

UM ESTUDO ACERCA DA VALORIZAÇÃO NOS PRODUTOS AGREGADA PELAS PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS ADOTADAS PELAS LAVANDERIAS NA PERCEPÇÃO DOS CLIENTES

FELIPE FERREIRA DA SILVA

UFPE - UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

RAFAELA FERREIRA DA COSTA

LAVOISIENE RODRIGUES DE LIMA

UNIFAVIP - CENTRO UNIVERSITÁRIO DO VALE DO IPOJUCA

ALDEMAR DE ARAÚJO SANTOS

UM ESTUDO ACERCA DA VALORIZAÇÃO NOS PRODUTOS AGREGADA PELAS PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS ADOTADAS PELAS LAVANDERIAS NA PERCEPÇÃO DOS CLIENTES

RESUMO

Os diferentes hábitos de consumo e o crescimento da população mundial têm ocasionado problemas ambientais e preocupação com a escassez dos recursos naturais, ressoando na mídia como um apelo a induzir as pessoas à necessidade de um consumo mais sustentável. Deste modo, o presente estudo pretende avaliar os clientes de lavanderias industriais, inseridos no contexto do Pólo Têxtil do Agreste Pernambucano, quanto à luz da sustentabilidade como fator preponderante na escolha dos serviços. Partindo de um estudo de multicase, foi possível verificar que as lavanderias Industriais do Agreste Pernambucano, nesse estudo localizadas nas cidades de Surubim e Toritama, ao praticar serviços de maneira sustentável seus clientes estão dispostos em pagar a mais para obtenção do produto final. Entretanto, a maioria acredita que ao escolher uma lavanderia com processos sustentáveis ou ecológicos não agregaria valor ao seu produto final, assim como não refletiria positivamente em seu fluxo de venda.

PALAVRAS-CHAVE: lavanderias – sustentabilidade – consumidor ecológico.

ABSTRACT

Indicators of consumption and population growth in general have environmental problems and concern about the scarcity of natural resources, as a media as a clothing as the need for more sustainable consumption. Thus, the present study was based on clients of industrial laundries, inserted in the context of the Têxtil do Agreste Pernambucano, with emphasis on sustainability as a preponderant factor in the choice of services. You can be the appraiser of various opinion surveys from other sectors, such as the study conducted in Surubim and Toritama industries, and customer support services on display. However, most who chose their ability to serve as a sustainable or eco-friendly product would not add value to their end product, as it does not apply positively to their sales flow.

KEY WORDS: laundries - sustainability - ecological consumer.

1. INTRODUÇÃO

Com o constante crescimento, o meio empresarial e o modo de gerir os negócios sofreu grandes modificações com o aumento da complexidade no mercado, tornando inevitável que os gestores para obterem os resultados esperados e manterem-se neste meio, passem a realizar planejamentos estratégicos e ferramentas que sirvam de norte para suas decisões.

Um segmento que vem em constante crescimento é o setor de confecções têxteis, segundo pesquisa da Associação Brasileira da Indústria Têxtil - ABIT (2017), o segmento acumulou neste ano um faturamento de R\$ 144 bilhões de reais, representando um crescimento de 5,6% em relação ao ano de 2016. Ainda segundo informações divulgadas pela ABIT, a entidade espera para o ano de 2018 o faturamento chegue a R\$ 152 bilhões e que sejam investidos R\$ 2,25 bilhões.

Em Pernambuco sabe-se que o setor de confecções têxteis é um dos responsáveis por fomentar a economia regional. Todavia, de acordo com o Sindicato Nacional dos Auditores

Fiscais do Trabalho – SINAIT (2013), esse setor concentra-se na região Agreste, mais precisamente nos municípios de Caruaru, Santa Cruz do Capibaribe, Surubim e Toritama se concentram cerca de 18 mil empresas deste segmento, sendo capazes de produzir 800 milhões de peças por ano.

Analisando a grandeza deste segmento pode-se dizer que tal setor engloba atividades diversas, que se unem formando um elo, a fim de conseguirem destaque na corrida mercadológica. As lavanderias industriais têxteis, por sua vez, agem dessa forma, ou seja, oferecem texturas, acabamentos e tingimentos ao vestuário tornando-o diferente e mais competitivo.

Descreve Buzanello (2013, p. 15):

A competitividade no mercado atual com que se deparam as organizações sejam elas de quaisquer portes e segmentos, impulsiona seus gestores a buscarem técnicas administrativas a fim de auxiliar na tomada de decisão. A concorrência faz com que as empresas precisem das informações com maior precisão e usá-las para definir suas estratégias de atuação.

