

JULIA MARIA POSTIGO

**O IMPACTO MUNDIAL DA SUSTENTABILIDADE NO MERCADO DA
MODA**

Monografia de Bacharelado em Ciências Econômicas

**Faculdade de Economia, Administração,
Contabilidade e Atuária
PUC – São Paulo
2024**

JULIA MARIA POSTIGO

**O IMPACTO MUNDIAL DA SUSTENTABILIDADE NO MERCADO DA
MODA**

Monografia submetida à apreciação de banca examinadora do Departamento de Economia, como exigência parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas, elaborada sob a orientação da Professora Cristina Helena Pinto de Mello.

**Faculdade de Economia, Administração,
Contabilidade e Atuária
PUC – São Paulo
Maio/2024**

Esta monografia foi examinada pelos professores abaixo relacionados e aprovada com nota final _____ (_____).

(Nomes legíveis dos examinadores (orientador e demais membros da banca))

O autor desta obra autoriza sua publicação eletrônica na Biblioteca Digital da PUC-SP

Este trabalho é somente para uso privado de atividades de pesquisa e ensino. Não é autorizada sua reprodução para quaisquer fins lucrativos. Esta reserva de direitos abrange a todos os dados do documento bem como seu conteúdo. Na utilização ou citação de partes do documento é obrigatório mencionar nome da pessoa autora do trabalho e demais itens da referência bibliográfica.

Postigo, Julia Maria. **O impacto mundial da sustentabilidade no mercado da moda**. São Paulo, 2024. Monografia de Bacharelado (Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

Resumo: O objetivo global desta pesquisa é investigar e ver quais são, e serão, os impactos no mercado da moda e na economia mundial após as maiores empresas aderirem e se mostrarem adeptas a sustentabilidade aplicada no mercado da moda. Trazendo dúvidas quanto ao mercado *fast-fashion*, o qual é um grande pilar no papel em que a moda exerce na economia, que é resumido em um consumo acelerado e de rápido descarte, sendo o oposto de sustentável. Além de analisar a movimentação do mercado antes e depois da adesão do sistema sustentável aplicado a moda.

Palavras-chave: Moda. Sustentabilidade. Impacto. Mundo. Conscientização.

Código JEL: F23. F63. F64

Abstract: The overall objective of this research is to investigate and see what are, and will be, the impacts on the fashion market and the world economy after the largest companies join and demonstrate their support for sustainability applied to the fashion market. Raising doubts regarding the fast-fashion market, which is a major pillar in the role that fashion plays in the economy, which is summarized in accelerated consumption and rapid disposal, being the opposite of sustainable. In addition to analyzing market movements before and after the adoption of the sustainable system applied to fashion.

Keywords: Fashion. Sustainability. Impact. World. Awareness.

JEL classification: F23. F63. F64

SUMÁRIO

1	Introdução	7
2	Economia e moda	15
2.1	Evolução da sustentabilidade na indústria da moda	17
2.2	Impactos ambientais da indústria da moda tradicional	18
2.3	A Ascensão da Moda Sustentável no Mercado Global	19
2.4	Impacto Social da Sustentabilidade na Indústria da Moda	21
2.5	Desafios e Obstáculos para a Sustentabilidade na Moda	23
2.6	Tendências Futuras e Perspectivas.....	25
3	Entrevistas.....	29
3.1	Entrevista indivíduo 1	29
3.2	Entrevista indivíduo 2	32
4	Conclusão	35
	Referências bibliográficas	36

1 INTRODUÇÃO

O mercado da moda desempenha um papel significativo na economia global e na cultura contemporânea. No entanto, ao longo dos anos, a indústria da moda tem enfrentado críticas por sua falta de responsabilidade ambiental e social. A produção em massa de roupas, muitas vezes baseada em mão de obra barata e em condições precárias de trabalho, resultou em problemas como a exploração de trabalhadores, a poluição e a degradação ambiental.

A sustentabilidade no mercado da moda visa abordar essas preocupações e buscar soluções para minimizar os impactos negativos da indústria. Ela se concentra em três pilares principais: ambiental, social e econômico.

Do ponto de vista ambiental, a indústria da moda é altamente dependente de recursos naturais, como água, energia e matérias-primas. A produção em larga escala consome grandes quantidades de água e energia, além de causar a poluição do ar e da água devido ao uso de produtos químicos tóxicos nos processos de tingimento e acabamento têxtil. Além disso, o descarte excessivo de roupas leva ao acúmulo de resíduos em aterros sanitários, contribuindo para o problema global do desperdício.

A abordagem sustentável busca mitigar esses impactos através de práticas como o uso de fibras naturais e orgânicas, a redução do consumo de água e energia nos processos de produção, a implementação de tecnologias mais limpas, o incentivo à reciclagem têxtil e a promoção da moda circular. A moda circular envolve a concepção de roupas duráveis, a recuperação e o reuso de materiais, o reparo e a revenda de roupas usadas, prolongando seu ciclo de vida útil.

No aspecto social, a indústria da moda enfrenta questões como o trabalho escravo, a exploração de trabalhadores e a falta de condições de trabalho seguras e justas. Em muitos países, especialmente em regiões de baixo custo de produção, as condições de trabalho nas fábricas de roupas são precárias, com longas jornadas de trabalho, salários baixos e falta de direitos trabalhistas básicos. A sustentabilidade no mercado da moda exige o respeito aos direitos humanos, o combate ao trabalho escravo e infantil, e a promoção de condições de trabalho justas e seguras para todos os trabalhadores envolvidos na cadeia de produção.

Do ponto de vista econômico, a sustentabilidade no mercado da moda pode ter um impacto positivo tanto para as empresas quanto para os consumidores. Empresas que adotam práticas sustentáveis podem melhorar sua reputação, atrair clientes conscientes e reduzir custos operacionais a longo prazo. Os consumidores, por sua vez, estão se tornando cada vez mais preocupados com a origem das roupas que compram e com o impacto ambiental e social associado a elas. A demanda por moda ética e sustentável está crescendo à medida que os consumidores se tornam mais conscientes dos problemas associados à indústria da moda convencional. Eles estão buscando alternativas que se alinhem com seus valores, como a preferência por marcas que adotem práticas sustentáveis, utilizem materiais eco-friendly, garantam condições de trabalho justas e se comprometam com a transparência em suas cadeias de suprimento.

Essa mudança nas preferências dos consumidores tem impulsionado a adoção de estratégias sustentáveis por parte das empresas do setor. Muitas marcas estão adotando critérios de sustentabilidade em suas operações, desde a seleção de materiais até a gestão dos resíduos e o desenvolvimento de práticas de comércio justo. Além disso, algumas empresas estão investindo em pesquisa e desenvolvimento para encontrar alternativas mais sustentáveis na produção de tecidos e materiais, como o uso de fibras recicladas, orgânicas e de origem renovável.

Outra tendência importante é o movimento em direção à moda circular, que visa eliminar o conceito tradicional de "usar e descartar". Em vez disso, promove a ideia de um ciclo contínuo de vida para os produtos, onde as roupas são produzidas de forma durável, podem ser reparadas, reutilizadas, recicladas ou revendidas, evitando assim o desperdício e reduzindo a demanda por novos produtos.

A sustentabilidade no mercado da moda também está sendo impulsionada por iniciativas governamentais e regulamentações mais rigorosas. Alguns países têm implementado legislações para garantir o cumprimento de padrões ambientais e trabalhistas na indústria da moda. Além disso, organizações e certificações independentes, como o Global Organic Textile Standard (GOTS) e a Fair Trade Certified, fornecem orientações e critérios para a produção sustentável e ética.

No campo acadêmico, o tema tem sido objeto de estudo em diversas disciplinas, como economia, sociologia, design, gestão empresarial e ciência ambiental. As pesquisas nessa área buscam entender melhor os impactos da indústria da moda e desenvolver soluções inovadoras e sustentáveis para os desafios enfrentados.

Com isso, é notório que o impacto mundial da sustentabilidade no mercado da moda é um tema de interesse e relevância crescentes. A busca por práticas sustentáveis na indústria da moda está relacionada à proteção do meio ambiente, aos direitos humanos, à ética e à mudança de mentalidade dos consumidores. As empresas estão respondendo a essa demanda adotando estratégias sustentáveis e inovadoras, e governos e organizações estão desempenhando um papel importante na promoção de regulamentações e certificações. O estudo desse tema é fundamental para impulsionar a transformação positiva do mercado da moda rumo a um futuro mais sustentável.

Problemática

A adesão da sustentabilidade em empresas traz consigo uma série de desafios e problemáticas no contexto econômico. Embora a sustentabilidade seja uma abordagem fundamental para enfrentar questões ambientais e sociais urgentes, a transição para práticas mais sustentáveis muitas vezes implica em mudanças significativas nos modelos de negócios e nos processos de produção, o que pode afetar a economia em diferentes níveis.

Uma das problemáticas econômicas associadas à adoção da sustentabilidade é o aumento dos custos operacionais. Muitas vezes, as práticas sustentáveis requerem investimentos em tecnologias mais limpas, treinamento de funcionários, certificações e sistemas de gestão ambiental. Esses investimentos iniciais podem resultar em um aumento dos custos de produção, o que pode ser desafiador para as empresas, especialmente as de menor porte ou aquelas em setores mais tradicionais.

