

COMPREENDENDO A SUSTENTABILIDADE E O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NA INDÚSTRIA TÊXTIL: UM ESTUDO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE PERFIS SOCIOECONÔMICOS E A ADOÇÃO DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS

Paulo Eduardo Pissardini. Instituto Federal de Ciência, Educação e Tecnologia de São Paulo - IFSP
pissardini.engenharia@gmail.com

Kamilly Filho. Instituto Federal de Ciência, Educação e Tecnologia de São Paulo - IFSP
kamillyfilho@gmail.com

Natália de Sousa Arruda. Instituto Federal de Ciência, Educação e Tecnologia de São Paulo - IFSP
Arrudanatalia25@gmail.com

Mariana Pegoritti Martinez. Instituto Federal de Ciência, Educação e Tecnologia de São Paulo - IFSP
marypegoritti@gmail.com

Ligya Marina do Nascimento. Instituto Federal de Ciência, Educação e Tecnologia de São Paulo - IFSP
ligiamarina200@gmail.com

RESUMO

Com história quase tão extensa quanto a própria existência humana, estudar o vestuário e seus diversos aspectos é compreender o comportamento de toda uma civilização. Na atualidade a difusão do uso de roupas por todo o mundo e a propensão no consumo de bens têxteis impulsionada pelo mercado da moda causa uma grande defasagem de peças antigas com consequente e, por vezes inapropriado, descarte em massa das peças adquiridas. Os aspectos metodológicos desta pesquisa compreenderam uma *survey* que adaptou direcionadores teóricos de ações de sustentabilidade em cadeias têxteis para o contexto dos consumidores destes produtos. Dentre os principais resultados, pôde-se verificar a relação entre diversos perfis econômicos e graus de instrução formal de consumidores e suas tendências a aderir produtos sustentáveis. Esta pesquisa contribui com organizações que atuam no ramo têxtil ao relacionar o perfil econômico e grau de instrução de consumidores com a efetividade das práticas de sustentabilidade em suas cadeias de suprimento. Tal relacionamento pode levar as organizações a focarem esforços em práticas sustentáveis para o perfil de consumidores que se mostraram receptivos à estas ações. A característica dos resultados demonstrou a relação entre os perfis econômicos e o grau de instrução com a receptividade à aquisição de produtos têxteis de empresas sustentáveis. Foi possível concluir que o grau de instrução formal possui relação direta com a receptividade à aquisição de produtos têxteis sustentáveis enquanto ao perfil econômico guia a estratégia de compra (independente do nível de receptividade).

Palavras-chave: Cadeias de Suprimento Sustentável, Indústria Têxtil, Sustentabilidade, *Survey*

Data de recebimento: 25/07/2023

Data do aceite de publicação: 08/09/2023

Data da publicação: 30/04/2024

UNDERSTANDING SUSTAINABILITY AND CONSUMER BEHAVIOR IN THE TEXTILE INDUSTRY: A STUDY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIOECONOMIC PROFILES AND SUSTAINABLE PRODUCT ADOPTION

ABSTRACT

With a history almost as extensive as human existence itself, studying clothing and its various aspects means understanding the behavior of an entire civilization. Nowadays, the global spread of clothing usage and the inclination towards the consumption of textile goods, driven by the fashion market, has led to a significant obsolescence of old garments, resulting in frequent and sometimes inappropriate mass disposal of acquired items. The methodological aspects of this research included a survey that adapted theoretical drivers of sustainability actions in textile chains to the context of consumer behavior towards these products. Among the main findings, it was possible to observe the relationship between different economic profiles and formal education levels of consumers and their tendencies to embrace sustainable products. This research provides valuable insights for organizations operating in the textile industry by linking consumers' economic profiles and education levels to the effectiveness of sustainability practices within their supply chains. Such correlations may guide organizations to focus their efforts on sustainable practices for consumer profiles that have shown receptiveness to these actions. The results demonstrated the association between economic profiles and educational levels with the willingness to purchase textiles from sustainable companies. It was possible to conclude that formal education levels have a direct relationship with the acceptance of sustainable textile products, while economic profiles influence the buying strategy (regardless of the level of receptiveness).

