

A photograph of a fashion show runway. Models are walking from left to right. The foreground shows the lower legs and feet of several models wearing various styles of shoes, including blue suede pumps and tan high-heeled sandals. The runway floor is light-colored. The background is dark, with some models in dark clothing. A large white geometric shape, resembling a stylized 'A' or a series of overlapping lines, is overlaid on the left side of the image.

Na Estante da Moda 2

**Luciana da Silva Bertoso
(Organizadora)**

Atena
Editora
Ano 2019

Luciana da Silva Bertoso
(Organizadora)

Na Estante da Moda 2

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora

Editora Executiva: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Lorena Prestes
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof^a Dr^a Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof^a Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^a Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof^a Dr^a Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof^a Dr^a Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof.^a Dr.^a Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof.^a Dr.^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof.^a Dr.^a Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof.^a Dr.^a Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof.^a Dr.^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Prof.^a Dr.^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof.^a Dr.^a Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof.^a Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof.^a Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
N144	Na estante da moda 2 [recurso eletrônico] / Organizadora Luciana da Silva Bertoso. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. – (Na Estante da Moda; v. 2) Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader. Modo de acesso: World Wide Web. Inclui bibliografia ISBN 978-857247-336-1 DOI 10.22533/at.ed.361192109 1. Moda – Pesquisa – Brasil. 2. Moda – Estilo. 3. Vestuário. I. Bertoso, Luciana da Silva. II. Série. CDD 746.9209
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A obra “*Na estante da moda*” da Atena Editora , organizada em dois volumes, aborda pesquisas interpretadas por diversas perspectivas. A moda pode ser interpretada como um fenômeno, pelo qual ocorrem mudanças e transformações, envolve aspectos sociais, ambientais, econômicos e políticos. E além disso a indústria da moda engloba inúmeros processos e *stakeholders*, desde a extração da matéria-prima até o fim da vida útil de uma peça de vestuário, calçado, acessório entre outros produtos. O primeiro volume apresenta 21 capítulos e se inicia com uma abordagem histórica e sociocultural da moda, com pesquisas sobre o vestuário as e relações sociais hierárquicas, apontando como a partir da vestimenta se davam as relações de classes no Brasil, bem como a identidade da moda brasileira foi influenciada por determinadas culturas, como a europeia, africana e indígena. Nesse sentido, a moda é tratada como fenômeno que traz o novo como fator de estratificação social, diferenciação, e construção de identidades abordado também por perspectivas semióticas e psicanalíticas.

Sendo assim é possível ainda relacionar a moda com a produção da indumentária cênica, apontando como esta auxilia na construção das identidades dos personagens e as percepções acerca dos processos de construção do figurino.

Já o volume dois nos seus 36 capítulos trata a moda no âmbito da cadeia produtiva têxtil e de confecção que envolve os processos e empresas que atuam no desenvolvimento de produtos de moda, desde a extração da matéria-prima até o uso e descarte do vestuário. Aborda o design, a inovação e os processos criativos, como também a sustentabilidade econômica, ambiental e social. E finaliza com discussões acerca da moda no âmbito educacional.

As possibilidades de pesquisas e discussões sobre moda são vastas, por isso neste livro tentamos abordar alguns trabalhos que retratam um panorama geral, com os principais temas relevantes para a área.

Ademais, esperamos que este livro possa fortalecer as pesquisas em moda apontando os desafios e oportunidades, e instigando pesquisadores, professores, designers e demais profissionais envolvidos ao debate e discussão de um setor que impacta de forma significativa no mundo.