Além disso, a sustentabilidade muitas vezes envolve a revisão de toda a cadeia de suprimentos, exigindo que as empresas procurem fornecedores que atendam a critérios ambientais e sociais rigorosos. Isso pode levar a um aumento dos custos de aquisição de matérias-primas e componentes, especialmente se as empresas

estiverem migrando de fornecedores não sustentáveis para aqueles que seguem práticas mais responsáveis. Esses custos adicionais podem ter impacto no preço final dos produtos, o que pode afetar a competitividade das empresas no mercado.

Outro ponto está relacionado à incerteza regulatória e às políticas públicas. À medida que a sustentabilidade ganha destaque, governos e instituições estão implementando regulamentações e exigências mais rigorosas em relação ao meio ambiente e ao social. Embora essas medidas sejam importantes para impulsionar a mudança, elas também podem gerar incertezas para as empresas, que precisam se adaptar a novas normas e padrões. Essa incerteza pode afetar o planejamento estratégico e os investimentos das empresas, tornando a transição para a sustentabilidade mais desafiadora do ponto de vista econômico.

No entanto, é importante destacar que a sustentabilidade também apresenta oportunidades econômicas. À medida que os consumidores se tornam mais conscientes e exigentes em relação a produtos e serviços sustentáveis, há um crescente mercado para empresas que adotam práticas responsáveis. Empresas que conseguem se diferenciar por meio de iniciativas sustentáveis podem conquistar uma vantagem competitiva e ganhar a preferência dos consumidores. Além disso, a inovação e o desenvolvimento de tecnologias mais limpas podem gerar novos setores econômicos e impulsionar o crescimento sustentável a longo prazo.

Para enfrentar as problemáticas econômicas associadas à sustentabilidade, é fundamental que as empresas adotem uma abordagem estratégica e de longo prazo. Isso envolve a integração da sustentabilidade em todas as áreas do negócio, desde a concepção de produtos até a gestão da cadeia de suprimentos, as estratégias de marketing e os resíduos de outros setores, como o agro com as peles e restos, para o desenvolvimento de peças a partir desses “restos”. Além disso, é necessário um diálogo aberto e colaborativo entre os setores público e privado, para que sejam estabelecidos marcos regulatórios claros e incentivos econômicos que promovam a adoção de práticas sustentáveis.

Isso mostra que a adesão da sustentabilidade em empresas pode apresentar desafios econômicos, como o aumento dos custos operacionais e a incerteza regulatória. No entanto, também oferece oportunidades para empresas que

conseguem se adaptar e inovar. A transição para a sustentabilidade requer uma abordagem estratégica e uma visão de longo prazo, com o envolvimento de diferentes atores da sociedade na busca por soluções economicamente viáveis e socialmente responsáveis.

Objetivos

A adesão da moda sustentável por parte das maiores empresas do setor terá um impacto significativo no mercado da moda e na economia mundial. Antes de explorarmos esse impacto, é importante entender a economia relacionada à moda antes da preocupação com o meio ambiente, quando o conceito de sustentabilidade ainda não estava em foco.

Por muito tempo, a indústria da moda se baseou em um modelo de produção acelerado conhecido como fast-fashion. Esse modelo promovia o consumo rápido e o descarte frequente de roupas, alimentando uma dinâmica de demanda constante por novos produtos. Nesse contexto, a preocupação com o meio ambiente e práticas sustentáveis não era prioridade.

Com a adesão das principais empresas da moda à sustentabilidade, haverá uma importante transformação na dinâmica do mercado. A moda sustentável busca implementar práticas que minimizem o impacto ambiental e social da indústria. A moda circular, por exemplo, visa romper com o modelo de "usar e descartar", promovendo a reciclagem, reutilização e reparação de roupas. Essa mudança de paradigma terá implicações em vários setores da economia relacionados à moda.

A transição para a moda sustentável afetará diversos ramos da economia, como a indústria têxtil e os fornecedores de matéria-prima. A demanda por materiais orgânicos, reciclados e de baixo impacto ambiental aumentará, impulsionando mudanças nos processos de produção e na cadeia de suprimentos. Isso pode gerar oportunidades para novos negócios e estimular a inovação em tecnologias mais sustentáveis.

Um dos pilares do mercado da moda, o fast-fashion, enfrentará desafios significativos nessa transição para a sustentabilidade. Esse modelo de negócio baseado em consumo acelerado e descarte rápido pode entrar em conflito com os

princípios da moda sustentável, que valoriza a durabilidade, a reutilização e a redução do desperdício. As empresas de fast-fashion precisarão repensar seus modelos de negócios e encontrar maneiras de se adaptar às demandas por uma moda mais sustentável.

Ser adepto à moda sustentável reflete uma resposta necessária ao impacto ambiental da indústria da moda. A produção em massa, o uso excessivo de recursos naturais e o descarte inadequado de resíduos têm causado danos significativos ao meio ambiente. A moda sustentável busca reduzir esses impactos, promovendo práticas mais responsáveis em relação ao uso de materiais, ao consumo de água e energia, e à gestão dos resíduos.

Em suma, a adesão da moda sustentável pelas maiores empresas do setor terá um impacto transformador no mercado da moda e na economia mundial. A transição para práticas mais responsáveis trará desafios para o modelo de fast-fashion, estimulará mudanças na indústria têxtil e em toda a cadeia de suprimentos, e refletirá uma resposta necessária ao impacto ambiental. A moda sustentável não apenas busca minimizar o impacto negativo, mas também cria oportunidades para um futuro mais consciente e responsável na indústria da moda.

Justificativa

A sustentabilidade tem se tornado uma preocupação cada vez mais relevante e urgente em todo o mundo. Em meio às crescentes preocupações ambientais e sociais, o mercado da moda tem sido amplamente impactado por essa discussão. A relevância do tema "O Impacto Mundial da Sustentabilidade no Mercado da Moda" está intrinsecamente ligada à necessidade de repensar e transformar a indústria da moda em prol de um futuro mais sustentável.

O mercado da moda, historicamente, tem sido marcado por práticas que contribuem significativamente para problemas ambientais e sociais. Desde a produção em massa de roupas, a exploração de mão de obra em condições precárias até o descarte irresponsável de resíduos, a indústria da moda desempenhou um papel importante na degradação ambiental e nas desigualdades sociais. No entanto, à medida que a conscientização sobre essas questões aumenta, a sustentabilidade surge como um caminho necessário para transformar esse cenário.

A relevância desse tema reside na capacidade de promover mudanças significativas na indústria da moda em escala global. A sustentabilidade no mercado da moda implica repensar toda a cadeia de produção, desde a obtenção de matérias-primas até a fabricação, distribuição, consumo e descarte das roupas. Envolve a adoção de práticas mais responsáveis em relação ao uso de recursos naturais, a redução do desperdício, a minimização da pegada ambiental e o respeito aos direitos dos trabalhadores ao longo da cadeia de suprimentos.

Além de estar relacionada à crescente demanda dos consumidores por produtos e marcas que sejam social e ambientalmente responsáveis. À medida que a consciência sobre as questões relacionadas à sustentabilidade aumenta, os consumidores estão se tornando mais exigentes em relação às marcas com as quais escolhem se envolver. Eles buscam opções que estejam alinhadas com seus valores de sustentabilidade, apoiando assim empresas que adotam práticas responsáveis. Isso cria uma pressão significativa para que as empresas da indústria da moda adotem a sustentabilidade como parte integrante de seus negócios.

Outro aspecto relevante é o impacto que a sustentabilidade no mercado da moda pode ter na economia global. Embora a transição para práticas mais sustentáveis possa representar desafios econômicos iniciais, ela também abre portas para oportunidades de negócios inovadores e setores econômicos emergentes. A moda sustentável pode impulsionar o desenvolvimento de novas tecnologias, materiais e processos de produção, criando empregos verdes e estimulando o crescimento econômico sustentável a longo prazo.

Além disso, a relevância desse tema está intrinsecamente relacionada aos objetivos globais de desenvolvimento sustentável. A indústria da moda desempenha um papel fundamental na consecução dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas, incluindo metas relacionadas à erradicação da pobreza, igualdade de gênero, trabalho decente, produção e consumo responsáveis e ação climática. Portanto, abordar o impacto mundial da sustentabilidade no mercado da moda é essencial para avançar em direção a esses objetivos e construir um futuro mais sustentável para todos.

"O Impacto Mundial da Sustentabilidade no Mercado da Moda" está fundamentado na necessidade de transformação da indústria da moda, tornando-a social e ambientalmente responsável. Essa transformação é impulsionada pela conscientização crescente sobre as questões ambientais e sociais, pela demanda dos consumidores por produtos sustentáveis e pela necessidade de alcançar os objetivos globais de desenvolvimento sustentável. Ao abordar essa relevância, podemos trabalhar coletivamente para criar um mercado da moda mais ético, inclusivo e regenerativo, contribuindo assim para um mundo mais sustentável.