Contudo, vale ressaltar que o processo produtivo de uma lavanderia industrial têxtil gera significativos problemas ambientais. As lavanderias têxteis geram resíduos líquidos, atmosféricos e sólidos, no qual necessitam de alguns requisitos para obtenção da licença ambiental (LIMA, 2014).

Por esse motivo, devido a preocupação e a fiscalização cada vez mais acentuada da sociedade, se torna indispensável a adoção de uma política consciente e responsável, ambientalmente falando, por parte dos gestores para não comprometerem o futuro da organização e do meio.

O CPRH de Pernambuco, órgão responsável por fornecer a licença necessária para funcionamento, em sua Lei Estadual nº 14.249/10, determina em seu art. 8º os requisitos necessários: I – Licença Prévia (LP); II – Licença de Instalação (LI); III – Licença de Operação (LO); IV – Autorização Ambiental (AA); V – Licença Simplificada (LS); VI – Consulta Prévia (CP).

Outros fatores são abordados pela lei acima citada, e que existe um longo processo para obtenção da licença. Torna-se necessário o conhecimento a cerca do potencial degradador de cada lavanderia, e a fiscalização por parte dos municípios para observar se os requisitos inicialmente apresentando estão sendo objeto rotineiro nas atividades empresariais.

Enfatizando questões de cunho ambiental relacionadas à lavanderias, trabalhos foram desenvolvidos por Callado (2004), Pacher, Vaz e de Oliveira (2011), Silva et al (2012) entre outros.

Callado (2004) apresenta que, por sua vez, analisou o gerenciamento de resíduos gerados em 12 lavanderias da cidade de Ponta Grossa (PR), por meio de um questionário, a fim de avaliar os impactos ambientais causados por suas atividades, sugerindo algumas melhorias no processo.

Silva et al (2012) objetivou em sua pesquisa, traçar as principais características do setor de lavanderias do município de Caruaru PE, dando um enfoque principal às questões ambientais relacionadas ao ramo de confecções.

Costa (2013) complementa com um artigo voltado para as lavanderias do Agreste Pernambucano que partindo de um estudo de multicase, comparou lavanderias de contextos diferentes e verificou que com a adoção de práticas sustentáveis é possível reduzir os custos operacionais.

Lima (2014) evidencia em seu estudo a capacidade de adicionar os custos ambientais às lavanderias, ainda assim serem econômicas, por implicar em apenas 4% do faturamento bruto.

1.1. Problema de pesquisa e Objetivo

Assim, diante das informações citadas anteriormente, as empresas por estarem inseridas em um mercado competitivo e em busca de processos que busquem agregar valor a seus produtos, tem-se como problema a seguinte formulação: **Qual a valorização nos produtos agregada pelas práticas sustentáveis adotadas pelas lavanderias na percepção dos clientes?**

Portanto, este artigo tem como objetivo geral verificar na percepção dos clientes se existem valorização nos seus produtos com a adoção de práticas sustentáveis nas lavanderias utilizadas pelos mesmos.

A pesquisa está delimitada em analisar os 50 (cinquenta) clientes de 2 (duas) lavanderias industriais têxteis, localizadas na cidade de Surubim e Toritama, que atuam no Polo de confecções do Agreste Pernambucano. Os clientes foram selecionados através do volume de serviço tomado por necessitarem constantemente e sempre buscarem diferenciais em seus produtos.

Levando em consideração uma análise quantitativa do mercado, o número de empresas do ramo de confecção no Brasil evolui constantemente, como demonstra os dados levantados pelo SEBRAE no ano de 2012 que evidenciam a evolução dos principais polos pernambucanos de confecção:

Tabela 1 - Estimativa do número de confecções

Municípios	Ano 2002	Ano 2012	Variações 2002/2012 (%)
Caruaru	2.380	4.530	90,34
Toritama	2.196	2.818	28,32
Santa Cruz	7.565	7.169	-5,23
TOTAL	12.141	14.517	19,57

Fonte: Elaborado pelo autor, com base no SEBRAE (2012).

Com o constante crescimento deste setor, a competitividade de mercado tende a aumentar ao longo do tempo, e assim passam a buscar meios de torna-se diferente diante de seus concorrentes e por auxiliar o alcance dos objetivos almejados e assim, dar continuidade as suas atividades.

Um estudo feito com 1.138 internautas pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – IDEC (2015) apontou que consumidores preferem empresas reconhecidas por preservarem o meio ambiente.

Já a *Época Negócios* (2012) relata que 74% dos brasileiros estão dispostos a comprar produtos de empresas com programas sustentáveis. Ficando o Brasil, atrás da Colômbia 86% e ao lado da Argentina e Peru, com 74% e 75%, respectivamente.

Seguindo essa linha de alta competitividade somado pelo consumo desenfreados dos brasileiros, esse trabalho de justifica-se por verificar a valorização nos produtos agregada pelas práticas sustentáveis adotadas pelas lavanderias na percepção dos clientes.

