

“O QUE VOCÊ USA E CONSUME TEM MUITO DO QUE VOCÊ SENTE E ACREDITA”: PROJETO COSTURANDO O FUTURO

Vitor Hugo Silva Néia, Sandra Maria Viviani

Fundação Grupo Volkswagen

RESUMO

O projeto Costurando o Futuro é uma iniciativa criada pela Fundação Grupo Volkswagen em 2009, que contribui para o desenvolvimento de comunidades por meio do empreendedorismo em costura, unindo responsabilidade social e preservação do meio ambiente. Atualmente, envolve participantes da capital paulista e da região do ABC. Os empreendedores passam por qualificação técnica e formações voltadas ao planejamento de negócios, vendas, marketing, atuação em rede, entre outras. Além disso, grande parte dos produtos é feita com tecidos automotivos e insumos doados pelo Grupo Volkswagen e fornecedores, como revestimentos de bancos e cintos de segurança. Pela técnica do upcycling, que transforma resíduos em novas peças (bolsas, mochilas, *nécessaires*, estojos etc.), o ciclo de vida dos materiais é ampliado, beneficiando o planeta. Além disso, o projeto incentiva a mobilidade social dos beneficiários, ao promover a geração de renda. Ao longo de sua história, soma 814 participações de pequenos empreendedores nos Estados do Paraná e São Paulo e mais de 100 toneladas em doações de tecidos.

Aplicabilidade

Desde 2009, o projeto mostrou-se plenamente aplicável por meio de parcerias entre a Fundação Grupo Volkswagen e outras organizações da sociedade civil, responsáveis pela execução técnica do projeto, em conjunto com as marcas do Grupo VW no Brasil e seus fornecedores, que participam como doadores de tecidos oriundos do processo de produção. Até 2019, a iniciativa somou 814 participações e mais de 100 toneladas de insumos doados.

Além disso, o Costurando o Futuro realiza, anualmente, diagnósticos, pesquisas de satisfação e avaliações de impacto junto ao público-alvo, priorizando comunidades em situação de vulnerabilidade socioeconômica localizadas nos municípios e cidades limítrofes aos locais em que o Grupo Volkswagen possui plantas e/ou unidades administrativas.

Assim, por meio desse diálogo com os beneficiários, são definidas as estratégias de atuação em cada ano, tanto do ponto de vista de formato quanto de necessidades e expectativas. Ao mesmo tempo, esses estudos e análises permitem a proposição de novas frentes, que extrapolam a doação de tecidos, a formação técnica e a formação empreendedora, dando origem a iniciativas como bazares presenciais para a venda de produtos e ao e-commerce do Costurando o Futuro.

Objetivo: Promover o empreendedorismo em comunidades em situação de vulnerabilidade socioeconômica, por meio da formação em costura e *upcycling*, e contribuir com a preservação do meio ambiente, a partir da articulação com as marcas do Grupo Volkswagen no Brasil e seus fornecedores, responsáveis pela doação de tecidos automotivos e outros insumos oriundos do processo produtivo.

1. Desenvolvimento do tema

1.1. Sobre a Fundação Grupo Volkswagen

Desde 1979, a Fundação Grupo Volkswagen investe em iniciativas de educação e desenvolvimento de comunidades. Sua trajetória está intimamente associada à relação de parceria e confiança que a marca Volkswagen estabeleceu com o Brasil, primeiro destino da empresa fora da Alemanha no mundo. [1]

Ao completar 40 anos em 2019, a Fundação celebrou sua atuação e conquistas, expandindo seu escopo: como Fundação Grupo Volkswagen, a entidade consolida sua aproximação com as demais empresas do Grupo no País e amplia oportunidades de gerar impacto positivo na sociedade. [1]

Atualmente, fazem parte do Conselho de Curadores e do Conselho Fiscal da entidade, seus dois principais órgãos de governança, representantes da Volkswagen do Brasil, da Volkswagen Caminhões e Ônibus e da Volkswagen Financial Services.

Missão: Promover transformações positivas que impulsionem melhorias na educação e que mobilizem cidadãos para atuarem como protagonistas do desenvolvimento de comunidades.

Visão: Ser referência de investimento social para o Grupo Volkswagen e a sociedade, consolidando-se como instituição de excelência do terceiro setor nas causas da mobilidade urbana, mobilidade social e inclusão de pessoas com deficiência.

