AGTU – THE GLOBAL UNIVERSITY

ESTUDO DE CASO: FACULDADE PRIVADA E TÊXTIL VERDE - PARCERIA FACULDADE E EMPRESA NA BIOTECNOLOGIA

AUTOR: DANIELE SOUZA CASTRO

A Têxtil Verde caracteriza-se como indústria de vestuário estabelecida na cidade de Goiânia-GO, passa pelos desafios de reinventar sua abordagem empresarial para crescer em um mercado altamente competitivo. Ao realizar uma consultoria junto a Empresa Júnior de uma Faculdade da região, com a atuação de acadêmicos e com a supervisão de professores verificou-se uma grande oportunidade em um nicho de mercado que busca produtos mais sustentáveis, impulsionada pelo aumento de consumidores cada vez mais conscientes e exigentes.

Os diretores da empresa viram essa ideia muito oportuna e condizente com seus valores, uma vez que já haviam empreendido um projeto anterior focado em desenvolver uma cadeia de suprimentos ética e sustentável, reduzindo o impacto ambiental e promovendo condições de trabalho que gere respeito e satisfação no ambiente de trabalho.

O novo projeto envolveu a criação de parcerias estratégicas com fazendas de algodão orgânico, a ‘implementação’ de práticas de produção ecoeficientes e a capacitação de comunidades locais em regiões de produção. A gestão de projetos tornou-se crucial para coordenar as diferentes fases, desde o design sustentável até a comercialização dos produtos.

O empreendedorismo da Têxtil Verde é evidente na abordagem inovadora para conquistar mercados que valorizam a produção ética. Além disso, a empresa compromete-se com a transparência, educando os consumidores sobre a procedência sustentável de seus produtos. Em seu novo projeto, a Têxtil Verde não apenas buscou transformar

operacionalmente a empresa, mas também construir uma marca consciente que ressoe com as expectativas do consumidor moderno, reforçando os benefícios.

Desse modo a ideia de ‘criar’, ‘ser’ ou ‘ter’ um diferencial tem alimentado as empresas de lucrativas, assim seja um conglomerado multinacional ou um pequeno pet shop do bairro, repensar nos seus próprios negócios sem dúvidas será a chave para abrir as portas do sucesso. Assim a Têxtil Verde se insere na sociedade industrial considerando as variáveis ambientais, a área ambiental é mais um desafio que se impõe a diversas áreas de atuação. Inclusive havendo desafios em agir tendo em vista a relação do meio ambiente com a prática empresarial.