Logo, o estudo voltado para análise dos clientes de lavanderias industriais do Agreste Pernambucano resultará em uma contribuição para academia, que poderão servir de embasamento para novos trabalhos, agregar com conhecimento ou até mesmo para dar continuidade em uma pesquisa futura.

Contribuirá para os empresários por fornecer subsídios para uma melhor tomada de decisão visando a alavancagem dos negócios. E contribuir com os discentes que optarem por

esta área de estudo, onde encontrarão novas informações pertinentes ao enriquecimento intelectual e analítico.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICO

2.1 Lavanderias

É sabido que algumas atividades estão mais propícias à ocorrência de degradação do meio ambiente. Sem dúvida pode-se dizer que o setor de lavanderias está entre estas atividades. Como citou Resende (2012, p. 14):

uma lavanderia de jeans, por exemplo, consome de 50 mil a 300 mil litros de água em 30 dias. Se considerarmos que há 6.200 lavanderias no país, pode-se calcular o impacto ambiental que elas representam.

Além do alto consumo de recursos hídricos, no processo produtivo uma lavanderia utiliza produtos e resíduos tóxicos e emite poluentes. As lavanderias produzem efeitos com a queima de lenha nas caldeiras, geram efluentes líquidos que são lançados em redes pluviais e desaguam para mananciais de abastecimento de água potável (LIMA, 2014).

Consequentemente, quando não são implantadas medidas necessárias à minimização de tal degradação, o resultado é uma alteração na qualidade de vida da comunidade local e um notável impacto ambiental. Entretanto, é impossível não considerar os pontos positivos oriundos deste ramo de produção. Cabe citar, o desenvolvimento regional, a geração de empregos, a interação com outros setores, sobretudo o de confecção. De acordo com Silva (2012, p. 111),

Qualidade, inovação, variedade e o modelo diferenciado, alcançados através dos processos realizados por essas indústrias ligadas a fabricação dos produtos têxteis e de confecção, ao tornar o produto final mais atraente aos consumidores, podem ser considerados o principal responsável pelo crescimento da rede de vestuário de modo geral.

Diante do elevado grau de poluição peculiar à este setor, alguns órgãos como a Agência Nacional do Meio Ambiente e Recursos Hídricos (CPRH), o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA), o Instituto de Tecnologia de Pernambuco (ITEP) e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), assumem o papel de destaque no combate aos efeitos negativos evidenciados.

Estes órgãos promovem frequentes fiscalizações, logo se verificadas infrações contra o meio ambiente, estas instituições são interditadas e apenas voltam a funcionar, caso se adéquem às normas estabelecidas.

De acordo com a Lei 9.605 de 12/02/1998 – Lei dos Crimes Ambientais, a pessoa jurídica autora ou co-autora da infração ambiental pode ser penalizada, chegando à liquidação da empresa. Todavia, a punição pode ser extinta caso se comprove a recuperação do dano ambiental. As multas, porém, variam de R\$ 50,00 a R\$ 50 milhões de reais.

2.2 Sustentabilidade Empresarial

Aponta-se a Revolução Industrial como precursora dos problemas ambientais, pois o advento de suas inovações trouxe o aumento da escala de produção e de consumo culminando

nos problemas ambientais hoje conhecidos. De acordo com Barbieri (2011, p. 5)

A partir da Revolução Industrial surge uma diversidade de substâncias e materiais que não existiam na natureza. [...] A escala de exploração de recursos e da descargas de resíduos cresceu a ponto de ameaçar a possibilidade de subsistência de muitos povos, da atualidade e das gerações futuras.

Entretanto, a solução dos problemas ambientais, ou sua minimização, exige uma atitude dos empresários e gestores, que devem passar a considerar o meio ambiente em suas decisões e adotar concepções administrativas e tecnológicas em prol de uma atividade mais limpa e responsável.

Desta forma, as organizações visam customizar suas operações de formas mais sustentáveis e já deixam pré-estabelecidas um processo para elaboração de relatório de sustentabilidade, objetivando medir desempenhos, estabelecer objetivos e monitorar mudanças operacionais (GLOBAL REPORTING INITIATIVE, 2015)

Sendo assim, as empresas têm adotados práticas sustentáveis capazes de otimizar seus processos, agregar valor a seus produtos e produzir efeitos positivos em toda a organização.

2.3. A Norma ISO 26000

A norma de Orientação em Responsabilidade ISO 26000 foi elaborada pelo ISP/TMB Working Group on Social Responsibility (ISO/TMB WG SR). Sua elaboração envolveu diversos especialistas de 90 países e mais de 40 organizações internacionais, envolvidos em diferentes aspectos de responsabilidade social (ABNT, 2010).