Valores: Respeito; Equidade; Inovação; Movimento

Em 2018, a organização revisou sua atuação e definiu três causas prioritárias, que se interrelacionam: mobilidade urbana, mobilidade social e inclusão de pessoas com deficiência. Delimitadas após ampla consulta a diversos setores da sociedade civil e organizadas a partir da metodologia da matriz de materialidade, elas orientam o direcionamento do investimento social da entidade, garantindo mais assertividade no cumprimento de sua missão. [1]

Inspirada pelo propósito “Conhecimento que move pessoas”, a Fundação Grupo Volkswagen investiu mais de R\$ 7,2 milhões em projetos sociais e educacionais em 2019,

que beneficiaram diretamente mais de 4 mil pessoas e impactaram mais de 132 mil brasileiros, entre alunos, educadores, empreendedores e membros das comunidades envolvidas [1]. Os recursos foram provenientes, na maior parte, dos rendimentos de um fundo patrimonial próprio (*endowment*), constituído por intermédio da Volkswagen em 1979. A Fundação também fornece apoio a iniciativas de responsabilidade social de empresas do Grupo no Brasil, mobilizando seu conhecimento e experiência para potencializar o impacto positivo e reforçar a relação das marcas com as comunidades.

Mobilidade urbana: Mobilidade urbana é mais do que ir e vir. À causa estão vinculados princípios universais como acessibilidade, desenvolvimento sustentável, inclusão social, segurança viária, cidadania e eficiência na circulação pelas cidades. Nesse sentido, a Fundação trabalha para incentivar o protagonismo comunitário, promovendo projetos de educação para o trânsito e a melhoria da qualidade de vida da população.

Mobilidade social: A mobilidade social é entendida a partir da perspectiva de prosperidade socioeconômica. Ela se efetiva por meio do acesso igualitário a oportunidades e da inclusão de indivíduos e grupos em situação de vulnerabilidade social, de modo abrangente e equitativo. A Fundação fomenta esse movimento investindo em iniciativas de formação profissionalizante e incentivo ao empreendedorismo. Esses são instrumentos primordiais para a redução das desigualdades e, conseqüentemente, para o desenvolvimento sustentável de territórios e comunidades.

Inclusão de pessoas com deficiência: Garantir a todos o direito à educação e ao trabalho e emprego, com igualdade de oportunidades e valorização das diferenças, é o que move a Fundação Grupo Volkswagen na causa da inclusão de pessoas com deficiência. Os projetos apoiados têm contribuído para aprofundar o conhecimento sobre educação inclusiva e a importância do acolhimento e desenvolvimento das pessoas com deficiência desde a Educação Infantil, em escolas comuns.

1.2. Sobre o Costurando o Futuro

Investir em conhecimento para fomentar o empreendedorismo comunitário e gerar renda é o que move o projeto Costurando o Futuro. Uma das iniciativas mais longevas da Fundação Grupo Volkswagen, ela capacita e empodera pequenos empreendedores do setor de costura na capital paulista e na região do ABCD. Nessas localidades, estão as sedes nacionais e plantas da Volkswagen do Brasil e Scania, ambas em São Bernardo do Campo (SP), além de escritórios administrativos da Volkswagen Financial Services, Volkswagen Caminhões e Ônibus, Audi, Porsche e Ducati, todos em São Paulo (SP). [1]

Desde 2009, o projeto vem expandindo o número de participantes e aprimorando seu escopo e metodologias. Atualmente, o Costurando o Futuro busca articular e compartilhar conhecimentos para o desenvolvimento pessoal e profissional dos participantes, não apenas em termos de qualificação técnica, mas também em planejamento de negócios, vendas, marketing, atuação em rede, entre outros. [1]

Em 2019, 58 empreendedores fizeram parte da rede do Costurando o Futuro. Eles se reuniram para eventos de formação e receberam matéria-prima para produzir mochilas, bolsas, estojos, malas e diversos outros itens. Esses tecidos são arrecadados pela Fundação após doação de empresas do Grupo Volkswagen no Brasil e seus fornecedores, para serem então reaproveitados. Utilizando-se de conceitos como a economia circular e a técnica do *upcycling*, os resíduos que antes seriam descartados são transformados em produtos de qualidade e o ciclo de vida dos materiais é ampliado, ao mesmo tempo em que gera renda para dezenas de negócios e famílias. [1]

