

BENCHMARKING
DE ESG NO

SETOR DA MODA



FDC

Para ser relevante.

Expediente

Autores: Prof. Heiko Hosomi Spitzack; Amanda Diana Rodrigues da Pontes; Alice Menezes Monteiro, Beatriz Moreira Moraes; Bárbara Alves Bastos; Igor Evangelista Goddard; Kayque Edgar Chiarelli Nascimento Cornelio.

Tipo de Publicação: Relatório de Pesquisa

Resumo: Pesquisa de praticas socioambientais realizadas no setor da moda por empresas do ramo.

Idioma: Português

Número de Referência: Documento eletrônico

Imagem de Capa: Gerada pela Inteligência Artificial na plataforma de design gráfico Canva.

Outras imagens: Fornecidas pelo banco de imagem Unsplash (<https://unsplash.com/pt-br>) e Freepik (<https://br.freepik.com/>).

Ano de publicação: 2024

Paginação: 91p.

Núcleo de Sustentabilidade

Diretor: Prof. Heiko Hosomi Spitzack

www.fdc.org.br/sustentabilidade

sustentabilidade@fdc.org.br

atendimento@fdc.org.br

4005-9200 (Capitais) / 0800 941 9200 (demais localidades)

Campus Aloysio Faria, Av. Princesa Diana, 760 - Alphaville
(Lagoa dos Ingleses)

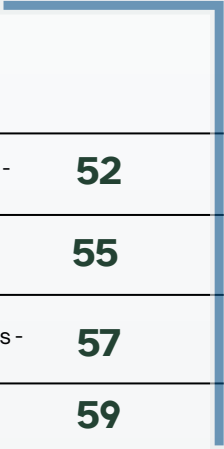
34000-000 - Nova Lima (MG) - Brasil

Tel.: +55 (31) 3589-7200

© Núcleo de Sustentabilidade, Fundação Dom Cabral, 2024.

Sumário

| | |
|---|-----------|
| Carta ao Leitor | 05 |
| Como usar este Benchmarking? | 06 |
| Resumo Executivo | 08 |
| Introdução | 13 |
| Reconhecendo o Terreno do Setor | 15 |
| Riscos e Oportunidades | 19 |
| O lado B do setor: o que a mídia diz | 21 |
| Empresas selecionadas | 37 |
| Critérios do Sustainability Accountability Standards Board - SASB | 38 |
| Analisando as Empresas Selecionadas | 39 |
| Temas sociais relevantes | 46 |
| Diversidade e Igualdade - ODS 5 | 47 |
| Impacto Socioeconômico na Comunidade - ODS 10 | 49 |
| Saúde e Segurança Ocupacional - ODS 3 | 50 |



| | |
|---|-----------|
| Direitos Humanos e Condições de Trabalho - ODS 10 | 52 |
| Ética, Transparência e Integridade - ODS 16 | 55 |
| Sustentabilidade na Cadeia de Fornecedores - ODS 12 | 57 |
| Temas Ambientais Relevantes | 59 |
| Emissões e Mudanças Climáticas - ODS 13 | 60 |
| Recursos Hídricos - ODS 12 | 63 |
| Resíduos e Efluentes - ODS 6 | 66 |
| Economia Circular - ODS 12 | 69 |
| Ações estruturantes | 72 |
| Anexo | 76 |
| Ficha Técnica | 90 |

Carta ao Leitor

Núcleo de Sustentabilidade

O Núcleo de Sustentabilidade da Fundação Dom Cabral tem o objetivo de apoiar empresas na busca por sistemas de gestão, melhores práticas e referências, que criam valor tanto para os acionistas e proprietários quanto para a sociedade em geral. Uma maneira de apresentar o estado da arte da gestão sustentável é produzir um benchmarking e comparar o desempenho socioambiental de várias empresas de um mesmo setor. Muitos desafios e oportunidades de sustentabilidade são definidos na base da atividade econômica e, por isso, existem poucos assuntos que variam de uma empresa para outra no mesmo setor. Por exemplo, empresas mineradoras sempre terão o desafio de se engajar com comunidades locais e garantir a segurança das barragens, empresas têxteis confrontam o risco de trabalho infantil e escravo, e montadoras estão sendo pressionadas a reduzir emissões. Nesse sentido, um benchmarking setorial permite:

- Identificar os principais temas socioambientais trabalhados pelo setor analisado;
- Identificar os atores com o melhor desempenho em relação aos temas socioambientais;
- Identificar e destacar as práticas dos líderes para inspirar outros atores a seguir o exemplo;
- Destacar as empresas mais engajadas do setor em relação à gestão de sustentabilidade;
- Orientar as empresas que querem começar a adotar práticas mais sustentáveis.

Esperamos que este benchmarking ajude as empresas a serem mais competitivas e contribua para o desenvolvimento sustentável do Brasil.

Como usar este benchmarking?

Defina os temas sociais e ambientais relevantes para o seu negócio

Como primeiro passo, é recomendada a análise dos temas sociais e ambientais identificados numa lógica financeira e a discussão sobre quais temas têm mais impactos nos seus resultados e no ambiente em que está inserido. Por exemplo, temas como energia e direitos humanos podem ter alto potencial de redução de custos e riscos. A construção de uma matriz de materialidade pode ser de grande ajuda nesse ponto, uma vez que ela organiza os temas de acordo com a sua importância para o público interno e externo da empresa. No eixo de X de uma matriz de materialidade é feito o mapeamento da importância do tema para o negócio e a estratégia da empresa (baixo, médio, alto). Já o eixo Y mostra a importância do tema para stakeholders externos, como, por exemplo, comunidades, imprensa, governo, representantes da sociedade civil; os quais também classificam os temas em baixa, média e alta importância.

É recomendado que cada empresa construa sua própria matriz pelos seguintes fatores: a discussão na diretoria sobre quais temas impactam mais o negócio trazem clareza na estratégia. Se a empresa sabe que a energia tem potencial de reduzir custos, a área de operações entende que é preciso criar uma meta de eficiência energética para ser atingida. Em segundo lugar, consultar os stakeholders externos é essencial para desenvolver uma estratégia apta para o futuro e ajudar a reduzir conflitos com comunidades e fiscais.

Porém, entende-se que nem toda empresa tem o orçamento para desenvolver sua própria matriz. Assim, neste relatório, foram analisadas as matrizes de materialidade publicadas pelas empresas que divulgaram suas matrizes, e construídas matrizes consolidadas tanto para o cenário nacional, como para o cenário internacional. Caso a empresa não possua a sua própria matriz de materialidade, as matrizes genéricas construídas neste relatório podem servir como um ponto de partida.

Implemente as melhores práticas existentes

Este relatório identifica várias boas práticas que servem como benchmarks. Estes benchmarks podem orientar a aprender com o exemplo de outros e ajudar a criar valor empresarial. Para definir quais são as práticas mais relevantes para cada negócio, é preciso buscar selecionar aquelas que mais estão relacionadas aos temas de maior impacto nos resultados financeiros. As avaliações nas tabelas de desempenho ambiental e social apontam empresas que têm as melhores notas e conseqüentemente as melhores práticas.

Competir ou colaborar?

Os temas sociais e ambientais aqui identificados podem ser agrupados em duas categorias:

- Temas que dão vantagem competitiva à empresa (ex. eficiência energética, que reduz custos)
- Temas que são um desafio para todo o setor ou até vários setores (ex. ética e transparência).

Nos temas que criam vantagem competitiva, é recomendado desenvolver expertise para se diferenciar da concorrência. Nos temas que são um desafio comum, é recomendado colaborar, desenvolver metodologias e processos conjuntos para criar soluções que ajudem todo o setor a lidar melhor com os temas. A colaboração tem também a vantagem de que nenhuma empresa precisa arcar sozinha com todos os custos envolvidos.

Olhe para o futuro

É fundamental que as empresas fiquem atentas a temas emergentes que podem ganhar relevância no futuro para que possam ganhar tempo para absorver tais questões e também se destacar dentro do setor com relação aos concorrentes.

Resumo Executivo

Neste Benchmarking de Sustentabilidade no Setor da Moda avaliamos o desempenho socioambiental de sete empresas nacionais e doze empresas internacionais via análise dos relatórios de sustentabilidade. Isso permite analisar quais temas sociais e ambientais são considerados relevantes pelas empresas do setor da moda como também identificar melhores práticas.

O primeiro, e potencialmente o mais significativo insight, é a falta de transparência sobre o desempenho socioambiental das empresas do setor da moda no Brasil. A maioria das empresas nacionais não publicam relatórios de sustentabilidade, fazendo o uso de uma matriz de materialidade (ferramenta importante para definir os temas socioambientais que impactam na competitividade da empresa). Assim constatamos que há empresas nacionais que não trabalham o tema da sustentabilidade de maneira estratégica e presta contas à sociedade sobre seu desempenho social e ambiental.

De onde vem a pressão?

A sociedade global tem cobrado das empresas – e conseqüentemente de seus parceiros na cadeia de valor – práticas cada vez mais próximas do âmbito ESG (environment, social, governance em inglês), que considera o desempenho ambiental, social e as práticas de governança de uma empresa. Recentemente, a pressão por práticas mais sustentáveis e responsáveis pelos investidores tem crescido consideravelmente em relação às grandes empresas.

Essas grandes empresas reconhecem que os clientes em economias desenvolvidas valorizam a sustentabilidade, bem-estar, nutrição e saúde. Já os investidores têm aprendido que boas práticas ESG protegem seus investimentos ao reduzirem riscos socioambientais.

“Show me the money” ou por que as empresas investem em ESG?

Entre as razões econômicas nas quais as empresas analisadas investem em ESG se destacam, principalmente, as seguintes razões:

- Eficiência Operacional – mais eficiência no uso de energia ou água podem auxiliar na redução de custos de operação.
- Gestão de Riscos – acidentes no trabalho, áreas embargadas, corrupção, trabalho escravo podem impossibilitar empresas de emitir notas fiscais e ocasionam custos jurídicos, provocando também impactos negativos na reputação da empresa (e das famílias empresariais).

Quais são os temas socioambientais mais relevantes para o Setor da Moda?

Uma matriz de materialidade é uma ferramenta estratégica que ajuda as empresas a identificar e priorizar os temas mais relevantes e significativos em relação à sustentabilidade para suas operações e partes interessadas. Essa matriz é construída através da análise e avaliação de uma série de fatores internos e externos que podem impactar os negócios e a sociedade.

Para desenvolver uma matriz de materialidade, as empresas geralmente realizam uma avaliação abrangente de questões ambientais, sociais e de governança (ESG) que podem afetar suas operações e reputação. Nessa matriz, os temas são classificados de acordo com sua importância e impacto, com os temas mais relevantes e significativos posicionados nos quadrantes superiores, enquanto os menos relevantes ocupam os quadrantes inferiores.

A partir das empresas selecionadas para esse benchmarking, foram construídas as seguintes matrizes de materialidade setoriais das empresas que operam tanto no Brasil quanto no mercado internacional. Foram analisados os dados sobre a relevância de cada tema para o negócio (eixo x) e para os stakeholders (eixo y). Na área mais superior e mais à direita destacam-se os temas que têm alta relevância para o negócio e que têm potencial de melhorar o relacionamento com stakeholders-chaves (para análise detalhada da metodologia, consultar o Apêndice 4):

Matriz de Materialidade Nacional

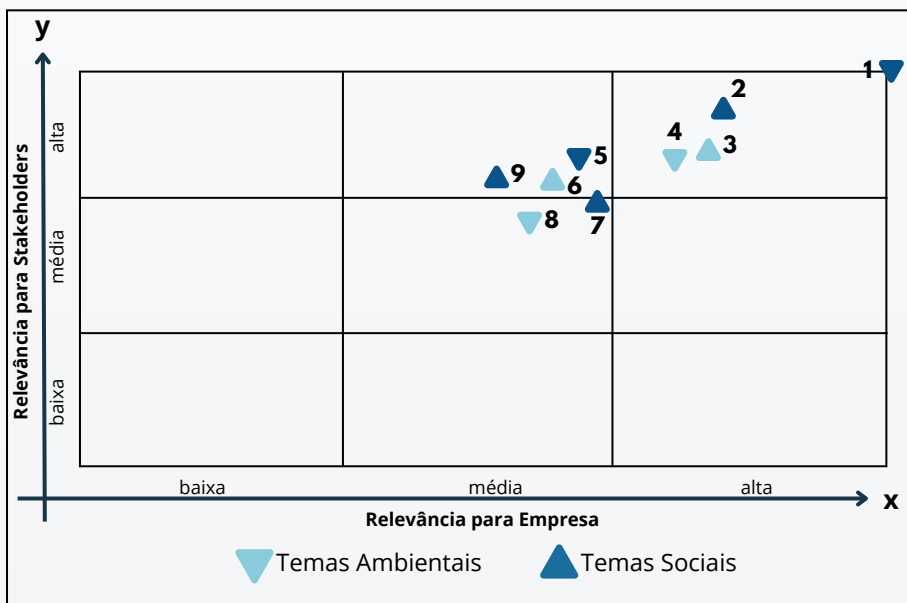


Figura 1 - Matriz de Materialidade Nacional

Legenda:

1. Direitos Humanos e Condições de Trabalho
2. Diversidade e Igualdade
3. Resíduos e Efluentes
4. Emissões e Mudanças Climáticas
5. Sustentabilidade na Cadeia de Fornecedores
6. Economia Circular
7. Impactos na Comunidade
8. Recursos Hídricos
9. Saúde e Segurança Ocupacional

Concluimos com base no gráfico, que o tema nacional mais relevante para as Empresas e os Stakeholders é Direitos Humanos e Condições de Trabalho seguido por Diversidade e Igualdade, Resíduos e Efluentes e terminando com Emissões e Mudanças Climáticas em quarto lugar.