Keywords: Sustainable Supply Chain, Textile Industry, Sustainability, Survey

1 INTRODUÇÃO

Com uma história quase tão extensa quanto a história da própria existência humana, estudar sobre a evolução do vestuário e seus diversos significados para cada sociedade é dissertar sobre a evolução da humanidade ao longo dos séculos Oliveira (2013). Atualmente, o uso de roupas é difundido por todo o mundo e a propensão ao consumo de bens têxteis é impulsionada pelo mercado da moda como uma iniciativa que visa atualizar os consumidores sobre novas tendências, influenciando suas decisões de vestuário. Tais iniciativas, no entanto, acaba causando um grande acúmulo de peças antigas, principalmente nas regiões metropolitanas, com consequente e, por vezes inapropriado, descarte em massa destas peças. Além disso, o descarte irregular de dejetos do processo produtivo por parte destas, por vezes realizado de maneira irresponsável e criminoso agrava os já preocupantes números de despejo. Segundo o relatório da Ellen MacArthur Foundation todo ano estima-se que há uma perda de cerca de US\$ 500 bilhões com o descarte das roupas que tem como destino aterros, incluindo nestes dados a etapa de produção, com a significativa perda da ordem de 25% dos materiais (Ellen MacArthur Foundation, 2021). Na busca constante por agregação de valor e manutenção dos índices de competitividade e diminuição dos impactos nos pilares social, ambiental e econômico.

Mediante o acima exposto, este estudo adapta os direcionadores teóricos identificados na revisão sistemática realizada por Bouzon; Govindan (2015) para a perspectiva dos consumidores e, através de uma surveys com consumidores da região metropolitana do Estado de São Paulo, correlaciona tais direcionadores com o perfil econômico e o grau de instrução

COMPREENDENDO A SUSTENTABILIDADE E O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NA INDÚSTRIA TÊXTIL: UM ESTUDO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE PERFIS SOCIOECONÔMICOS E A ADOÇÃO DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS

formal e idade destes consumidores, tendo como premissa a identificação do nível de consciência ambiental do público alvo e a atratividade atribuído aos produtos têxteis sustentáveis.

Dessa forma, este trabalho objetiva traçar um paralelo entre teoria e prática, no que tange os direcionadores que norteiam a adoção da abordagem de logística reversa sustentável em cadeias de suprimento têxteis, e sua representatividade para o consumidor.

De forma à cumprir o objetivo acima exposto, as próximas seções são organizadas conforme descrito: A seção 2 traz a fundamentação teórica, caracterizando os principais constructos desta pesquisa como Logística Reversa e Sustentabilidade de Cadeias de Suprimento Têxteis no contexto socioambiental. A seção 3 deste manuscrito traz os aspectos metodológicos do trabalho. A seção 4 apresenta os resultados do questionário. A seção 5 discute os principais achados e, por fim, a seção 6 traz as conclusões.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A presente seção conceitua os principais constructos desta pesquisa à partir de uma abordagem integrada. Logo, logística reversa e sustentabilidade em cadeias de suprimento são conceituados numa perspectiva socioeconômico ambiental.

2.1. Cadeias de Suprimento Têxteis Sustentáveis Reversa e *Triple Bottom Line (TBL)* uma perspectiva integrada

Sendo uma das indústrias mais poluidoras do mundo, a indústria têxtil é conhecida como um setor chave na estrutura de muitas economias no mundo todo (Wang et al., 2021). Na busca de minimizar os impactos ambientais de forma integrada com o aumento no valor agregado de seus produtos muitas organizações do ramo têxtil está investindo em cadeias de suprimento mais sustentáveis, incluindo a cadeia reversa, conceituada por Leite (2009) como:

[...] “a área da logística empresarial que planeja, opera e controla o fluxo e as informações logísticas correspondentes, do retorno dos bens de pós-venda e de pós-consumo ao ciclo de negócios ou ao ciclo produtivo, por meio dos canais de distribuição reversos, agregando-lhes valor de diversas naturezas: econômico, ecológico, legal, logístico, de imagem corporativa, entre outros”.

A adoção de práticas voltadas à tornar as cadeias de suprimento mais sustentáveis não é nova mas vem ganhando uma importância cada vez maior em decorrência de pressões de diversos stakeholders, conforme apontado por (Azam et al., 2021). Logo, a adoção de logística reversa como prática que visa o aumento da sustentabilidade em cadeias de suprimento têxteis torna-se fundamental apesar de pouco estudada na visão do consumidor. Bouzon; Govindan (2015) aponta que em face de novas demandas e ambiental, companhias tem voltado esforços para soluções que minimizem impactos ambientais e que sejam ao mesmo tempo social e economicamente sustentáveis, o que vai de encontro com a abordagem *Triple Bottom Line*, primeiramente proposta por John Elkington em 1994 e definida no *The Green Paper on CSR* como a ideia de que a performance geral de uma organização deve ser mensurada com base em suas contribuições combinadas para a prosperidade econômica, a qualidade ambiental e o capital social (Schriver, 2001). Na visão de Krajnc; Glavic (2005), *TBL* pode ser definido como a criação de bens e serviços utilizando processos e sistemas que são não poluentes, que conservam energia e recursos naturais, que são economicamente viáveis, seguros e saudáveis para os funcionários, para a comunidade e para os consumidores, e que seja social e criativamente recompensador para todas as pessoas envolvidas.