2 ECONOMIA E MODA

A relação entre moda e economia é profundamente interdependente e complexa, desempenhando um papel central no cenário global. A moda não é apenas uma expressão cultural, mas também um motor econômico significativo, influenciando o consumo, a produção e os mercados financeiros em todo o mundo. Por um lado, as decisões de compra dos consumidores moldam a demanda por roupas, acessórios e produtos relacionados, impactando diretamente a cadeia de suprimentos e a produção em larga escala. Essa demanda, por sua vez, impulsiona o comércio internacional, estimulando a economia global. Por outro lado, a moda é uma das principais indústrias criativas, gerando empregos em diversas áreas, desde o design até a produção, e contribuindo significativamente para o crescimento econômico. Além disso, a rápida evolução da indústria, especialmente com o surgimento da fast fashion, tem suscitado debates sobre questões de sustentabilidade, ética e responsabilidade social. Assim, a intersecção entre moda e economia não apenas reflete as dinâmicas sociais e culturais, mas também exige uma análise crítica das implicações econômicas e sociais das escolhas de consumo e produção na indústria da moda.

A indústria têxtil, um enorme pilar para o mercado da moda, é a segunda mais indústria que gera empregos, visto que a cadeia é muito longa e cheia de ramificações. A cadeia têxtil, em 2021, faturou 194 bilhões de reais.

Fernando Pimentel, em 2021 o CEO Presidente da ABIT, disse em uma entrevista ao Giro Econômico “O Brasil é o quarto maior produtor de algodão do mundo - do tipo fibra média - e o segundo maior exportador, então nós somos uma grande plataforma produtiva do agro e de matéria prima rica para confecção de tecidos e vestuário. O algodão brasileiro é 85% certificado, a maior parte dele é não irrigável, o que reduz a intensidade do uso de água. E isso estendido a toda cadeia produtiva, com programa de certificação que nós temos junto com outras entidades, faz com que o Brasil possa ser destaque nessa agenda de produtos ecologicamente responsáveis.”

Com isso, é notório a importância da sustentabilidade na moda atual. É possível observar alguns pontos de relevância para tal importância, sendo eles: o impacto ambiental, a responsabilidade social, a mudança no comportamento do consumidor, a inovação e competitividade e a pressão regulatória e reputacional.

No impacto ambiental, a indústria da moda é conhecida por seu alto consumo de recursos naturais, uso intensivo de água, poluição do ar e do solo, bem como pela geração de resíduos. Como a produção de roupas que requer grandes quantidades de água, especialmente no tingimento e acabamento têxtil, além de roupas sintéticas liberarem microplásticos durante a lavagem, o que acaba indo para os oceanos, prejudicando a vida marinha. Adicionalmente, a indústria da moda é responsável por 4% a 10% das emissões globais de GEE (Gases de Efeito Estufa). Portanto, a adoção de práticas sustentáveis pode ajudar a reduzir esse impacto ambiental negativo, ajudando a promover a conservação de recursos, a redução de resíduos e a mitigação da poluição.

Na responsabilidade social, a preocupação com as condições de trabalho nas fábricas de vestuário, especialmente em países em desenvolvimento, tem levado a um aumento da demanda por transparência e ética na cadeia de suprimentos da moda. Onde os consumidores tendem a adquirir produtos de marcas que possuem uma maior transparência em relação aos seus cuidados para além de suas peças, o cuidado com as pessoas que a produzem. Consequentemente interferindo na mudança de comportamento dos consumidores, onde eles estão cada vez mais conscientes sobre o impacto ambiental e social de suas escolhas de consumo. Os consumidores estão buscando marcas e produtos que demonstrem um compromisso com a sustentabilidade e a responsabilidade social, levando as empresas a adotarem práticas mais sustentáveis para atender a essa demanda.

A busca por soluções sustentáveis na moda vem estimulando a inovação em materiais, processos de produção e modelos de negócios. Empresas que investem em práticas sustentáveis podem se destacar no mercado, aumentar sua competitividade e atrair consumidores conscientes, colocando-as em níveis mais altos para empresas concorrentes.

Entretanto, com o aumento da conscientização sobre questões ambientais e sociais, governos, organizações não governamentais e consumidores estão pressionando por regulamentações mais rígidas e por maior transparência na indústria da moda. As empresas que não adotam práticas sustentáveis correm o risco de danos à sua reputação e de enfrentarem consequências legais e financeiras. Uma das regulamentações que traz a importância de adotar práticas sustentáveis, é o ESG (Environmental, Social, and Governance).

O ESG, que abrange os aspectos Ambiental, Social e de Governança, é um conjunto de critérios e boas práticas que avaliam se uma empresa atua de maneira socialmente responsável, sustentável e bem administrada. Esses padrões vão além das métricas financeiras tradicionais para medir o desempenho sustentável de uma organização. O objetivo é determinar se a empresa é uma escolha viável para investimentos sustentáveis, capazes de causar impactos positivos financeiros, sociais e ambientais. A integração do ESG na estratégia e no modelo de negócios das empresas ressalta a importância da união entre propósito e lucro, destacando a consciência da empresa sobre seu papel como empregadora e agente social.

Olhando para o futuro, as tendências indicam uma maior adoção de tecnologias inovadoras e um compromisso crescente com a sustentabilidade, prometendo transformações significativas na indústria da moda.

2.1 Evolução da sustentabilidade na indústria da moda

A moda sustentável é uma tendência em ascensão que visa minimizar o impacto ambiental da indústria da moda através da produção de roupas com materiais orgânicos, reciclados ou biodegradáveis. A história da moda sustentável remonta à década de 1960, com o movimento hippie que valorizava o artesanato e a conexão com a natureza. Já na década de 1990, surgiram as primeiras marcas de moda sustentável, como Patagonia e Nudie Jeans, pioneiras em promover práticas ecológicas. A Nudie Jeans, marca sueca de jeans fundada em 2001 pela Maria Erixon com o CEO *Palle Stenberg*, trouxe a mentalidade ecologicamente sustentável, indo contra a cultura corporativa e de suas visões míopes sobre roupas. A empresa fez uma promessa de produzir todos os seus jeans com 100% de algodão orgânico e de fabricá-los em instalações de produção éticas. Com o incentivo de seus clientes lavarem menos seus jeans, a marca também oferece serviços gratuitos de reparo de denim, estendendo ainda mais a vida útil dos jeans dos clientes. E, fechando o ciclo de consumo, eles vendem roupas usadas reparadas e reciclam produtos desgastados.

Atualmente, a moda sustentável é uma tendência global, com marcas como Stella McCartney e Everlane trazendo padrões para serem usados e fazerem a diferença. Esta abordagem não se restringe apenas à produção de roupas, mas também abrange a redução do desperdício e o uso de energia renovável nos processos de fabricação. Consumidores conscientes desempenham um papel

crucial na promoção da moda sustentável, optando por marcas que priorizam a sustentabilidade e escolhendo peças duráveis e de alta qualidade.

O maior objetivo da moda sustentável é minimizar o desperdício e a poluição, bem como promover práticas éticas na indústria. Ao mesmo tempo, a sustentabilidade na moda também defende que ela seja mais durável e atemporal, sem encorajar o consumo excessivo de roupas descartáveis; incentivando uma moda mais consciente e responsável, que valorize a qualidade, a durabilidade e a beleza intemporal das roupas.

Em 2013, em Bangladesh, houve o desabamento da Rana Plaza, onde 1.135 pessoas morreram. O prédio industrial operava em condições ilegais e os trabalhadores recebiam baixos salários e não contavam com direitos trabalhistas. Desde então, tem havido um crescente interesse e conscientização sobre a importância da moda sustentável e do consumo consciente — tanto pelo aspecto do planeta como das pessoas que produzem as roupas. Consumidores estão mais atentos a marcas que se preocupam tanto com o meio ambiente quanto as condições de trabalhos impostas aos trabalhadores.

2.2 Impactos ambientais da indústria da moda tradicional

Os impactos negativos da indústria da moda convencional no meio ambiente, infelizmente, são inevitáveis, porém podem ser menores e mais graduais, resta as empresas fazerem o mínimo para que o impacto seja o menor possível. Abaixo serão citados alguns dos maiores impactos negativos que a moda convencional traz para o meio ambiente.

Um dos principais impactos negativos é o consumo de água, onde temos a produção de algodão, uma matéria-prima amplamente utilizada na moda, sendo extremamente abundante em água. Segundo a *World Wildlife Fund (WWF)*, são necessários aproximadamente 20.000 litros de água para produzir 1 kg de algodão, o que equivale a uma única camiseta e um par de jeans. Também temos a indústria têxtil, a qual é responsável por aproximadamente 20% da poluição industrial da água devido ao tratamento e tingimento de tecidos, com o descarte errado de resíduos.

A indústria têxtil também se enquadra na Emissão de Gases de Efeito Estufa, a qual é responsável por cerca de 1,2 bilhão de toneladas de emissões de CO₂ por ano. A Ellen MacArthur Foundation relata que a indústria da moda é responsável por

10% das emissões globais de carbono, mais do que todos os voos internacionais e transporte marítimo combinados.

Em um relatório escrito pelo *Greenpeace*, uma organização internacional sem fins lucrativos que defende o meio ambiente e promove a paz através de campanha independentes, diz que a indústria da moda utiliza grandes quantidades de produtos químicos tóxicos, incluindo corantes azo e compostos perfluorados, os quais são liberados em corpos d'água e representam uma grave ameaça ambiental e à saúde humana.