Matriz de Materialidade Internacional

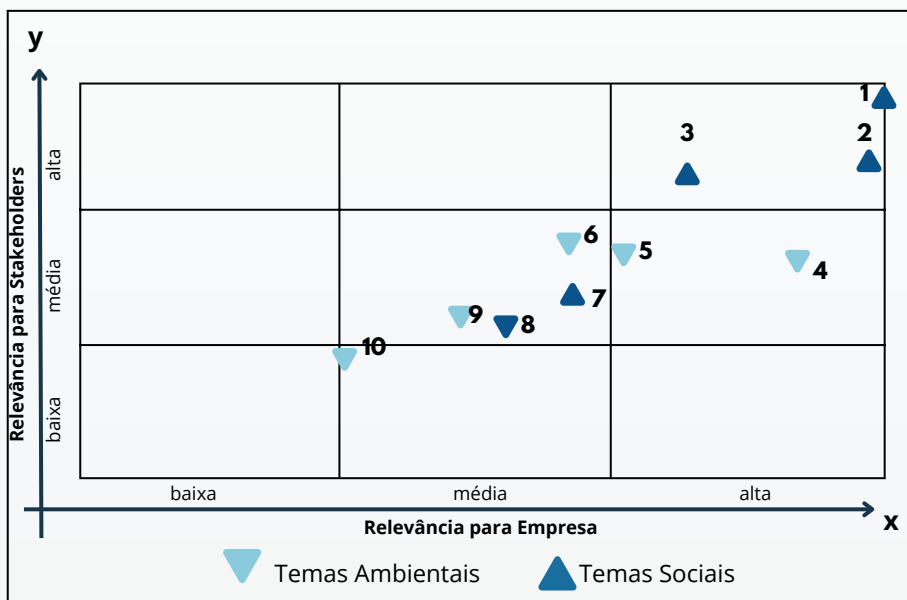


Figura 2 - Matriz de Materialidade Internacional

Legenda:

1. Direitos Humanos e Condições de trabalho
2. Diversidade e Igualdade
3. Ética, Transparência e Integridade
4. Emissões e Mudanças Climáticas
5. Recursos Hídricos
6. Resíduos e Efluentes
7. Saúde e Segurança Ocupacional
8. Impactos Socioeconômicos na Comunidade
9. Biodiversidade
10. Economia Circular

Com base no segundo gráfico, da matriz internacional, concluímos que o tema mais relevante para as Empresas e os Stakeholders também é Direitos Humanos e Condições de Trabalho seguido por Diversidade e Igualdade e terminando com Ética, Transparência e Integridade.

O Que as Empresas fazem para integrar-se a temas ESG?

- **Certificações e Sustentabilidade na Cadeia de Suprimentos** - As empresas têxteis estão procurando obter certificações reconhecidas internacionalmente, como o Global Organic Textile Standard (GOTS) e o Oeko-Tex Standard 100, que garantem padrões rigorosos em termos de produção sustentável e segurança do produto assim também como estão procurando aderir fontes de materiais mais sustentáveis, como algodão orgânico, fibras recicladas e tecidos inovadores que têm um menor impacto ambiental e implementar sistemas para rastrear e comunicar a origem dos materiais utilizados, permitindo uma cadeia de suprimentos mais transparente e ética.
- **Práticas Laborais Justas e Responsáveis** - Buscam melhorar as condições de trabalho nas fábricas e garantir a conformidade com padrões internacionais de direitos humanos promovendo ambientes de trabalho inclusivos e diversificados, com igualdade de oportunidades para todos os funcionários, independentemente de gênero, etnia, idade ou outras características.
- **Eficiência Energética e Redução de Resíduos** - Investindo em tecnologias de produção mais eficientes em termos energéticos e de recursos, como máquinas de baixo consumo, processos de tingimento inovadores e sistemas de tratamento de água, desenvolvendo programas de reciclagem de resíduos têxteis e explorar oportunidades de reutilização de materiais para minimizar o impacto ambiental e definindo planos para reduzir as emissões de carbono ou metas para compensar as emissões.
- **O setor da moda, com sua natureza mutável e ampla influência, desempenha um papel fundamental tanto na economia global quanto na expressão cultural de diversas nações, incluindo o Brasil. Sua constante evolução cria um ciclo dinâmico de produção e consumo, impulsionando a demanda por novos produtos e serviços ao redor do mundo. Além disso, a moda transcende as fronteiras da indústria têxtil, influenciando e sendo influenciada por uma variedade de setores, desde mídia e entretenimento até arte e política. Essa interconexão entre moda e cultura permite que a moda seja uma forma poderosa de expressão, permitindo que indivíduos e comunidades comuniquem sua identidade, valores e afiliações culturais. No contexto brasileiro, a moda reflete a rica diversidade cultural do país, incorporando influências indígenas, africanas, europeias e outras em seus designs e estilos únicos.**

Introdução

Nos últimos anos, a preocupação com a sustentabilidade tornou-se uma prioridade global em todas as esferas da sociedade, uma dessas esferas, é o Setor da Moda, dada a sua significativa pegada ambiental e social. Desde a produção de matéria-prima até o descarte de produtos acabados, cada etapa da cadeia de valor têxtil apresenta desafios e oportunidades para aprimorar práticas sustentáveis.

O benchmarking de sustentabilidade surge como uma ferramenta essencial para avaliar e comparar o desempenho ambiental, social e econômico das empresas do Setor da Moda. O processo de análise nele envolvido identifica as melhores práticas, tendências emergentes e áreas de melhoria, promovendo a transparência e incentivando a inovação em direção a uma indústria mais sustentável.

Portanto, o objetivo desse estudo é analisar e comparar o desempenho sustentável de empresas no Setor da Moda, considerando uma variedade de indicadores-chave, como consumo de água, emissões de carbono, uso de materiais sustentáveis, condições de trabalho e práticas éticas da cadeia de suprimentos.

Ao entender as estratégias adotadas por empresas líderes e identificar áreas de oportunidade, pode orientar ações futuras para impulsionar a sustentabilidade no Setor da Moda, promovendo uma abordagem mais consciente e responsável em toda a cadeia de valor.

Diante da importância do setor no Brasil e no mundo, o Núcleo de Pesquisa e Desenvolvimento em Sustentabilidade da Fundação Dom Cabral decidiu avaliar o desempenho socioambiental de empresas da indústria moda por meio da análise dos seus relatórios de sustentabilidade e seções de sustentabilidade em seus sites oficiais. Isso permitiu identificar os temas sociais e ambientais considerados relevantes, bem como as melhores práticas.

Para um melhor entendimento da necessidade dessa abordagem e do impacto gerado por essa indústria, trouxemos alguns dados do contexto nacional e internacional.

A indústria da moda é uma das mais poluentes do mundo, ocupando a segunda posição no ranking geral mundial de emissão de poluentes, atrás apenas da petrolífera, descartou cerca de 92 milhões de toneladas de resíduos têxteis nos últimos anos, segundo a Global Fashion Agenda, sendo responsável por 8% da emissão de gás carbônico total. Com relação ao trabalho escravo, o segmento ocupa a mesma posição, de acordo com pesquisa divulgada pela Fundação Walk Free, evidenciando a gravidade do problema estrutural no segmento. A produção de roupas só fica atrás do ramo de tecnologia no uso de trabalho forçado. Anualmente esse mercado produz cerca de 150 bilhões de peças, sendo que pelo menos 30% delas nem sequer são comercializadas e outro terço somente é vendido mediante ofertas especiais e desconto, segundo levantamento da ShareCloth¹.

Trazendo para uma perspectiva local, cerca de 9 bilhões de peças são produzidas anualmente em escala nacional, ou seja, algo em torno de 42,5 peças por habitante, dados trazidos pelo Fios da Moda, primeiro relatório que sistematiza dados sobre a indústria têxtil no Brasil, feito pelo Instituto Modifica em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV) e a consultoria internacional Regenerate Fashion, e consultados em publicação do Jornal VOGUE².

1 O que a indústria da moda ainda não entendeu sobre: sustentabilidade. VOGUE Brasil, 05/05/2022. Disponível em: <<https://vogue.globo.com/Vogue-Negocios/noticia/2022/05/o-que-industria-da-moda-ainda-nao-entendeu-sobre-sustentabilidade.html>>. Acesso em 19 de mar. de 2024.

2 O que a indústria da moda ainda não entendeu sobre: sustentabilidade. VOGUE Brasil, 05/05/2022. Disponível em: <<https://vogue.globo.com/Vogue-Negocios/noticia/2022/05/o-que-industria-da-moda-ainda-nao-entendeu-sobre-sustentabilidade.html>>. Acesso em 19 de mar. de 2024.

Reconhecendo o terreno do setor

Um estudo realizado pelo IEMI - Inteligência de Mercado em colaboração com a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit) revelou que a produção de vestuário no Brasil atingiu R\$ 150,3 bilhões em 2022, apresentando um leve aumento de 0,5% em comparação com os R\$ 149,6 bilhões registrados em 2021. No mesmo ano, o consumo de vestuário no varejo alcançou a marca de R\$ 265,8 bilhões, representando um significativo aumento de 15,8% em relação ao ano anterior.

Deste montante, R\$ 244,7 bilhões (92%) corresponderam a compras realizadas em lojas físicas, distribuídas em cerca de 133 mil pontos de venda em 4,4 mil municípios brasileiros, enquanto R\$ 21,1 bilhões (8%) foram provenientes de compras realizadas via e-commerce. O volume de peças comercializadas atingiu a marca de 6,27 bilhões de unidades, indicando um crescimento de 2,7% em comparação com 2021.

As exportações de vestuário registraram um aumento significativo de 34% em relação a 2017, passando de US\$ 139,3 milhões para US\$ 186,7 milhões em 2022. Por outro lado, as importações apresentaram um crescimento mais modesto de 5,6%, passando de US\$ 1,52 bilhão para US\$ 1,61 bilhão. Este aumento nas importações resultou em um déficit comercial de US\$ 1,61 bilhão, representando um aumento de 2,8% em relação ao ano anterior.

Além disso, as importações de peças aumentaram expressivamente em 43,2% em relação a 2021, passando de 810,7 milhões de unidades para 1,16 bilhão. A participação dos produtos importados no mercado interno aumentou para 18,5% do total consumido no país. Entre 2017 e 2022, as importações de peças aumentaram 28,2%, enquanto sua participação no mercado interno avançou 5,1 pontos percentuais.

A indústria têxtil e de confecção no Brasil é composta por aproximadamente 24,6 mil empresas de diferentes portes, espalhadas por todo o território nacional, e emprega cerca de 1,3 milhão de trabalhadores. Juntas, essas empresas geram um faturamento anual superior a R\$ 160 bilhões³.

No contexto brasileiro, o Setor da Moda enfrenta uma série de desafios socioambientais que refletem as realidades específicas do país mas no geral, os temas socioambientais no cenário brasileiro do Setor da Moda refletem desafios globais, mas também apresentam oportunidades para transformação e melhoria. À medida que a conscientização sobre essas questões continua a crescer, há uma pressão crescente sobre as empresas para adotar práticas mais sustentáveis e socialmente responsáveis em suas operações.

No cenário nacional, das 7 empresas analisadas, 5 possuem relatórios anuais que contêm informações de sustentabilidade ou relatórios de sustentabilidade, 2 possuem informações relevantes em seus sites. Destas, apenas 3 empresas possuem uma matriz de materialidade consolidada em seus relatórios (ferramenta importante para definir como os temas socioambientais impactam na competitividade da empresa).

Por meio da análise de relatórios de sustentabilidade e da metodologia desenvolvida pelo Núcleo de Sustentabilidade da Fundação Dom Cabral (Apêndice 3), foram identificados os seguintes temas ambientais e sociais nos relatórios nacionais:

3 Valor da produção de vestuário teve aumento de 0,5% em 2022. Abit, 25/05/2023. Disponível em: <<https://vogue.globo.com/Vogue-Negocios/noticia/2022/05/o-que-industria-da-moda-ainda-nao-entendeu-sobre-sustentabilidade.html>>. Acesso em 29 de mar. de 2024.

Temas Socioambientais no Cenário Nacional

| Temas Ambientais | Temas Sociais |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Economia Circular• Emissões e Mudanças Climáticas• Recursos Hídricos• Resíduos e Efluentes | <ul style="list-style-type: none">• Direitos Humanos e Condições de trabalho• Diversidade e Igualdade• Impactos Socioeconômicos na Comunidade• Impactos Socioeconômicos na Comunidade• Sustentabilidade na Cadeia de Fornecedores |

Tabela 1 - Temas Ambientais e Sociais – Cenário Nacional

O setor da moda é um segmento tradicional e bastante relevante para a economia mundial. Com um mercado internacional que cresce cerca de 11,4% ao ano, a indústria da moda é o segmento com maiores resultados no e-commerce B2C, com vendas chegando a US\$525 bilhões por ano. A expectativa de faturamento para 2025 é de US\$1 trilhão.

Apesar do recente cenário de instabilidade que provocou diversos impactos, o setor da moda segue relevante e se desdobra em diversas oportunidades. Estima-se que os lucros da indústria de moda global caíram 93% em 2020, devido à pandemia da Covid-19. Muitos países suspenderam as restrições do lockdown antes do Brasil, principalmente em países onde as taxas de vacinação eram altas (aproximadamente 4 a cada 5 vacinas que foram distribuídas até Set/21 globalmente foram em países de renda alta ou média-alta de acordo com a OMS) e, com isso, em meados de 2021 a demanda no mercado de vestuário foi retomada mais rapidamente.

Nos Estados Unidos, essa demanda criou picos chamados “compra de vingança”, devido à demanda reprimida por novidades. A categoria de moda se encontra no topo da intenção de compra em todas as datas sazonais.

A indústria da moda está se adaptando às principais tendências da sociedade atual, como economia circular, ESG, NFT's, Gamification social commerce e a geração Z. Além de atrair colecionadores que buscam peças únicas, a revenda ajuda a vender sobras de estoque, reduz a pegada ambiental, alivia problemas na cadeia de suprimentos e atrai clientes mais jovens, conscientes e econômicos. Cerca de 60% dos executivos de moda já investiram ou planejam investir em economia circular no próximo ano.

No geral, os temas socioambientais estão no centro das discussões sobre o futuro da indústria têxtil a nível internacional. A pressão por mudanças está crescendo à medida que mais partes interessadas reconhecem a necessidade de abordar os impactos sociais e ambientais dessa indústria de maneira significativa e sustentável.

No cenário internacional, das 12 empresas, 9 possuem relatórios anuais que contém informações de sustentabilidade ou relatórios de sustentabilidade, 3 possuem informações relevantes em seus sites. Destas, apenas 4 empresas possuem uma matriz de materialidade consolidada em seus relatórios.

Por meio da análise de relatórios de sustentabilidade e da metodologia desenvolvida (Apêndice 3), foram identificados os seguintes temas ambientais e sociais nos relatórios internacionais:

Temas Socioambientais no Cenário Internacional

| Temas Ambientais | Temas Sociais |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Economia Circular; • Emissões e Mudanças Climáticas; • Recursos Hídricos; • Resíduos e Efluentes. | <ul style="list-style-type: none"> • Direitos Humanos e Condições de trabalho; • Diversidade e Igualdade; • Impactos Socioeconômicos na Comunidade; • Impactos Socioeconômicos na Comunidade; • Ética, Transparência e Integridade. |

Tabela 2 - Temas Ambientais e Sociais – Cenário Internacional

Riscos e Oportunidades

A indústria da moda enfrenta uma série de desafios complexos e interligados relacionados às questões sociais e ambientais. Ao mesmo tempo, esses desafios também representam oportunidades significativas para transformação e inovação dentro do setor.

Um dos principais desafios é o impacto ambiental da indústria da moda. Desde o uso intensivo de recursos naturais, como água e energia, até a poluição gerada pelos processos de produção e descarte de resíduos, a pegada ambiental da moda é significativa. A rápida produção em massa e a rápida obsolescência das roupas também contribuem para um ciclo de desperdício e consumo excessivo. : A indústria da moda é responsável por cerca de 8% a 10% das emissões globais de gases de efeito estufa. Além disso, é responsável por cerca de 20% da poluição industrial das águas residuais.