COMPREENDENDO A SUSTENTABILIDADE E O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NA INDÚSTRIA TÊXTIL: UM ESTUDO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE PERFIS SOCIOECONÔMICOS E A ADOÇÃO DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS

Diante das definições apresentadas, a próxima seção detalha a metodologia utilizada para adaptar os direcionadores teóricos à adoção de práticas de cadeia de suprimento sustentáveis para o contexto do consumidor de produto têxtil, identificando o perfil comportamental das correlações entre o grau de instrução formal, o poder aquisitivo e a propensão à adoção de produtos têxteis sustentáveis.

3 METODOLOGIA

Nesta seção detalhamos os aspectos metodológicos adotados nesta pesquisa. A seção 3.1 caracteriza *surveys* e justifica sua adoção no contexto desta pesquisa. A seção 3.2 detalha a pesquisa de campo realizada.

3.1. Escolha da *survey* como método de pesquisa

Método comumente utilizado em pesquisas de opinião pública, de mercado ou em pesquisas sociais com o objetivo de descrever, explicar ou explorar características ou variáveis de uma população (DUARTE, 2010). Segundo Babbie (1999), a *Survey* foi pensada e utilizada por pensadores como Karl Marx e Max Weber. No caso de Marx, para avaliar o grau de exploração de trabalhadores franceses, e no de Weber, para estudo da ética protestante.

No contexto deste trabalho, utilizou-se uma *survey* do tipo descritiva, com corte transversal que segundo Freitas et al. (2000) tem como objetivo identificar costumes e opiniões de um grupo de pessoas verificando sua aderência com a realidade, a partir de informações colhidas em um momento específico de tempo. Com relação à coleta de dados, utilizou-se de questionário pré-estruturado, enviado eletronicamente como meio essencial para se chegar ao final desejado. A construção do questionário deve ser realizada com rigor metodológico, uma vez que está diretamente ligada à confiabilidade e validade das informações levantadas. Para (Simões; Pereira (2007) a elaboração de questões e a construção de um questionário devem ser guiadas não apenas pela experiência e intuição, mas por uma rigorosa experimentação.

Problemas como ambiguidade ou imprecisão das questões e/ou opções de respostas, itens e/ou termos tendenciosos, que induzam a resposta do entrevistado; e complexidade na forma de se registrar as respostas foram observadas e analisadas detalhadamente através de uma abordagem *double blind review*, objetivando minimização dos pontos fracos desta metodologia, anteriormente apresentados. Para Duarte (2010); Freitas et al. (2000) as principais etapas de uma *survey* compreendem a definição do objetivo da pesquisa, da população e amostra, do tamanho da mesma.

3.2. Pesquisa de campo: Características básicas da amostra e instrumento de coleta de dados

Com relação à amostra, utilizamos uma abordagem não probabilística, com critérios pré definidos em relação aos participantes. Utilizou-se uma amostra de 100 respondentes, com coleta de dados realizada na microrregião de Pirituba-SP.

O instrumento de coleta teve 15 questões, divididas em 5 categorias. Após a fase de coleta de dados os instrumentos de pesquisa foram divididos em 3 subcategorias, tendo como base para a respectiva divisão a faixa salarial dos respondentes. Para efeitos de discussão, a primeira categoria é a de alternativa "Sem renda", majoritariamente composta por estudantes, ao todo 23 respondentes. A segunda subcategoria é a de faixa econômica "Menos de 1 até 3 salários", agrupa 39 pessoas de carreiras diversas. A terceira e última subcategoria "Mais de três" agrupa 38 respondentes. A soma total dos respondentes é 100. O número total em

COMPREENDENDO A SUSTENTABILIDADE E O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR
NA INDÚSTRIA TÊXTIL: UM ESTUDO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE PERFIS
SOCIOECONÔMICOS E A ADOÇÃO DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS

Porcentagem em cada coluna (subcategoria) 100% uma vez que representa o total de respondentes da subcategoria.