É notório que o lixo é um dos maiores impactos causados pela indústria da moda, através de grandes quantidades de descartes e feitos de maneira incorreta. Uma agência independente do governo dos Estados Unidos, a *Environmental Protection Agency (EPA)*, cuja é encarregada de questões de proteção ambiental, estima que, em 2018, cerca de 17 milhões de toneladas de resíduos têxteis foram gerados, com uma grande parte terminando em aterros sanitários. A moda rápida contribui significativamente para o desperdício, com roupas sintéticas como o poliéster levando centenas de anos para se decompor e liberando microplásticos no ambiente durante a lavagem.

Além da produção de peças, onde com tecidos sintéticos, como o poliéster, depende de combustíveis fósseis. O poliéster é derivado do petróleo, cuja extração e processamento são altamente poluentes e não renováveis, conforme relatado pelo *Center for Environmental Health*.

2.3 A Ascensão da Moda Sustentável no Mercado Global

A moda sustentável está emergindo como uma força transformadora dentro da indústria da moda global, sendo impulsionada pela crescente consciência ambiental e pela demanda dos consumidores por práticas mais éticas e responsáveis. Esta evolução está moldando o setor através de tendências inovadoras, que buscam mitigar os impactos negativos tradicionalmente associados à produção e ao consumo de roupas. É preciso analisar principais tendências globais de moda sustentável que estão redefinindo os padrões da indústria, destacando exemplos de inovação e os desafios que ainda precisam ser superados para alcançar um futuro mais sustentável na moda.

Uma importante e relevante tendência global que está em destaque é a economia circular. Ela visa eliminar o desperdício e promover a reutilização,

reciclagem e regeneração de materiais. Marcas estão desenvolvendo produtos com o ciclo de vida completo em mente, facilitando a reciclagem e a reutilização de roupas e materiais têxteis. Junto dela vem a “Moda de Segunda Mão” e o *Upcycling*. Na moda de segunda mão temos a popularidade de brechós e plataformas de revenda online, como *ThredUp*, *Depop* e a Enjoei, está crescendo cada vez mais. Também citado, o *upcycling*, um processo que envolve transformar roupas antigas em novas peças de moda, está ganhando força como uma maneira de reduzir o desperdício e promover a criatividade.

É possível analisar que a inovação em materiais está em alta, com o desenvolvimento de tecidos feitos a partir de recursos sustentáveis, como algodão orgânico, bambu, cânhamo e fibras recicladas. Além disso, novos materiais biodegradáveis e veganos, como o couro de cogumelo e o bioplástico, estão sendo explorados. Deixando as peças mais sustentáveis e sendo possível um descarte mais correto.

Com isso, para evitar excessos e minimizar o desperdício, algumas empresas estão adotando modelos de produção sob demanda, onde as roupas são fabricadas apenas quando há um pedido do cliente, ajudando a reduzir o estoque não vendido e a, principalmente, diminuir o desperdício têxtil. Ademais, marcas estão adotando diversas tecnologias como *blockchain*, uma tecnologia que visa a forma como as transações e informações é armazenada, verificadas e compartilhadas, para rastrear e garantir práticas éticas e sustentáveis em toda a cadeia de suprimentos.

Outro método de evitar desperdício é o uso de tecnologias avançadas, como impressão 3D, que permite a criação de roupas personalizadas com menos desperdício de material. Além disso, a adoção de processos de produção mais eficientes em termos de energia e água está se tornando mais comum.

Empresas que estão buscando o engajamento nos consumidores e nas pautas que se preocupam com a sustentabilidade, procuram certificações como *GOTS* (*Global Organic Textile Standard*), uma norma têxtil reconhecida internacionalmente; na qual desde a sua introdução em 2006, *GOTS* tem demonstrado sua viabilidade prática e é apoiado pelo crescimento do consumo de fibras orgânicas e pela demanda por critérios de processamento unificados dos setores da indústria e varejo. E o *Fair Trade*, conhecido como Comércio Justo, que contribui para o desenvolvimento sustentável quando proporciona melhores condições de troca, gerando parcerias e a

garantia dos direitos para produtores e consumidores; sendo uma alternativa concreta e viável frente ao sistema tradicional de comércio. As marcas estão buscando essas certificações para ganhar credibilidade e confiança junto aos consumidores. Desse modo, mostra um esforço crescente para educar os consumidores sobre os impactos ambientais e sociais de suas escolhas de moda. Campanhas de conscientização e iniciativas de marcas estão ajudando a informar os consumidores sobre a importância da moda sustentável.

2.4 Impacto Social da Sustentabilidade na Indústria da Moda

Sabe-se que, infelizmente, a indústria pode ser considerado um sinônimo de trabalho escravo. O trabalho escravo na indústria da moda é um problema caracterizado por condições de trabalho degradantes e violações dos direitos humanos. Trabalhadores em diversas partes do mundo, especialmente em países em desenvolvimento, são frequentemente submetidos a jornadas exaustivas, salários escassos e ambientes de trabalho insalubres. A pressão por custos baixos e produção rápida, impulsionada pela demanda do mercado de *fast fashion*, leva muitas empresas a terceirizarem a produção para fábricas onde a fiscalização é precária e nula. Essa realidade perpetua um ciclo de exploração, onde trabalhadores, muitas vezes migrantes e vulneráveis, são forçados a trabalhar sob ameaça, dívidas ou opressão. A falta de transparência nas cadeias de suprimento dificulta a responsabilização das marcas, tornando essencial a implementação de políticas rigorosas de fiscalização e certificação.

Uma das maiores varejistas de moda do mundo, a Zara, tem enfrentado acusações graves de trabalho escravo em sua cadeia produtiva. Em 2011, a empresa foi flagrada utilizando fornecedores que mantinham trabalhadores em condições análogas à escravidão em São Paulo. Os trabalhadores, muitos deles imigrantes, foram encontrados em oficinas de costura trabalhando em condições precárias, sem contrato formal, e com jornadas exaustivas. A partir disso, a Zara implementou algumas medidas para amenizar esses problemas, como a assinatura de um Termo de Ajuste de Conduta (TAC) com o Ministério Público do Trabalho (MPT) e a realização de auditorias internas. A empresa também lançou o “selo de procedência”, que tem como objetivo aumentar a transparência sobre a origem de seus produtos. No entanto, críticas continuam sobre a eficácia dessas medidas e a Zara ainda enfrenta desafios significativos para garantir que todos os seus

fornecedores cumpram as normas trabalhistas. Em 2015, a Zara foi autuada por não cumprir o acordo de fim do trabalho escravo. Durante essa auditoria foram encontradas 433 irregularidades em todo o país. Uma das irregularidades foi o aumento de acidentes de trabalho, indo de 73 para 84.

A Zara faz parte do grupo Inditex, o qual desvia dos problemas alegando que ela é apenas um entre os vários clientes dos fornecedores e que a empresa representa menos de 15% da produção desses fabricantes.

Empresas estão buscando aderir a RSC, sigla para Responsabilidade Social Corporativa, a qual tem o objetivo de adotar e manter comportamentos éticos. Esses comportamentos citados estão relacionados ao desenvolvimento sustentável da sociedade, onde, em suas decisões estratégicas, as gestões empresariais buscam agir de maneira ética e responsável em relação aos seus colaboradores, clientes, fornecedores, bem como ao meio ambiente e comunidade. Portanto, o as empresas têm o papel de contribuir para a sociedade com melhorias para a comunidade e para a natureza, sem a necessidade de obrigações jurídicas para tal. Alguns exemplos de RSC é adesão de sustentabilidade ambiental e o uso de energia renovável.

Existem iniciativas que as empresas podem promover para o bem-estar dos trabalhadores na cadeia de suprimentos da moda. Como já citado anteriormente existe o *Fair Trade Certified*; além dele também existe o *Better Work Program*, um programa que visa melhorar as condições de trabalho e o respeito aos direitos dos trabalhadores na indústria da moda. É uma colaboração entre a Organização Internacional do Trabalho (OIT) e a *International Finance Corporation (IFC)*; eles fornecem avaliações regulares das fábricas, treinamento para trabalhadores e gerentes, e apoio contínuo para melhorias.

O caso de Bangladesh, já citado anteriormente, trouxe vários programas para ajudar no bem-estar dos trabalhadores. O *Fashion Revolution*, um movimento global que surgiu após o caso, promove a transparência na cadeia de suprimentos de moda e incentivam consumidores e marcas a questionarem "Quem fez minhas roupas?" para garantir que os trabalhadores sejam tratados de maneira justa. A *Clean Clothes Campaign*, uma rede global dedicada a melhorar as condições de trabalho e capacitar trabalhadores na indústria de vestuário, realizam campanhas de conscientização, *advocacy* e apoio direto aos trabalhadores, promovendo salários justos e condições de trabalho seguras.

2.5 Desafios e Obstáculos para a Sustentabilidade na Moda

Uma indústria antiga e cheia de padrões, como a da moda, encontra muitos desafios e obstáculos para mudar hábitos já estabelecidos em seus comportamentos.