As questões sociais como condições de trabalho precárias, baixos salários e falta de direitos trabalhistas ainda são prevalentes em muitas partes da cadeia de suprimentos da moda, especialmente em países em desenvolvimento onde a produção em massa é frequentemente terceirizada.

No entanto, esses desafios também apresentam oportunidades para a indústria têxtil e da moda repensarem seus modelos de negócios e adotarem práticas mais sustentáveis e socialmente responsáveis e á medida que a conscientização sobre essas questões continua a crescer, há uma crescente pressão sobre as empresas da indústria têxtil e da moda para adotar práticas mais sustentáveis e éticas. Aquelas que conseguirem se adaptar e inovar em resposta a esses desafios não apenas contribuirão para um futuro mais sustentável, mas também poderão ganhar uma vantagem competitiva significativa no mercado.

Através dos temas sociais e ambientais é possível identificar riscos e oportunidades socioambientais que impactam no desempenho competitivo das empresas e também na reputação do Setor da Moda como um todo, como por exemplo os descritos na tabela a seguir:

| Riscos | Oportunidades |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Esgotamento de recursos necessários à produção; • Condições insalubres de trabalho que causam impactos negativos na reputação da empresa; • Ausência de uma cultura que eduque os consumidores sobre os impactos socioambientais da moda; • Ausência de incentivos um consumo mais consciente e responsável que pode mudar os padrões de demanda e comportamento de compra; • Ausência de padrões de sustentabilidade nos processos produtivos organizacionais e nos produtos finais; • Mercados consumidores nacionais e internacionais vindouros, mais conscientes e exigentes no que diz respeito aos aspectos relacionados à sustentabilidade; • Princípios de design não sustentável, como pouca durabilidade, e dificuldade de reciclagem, diminuindo a vida útil das roupas. | <ul style="list-style-type: none"> • Adoção de modelos de negócios circulares, que reduziam a quantidade de resíduos gerados pela indústria; • Implementação de condutas que visem a saúde e capacitação do trabalhador; • Preços Premium por causa de certificações (por exemplo: algodão orgânico); • A 'brasilidade', como elemento identitário nacional juntamente com os recursos naturais abundantes e as técnicas produtivas tradicionais do Brasil, estão fortemente ligadas à sustentabilidade; • Integrar a sustentabilidade nos procedimentos de produção através do avanço tecnológico, envolvimento da comunidade local e engajamento dos colaboradores; • Os futuros mercados consumidores, tanto nacionais quanto internacionais, serão mais conscientes e exigentes quanto aos aspectos relacionados à sustentabilidade. |

Tabela 3 - Riscos e Oportunidade

O lado B do setor: o que a mídia diz

A análise de mídia desempenha um papel fundamental no processo oferecendo uma visão abrangente e atualizada das tendências, práticas e desempenho das empresas dentro da indústria. Essa análise envolve a coleta, avaliação e interpretação de informações provenientes de uma variedade de fontes de mídia, incluindo notícias, publicações especializadas, redes sociais e outros canais de comunicação.

A análise de mídia permite às empresas identificar e compreender as estratégias adotadas pelos concorrentes, bem como as percepções e sentimentos do público em relação às marcas e produtos. Isso pode incluir a análise de temas como lançamento de novas coleções, campanhas de marketing, inovações tecnológicas, práticas de sustentabilidade, posicionamento de marca e reputação corporativa.

Além disso, a análise de mídia fornece insights valiosos sobre as tendências do mercado, mudanças nas preferências do consumidor e eventos externos que podem impactar o Setor da Moda. Isso permite que as empresas avaliem sua posição em relação aos concorrentes, identifiquem oportunidades de melhoria e tomem decisões estratégicas informadas para permanecerem competitivas e adaptadas às demandas do mercado.

Ao analisar a cobertura midiática de várias empresas e marcas, é possível avaliar o desempenho relativo de cada uma em termos de visibilidade, influência e reputação. Isso pode ajudar as empresas a identificar líderes de mercado e áreas de oportunidade para aprimoramento.

Iniciativas voltadas para a sustentabilidade desempenham um papel crucial para empresas situadas em setores empresariais especialmente sensíveis a essa temática, como é o caso da indústria da moda. Esta indústria é amplamente conhecida por seu uso intensivo e muitas vezes prejudicial de recursos naturais, assim como pelas condições de trabalho desfavoráveis (Caniato et al., 2012) e pelas práticas generalizadas de subcontratação (Rech, 2008; Nunes & Campos, 2006).

Trata-se de um setor que enfrenta diversos riscos socioambientais, principalmente porque é um dos maiores empregadores do mundo, inclusive em nações em desenvolvimento e os processos de fabricação associados à indústria da moda, frequentemente resultam em impactos ambientais significativos (Gardetti & Torres, 2013; UNIETHOS, 2013), como a poluição dos recursos hídricos, emissão de gases de efeito estufa e geração de resíduos. Além de que as preocupações ambientais, a natureza efêmera e dinâmica da moda impõe um ritmo acelerado de obsolescência programada, resultando em uma grande volatilidade no mercado. Isso, por sua vez, incentiva altos níveis de consumo impulsivo e o descarte prematuro de produtos, como observado no fenômeno do fast-fashion (Kikuchi & Silva, 2011; Perry, 2012).

Devido a esses fatores, as empresas desse setor têm enfrentado uma série de controvérsias públicas. Poucos setores receberam tanta atenção negativa e foram tão profundamente desafiados por questões relacionadas à sustentabilidade (Caniato et al., 2012; Perry, 2012). Nesse contexto, a implementação de práticas e iniciativas sustentáveis é fundamental para mitigar os impactos adversos e promover uma transformação positiva na indústria da moda.

Para produção dessa análise de mídia foram observados tanto os temas apontados como relevantes para a indústria pelos relatórios de sustentabilidade das companhias em questão, quanto os demais temas que atingem esse mercado e que causam efeitos notáveis e preocupação na sociedade, a fim de identificar novas possibilidades/abordagens para as empresas continuarem refinando e ampliando suas boas práticas.

Economia Circular



A economia circular é uma maneira de redirecionar os produtos e recursos já utilizados, se relacionando diretamente com os resíduos e descartes, ao diminuir sua geração, tornando os negócios mais sustentáveis e os processos mais lucrativos, ela busca restaurar os recursos físicos, proporcionando novas oportunidades econômicas e sociais²⁹. O mercado da moda faz parte do dia a dia das pessoas e é um setor poderoso na economia. Os tecidos e roupas são partes fundamentais da vida do ser humano. Todos esses aspectos fazem com que a economia circular tenha resultados de grandes dimensões ao ser aplicada nessa indústria.

Grande parte dos produtos da indústria fashion utilizam materiais advindos de recursos não renováveis e são utilizados por um curtíssimo espaço de tempo. Isso pode gerar uma escassez de recursos futuros, prejudicando tanto o próprio mercado da moda, quanto os demais. Estima-se que metade de toda a produção de fast fashion é descartada em um período menor que um ano. Esse sistema deixa oportunidades econômicas inexploradas, coloca pressão nos recursos naturais, polui e degrada o ambiente e cria impactos negativos significativos socialmente em diversas proporções.

29 Economia circular: entenda o que é, suas características e benefícios. Portal da Indústria. Disponível em: <<https://www.portaldaindustria.com.br/industria-de-a-z/economia-circular/>>. Acessado em 29 de mar. de 2024.

A mudança de práticas de mercado, inclinando-o na direção da economia circular, gera oportunidades econômicas bilionárias. Essa indústria de 6,5 trilhões de reais emprega mais de 300 milhões de pessoas ao longo de sua cadeia de valor. A produção de algodão unicamente, emprega cerca de 7% de toda a população de países pobres³⁰.

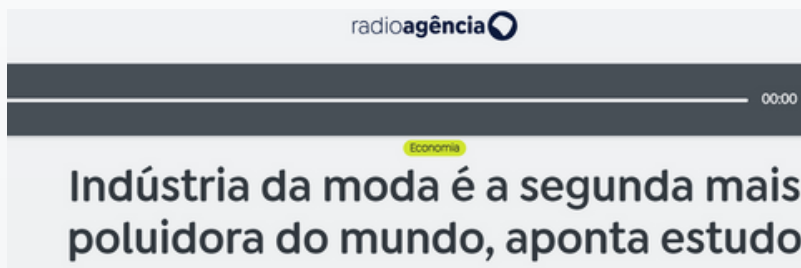
Dada a grandeza do mercado em questão, e o seu layout atual, fica claro o impacto positivo que pode ser gerado ao caminhar para um modelo de economia circular, que ainda possui muito espaço de crescimento nesse nicho. É necessário entender também que, para o sucesso da empreitada, são necessárias novas estratégias e uma colaboração ainda mais próxima ao longo de toda a cadeia de produção.

Dada a grandeza do mercado em questão, e o seu layout atual, fica claro o impacto positivo que pode ser gerado ao caminhar para um modelo de economia circular, que ainda possui muito espaço de crescimento nesse nicho. É necessário entender também que, para o sucesso da empreitada, são necessárias novas estratégias e uma colaboração ainda mais próxima ao longo de toda a cadeia de produção.



30 Fashion and the circular economy. Disponível em: <<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/fashion-and-the-circular-economy-deep-dive>> . Acessado em 29 de mar. de 2024.

Resíduos e Efluentes



O tema de Resíduos e Efluentes no Setor da Moda é de suma importância devido ao considerável impacto ambiental causado por essa indústria. A produção têxtil é conhecida por gerar uma quantidade significativa de resíduos sólidos e líquidos, bem como efluentes altamente poluentes, provenientes dos processos de tingimento, lavagem e acabamento de tecidos. Esses resíduos e efluentes frequentemente contêm produtos químicos tóxicos, corantes e metais pesados, representando uma ameaça séria para os ecossistemas aquáticos e para a saúde humana.

A gestão adequada de resíduos e efluentes no Setor da Moda é crucial para minimizar os impactos negativos sobre o meio ambiente e para cumprir regulamentações ambientais cada vez mais rigorosas. Isso envolve a implementação de práticas de redução, reutilização e reciclagem de resíduos, bem como o tratamento eficiente de efluentes antes de serem descartados no meio ambiente. Além disso, a adoção de tecnologias mais limpas e o desenvolvimento de processos de produção mais sustentáveis podem ajudar a reduzir a geração de resíduos e efluentes desde o início.

Por outro lado, o tema da economia circular no Setor da Moda está relacionado a uma abordagem mais abrangente e holística para lidar com resíduos e recursos. A economia circular busca minimizar o desperdício e maximizar a utilização eficiente dos recursos, através da reutilização, reciclagem e regeneração de materiais ao longo de toda a cadeia de valor. Isso pode envolver a implementação de sistemas de reciclagem de tecidos, a produção de fibras têxteis a partir de materiais reciclados ou renováveis, e a concepção de produtos que sejam mais duráveis, reparáveis e recicláveis.

Enquanto o tema de Resíduos e Efluentes no Setor da Moda se concentra principalmente na gestão e tratamento de resíduos e efluentes gerados pela produção têxtil, o conceito de economia circular vai além, promovendo uma mudança fundamental no modelo de negócios e na abordagem à utilização de recursos, visando a redução do impacto ambiental e a criação de uma indústria têxtil mais sustentável e resiliente.

Dessa forma, não podemos deixar de falar especificadamente do tema de resíduos e efluentes no Setor da Moda devido ao seu impacto ambiental significativo que não é abordado no tema de economia circular ou de recursos hídricos por exemplo. Ele é um tema essencial que deve ser tratado para garantir práticas sustentáveis e a viabilidade futura da indústria têxtil principalmente em questão da a gestão adequada dos efluentes que inclui a implementação de sistemas de tratamento de água eficazes nas fábricas têxteis para adotar um uso mais responsável de produtos químicos menos tóxicos durante os processos de produção e remover contaminantes antes do descarte de resíduos poluentes na água ou no solo.

Os resíduos surgem como resultado final das operações de fabricação, consumo e mercantilismo presentes na vida cotidiana nos mais diversos âmbitos, mas em maior escala, nas atividades industriais. Estas últimas desencadeiam a geração dos resíduos em diferentes formatos, cujas proporções variam conforme o setor produtivo em questão³¹. Nesse aspecto, a indústria da moda é uma das mais poluentes do mundo e conta uma geração de mais de 90 milhões de toneladas de resíduos têxteis descartados nos últimos anos, de acordo com Global Fashion Agenda³².

31 Tudo que você precisa saber sobre ciclo da gestão de resíduos. Aterra Ambiental. Disponível em: <<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/fashion-and-the-circular-economy-deep-dive>>. Acessado em 29 de mar. de 2024.

32 Indústria da moda é a segunda mais poluidora do mundo, aponta estudo. Radio Agencia. Disponível em: <[**Benchmarking de ESG no Setor da Moda**](https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/economia/audio/2022-10/industria-da-moda-e-segunda-mais-poluidora-do-mundo-aponta-estudo#:~:text=Publicado%20em%2014%2F10%2F2022,atr%C3%A1s%20apenas%20da%20ind%C3%BAria%20petrol%C3%ADfera.>>. Acessado em 29 de mar. de 2024.</p></div><div data-bbox=)

No Brasil especificamente, são 170 toneladas ao ano, e é importante frisar que, grande parte dos materiais têxteis produzidos são compostos por fibras sintéticas, cuja decomposição pode durar anos, e gerar contaminação de solos e efluentes. De acordo com a fundação Ellen MacArthur, a produção de peças de vestuário duplicou entre os anos 2000 e 2015, contudo, o uso das peças decresceu em aproximadamente 36%. A indústria da moda emite atualmente cerca do dobro da quantidade estipulada para que seja possível atingir as metas climáticas definidas pelas Nações Unidas para 2030³³, e de acordo com a fundação Ellen MacArthur, a cada segundo um carregamento de caminhão é depositado ou incinerado.³⁴

Portanto, para o mercado da moda, a geração de resíduos é um tema de extrema relevância e torna necessário para atingir objetivos sustentáveis a revisão das práticas produtivas, de incentivo ao consumo e descarte de materiais. Além do resultado positivo comum gerado, as boas práticas aplicadas pelas companhias são observadas pelos consumidores e também pelos seus pares, gerando maior exposição e consequentemente, retornos financeiros.

33 Marcas de moda não conseguem combater o desperdício e salários injustos, diz relatório da indústria. Financial Times. Disponível em: <<https://www.ft.com/content/39847318-ab6c-45f2-80b1-e1ea384f3596>>. Acessado em 29 de mar. de 2024.

34 Fashion and the circular economy. Disponível em: <<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/fashion-and-the-circular-economy-deep-dive>> . Acessado em 29 de mar. de 2024.

Relações Com a Cadeia de Fornecimento

Meio ambiente

Falta de transparência na cadeia é maior entrave para moda ser sustentável

A cadeia de fornecimento é parte essencial de qualquer processo produtivo, muitas vezes empregando mais colaboradores do que a companhia responsável pelo varejo dos bens produzidos. Ao encontro disso, a etapa de produção é também ocasionadora de inúmeros problemas associados à produção, que vão desde relações trabalhistas à emissões e descartes de resíduos.