Tabela 1- Questionário utilizado na *survey*

Categoria	Direcionadores adaptados para o contexto do consumidor
Direcionadores Teóricos ligados à Política e Governança	Você já deixou de comprar uma roupa pela inexistência de uma política de retorno ou recuperação do produto?
	Quanto a existência de pontos de coleta para produtos desgastados influencia sua decisão de compra?
	A responsabilidade social, legal ética e econômica de uma empresa influencia na sua opção de compra?
Direcionadores teóricos ligados à gerenciamento e gestão da cadeia de suprimentos	Quanto a disponibilidade do produto influencia na sua opção de compra
	Quanto o engajamento da empresa em questões de sustentabilidade influencia na sua opção de compra
Direcionadores teóricos ligados à atenção para o mercado e divulgação de ações verdes	A divulgação do uso de material sustentável na composição dos produtos da indústria têxtil influencia na sua opção de compra?
	Você se considera um consumidor verde (ambientalmente consciente)?
	Você trocaria a loja onde compra atualmente por outra que tivesse uma política sustentável mais assídua?
Direcionadores teóricos ligados à tecnologia	A facilidade para a customização e manutenção do produto depois de comprado influencia na sua decisão de compra?
	A divulgação do status do produto na logística reversa (caminho que o produto trilha a partir do momento que é entregue no ponto de coleta) influenciaria sua opção de compra?
	Saber que há uma tecnologia voltada para o processo de reinserção do produto após influenciaria sua opção de compra?
Direcionadores teóricos ligados à aquisição	O valor da recuperação do produto (consertos, ajustes, etc.) influencia na sua opção de compra?
	A facilidade de compra (parcelamentos, etc.) influencia na sua escolha por um produto sustentável?
	A divulgação de ações voltadas à diminuição no consumo de matéria-prima por parte da indústria é um influenciador para sua decisão de compra?
	Quanto você estaria disposto a pagar a mais por um produto sustentável?

Fonte: Os autores

4 ANÁLISE DOS DADOS

Para a apresentação dos resultados, compilamos os dados coletados e estruturamos na forma de 5 tabelas (tabela 2 à tabela 6), cada uma apresentando a importância de cada direcionador, na perspectiva dos consumidores de produtos têxteis. Antes de iniciar o preenchimento o respondente precisou responder 2 questões, uma relacionada ao seu grau de instrução formal e outra relacionada à sua renda bruta, de tal forma que pudéssemos categorizar os questionários respondidos. A tabela 2, 3, 4, 5 e 6 apresentam o resumo dos resultados e a próxima seção discute os achados desta pesquisa, apontando o relacionamento entre a valorização da adoção de práticas voltadas à sustentabilidade em cadeias de suprimento têxteis, o perfil econômico dos respondentes e o respectivo grau de instrução formal dos mesmos.

COMPREENDENDO A SUSTENTABILIDADE E O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NA INDÚSTRIA TÊXTIL: UM ESTUDO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE PERFIS SOCIOECONÔMICOS E A ADOÇÃO DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS

Tabela 2 - Direcionadores teóricos ligados à política e governança

Você já deixou de comprar uma roupa pela inexistência de uma política de retorno ou recuperação do produto?			
Opções	Sem renda	Menos (1) até 3 salários	Mais de três salários
Sempre	0,0%	0,0%	3%
Frequentemente	5%	3%	5%
Às vezes	30%	28%	26%
Raramente	17%	28%	21%
Nunca	48%	41%	45%
Quanto a existência de pontos de coleta para produtos desgastados influencia sua decisão de compra?			
Opções	Sem renda	Menos (1) até 3 salários	Mais de três salários
Sempre	5%	5%	5%
Frequentemente	0,0%	10%	5%
Às vezes	35%	18%	16%
Raramente	30%	26%	32%
Nunca	30%	41%	42%
A responsabilidade social, legal, ética e econômica de uma empresa influencia na sua opção de compra?			
Opções	Sem renda	Menos (1) até 3 salários	Mais de três salários
Sempre	22%	20%	29%
Frequentemente	40%	26%	21%
As vezes	26%	31%	37%
Raramente	4%	18%	10%
Nunca	8%	5%	3%

Fonte: Elaborado pelos autores

Tabela 3 - Direcionadores teóricos ligados à gerenciamento e gestão da cadeia de suprimentos

Quanto a disponibilidade do produto influencia na sua opção de compra			
Opções	Sem renda	Menos (1) até 3 salários	Mais de três salários
Sempre	13%	23%	40%
Praticamente todas as vezes	40%	51%	34%
Razoavelmente	30%	16%	16%
Pouco	13%	10%	10%
Não influencia	4%	0,0%	0,0%
Quanto o engajamento da empresa em questões de sustentabilidade influencia na sua opção de compra			
Opções	Sem renda	Menos (1) até 3 salários	Mais de três salários
Sempre	12%	3%	16%
Praticamente todas as vezes	22%	23%	24%
Razoavelmente	48%	49%	37%
Pouco	9%	18%	15%
Não influencia	9%	7%	8%