O primeiro desafio é a mudança de mentalidade das empresas e toda cultural empresarial *fashion*; sendo ele crucial e multifacetado que requer uma abordagem global e transformadora. Tradicionalmente enraizada em modelos de negócios voltados para lucros imediatos e produção em massa, a indústria da moda está cada vez mais confrontada com a necessidade de priorizar a sustentabilidade em todas as etapas de sua cadeia de valor. Isso envolve não apenas a adoção de práticas mais éticas e ambientalmente responsáveis, mas principalmente uma redefinição fundamental das prioridades e valores das empresas. Contudo, essa transição enfrenta uma expressiva resistência, tanto dentro das organizações quanto na cultura empresarial mais ampla, onde visam mais a maximização dos lucros em detrimento de considerações sustentáveis a longo prazo. Superar essa resistência exige um compromisso coletivo com a inovação, a transparência e a responsabilidade corporativa, capacitando as empresas a liderar a transformação rumo a uma indústria da moda verdadeiramente sustentável e igualitária.

Outro desafio que a indústria da moda encontra é o tamanho da cadeia de produção, muitas vezes passando por diversos países até chegar em seu destino. Dificultando, assim, o monitoramento e a fiscalização de produtos e mão de obra relacionados a sustentabilidade. Não existindo a transparência nessa cadeia de processos, atrapalhando a identificação de melhorias necessárias em cada etapa. Devido à complexidade de adquirir materiais sustentáveis e caso consiga, possui um preço elevado, dado a raridade de tal; os produtos tendem a ter um preço bem mais elevado que produtos de *fast fashion*, os quais possuem um material de mais fácil acesso, porém de mais fácil descarte também. Com isso, há uma dificuldade em uma produção de alta escala para produtos sustentáveis. Conseqüentemente, fazendo com que o consumo ao *fast fashion* seja maior, justamente pelo acesso e preço das peças.

Essa busca pela sustentabilidade na indústria da moda enfrenta questões econômicas, barreiras culturais e regulatórias. Em termos econômicos, as empresas muitas vezes esbarram com custos iniciais elevados relacionados à transição para

práticas mais sustentáveis. Isso engloba tanto os investimentos significativos em tecnologias mais limpas, como sistemas de produção com baixa pegada de carbono, e aquisição de materiais ecológicos, que podem ser mais caros do que os convencionais. Para empresas de menor porte, esses custos iniciais podem ser especialmente desafiadores, atrapalhando a adoção de práticas sustentáveis. Além das barreiras culturais que impedem a adoção generalizada de moda sustentável.

A cultura do consumo abundante do *fast fashion* é hegemônico em muitas sociedades, onde a posse de roupas novas e a última tendência são valorizadas acima da qualidade, durabilidade e do impacto ambiental. Essa mentalidade entrava a mudança para hábitos de consumo mais conscientes e sustentáveis, uma vez que os consumidores são incentivados a comprar frequentemente e descartar rapidamente para sempre “estarem na moda”. Ademais, há um estigma em torno da moda sustentável em alguns círculos, onde é percebida como sendo associada a estilos ultrapassados ou menos sofisticados. Isso pode desencorajar os consumidores de adotarem produtos de moda sustentável, mesmo que estejam conscientes dos problemas ambientais e sociais da indústria da moda convencional.

Em termos regulatórios, a falta de regulamentação e padrões uniformes para a moda sustentável é uma barreira significativa para a indústria. A ausência de diretrizes claras pode levar à confusão dos consumidores e dificultar a identificação de produtos genuinamente sustentáveis. Com a dificuldade no processo para obter certificações sustentáveis pode complicar e ser oneroso para as empresas, especialmente para aquelas de menor porte. Superar essas barreiras exigirá um esforço conjunto de todas as partes interessadas, incluindo empresas, governos, organizações sem fins lucrativos e consumidores, para promover uma mudança cultural em direção a valores de consumo mais conscientes e sustentáveis.

Para superar os desafios enfrentados pela indústria da moda na adoção de práticas sustentáveis, é fundamental um esforço concertado e abrangente que aborde tanto as questões econômicas quanto as barreiras culturais e regulatórias. O principal tópico a ser mudado é a mentalidade dentro das empresas de moda, incentivando uma cultura empresarial que valorize não apenas os lucros imediatos, mas também a responsabilidade social e ambiental, redefinindo os objetivos e valores das empresas, sempre colocando a sustentabilidade no centro de suas estratégias de negócios. Para superar a resistência à mudança, é essencial um

compromisso coletivo com a inovação, a transparência e a responsabilidade corporativa, capacitando as empresas a liderar a transformação rumo a uma nova indústria da moda.

Ademais, é imprescindível enfrentar os desafios relacionados à complexidade da cadeia de produção na indústria da moda, promovendo a transparência e o monitoramento em todas as etapas da cadeia de abastecimento, garantindo a conformidade com padrões éticos e ambientais.

Para lidar com os custos elevados e a disponibilidade limitada de materiais sustentáveis, é necessário proporcionar investimentos em pesquisa e desenvolvimento de alternativas ecológicas. Isso pode incluir a colaboração com fornecedores e instituições de pesquisa para desenvolver materiais inovadores e processos de produção mais eficientes. Além disso, é importante explorar estratégias para reduzir os custos de produção de produtos sustentáveis, como incentivos fiscais e subsídios governamentais.

No âmbito cultural, a mudança de mentalidade entre os consumidores é devida, desafiando a noção de que a moda rápida e o consumo excessivo são inevitáveis. Isso pode ser feito através de campanhas de conscientização e educação que destacam os impactos negativos da indústria da moda convencional e promovem alternativas mais sustentáveis. Além disso, é importante combater o estigma em torno da moda sustentável, destacando seu potencial de inovação e estilo.

Em termos regulatórios, é essencial promover a adoção de padrões e diretrizes claras para a moda sustentável, facilitando a identificação de produtos genuinamente sustentáveis pelos consumidores.

Contudo, é notório que superar os desafios enfrentados pela indústria da moda na adoção de práticas sustentáveis exigirá um esforço conjunto e coordenado de todas as partes interessadas, incluindo empresas, governos, organizações sem fins lucrativos e consumidores. Somente através de uma abordagem colaborativa e global podemos promover uma mudança real em direção a uma indústria da moda mais sustentável e equitativa.

2.6 Tendências Futuras e Perspectivas

O futuro da moda pode estar no *slow fashion*, justamente o oposto do que temos hoje em dia no mercado, o *fast fashion*.

Onde há uma valorização do produtor local, focado em uma produção de menor escala, como por demanda ou sob encomenda apenas, tornando as peças com maior qualidade e mais exclusividade, valorizando a real produção. Além do consumidor também estar andando para um consumo mais *slow*, visando a qualidade e o impacto ambiental de cada peça.

Com a maior conscientização, a expectativa é que varejistas e negócios locais abracem mais e mais a sustentabilidade. Indicando uma realidade que se expande cada vez mais, englobando todos os profissionais da indústria da moda e os compradores finais mais preocupados com seus impactos gerados pelos hábitos de consumo. É notório as preocupações e o apoio de pequenas a grandes marcas quanto às causas ambientais, como é o caso das iniciativas sustentáveis das lojas Renner, uma das maiores redes de moda do Brasil.

Existe muito a se fazer para neutralizar e diminuir o impacto do *fast fashion* sobre o meio ambiente. Entretanto com conscientização sobre iniciativas e novos hábitos de produção e consumo, é possível que todos os setores da moda possam colocar as atitudes sustentáveis em prática e se beneficiar de cada uma delas. A evolução das tecnologias e materiais sustentáveis na indústria da moda tem sido impulsionada pela crescente conscientização sobre os impactos ambientais e sociais da produção e consumo de roupas e sapatos. Esta evolução tem visto avanços em diversas áreas, desde o desenvolvimento de novos materiais ecológicos até a implementação de tecnologias inovadoras que tornam os processos de produção mais eficientes e menos prejudiciais ao meio ambiente.

Um dos avanços que mais se destacam é o desenvolvimento e a utilização de fibras naturais e orgânicas. O algodão orgânico, por exemplo, é cultivado sem o uso de pesticidas e fertilizantes químicos, o que reduz significativamente a poluição do solo e da água. Este material tem ganhado popularidade, com grandes marcas como Nike adotando amplamente seu uso. Além disso, fibras como cânhamo e linho têm se destacado por suas qualidades sustentáveis. Essas plantas requerem menos água e pesticidas em comparação com o algodão tradicional e são altamente renováveis, com o linho, em particular, apresentando uma pegada de carbono menor devido à sua durabilidade e biodegradabilidade.

Outro avanço é o uso crescente de fibras recicladas. O poliéster reciclado, por exemplo, é produzido a partir de garrafas PET recicladas, o que ajuda a reduzir a

demanda por petróleo, uma matéria-prima não renovável, e diminui a quantidade de resíduos plásticos nos aterros e oceanos. Marcas como Adidas têm sido pioneiras na utilização de poliéster reciclado, integrando-o em uma grande série de produtos, indo de roupas esportivas até calçados. Além de utilizar o nylon reciclado, procedente de redes de pesca descartadas e outros resíduos industriais, promovendo uma economia circular.