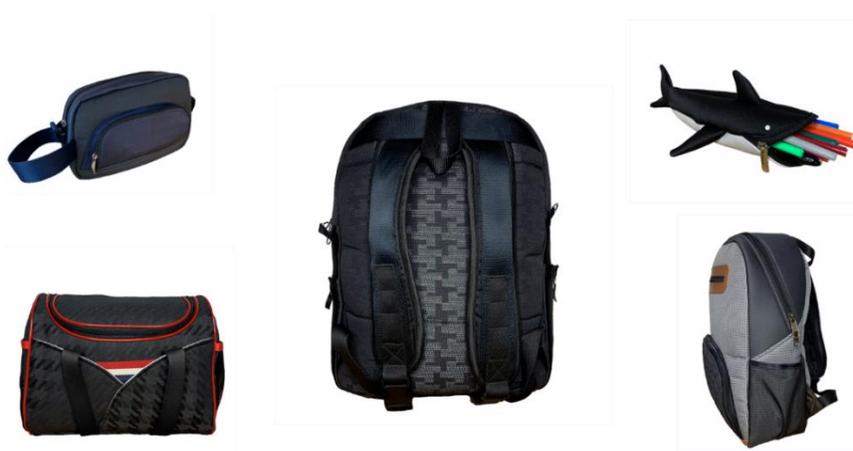


Imagem 1. Exemplos de produtos feitos com tecidos automotivos (revestimentos de bancos e cintos de segurança): *nécessaire*, bolsa térmica, mochilas e estojo escolar

Segundo Farias, “*upcycling* significa usar um material já utilizado ou o resíduo de um produto tal como foi encontrado, sem despendar mais energia na reutilização (...) É um processo que transforma os resíduos em novos produtos ou materiais com superior qualidade e valor ambiental” [2]. Já a economia circular, de acordo com Oliveira *et al* e a partir do entendimento da Comissão Europeia, “propõe uma transição para um sistema em que o valor dos produtos, materiais e recursos se mantenha na economia durante o máximo de tempo possível, com a mínima geração de resíduos, propiciando novas formas de inovação e desenvolvimento local” [3].

Nesse sentido, desde seu surgimento em 2009, o Costurando o Futuro reutilizou mais de 100 toneladas de materiais como revestimentos de bancos, cintos de segurança e uniformes usados pelos funcionários da linha de produção. Somente em 2019, mais de 11 toneladas de tecidos deixaram de ser descartadas e foram doadas ao projeto pela Audi do Brasil, Scania, Volkswagen do Brasil e fornecedores. À medida que o projeto se expande, novas oportunidades vão sendo identificadas. [1]

Em 2019, a Fundação realizou dois workshops gratuitos e abertos a todos os interessados nas áreas têxtil e de moda, para falar sobre temas como definição do público-alvo, parcerias, vendas on-line e gestão financeira e desafios para os micro e pequenos empreendedores. Organizados pela Associação Aliança Empreendedora, os

encontros foram realizados em Santo André (SP) e São Bernardo do Campo (SP) e reuniram 106 participantes. [1]



Imagem 2. Encontro sobre vendas aberto à comunidade (2019)

Bazares Sociais: eventos organizados pela Fundação desde 2018, têm o objetivo de apresentar o projeto aos colaboradores do Grupo Volkswagen, dando visibilidade aos trabalhos dos empreendedores e abrindo oportunidades de geração de renda. Além disso, a ação contribui para aproximar a Fundação do público interno das marcas do Grupo, fortalecendo sua identidade e o orgulho de pertencer dos funcionários. Foram realizados nove Bazares Sociais em 2019, com a venda de mais de 1,5 mil itens e faturamento de R\$ 34.461,50. Toda a renda obtida nos Bazares foi revertida aos participantes, responsáveis pela confecção e comercialização das peças. [1]

No último ano, o Bazar passou pelas plantas da Volkswagen do Brasil em São Bernardo do Campo (SP), Taubaté (SP) e Vinhedo (SP), como parte dos eventos especiais de abertura das fábricas aos familiares dos funcionários. Outro destaque foi o lançamento do veículo T-Cross, pela Volkswagen, com um Bazar organizado para centenas de concessionários da marca que visitaram seu Centro de Treinamento, em São Paulo (SP).