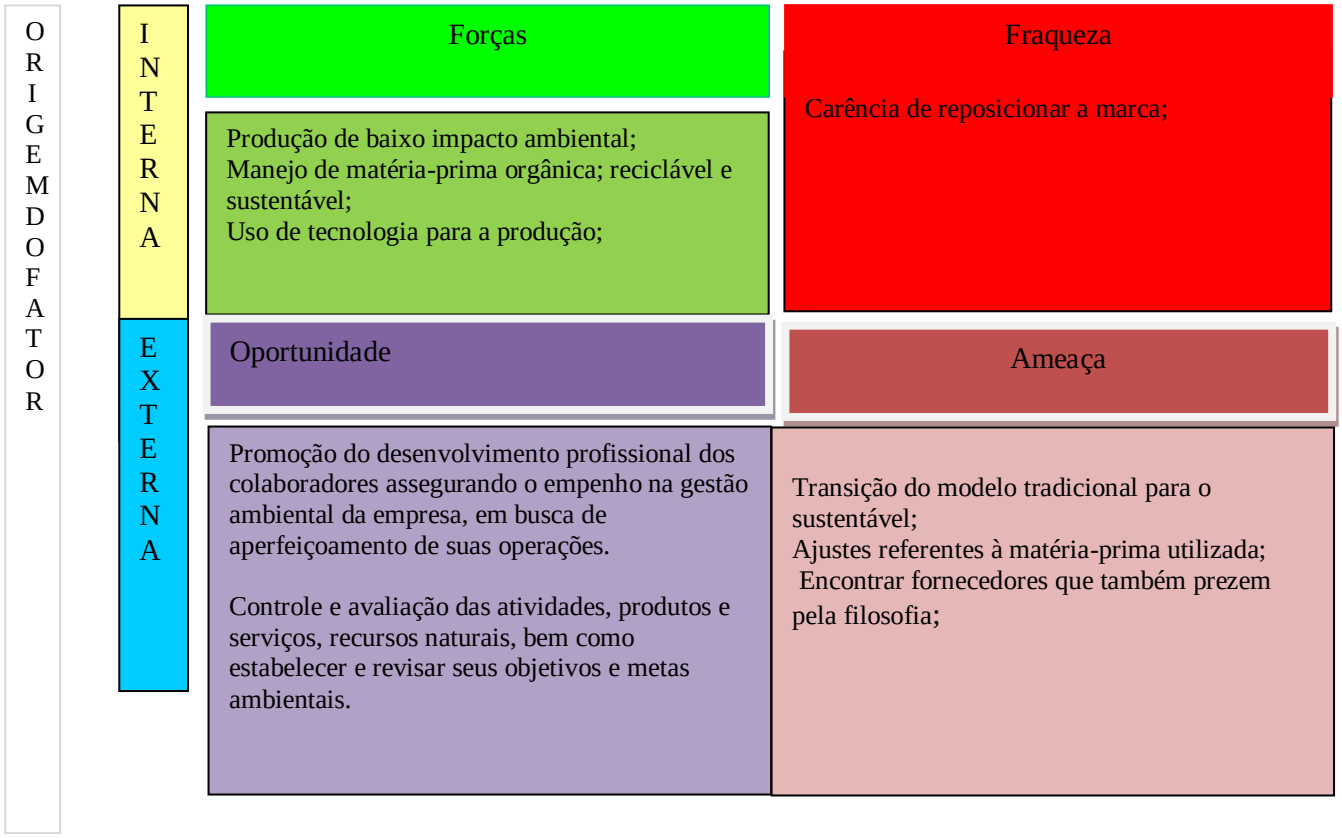
A partir das mudanças de ordem econômica, social, política e culturais ocorridas conforme o tempo passa são geradas também novas necessidades na vida em sociedade, assim são produzidas novas demanda bem como diferentes categorias de profissionais (SILVA, 2014). É importante compreender que o desenvolvimento é fenômeno complexo que socialmente e historicamente é o resultado da mudança estrutural, que por sua vez, é a consequência do acúmulo de recurso tecnológico, material e humano no contexto de uma sociedade.

Considerando que a passagem de um modelo essencialmente ‘economicista’ como o contemporâneo para um modelo que será estabelecido com compreensão de princípios e valores de sustentabilidade que proporcionem transformações no tipo de produção e consumo, adoção de novas tecnologias, na regulamentação do uso dos recursos naturais (AGUAYO; GARCÍA, 2011). Esse novo modelo se pauta na capacidade, sensibilidade e consciência da Têxtil Verde, acreditando que a crise ambiental imposta a esta sociedade será ultrapassada com a compreensão e aprendizagem social, ou seja, uma visão que integra a responsabilidade com o meio ambiente tanto no âmbito individual quanto coletivo e ainda na intervenção empresarial todos coesos com a sustentabilidade.

Destaca-se a relevância repensar rotas, realinhar objetivos e metas no ambiente organizacional, independente do porte da empresa, tendo em vista a alta competitividade mercadológica, desse modo as empresas inegavelmente necessitam de maior organização em seus processos e ainda pensar estrategicamente para se manter no mercado. Assim destacam-se alguns aspectos tratados pela Empresa Júnior para a Têxtil Verde entre os quais se destacam: a análise SOWT, o desenvolvimento da marca e ainda as estratégias de Marketing.

Na ilustração abaixo é demonstrada a Análise *Swot* assim são destacadas suas principais forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.

Ilustração 01- Têxtil Verde



Fonte: Elaboração Própria, 2024.

Têxtil Verde

A Têxtil Verde ao adotar uma nova postura frente a suas práticas de produção, assim optando pela produção de tecidos sustentáveis, priorizando matérias-primas recicláveis, orgânicas e naturais. Nesse novo ciclo de vida da empresa propõe-se então um reposicionamento da marca, no intuito de transmitir sua filosofia.

Nesse sentido, destaca-se que o cuidado com o meio ambiente não se limita ao poder público, e sim, a todos os seres humanos, ou seja, que todo cidadão existente no planeta é responsável pela mudança de paradigma diante da crise dos fatores ambientais.

Sendo assim, busca-se a junção de ações com o propósito de fortalecer em cada sujeito a consciência ecológica e consequentemente a melhora das condições de vida bem como o desenvolvimento. Portanto, é indispensável à participação ativa da comunidade, salientando que a conduta das pessoas no cotidiano e seus hábitos possuem impacto direto (BRASIL, 2017).

