

EXCLUSIVO: Sacolas “ecologicamente corretas” geram renda para mulheres em comunidade de Curitiba (PR)

Geografia

Enviado por: Visitante

Postado em:22/07/2008

O hábito de levar às compras sacolas não-descartáveis, em substituição às de plástico fornecidas pelos estabelecimentos, criou um mercado que viceja entre os mais variados públicos. Saiba mais...

A Tok&Stok, por exemplo, está divulgando uma linha de sacolas elaboradas com “materiais ecologicamente corretos, de vinil, fibra natural e tecido, que além de ajudar a preservar a natureza, são opções versáteis com grande durabilidade, que evitam o desperdício”. Essa “moda” positiva do ponto de vista ambiental acompanha uma tendência planetária, de rechaçar o uso desenfreado das sacolinhas plásticas. Em Curitiba (PR), porém, a produção de sacolas não-descartáveis tornou-se instrumento para a elevação da renda e, sobretudo, da auto-estima de mulheres residentes no bairro Cidade Industrial, na chamada Vila Verde. Lá, uma cooperativa que hoje reúne 17 costureiras confecciona até 25 mil sacolas por mês, a depender da demanda. O produto é feito em algodão cru, que em geral recebe aplicação de logomarcas em serigrafia, também a gosto do cliente, operação feita com tinta à base de água. Inicialmente, quando de sua fundação, há oito anos, a cooperativa tinha a proposta de atuar no ramo de panificação. Depois, por iniciativa de sua presidente, Julieta Maria Cerri, já experiente em costura, voltou-se para esse trabalho. Ela conseguiu o apoio da unidade fabril da Bosch na Cidade Industrial de Curitiba. A empresa desenvolve um projeto social – o Peça por Peça -, que incluiu, entre outras, oficina de corte e costura. Com isso, foram treinadas mais mulheres que juntas, a partir desse aprendizado, começaram a fornecer uniformes para a empresa. A Bosch uniu-se a outros empreendimentos da região para doar o maquinário com que hoje opera a cooperativa, batizada de Coopercostura. Daí para as sacolas foi um passo pensado empresarialmente por Maurício Rogério Moskven, o gerente contratado para profissionalizar as atividades do grupo. “Já estava na hora da cooperativa ocupar outros espaços”, disse ele a AmbienteBrasil. Em meados de 2007, o projeto se concretizou. De uma pequena quantidade produzida e comercializada a princípio junto ao setor de panificação de Joinville (SC), que já procurava uma alternativa aos sacos plásticos, a Coopercostura alçou vôos grandiosos. Só para cinco supermercados em Santa Catarina, vende hoje de 4 mil a 5 mil sacolas em algodão por mês. A produção já chegou a vários Estados do país, sendo significativa parcela destinada a São Paulo e também ao Paraná, onde os principais clientes estão em Curitiba e na Região Metropolitana da cidade. Lá, escolas particulares tornaram-se clientes ocasionais, distribuindo as sacolas como brindes em suas respectivas feiras de Ciências, eventos que, de modo geral, incluem algum apelo em prol da preservação do meio ambiente. “Começamos a conscientizar as crianças e isso já gerou um mercado diferenciado”, diz Maurício. Somadas as encomendas da clientela mais fixa, a cooperativa que nasceu modesta hoje comercializa entre 15 mil e 20 mil sacolas todos os meses. Isso quando não há demandas especiais. Nesse momento, por exemplo, o grupo trabalha a todo vapor para atender um de seus clientes, o Comitê de Responsabilidade Social (Cores) da Federação das Indústrias de São Paulo (Fiesp). Vão ser distribuídas 12 mil sacolas – chamadas pela divulgação de “eco bags” – na II Mostra Fiesp de Responsabilidade Socioambiental, que acontece entre 13 e 15 de agosto, na Fundação Bienal, em São Paulo. Essa performance invejável não rende, contudo, o desejável em qualidade de vida para as cooperadas. Como na iniciativa

privada, o vilão é a excessiva carga tributária com que o empreendedor brasileiro é obrigado a conviver. Até 2007, a Coopercostura era beneficiada pela adesão ao programa Simples do Estado do Paraná. Com o advento do Simples Federal, um item na lei barra o enquadramento de cooperativas e, por conta dele, o grupo passou a ter que destinar cerca de 35% de seu faturamento a impostos. “É um absurdo, porque isso é um projeto de distribuição de renda”, diz Maurício. “Já tentamos várias formas de reverter essa cobrança, mas não tivemos eco em lugar nenhum”, lamenta. Fonte:<http://noticias.ambientebrasil.com.br/noticia/?id=39568>