Fonte: Elaborado pelos autores

COMPREENDENDO A SUSTENTABILIDADE E O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR
NA INDÚSTRIA TÊXTIL: UM ESTUDO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE PERFIS
SOCIOECONÔMICOS E A ADOÇÃO DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS

Tabela 4 - Direcionadores teóricos ligados à atenção para o mercado e divulgação de ações verdes

A divulgação do uso de material sustentável na composição dos produtos da indústria têxtil influencia na sua opção de compra?			
Opções	Sem renda	Menos (1) até 3 salários	Mais de três salários
Sempre	22%	12%	21%
Praticamente todas as vezes	13%	15%	13%
Razoavelmente	35%	41%	40%
Pouco	26%	14%	21%
Não Influencia	4%	18%	5%
Você se considera um consumidor verde (ambientalmente consciente)?			
Opções	Sem renda	Menos (1) até 3 salários	Mais de três salários
Sempre	9%	5%	10%
Praticamente todas as vezes	4%	10%	6%
Razoavelmente	40%	36%	34%
Pouco	30%	34%	35%
Não Influencia	17%	15%	15%
Você trocaria a loja onde compra atualmente por outra que tivesse uma política sustentável mais assídua?			
Opções	Sem renda	Menos (1) até 3 salários	Mais de três salários
Sempre	48%	39%	58%
Praticamente todas as vezes	17%	11%	8%
Razoavelmente	17%	24%	23%
Pouco	13%	13%	3%
Não Influencia	5%	13%	8%

Fonte: Elaborado pelos autores

Tabela 5 - Direcionadores teóricos ligados à tecnologia

A facilidade para a customização e manutenção do produto depois de comprado influencia na sua decisão de compra?			
Opções	Sem renda	Menos (1) até 3 salários	Mais de três salários
Sempre	13%	9%	16%
Praticamente todas as vezes	13%	46%	21%
Razoavelmente	52%	20%	32%
Pouco	17%	15%	18%
Não Influencia	5%	10%	13%
A divulgação do status do produto na logística reversa (caminho que o produto trilha a partir do momento que é entregue no ponto de coleta) influenciaria sua opção de compra?			
Opções	Sem renda	Menos (1) até 3 salários	Mais de três salários
Sempre	13%	13%	26%
Praticamente todas as vezes	26%	21%	16%
Razoavelmente	34%	30%	29%
Pouco	17%	33%	26%
Não Influencia	10%	3%	3%
Saber que há uma tecnologia voltada para o processo de reinserção do produto após seu uso influenciaria sua opção de compra?			
Opções	Sem renda	Menos (1) até 3 salários	Mais de três salários
Sempre	22%	15%	26%
Praticamente todas as vezes	17%	31%	34%
Razoavelmente	39%	28%	18%
Pouco	13%	18%	16%
Não Influencia	9%	8%	6%

Fonte: Elaborado pelos autores

COMPREENDENDO A SUSTENTABILIDADE E O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR
NA INDÚSTRIA TÊXTIL: UM ESTUDO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE PERFIS
SOCIOECONÔMICOS E A ADOÇÃO DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS

Tabela 6 - Direcionadores teóricos ligados à aquisição

O valor da recuperação do produto (consertos, ajustes, etc) influencia na sua opção de compra?			
Opções	Sem renda	Menos (1) até 3 salários	Mais de três salários
Sim	48%	66%	47%
Talvez	48%	24%	40%
Não	4%	10%	13%
A facilidade de compra (parcelamentos, etc.) influencia na sua escolha por um produto sustentável?			
Opções	Sem renda	Menos (1) até 3 salários	Mais de três salários
Sim	74%	74%	68%
Talvez	22%	18%	21%
Não	4%	8%	11%
A divulgação de ações voltadas à diminuição no consumo de matéria-prima por parte da indústria é um influenciador para sua decisão de compra?			
Opções	Sem renda	Menos (1) até 3 salários	Mais de três salários
Sempre	0,0%	0,0%	5%
Praticamente todas as vezes	18%	51%	24%
Razoavelmente	47%	23%	34%
Pouco	26%	10%	24%
Não Influencia	9%	16%	13%
Quanto você estaria disposto a pagar a mais por um produto sustentável?			
Opções	Sem renda	Menos (1) até 3 salários	Mais de três salários
0%	0,0%	10%	13%
5%	26%	28%	5%
10%	48%	36%	50%
15%	13%	13%	16%
20%	13%	13%	16%

Fonte: Elaborado pelos autores

5 DISCUSSÃO DOS DADOS

Esta seção discute os resultados traçando perspectivas para cada direcionador teórico dentro de cada uma das categorias propostas por Bouzon; Govindan (2015), inferindo o quanto cada perfil de consumidor valoriza cada um dos direcionadores teóricos voltados à prática de sustentabilidade em cadeias de suprimento têxteis.