É sabido que o ser humano sempre buscou na natureza, meios para sobreviver. No entanto, o elevado crescimento demográfico e a busca por hábitos de vida mais confortáveis demandaram um consumo cada vez maior de recursos naturais. De acordo com Barbieri (2011 p. 5):

A partir da Revolução Industrial surge uma diversidade de substâncias e materiais que não existiam na natureza. [...] A escala de exploração de recursos e da descargas de resíduos cresceu a ponto de ameaçar a possibilidade de subsistência de muitos povos, da atualidade e das gerações futuras.

A ISO 26000, de acordo com a Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT (2010):

Pretende auxiliar as organizações a contribuírem para o desenvolvimento sustentável. Visa estimulá-las a irem além da conformidade legal, reconhecendo que conformidade com a lei é uma obrigação fundamental de qualquer organização e parte essencial de sua responsabilidade social. Pretende, ainda, promover uma compreensão comum da área de responsabilidade social e complementar outros instrumentos e iniciativas relacionados à responsabilidade social, e não a substituí-los.

As empresas sejam elas pequenas, médias ou grandes, de qualquer setor, que desejam incorporar em seus processos decisórios a responsabilização pelos impactos causados por suas atividades na sociedade e no meio ambiente encontrarão subsídios relevantes nessa norma, assim como, nas famílias da ISO 9000 (Gestão de Qualidade) e ISO 14000 (Gestão Ambiental), pois encontrarão um conjunto de ferramentas eficientes que auxiliarão no desempenho da administração tornando-a mais eficaz e qualificada.

2.4. Consumidores Ecológicos – Estudos Empíricos

Segundo Lavorato (2003), existe um nicho do mercado, onde possui consumidores que valorizam produtos e serviços ecologicamente corretos, além disso, conhecem, compreendem e não aceitam as consequências das atividades extrativistas e não sustentáveis que provocam o esgotamento de recursos naturais para as atuais gerações.

Para Volsky, Ozanne and Fontenot (1999), os consumidores ecológicos são aqueles que se sentem motivados a comprar produtos ecológicos, mesmo com preço mais elevado, em comparação com produtos semelhantes. Estes são os consumidores que fazem um esforço para comprar os produtos que favorecem o meio ambiente.

Lamb Junior, Hair Junior e Mcdaniel (2004) relata que as preferências do consumidor em relação a produtos e serviços alteram de maneira constante, desta forma, para que as organizações possam ser bem sucedidas, precisam ter um completo conhecimento de como os consumidores tomam decisões de compra, como utilizam e rejeitam mercadorias e serviços adquiridos, além dos fatores que influenciam as decisões de compra e uso do produto.

Para tanto, no momento da compra, os clientes possuem alguns critérios que são utilizados para definir qual o produto a ser adquirido. São diversas as características dos produtos, incluindo a variável ambiental, porém o preço, na maioria dos casos, se torna fator fundamental no processo decisório.

Desta forma, os clientes podem valorizar a questão ambiental, perceber a oferta de um produto ecológico, mas não o adquirir, pois, seu preço não está adequado à sua realidade ou à sua condição. Mesmo tendo consumidores que valorizam e percebem seus produtos ecológicos, efetivamente não consegue realizar suas vendas, pois não há demanda.

Devido à baixa renda *per capita* de grande parte da população brasileira, poucos são sensíveis aos apelos ecológicos dos produtos. Mas, na visão de Maia e Vieira (2004), esta situação está mudando devido à divulgação mais frequente de alertas e programas de educação ambiental por parte de diferentes organizações e até mesmo órgãos de mídia.

Como verificado anteriormente, o fator preço é fundamental em um mercado como o brasileiro. Porém, outros fatores relacionados ao perfil dos consumidores devem ser levados em consideração, pois possuem relação com a consciência ambiental dos mesmos. Desta forma, pode-se citar como fatores passíveis a contribuir para uma valorização dos produtos ecológicos, por parte de seus clientes, a escolaridade ou nível de conhecimento, a idade, o sexo, opções de mercado, etc.

3. METODOLOGIA

Descrevem-se neste tópico, os procedimentos metodológicos que norteou esta pesquisa. Abordando primeiramente, a caracterização da pesquisa que teve um caráter exploratório-descritivo e qualitativo. Em seguida, tecem-se considerações acerca da técnica utilizada para a coleta e análise de dados, assim como o universo estudado.

A classificação da pesquisa toma como base a taxonomia apresentada por Vergara (2000), que a qualifica em relação a dois aspectos: quanto aos fins e quanto aos meios. Quanto aos fins, a pesquisa foi descritiva e exploratória. Descritiva, porque tentou levantar percepções, expectativas e atitudes dos clientes das lavanderias industriais têxteis do Agreste Pernambucano acerca da questão sustentabilidade.