Certamente que a consciência ambiental não surge repentinamente, de modo que todos concordem, no entanto, a questão ambiental perpassa pelo despertar, raramente aceita com a prontidão desejada, assim é no ambiente escolar e doméstico que será criada uma cultura que ligada com a sustentabilidade, conservação do meio ambiente e consequentemente qualidade de vida (MELLO, 2017).

É importante apontar as estratégias de marketing a serem utilizadas pela Têxtil Verde como se pode observar no quadro abaixo:

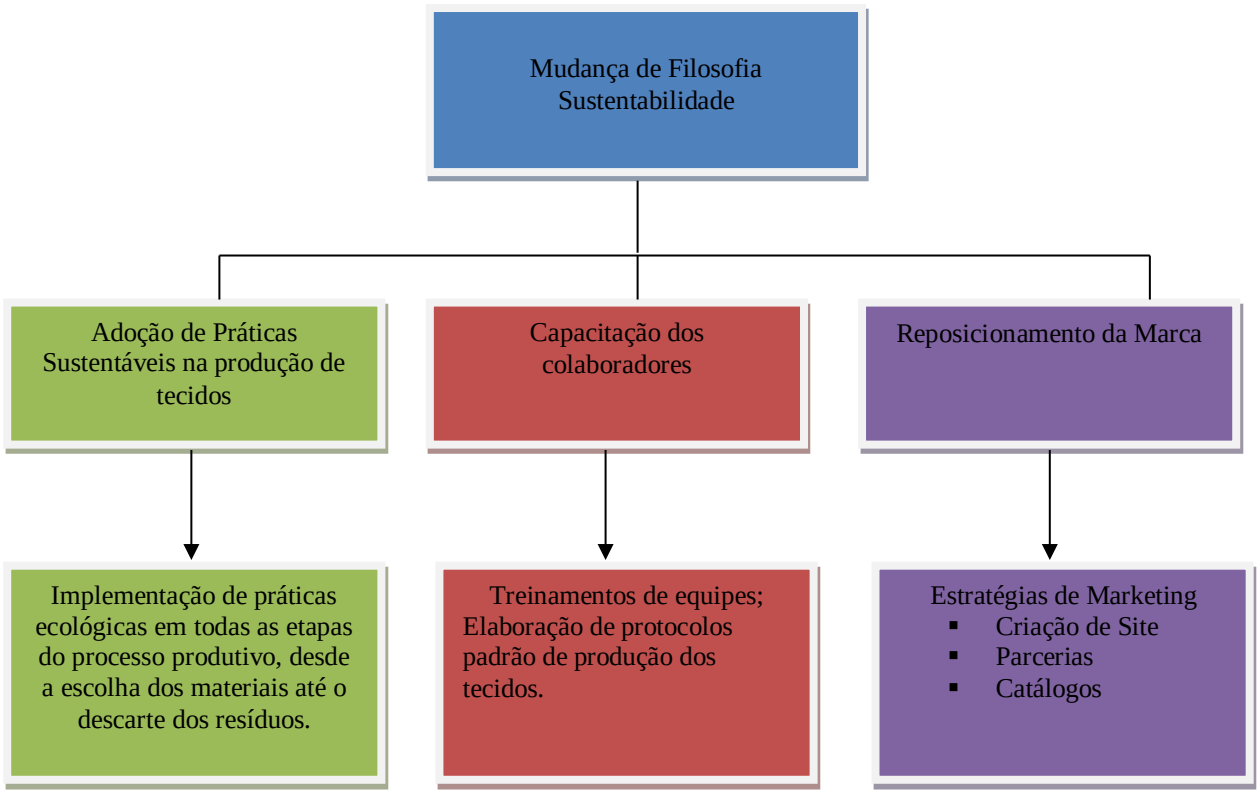
Quadro 01- Estratégias Promocionais

Estratégias	**Descrição**	**Custo**
Criação de um *Web Site*	As principais informações serão: a história da fábrica, sustentabilidade como filosofia, vídeos e notícias.	R$ 1.200,00
Parceria com Influenciadores Digitais	Divulgação da filosofia e dos produtos	A definir
Parceria com Designers	Capital Criativo para inovação, autenticidade no universo do design têxtil.	A definir
Criação de Catálogos dos Produtos	Demonstrar a ampla variedade de tecidos para moda (Fashion); Apresentar os tecidos para diferentes ambientes: casa, escritório, hotel ou qualquer outro projeto (Decor);	R$ 1.500,00
Vendas	Cadastros através de plataformas digitais	R$ 1.200,00

Fonte: Elaboração Própria, 2024.