5.1. Políticas de governança

A categoria política e governança é composta por 3 direcionadores e aborda se o consumidor deixaria de consumir de um estabelecimento caso este não apresente políticas de responsabilidade social, ética e econômica no que diz respeito a coleta e descarte adequado dos produtos têxteis. No que tange a primeira questão, embora a maior parte dos respondentes indicaram nunca ter deixado de comprar um produto pelo fato de a organização não dispor de formas sustentáveis de descarte/recuperação de seus produtos, percebe-se uma tendência do grupo sem renda de "às vezes" e "frequentemente" deixarem de comprar uma roupa pela insistência de retorno ou recuperação dos produtos. A explicação para este fenômeno pode estar relacionada ao fato deste grupo ser, em sua maioria, composto por estudantes, com maior "consciência verde".

Com relação à segunda questão, observa-se que o impacto de pontos para a coleta de produtos degradados tem baixa influência, sendo a maior porcentagem positiva a do subgrupo de renda "Acima de três salários". Entretanto, observa-se também uma frequência crescente

COMPREENDENDO A SUSTENTABILIDADE E O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NA INDÚSTRIA TÊXTIL: UM ESTUDO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE PERFIS SOCIOECONÔMICOS E A ADOÇÃO DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS

entre o subgrupo "Sem renda", formado por estudantes, que detém a maior porcentagem na opção "Às vezes" e a menor na opção "Nunca". Pode-se inferir que a demanda por políticas de pontos de coleta tem tendência a se tornar assídua a partir da perspectiva do público mais jovem a partir do momento que, tendo um grau de instrução formal maior, passarem a ter renda e levarem consigo uma linha de pensamento e ações mais sustentáveis. Com relação ao grupo de maior poder aquisitivo, a valorização desta variável pode ter relação com o desejo de se ter maior facilidade para executar o descarte a partir da colocação de pontos de coleta nos próprios estabelecimentos de venda, uma vez que o maior poder aquisitivo pode ter relação direta com uma maior frequência de compra e presença nas lojas e *shoppings*.

Com relação à terceira questão, pode-se perceber que o agrupamento maior de respondentes nas três subcategorias dedica algum nível de importância à questão da responsabilidade social, ética e legal da empresa, o que demonstra que ações da organização no que tange os pilares base da abordagem *TBL* (social, econômico e sustentável) são levadas muito à sério, impactando consideravelmente a decisão de compra do consumidor.

5.2. Gerenciamento e gestão da cadeia de suprimento

Esta categoria possui 2 direcionadores. Com relação ao primeiro direcionador, pode-se perceber que a pronta disponibilidade do produto é um fator decisivo para a aquisição nas três faixas salariais avaliadas, com uma ênfase mais sutil entre o primeiro subgrupo. Dessa forma, a disposição de estoques regulares de produtos sustentáveis na cadeia de suprimentos torna-se um diferencial com chances de sucesso, uma vez que há probabilidade de atingir uma nova gama de consumidores que valorizam praticidade e sustentabilidade.

Quanto ao segundo direcionador deste grupo, é possível inferir a tendência a uma maior valorização de empresas que adquirem um caráter sustentável nos três subgrupos, ou seja, elas têm a maior simpatia do público-alvo, independente da faixa salarial de seus consumidores.

5.3. Atenção para o mercado e divulgação de ações verdes (*Marketing*)

Esta categoria compreende 3 direcionadores teóricos. O primeiro direcionador aponta que a frequência de respondentes que afirmam serem consumidores verdes ainda é moderada à baixa, sendo a mais expressiva a do subgrupo "Acima de três salários". Tal fenômeno pode estar ligado à razões como a pouca disponibilidade de informações sobre a importância do tema "sustentabilidade", uma vez que a segunda questão aponta para um impacto positivo no que tange à divulgação de uso de material sustentável na composição dos produtos.

