

# A La COVID - UM ESTUDO SOBRE A MODA SUSTENTÁVEL EM PORTO ALEGRE.

## 1.Introdução

No final de 2019, cidadãos da província de Wuhan na China foram encontrados infectados com um novo tipo de coronavírus que possivelmente se originou devido ao um grande mercado de comida marinha e da animais silvestres (Cortez e Johnston, 2020). Até a escrita deste artigo já são mais de 16 milhões infectados no mundo com aproximadamente 650 mil mortes confirmadas (Covid tracker, 2020). Afirmar que houve impactos econômicos devido a pandemia, seria eufemismo, assim como afirma Fernandes (2020) o impacto, dependendo do país pode variar entre uma perda de 3,5 a 6% do PIB.

No Brasil medidas, de isolamento para evitar o avanço da doença, foram tomadas. Em março o governo brasileiro criou a portaria nº 356/3020 que regulamenta as regras de isolamento e medidas de enfrentamento a pandemia (Ministério da Saúde, 2020). O documento previa isolamento de pessoas assintomáticas e sintomáticas como medida de prevenção a propagação. Mesmo assim o impacto da pandemia desacelerou a economia, o FMI (Fundo Monetário Internacional) projetou para o Brasil uma deflação de 5,93% do PIB (International Monetary Fund, 2020). Além disso levou diversas vidas, atualmente já temos mais de 2 milhões de infectados confirmados e mais de 80 mil mortos (Covid Tracker, 2020).

Outro impacto profundo que a pandemia irá proporcionar é dentro da área da cadeia de suprimentos. Esse tipo de quebra de paradigma ocorre principalmente devido a eventos de baixa probabilidade mas com impactos grandes, como desastres naturais, ataques terroristas e pandemias De acordo com um estudo feito pela Mckinsey (2020) as áreas de voos comerciais, petróleo, automotiva, e de roupas e moda serão as mais afetadas pela pandemia. Isso se deve pela forte ligação que esses mercados tem entre diferentes países, como por exemplo a indústria da moda que possui muitas importações da China devido ao baixo custo de seus insumos. Como Majumdar (2020) identifica no seu estudo mais recente, houve sugestão dos entrevistados que, porque a China é fundamental para a indústria da moda, qualquer pandemia naquele país iria desencadear um efeito cascata em toda a cadeia de suprimento.

## 2.Problema de pesquisa e objetivos

Devido à natureza de empresas sustentáveis e a sua relação com fornecedores, esse artigo busca responder se elas foram impactadas da mesma forma que empresas não sustentáveis. Para tanto vamos delimitar o que é uma empresa

sustentável e quais foram os impactos que empreendedores acharam mais significativos durante a pandemia no Brasil.

Objetivos:

1- Identificar as dificuldades sofridas por empresas que possuem artigos de moda sustentável.

2- Entender, na percepção do empresário, como essas dificuldades afetaram o comércio dos artigos de moda sustentável.

### 3. Fundamentação Teórica

A sustentabilidade pode ser vista como uma nova maneira de nos relacionarmos com o mundo e a sociedade em que vivemos. Ainda existe dificuldade em definirmos o que é sustentabilidade, devido a abrangência e interpretação sobre o tema. The World Commission on Environment and Development (WCED, 1987) definiu o desenvolvimento sustentável como assegurar que as necessidades do presente sejam atendidas sem comprometer a habilidade de gerações futuras de atender suas próprias necessidades. Outra interpretação, mais simples, é a de Costanza e Patten (1995, p.1) que afirmam “um sistema sustentável é aquele que sobrevive ou persiste”. Para fins deste artigo vamos adotar a ideia de que sustentabilidade é um conjunto de ações que visam a perpetuação do nosso meio sem comprometer o mesmo meio em que se vive.