Grandes nomes da indústria fashion já se posicionam a fim de mudar suas relações com os fornecedores, procurando não somente aqueles que podem oferecer os produtos com menores preços, mas adicionando também nessa equação, o valor de consumir dos produtores e fábricas que possuem em sua cadeia produtos de origem sustentável, melhores práticas sociais ao empregar colaboradores, novas soluções logísticas e estratégicas. Além da procura por fornecedores que se preocupem com as causas citadas anteriormente, algumas companhias oferecem treinamentos e guias de adaptação para adaptação das fábricas que já prestam serviços, mas ainda não se enquadram nas novas políticas³⁵.

35 A estratégia do supply chain no modelo fast fashion. ILOS, 08/12/2022. Disponível em: <<https://ilos.com.br/a-estrategia-do-supply-chain-no-modelo-fast-fashion/>>. Acessado em 29 de mar. de 2024.

Os efeitos ambientais têm origem já na fase de produção dos materiais destinados à fabricação de tecidos. Na plantação de algodão, por exemplo, principal matéria-prima natural utilizada na indústria têxtil brasileira, são empregados pesticidas e produtos químicos que causam danos ao solo. Nesse contexto, a professora e pesquisadora Liliane Araújo, da Universidade Federal do Piauí (UFPI), destaca que o processo agrícola envolve também modificações genéticas nas sementes para atender à crescente demanda do mercado. Embora menos comum que o algodão, a produção de couro também apresenta um alto índice de poluição, sobretudo devido ao processo de curtimento, que resulta na geração de água contaminada por substâncias tóxicas que são descartadas no meio ambiente. Adicionalmente, a fabricação de fibras sintéticas, como o poliéster, também é reconhecida por seu potencial poluente³⁶.

As relações com a cadeia de fornecimento são essenciais para impulsionar a inovação e a adoção de práticas sustentáveis, ao colaborar com fornecedores que oferecem materiais e tecnologias mais sustentáveis, as empresas do Setor da Moda podem reduzir seu impacto ambiental, melhorar a eficiência de seus processos produtivos. Isso não apenas beneficia o meio ambiente, mas também pode gerar economias de custo e aumentar a competitividade das empresas no mercado.

Portanto, ao exigir que seus fornecedores relatem regularmente sobre suas práticas sociais e ambientais, as empresas do Setor da Moda podem garantir que os padrões éticos e ambientais sejam respeitados em todas as etapas da produção. Isso não apenas fortalece a reputação das empresas, mas também promove uma cultura de responsabilidade compartilhada em toda a cadeia de fornecimento.

36 Falta de transparência na cadeia é maior entrave para moda ser sustentável. UOL, 27/03/2024. Disponível em: <<https://ilos.com.br/a-estrategia-do-supply-chain-no-modelo-fast-fashion/>>.

O Fast Fashion e o Trabalho Escravo

O modelo Fast Fashion de produção de vestuário causa danos ambientais e trabalho escravo

Roupas produzidas em tempo recorde, com mão de obra explorada, são descartáveis e usam tecidos com fibras de plástico que se soltam na lavagem, diz Francisca Dantas Mendes

No Brasil, de acordo com a entidade internacional de Direitos Humanos Walk Free Foundation, estima-se que mais de 1 milhão pessoas estejam submetidas a trabalhos análogos à escravidão³⁶.

O trabalho escravo pode ser definido como uma forma de exploração que submete pessoas a um tipo de trabalho com condições em que os empregados são forçados a trabalhar longas horas de jornadas exaustivas, não devidamente remuneradas, em ambientes perigosos sem proteções à sua vida, saúde e segurança, podendo haver violência física e psicológica, restrições de liberdade, sujeição a ameaças, coerção, abuso e diversas outras condições desumanas.

A Declaração Universal dos Direitos Humanos adotada pela Assembleia Geral das Nações Unidas desde 1948 destaca que ninguém deve ser submetido a tratamento ou castigo cruel, desumano ou degradante³⁷, entretanto, o assunto atualmente continua sendo um dos mais recorrentes no Setor da Moda, onde ainda são encontrados relatos de trabalhadores submetidos a condições insalubres de trabalho que se assemelham ao que historicamente é conhecido como escravidão, assumindo diversas formas, englobando crianças, mulheres, imigrante, indígena, afrodescendente, bolivianos, peruanos, entre outros.

36 Brasil tem mais de 1 Milhão de Escravos Contemporâneos Estima ONG Walk Free. G1, 25/05/2023. Disponível em: <<https://g1.globo.com/trabalho-e-carreira/noticia/2023/05/25/brasil-tem-mais-de-1-milhao-de-escravos-contemporaneos-estima-ong-walk-free.ghtml>>. Acesso em: 13 de out. de 2023.

37 Declaração Universal dos Direitos Humanos. UNICEF, 09 de novembro de 2021. Disponível em: <<https://www.unicef.org/brazil/declaracao-universal-dos-direitos-humanos#:~:text=Todo%20ser%20humano%20tem%20direito,liberdade%20e%20C3%A0%20seguran%C3%A7a%20pessoal.&text=Ningu%C3%A9m%20ser%C3%A1%20mantido%20em%20escavid%C3%A3o,em%20todas%20as%20suas%20formas.&text=Ningu%C3%A9m%20ser%C3%A1%20submetido%20C3%A0%20tortura,castigo%20cruel%2C%20desumano%20ou%20degradante>>. Acesso em: 17 de out. de 2023.

Um dos fatores que contribuem para a persistência do trabalho escravo na indústria da moda é “fast fashion”³⁸, por ser caracterizado como um modelo de produção e consumo baseada na roupa descartável, onde a troca de roupas é incentivada para alcançar o hiperconsumo irresponsável e a produção em massa de roupas de baixa qualidade em menor tempo possível, para então atingir altos lucros com um sistema viciado de consumo, descarte e poluição.

Logo o fast fashion possui um impacto social negativo ao incentivar a mão de obra escrava em função da maximização do lucro, além de ser responsável por impactos negativos ambientais em relação a extração de matéria prima da natureza de forma exploratória, das emissões globais de gases de efeito estufa, poluição da água doce e geração e descarte irresponsável de resíduos têxteis.

Diante desse cenário, é fácil identificar que é necessária uma mudança de paradigma na indústria da moda, a tornando sustentável, erradicando as práticas desumanas, diminuindo seus impactos ambientais e sociais através da utilização de materiais reciclados, do incentivo ao consumo e descarte responsável, da fiscalização e respeito aos direitos humanos, pois sua violação é uma ameaça ao desenvolvimento. Para combater o trabalho escravo no setor da moda, é importante que haja transparência na cadeia de abastecimento permitindo que os consumidores saibam de onde vêm seus produtos e garantir o consumo de produtos que venham de empresas as quais possuam condições de trabalho justas e seguras.

38 O modelo Fast Fashion de produção de vestuário causa danos ambientais e trabalho escravo. Jornal da USP, 24/05/2021. Disponível em: <<https://jornal.usp.br/atualidades/o-modelo-fast-fashion-de-producao-de-vestuario-causa-danos-ambientais-e-trabalho-escravo/>>. Acesso em: 18 de out. de 2023.

Blockchain no Setor da Moda



Blockchain é uma tecnologia de registro distribuído (DLT - Distributed Ledger Technology), caracterizado pelo armazenamento linear de dados (como por exemplo transações ou registros), agrupados em unidades de informações denominadas de blocos que formam uma cadeia de blocos, criando um histórico com criptografia das informações em uma rede de computadores descentralizada que dificulta a possibilidade de alterar os dados, ou seja, um mecanismo baseado no registro de dados imutáveis em um banco que possibilita o compartilhamento transparente de informações com objetivo de garantir a sua confiabilidade

Ele é comumente relacionado a criptomoedas, porém, a sua capacidade de registrar transações simultaneamente em diversos locais e de compartilhar os dados através de uma rede de computadores, vem causando a popularização do seu uso em diversos setores, entre eles, o uso na indústria têxtil, com o propósito de realizar o rastreamento da cadeia de fornecimento na produção das roupas, garantindo a eficiência na transparência do setor, como vem correndo na coleção de jeans de algodão sustentável da Renner que utiliza da tecnologia para permitir que os consumidores acompanhem o ciclo de produção das peças³⁹.

39 Renner utiliza blockchain para rastrear nova coleção de jeans com algodão sustentável. Exame, 27 de janeiro de 2023. Disponível em: <<https://exame.com/esg/renner-utiliza-blockchain-para-rastrear-nova-colecao-de-jeans-com-algodao-sustentavel/>>. Acesso em: 18 de out. de 2023.

Um dos usos do blockchain no setor é para permitir às empresas e consumidores rastrearem a origem dos suprimentos utilizados na confecção e distribuição de produtos com o objetivo de identificar se são sustentáveis e tomar decisões conscientes de consumo ou de garantir a visibilidade pública da responsabilidade ética e social da empresa com o meio ambiente e evitar o consumo de roupas associadas à exploração de mão de obra, poluição e desperdício de recursos assim promovendo e agregando valor à marca por meio da responsabilidade socioambiental. Porém, também pode ser utilizado para combater a violação de direitos autorais de marcas pela capacidade de identificar réplicas e falsificações garantindo a autenticidade do produto assim podendo servir como uma solução mais sustentável do que a prática comum de marcas que realizam a queima de seus produtos para impedir a falsificação, como ocorreu no caso da Burberry em 2018 que queimou R\$140 milhões de produtos em estoque para preservar sua exclusividade⁴⁰.

Apesar da tecnologia blockchain não ser uma tecnologia completamente nova no Brasil e ser uma grande prática positiva de governança possuindo muitas vantagens associadas a transparência sustentável e ética no setor de moda, a forma como ela está sendo utilizada na indústria têxtil, é uma inovação recente que vem sendo adotado lentamente, e como toda inovação, ela precisa lidar com os desafios encontrados durante sua implementação⁴¹.

40 Marca de luxo queima R\$ 140 milhões em estoque para evitar distribuição indevida. Época Negócios, 19 de julho de 2018. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2018/07/marca-de-luxo-queima-28-milhoes-em-estoque-para-evitar-distribuicao-indevida.html>>. Acesso em: 25 de out. de 2023.

41 Entenda por que o Brasil é protagonista no uso de blockchain. Forbes, 14 de abril de 2023. Disponível em: <<https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/04/entenda-por-que-o-brasil-e-protagonista-no-uso-de-blockchain/>>. Acesso em: 30 de out. de 2023.

Impacto da COVID-19 na Indústria da Moda



Encomendas da indústria têxtil caem 96% na pandemia da Covid-19, diz Abit

A pandemia da COVID-19 teve um impacto profundo na indústria da moda. Com o fechamento de lojas físicas e o cancelamento de eventos importantes, houve uma desaceleração da demanda e uma interrupção nas cadeias de abastecimento globais. Muitos trabalhadores foram afetados e houve uma mudança significativa para o comércio eletrônico. Além disso, as preferências dos consumidores mudaram, com uma maior demanda por roupas confortáveis e funcionais. Em suma, a COVID-19 causou uma transformação radical na indústria da moda, impactando todos os aspectos da cadeia de valor.

Apesar do impacto da pandemia da COVID-19 sobre a indústria têxtil, onde houve uma queda de 96% das encomendas em 2021 durante a pandemia da Covid-19⁴², devido ao fato de que algumas linhas de roupa tiveram que suspender sua produção e as lojas físicas tiveram que suspender as vendas em razão às medidas de segurança estipuladas, o pânico geral e as regras de lockdown, para impedir a disseminação do vírus, as empresas se adaptaram ao novo cenário, focando em suas operações online e criando uma onda de consumo virtual pelas pessoas em lockdown ou home office, o que ocasionou um aumento das vendas online em 38% no ano de 2022.⁴³

42 Encomendas da indústria têxtil caem 96% na pandemia da Covid-19, diz Abit. CNN Brasil, 16/06/2020. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/encomendas-da-industria-textil-caem-96-na-pandemia-da-covid-19-diz-abit/>>. Acesso em: 25 de out. de 2023.

43 Setor de Moda e Vestuário cresceu 38% em 2022. O Globo, 20/06/2023. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/patrocinado/dino/noticia/2023/06/setor-de-moda-e-vestuario-cresceu-38-em-2022.ghtml>>. Acesso em: 25 de out. de 2023.

Pelo fato da indústria da moda ser uma das mais poluentes da natureza no mundo, o aumento do consumo online influenciado pelo contexto social de pandemia, por uma cultura de consumo desenfreado de fast fashion e consequentemente do alto nível de descarte de roupas, os impactos ambientais e sociais se acentuaram, envolvendo o aumento da emissão de gás carbônico, ocasionado pelo aumento do uso de transporte de produtos online nacionais e internacionais, pelo aumento do consumo de água utilizada na lavagem frequente das roupas e peças com potencial de contaminação e de fácil veículo de disseminação do vírus, aumento da poluição da água e da terra pelo aumento do descarte inadequado de produtos tóxicos durante a produção, do descarte incorreto dos produtos pouco tempo de vida útil consumidos e consequentemente o aumento do nível de resíduos sólidos urbanos no mundo⁴⁴.

Devido toda essa soma de fatores, durante o período da pandemia, o comportamento de consumo foi se alterando devido ao aumento da preocupação e atenção do consumidor voltada para as questões ambientais, éticas, sociais, de qualidade e de conforto dos produtos⁴⁵, assim, aumentando o apreço em relação às empresas com valores reais de responsabilidade social e ambiental atrelada a sua expansão, crescimento financeiro e evolução, fazendo com que a indústria, mesmo que lentamente, pensasse nos fatores envolvidos a seus métodos adotados de produção e melhorando suas práticas, buscando maior transparência nas suas operações e na sua cadeia de fornecedores, minimizar os impactos ambientais e sociais da indústria, prezando por mais durabilidade e qualidade nas roupas com uso de materiais sustentáveis com incentivo ao consumo consciente e as condições corretas de trabalhos dos indivíduos envolvidos, respeitando os direitos humanos dos trabalhadores⁴⁶.

44 A pandemia e os seus efeitos na indústria têxtil. STAKEHOLDER NEWS. 13 de janeiro de 2021. Disponível em: <<https://stakeholdernews.com.br/a-pandemia-e-os-seus-efeitos-na-industria-textil/>>. Acesso em: 30 de out. de 2023.

45 Os impactos do coronavírus na indústria da moda. Revista Textil. Disponível em: <<https://revistatextil.com.br/os-impactos-do-coronavirus-na-industria-da-moda/>>. Acesso em: 30 de out. de 2023.

46 O impacto climático da indústria da moda é devastador. Revista Fórum, 12/4/2022. Disponível em: <<https://revistaforum.com.br/cultura/2022/4/12/impacto-climatico-da-industria-da-moda-devastador-112916.html>> Acesso em: 02 de nov. de 2023.