No terceiro direcionador, os respondentes das 3 faixas salariais envolvidos são unânimes em considerar mudarem de uma marca que estão habituados a comprarem por uma marca com mais ações voltadas à sustentabilidade, o que caracteriza uma forte tendência à valorização das ações que visam minimizar o impacto ao meio ambiente por parte das organizações têxteis.

5.4. Questões relacionadas à tecnologia

Este grupo é composto por 3 direcionadores. Analisando o primeiro direcionador percebe-se que a possibilidade de manutenção e customização de um produto depois de adquirido é um fator que impacte boa parte das decisões de compra nas três faixas salariais.

O segundo direcionador, apesar de contradizer o primeiro, a prática de rastreabilidade reversa pode ter relação direta com a importância dada ao primeiro direcionador, de tal forma que uma maior possibilidade de rastreio e customização no fluxo à jusante leva o consumidor à acreditar que tal prática também é realizada de forma natural no fluxo à montante.

COMPREENDENDO A SUSTENTABILIDADE E O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NA INDÚSTRIA TÊXTIL: UM ESTUDO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE PERFIS SOCIOECONÔMICOS E A ADOÇÃO DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS

O terceiro deste grupo avalia a aceitabilidade do consumidor quanto à existência de uma tecnologia voltada à reinserção de um produto na cadeia de suprimentos (prática de economia circular). Tal indicador obteve maior aceitabilidade por parte do público sem renda, o que pode estar direcionado à própria questão do “saber de onde veio”, e que pode favorecer produtos considerados originais e provenientes de marcas mais conceituadas em detrimento de outras menos famosas, dentro deste perfil de renda, a existência de pessoas mais jovens pode acentuar a ocorrência deste fenômeno.

5.5. Questões relacionadas à economia

Grupo composto por 4 direcionadores. Neste grupo, analisando o primeiro direcionador é possível observar que o valor da recuperação de um produto da indústria têxtil após sua aquisição é considerado na hora da compra para as três subcategorias, porém a ênfase é menor no terceiro subgrupo, que teve a menor porcentagem na opção “Sim” e a maior na opção “Não”.

O segundo direcionador demonstra relação direta com o primeiro dentro deste grupo, sendo que a facilidade de aquisição em termos financeiros impacta fortemente os respondentes das 3 faixas salariais. De forma análoga, o perfil composto pela terceira faixa salarial, por ter maior poder aquisitivo, demonstra uma tendência a valorizar tal prática, adquirindo produtos mais sustentáveis independente da questão financeira.

Quanto ao terceiro direcionador, que avalia a valorização por parte dos consumidores, de práticas voltadas à redução no uso de matérias-primas na composição dos produtos, tal ação é mais valorizada pelo grupo da segunda faixa salarial, talvez por acreditarem que um menor uso de matérias-primas pode resultar num produto que custe menos. No geral, verifica-se que pelo a divulgação de ações voltadas a diminuição de matéria-prima por parte das indústrias influenciam na decisão de compra de todos os subgrupos, no mínimo, razoavelmente, o que se mostra relevante para as empresas divulgarem estas ações, uma vez que este fator pode colaborar para aumentar a fidelidade de seu público-alvo.

Quanto ao último direcionador, verificou-se uma pré-disposição por parte dos consumidores das três faixas salariais em pagar até 10% a mais por um produto mais sustentável. Desta forma, ações por parte das organizações, que resultem num repasse de mais de 10% no valor do produto tendem a ser menos valorizadas pelos consumidores.

6 CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo adaptou os direcionadores teóricos inicialmente identificados na Revisão Sistemática realizada por Bouzon; Govindan (2015), para o contexto dos consumidores, analisando o quanto o perfil econômico e o grau de instrução formal dos respondentes impactam na valorização de ações e práticas sustentáveis nas cadeias de suprimentos têxteis proporcionando *insights* para teóricos e gerentes de cadeias de suprimento do ramo têxtil e de vestuário.

A segregação dos resultados tendo como premissa o perfil econômico dos respondentes pode trazer maior clareza e percepção para as organizações, acerca do quanto seus esforços rumo à adoção de cadeias de suprimentos sustentáveis realmente estão sendo eficazes para a manutenção de seu índice de competitividade.

Como qualquer método de pesquisa, a *Survey* tem suas limitações, algumas delas ligadas à ambiguidade e imprecisão das questões e termos tendenciosos que podem trazer algum tipo de viés à pesquisa. Procuramos minimizar estes pontos fracos do método através de uma abordagem *double blind review*.