Para coleta dos dados da pesquisa inicialmente foram selecionados duas lavanderias de cidades distintas, a primeira da cidade de Surubim/PE e a segunda na cidade de Toritama/PE. Após definição das lavanderias, foram selecionados 50 clientes, utilizando o critério de maiores consumidores dos serviços das lavanderias e por exigirem uma qualidade maior no produto final. Para levantamento dos dados, foram iniciados em 05/2018 para elaboração dos questionários de ordem semiestruturada contemplando perguntas abertas e fechadas sobre a

temática citada. Até a obtenção do resultado final foi necessários uma demanda de oito meses até que todos os questionários fossem preenchidos e capazes de fornecer subsídios para elaboração deste estudo.

Quanto aos meios, a pesquisa se deu por meios bibliográficos e um estudo de multicaso, que, segundo Yin (2005), é uma forma de se realizarem vários estudos de casos relacionados, de maneira que se busquem evidências mais relevantes e convincentes em relação aos resultados obtidos pela utilização de um estudo de caso isolado.

No meio bibliográfico foram utilizados como apoio, material de vários autores, enfatizando temas como a importância do setor de confecções para o estado de Pernambuco, Sustentabilidade Empresarial, Consumidores Ecológicos, dentre outros assuntos pertinentes ao caso. Também serão utilizados materiais obtidos em meio eletrônico.

4. DISCUSSÃO

A população escolhida para efeito de objeto de pesquisa foram os clientes de lavanderias industriais têxteis. Foram selecionadas duas lavanderias localizadas em cidades diferentes, a primeira atua no mercado a mais de 10 anos, localizada na cidade de Surubim/PE e possui 20 funcionários em seu quadro de funcionários. Já a segunda, atua a 18 anos, localizada em Toritama/PE e possui 35 colaboradores.

A amostra estudada corresponde a 50 confeccionistas que atuam no polo de confecções do Agreste Pernambucano e utilizam os serviços das lavanderias em seus processos produtivos. Dentro desta amostra, buscou selecionar os que demandam em maior escala em ambas as lavanderias e torna-se peça fundamental para obtenção de seus produtos finais.

A cerca do perfil dos clientes analisados verificou que o sexo masculino prevalece em maior escala como mostra a tabela 2:

Tabela 2 – Sexo

SEXO	Nº	%
Feminino	22	44%
Masculino	28	56%
TOTAL	50	100%

Fonte: Dados da Pesquisa (2016)

No questionário identificou-se a princípio o sexo, a faixa etária e o grau de escolaridade dos entrevistados a fim de tornar mais perceptível o perfil destes clientes.

Tabela 3 – Faixa Etária

FAIXA ETÁRIA	Nº	%
Até 25 anos	11	22%
De 26 a 30 anos	12	24%
De 31 a 35 anos	10	20%
De 41 a 45 anos	9	18%
Acima de 45 anos	8	16%
TOTAL	50	100%

Fonte: Dados da Pesquisa (2016)

Percebe-se que esse segmento tem uma gama de profissionais bem diversificada quanto ao sexo e idade, encontramos desde pessoas com menos de 25 anos até pessoas mais experientes que estão no ramo há mais tempo.

Tabela 4 – Escolaridade

ESCOLARIDADE	Nº	%
Ensino Fundamental	18	64%
Ensino Médio	32	36%
Ensino Superior	0	0%
Pós Graduação	0	0%
TOTAL	50	100%

Fonte: Dados da Pesquisa (2016)

Ao longo da pesquisa, foi possível constatar que os clientes entrevistados possuem um perfil bastante parecido, onde a idade não representa diferencial e que os mesmos estudaram apenas até o ensino fundamental ou ensino médio, realidade evidente no Polo de confecções do Agreste Pernambucano, onde a experiência adquirida no dia-a-dia é a ferramenta de apoio que eles precisam para tomar as decisões necessárias nos negócios.

Quanto ao conhecimento referente aos problemas ambientais causados pelas atividades das lavanderias, todos os clientes entrevistados alegaram conhecimento de causa, como segue no quadro a seguir:

Tabela 5 – Problemas ambientais causados pelas lavanderias

RANKING	PROBLEMAS
1º	Poluição dos rios
2º	Poluição do ar
3º	Desperdício de água
4º	Falta de Saneamento
5º	Desmatamento
6º	Odor

Fonte: Dados da Pesquisa (2016)

A poluição das águas foi o problema mais citado entre os entrevistados, os mesmos relataram que as lavanderias utilizam elevadas quantidades de produtos químicos no processo de lavagem e em seguida essa água é jogada diretamente no rio, sem os devidos cuidados.