Luciana da Silva Bertoso

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
O CADERNO DE TENDÊNCIAS E A BUSCA DA COR A PARTIR DA EXPERIÊNCIA MULTISSENSORIAL COR APLICADA AO DESIGN DE MODA NO SENAI CETIQT	
Mayara Magalhães Sousa Jorge Luiz Diogo Junior Camila Assis Peres Silva	
DOI 10.22533/at.ed.3611921091	
CAPÍTULO 2	8
ESTUDO ERGONÔMICO NO DESENVOLVIMENTO DE VESTUÁRIO ADEQUADO PARA PRÁTICA DE POLE DANCE	
Iara Thereza Miho Cilense Maria Antonia Romão da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.3611921092	
CAPÍTULO 3	15
LE LIS BLANC E A EXPANSÃO DO UNIVERSO FEMININO: CAMINHO PARA A GESTÃO DE UMA MARCA DE LUXO	
Carolina Oliveira Vinhas Santos Clotilde Pérez	
DOI 10.22533/at.ed.3611921093	
CAPÍTULO 4	37
ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS PARA PRODUTORES DE MODA LOCAL: A MODA AUTORAL ENQUANTO ESTRATÉGIA DE NICHOS	
Patricia Affonso Gaspar Décio Estevão do Nascimento	
DOI 10.22533/at.ed.3611921094	
CAPÍTULO 5	48
MODA E TENDÊNCIAS: UMA PROPOSIÇÃO QUE BUSCA PENSAR INOVAÇÃO E ESTRATÉGIAS A PARTIR DE CENÁRIOS DE FUTURO	
Paula Cristina Visoná	
DOI 10.22533/at.ed.3611921095	
CAPÍTULO 6	59
O DESIGNER NO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO E SUAS FORMAS DE GESTÃO NA REDUÇÃO DE RESÍDUOS TÊXTEIS	
Liliane da Silva Gonzaga Francisca Dantas Mendes	
DOI 10.22533/at.ed.3611921096	
CAPÍTULO 7	71
UM ESTUDO SOCIOLÓGICO DA MODA SOB O ARQUÉTIPO DO CONSUMO OBSOLETO	
Julliana Borges Brussio Josenildo Campos Brussio	
DOI 10.22533/at.ed.3611921097	

CAPÍTULO 8	79
SLOW FASHION E O CONSUMO CRÍTICO	
Carolina Conceição e Souza	
DOI 10.22533/at.ed.3611921098	
CAPÍTULO 9	92
LOULOUX, PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEL	
Anerose Perini	
DOI 10.22533/at.ed.3611921099	
CAPÍTULO 10	103
CONSUMO E O IMPACTO SOCIOAMBIENTAL	
UMA ABORDAGEM PARA A CONSCIENTIZAÇÃO DA PRODUÇÃO E DO CONSUMO E ELIMINAÇÃO DO TRABALHO ESCRAVO CONTEMPORÂNEO	
Camila Carmona Dias	
Marli Daniel	
DOI 10.22533/at.ed.36119210910	
CAPÍTULO 11	115
O FAST-FASHION E O FATOR HUMANO	
Gabriela Garcez Duarte	
DOI 10.22533/at.ed.36119210911	
CAPÍTULO 12	126
GERANDO IMPACTO NA MODA: CASE EMPODERA	
Mayara Magalhães Sousa	
DOI 10.22533/at.ed.36119210912	
CAPÍTULO 13	132
MODA COLABORATIVA: UMA ALTERNATIVA PARA O CONSUMO SUSTENTÁVEL	
Ana Paula Lima de Almeida	
DOI 10.22533/at.ed.36119210913	
CAPÍTULO 14	141
MODA INCLUSIVA: TECNOLOGIAS ASSISTIVAS EM PROCESSO DE ENSINO-APRENDIZAGEM	
Grazyella Cristina Oliveira de Aguiar	
Brenda Teresa Porto de Matos	
Marilise Luiza Martins dos Reis Sayão	
DOI 10.22533/at.ed.36119210914	
CAPÍTULO 15	150
CENÁRIOS FUTUROS PARA O DESIGN SUSTENTÁVEL	
Anerose Perini	
DOI 10.22533/at.ed.36119210915	
CAPÍTULO 16	160
GESTÃO DE GERAÇÃO E DESCARTE DE RESÍDUOS TÊXTEIS: CRADLE- TO-CARDLE E O DESIGN COMO FERRAMENTAS	
Francisca Dantas Mendes	
Maria Cecília Loschiavo dos Santos	
DOI 10.22533/at.ed.36119210916	

