclado. Ainda, cabe ressaltar que ao aproveitar as peles já produzidas anteriormente, a empresa procura trabalhar com duas pontas do processo, quais sejam: não gerar demanda de matéria-prima nova e não permitir que o couro e os químicos presentes em sua produção retornem ao solo (caso virem lixo).

Entretanto, cabe salientar que apesar de ser encontrado inclusive no organismo humano, o cromo que é resultado de processos industriais pode ser prejudicial à saúde, ao afetar o sistema imunológico, sendo que a chance de contaminação é reduzida no produto pronto<sup>3</sup>. Dessa forma, será que, se o conceito de sustentabilidade for ampliado, possibilitando um entendimento com outras dimensões sobre as ações sustentáveis, a empresa poderia apresentar igualmente outros paradigmas de sustentabilidade? De que maneira?

## OS FATOS

A PP Acessórios apresenta elementos de sustentabilidade em seu ciclo de vida do produto/serviço, inclusive diferenciando-se em alguns pontos da concorrência. Para analisar mais concretamente a PP, foi realizada uma pesquisa qualitativa que ocorreu por meio de um estudo de caso. Somado a isso, e a partir de uma revisão bibliográfica sobre o tema, realizou-se uma entrevista semiestruturada e um workshop de cocriação. Os dados levantados foram analisados de acordo com a Grounded Theory (Teoria Fundamentada nos Dados) e uma sistematização do ciclo de vida produto/serviço foi realizado para tal, de acordo com alguns critérios norteadores do design, conforme figura ilustrativa a seguir.

2 Conforme BRITO, Georgya Almeida (2013).

3 Podemos ver mais sobre isso em: <<http://gizmodo.uol.com.br/couro-giz-explica>>.

## Critérios norteadores de Design



Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

As entrevistas foram fundamentais para o mapeamento do dilema, uma vez que apresentaram a visão de mundo relacionada ao tema. Apesar do esforço da empresa em auxiliar no processo de pesquisa, o plano inicial que previa entrevistas com as proprietárias, clientes, funcionários, empresários e fornecedores primários, sofreu algumas alterações, pois foi inviável conversar com estes últimos em virtude de alguns entraves gerados por eles próprios, como, por exemplo, falta de agenda e disponibilidade em atender à pesquisa.

Dessa maneira, optou-se em entrevistar alguns especialistas da área para suprir a potencial lacuna de um conhecimento mais técnico sobre os processos de produção do couro. As entrevistas ocorreram em diferentes momentos dentro da empresa e em horário normal de expediente. Já os especialistas que substituíram os fornecedores foram entrevistados fora da empresa.

Com base em Manzini e Vezzoli (2008), os dados foram organizados de acordo com as seguintes fases do ciclo de vida do produto: (1) Pré-produção, (2) Produção, (3) Descarte. Dessa maneira, foi possível visualizar os processos da empresa relacionados à fala dos entrevistados e ao que discorre o escopo teórico do tema em questão. O design do ciclo de vida ou life cycle design (LCD), proposto por Vezzoli e Manzini (2008), tem como objetivo a redução do impacto ambiental relacionado ao ciclo de vida do produto (Anexo 4), uma vez que considera todas as etapas do desenvolvimento de um produto e as suas respectivas trocas com o meio ambiente. Assim sendo, para os autores o desenvolvimento de um produto com características sustentáveis deve estar associado ao LCD e o idealizador do projeto deve estar atento a todas as etapas do ciclo de vida do produto.

De maneira geral, para os entrevistados, a sustentabilidade da empresa se dá por meio

da utilização de sobras de couro, e pela imagem dos produtos, pois parece haver uma associação entre a imagem da rusticidade do couro com a natureza, ou com produtos naturais. Dessa forma, de acordo com as informações levantadas, os seus clientes associam a imagem de sustentabilidade da empresa ao mesmo conceito que eles têm de seus produtos, ou seja, que são criados especialmente, a partir da utilização do excedente do couro.

## POR FIM

Ao abordar um entendimento mais amplo da sustentabilidade em relação ao design, direcionada à indústria de acessórios de moda, e a partir de uma perspectiva cuja amplitude significa o reconhecimento das dimensões ambiental, econômica e social no ciclo de vida do produto/serviço, se pretende estimular a discussão sobre alternativas e possibilidades que permitam intervir nos processos de produção da empresa.