Após definirmos o que é sustentabilidade vamos buscar entender o que são empreendimentos sustentáveis. Empreendimentos sustentáveis, são, de acordo com Biden e Belz (2015, p. 32), “baseados e relacionados com empreendimentos tradicionais, empreendimentos sociais e empreendimentos ecológicos.” Biden e Belz diferenciam os empreendimentos sustentáveis dos demais, afirmando que os mesmos buscam como resultado fim, impacto econômico, social e ambiental. Kyrö (2015) ainda completa afirmando que os empreendimentos sustentáveis são baseados em, e relacionados com, empreendimentos convencionais (aqueles que buscam objetivos econômicos, como o lucro) empreendimentos ambientais (aqueles que buscam tanto objetivos econômicos como ecológicos) e empreendimentos sociais (aqueles que buscam atingir objetivos sociais financiados pelo lucro). Assim fica claro entender que empreendimentos sustentáveis são um conjunto de objetivos.

Quando falamos em conjuntos de objetivos entendemos que realizar uma ação não significa ser sustentável. Quando, por exemplo, ouvimos falar de reciclagem essa ação sozinha não seria uma ação sustentável mas ecológica porque ela não abrange problemas sociais ou econômicos que estão envolvidos na perpetuação do nosso meio. Por isso, ao selecionar os

empreendimentos para este estudo de caso focamos naqueles que adotam o tripé (econômico, ecológico e social) e não apenas uma das vertentes que compõe o tripé.

Para responder a pergunta de como as empresas sustentáveis foram atingidas pela crise pandêmica de 2020, um estudo feito a partir de entrevistas semi estruturadas foi conduzido. O objetivo é entender a percepção de impacto que a pandemia teve em empreendimentos sustentáveis ou que possuem produtos sustentáveis em Porto Alegre e região metropolitana. Os temas abordados nas entrevistas foram relacionados com as principais dificuldades enfrentadas durante a pandemia, como diminuição de vendas e escassez de recursos. Além disso abordamos um possível desafio enfrentado pelas empresas sustentáveis durante esse período de crise, a perpetuação das vertentes relacionadas acima que as classificam como sustentáveis. Foram conduzidas entrevistas, a distância por meio de plataformas de comunicação, com 3 empresários e a idealizadora de uma feira voltada ao desing independente. Todos os entrevistados foram responsáveis pela criação e prospecção de suas marcas, tendo assim total conhecimento das suas dificuldades e das suas operações internas. Devido a limitação gerada pela definição de sustentabilidade, houve dificuldades em encontrar objetos de estudo para o artigo, ainda existem muitas empresas que se dizem sustentáveis, mas que realizam trabalhos ecológicos sem impacto social.

Tabela de entrevistas

Empresas	Fundação	Entrevistado	Atuação
A	2008	Diretor de Marketing	Calçadista
B	2016	Sócio/Proprietário	Moda
C	2018	Sócio/Proprietário	Calçadista
D	2015	Idealizadora	Feira

#### 4. Discussão

Nesse etapa do artigo iremos analisar as respostas dos empresários em diferentes frentes: a primeira será o ciclo financeiro, que irá abordar as relações entre a pandemia e o desempenho financeiro das empresas; a segunda será o operacional, que vai analisar como a pandemia mudou o modo de operação das empresas; e por fim o sustentável que vai analisar se as empresas conseguiram permanecer sustentáveis durante a pandemia.

##### 4.1. Ciclo Financeiro

Dentro das percepções do empresário entrevistado podemos separar esse período de pandemia em três momentos:

crise (início da pandemia, entre os meses de março e abril), adequação (meio da crise, entre os meses de maio e junho) e crescimento (momento mais avançado da crise, entre os meses de julho e agosto).

Analisando o momento de crise, as empresas em unanimidade declararam que houveram quedas e cortes. Em todas as entrevistadas a maior perda foi nas vendas físicas, com o cancelamento de feiras e o fechamento de lojas físicas para evitar o contágio. Tais perdas de acordo com um dos entrevistados foram sentidas na produção: *“atualmente nossa produção atingiu um patamar de 600 pares/dia (queda de 50% em relação aos meses anteriores) distribuídos da seguinte forma: 30% e-commerce e 70% lojas físicas.”*

Após esse período de crise, as empresas começaram um período de adequação, onde muitas aceleraram o processo de migração do físico para o virtual. Olhando esse processo vemos que existem dois grupos: aquelas que já atuavam no meio virtual e aquelas que estavam em processo de migração. As que já atuavam em meio virtual declaram crescimento significativo nas vendas e no impacto do faturamento em relação ao início da crise: *“faturamento essa distribuição hoje é 50% a 50%”*. Aquelas que realizaram a migração durante a adequação tiveram resultados positivos: *“Mas já estávamos com planos de investir no nosso site a muito tempo e no final deu elas por elas porque, tudo que perdemos no físico, conseguimos reverter pro online”*. Esses mesmos resultados se classificam como a transição para o momento de crescimento das empresas.