São ainda apontados os níveis atividades necessárias para alcançar a mudança de filosofia da Têxtil Verde, como se pode observar na ilustração 02.

Ilustração 02 - Estrutura Analítica do Projeto (EAP)



Fonte: Elaboração Própria, 2024.

Convém destacar ainda continuidade das ações, agora trazendo os fundamentos da administração: associando às funções Administrativas de Planejar; Organizar; Executar; e, Controlar como é possível observar no quadro 02:

Quadro 02- Recursos Necessários para viabilizar mudança de Filosofia (Sustentabilidade) da Têxtil Verde.

Planejamento/Organização	**Execução**	**Controle**
Levantamento de preços, fornecedores, melhores condições de pagamento de matéria-prima sustentável.	Aquisição de novas máquinas mais modernas e tecnológicas para melhorar o processo de produção.	Manutenção do equipamento.
Elaboração de Calendário Permanente para treinamento e capacitação das equipes de produção.	Investimento em colaboradores financiamento de cursos específicos para o desempenho profissional.	Avaliação da produtividade dos colaboradores.
Seleção de agência de publicidade	Contratação de agência de publicidade as melhores propostas de marketing para o reposicionamento da marca.	Verificação do retorno em reconhecimento da 'nova marca'.

Fonte: Elaboração Própria, 2024.

Certamente que a consciência ambiental não surge repentinamente, de modo que todos concordem, no entanto, a questão ambiental perpassa pelo despertar, raramente aceita com a prontidão desejada, assim no ambiental empresarial pode ser criada uma cultura que ligada com a sustentabilidade, conservação do meio ambiente e consequentemente qualidade de vida.

Conseguinte extrai-se desse modelo a ideia de 'desenvolvimento' a partir da perspectiva econômica que abrange aspectos não tão 'economicistas' como a equidade social

ou a sustentabilidade ecológica justamente na busca pelo bem-estar das populações, de certo que o modelo de desenvolvimento sustentável pode ser considerado um novo paradigma de orientação para a sociedade contemporânea, mesmo que pareça puramente teórico a concretização é possível a partir de esforços conjuntos.

É importante compreender que o desenvolvimento é fenômeno complexo que socialmente e historicamente é o resultado da mudança estrutural, que por sua vez, é a consequência do acúmulo de recurso técnico, material e humano no contexto de uma sociedade. Sendo esta a atual filosofia adotada pela Têxtil Verde, assumindo um novo posicionamento na produção de tecidos, unindo tecnologia, inovação e sustentabilidade, uma jornada desafiadora no contexto da 'tradicional' indústria de tecidos.

Desse modo a Têxtil Verde, aposta na produção de baixo impacto ambiental, fazendo uso de materiais reciclado, orgânico naturais, priorizando processos que preservem a natureza, com os tecidos produzidos é possível vestir-se e ainda com estila e consciência ambiental decorar ambientes, esse é um posicionamento de cuidado com pessoas e a natureza.

Referência

AGUAYO, I. H. GARCÍA, L.M.R. **O meio ambiente como fator de desenvolvimento sustentável.** 4 ed. São Paulo, Cortez, 2011

BRASIL. **Vamos cuidar do Brasil: conceitos e práticas em educação ambiental**. Ministério da Educação, Coordenação Geral de Educação Ambiental: Ministério do Meio Ambiente, Departamento de Educação Ambiental: UNESCO, 2017.

MELLO, L. **A importância da educação ambiental**. [2017] Disponível em: https://www.ecodebate.com.br/2017/03/14/importancia-da-educacao-ambiental-no-ambiente-

escolar-artigo-de-lucelia-granja-de-mello/ Acesso em: 20 de Mai. de 2024.

INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL, GESTÃO E TECNOLOGIA. **O que é ESG e por que é importante para as empresas?** [2023]. Disponível em: https://idesg.org.br/2023/11/16/o-que-e-esg-e-por-que-e-importante-para-as-empresas/ Acesso em: 08 de Mai. de 2024.

SILVA, Ana Beatriz B. **Mentes consumistas: do consumismo à compulsão por compras**.1. ed. – São Paulo: Globo, 2014.