



CADEIAS PRODUTIVAS SUSTENTÁVEIS: UMA ANÁLISE SOBRE EMPRESAS GAÚCHAS DE MODA

Jéssica Alves da Motta, discente de pós-graduação, Universidade Federal do Pampa, Campus Santana do Livramento.

Ricardo Ribeiro Alves, docente, Universidade Federal do Pampa.

jessicamotta.aluno@unipampa.edu.br

O setor de moda vem passando diversas transformações e uma delas é a incorporação da sustentabilidade em suas cadeias produtivas. Hoje é possível encontrar diversas estratégias sustentáveis nos diferentes níveis, seja nos produtos, processos ou cadeia de suprimentos. Diante desse contexto, surgiu a seguinte questão de pesquisa: Em quais níveis produtivos estão concentradas as estratégias sustentáveis divulgadas por empresas gaúchas de moda? Assim, o trabalho teve como objetivo analisar em que níveis produtivos se concentram as estratégias sustentáveis divulgadas por empresas gaúchas de moda. Um estudo nesta temática justifica-se por sua relevância teórica, uma vez que, estudos que relacionam moda e sustentabilidade são recentes, prática porque a discussão em torno da moda ecológica fortalece e incentiva propagação de novas ações no setor, e social porque a moda socioambiental incentiva melhores condições laborais para seus trabalhadores. O estudo possui o caráter descritivo e a abordagem quantitativa. Para a unidade de análise foram selecionadas cinquenta e duas empresas presentes no Mapa da Moda Sustentável do Rio Grande do Sul, elaborado pela instituição Ecosistema da Moda Sustentável. Todas as empresas consultadas estão localizadas na região de Porto Alegre – RS. A principal fonte de coleta de dados desta pesquisa foi a documentação eletrônica, através das informações divulgadas pelas empresas nos sites e redes sociais. Para a realização da análise e tratamento dos dados foi utilizado o *software* livre *Iramuteq* versão 0.7 *alpha* 2. O uso do *software* se fez necessário, pois a contagem de frequência de palavras permite apontar a maior ou menor divulgação de informações sustentáveis. Como principais resultados percebem-se que as estratégias produtivas em nível de produtos recebem ênfase, representando 35,82% daquelas mencionadas pelas marcas. Na sequência, 29,10% das práticas concentram-se em nível de cadeia de suprimentos. O nível de processo recebe somente 13,43% da atenção das empresas. Outro 21,64% das divulgações são feitas em práticas sociais, que poderiam se encaixar nos três níveis, e que por isso, foram separadas em uma categoria a parte. Mais detalhadamente, em nível de produto percebe-se que as palavras mencionadas estão relacionadas, em sua maioria, às fibras têxteis. Entre os materiais mais citados estão os tecidos ecofriendly, ou amigo do ambiente e as fibras naturais, como o algodão. Em nível de processos destaca-se processo artesanal, o que pode demonstrar que as empresas estão preocupadas com a valorização dos produtos e do trabalho de seus funcionários. Em nível de cadeia de suprimentos, a palavra mais mencionada foi matéria-prima. Por meio destes resultados foi possível observar que a maioria das práticas divulgadas pelas empresas se concentra em nível de

produtos. No entanto as diferenças entre as porcentagens não são expressivas. Fazendo crer que as empresas adotam práticas nos três níveis produtivos.

Agradecimentos: Bolsa AGP-2020 PROPPI/UNIPAMPA

Palavras-chave: Moda; Sustentabilidade; Produto; Processo; Cadeia de Suprimento.