

ANÁLISE DA SUSTENTABILIDADE NA INDÚSTRIA DA MODA: ESTUDO DE CASO EM RELAÇÃO ÀS DIFICULDADES ENFRENTADAS NA BUSCA DE MÉTODOS SUSTENTÁVEIS E SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL DE UMA MARCA EM ASCENSÃO.

Leonardo Elias Pereira¹ (IC), Jeniffer de Nadae (PQ)¹

¹ Universidade Federal de Itajubá

Palavras-chave: Moda. Moda Sustentável. Sustentabilidade. Economia Circular. Modelo de Negócio.

Introdução

O setor global da moda é altamente lucrativo, movimentando cerca de US\$450 bilhões em vendas globais e experimentando um aumento nas vendas no Brasil (RESTA *et al.*, 2016). No entanto, a indústria da moda é uma das principais fontes de poluição, contribuindo significativamente para as emissões de carbono e a poluição dos oceanos (UNCTAD UN, 2019).

Para enfrentar esses desafios ambientais, muitas empresas estão adotando o conceito de economia circular, buscando maximizar o ciclo de vida dos produtos, promovendo a reutilização, reparabilidade e compartilhamento de recursos (MISHRA *et al.*, 2020). Isso também implica em mudanças na cadeia de suprimentos e colaboração entre as empresas da moda sustentável (TODESCHINI *et al.*, 2017).

Apesar desses esforços, a implementação bem-sucedida da sustentabilidade na indústria da moda é um desafio, exigindo não apenas perseverança, mas também, compreensão das necessidades reais dos clientes (RIES, 2019).

Além disso, as empresas de moda sustentável enfrentam uma concorrência feroz das empresas de *fast fashion*. Empresas que operam em um modelo de negócios que se destaca por produzir roupas em grande quantidade, à produção em massa, ao rápido descarte de roupas, à preços acessíveis e com rápida rotatividade de estoque. Modelo que se baseia na resposta ágil às tendências de moda e marketing eficiente para atrair os consumidores, que muitas vezes adotam estratégias defensivas de sustentabilidade para competir e alcançar mais produtos para o mercado (TODESCHINI *et al.*, 2017).

Este trabalho busca identificar os motivadores, barreiras e práticas que influenciam a implementação da sustentabilidade na cadeia de produção da moda, usando

uma empresa de moda sustentável brasileira como estudo de caso.

Metodologia

Esta pesquisa se trata de um estudo de caso, que segundo (YIN, 2005) “é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”.

A coleta de dados foi feita através de uma entrevista composta por questões abertas, em julho de 2023, em que foi possível analisar uma empresa de moda brasileira, de porte pequeno, localizada no estado de São Paulo.

Questões estas, que abordam os seguintes questionamentos:

- Qual a motivação para criar o seu negócio?
- Quantos anos você está no mercado?
- Como você enxerga o mercado atualmente?
- Qual é seu público alvo?
- Qual foram suas maiores dificuldades para montar o negócio?
- Por quê a utilização de modelos mais sustentáveis?
- Como seu cliente enxerga seu modelo de negócio?
- O quão caro torna seu produto por implementar métodos sustentáveis?
- Quais métodos você implementou na sua cadeia de produção?
- O quão relevante é a cadeia sustentável para seu negócio?
- Quais as principais concorrências diretas? E as indiretas?

Buscou-se com estas perguntas por exemplo, entender mais sobre o negócio e principalmente, descobrir as dificuldades, resultados e ganhos obtidos perante o

mercado concorrido e sagaz da moda.

Resultados e discussão

Pode-se notar, que nesse caso, a maioria das iniciativas apresentadas na literatura, como apresentada na Quadro 1, são realmente aplicadas no modelo de negócio da brasileira.

Redução	Redução de Matéria Prima - pode-se otimizar o uso de materiais para que se use apenas o necessário.
	Redução de Recursos e Químicos - adoção de práticas para reduzir o uso de recursos naturais e de produtos no processo produtivo.
	Consumo - produtos com maior ciclo de vida proporcionam a diminuição da necessidade de novas compras.
Reuso	Roupas usadas ou alugadas - a venda e aluguel de roupas usadas garante um maior ciclo de vida e reduz a produção de novos itens.
	Reuso de recursos naturais e matérias-primas - técnicas para o reuso de recursos naturais e de resíduos de matéria-prima na produção de novos itens.
Reciclagem	Mecânica - a sobra de tecido é cortada em pedaços pequenos.
	Química - materiais sintéticos são decompostos para <i>repolimerizar</i> .
	Reutilização - materiais que poderiam ser descartados são utilizados para melhorar materiais originais, mantendo ou aumentando a qualidade.

Quadro 1 – Iniciativas da Economia Circular (DE AGUIAR HUGO *et al.*, 2021).

O Quadro 2, demonstra as semelhanças observadas a partir da entrevista feita com a engenheira e dos dados demonstrados na revisão bibliográfica.

Redução	Redução de Matéria Prima	Utilização do <i>Software Audace</i> .
	Redução de Recursos e Químicos	Uso de corantes naturais.
	Consumo	Linho de boa qualidade e durabilidade.
Reuso	Roupas usadas ou alugadas	Utilização de tecidos fruto do desperdício de outras empresas.
	Reuso de recursos naturais e matérias-primas	Retalhos são usados como etiquetas.

Quadro 2 – Comparação entre as iniciativas apresentadas na literatura e as descritas pela empreendedora brasileira.