- A moda transcende as fronteiras da indústria têxtil, influenciando e sendo influenciada por uma variedade de setores, desde mídia e entretenimento até arte e política. Essa interconexão entre moda e cultura permite que a moda seja uma forma poderosa de expressão, permitindo que indivíduos e comunidades comuniquem sua identidade, valores e afiliações culturais. No contexto brasileiro, a moda reflete a rica diversidade cultural do país, incorporando influências indígenas, africanas, europeias e outras em seus designs e estilos únicos. Além de sua importância cultural, a moda brasileira também desempenha um papel significativo na economia, gerando empregos em várias etapas da cadeia de produção e contribuindo para o comércio internacional. Assim, a moda não é apenas uma indústria, mas também uma forma de arte e expressão cultural que desempenha um papel vital na vida das pessoas e na identidade de nações ao redor do mundo.
- A globalização tem desempenhado um papel crucial na disseminação de tendências e influências culturais, permitindo que designers, fabricantes e consumidores colaborem em um mercado cada vez mais interdependente. A ascensão das redes sociais e do comércio eletrônico também catalisou a internacionalização da moda, permitindo que novas coleções e estilos sejam rapidamente compartilhados e acessados em escala global.

Empresas Seleccionadas

Na seleção de empresas, alguns critérios são considerados para garantir uma análise abrangente e representativa. Empresas líderes e influentes no setor são escolhidas, levando em conta sua importância, tamanho e diversidade geográfica. Além disso, é priorizada a inclusão de empresas comprometidas com a sustentabilidade, que demonstrem transparência e forneçam dados detalhados sobre suas práticas ambientais e sociais. A variedade de segmentos da indústria da moda também é contemplada para oferecer uma visão holística da cadeia de valor. Por fim, empresas que se destacam pela inovação e liderança em práticas sustentáveis são consideradas, garantindo uma análise aprofundada e relevante para orientar futuras ações em direção a um Setor da Moda mais sustentável.

As empresas nacionais selecionadas para serem analisadas foram:

- Arezzo;
- C&A;
- Grupo Guararapes (Riachuelo);
- Grupo Soma + Hering;
- Instituto Renner;
- Restoque;
- Marisa.

Enquanto as empresas internacionais selecionadas foram:

- Adidas;
- GAP Inc;
- H&M Group;
- L Brands;
- Nike;
- Patagônia;
- Puma
- PVH;
- Shein;
- Uniqlo;
- VF(The North Face);
- Zara.

Foram utilizadas informações obtida por meio dos relatórios de sustentabilidade das empresas analisadas, datados entre 2020 e 2022. Desses relatórios foram retirados os dados sobre práticas ambientais e sociais, desempenho e tendências socioambientais, permitindo uma análise abrangente do panorama da sustentabilidade no Setor da Moda.

Critérios do Sustainability Accountability Standards Board - SASB

O SASB (em português, o Conselho de Normas de Contabilidade de Sustentabilidade) é uma organização não-governamental nos EUA fundada em 2011 que define normas para a publicação de relatórios financeiros integrando aspectos sociais, ambientais e de governança. O objetivo do SASB é desenvolver normas para diferentes setores que ajudam avaliar riscos ESG ou ASG, em português (Ambiental, Social e Governança) para investidores.

O ex-prefeito de Nova Iorque, Michael Bloomberg, serviu como presidente do SASB entre 2014-2018. Até hoje foram publicadas 77 normas setoriais. Um dos objetivos do SASB é que as normas setoriais virem critérios obrigatórios a serem incluídas nos relatórios publicados por empresas listadas na bolsa de Nova Iorque. Em sua carta em 2020, Larry Fink, CEO da BlackRock, a maior empresa em gestão de ativos no mundo, menciona a metodologia do SASB como referência para avaliar o desempenho socioambiental de instituições financeiras.

1. Gestão da cadeia de fornecimento: Avaliação das práticas de fornecedores em relação a questões sociais, ambientais e de governança.
2. Uso de materiais sustentáveis: Medição do uso de materiais ecologicamente responsáveis e práticas de design sustentável.
3. Práticas de trabalho justo e seguro: Garantia de condições de trabalho justas e seguras para os trabalhadores ao longo da cadeia de valor.
4. Redução de resíduos e emissões: Implementação de medidas para minimizar o desperdício de materiais e reduzir as emissões de gases de efeito estufa.
5. Transparência na divulgação de informações ESG: Divulgação transparente e precisa de dados relacionados ao desempenho ambiental, social e de governança da empresa.



Analizando as empresas selecionadas

A pontuação busca acompanhar o processo de maturidade da gestão das empresas frente a temas socioambientais, como também ressaltar as melhores práticas encontradas no setor, fornecendo insumos para a análise crítica dos cenários e também para melhor gestão socioambiental das empresas. A avaliação segue o seguinte critério para a pontuação:

Crítérios de Avaliação

| SITUAÇÃO | PONTUAÇÃO |
|---|-----------|
| NÃO HÁ REFERÊNCIA | 0 |
| REFERÊNCIA SOMENTE NO SITE | 1 |
| RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE | 2 |
| RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE + INDICADORES DE DESEMPENHO | 3 |
| RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE + INDICADORES DE DESEMPENHO + MELHORIAS DE DESEMPENHO ou RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE + INDICADORES DE DESEMPENHO + METAS + NÃO TEM MELHORIA | 4 |
| RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE + INDICADORES DE DESEMPENHO + MELHORIAS DE DESEMPENHO + METAS ESTRATÉGICAS | 5 |
| RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE + INDICADORES DE DESEMPENHO + METAS ESTRATÉGICAS + MELHOR DESEMPENHO DO SETOR | 6 |

Tabela 4 - Pontuação

A seguir, podemos observar o ranking do desempenho das empresas analisadas, em ordem decrescente de pontuação, a partir do somatório dos desempenhos nos temas sociais e ambientais, no cenário nacional e internacional.

Ranking Nacional

| | Instituto Renner | Grupo Guarapes (Riachuelo) | C&A | Arezzo | Grupo Soma + Hering | Restoque | Marisa |
|--|------------------|----------------------------|-----------|-----------|---------------------|-----------|----------|
| Sustentabilidade na Cadeia de Fornecedores | 6 | 3 | 3 | 5 | 3 | 2 | 1 |
| Resíduos e Efluentes | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 0 |
| Diversidade e Igualdade | 4 | 5 | 6 | 4 | 4 | 3 | 1 |
| Impactos na Comunidade | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 1 |
| Saúde e Segurança Ocupacional | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 0 | 1 |
| Direitos Humanos e Condições de Trabalho | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| Recursos Hídricos | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 |
| Governança Corporativa | 6 | 4 | 4 | 3 | 0 | 2 | 1 |
| Emissões e Mudanças Climáticas | 6 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 0 |
| Economia Circular | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 2 | 0 |
| TOTAL | 47 | 41 | 38 | 37 | 26 | 20 | 7 |

Tabela 5 - Ranking Nacional

Ranking Internacional

| | PUMA | GAP Inc. | PVH | Zara | H&M Group | VF (The North Face) | Nike | Adidas | Uniqlo | Patagonia | L brands (Victoria's Secret & Co) | SHEIN |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------------------------------|-----------|
| Direitos Humanos e Condições de trabalho | 3 | 6 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| Diversidade e Igualdade | 4 | 5 | 4 | 4 | 6 | 4 | 5 | 5 | 3 | 0 | 3 | 1 |
| Ética, Transparência e Integridade | 6 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 0 | 1 | 2 | 1 |
| Impactos Socioeconômicos na Comunidade | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| Saúde e Segurança Ocupacional | 6 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 0 | 1 |
| Resíduos e Efluentes | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 6 | 5 | 2 | 3 | 2 | 1 |
| Biodiversidade | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Economia Circular | 4 | 6 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| Emissões e Mudanças Climáticas | 6 | 5 | 6 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 0 | 1 |
| Recursos Hídricos | 4 | 5 | 5 | 6 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 1 |
| TOTAL | 44 | 44 | 41 | 40 | 39 | 36 | 35 | 34 | 25 | 21 | 16 | 12 |

Tabela 6 - Ranking Internacional

No cenário nacional, a empresa mais bem avaliada foi o Instituto Renner, que possui mais de 600 lojas em território brasileiro, incluindo unidades Renner, Camicado e Youcom, marcando 47 pontos. Seguindo o Instituto Renner, observamos o Grupo Guarapes, responsável pela terceira maior rede de lojas de departamento no Brasil, atingindo 41 pontos.

Já no setor internacional, a companhia alemã Puma, quarta maior receita mundial com foco em moda esportiva, e a GAP, uma das maiores companhias americanas de vestuário, empataram na primeira posição do ranking com 44 pontos. A relação do tipo de informação consultada para atribuir a pontuação a cada empresa encontra-se no Apêndice 4.

Gráfico Aranha dos Temas Sociais

Os gráficos aranhas de temas sociais em um benchmarking de sustentabilidade no Setor da Moda são representações visuais que fornecem uma avaliação comparativa do desempenho das empresas em áreas específicas relacionadas aos aspectos sociais da sustentabilidade. Esses gráficos são uma ferramenta útil para analisar e comunicar o compromisso e os esforços das empresas em questões sociais importantes dentro do contexto da indústria têxtil.

A elaboração de gráficos aranha têm por objetivo dar ao leitor deste relatório um aspecto visual mais dinâmico das pontuações do setor em cada tema analisado contendo as informações das melhores pontuações para cada tema, assim como a pontuação média e as piores pontuações.

Nos temas sociais, observa-se na Figura 3 e Figura 4 que o setor nacional e internacional possui temas prioritários divergentes. Os temas em evidência pelas empresas internacionais apresentaram pontuação máxima em mais de uma multinacional, atingindo a nota 6 nas temáticas apresentadas.

Em relação aos temas sociais, obtiveram pontuação máxima, indicando que o setor internacional como um todo deve estudar e aprofundar ainda mais esses temas em seus relatórios de sustentabilidade.

As pontuações máximas em ambos os setores para os 3 temas em comum (Ética, transparência e integridade, Saúde e segurança ocupacional, direitos humanos e diversidade igualdade) indicam que existem empresas que executam ações estratégicas com relação a todo o setor civil presente em sua cadeia de valor mas, ao analisar-se as médias, é possível inferir que a maioria do setor – tanto nacional como internacional – pode tomar benchmarks apresentados nesse relatório como base para que possam desenvolver melhor os aspectos sociais dentro de suas empresas.

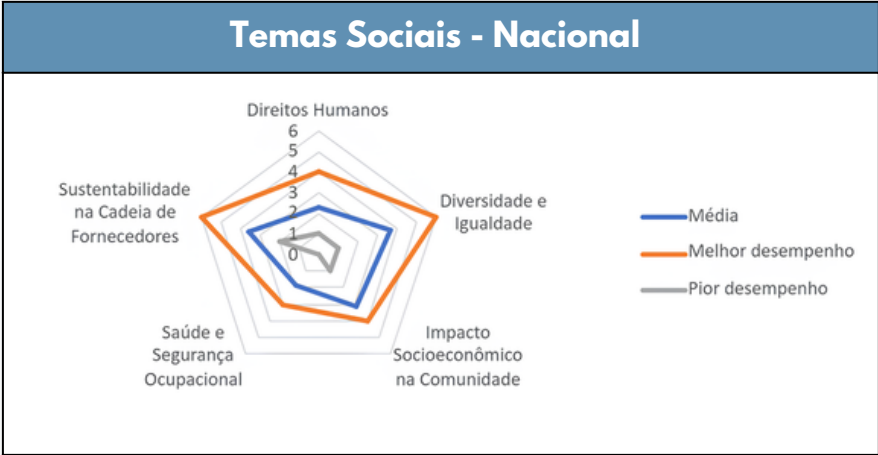


Figura 3 - Gráfico aranha para os temas sociais do cenário nacional



Figura 4 - Gráfico aranha para os temas sociais do cenário internacional

Gráfico Aranha dos Temas Ambientais

Os gráficos aranhas de temas ambientais são uma ferramenta valiosa, ajudando as empresas a avaliar e melhorar seu desempenho ambiental e a promover práticas mais sustentáveis em toda a cadeia de valor.

A elaboração de gráficos aranha têm por objetivo dar ao leitor deste relatório um aspecto visual mais dinâmico das pontuações do setor em cada tema analisado contendo as informações das melhores pontuações para cada tema, assim como a pontuação média e as piores pontuações.

A Figura 5 mostra o desempenho ambiental do setor da moda brasileiro como um todo. Nota-se que no cenário nacional que as empresas não divulgam muitas informações frente às suas ações com uso de recursos hídricos, resíduos e efluentes e emissões e mudanças climáticas.

Em contrapartida, as melhores práticas em cada um dos temas (que receberam a nota máxima), são caracterizadas por apresentarem indicadores, melhorias e metas para os próximos anos.

Com relação ao setor internacional (Figura 6), embora a pontuação máxima tenha sido atribuída a todos os temas, nota-se que a pontuação média do tema "Emissões e mudanças climáticas", "Economia circular", "Resíduos e efluentes" "Recursos hídricos" apresentam um desempenho relevante, o que indica que o setor, no geral, apresenta preocupações sobre os temas em seus relatórios de sustentabilidade.

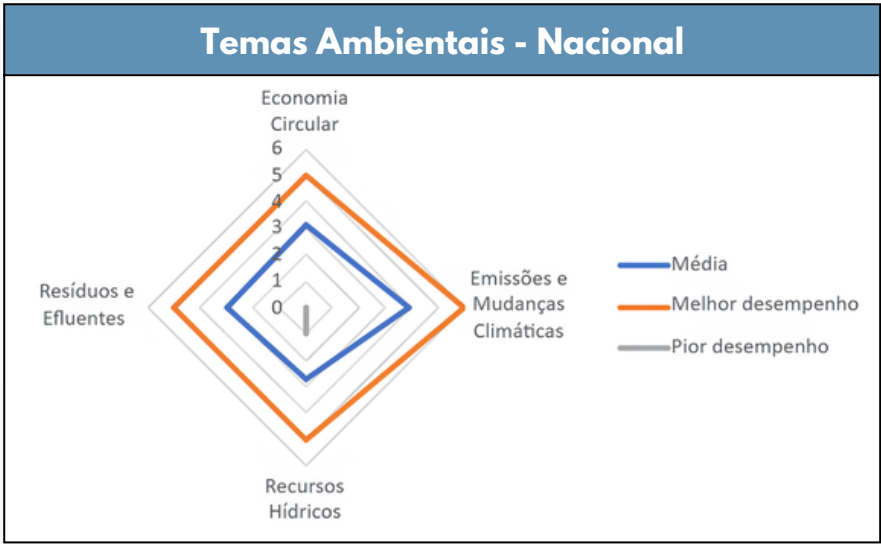


Figura 5 - Gráfico aranha para os temas ambientais do cenário nacional

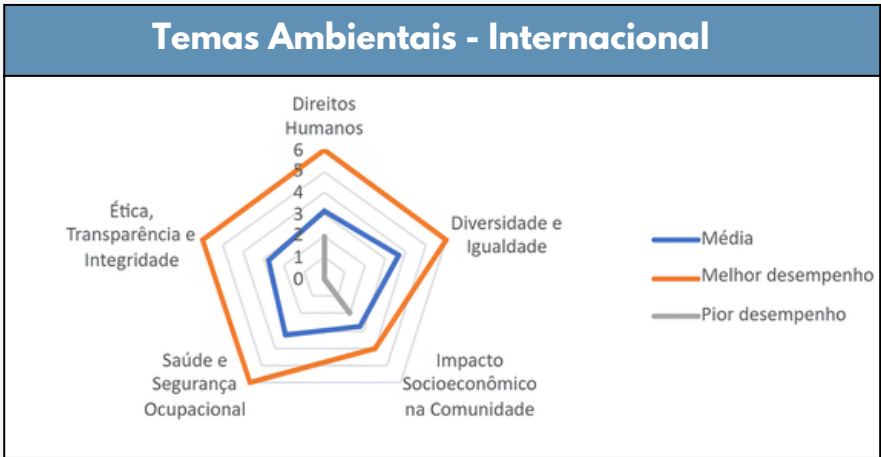


Figura 6 - Gráfico aranha para os temas ambientais do cenário internacional

Temas Sociais Relevantes

Panorama + Desafios + Boas Práticas

Os temas sociais no Setor da Moda referem-se a uma variedade de questões que afetam diretamente as pessoas envolvidas na produção de roupas, desde os trabalhadores das fábricas até as comunidades locais onde as instalações estão localizadas. Essas questões incluem condições de trabalho, direitos humanos, diversidade e inclusão, bem como o impacto nas comunidades e a responsabilidade social corporativa.