Aqui podemos ver que o consumo de moda sustentável não diminuiu dentro da perspectiva desses empresários. A rápida adequação para o meio virtual, foi essencial para a perpetuação da produção. Ao serem indagados do porquê desse crescimento durante a crise, umas das empresárias comentou:

*“Acredito que temos privilégio nessa questão, porque as pessoas começaram a dar valor para coisas pequenas e começaram a se tornar mais conscientes com o seu consumo, prestando atenção em como as coisas são feitas. Além disso houve muita busca por pequenas marcas e pequenos negócios para ajudar durante esse período de pandemia”.*

Em complemento a essa resposta outra empresária completou: *“acho que foi mais pelo design diferenciado e a sustentabilidade é um bônus”*. Ainda existem dúvidas sobre o motivo pelo qual o consumidor escolheu esses produtos, sejam por serem sustentáveis, locais, ou de design diferenciado.

#### 4.2. Operacional

Analisando as relações entre as empresas e os fornecedores, ficou claro que durante a pandemia ela se deteriorou. De acordo com os entrevistados os fornecedores, antes da pandemia, já tinham a rotina de atrasar nas entregas ou dar pouca prioridade aos pedidos de pequenas empresas. Isso só se agravou com a pandemia que aumentou o tempo de espera das empresas entrevistadas: Houve um aumento da demora nas entregas de insumos. Tal entrega já era demorada antes, mas com a pandemia houve um aumento”. Tal comportamento pode ser explicado pelo aumento de demanda por fornecedores internos. Devido aos cortes do fornecimento provenientes da China, muitas empresas nacionais tiveram que trocar seus fornecedores para fornecedores locais.

Não houveram muitas alterações dentro do processo produtivo. As empresas, por serem formadas por um pequeno número de pessoas não precisou parar o processo produtivo para continuar seus negócios. Isso ocorreu devido a maneira que essas empresas se organizaram. Todas elas trabalham em ateliês próprios ou possuem um espaço, normalmente em casa, onde realizam seus trabalhos. Para a confecção das peças, as peças são enviadas para costureiras ou familiares que, em suas próprias casas, realizam o trabalho de juntar e montar a peça. Houve diminuição no volume de produção devido a pausa que algumas costureiras realizaram por estarem no grupo de risco, mas nada que atrapalhasse o funcionamento das empresas.

### 4.3. Sustentável

Nessa etapa da entrevista, o objetivo era entender se existia prioridade, dentro dos pilares da sustentabilidade, para os empresários. Tal pergunta mostra que dentro do mercado ainda existem muitos que encaram a sustentabilidade como atividades ou checklist que precisam ser feitas para ser sustentável. O ideal, na visão do autor, seria que a empresa realizasse as atividades somente se alinhadas aos pilares da sustentabilidade e não realizar a sustentabilidade como algo secundário. O que não diminui o trabalho daqueles que tentam adaptar a sustentabilidade a suas respectivas realidades.

Entre as empresas entrevistadas, o pilar com maior desafio de ser mantido foi o econômico. Como visto antes, na seção *Ciclo financeiro*, o setor financeiro da empresa foi o mais atingido durante a pandemia. Já os outros pilares foram considerados, pelos empresários, intrínsecos ao modelo de negócio da empresa, o que impossibilita o seu abandono.