Em meio a essas questões relativas à sustentabilidade no ciclo de vida do produto/serviço, a empresa vem conseguindo sua manutenção no mercado de acessórios de moda, e começou a inovar em uma linha para casas. Entretanto, seriam possíveis novas ações que ampliassem a sustentabilidade da empresa, de modo que o seu mercado consumidor fosse igualmente ampliado? Seria possível algum tipo de intervenção estratégica? Que tipo? As empresas de modo geral, uma vez que apresentam alguma ação sustentável, devem tentar ampliá-las? Há vantagens nisso?





## REFERÊNCIAS

- ASSIS, B. Avaliação do ciclo de vida do produto como ferramenta para o desenvolvimento sustentável. Disponível em <[http://www.ufjf.br/ep/files/2009/08/tcc\\_jul2009\\_brunobastos.pdf](http://www.ufjf.br/ep/files/2009/08/tcc_jul2009_brunobastos.pdf)>. Acesso em 1/12/2013.
- BARBIERI, José Carlos. Gestão Ambiental Empresarial. 2ª ed. São Paulo, Saraiva, 2007.
- BERLIM, Lilyan. Moda e sustentabilidade. Uma reflexão necessária. 1. Ed Estação das Letras e Cores, 2012.
- BRITO, Georgya Almeida. Impactos ambientais gerados pelos curtumes. 9º Colóquio de Moda – Fortaleza (CE), 2013.
- CHARTER, M.; CLARK, T. Sustainable Innovation: Key conclusions from Sustainable Innovation Conferences 2003–2006 organised by The Centre for Sustainable Design. Disponível em: <[http://cfsd.org.uk/Sustainable%20Innovation/Sustainable\\_Innovation\\_report.pdf](http://cfsd.org.uk/Sustainable%20Innovation/Sustainable_Innovation_report.pdf)>.
- FENKER, Eloy. Sustentabilidade Ambiental: Avaliação do Ciclo de Vida do Produto. Disponível em: <[http://www.mma.gov.br/estruturas/a3p/\\_arquivos/sustentamb\\_ciclovida.pdf](http://www.mma.gov.br/estruturas/a3p/_arquivos/sustentamb_ciclovida.pdf)>. Acesso em 01/12/2013.
- GECEVSKA, V.; CHIABERT, P.; ANISIC, Z.; LOMBARDI, F. ; CUS, F. Product lifecycle management through innovative and competitive business environment. Disponível em: <<http://www.master-plm.net/phocadownload/266-827-1-rv%20-%20reviewed%20%20published%20paper.pdf>>. Acesso em 1/12/2013.
- MANZINI, Ezio. Enabling solutions. Social innovation, creative communities and strategic design. Dis-Indaco, Politecnico di Milano, 2005. Disponível em: <<http://www.sustainable-everyday.net/manzini/>>. Acessado em: 10/8/2013.
- MEHTA, M. Product lifecycle management: A sustainable business strategy for enhancing the competitiveness of companies. Disponível em: <<http://ijltet.org/wp-content/uploads/2013/05/19.pdf>>.
- MOREIRA, M.V.; TEIXEIRA, R.C. Estado da Arte Tecnológico em Processamento do Couro. SENAI, 2003.
- UNEP (2009). Design for sustainability: A step-by-step approach. Disponível em: <[http://www.d4s-sbs.org/d4s\\_sbs\\_manual\\_site\\_S.pdf](http://www.d4s-sbs.org/d4s_sbs_manual_site_S.pdf)>. Acesso em 2/12/2013.
- PEROBA, Ana Rita Valverde. Design Social um caminho para o designer de moda? São Paulo, 2008. 103 p. Dissertação (Mestrado) – Programa de Mestrado Stricto Sensu em Design/ Universidade Anhembí Morumbi, 2008.
- SOUZA, Paulo F. de A. Sustentabilidade e responsabilidade social no design do produto: rumo a definição de indicadores. 2007. 294 f. Tese (Doutorado) – FAU/USP, 2007.
- VEZZOLI, Carlo. Design de sistemas para a sustentabilidade. Bahia: EDUFBA, 2010.
- <<http://veja.abril.com.br/noticia/economia/trabalho-escravo-encontrado-na-rede-da-zara>>.
- <<http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/agenda-21>>.