Ainda houve, na capital paulista, duas edições na sede da Volkswagen Financial Services, onde também funcionam escritórios da Volkswagen Caminhões e Ônibus. Além disso, empresas do Grupo apoiaram os empreendedores por meio da compra direta de produtos, usados como brindes em ações corporativas. Em 2019, esse tipo de iniciativa envolveu pedidos da Audi do Brasil, da Volkswagen do Brasil e da própria Fundação Grupo Volkswagen. [1]

1.3. Resultados e impacto 2019 [1]

- 58 empreendedores na rede (São Paulo e ABCD paulista)
- 106 participantes nos encontros sobre empreendedorismo abertos à comunidade
- 9 bazares sociais, com faturamento total de R\$ 34.461,50
- + de 11 toneladas de tecidos automotivos doadas no ano

Perfil dos empreendedores da rede:

- 82% dos participantes são mulheres
- Rendimentos per capita de 65% dos participantes entre 1/2 e 2 salários mínimos
- Educação: 28% Ensino Fundamental; 38% Ensino Médio; 34% Ensino Superior
- 66% se autodeclararam pretos
- 81% dos participantes da rede fazem parte de empreendimentos formalizados

1.4. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU – ODS

Agenda global definida pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável (PNUD), os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) reúnem 17 objetivos e 169 metas que devem ser atingidos até 2030, para garantir o bem-estar das pessoas e do planeta e a prosperidade de todos [4].

Diante disso, a Fundação Grupo Volkswagen aprofundou sua conexão com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), a partir da avaliação da aderência dos projetos aos objetivos e da correlação com suas metas. Em 2019, quatro objetivos foram priorizados: ODS 3 – Saúde e bem-estar; ODS 4 – Educação de qualidade; ODS 5 – Igualdade de gênero; e ODS 8 – Trabalho decente e crescimento econômico [1].

No que se refere ao Costurando o Futuro, são monitorados dois objetivos e metas: 5.5. Garantir a participação plena e efetiva das mulheres e a igualdade de oportunidades; e 8.3. Incentivar a formalização e o crescimento das micro, pequenas e médias empresas. Em 2019, esse monitoramento indicou, respectivamente, 82% de mulheres entre o público beneficiado diretamente pelo projeto e que 81% desses beneficiados diretos fazem parte de empreendimentos formalizados.

Além disso, em 2019, dois participantes do Costurando o Futuro foram reconhecidos pelo Prêmio ODS Rede Brasil do Pacto Global, oferecido a boas práticas empresariais alinhadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU. Os empreendedores Nadir Mendes e Josino Gomes, do grupo produtivo Kafu Bolsas, produziram capas de notebooks com tecidos reaproveitados por um cliente para brindes de Natal. A empresa foi responsável por inscrever o case no Prêmio, que contou com mais de 800 práticas avaliadas. No último ano, o Costurando o Futuro também foi selecionado para integrar a mostra de inovação social do GIFE, como uma das soluções geradas ou impulsionadas pelo investimento social privado para o desenvolvimento dos ODS. [1]

1.5. Desafios e ações de 2020

1.5.1. Volkswagen Mobility Day

Entre os meses de janeiro e março, antes da chegada da COVID-19 ao Brasil, o Bazar Social do Costurando o Futuro marcou presença em quatro eventos Mobility Day da Volkswagen do Brasil, nas fábricas de São José dos Pinhais (PR), Anchieta (SP), São

Carlos (SP) e Taubaté (SP). O evento apresentou aos empregados da empresa o Golf GTE e as soluções em micromobilidade da marca, como a bicicleta e o patinete elétricos.



Imagem 3. Pablo Di Si, Presidente e CEO da Volkswagen América Latina, visita o Bazar Social da Fundação em São José dos Pinhais (PR)

Ao todo, os empreendedores participantes comercializaram 346 peças, faturando R\$ 13.229,90. Além disso, por ocasião dos eventos, foram lançadas as primeiras peças especialmente desenvolvidas para bicicletas e patinetes, como bolsas de guidão e porta-objetos feitos com tecidos automotivos reaproveitados.