Além da poluição das águas, outros sérios problemas foram elencados, tais como poluição do ar, devido à fumaça causada pelas queimadas de madeira para aquecimento das caldeiras. O desperdício de água, já que se gasta aproximadamente 100 litros de água por peça e nem todas as lavanderias adotam o processo de reuso da água. A falta de saneamento, pois ainda se vê resíduos das lavanderias sendo descartados a céu aberto o que conseqüentemente reflete em odores que afeta diretamente às pessoas que estão em volta do local.

Ao serem perguntados se conheciam alguma lavanderia na região que utilizava práticas sustentáveis no processo produtivo, os entrevistados responderam:

Tabela 6 – Lavanderias que utilizam práticas sustentáveis

	Nº	%
Sim	40	80%
Não	10	20%
TOTAL	50	100%

Fonte: Dados da Pesquisa (2016)

Diante desta resposta, pode-se constatar que os mesmos que 80% da amostra, conhece lavanderias que adotam praticas sustentaveis em seus processos produtivos. Com esse percentual se faz um gancho com as informações apresentadas na tabela 7:

Tabela 7 – Lavanderias que utilizam os serviços

	Nº	%
Sim, utiliza.	23	46%
Não, não utiliza.	12	24%
Não sabe	15	30%
TOTAL	50	100%

Fonte: Dados da Pesquisa (2016)

Perguntou-se também se o entrevistado sabia se a lavanderia que ele utilizava os serviços executava práticas sustentáveis. A maioria de fato utiliza serviços de lavanderias que adotam práticas sustentáveis. Entretanto, o que chama a atenção é o número de entrevistados que ao menos sabe se a lavanderia escolhida pra lhe prestar serviços é sustentável ou não.

Porém, deve-se acender um alerta acerca do fato de informações apresentadas na tabela 5, onde 80% dos entrevistados conhecem lavanderias que utilizam processos sustentáveis em seus procedimentos, com informações da tabela 6, na qual evidencia que 24% não buscam lavanderias que adotam essas práticas.

Analisando os diversos efeitos dos impactos ambientais na atualidade, foi questionado se o entrevistado estaria disposto a pagar um pouco mais pelo serviço ao saber que a lavanderia é sustentável.

Tabela 8 – Conhecimento sobre os impactos ambientais

	Nº	%
Sim	23	46%
Não	10	20%
Talvez	17	34%
TOTAL	50	100%

Fonte: Dados da Pesquisa (2016)

Mostra que 20% dos entrevistados permaneceram irredutíveis e relataram que não estariam dispostos em pagar mais. Felizmente a maioria aparenta ser mais consciente, correspondendo a 46% dos entrevistados, podendo esse número aumentar, já que notamos que 34% encontram-se indecisos quanto ao caso.

Surge neste momento, até uma sugestão de pesquisa futura, na qual vise evidenciar quanto seria esse adicional pelos serviços sustentáveis. E cruzando os dados da tabela 8 com o embasamento bibliográfico apresentado neste trabalho, pode-se verificar em um estudo que as lavanderias podem adicionar os custos ambientais e assim serem viáveis economicamente, por representar um aumento de 4% em relação ao faturamento bruto (LIMA, 2013).

A fim de alcançar o objetivo proposto pelo trabalho, questionou-se aos clientes de lavanderia entrevistados, se os mesmos achavam que ao escolherem uma lavanderia sustentável o produto final teria algum valor agregado, ou seja, se o produto seria visto com outros olhos pela sociedade.

Tabela 9 – Escolha por lavanderias sustentáveis

	Nº	%
Sim	13	26%

Não	37	74%
TOTAL	50	100%

Fonte: Dados da Pesquisa (2016)

Para surpresa, uma parcela significativa (75%) acha que a escolha por lavanderias sustentáveis não agregaria valor aos seus produtos finais. O que remete ao surgimento de trabalhos de mobilidade de pensamento e conduta de tais profissionais, pois como citado anteriormente, as praticas de lavanderia são altamente danosas ao meio ambiente, e ser diferente nesse contexto problemático deve ser encarado como estratégia mercadológica. Uma vez que, a busca por políticas ambientais eficazes se acentuem por parte dos clientes, as empresas, neste caso, as lavanderias, estarão cada vez mais predispostas a mudarem de comportamento, pressupondo que as mesmas levarão em consideração o Princípio da Continuidade.