A importância dos temas sociais no Setor da Moda é fundamental para garantir que os trabalhadores na indústria têxtil tenham condições de trabalho seguras, salários dignos e direitos trabalhistas básicos estando relacionado a questão de justiça social e respeito pelos direitos humanos, essencial para promover o bem-estar dos trabalhadores e garantir que sejam tratados com dignidade e respeito, além de promover a diversidade e a inclusão que são valores fundamentais em uma sociedade justa e equitativa.



Diversidade e Igualdade

5 IGUALDADE
DE GÊNERO



Panorama:

No mercado da moda essa questão é ainda mais relevante, uma vez que ela deve ser inclusiva e representativa, pressupondo geração de identificação do cliente com a marca e produto oferecido por ela.

Um dos problemas ao redor desse tema pode ser percebido facilmente: de acordo com estudo do site Business of Fashion, mulheres projetam 40% das marcas de moda feminina, mas representam apenas cerca de 14% dos cargos de gestão das grandes companhias, e menos de 13% quando tratamos das empresas de varejo e vestuário da Fortune 1000, lista das maiores empresas americanas classificadas por receita.

Nesse sentido são recomendadas as organizações da indústria fashion que realizem diligências para promover os tópicos de diversidade, igualdade e inclusão. O ideal é que sejam observadas inicialmente as estruturas e políticas internas, onde são levados em consideração a equipe componente na empresa, os processos seletivos e de contratação, e em seguida, ativação grupos externos, como instituições voltadas para questões raciais, de gênero, educacionais e outras.

Desafios:

As informações apresentadas neste panorama, como os dados citados relativos às mulheres no mercado, refletem uma construção social de maneira geral, e não somente uma estrutura atrelada especificamente ao mercado da moda. Por conta disso, gerar mudanças nesse contexto se torna um desafio, visto que é necessário que as companhias desfaçam de uma prática cultural, ainda que essa não tenha surgido inicialmente em sua empresa.

Boas Práticas - Nacional:

Grupo Soma: Em 2020, a empresa iniciou capacitações em políticas e práticas de direitos humanos, com temas como naturalidade de corpos, racismo estrutural, representatividade LGBTQIA+, linguagem inclusiva e inclusão de PCDs, promovidos para diversos públicos, dentre eles: colaboradores das marcas, lideranças e time comercial. Resultando um total de 18 horas de treinamentos, que envolveram 22,79% dos colaboradores.

Boas Práticas - Internacional:

Puma: Em 2021, a empresa avaliou suas políticas de diversidade e proporcionou treinamento em diversidade aos diretores globais. Novos cursos de treinamento foram introduzidos para a equipe, ajudando-os a reconhecer e lidar com microagressões, comunicação intercultural, diversidade, inclusão e pertencimento. Para aumentar ainda mais a conscientização sobre essas questões, foram realizadas palestras com palestrantes internos e externos e publicados artigos nas plataformas de comunicação da empresa

Impacto Socioeconômico na Comunidade

10 REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES



Panorama:

O mercado de moda é um setor crucial para a economia global, contribuindo com cerca de 2% do PIB mundial e empregando aproximadamente 57 milhões de pessoas em países em desenvolvimento. Este setor não apenas impulsiona a economia, mas também desempenha um papel significativo na formação e expressão das identidades culturais. A moda é uma forma de comunicação, permitindo que os indivíduos expressem sua identidade e representatividade.

No entanto, a indústria da moda também tem seus desafios. Um desses desafios é o movimento “fast-fashion”, que se caracteriza pela produção rápida e em massa de roupas baseadas nas últimas tendências. Este modelo de negócio incentiva o consumo frequente e o descarte rápido, resultando em uma quantidade significativa de resíduos.

Desafios:

Os principais desafios ao gerar impactos positivos na comunidade, são conseguir atingir a população mais necessitada por meio de projetos sociais e criação de novas oportunidades mais inclusivas, e alterar os padrões de consumo, utilizando a influência gerada pelo mercado de maneira positiva para sociedade.

Boas Práticas - Nacional

Arezzo: Visando diminuir o impacto da fome no Brasil, a Reserva, uma das empresas do grupo Arezzo, realizou doação de mais de 60 milhões de Pratos de Comida pelo projeto 1P=5P, que ocorre desde 2016. A cada peça vendida na Reserva e Reserva Mini, a empresa doa cinco pratos de comida por meio da Associação Civil Banco de Alimentos e do Projeto Mesa Brasil/SESC.

Boas Práticas - Internacional

GAP: Em 2021, a GAP atingiu um marco nos 14 anos de história do PACE, programa de Avanço Pessoal e Aprimoramento de Carreira (PACE) da Gap Inc, alcançando 1 milhão de participantes diretos do programa em todo o mundo com habilidades básicas para a vida e treinamento técnico.

Saúde e Segurança Ocupacional

3 SAÚDE E BEM-ESTAR



Panorama:

A indústria da moda desempenha um papel crucial na economia global gerando milhões de empregos e produzindo grandes quantidades de peças idênticas, em um curto espaço de tempo. No entanto, essa produção em massa também traz consigo uma série de riscos profissionais que podem afetar a segurança e a saúde dos trabalhadores envolvidos.

Esses riscos podem ser originados de duas principais fontes:

- Relacionada à organização do trabalho, que pode resultar em riscos ergonômicos.
- Fonte de risco está relacionada aos equipamentos e agentes químicos agressivos utilizados no processo de produção.

Dada a importância desses riscos, é fundamental que as condições de trabalho nas fábricas contratadas pelas empresas de moda sejam rigorosamente auditadas. Isso inclui garantir que os equipamentos estejam funcionando adequadamente e que os trabalhadores estejam protegidos contra possíveis agentes químicos agressivos. Além disso, é igualmente importante fornecer condições adequadas para o bem-estar dos colaboradores nos ambientes corporativos, como escritórios.

Desafios:

Garantir a segurança e o bem-estar dos trabalhadores envolvidos, o que requer uma abordagem abrangente, incluindo auditorias rigorosas das condições de trabalho para fornecimento de um ambiente de trabalho seguro e saudável.

Boas Práticas Nacional

Renner: A Renner realiza avaliação anual de identificação de riscos aos quais os colaboradores possam estar expostos, por meio do Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA) e do Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO). Realizam o monitoramento de indicadores de saúde, segurança e bem-estar com definição de metas e planos de ação para reduzir exposição a riscos e promover a evolução.

Boas Práticas Internacional

ADIDAS: Desde 2017, a Adidas busca reduzir a dependência de linhas diretas de trabalhadores locais como mecanismo de reclamação, através da construção de uma plataforma 'Voz dos Trabalhadores' baseada em aplicações: um canal digital de reclamações personalizado, baseado na fábrica, para os trabalhadores, melhorando e expandindo progressivamente a utilização deste mecanismo operacional de reclamação. Em 2020, quase 450.000 trabalhadores empregados em 111 fábricas em doze países tiveram acesso a este sistema. Devido à pandemia de covid-19, dois fornecedores estratégicos tiveram que adiar a implementação da plataforma, razão pela qual falhou a meta para 2020 de ter a plataforma 'Voz dos Trabalhadores' implementada em 100% dos fornecedores estratégicos.



Direitos Humanos e Condições de Trabalho

10 REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES



Panorama:

Em muitas regiões, especialmente em países em desenvolvimento onde a indústria têxtil é uma parte importante da economia, as condições de trabalho podem ser desafiadoras. Trabalhadores muitas vezes podem enfrentar longas jornadas de trabalho, salários baixos, falta de proteção social, ambientes de trabalho inseguros e até mesmo práticas de trabalho forçado e infantil.

A pressão por produção rápida e de baixo custo pode levar a práticas exploradoras por parte dos empregadores, enquanto a falta de regulamentação e fiscalização adequada pode contribuir para a perpetuação dessas condições precárias. Muitas vezes, as empresas terceirizam a produção para fornecedores em países onde as leis trabalhistas são menos rigorosas, dificultando a garantia de padrões adequados de direitos humanos e condições de trabalho em toda a cadeia de abastecimento.

Segundo o Global Slavery Index, de 2018, disponibilizado pela fundação Walk Free, a moda é o segundo setor que mais explora pessoas. Portanto, a questão dos direitos humanos na indústria da moda é um assunto importante a ser debatido e analisado para se buscar soluções e meios para melhorar as condições de trabalho e principalmente erradicar o trabalho escravo, a exploração infantil e a violação dos direitos das pessoas⁴.

4 Moda sustentável: entenda o que é, impactos e importância para o meio ambiente. CNN Brasil, 18/03/2023. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/lifestyle/moda-sustentavel/>>. Acesso em 07 de nov. de 2023.

5 OIT e parceiros elaboram recomendações para o futuro da formação profissional no Setor da Moda brasileiro no pós-pandemia. OIT, 11 de setembro de 2020. Disponível em: <https://www.ilo.org/brasilia/noticias/WCMS_755069/lang--pt/index.htm>. Acesso em 07 de nov. de 2023.

No Brasil, o cenário não é diferente, apesar de o Setor da Moda e de confecção ser considerado e classificado pela Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT) como a segunda indústria de transformação que mais gera empregos, cerca de 1,5 milhões assim se tornando o detentor da sexta maior indústria têxtil do mundo⁶. Também foi o alvo da descoberta do esquema criminoso o qual lojas que utilizavam da contratação de empresas terceirizadas que exploravam de mão de obra escrava ou análoga a escravidão, principalmente vindo de mulheres para produzir roupas de forma exploratória, violenta, sem dignidade e sem condições básicas de bem-estar, para se obter o maior lucro possível através de um menor custo⁶.

Estes atos cooperam para a acentuação da pobreza e da desigualdade na sociedade além do desgaste físico e psicológico das pessoas, que são violentadas quando submetidas a tais condições de trabalho precárias sem nenhuma segurança, privados dos seus direitos submetidos a baixos salários e extensas jornadas de trabalho, diminuindo assim a qualidade de vida, apesar de já serem condições proibidas universalmente pela ONU desde 1948, nos países que fazem parte da organização, através do art. 5º da Declaração Universal dos Direitos Humanos que especificamente condena qualquer submissão de pessoa a tratamentos cruéis, desumanos ou degradantes⁷.

Portanto, a violação dos direitos dos trabalhadores na indústria da moda é um problema significativo que precisa ser resolvido para acabar com todas as formas de trabalho coercitivas e garantir o direito a condições de trabalhos dignas, salários justos, acesso a um ambiente de trabalho saudável, direitos trabalhistas reais e sindicalização com transparência nas cadeias de suprimentos da moda e responsabilidade corporativa e social para garantir que suas operações respeitem os direitos humanos.

6 A indústria da moda violenta 1 milhão de mulheres costureiras. Brasil de Fato, 17 de maio de 2021. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2021/05/17/saiba-por-que-a-producao-de-roupas-e-um-dos-trabalhos-mais-opressivos-para-mulheres>>. Acesso em 08 de nov. de 2023.

7 Declaração Universal dos Direitos Humanos. UNICEF. Disponível em: <<https://www.unicef.org/brazil/declaracao-universal-dos-direitos-humanos>>. Acesso em 08 de nov. de 2023.

Desafios:

A identificação das áreas de risco que tendem a violar os direitos humanos e combate ao trabalho infantil e forçado em todas as etapas da produção de roupas por meio do monitoramento das condições de trabalho, uso de tecnologias inovadoras de rastreabilidade e divulgação das informações desde sua cadeia de suprimentos até a fabricação das roupas garantindo que todos os trabalhadores possuam salários justos, tenham condições de trabalho seguras, cumprimento das leis trabalhistas, respeito a jornada de trabalho regulamentada e bem estar físico e psicológico além de promover uma cultura corporativa ética e responsável alinhada as regulamentações governamentais que protejam os direitos humanos na indústria da moda.

Boas Práticas Internacional

GAP: Para garantir que os parceiros atuem de acordo com os padrões da empresa, a Gap Inc. exige que todas as instalações que produzem produtos para ela atendam aos Requisitos do Código de Conduta do Fornecedor e à Política de Direitos Humanos. Esses documentos definem a abordagem e as atividades da empresa para proteger contra abusos de direitos.

Boas Práticas Nacional

Renner: Oferecem a todos os colaboradores uma política de reembolso para educação continuada (cursos presenciais, seminários, congressos, cursos online e workshops) em temas de negócio e comportamentais e, para lideranças e potenciais lideranças, uma política específica de educação continuada, missões de benchmark e imersão em idiomas. Possuem compromisso com a promoção dos direitos humanos, por meio da adesão a diversas iniciativas e compromissos internacionais, como os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, os Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos da ONU, o Pacto Global da ONU, as Diretrizes para Multinacionais da OCDE e a Declaração da OIT sobre os princípios e direitos fundamentais no trabalho.

Ética, Transparência e Integridade

16 PAZ, JUSTIÇA E INSTITUIÇÕES EFICAZES



A moda é uma indústria que tem um impacto significativo no meio ambiente e na sociedade. A ética, transparência e integridade são temas importantes para a indústria da moda, pois afetam a sustentabilidade e a responsabilidade social das empresas.

De acordo com o Guia de Transparência da Moda do Fashion Revolution, a falta de transparência na indústria da moda é um grande problema. A falta de informações sobre as políticas, práticas e impactos sociais e ambientais das empresas dificulta a identificação de abusos aos direitos humanos e à degradação ambiental, o que impede a adoção de ações rápidas e apropriadas em relação a eles. O guia também destaca a importância da transparência na promoção de uma mudança sistêmica na indústria da moda⁸.