CAPÍTULO 17	173
DESLOCAMENTO	
Aline Franciele Pena da Silva	
Giovana Zemella Cardoso	
Samara Alves da Silva	
Vanessa Silva dos Santos Beserra	
DOI 10.22533/at.ed.36119210917	
CAPÍTULO 18	191
UPCYCLE: REAPROVEITANDO MATERIAIS DA INDÚSTRIA DE BONÉS PARA A CONCEPÇÃO DE NOVOS PRODUTOS DE MODA	
Larissa Cândido da Silva	
Lara de Almeida Figueiredo Silva	
Nélio Pinheiro	
Lívia Marsari Pereira	
Patrícia Aparecida de Almeida	
DOI 10.22533/at.ed.36119210918	
CAPÍTULO 19	196
VOCAÇÃO REGIONAL E DESIGN: ARTES MANUAIS DA REGIÃO DO MÉDIO VALE DO ITAJAÍ	
Luciane Ropelatto	
Carolina Pianizzer	
DOI 10.22533/at.ed.36119210919	
CAPÍTULO 20	209
SEREIAS COLORIDAS: O PAPEL DA COR NO ARTESANATO DAS SEREIAS DA PENHA	
Raissa Albuquerque dos Anjos	
Ingrid Moura Wanderley	
DOI 10.22533/at.ed.36119210920	
CAPÍTULO 21	220
O DESIGN DE SUPERFÍCIE EM BOLSAS COM APLICAÇÃO DE RESÍDUOS DE COURO	
Fabiola de Almeida Rabelo	
Maria de Jesus Farias Medeiros	
Andrêina de Almeida Rabelo	
DOI 10.22533/at.ed.36119210921	
CAPÍTULO 22	232
TINGIMENTO NATURAL: ANÁLISE COMPORTAMENTAL DE AMOSTRAS TÊXTEIS A PARTIR DE APLICAÇÃO DE CORANTES NATURAIS	
Aleíse Helena Rubik	
Daniele Deise Antunes Silveira Páris	
DOI 10.22533/at.ed.36119210922	
CAPÍTULO 23	241
SUBLIMAÇÃO BOTÂNICA	
Juliana Rangel de Moraes Pimentel	
Suzana Curi Guerra	
DOI 10.22533/at.ed.36119210923	
CAPÍTULO 24	247
LINGUAGEM POÉTICA E VISUAL DE PATATIVA DO ASSARÉ COMO BASE NO DESENVOLVIMENTO	

DO DESIGN DE SUPERFÍCIE

[Marcolino Morgana Leopoldino](#)

DOI 10.22533/at.ed.36119210924

CAPÍTULO 25 256

DESIGN DE SUPERFÍCIE PARA O MUNDO COMPLEXO: OS PAINÉIS DE ANNE KYRÖ QUINN

[Camila Mota Seron](#)

[Agda Regina de Carvalho](#)

DOI 10.22533/at.ed.36119210925

CAPÍTULO 26 263

DESIGN TÊXTIL: UMA QUESTÃO DE IDENTIDADE NA MODA

[Claudia Carvalho Gaspar Cimino](#)

DOI 10.22533/at.ed.36119210926

CAPÍTULO 27 273

ESTAMPARIA NA MODA PRAIA: VALORIZANDO A IDENTIDADE BRASILEIRA

[Rosane Ribeiro dos Santos](#)

DOI 10.22533/at.ed.36119210927

CAPÍTULO 28 285

O DESAFIO DA GESTÃO DOS CLUSTERS DE MODA PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DE UM TERRITÓRIO

[Andressa Rando Favorito](#)