Outra visão é a de comparação com grandes produtoras de moda. Ao se compararem com outras empresas de moda que não praticam sustentabilidade ou são adeptas do *fast fashion*, a própria existência da empresa já é considerada algo sustentável, na visão de alguns empresários:

*“Eu não abriria mão de ser sustentável, mas a gente é uma marca pequena, então acredito que já somos em nossa origem muito mais sustentáveis que marcas grandes. A minha produção nunca vai impactar como a das grandes marcas que possuem quase 20 coleções no ano, enquanto a gente possui duas. Então acredito que mesmo que eu deixe de usar tecido natural eu ainda vou ser mais sustentável do que o que tem no mercado hoje.”*

### 5. Conclusão

Concluimos que, a crise pandêmica atingiu de forma equivalente as empresas de moda sustentável e não sustentável. O principal aspecto dentro dos resultados, que diferenciou a intensidade do impacto, pode ser restringido dentro do quesito organizacional de cada empresa.

Empresas menores, por terem menos processo burocráticos alinhados com tomadas de decisão mais rápidas, conseguiram se adequar ao ambiente de incerteza com maior facilidade do que empresas maiores. A migração para o ambiente virtual dentro do objeto de estudo, foi realizada por todos os entrevistados. Isso se mostrou um divisor de águas mais a frente quando o consumo virtual aumentou consideravelmente.

O estilo de produção, *Slow fashion*, teve papel importante na perpetuação da empresa dentro do mercado. Devido a sua característica de incentivar um consumo consciente e menos numeroso, marcas que se especializaram em criar modelos únicos e personalizados conseguiram manter seu modo de trabalho. Isso se alinhou com o trabalho de característica descentralizado, que emprega costureiras terceirizadas ou em situação de parceria com a marca, sem elas precisarem sair de casa.

Ainda a questões importantes como a comprovação quantitativa dos impactos da pandemia dentro desse setor específico e as vantagens de ser sustentável em tempos de crise que precisam ser respondidas e que esse artigo falhou em apresentar.

## 6.Referencial

Binder, J.K. and Belz, F.M., 2015. Sustainable entrepreneurship: what it is. **Handbook of Entrepreneurship and Sustainable Development Research**, 1, pp.30-71.

CORTEZ, Roberto Mora; JOHNSTON, Wesley J. The Coronavirus crisis in B2B settings: Crisis uniqueness and managerial implications based on social exchange theory. **Industrial Marketing Management**, 2020.

COSTANZA, Robert; PATTEN, Bernard C. Defining and predicting sustainability. **Ecological economics**, v. 15, n. 3, p. 193-196, 1995.

Covid Tracker : <https://ncov2019.live/> (acessado em 26/07/2020 às 16:22)

FERNANDES, Nuno. Economic effects of coronavirus outbreak (COVID-19) on the world economy. **Available at SSRN 3557504**, 2020.

Report of International Monetary Fund: [https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2020/01/weodata/weorept.aspx?sy=2014&ey=2021&scsm=1&ssd=1&sort=country&ds=.&br=1&pr1.x=91&pr1.y=7&c=223&s=NGDP\\_RPCH%2CPPGDP%2CNGDPRPPPCPCH%2CPCPIPCH%2CPCPIEPC%2CLUR%2CGGXCNL%2CNGDP%2CBCA%2CNGDPD&grp=0&a=](https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2020/01/weodata/weorept.aspx?sy=2014&ey=2021&scsm=1&ssd=1&sort=country&ds=.&br=1&pr1.x=91&pr1.y=7&c=223&s=NGDP_RPCH%2CPPGDP%2CNGDPRPPPCPCH%2CPCPIPCH%2CPCPIEPC%2CLUR%2CGGXCNL%2CNGDP%2CBCA%2CNGDPD&grp=0&a=) (Acessado em 28/07/2020 às 15:14)

Ministério da Saúde: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/saude-e-vigilancia-sanitaria/2020/03/ministerio-da-saude-regulamenta-medidas-de-isolamento-e-quarentena> (acessado em 28/07/2020 às 14:59)

MAJUMDAR, Abhijit; SHAW, Mahesh; SINHA, Sanjib Kumar. COVID-19 debunks the myth of socially sustainable supply chain: A case of the clothing industry in South Asian countries. **Sustainable Production and Consumption**, 2020.

PATZELT, Holger; SHEPHERD, Dean A. Recognizing opportunities for sustainable development. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 35, n. 4, p. 631-652, 2011.

WCED (1987). Our Common Future (The Brundtland Report), **World Commission on Environment and Development**, Oxford University Press: Oxford, UK