1.5.2. Produção de máscaras de algodão para o Grupo Volkswagen

Com a crise sanitária e econômica ocasionada pela pandemia do novo coronavírus, que impactou diretamente a renda dos pequenos empreendimentos participantes do Costurando o Futuro, a Fundação mobilizou os costureiros para a produção de máscaras de algodão laváveis.

Entre os meses de abril e julho, foram produzidas e comercializadas 120.683 máscaras desse modelo, adquiridas pela Volkswagen do Brasil, Volkswagen Caminhões e Ônibus, Volkswagen Financial Services, Audi, ASSOBRV, concessionários e fornecedores. Os equipamentos de proteção de individual foram entregues aos empregados das empresas como uma das medidas preventivas à COVID-19 e os recursos foram repassados diretamente aos envolvidos na produção.

Foram 95 empreendedores participantes, tanto da rede Costurando o Futuro quanto de oficinas parceiras, resultando em renda líquida total (mão de obra) de R\$ 120.683,00 e renda média por costureiro de R\$ 1.270,34, de acordo com a capacidade de cada empreendimento.

1.5.3. Máscaras acessíveis para pessoas com deficiência auditiva

A Fundação Grupo Volkswagen e a BASF, empresa química alemã, uniram-se para apoiar a produção de máscaras de algodão laváveis com visor transparente na região da boca. O objetivo foi tornar esse equipamento de proteção individual, fundamental para a prevenção à COVID-19, acessível para pessoas com deficiência auditiva que realizam leitura labial. Além disso, esse modelo humaniza o convívio em tempos de pandemia, uma vez que possibilita a visualização de sorrisos e outras expressões faciais.

A ideia nasceu de um colaborador da Volkswagen Financial Services. Inspirado na iniciativa de uma estudante norte-americana, ele e seu grupo do curso de Mestrado em Gestão da Inovação da Universidade Federal do ABC procuraram a Fundação, em busca de apoio técnico para um protótipo. A partir desse contato, a Fundação apresentou o desafio a empreendedoras participantes do Costurando o Futuro.

Após os primeiros testes, que envolveram pessoas com deficiência de instituições parceiras da própria Fundação (que, além da mobilidade social, também tem a inclusão de pessoas com deficiência como causa de atuação), percebeu-se que os plásticos disponíveis no mercado embaçavam no momento da fala, o que dificultava a visualização da boca e, conseqüentemente, a leitura labial. Foi então que a Fundação Grupo Volkswagen, por intermédio da área de Qualidade da Volkswagen do Brasil, chegou à BASF, para verificar a existência de algum produto para diminuir o embaçamento.

Na ausência desse produto, a BASF desenvolveu um filme plástico com propriedade antiembaçante produzido pela sua parceira Parnaplast, que reduziu o problema. Além disso, as duas empresas doaram matéria-prima suficiente para a produção de mais de 200 mil máscaras. Elas são comercializadas pelo preço de custo e toda a renda é revertida para as empreendedoras do Costurando o Futuro. De 13 de julho, data de lançamento do modelo, a 17 de agosto, foram comercializadas 10.780 máscaras acessíveis com visor.



Imagem 4. Máscara acessível com visor transparente na região da boca, produzida pelo Costurando o Futuro com plástico doado pela BASF

1.5.4. E-commerce: loja virtual do Costurando o Futuro

Em julho de 2020, a Fundação Grupo Volkswagen lançou a loja virtual do projeto Costurando o Futuro. Nessa fase-piloto, as vendas estão sendo realizadas pela Divina Agulha, uma das microempresas participantes do projeto. Além de alavancar a geração de renda das costureiras, o lançamento faz parte da estratégia de ampliação da presença digital da Fundação, que começou com seu site há 2 anos e foi se intensificando com as redes sociais, cursos on-line gratuitos, entre outras iniciativas.

Essa ação foi possível graças à parceria com a Volkswagen do Brasil, que disponibilizou um espaço em sua loja oficial no Mercado Livre. Além dos produtos feitos com tecidos automotivos reaproveitados, também estão sendo comercializadas, pelo preço de custo, as máscaras de algodão tradicionais e a opção com visor transparente na região da boca.

Em virtude dos desafios de produção e logística trazidos pela pandemia da COVID-19, as opções de itens vendidos nessa fase-piloto, bem como os empreendimentos participantes, foram limitadas. Porém, para os próximos meses, o propósito é ampliar não somente o catálogo de produtos, mas principalmente a quantidade de costureiras envolvidas no e-commerce.