[Silvestre Labiak Júnior](#)

DOI 10.22533/at.ed.36119210928

CAPÍTULO 29 296

SENSORIAL MERCHANDISING: UMA ATMOSFERA DE VAREJO MEMORÁVEL COM A COLOR SENSE

[Iris Brenda Mendes Souza e Silva Almeida](#)

[Rafael Lucian](#)

DOI 10.22533/at.ed.36119210929

CAPÍTULO 30 310

FABRICAÇÃO DIGITAL E IMPACTOS NA PRODUÇÃO EM PEQUENA ESCALA NO CAMPO DA MODA: CRIATIVIDADE, INOVAÇÃO, SUSTENTABILIDADE E INCLUSÃO

[Rafaela Blanch Pires](#)

[Sérgio Régis Moreira Martins](#)

DOI 10.22533/at.ed.36119210930

CAPÍTULO 31 324

REFLEXÕES SOBRE A MANUFATURA ADITIVA NA PRODUÇÃO E CONSUMO DE MODA

[Juliana Miranda](#)

[Vania Teofilo](#)

[Fabio Campos](#)

DOI 10.22533/at.ed.36119210931

CAPÍTULO 32 331

TECNOLOGIA DE IMPRESSÃO 3D COM POLÍMEROS BIODEGRADÁVEIS PARA FABRICAÇÃO DE TÊXTEIS

[Lais Estefani Hornburg](#)

Danilo Corrêa Silva
João E. Chagas Sobral
Bruno D'avila Gruner
Jeferson Daronch

DOI 10.22533/at.ed.36119210932

CAPÍTULO 33 345

COMO TRANSFORMAR O BIÓTIPO: A IMPORTÂNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO NA DISCIPLINA DE ERGONOMIA DO CURSO DE DESIGN DE MODA

Marly de Menezes

DOI 10.22533/at.ed.36119210933

CAPÍTULO 34 354

O CURSO TÉCNICO INTEGRADO EM VESTUÁRIO E A INTERDISCIPLINARIDADE NO PROCESSO ENSINO E APRENDIZAGEM

Lonne Ribeiro Araújo

DOI 10.22533/at.ed.36119210934

CAPÍTULO 35 364

OS DESAFIOS E AS PERSPECTIVAS DA MODA SOB O OLHAR DE PESQUISADORES BRASILEIROS E ESTRANGEIROS

Francisca Dantas Mendes

João Gabriel Farias Barbosa de Araújo

Mariana Costa Laktim

Renata Mayumi Lopes Fujita

DOI 10.22533/at.ed.36119210935

SOBRE A ORGANIZADORA 377

GERANDO IMPACTO NA MODA: CASE EMPODERA

Mayara Magalhães Sousa

Graduanda; Faculdade Senai Cetiq

mayaramagalhaesdesousa@gmail.com

Estudante Design de Moda no SENAI CETIQ

Interessada na área de pesquisa de moda, finalista do concurso de estampa Santos Dumont x Parceria Caria, primeiro lugar Kit Adulto Museu do Amanhã x Parceria Carioca e desenvolvimento de coleção para marca social Karibu

RESUMO: Este trabalho visa apresentar conceitos de negócio social e a necessidade da introdução e implementação de práticas sociais em ambientes fragilizados da indústria de moda. Tendo como objetivo relatar a experiência prática de responsabilidade social do projeto *Empodera* em uma confecção de moda.

PALAVRAS-CHAVE: Negócios Sociais; Design de Moda; Empoderamento Feminino.

GENERATING IMPACT ON FASHION: CASE EMPODERA

ABSTRACT: This paper aims to present social business concepts and the need to introduce and implement social practices in fragile environments of the fashion industry. Aiming to report the practical experience of social responsibility of the *Empodera* project in a fashion business.

KEYWORDS: Social business; Design de Moda; Female Empowerment.