Complementando o questionamento anterior, indagou-se aos clientes entrevistados se aderindo e divulgando que o produto dos mesmos passou por processos de lavanderias sustentáveis implicaria em um aumento nas vendas. Segue resultado:

Tabela 10 – Impacto de lavanderias sustentaveis nas vendas

	Nº	%
Sim	8	16%
Não	42	84%
TOTAL	50	100%

Fonte: Dados da Pesquisa (2016)

Tal resultado seguiu a mesma linha de raciocínio do resultado anterior. Mostrando-nos que para os clientes das lavanderias industriais têxteis do Agreste Pernambucano a escolha por lavanderias sustentáveis, assim como não agregaria valor ao produto, também não implicaria em um aumento de vendas ou um diferencial para alavancar o negocio e tornar algo inovador no mercado competitivo.

5. CONCLUSÃO

Para que o objetivo fosse alcançado essa pesquisa buscou averiguar se haveria atribuição de valor às lavanderias industriais têxteis que adotam práticas sustentáveis, por parte de seus clientes. Através de questionários aplicados pode-se constatar que os clientes das lavanderias do Agreste Pernambucano são bem diversificados quanto a faixa etária, entretanto, quanto ao grau de escolaridade adquirido por eles, o ensino médio foi o título máximo conquistado.

Percebeu-se que tais clientes têm conhecimento a cerca dos graves problemas causados pelas lavanderias ao meio ambiente, e os mesmos elegeram a poluição das águas como o pior vilão ambiental.

Conclui-se que os clientes ao escolher uma lavanderia com processos sustentáveis ou ecológicos não visualizam agregação de valor ao seu produto final, assim como não refletiria positivamente em seu fluxo de venda. Ratificando assim, o pensamento levantado pelos donos de lavanderias estudados no artigo de Costa (2013), cujo pensamento comum de ambos dizia que não consideravam a adoção de práticas sustentáveis no processo produtivo capazes de influenciar na escolha do cliente na hora de aderir o serviço.

Contudo, vale ressaltar que os dados levantados pelo estudo feito pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – IDEC (2015) coincidiram com nosso resultado, pois da

amostra pesquisada 46% dos clientes disseram que a lavanderia, cuja utiliza os serviços, exerce alguma prática sustentável.

Conforme citado neste estudo pela Época Negócios (2012), 74% dos brasileiros estão dispostos a comprar produtos de empresas com programas sustentáveis também coincidiu com os nossos resultados, já que a maioria disse que estava disposta em pagar a mais pelos serviços prestados por uma lavanderia sustentável.

Sendo assim, nota-se que um trabalho de conscientização deve ser feito, tanto nas lavanderias que ainda prejudicam e muito o meio ambiente, como nos clientes peças-chave nessa cadeia produtiva. Pois, são estes que ditam o rumo do consumismo, e as empresas terão que atender as tendências, caso não queiram ficar para traz na corrida mercadológica.

Como sugestão de trabalho futuro citado previamente na análise dos resultados, gira em torno de verificar o real custo que os confeccionistas do polo de confecção teria que desembolsar para que fossem utilizado serviços de lavanderias que adotam praticas sustentáveis em seus processos produtivos, a fim de auxiliar o processo de precificação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO (ABIT). **Fechamento do Setor Têxtil em 2017**. Disponível em: <<http://www.abit.org.br/>>. Acesso em: 17 ago. de 2018, 18:05:45

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS – ABNT. **NBR ISSO26000**. 2010. Disponível em: <<http://www.abntcatalogo.com.br/norma.aspx?ID=80778>>. Acesso em: 29 jun. de 2016, 16:54:32.

BARBIERI, José Carlos. **Gestão Ambiental Empresarial**. 3.ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

BERNARDO, Cláudio Júnior. ALBANEZ, Tatiana. BONÍZIO, Roni Cleber. **Política de Preços e Custos no contexto empresarial atual**. Enfoque: Reflexão Contábil – UEM, Paraná, mai./ago. 2009. Disponível em : <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=51903045&lang=pt-br&site=ehost-live>>. Acesso em: 15. ago. de 2018, 14:10:32

BRASIL, **Lei nº 9.605 de 12/02/1998**. Dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19605.htm>. Acesso em: 12 ago. de 2016, 09:11:42.

CALLADO, A.L.C. **A importância da gestão dos custos ambientais**. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/50F0E02ACE34A86283256F6A00676639/\\$File/NT000A22BA.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/50F0E02ACE34A86283256F6A00676639/$File/NT000A22BA.pdf)>. Acesso em: 04 jun. 2014, 15:15:32.

COSTA, Rafaela Ferreira. **Um estudo quanto à possível redução dos custos operacionais nas lavanderias que adotam processos sustentáveis**. *Congresso Brasileiro de Custos*, v. 21, 2014. (Gestão de Custos no Brasil Pós-Copa 2014 e Pré-Olimpíadas 2016, 21, Natal, 2014). Disponível em: <<https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/3861>> Acesso em: 12 jun. 2014, 15:43:32.

ÉPOCA NEGÓCIOS – **Brasileiros preferem comprar produtos de empresas sustentáveis**.