## ANEXO 1

### Características de curtimento com sais de cromo e tanino vegetal

 CROMO	 TANINO
Denominação de couro curtido - «wet blue»	Denominação de couro curtido - atinado
Oferta de média de produto ao couro 1.5 a 2.1 de Cr2O3	Oferta de média de produto ao couro 25 a 40% (sola) de tabino
Estabilidade a luz e calor	Baixa a média estabilidade a luz e ao calor
Matéria-prima mineral - sal de cromo VI	Matéria-prima vegetal-ácida, quebacho, castanheiro tara, mirabolano, por exemplo
Curtente - sulfato monobásico e de cromo III	Curtume - polifenóis I
Curtimento de difícil reversibilidade	Curtimento de difícil reversibilidade mais fácil
Ótima estabilidade hidrotérmica dos couros	Menor estabilidade de hidrotérmica dos couros
Dificuldade de lixamento dos couros	Facilidade de lixamento dos couros
Dificuldade de lixamento dos couros	Facilidade de queima dos couros
Couros macios, elásticos, flexíveis	Couros com maior capacidade de absorção e transpiração
Flor fina e lisa	Couros firmes
Resistência ao rasgo e à tração	Facilidade de corte transversal do couro

Fonte: Adaptado pela autora baseado em MOREIRA; TEIXEIRA (2003).

## ANEXO 2

### Observações na produção - transformação de materiais em produtos



Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

## ANEXO 3

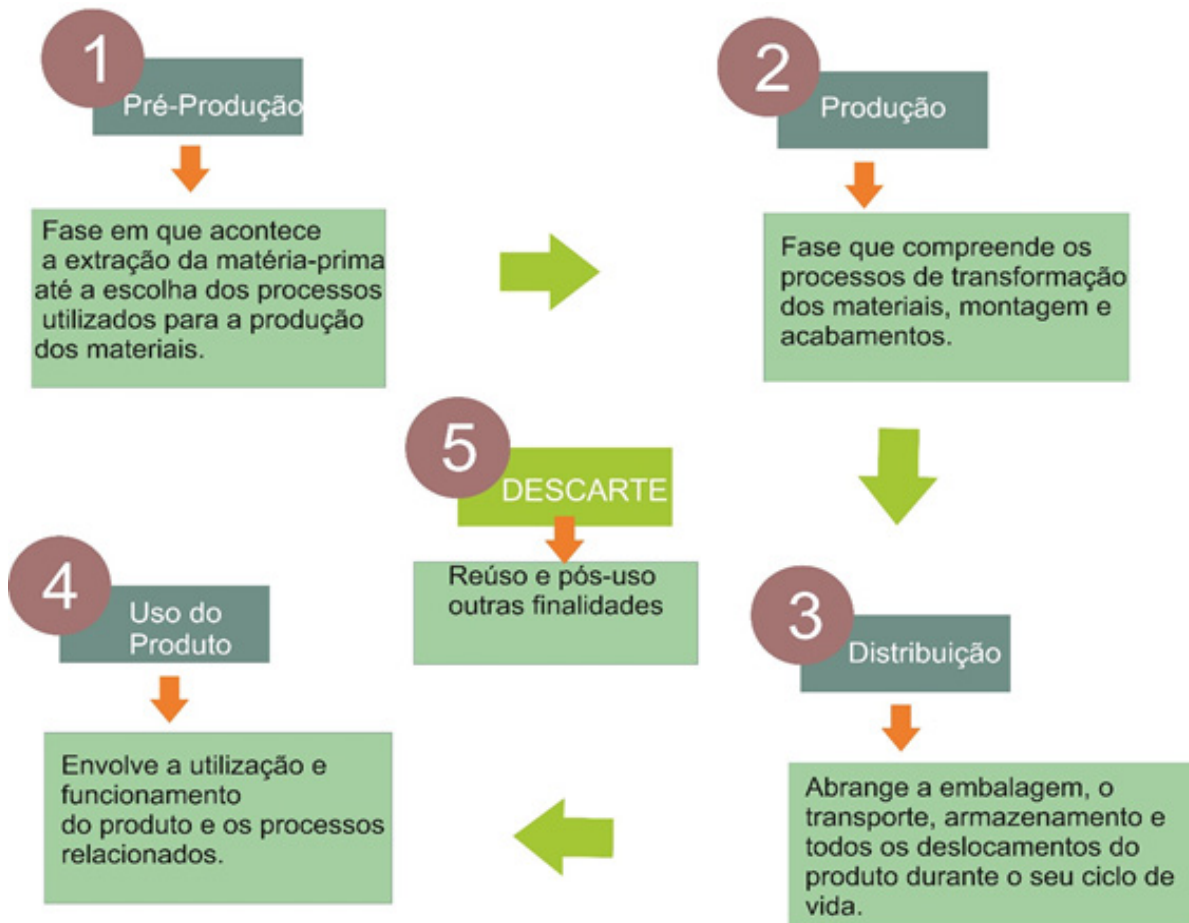
### Linha de produtos da PP Acessórios



Fonte: vogue.com.

## ANEXO 4

### Esquema do Design de Ciclo de Vida de produto



Fonte: Adaptado pela autora de Vezzoli & Manzini, 2008.