INTRODUÇÃO

O presente artigo é parte do projeto de conclusão de curso em Design de Moda, cujo o objetivo final será a criação do negócio social em moda, a *Empodera*. O projeto visa qualificar mulheres com interesse ou que já trabalham no mercado de moda, provenientes de regiões periféricas e situações vulneráveis. E também atender fábricas que almejam melhores condições de suas funcionárias, qualificação e, conseqüentemente, aumento da produtividade. A formação contempla a ampliação do conhecimento na moda, capacitação e inserção no mercado de trabalho. E além disso, para empresas, também o rendimento. Então, afim de obter maiores informações para a validação do modelo de negócio, foi realizado a implementação do MVP (em português, produto mínimo viável) em uma confecção têxtil.

NEGÓCIOS SOCIAIS

A desigualdade ainda continua sendo um dos maiores problemas mundiais. Pobreza, perda de recursos naturais, concentração de renda são consequência desse problema.

O governo utiliza de iniciativas para combater essa situação, mas devido a imensa desigualdade, instituições como ONG'S, associações, fundações são criadas para tentar diminuir essa situação. Atualmente, esses assuntos de ordem social e ambiental começaram a interessar a sociedade como um todo e nos sistemas que a movem, como o sistema econômico. Para mudar essa realidade, novos modelos estão sendo criados a fim de gerar algo além do valor econômico, e o empreendedorismo social busca também soluções para gerar impacto social e/ou ambiental.

O Brasil nos últimos anos teve grande desenvolvimento no ecossistema de negócios inclusivos. Segundo o Sebrae, os segmentos que lideram os negócios sociais são o de treinamento, educação e cultura correspondendo cerca de 37 %, enquanto na área de moda 6,5%.

Aos poucos a moda vem se aderindo a esse cenário e movimentos para uma moda mais consciente, autoral e justa começaram a aparecer. Essa nova forma de consumir, atrelando o consumo a um ato político e social, em que há uma preocupação ambiental e social, abre caminhos para outros campos entrarem no mercado do negócio social, como a moda.

Durante o evento *IAF World Fashion Convention*, apoiado pela ABIT e o SENAI CETIQT e realizado em 17 de outubro de 2017, no Rio de Janeiro, foi debatida a seguinte nova forma de consumo e a importância da transparência no mercado:

As exigências por um comércio mais justo, sustentabilidade, customização e responsabilidade social são cada vez maiores. Com vistas em entender como aliar competitividade e transparência, os empresários buscam entender como podem se inserir neste meio. (IAF,2017).

CASE EMPODERA

Segundo a Abit (Associação Brasileira da Indústria Têxtil), 63% dos trabalhadores formais indústria têxtil e de confecção é formada por mulheres, 85% de mulheres trabalham de forma informal e doméstica, 900 mil mulheres trabalham em condições de trabalho precário ligadas à cadeia produtiva da moda em todo território nacional. Mulheres que ocupam cargos com pouca qualificação, geralmente na base da pirâmide, são mais exploradas na indústria têxtil e de confecção.

A partir da vontade de fazer a diferença na realidade dessas mulheres, mais a experiência de trabalho na indústria têxtil e o estudo da matéria de Negócios Sociais, surgiu o negócio social na confecção de moda, a *Empodera*.

Para entender um pouco melhor a realidade dessas costureiras e estruturar o projeto, foi feito o mapa de empatia, ferramenta do livro *Liminal Thinking* (GRAY, 2016) que tem a proposta de se colocar no lugar do cliente, afim de compreender os pensamentos e necessidades das profissionais que estão nessa área.