Neste contexto, as iniciativas sustentáveis da empreendedora incluem a redução de matéria-prima através do *software Audace*, que otimiza os encaixes dos moldes no tecido, minimizando desperdícios. Ela também adotou o tingimento com corantes naturais, como legumes e plantas, visando reduzir o consumo de recursos e produtos químicos, e escolheu o linho devido à sua qualidade e durabilidade para prolongar a vida útil dos produtos.

Além disso, a empreendedora pratica o reuso, adquirindo tecidos que seriam descartados por grandes empresas por meio de bancos de tecido, promovendo assim a circularidade na cadeia. Também reutiliza retalhos na confecção de etiquetas, demonstrando uma abordagem de reaproveitamento de matérias-primas.

É importante destacar que a empreendedora não mencionou a implementação de iniciativas de reciclagem, seja mecânica, química ou de reutilização de produtos descartados.

A barreira tecnológica é um desafio notável que as empresas de moda enfrentam na aquisição de tecidos em bancos de tecido. As principais dificuldades associadas a essa barreira que a empreendedora enfrentou incluem a falta de tecnologia de compras online, a complexidade na seleção de tecidos, a avaliação tátil, a personalização limitada e a falta de integração de sistemas. Esses

problemas levaram a empreendedora a realizar vários processos da cadeia de produção manualmente, como tingimento, corte e costura, devido à dificuldade de adquirir tecidos por meio de bancos de tecido.

Também, discutiu-se como superar essa barreira requer investimentos em tecnologia e treinamento, visando à otimização das operações, à garantia da qualidade dos produtos e ao alinhamento com práticas sustentáveis na indústria da moda.

Ela menciona que, no início, ao adotar etiquetas de semente sustentáveis nas roupas, enfrentou prejuízos não previstos, pois essas etiquetas frequentemente envolvem custos mais elevados de produção, uma vez que requerem materiais sustentáveis e processos específicos, custos demasiados em logística como o armazenamento adequado e o manuseio cuidadoso durante o transporte. Esses custos adicionais reduziram as margens de lucro das empresas, apenas percebendo mais tarde que as sobras de tecido poderiam ser usadas para o mesmo propósito.

Por fim, a empreendedora ressalta a importância do *marketing* verde para estabelecer uma boa relação com os clientes físicos, destacando ações ecológicas, destinação responsável de resíduos e rastreabilidade. No entanto, ela observa que o impacto desejado não é alcançado no meio digital, questionando se o mercado está preparado para conteúdo que promovam um modelo de negócios sustentável através das redes sociais e explorando maneiras de melhorar o alcance e a eficácia do *marketing* verde nesse ambiente digital.

Conclusões

Apesar de um empenho em todo o processo e desenvolvimento do negócio, desenhado juntamente às iniciativas sustentáveis, é possível perceber que a empreendedora encontrou obstáculos significativos, como a falta de conhecimento prévio em modelagem de negócios sustentáveis, dificuldades em obter materiais acessíveis, problemas de *marketing* nas redes sociais e a percepção equivocada de que produtos sustentáveis têm má qualidade.

No entanto, ela demonstrou compromisso com práticas sustentáveis, como a reutilização de materiais, valorização da mão de obra, promoção de estilos atemporais e sustentabilidade em toda a cadeia de produção.

Embora esta pesquisa forneça uma visão realista dos

desafios, destaca-se a necessidade de pesquisas futuras baseadas em experiências práticas para mapear outras iniciativas de moda sustentável e identificar oportunidades de melhoria, promover discussões acadêmicas sobre modelos de negócios renováveis e inspirar novas iniciativas para impulsionar o sucesso na moda sustentável.

Agradecimentos

Agradeço à minha orientadora, Jeniffer De Nadae, pelas conversas quanto a academia e a assuntos que abrangem a vida como um todo. Também, devo agradecer a UNIFEI pela estrutura e a oportunidade de estudar em um ambiente profissional e com conforto e a Fapemig pelo financiamento em forma de uma bolsa mensal.

Referências

RESTA, B.; GAIARDELLI, P.; PINTO, R.; DOTTI, S. Enhancing environmental management in the textile sector: An Organisational-Life Cycle Assessment approach. *J. Clean. Prod.* 2016, 135, 620–632.

UNCTAD UN. Disponível em: <https://news.un.org/en/story/2019/03/1035161> . Acessado em: 23 de Junho de 2021.

MISHRA, S.; JAIN, S.; MALHOTRA, G. The anatomy of circular economy transition in the fashion industry. *Soc. Responsib. J.* 2020, 17, 524–542.

TODESCHINI, B.V.; CORTIMIGLIA, M.N.; CALLEGARO-DE-MENEZES, D.; GHEZZI, A. Innovative and sustainable business models in the fashion industry: Entrepreneurial drivers, opportunities, and challenges. *Bus. Horiz.* 2017, 60, 759–770.

RIES, Eric. A startup enxuta: Como usar a inovação contínua para criar negócios radicalmente bem-sucedidos. Translated by Alves Calado, GMT, 2019.

YIN, R. K. Estudo de caso: planejamento e métodos. Porto Alegre, RS: Bookman, 2005.

DE AGUIAR HUGO, Andreza; DE NADAE, Jeniffer; DA SILVA LIMA, Renato. Can fashion be circular? A literature review on circular economy barriers, drivers, and practices in the fashion industry's productive chain. *Sustainability*, v. 13, n. 21, p. 12246, 2021.