O Índice de Transparência da Moda Brasil é um recurso útil para avaliar a transparência das empresas da moda. O índice analisa as informações disponibilizadas publicamente pelas empresas sobre suas políticas, práticas e impactos sociais e ambientais. No ano de 2021, o índice analisou 50 grandes marcas e varejistas do mercado brasileiro, com foco em mudança climática e biodiversidade, igualdade de gênero e racial. A C&A, Malwee, Renner, Youcom e a Adidas foram algumas das empresas que obtiveram as maiores pontuações no índice⁹.

A integridade é outro tema importante para a indústria da moda. O Instituto Ethos destaca a importância da ética e transparência na promoção de um ambiente de negócios mais íntegro e ético¹⁰.

8 GUIA DE TRANSPARÊNCIA DA MODA - Fashion Revolution. Acesso em 08 de nov. de 2023. https://www.fashionrevolution.org/wp-content/uploads/2021/11/ITMB_Guia.pdf.

9 Índice de Transparência da Moda Brasil 2021: veja os ... - Metrôpoles. Acesso em 09 de nov. de 2023. <https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/indice-de-transparencia-da-moda-brasil-2021-veja-os-dados-da-pesquisa>.

10 Índice de Transparência da Moda Brasil 2020 - Issuu. Acesso em 09 de nov. de 2023. https://issuu.com/fashionrevolution/docs/fr_indexedetransparenciadamodabrasil_2020.

Em resumo, a ética, transparência e integridade são temas importantes para a indústria da moda. A falta de transparência na indústria da moda é um grande problema, mas recursos como o Guia de Transparência da Moda e o Índice de Transparência da Moda Brasil podem ajudar a avaliar transparência das empresas da moda. A integridade é fundamental para a construção da confiança do consumidor, dos fornecedores, parceiros e investidores¹¹.

Desafios:

Principais desafios incluem falta de transparência, abusos dos direitos humanos, degradação ambiental, desigualdade de gênero e racial, e má governança. Empresas podem superá-los com código de ética, diretrizes internas, treinamentos de compliance, ferramentas de conformidade e canal de denúncias.

Boas Práticas Internacional

Patagonia: Há 16 anos, a empresa publica The Footprint Chronicles® e se envolve com diversas partes interessadas na transparência da cadeia de abastecimento. Possuem a lista de fornecedores de nível 1 conforme os critérios da Transparency Pledge Coalition, uma coligação de ONGs que busca divulgar uma lista padronizada de fábricas através do Open Apparel Registry (OAR). Como membro fundador da Fair Labor Association (FLA), apoiam o novo requisito da FLA para que as empresas afiliadas publiquem suas listas de fornecedores, medida também apoiada pela Transparency Pledge Coalition.

Boas Práticas Nacional

Grupo Soma: A empresa tem um Canal de Ética seguindo o Código de Conduta Ética, comprometendo-se com transparência, divulgando práticas de sustentabilidade e desempenho em relatórios anuais e no site. As auditorias sociais priorizam trabalho infantil e forçado, visando zero incidências dessas não conformidades.

11 Índice de Transparência da Moda 2021 - Sebrae. Acesso em 09 de nov. de 2023. <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/indice-de-transparencia-da-moda-2021,f2ed088fe7b7d710VgnVCM100000d701210aRCRD?vgnextrefresh=1>.

Sustentabilidade na Cadeia de Fornecedores

12 CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS



Panorama:

No setor da moda, a sustentabilidade na cadeia de fornecedores é essencial diante dos desafios ambientais e sociais crescentes. Compreender esse tema envolve analisar as conexões entre os diferentes estágios da cadeia de produção têxtil, desde a extração de matérias-primas até o produto final nas lojas, destacando a importância de práticas sustentáveis em cada etapa do processo.

Para alcançar a sustentabilidade na cadeia de fornecedores têxteis, as empresas devem colaborar com seus fornecedores, estabelecendo padrões de desempenho e implementando mecanismos de monitoramento. Isso inclui auditorias de sustentabilidade, definição de metas de melhoria contínua e estímulo à inovação em práticas sustentáveis. A transparência é essencial para que consumidores, investidores e outras partes interessadas avaliem o desempenho das empresas. A Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT) destaca a crescente preocupação com a perda de biodiversidade no Brasil, especialmente devido ao desmatamento associado à produção de couro e algodão.

Embora quase metade das marcas (43%) tenham políticas de biodiversidade e conservação para suas próprias operações, os dados indicam uma falta de transparência quando se trata da implementação de práticas de agricultura regenerativa (8%) e compromissos mensuráveis e com prazo determinado para alcançar o desmatamento zero (10%) e embora haja um avanço em comparação com o ano anterior, quando nenhuma marca havia adotado compromissos contra o desmatamento, a taxa atual ainda é insuficiente considerando a rápida perda de biodiversidade. Essa falta de transparência levanta questões sobre o verdadeiro comprometimento da indústria em relação a esse problema, deixando o público sem informações claras sobre os reais impactos ambientais gerados pela produção de nossas roupas²⁸.

28 Novo Índice de Transparência da Moda Brasil apresenta avanços, apesar de pouco comprometimento das marcas no combate à crise climática. ABIT Têxtil e Confecção, 30/11/2023. Disponível em: <<https://fashionlabelbrasil.com/noticias/blog/economia-circular-o-futuro-da-moda/>>. Acesso em: 29 de mar. de 2024.

Desafios:

Existem 2 grandes desafios nesse tema, sendo eles: o enraizamento do hábito nas grandes companhias de avaliar e contratar fornecedores não somente pelos valores e qualidade dos produtos vendidos, mas também pela ética e sustentabilidade nas fábricas, que se relaciona diretamente com o que é recomendado no panorama da governança corporativa. O segundo desafio levantado neste tópico, é o acompanhamento contínuo do cumprimento dessas práticas nas fábricas, devido a distância física entre o contratante e o fornecedor.

Boas Práticas - Internacional

PUMA: Realizou a eliminação progressiva de substâncias perigosas e testes de águas residuais realizados pelos nossos fornecedores de processamento por via húmida. Os testes mostram níveis de conformidade superiores a 93% para os 14 parâmetros MRSL listados na MRSL do ZDHC. A maioria dos parâmetros apresenta taxas de conformidade de 100% ou próximas de 100%. Desde 2015, aumentaram o número de testes de águas residuais de 33 para 117 fornecedores e 207 relatórios de testes, cobrindo aproximadamente 98% das nossas principais instalações de processamento por via húmida. Os resultados dos testes confirmam que os produtos químicos perigosos prioritários foram eliminados conforme planejado.

Boas Práticas - Nacional

Arezzo: Os principais materiais que compõem os calçados da linha Alme têm sua origem em fontes renováveis, reciclados e agroecológicas, como garrafas PET recicladas que se transformam em fios que dão origem a tecidos utilizados nos tênis e cadarços, EVA Verde utilizado nas palmilhas e solas e lã 100% brasileira de ovelhas criadas soltas nas fazendas no Rio Grande do Sul. O adesivo usado no processo de montagem da Alme é à base d'água, as etiquetas utilizadas nos tênis são feitas em papel certificado FSC (Forestry Stewardship Council) e recebem acabamento de látex para garantir durabilidade. Além de ter aderido ao Programa ABVTEX (Associação Brasileira do Varejo Têxtil), voltado à certificação externa de toda a rede de fornecedores, por meio de auditorias realizadas pela ABVTEX, com base em seu checklist de conformidade em relação à legislação e às boas práticas socioambientais.

Temas Ambientais Relevantes

Panorama + Desafios + Boas Práticas

Os temas ambientais representam um conjunto de preocupações relacionadas aos impactos das atividades humanas no meio ambiente, abrangendo questões como poluição do ar, da água e do solo, desmatamento, perda de biodiversidade, mudanças climáticas e esgotamento de recursos naturais. No contexto do Setor da Moda, esses temas desempenham um papel crucial devido à natureza intensiva em recursos e ao impacto significativo que a indústria tem sobre o meio ambiente.

Um dos maiores desafios ambientais enfrentados pela indústria têxtil é o uso excessivo de recursos naturais, como água e energia. Desde o cultivo de fibras até os processos de tingimento e acabamento, a demanda por esses recursos é enorme, contribuindo para a escassez de água e a emissão de gases de efeito estufa. Além disso, o descarte inadequado de produtos químicos utilizados no processo produtivo pode contaminar solos e recursos hídricos, prejudicando ecossistemas locais e a saúde humana.

Outra questão importante é o volume alarmante de resíduos gerados pela indústria têxtil. A produção em massa, combinada com padrões de consumo rápido e descarte frequente, resulta em toneladas de roupas descartadas em aterros sanitários a cada ano. Essa prática não apenas contribui para a poluição do solo, mas também representa uma perda significativa de recursos valiosos que poderiam ser reciclados ou reutilizados.

Felizmente, à medida que a conscientização sobre esses problemas cresce, surgem oportunidades para a transformação e a inovação no Setor da Moda. No entanto, é crucial que essas iniciativas sejam acompanhadas por uma mudança de mentalidade por parte dos consumidores. A conscientização sobre os impactos ambientais da indústria têxtil pode incentivar escolhas mais sustentáveis de compra e promover uma cultura de consumo consciente e responsável.

Emissões e Mudanças Climáticas



Panorama:

O tema de emissões e mudanças climáticas é crucial no Setor da Moda em razão das altas emissões de gases de efeito estufa ao longo da cadeia de produção têxtil que contribuem significativamente para as mudanças climáticas. A redução das emissões pode levar a ganhos de eficiência operacional e redução de custos, portanto, abordar esse tema é essencial para promover práticas sustentáveis e garantir a resiliência do Setor da Moda no longo prazo.

As emissões de gases de efeito estufa (GEE) têm uma relação direta com as mudanças climáticas ao criar e intensificar um efeito de estufa na Terra, causado por sua capacidade de reter o calor, o qual culmina no aumento da temperatura média da superfície terrestre, logo, por tal relação, é evidenciado que o setor de moda tem que aderir produções de roupas sustentáveis nesse cenário para atuar contra as mudanças climáticas, já que segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), o setor da moda é responsável por 10% das emissões globais de carbono, sendo apontado como um dos grandes poluidores ambientais do planeta¹².

Pelo fato de parte da produção têxtil ser baseada no uso de combustíveis fósseis, o setor da moda fica em sexto lugar no quesito de setor mais poluente do mundo em termos de emissões anuais de gases de efeito estufa (GEE) segundo o estudo The Eco Experts do grupo londrino de escritores "amigos do clima". Segundo a McKinsey & Company, o setor emite uma quantidade de gases de efeito estufa por ano próxima da quantidade de emissões que as economias da França, Alemanha e Reino Unido juntas¹³.

12 Vista o mundo em madeira, diz a ONU em sua iniciativa 'Florestas pela moda'. Nações Unidas Brasil, 18 julho de 2018. Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/81318-vista-o-mundo-em-madeira-diz-onu-em-sua-iniciativa-%E2%80%98florestas-pela-moda%E2%80%99>>. Acesso em 11 de nov. de 2023.

13 Moda é a sexta indústria mais poluente do mundo. Fashion Network, 29 de setembro de 2022. Acesso em 11 de nov. de 2023. Disponível em: <<https://br.fashionnetwork.com/news/Moda-e-a-sexta-industria-mais-poluente-do-mundo,1444037.html>>.

Reduzir as emissões de GEE é fundamental para limitar o aquecimento global e minimizar os impactos das mudanças climáticas, em razão disso, o setor de moda se comprometeu a reduzir as emissões de gases de efeito estufa em 50% e possuir um consumo de energia 100% de fontes renováveis até 2030, baseando-se no objetivo de mitigar as emissões de GEE e visando um desenvolvimento sustentável, desacelerando as previsões negativas sobre a sociedade acarretadas pelas mudanças climáticas e estabelecendo um plano de descarbonização alinhado com o Acordo de Paris que visa limitar o aumento da temperatura global. Em 2021, a ONU realizou a 26ª Conferência das Partes (COP26) sobre as Mudanças Climáticas, a qual teve como um dos assuntos discutidos, a Carta da Indústria da Moda para a Ação Climática, criada para articular o diálogo entre os 130 signatários que assinaram a carta, dispostos a trabalhar em cima da meta de reduzir suas emissões líquidas de gases de efeito estufa até 2050 e limitar o aumento da temperatura global da terra a 1,5°C a fim de combater as mudanças climáticas na indústria da moda¹⁴.

Portanto, diante das premissas apresentadas do panorama recente das emissões e mudanças climáticas do planeta, fica clara a importância de assumir a responsabilidade com o meio ambiente e adotar medidas sustentáveis que sejam menos poluentes e nocivas à natureza pelo setor da moda, a fim de evitar as consequências advindas da poluição e aquecimento global, somados a exploração e negligência ambiental. Por ser um dos maiores emissores do mundo, a adoção de boas práticas e de uma gestão de ESG eficiente pelo setor, pode ser considerado uma necessidade urgente para frear as mudanças climáticas dentro do tempo estipulado pela ONU, visando por seus valores econômicos, mas também pelos valores sociais e ambientais com capacidade de afetar toda a sociedade em conjunto.

14 Indústria da moda intensifica ambição climática durante COP26. Nações Unidas Brasil, 09 novembro de 2021. Acesso em 14 de nov. de 2023. Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/157504-ind%C3%BAstria-da-moda-intensifica-ambi%C3%A7%C3%A3o-clim%C3%A1tica-durante-cop26https://brasil.un.org/pt-br/157504-ind%C3%BAstria-da-moda-intensifica-ambi%C3%A7%C3%A3o-clim%C3%A1tica-durante-cop26>>. Acesso em: 15 de out. de 2023.

Desafios:

Realizar a mitigação das emissões de gases de efeito estufa através da otimização das operações logísticas, as tornando mais sustentáveis, utilizando-se de materiais sustentáveis com baixa pegada de carbono, adotando de padrões de produção otimizados e tecnologias limpas para reduzir o desperdício visando que a utilização de recursos fósseis são essenciais para o funcionamento da sociedade atual e para a produção de roupas novas.

Boas Práticas Internacional

Patagonia: Usam uma mistura de lã nas jaquetas e pulôveres Woolyester que combina lã reciclada pós consumo (46% da peça) com poliéster e náilon que reduz as emissões de CO₂ em 44% em comparação com a lã virgem.

Boas Práticas Nacional

RESTOQUE: Passou a integrar o The Fashion Pact, um pacto que visa limitar o impacto do setor no clima, biodiversidade e oceanos através de metas estabelecidas para 2030 e 2050. Realizou a integração de 100% das lojas híbridas, iniciada em 2021 e concluída em 2022, viabilizando o SHIP FORM STORE – envio direto da loja – o que contribui com a redução das emissões de GEE na atmosfera ao encurtar distâncias entre o cliente e o produto. Além de realizar a identificação de emissão de 65 toneladas de CO₂ em Aparecida de Goiânia e realizou a compensação através do plantio de 500 mudas de espécies nativas do cerrado por ano.