Em termos de tecnologias de produção, a moda sustentável tem se beneficiado de inovações como a impressão 3D e técnicas avançadas de tingimento. A impressão 3D permite a criação de peças de vestuário sob demanda, minimizando o desperdício de material e reduzindo o excesso de estoque.

A abordagem das mudanças esperadas nas preferências dos consumidores na moda reflete um movimento crescente em direção à sustentabilidade, ética e transparência.

Os consumidores estão se tornando mais conscientes do impacto ambiental do *fast fashion* e estão procurando alternativas mais sustentáveis. Eles estão exigindo produtos feitos de materiais ecológicos, como algodão orgânico, cânhamo e tecidos reciclados. Além disso, há uma crescente demanda por roupas que utilizam processos de produção com menor pegada de carbono e menos poluentes. De acordo com uma pesquisa da Nielsen, 73% dos consumidores em todo o mundo dizem que mudariam seus hábitos de consumo para reduzir seu impacto ambiental. Prezando mais a qualidade e a durabilidade sobre a quantidade, os consumidores estão, em vez de comprar muitas peças de fast fashion que se desgastam rapidamente, os consumidores estão investindo em itens de alta qualidade que duram mais tempo. Esse comportamento não só ajuda a reduzir o desperdício têxtil, mas também promove um consumo mais consciente e sustentável. A *McKinsey & Company* destaca que os consumidores estão dispostos a pagar mais por produtos que ofereçam durabilidade e desempenho superior. De acordo com uma pesquisa da Fashion Revolution, 75% dos consumidores querem mais informações sobre a procedência dos produtos de moda que compram.

Consumidores estão buscando peças exclusivas que reflitam sua individualidade e estilo pessoal. Com isso, as tecnologias como a impressão 3D e a fabricação sob demanda estão permitindo que as marcas ofereçam opções de personalização que atendam às preferências específicas de cada consumidor. Esta

abordagem aumenta a satisfação do cliente, e reduz o desperdício de estoque, promovendo a sustentabilidade. O *Boston Consulting Group (BCG)*, uma empresa de consultoria empresarial, sendo uma das três consultorias estratégicas de maior receita no mundo, considerada por muitos como a de maior prestígio dentro da indústria de consultoria empresarial, relatou que a personalização pode levar a uma redução significativa de resíduos e um aumento na lealdade do cliente.

O mundo do minimalismo vem ganhando cada vez mais notoriedade, onde os consumidores preferem ter menos itens, mas de melhor qualidade. Este movimento está alinhado com o conceito de "menos é mais", promovendo um guarda-roupa mais sustentável e consciente. A tendência do minimalismo reflete um desejo de simplicidade e funcionalidade, além de uma crítica ao consumo excessivo. Estudos mostram que os consumidores estão cada vez mais adotando um estilo de vida minimalista para reduzir seu impacto ambiental e melhorar seu bem-estar.

3 ENTREVISTAS

Nesse capítulo veremos as entrevistas feitas com especialistas da área da moda e de consumidor. Ao criar e pensar nessas entrevistas, veio o interesse em compreender como empresas de relevância, como mercado de luxo, estão pensando na sustentabilidade e como aplicam políticas sustentáveis, como a Política ESG, na empresa. Assim como também analisar o olhar de um consumidor para a sustentabilidade, ou não, de suas compras.

Essas visões e análises, agregam para com o estudo realizado de como o mercado da moda está reagindo com a implementação de novas políticas e preocupações sustentáveis. Ao ler o livro “Economia Donut”, Kate Raworth critica o crescimento a qualquer custo que o *fast fashion* acaba criando; pensando simplesmente no lucro e na venda e não se importa com o descarte de peças de baixa qualidade, por exemplo.

3.1 Entrevista indivíduo 1

Para as entrevistas temos o indivíduo 1, que é *Country Manager* Brasil, Colômbia, Chile e Peru da Louis Vuitton, marca de luxo de grande importância e referência no mercado, pertencente ao Grupo LVMH. Cujo uma das missões do Grupo LVMH é “ao longo dos séculos, as nossas *Maisons* preservaram e valorizaram cuidadosamente o seu patrimônio material e imaterial, concentrando-se resolutamente na qualidade dos seus produtos e serviços. A integração vertical em toda a cadeia de valor cultiva esta excelência tanto a montante como a jusante, desde o fornecimento das melhores matérias-primas até à produção e venda a retalho seletiva. Este modelo garante a excelência dos nossos produtos ao longo do tempo. Nossos produtos são projetados para durar de geração em geração, alinhados com nossa visão de uma arte de viver verdadeiramente atemporal” como dizem em seu site. Já o posicionamento com a sustentabilidade é de “A LVMH fez do desenvolvimento sustentável uma prioridade estratégica desde a sua fundação”. Já o indivíduo 2 é uma entusiasta do consumo de *fast fashion*, apaixonada por looks e moda.

Foi perguntado ao indivíduo 1 como ela enxerga o impacto da sustentabilidade na indústria da moda globalmente e, especificamente, na atuação da Louis Vuitton na América do Sul; ela disse que tem um impacto inerente, e não apenas na América do Sul, mas em todo o mundo, já que possuem um pacto global

com a ONU até 2030 com metas bem específicas relacionadas ao meio ambiente, em cada área da empresa, seja na produção ou na distribuição.

Ao ser questionada como incorporam práticas sustentáveis, Indivíduo 1 disse que eles fazem a venda do produto por encomenda, chamado de *Order*, fazendo com que não haja uma produção excessiva e desnecessária, importando apenas o necessário para atender o mercado e a venda já garantida. Com isso também foi possível analisar o comportamento do consumidor de luxo, que visa e prioriza a mão de obra e o trabalho gasto para a produção de tal peça, pagando o preço que for para obter um produto de melhor qualidade e mais sustentável.

“Quais são os maiores obstáculos que a Louis Vuitton enfrentou ou enfrenta ao promover a moda sustentável?” Indivíduo 1 responde dizendo que a Louis Vuitton promove os produtos de mais alto nível de excelência, seleção de materiais e artesãos que se preocupam com a história; então não é algo que no universo do luxo usa isso como argumento de venda, por isso ela acredita que não existe um obstáculo, o que está em ascensão principalmente pós pandemia é o *Second Hand* ou *Second Life*, comentada aqui já como Moda Circular, onde a empresa não incentiva mas acredita ser um negócio muito frutífero para a sustentabilidade. Um exemplo que ela trouxe foi o *The RealReal*, um *e-commerce* enorme de *Second Hand*, o qual vem crescendo cada vez mais justamente por promover a moda, e economia, circular.

Questionando a Indivíduo 1 se poderia compartilhar algumas das iniciativas ou estratégias específicas de sustentabilidade que a Louis Vuitton implementou na América do Sul, houve a resposta de que uma das estratégias é que os *packagings*, as caixas, que a empresa fabrica agora, são todos magnéticos, ou seja, é possível empilha-los sendo possível transportar muito mais *packagings* de uma vez, diminuindo a quantidade de vezes que um avião ou navio circula. Além disso, nenhum produto é descartado, caso haja sobra de produto, ou ele retorna para Paris, de onde veio, ou é vendido para funcionários, sempre dentro das regras de governança. E também, sempre buscam utilizar meios de transporte de energia limpa.

Foi perguntado “como a demanda dos consumidores por produtos de moda sustentável tem influenciado a estratégia de negócios da Louis Vuitton na região”. Ela respondeu dizendo que na parte criativa não tem impacto algum, uma vez que

ela é inerente a isso; porém, eles sempre têm projetos, por exemplo, às vezes as vitrines das lojas são feitas todas de materiais recicláveis ou às vezes são reaproveitadas em outros contextos ou eventos, para evitar que seja uma produção desnecessária. Ela diz que os clientes das casas de luxo buscam o trabalho manual, eles têm a consciência da dificuldade de produzir. Pelo mercado de luxo não ser como o de *fast fashion*, isso é o que justamente atrai os clientes, a exclusividade e a alta qualidade das peças, feitas à mão com conhecimento passado de gerações em gerações; o que impacta positivamente o luxo.

Ao pedir para destacar os impactos ambientais positivos decorrentes das práticas sustentáveis implementadas pela Louis Vuitton na região, o indivíduo 1 disse que acredita que os benefícios não são diretos, ela não acredita que eles vendem mais por estarem adotando metas mais sustentáveis, acreditando que a sustentabilidade vai além da emissão de CO2. Entretanto, hoje em dia é uma premissa das empresas, com o conceito de ESG; e hoje, uma empresa que não olhar para isso, não é que ela não vai vender mais ou se beneficiar, ela não vai ser uma empresa onde investidores vão querer investir, funcionários não vão querer trabalhar e consumidores não vão querer consumir.