COMPREENDENDO A SUSTENTABILIDADE E O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR
NA INDÚSTRIA TÊXTIL: UM ESTUDO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE PERFIS
SOCIOECONÔMICOS E A ADOÇÃO DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS

Por fim, pode-se concluir que quanto melhor o perfil econômico dos respondentes, mais o mesmo valoriza os esforços das organizações rumo à adoção de práticas sustentáveis em cadeias de suprimentos têxteis. O cenário apresentado nos resultados desta pesquisa nos permite concluir que o público pertencente às faixas salariais sem renda e acima de 3 salários tendem a valorizar mais as práticas e ações voltadas ao aumento da sustentabilidade por parte das organizações têxteis. Tal fenômeno pode ainda nos levar a concluir que o segundo grupo pode ser composto por pessoas que, quando mais novas, não tiveram a oportunidade de adquirir um nível maior de instrução formal e, a partir de certa idade, por terem de focar nos filhos e na manutenção da estabilidade financeira, tendem a valorizar menos tais práticas.

Estudos futuros podem ampliar a amostra de pesquisa bem como a área de coleta, de forma a reforçar ou refutar os resultados deste trabalho, permitindo ainda a estratificação por diferentes regiões dentro do estado de São Paulo. Uma pesquisa multi-método, associando as abordagens *Interpretive Structural Modelling* (ISM) com a Análise MICMAC pode apresentar, dentre os indicadores estudado nesta pesquisa, quais são os direcionadores e qual a força de dependência entre estes indicadores, fornecendo um *roadmap* para organizações do ramo têxtil que pretendem iniciar seus esforços em direção à economia circular e práticas voltadas à sustentabilidade dentro de suas cadeias de suprimento.

REFERÊNCIAS

- Azam, T., Wang, S., Mohsin, M., Nazam, M., Hashim, M., Baig, S. A., & Zia-Ur-Rehman, M. (2021). Does stakeholder pressure matters in adopting sustainable supply chain initiatives? Insights from agro-based processing industry. *Sustainability (Switzerland)*, 13(13). <https://doi.org/10.3390/su13137278>
- Babbie, E. (1999). Pesquisa de survey como método das ciências sociais. In N. Aguiar (Ed.), *Survey Research Method, Second Edition* (p. 519p). Editora UFMG.
- Bouzon, M., & Govindan, K. (2015). Reverse Logistics as a Sustainable Supply Chain Practice for the Fashion Industry: An Analysis of Drivers and the Brazilian Case. In T.-M. Choi & Edwin Cheng (Eds.), *Sustainable Fashion Supply Chain Management: From Sourcing to Retailing* (pp. 85–104). Springer International Publishing Switzerland. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-12703-3>
- Duarte, A. W. B. D. (2010). Survey. In D. A. Oliveira, A. M. C. Duarte, & L. M. F. Vieira (Eds.), *Dicionário: Trabalho, profissão e condição docente*. UFMG/Faculdade de Educação.
- Ellen MacArthur Foundation. (2021). *The Nature Imperative: How the circular economy tackles biodiversity loss*. 1–93. <https://ellenmacarthurfoundation.org/topics/biodiversity/overview>
- Freitas, H., Oliveira, M., Saccol, A., & Moscarola, J. (2000). O Método de pesquisa Survey. In *Revista de Administração* (Vol. 35, Issue 3, pp. 105–112).
- Krajnc, D., & Glavič, P. (2005). A model for integrated assessment of sustainable development. *Resources, Conservation and Recycling*, 43(2), 189–208. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2004.06.002>

COMPREENDENDO A SUSTENTABILIDADE E O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR
NA INDÚSTRIA TÊXTIL: UM ESTUDO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE PERFIS
SOCIOECONÔMICOS E A ADOÇÃO DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS

- Leite, P. R. (2009). *Logística Reversa: Meio Ambiente e Competitividade* (2nd ed.). Pearson Prentice Hall.
- Oliveira, A. (2013). *A história do vestuário - os costumes de cada época*.
<https://www.cpt.com.br/cursos-confecaoderoupas/artigos/a-historia-do-vestuario-os-costumes-de-cada-epoca>
- Schrifer, W. (2001). *Green Paper - Promoting a European framework* (Issue 22).
- Simões, S., Pereira, M. A. M. (2007). *A arte e a ciência de fazer perguntas: aspectos cognitivos da metodologia de survey e a construção do questionário*.
- Wang, C., Pham, T. T., & Nhieu, N. (2021). *Multi-Layer Fuzzy Sustainable Decision Approach for Outsourcing Manufacturer Selection in Apparel and Textile Supply Chain*.