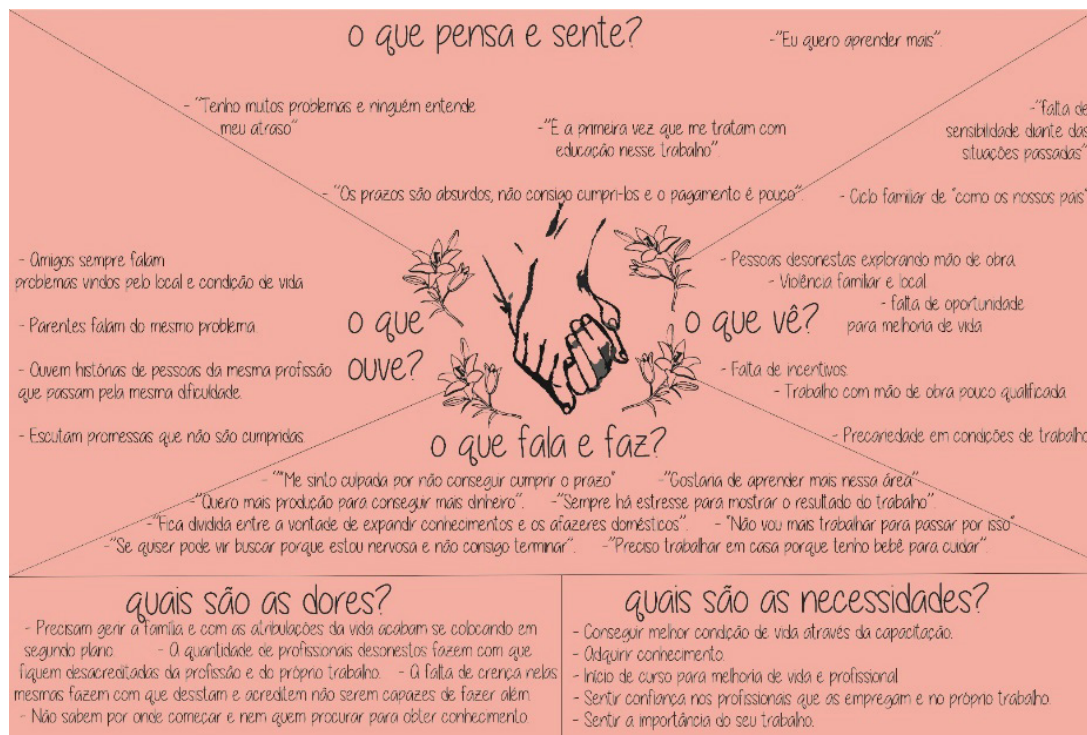


Ilustração 1: Mapa de empatia

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018.

A pesquisa foi feita a partir do comportamento observado e relatos durante 11 meses de 15 profissionais que trabalham na mesma empresa que a minha. A falta de direitos e trabalhos precários fazem com que elas tenham costume com situações abusivas no trabalho como falta de salário e condições precárias. A Carla, modelista e empresária, diz que trabalha há mais de 30 anos no mercado e a 20 tem sua própria confecção, conta que já trabalhou em uma fábrica que tinha que levar o papel higiênico para o trabalho e passavam ratos pelo bebedouro.



Ilustração 2: Carla, modelista e empresária.

Fonte: Elaborada pelo autor. 2018.

Nilda, costureira pilotista. Trabalha há mais de 30 anos no mercado, conta que

trabalhou em fábricas que durante o calor tinha apenas um ventilador e tinham horário para ir ao banheiro e uma pessoa levava água para não precisar levantar.



Ilustração 3: Nilda, costureira pilotista.

Fonte: Elaborada pelo autor. 2018.

A partir do desenvolvimento do mapa de empatia, dos relatos diários e dos problemas vividos dentro de uma confecção foi possível constatar que a partir da qualificação seria possível o benefício para as mulheres e para as empresas. Para isso, foi estruturado módulos desse curso e rodas de conversas com situações do cotidianas trazendo conhecimento e cultura. Separados entre design de moda e assuntos gerais: módulo 1 costura; módulo 2: administração do tempo; módulo 3: modelagem industrial; módulo 4: administração financeira e empreendedorismo e roda de conversas. Para validar o modelo de negócio social foi aplicado o MVP (em português Produto Minimamente Viável) implantando algumas estruturas do curso de capacitação na fábrica da Carla, empresária do depoimento, no qual eu faço parte da equipe.