A LVMH, detentora da Louis Vuitton, possui um roteiro de desempenho ambiental para os próximos 3, 6 e 10 anos, com base no programa LIFE 2020 (Iniciativas LVMH para o Meio Ambiente). A política ambiental da LVMH tem sido um ponto da sua estratégia de crescimento nos últimos 27 anos. Esta política acelerou em 2012 com a criação do programa LIFE (*LVMH Initiatives For the Environment*), que tornou o desenvolvimento sustentável uma parte integrante dos planos estratégicos de negócios de todas as *Maisons* LVMH. Após as conquistas, evoluções e tendo alcançado e por vezes ultrapassado estes objetivos, a LVMH decidiu aproveitar as conquistas do LIFE 2020, perseguindo metas ainda mais ambiciosas com o seu novo plano LIFE 360. Esta nova estratégia estabelece três prazos principais – 2023, 2026 e 2030 – e gira em torno de quatro pilares focados no produto: proteger a biodiversidade; combater as alterações climáticas; economia circular; e a transparência para tender às expectativas da sociedade por mais informações sobre os produtos e melhor rastreabilidade.

Através disso, o indivíduo 1 disse que, um exemplo recente dessas estratégias foi a inauguração de uma loja em dezembro, no Brasil, a qual foi

desenvolvido uma parceria com fornecedores locais, sem ser necessário a imitação de produtos de uma marca internacional, além de promover os produtores brasileiros para o mercado de luxo internacional. E também, a loja foi desenvolvida para ter muita luz natural, diminuindo o gasto com energia, e o piso foi 100% feito de madeira de demolição. Com isso, ela acredita que o impacto é uma coisa transversal e 360, onde cada pessoa em sua área busca maneiras de diminuir esse impacto.

Quando questionada sobre a interação entre as regulamentações governamentais e as iniciativas da Louis Vuitton na América do Sul, o indivíduo 1 informou que a LVMH faz parte do pacto global da ONU desde 2003, e com isso, todas as filiais seguem as metas globais. E no Brasil, eles têm uma parceria com a UNICEF desde 2016, que olha para o impacto do jovem e do adolescente.

Ela acredita que a tecnologia e a inteligência na estratégia para utilizá-la, para entender o que os seus clientes querem consumir, o que precisa ter no seu país e no seu estoque, o que você precisa produzir. Tudo isso ajuda a desenvolver o papel da sustentabilidade no setor. Outro trabalho interessante que a LVMH promove é a disponibilidade de restos de tecidos para estudantes de moda e para designers que sejam elegíveis e comprovem a produção, para pegar esses tecidos e então reutilizá-los.

Por fim, ao ser questionada sobre as tendências que ela enxerga, ela diz que vê principalmente a preocupação com os materiais utilizados para a produção, que venham de lugares com regulamentos, além da seriedade do fornecedor. Um outro ponto interessante é que todos os perfumes vendidos pela LV, possuem refil, reduzindo o descarte de embalagens.

3.2 Entrevista indivíduo 2

Agora será possível ver a perspectiva de uma consumidora de *fast fashion*, sobre o mercado da moda que visa a sustentabilidade.

Ao ser questionada sobre suas motivações e quais os principais fatores que a influenciam nas suas compras, ela informa que se considera uma pessoa consumista, prezando mais pela quantidade do que pela qualidade do produto, se preocupando em sempre estar vestida com o que está na moda. Ela tem uma vida social muito ativa, visto que ela é mãe, portanto, sempre busca comprar roupas para todas as ocasiões.

Foi perguntado se ela tem ciência do impacto social e ambiental associado à indústria de *fast fashion* e como isso pode influenciar as suas compras. O indivíduo 2 disse que ela tem noção sobre, inclusive já viu alguns dados sobre, mas que ela acredita que devido a sua geração não recente, isso não impacta na hora de comprar, não influenciando na decisão de comprar alguma roupa.

Ela diz que não considerou marcas mais sustentáveis ao *fast fashion* na hora de sua compra. Ela sabe que a marca pode ter um viés sustentável, que prioriza esse assunto, mas que não é isso que a faz consumir naquela loja, e sim o produto que ela gostou ou que caiu bem. Porém, ela acredita se houvesse uma loja de departamento mais acessível, poderia fazer com que as pessoas procurassem mais consumir o produto sustentável.

Ao ser questionada sobre o impacto que o consumo excessivo de *fast fashion* tem sobre suas finanças, ela diz que acredita ser entre 20 e 30% de seu salário, visto que ela compra quase que semanalmente tanto para ela quanto para a filha dela.

Ela acredita que as mídias sociais afetam muito as suas decisões de compra. Sendo através de influenciadoras que possuem um estilo e gosto parecido com o dela, acabam incentivando-a comprar aquilo que indicam, assim como propagandas e conteúdo que o algoritmo manda para ela, justamente por esse consumo excessivo.

“Você já teve experiências negativas ou positivas relacionadas à qualidade de produtos de *fast fashion*? Como isso afetou suas compras?”. Ao serem feitas essas perguntas ao indivíduo 2, ela respondeu que a pessoa que consome *fast fashion* precisa ter uma expectativa alinhada ao produto que está comprando. Pois já comprou peças que pareciam ruins e no final eram de boa qualidade e peças que aparentavam ser boas, acabaram se desfazendo com o tempo; mas que essas experiências não influenciaram essas mudanças, trazendo apenas a possibilidade de evitar comprar peças de determinados materiais.

O indivíduo 2 imagina que caso as marcas de *fast fashion*, como a Zara, promovessem mais produtos e destacassem eles nas lojas, poderiam ajudar com o impacto ambiental que o restante de seus produtos afeta. Porém, com essa utópica atitude, poderiam incentivar e trazer ao pensamento de seus consumidores essa preocupação com o meio ambiente.

Questionada se ela tem alguma estratégia para reduzir o consumo de *fast fashion* ou torná-lo mais sustentável, ela respondeu que não tem nenhuma estratégia para reduzir seu consumo. Entretanto, ela sempre pensa nos pós da peça, sempre procura doar ou colocar em alguma plataforma de revenda, como a TROC, que é o maior brechó online do Brasil.

Ela diz que não tem o perfil de investir em menos peças, porém de maior qualidade, dado o valor exacerbado de peças mais sustentáveis. O investimento em peças de melhores qualidades acaba indo mais para bolsas e relógios, onde é possível haver um lucro em sua revenda depois dependendo da marca e exclusividade do produto.

E por fim, ela diz que caso houvesse mais informações sobre o impacto do *fast fashion* no mundo ambiental e social, talvez ela pudesse, e tantos outros consumidores excessivos, ter mais consciência na hora de fazer uma compra no mercado da moda, pensando na sustentabilidade.

4 CONCLUSÃO

A conclusão deste estudo sobre o impacto da sustentabilidade no mercado da moda destaca a transformação significativa que a adesão a práticas sustentáveis traz para a indústria. A moda sustentável, ao romper com o modelo tradicional de "usar e descartar", promove a reciclagem, reutilização e reparação de roupas, resultando em uma dinâmica de mercado mais responsável e consciente. A transição para práticas mais sustentáveis não só desafia o modelo de fast fashion, que se baseia em consumo acelerado e descarte rápido, mas também estimula mudanças em diversos setores da economia relacionados à moda, incluindo a indústria têxtil e fornecedores de matéria-prima. A demanda por materiais orgânicos e reciclados impulsiona a inovação e cria novas oportunidades de negócios, promovendo uma cadeia de suprimentos mais eficiente e sustentável. Além disso, essa mudança reflete uma resposta necessária aos impactos ambientais negativos causados pela produção em massa e uso excessivo de recursos naturais. A adesão das principais empresas de moda à sustentabilidade não apenas minimiza os impactos negativos, mas também estabelece um futuro mais consciente e responsável para a indústria. A colaboração entre empresas, governos, organizações sem fins lucrativos e consumidores é essencial para superar os desafios e promover uma cultura de consumo mais consciente. De forma geral, a moda sustentável representa um passo crucial para a construção de um mercado mais ético, inclusivo e regenerativo, alinhando-se aos objetivos globais de desenvolvimento sustentável e contribuindo para um mundo mais sustentável.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

"3D Printing in Fashion: Reducing Waste and Increasing Customization" - Journal of Fashion Technology.

"Adidas and the Use of Recycled Polyester" - Adidas' Sustainability Report.

"Blockchain for Supply Chain Transparency in Fashion" - Provenance Case Studies.

"Eco-Friendly Dyeing Techniques in the Textile Industry" - Sustainable Textiles Review.

"Everledger: Using Blockchain to Ensure Ethical Supply Chains" - Blockchain for Sustainable Development.

"Hemp and Linen: The Sustainable Fabric Alternatives" - Environmental Science Journal.

"Nike's Sustainability Initiatives" - Nike's Annual Sustainability Report.

"Recycled Nylon: Turning Waste into Fashion" - Ellen MacArthur Foundation.

"The Carbon Footprint of Linen: An Eco-Friendly Fabric" - Journal of Cleaner Production.

Adaptado de **"Sustainable Fashion: Understanding the Challenges and Opportunities"** - Journal of Fashion Marketing and Management

AGÊNCIA BRASIL. **Zara é autuada por não cumprir acordo para acabar com trabalho escravo.** 27 maio 2015. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2015-05/zara-e-autuada-por-nao-cumprir-acordo-para-acabar-com-trabalho>>. Acesso em: 10 mai. 2024.

AMBIENTAL MERCANTIL. **Moda x Sustentabilidade: autor e fonte para o Dia Mundial do Meio Ambiente.** 28 maio 2022. Disponível em: <<https://noticias.ambientalmercantil.com/28/05/2022/moda-x-sustentabilidade-autor-e-fonte-para-o-dia-mundial-do-meio-ambiente/>>. Acesso em: 10 mai. 2024.