2012. Disponível em:

<<http://epocanegocios.globo.com/Informacao/Visao/noticia/2012/03/brasil- prefere-comprar-produtos-de-empresas-sustentaveis.html>>. Acesso em: 12 ago. de 2016, 12:30:45.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE. **Elaboração de relatórios de sustentabilidade**, 2015. Disponível em:<<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRIG4-Part1-Reporting-Principles-and-Standard-Disclosures.pdf>>. Acesso em: 17 ago. de 2018, 19:20:43.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR – IDEC.

Consumidores preferem empresas reconhecidas por preservarem o meio ambiente, indica estudo. 2015 – Disponível em: <<http://www.idec.org.br/em-acao/noticia-do-consumidor/consumidores-preferem-empresas-reconhecidas-por-preservarem-o-meio-ambiente-indica-estudo>> Acesso em: 12 ago.de 2016, 11:10:45.

LAMB JUNIOR, C. W., Hair Junior, J. F., & Mcdaniel, C. 2004. **Princípios de marketing**. São Paulo: Thomson.

LAVORATO, M. L. A.(2003). **As vantagens do benchmarking ambiental**. Revista Produção online, 4(2), 67-90.

LIMA, Lavoisiene Rodrigues de. **CUSTOS AMBIENTAIS E A EXTERNALIDADE NEGATIVA DAS LAVANDERIAS TÊXTEIS DO POLO DE CONFECÇÕES DO AGRESTE DE PERNAMBUCO**. Dissertação (Mestrado em Contabilidade). Universidade Federal de Pernambuco – UFPE. Recife, 2014. Disponível em: <<https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/11514/1/DISSERTA%C3%87%C3%83O%20Lavoisiene%20de%20Lima.pdf>>. Acesso em: 16. ago de 2018, 20:10:41

MAIA, G. L., & Vieira, F. G. D. **Marketing verde: estratégias para produtos ecologicamente corretos**. Revista de Administração Nobel. 3(jan/jul), 21-32.

PACHER, Bruno Alessandro; VAZ, Caroline Rodrigues; OLIVEIRA, Ivanir Luiz de. **Análise do gerenciamento de resíduos de lavanderias de Ponta Grossa**. P&D em Engenharia de Produção, Itajubá, v.9, n.2, p. 121-131, 2011.

PERNAMBUCO. (Estado). **Instrução Normativa CPRH N° 004/2012**. Disciplina o enquadramento para Licenciamento Ambiental na CPRH das atividades de Comércio e Serviço, quanto ao Potencial Degradador, conforme previsto no item 6.1 da Tabela 6 do Anexo I, da Lei Estadual nº 14.249, de 17/12/2010 alterada pela Lei Estadual nº 14.549, de 21/12/2011. Disponível em: <http://www.cprh.pe.gov.br/ARQUIVOS_ANEXO/IN004;1406;20120829.pdf> Acesso em: 17 ago. 2018, 18:23:08.

_____. **Lei N° 14.249, De 17 de Dezembro de 2010**. Dispõe sobre licenciamento ambiental, infrações e sanções administrativas ao meio ambiente, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.cprh.pe.gov.br/ARQUIVOS_ANEXO/Lei%20Est%2014249;141010;20101228.pdf>. Acesso em: 17 ago. 2018, 18:04:57.

RESENDE, Letícia Passos. **Reúso na indústria têxtil e lavanderias**. *Revista Hydro*, São Paulo, abr.2012. Disponível em: <<http://sindlav.com.br/wp-content/uploads/2012/05/H66->

Especial.pdf>. Acesso em: 02 de jun. de 2013, 10:41:44.

SEBRAE. ESTUDO ECONÔMICO DO ARRANJO PRODUTIVO LOCAL DE CONFECÇÕES DO AGRESTE PERNAMBUCANO. 2013. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/uf/pernambuco/downloads/estudosepesquisas/resolveuid/4f2a6281-17cb-4130-9c74-a356768eda8b>>. Acesso em: 13 jun. de 2016, 15:48:43.

SILVA, Marcus Vinícius Amaral, et al. **A questão Ambiental no polo de confecções em Caruaru: um primeiro ensaio à luz dos instrumentos econômicos de proteção ambiental.** Revista de Estudos do CEPE, Santa Cruz do Sul, n.35, p.108-132, jan./jun. 2012.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 3.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

VOLSKY, R. P., Ozanne, L. K., & Fontenot, R. J. (1999). **A conceptual model of US consumer willingness-to-pay for environmentally certified wood products.** Journal of Consumer Marketing, 16(2), 122-140.

YIN, Robert. **Estudo de caso: Planejamento e métodos.** 3.ed. Porto Alegre. Bookman, 2005.