Além disso, ao comprar os produtos da loja, o cliente não está contribuindo apenas com os negócios participantes e a preservação do meio ambiente. Também está colaborando com a perenidade e a sustentabilidade da Fundação Grupo Volkswagen, pois parte da renda obtida com as vendas é direcionada para os objetivos sociais da entidade.

1.5.5. Formações por WhatsApp

Mesmo no contexto do distanciamento social imposto pela COVID-19, as formações do projeto Costurando o Futuro continuaram. Após uma pesquisa feita com a rede de empreendedores participantes, a fim de mapear os principais temas de interesse e definir um formato on-line acessível para os beneficiários, a Fundação inovou e realizou as formações pelo aplicativo de mensagens WhatsApp. A Associação Aliança Empreendedora ficou responsável pela execução técnica da iniciativa.

Ao longo de uma semana de capacitação, os temas focaram nos principais desafios dos empreendedores de costura e artesanato em tempos de coronavírus: inovação (vendas na crise), finanças na crise, relação com fornecedores e negócio online. Nos grupos de WhatsApp, além de tutoria e tira-dúvidas, os participantes receberam conteúdos em mensagem de texto, vídeo, áudio, imagens e outras ferramentas interativas.

Foram abertas duas turmas, que beneficiaram 114 pessoas (99% mulheres). Desses participantes, 54 empreendedores responderam aos desafios lançados nos grupos e receberam certificação ao final. Ainda para 2020, também está prevista uma série de *lives* abertas ao público.

CONCLUSÃO

O projeto Costurando o Futuro incorpora as três dimensões clássicas do conceito de sustentabilidade: social, econômica e ambiental. Por meio do *upcycling*, tecidos e outros insumos do processo produtivo da cadeia automotiva, incluindo uniformes de funcionários, deixam de ser descartados e se transformam em itens que geram renda a comunidades em situação de vulnerabilidade socioeconômica, contribuindo com a mobilidade social e o empreendedorismo comunitário.

A Fundação Grupo Volkswagen, além de financiadora da iniciativa (investindo nas formações, no transporte e higienização dos tecidos doados e na articulação com o Grupo Volkswagen e seus fornecedores), também propicia oportunidades adicionais de geração de renda, por meio de apoio na divulgação para empresas interessadas na compra de brindes e na organização de eventos próprios, como os bazares sociais.

Além disso, no contexto da COVID-19, os desafios enfrentados pelo projeto e pelos participantes foram alavancas para impulsionar inovações no projeto: os beneficiários colaboraram com o esforço de prevenção ao coronavírus, por meio da produção de máscaras de algodão tradicionais; desenvolveram e produziram um protótipo de máscara acessível a pessoas com deficiência (utilizando um polímero especialmente criado pela BASF e seu parceiro Parnaplast para o projeto) e a Fundação lançou suas primeiras formações à distância por WhatsApp e uma loja virtual com produtos sustentáveis.

Em uma década de história, o Costurando o Futuro já beneficiou mais de 800 cidadãos e reaproveitou mais de 100 toneladas de tecido. Para os próximos anos, o objetivo é aprimorar ainda mais o projeto, investindo em formações adicionais (empreendedorismo, acabamento, design etc.), diversificando o público beneficiado, ampliando parcerias dentro e fora do Grupo Volkswagen e expandindo o e-commerce.

REFERÊNCIAS

[1] FUNDAÇÃO GRUPO VOLKSWAGEN. **Relatório de Atividades 2019**. São Bernardo do Campo: Fundação Grupo Volkswagen, 2020.

[2] FARIAS, Rafaela do Nascimento. **Upcycling: o processo de transformar “desusos” em objeto de desejo** (trabalho de conclusão de curso). Fortaleza, Universidade Federal do Ceará, 2017.

[3] OLIVEIRA, Fábio R.; FRANÇA, Sérgio L. B.; RANGEL, Luís A. D. Princípios de economia circular para o desenvolvimento de produtos em arranjos produtivos locais. **Interações**, vol. 20, n. 4, Campo Grande, Out./Dez. 2019.

[4] ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Objetivos de Desenvolvimento

Sustentável. Disponível em <http://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/> . Acesso em: 13 de agosto de 2020.