BETTER WORK. Disponível em: <<https://betterwork.org>>. Acesso em: 15 mai. 2024.

Boston Consulting Group (BCG). **"How Personalization is Revolutionizing the Fashion Industry."** 2021.

Browne, M. A. et al. (2011). **"Accumulation of Microplastic on Shorelines Worldwide: Sources and Sinks."** Environmental Science & Technology.

Center for Environmental Health. **"Polyester: Environmental impact and alternatives."**

CNN BRASIL. **Moda sustentável: o que é, importância e principais impactos.** Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/moda-sustentavel-o-que-e-importancia-e-principais-impactos/>>. Acesso em: 27 out. 2023.

COATS. **Global Organic Textile Standard.** Disponível em: <<https://www.coats.com/pt/sustainability/sustainability-certifications/global-organic-textile-standard#:~:text=O%20Global%20Organic%20Textile%20Standard,setores%20da%20ind%C3%BAstria%20e%20varejo>>. Acesso em: 15 nov. 2023.

DDX TÊXTIL. **Moda e sustentabilidade: qual será o futuro dessa relação?** Disponível em: <<https://www.ddxtextil.com.br/moda-e-sustentabilidade-qual-sera-o-futuro-dessa-relacao>>. Acesso em: 01 mai. 2024.

Environmental Protection Agency (EPA). **"Advancing Sustainable Materials Management: Facts and Figures Report."**

Fashion Revolution. **"Consumer Survey Report."** 2020.

FASHION REVOLUTION. **Fashion Revolution Brazil.** Disponível em: <<https://www.fashionrevolution.org/south-america/brazil/>>. Acesso em: 10 mai. 2024.

GOOGLE. **Fast fashion pós ESG.** Disponível em: <<https://www.google.com.br/search?q=fast+fashion+pos+esg&ie=UTF-8&oe=UTF-8&hl=en-br&client=safari>>. Acesso em: 11 abr. 2024.

GOOGLE. **Impacto da sustentabilidade nas empresas da moda.** Disponível em: <<https://www.google.com.br/search?q=impacto+da+sustentabilidade+nas+empresas+da+moda&ie=UTF-8&oe=UTF-8&hl=en-br&client=safari>>. Acesso em: 11 jun. 2024.

GOOGLE. **Objetivo da política ESG.** Disponível em: <<https://www.google.com.br/search?q=objetivo+da+politica+esg&ie=UTF-8&oe=UTF-8&hl=en-br&client=safari>>. Acesso em: 11 mar. 2024.

GOOGLE. **Trabalho sobre sustentabilidade no mercado da moda.** Disponível em: <<https://www.google.com.br/search?q=trabalho+sobre+sustentabilidade+no+mercado+da+moda&ie=UTF-8&oe=UTF-8&hl=en-br&client=safari>>. Acesso em: 11 mar. 2024.

Greenpeace. **"Toxic Threads: The Big Fashion Stitch-Up."**

HABITABILITY. **Economia circular: entenda o que é e como funciona.** Disponível em: <<https://habitability.com.br/economia-circular-entenda-o-que-e-e-como-funciona/>>. Acesso em: 11 mar. 2024.

HEDDELS. **Nudie Jeans Overview - History, Philosophy, and Iconic Products.** Disponível em: <<https://www.heddels.com/2022/05/nudie-jeans-overview-history-philosophy-and-iconic-products/>>. Acesso em: 10 mai. 2024.

IBICT. **O impacto da sustentabilidade no mercado da moda. Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações.** Disponível em:

<<https://bdt.d.ibict.br/vufind/Search/Results?lookfor=o+impacto+da+sustentabilidade+no+mercado+da+moda&type=AllFiel>>. Acesso em: 10 mai. 2024.

JORNADA VERDE. **Marcos e eventos importantes que impulsionaram a conscientização sobre a sustentabilidade na moda.** Disponível em:

<<https://www.bing.com/ck/a?!&&p=8ab798a859fd553dJmltdHM9MTcxNjMzNjAwMCZpZ3VpZD0yODA4NGQwZC0yNWRjLTYyMTctMzM0ZC01OThiMjQ0NTYzOGUmaW5zaWQ9NTlwMw&ptn=3&ver=2&hsh=3&fclid=28084d0d-25dc-6217-334d-598b2445638e&psq=Marcos+e+eventos+importantes+que+impulsionaram+a+consciencia%a7%a3o+sobre+a+sustentabilidade+na+moda.&u=a1aHR0cHM6Ly9qb3JuYWRhdmVyZGUuY29tL3F1YWlzLWZvcmltZW9zLXByaW5jaXBhaXMtbWVYy29zLWVhpc3Rvcmljb3MtZGEtc3VzdGVudGFiaWxpZGFkZS8&ntb=1>>. Acesso em: 11 mar. 2024.

Journal of Consumer Research. "**The Rise of Minimalism: How Less Can Be More.**" 2019.

JUSBRASIL. **Zara é autuada por não cumprir acordo para acabar com trabalho escravo.** Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/noticias/zara-e-autuada-por-nao-cumprir-acordo-para-acabar-com-trabalho-escravo/187736466>>. Acesso em: 10 mai. 2024.

LVMH. Disponível em: <<https://www.lvmh.com/>>. Acesso em: 20 out. 2023.

LVMH. **Life 360: Sustainable Development.** Disponível em: <<https://www.lvmh.com/group/lvmh-commitments/social-environmental-responsibility/life-initiative-lvmh/>>. Acesso em: 20 out. 2023.

McKinsey & Company. "**The State of Fashion 2020.**" 2019.

MEIO & MENSAGEM. **Como o ESG está transformando a moda.** 3 nov. 2021. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/arquivo/noticias/2021/11/03/como-o-esg-esta-transformando-a-moda.html>>. Acesso em: 10 abr. 2024.

MINISTÉRIO PÚBLICO DO TRABALHO. **Novo TAC amplia responsabilidade da Zara em casos de trabalho escravo.** Disponível em: <<https://mpt.jusbrasil.com.br/noticias/357229517/novo-tac-amplia-responsabilidade-da-zara-em-casos-de-trabalho-escravo>>. Acesso em: 11 nov. 2023.

Nielsen. "**The Sustainability Imperative: New Insights on Consumer Expectations.**" 2018.

PIXPEL. **Responsabilidade Social Corporativa.** Disponível em: <<https://blog.pixpel.com.br/responsabilidade-social-corporativa/>>. Acesso em: 10 mai. 2024.

RAWORTH, Kate. **Economia Donut: uma alternativa ao crescimento a qualquer custo.** São Paulo: Editora Zahar, 2019.

REPÓRTER BRASIL. **Flagrantes de trabalho escravo na indústria têxtil no Brasil.** 4 jul. 2012. Disponível em: <<https://reporterbrasil.org.br/2012/07/especial->

flagrantes-de-trabalho-escravo-na-industria-textil-no-brasil/>. Acesso em: 08 abr. 2024.

RIGO, Natália. **Moda: 5 empresas que são referência em sustentabilidade e ESG**. E-Investidor, 27 abr. 2023. Disponível em: <<https://einvestidor.estadao.com.br/investimentos/moda-empresas-esg-compromisso-sustentabilidade?amp>>. Acesso em: 08 abr. 2024.

SALÃO VIRTUAL. **Moda Sustentável: A História das Ecológicas**. Disponível em: <<https://salaovirtual.org/moda-sustentavel/>>. Acesso em: 08 abr. 2024.

SEBRAE. **O que é Fair Trade (comércio justo)**. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-fair-trade-comercio-justo,82d8d1eb00ad2410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 11 mai. 2024.

SOU DE ALGODÃO. **O futuro da moda é sustentável, mas o que isso significa?**. Disponível em: <<https://soudealgodao.com.br/blog/o-futuro-da-moda-e-sustentavel-mas-o-que-isso-significa/>>. Acesso em: 08 mar. 2024.

"**The Role of Organic Cotton in Sustainable Fashion**" - Fashion Revolution.

TOTVS. **ESG: o que é, como funciona, pilares e como aplicá-lo**. Disponível em: <<https://www.totvs.com/blog/negocios/esg-o-que-e/>>. Acesso em: 10 abr. 2024.

VERSI TÊXTIL. **Moda e economia estão muito mais próximas do que você imagina**. Disponível em: <<https://www.versitextil.com/post/moda-e-economia-est%C3%A3o-muito-mais-pr%C3%B3ximas-do-que-voc%C3%AA-imagina>>. Acesso em: 12 mar. 2024.

VOGUE; UM SÓ PLANETA. **A moda pode ter um impacto positivo no planeta?** Disponível em: <<https://vogue.globo.com/um-so-planeta/noticia/2022/05/a-moda-pode-ter-um-impacto-positivo-no-planeta.ghtml>>. Acesso em: 20 mai. 2024.

WIKIPÉDIA. **Boston Consulting Group**. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Boston_Consulting_Group>. Acesso em: 20 mai. 2024.

World Bank. "**The fashion industry and its impact on the environment and society.**"

WWF. "**Cotton: a water wasting crop.**"