Durante três meses de implementação das medidas presentes no curso de capacitação da *Empodera*, a produtividade aumentou em 20% e os erros de produção, a pontualidade da entrega e o relacionamento melhoraram. No gráfico é possível analisar os dados.

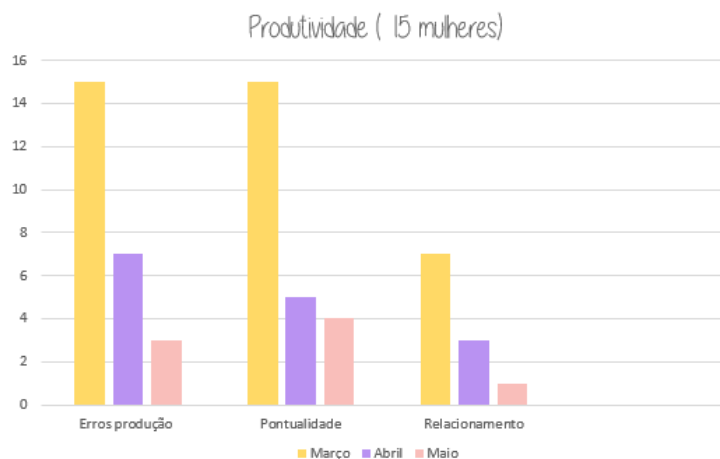


Gráfico 1: Gráfico produtividade

Fonte: Elaborada pelo autor. 2018.

Para diminuição dos erros, há uma explicação antes da peça começar a ser confeccionada através de vídeos com passo a passo da confecção e ensinamento de novas técnicas, além de priorizar estar ao lado das costureiras nas três primeiras peças para esclarecer qualquer dúvida. A falta de pontualidade na entrega também é um grande problema, visto que para as costureiras externas falta a organização para montar a rotina de trabalho, por isso estamos explicando como montar rotina de trabalho e desenvolvimento de ranking de costureiras para incentivo de produtividade. Além da realização de duas rodas de conversas que melhoraram o clima organizacional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto *Empodera*, que está em desenvolvimento no trabalho de conclusão de curso, visa melhorar a qualidade de vida, a renda e autoestima, gerando o empoderamento das mulheres, um novo formato na indústria têxtil, reduzir a exploração feminina e gerando empoderamento e autoestima. A partir da aplicação do projeto em uma fábrica foi possível perceber que é possível inserir práticas de responsabilidade social dentro de ambientes corporativos. Acredita-se que, desta forma, será possível criar e terminar de validar o negócio social *Empodera*.

REFERÊNCIA:

CABALEIRO, Frederico Lopes. **Negócios de Impacto Social e Ambiental: transformar realidades é um bom negócio**. Brasília: Sebrae, 2017. Disponível em: sebrae.com.br. Acesso em: 02 mar. 2018.

CHEDIEK, Jorge, MULLEADY, Ana Ines e VELOSO, Wagner Furtado. **Mercados Inclusivos no Brasil: desafios e oportunidades do ecossistema de negócios**. PNUD Brasil, 2015. Disponível em: sebrae.com.br. Acesso em: 02 mar. 2018.

Abit, Revista Digital IAF. 2017. Disponível em: <<http://www.abit.org.br/cont/revista-iafbrazil2017>> Acesso em: 10 abril. 2018.

KOTLER, Philip. **Marketing 4.0**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

CINZA, Dave. **Pensamento liminar: Crie a mudança que você quer mudando a maneira como você pensa**. Mídia Rosenfeld, 2016.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-336-1