Recursos Hídricos

12 CONSUMO E
PRODUÇÃO
RESPONSÁVEIS



Panorama:

A crise hídrica mundial referente à escassez de água doce disponível no mundo é um dos temas centrais do Relatório Mundial das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento dos Recursos Hídricos que visa uma gestão consciente e sustentável dos recursos hídricos globais para evitar as consequências dessa crise global iminente, já que, segundo a Unicef (Fundo das Nações Unidas para a Infância), bilhões de pessoas no mundo não possuem acesso digno à água, saneamento e higiene¹⁵.

No cenário nacional, o Brasil possui o maior reservatório de água doce do mundo, sendo detentor de cerca de 12% de toda reserva hidrográfica do planeta, entretanto, já perdeu mais de 15% da superfície de água que possuía entre os anos de 1985 e 2020¹⁶. O Relatório da Conjuntura Recursos Hídricos de 2017, da Agência Nacional de Águas e Saneamento Básico (ANA), aponta que em dezembro de 2016, 132 cidades do Nordeste Setentrional, onde estão 1,46 milhão de habitantes, encontravam-se em colapso de abastecimento¹⁷.

No mesmo ano, a Agência de Meio Ambiente de Pernambuco, a CPRH, identificou três fábricas de jeans que despejaram água com corante no rio sem tratamento, com potencial cancerígeno em alguns deles, tornando um rio que poderia auxiliar a população na seca, impróprio para consumo¹⁸.

15 1 em cada 3 pessoas no mundo não tem acesso a água potável, dizem o UNICEF e a OMS. UNICEF, 18 junho 20199. Disponível em: <<https://www.unicef.org/brazil/comunicados-de-imprensa/1-em-cada-3-pessoas-no-mundo-nao-tem-acesso-agua-potavel-dizem-unicef-oms>>. Acesso em: 15 de out. de 2023.

16 Brasil perde 15% de superfície de água desde o começo dos anos 1990. CNN, 23/08/2021. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/brasil-perde-15-de-superficie-de-agua-desde-o-comecodo-anos-1990/>>. Acesso em: 15 de out. de 2023.

17 Brasil perde 15% de superfície de água desde o começo dos anos 1990. CNN, 23/08/2021. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/brasil-perde-15-de-superficie-de-agua-desde-o-comecodo-anos-1990/>>. Acesso em: 15 de out. de 2023.

18 Onde está a água no Brasil?. EBC. Disponível em: <<https://www.ebc.com.br/especiais-agua/agua-no-brasil/#:~:text=Cerca%20de%2012%25%20da%20disponibilidade,dos%20recursos%20h%C3%ADricos%20do%20pa%C3%ADs.>>>. Acesso em: 15 de out. de 2023.

Em 2023 a seca no Amazonas chegou a níveis preocupantes, intensificada pelo fenômeno El Niño, onde uma massa de ar quente se instala no País impedindo a formação de chuva, a passagem de frentes frias e aumento da umidade, trazendo consigo a falta de água potável e conseqüentemente a escassez de alimento para a população¹⁹.

Deste modo, é possível identificar a alta importância do manuseio sustentável dos recursos hídricos em saber gerenciar a disponibilidade e a demanda de água existente, tanto como pelo país e tanto pelo setor da moda, pois de acordo com a Ellen MacArthur Foundation, a indústria utiliza cerca de 93 bilhões de metros cúbicos de água anualmente para realizar produção têxtil, além de que, como citado anteriormente, é um grande causador da poluição da reserva de água existente através do tingimento e utilização irresponsável de produtos químicos em seus processos de fabricação²⁰.

A poluição e a má gestão dos recursos hídricos somados ao aumento da demanda populacional por água, que aumentou seis vezes no último século, resulta no aumento da pressão sobre os recursos existentes, logo, na escassez econômica da água²¹.

Assim, para minimizar os impactos ambientais da indústria sobre a água, a indústria da moda por ser a segunda que mais utiliza água no mundo, precisa adotar tecnologias e práticas de produção mais eficientes que sejam de baixa pegada hídrica, minimizando a poluição e aumentando o investimento em desenvolvimento de técnicas de produção mais sustentáveis.

19 Seca no Amazonas deixa cidades isoladas e com escassez de alimento. Amazônia Real. 22/09/2023. Disponível em: <<https://amazoniareal.com.br/seca-no-amazonas-deixa-cidades-isoladas-e-com-escassez-de-alimento/>>. Acesso em: 15 de out. de 2023.

20 A indústria da moda está usando muita água - saiba como reduzir seu consumo. Vogue, 22 de Março de 2022. Disponível em: <<https://vogue.globo.com/um-so-planeta/noticia/2021/03/industria-da-moda-esta-usando-muita-agua-saiba-como-reduzir-seu-consumo.html>>. Acesso em: 12 de out. de 2023.

21 Agências da ONU lançam Relatório Mundial sobre o Desenvolvimento dos Recursos Hídricos. ONU, 24 março 2021. Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/123077-ag%C3%A2ncias-da-onu-lan%C3%A7am-relat%C3%B3rio-mundial-sobre-o-desenvolvimento-dos-recursos-h%C3%ADdricos>>. Acesso em: 12 de out. de 2023.

Desafios:

Para desempenhar um papel significativo na conservação dos recursos hídricos e na mitigação da crise hídrica global, o setor da moda precisa visar pela qualidade de produção utilizando de materiais com menor pegada hídrica, fazendo uma melhor gestão do recurso através da reciclagem e reuso da água, adotando práticas de fabricação e tingimento mais sustentáveis, contemplando todas as etapas da produção, inclusive sua cadeia de fornecedores com valores éticos e sustentáveis, diminuindo a poluição das águas e evitando o seu desperdício a fim de exercer sua responsabilidade com o meio ambiente e a sociedade como um todo.

Boas Práticas Internacional

H&M: Possuem um acordo com a WWF para definir metas hídricas específicas (contextuais) e desenvolvem nova Estratégia para a Água para 2030. Juntos, identificaram as condições contextuais da água para mais de 1.100 dos seus fornecedores, incluindo questões como governança externa, WASH (água, saneamento e higiene), qualidade, escassez de água, inundações e eventos extremos induzidos pelo clima.

Boas Práticas Nacional

Renner: Programa Produção + Limpa, que tem como objetivo promover a gestão responsável dos recursos naturais, incluindo a água, em todas as etapas da cadeia produtiva. Certificação de 100% dos fornecedores da cadeia do jeans para reportar os dados de consumo de água de cada peça, permitindo a identificação de oportunidades de redução do consumo de água. Classificação de 40% dos pedidos de jeans entregues à Renner como de baixo consumo de água nas etapas de confecção e acabamento, poupando pelo menos 300 milhões de litros de água retirada do corpo hídrico.

Resíduos e Efluentes

6 ÁGUA POTÁVEL
E SANEAMENTO



Panorama:

No cenário brasileiro, anualmente, o setor da moda realiza um descarte de 4 milhões de toneladas por ano de resíduos têxteis, segundo Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit)²². Um volume grande de lixo assim, dependendo do seu descarte, pode resultar na contaminação de águas, solo e ar, causando impactos para o meio ambiente e para o ser humano. E isso se torna um problema quando as grandes empresas geradoras de resíduos e efluentes não aderem consciência e práticas tanto para diminuir quanto para tratar seu lixo produzido. De acordo com as Nações Unidas, menos de 20% da água do esgoto produzido é tratado ou reutilizado²³.

Esse descarte sem uma gestão responsável pode afetar a vida de animais terrestres e marinhos, ao ingerir, se intoxicar, machucar, entre outras possibilidades que colocam em risco a biodiversidade e o bem estar deles, além de que, a decomposição em locais e de formas imprópria desses resíduos, podem contribuir para o aquecimento global, na emissão de gases de efeito estufa e na qualidade da vida humana, através do contato direto com os produtos tóxicos utilizados na fabricação de roupas, ou contato indireto com esses produtos que podem acabar sendo dispersos no ar ou na água, colocando em risco a saúde da sociedade.

22 Brasil descarta mais de 4 milhões de toneladas de resíduos têxteis por ano. CNN Brasil. 03/06/2022. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/brasil-descarta-mais-de-4-milhoes-de-toneladas-de-residuos-texteis-por-ano/>>. Acesso em: 12 de out. de 2023.

23 Indústria da moda se empenha em cuidar da água em prol do ambiente. Sou de Algodão, 22 de março de 2018. Disponível em: <<https://soudealgodao.com.br/blog/industria-da-moda-se-empenha-em-cuidar-da-agua-em-prol-do-ambiente/>>. Acesso em: 12 de out. de 2023.

O panorama dos resíduos e efluentes na indústria da moda é complexo, refletindo os diversos processos envolvidos na produção de roupas e acessórios. O setor gera uma quantidade significativa de resíduos têxteis ao longo do ciclo de vida das peças, incluindo recortes de tecido, roupas defeituosas e descarte de itens fora de moda. Além disso, os efluentes químicos provenientes dos processos de tingimento e lavagem de tecidos representam uma preocupação ambiental, contendo produtos tóxicos que podem contaminar as águas e prejudicar a vida aquática. A poluição por plásticos e microplásticos, o aumento do descarte de produtos descartáveis e os desafios enfrentados pela reciclagem e reutilização de roupas adicionam camadas aos desafios ambientais do setor.

Para abordar essas questões, é necessário adotar uma abordagem holística, desde a seleção de materiais mais sustentáveis até o tratamento adequado de resíduos e efluentes. Soluções inovadoras e uma mudança de mentalidade em relação ao consumo são fundamentais para reduzir o impacto ambiental da indústria da moda e promover práticas mais sustentáveis em toda a cadeia de produção.

Portanto levando em consideração a força que a cultura da moda descartável nos últimos anos obteve na sociedade, somada a afirmação da ONU de 2019, de que a indústria da moda dobrou seu nível de produção de roupa entre 2000 e 2014 e a estimativa de que as roupas descartadas levam cerca de 200 anos para se decompor na natureza²⁴. É identificado que é necessário tomar medidas para mitigar essas consequências que causam um impacto em todo o planeta. É fundamental adotar práticas de gestão de resíduos adequadas, como a reciclagem, a compostagem e a redução do consumo de produtos descartáveis. Além disso, é importante conscientizar a população sobre a importância da responsabilidade ambiental na redução do excesso de resíduos no meio ambiente.

24 Qual é o impacto que nossas roupas causam ao meio ambiente. R7 Tecnologia e Ciência, 01/12/2021. Disponível em: <<https://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/qual-e-o-impacto-que-nossas-roupas-causam-ao-meio-ambiente-01122021>>. Acesso em: 12 de out. de 2023.

Desafios:

Incorporar práticas para reduzir o desperdício e o hiperconsumo de forma que não prejudique o setor mas que seja viável, priorizar a durabilidade e a reciclagem dos tecidos produzidos com materiais resistentes e sustentáveis que possuam uma decomposição mais rápida e menos nociva para natureza, utilizar de técnicas e produtos durante o processo de fabricação que não sejam altamente tóxicos e prejudiciais ao meio ambiente. Além de realizar o descarte dos tecidos e produtos utilizados e gerados pela fabricação têxtil de forma correta e realizando a reciclagem da maior quantidade de materiais possíveis, também expandindo o incentivo de práticas sustentáveis para toda a cadeia de venda e produção, envolvendo fornecedores, fabricantes, vendedores e consumidores.

Boas Práticas Internacional

LBRANS: Em 2021, a LBRANS foi uma das cinco empresas reconhecidas pela ZDHC por alcançar o Nível Aspiracional, o mais alto nível de sucesso, em suas Marcas a Zero programa. A classificação reflete esforços de colaboração com a ZDHC para desenvolver políticas progressivas, incluindo avaliações baseadas em perigos para dar prioridade aos produtos químicos para eliminação progressiva.

Boas Práticas Nacional

Arezzo: Oferecem o Alme Retorna, serviço de logística reversa pós consumo em que os clientes podem enviar para as lojas Alme sapatos que queiram descartar, reduziu em 16,9% o volume de materiais de embalagem e para combater a poluição dos oceanos, as marcas do grupo Reserva substituíram os plásticos usados nas embalagens das roupas vendidas pelo Seaplast, um composto de plásticos que são retirados dos oceanos e litorais do Brasil.

Economia Circular

12 CONSUMO E
PRODUÇÃO
RESPONSÁVEIS



Panorama:

A economia circular no setor da moda é um modelo econômico que visa minimizar o descarte e produção de novas roupas ao mesmo tempo que movimenta a economia por meio da sustentabilidade, mantendo os produtos, materiais e recursos por mais tempo no ciclo produtivo e incentivando o reparo, a reutilização, a reciclagem e revenda das roupas.

Este conceito inovador vem se tornando mais comum no Brasil, estando relacionado a indústria têxtil com intuito de reduzir os impactos ambientais causados pelo desperdício, pela produção desenfreada da indústria que realiza uma grande emissão de gases de efeito estufa que coopera para o aquecimento global e explora excessivamente os recursos naturais que somados ao hiper consumo de roupas da população, aumenta o uso dos recursos e acentua a poluição aumentando o nível de resíduos e efluentes descartados na natureza

De acordo com o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), o Brasil descarta cerca de R\$8 bilhões em materiais que poderiam ser reciclados por meio da economia circular²⁵, movimentando a economia do país trazendo lucro para as empresas sem a necessidade de extrair a mesma quantidade de recursos naturais que seriam utilizados para confeccionar novos produtos do zero.

Na Quarta Assembleia para o Meio Ambiente da ONU, foi criado um plano, o qual foi adotado por 170 países, que entraram em acordo na decisão de adotar a economia circular na sociedade, para conseguir alcançar um modelo de desenvolvimento sustentável e mudar os paradigmas atuais de crescimento²⁶.

25 Economia circular é muito mais do que uma moda. G1 OPET: Inovação em Rede, 30/06/2023. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pr/parana/especial-publicitario/uniopet/opet-inovacao-em-rede/noticia/2023/06/30/economia-circular-e-muito-mais-do-que-uma-moda.ghtml>>. Acesso em: 15 de out. de 2023.

26 Ministros adotam resoluções sobre economia circular e produção sustentável. ONU, 18 março 2019. Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/82658-ministros-adotam-resolu%C3%A7%C3%B5es-sobre-economia-circular-e-produ%C3%A7%C3%A3o-sustent%C3%A1vel>>. Acesso em: 15 de out. de 2023.

Dessa forma, é possível apontar que o apesar da economia circular estar se tornando real no setor de produção e ser um grande motor da economia sustentável, inclusive para o Setor da Moda, ela não possui incentivos fiscais que se destacam para promover a sua adoção e ainda há desafios que devem ser enfrentados para a efetivação desse modelo em todo o setor e na sociedade, como por exemplo, a abolição da cultura de consumo linear predominante que dá valor ao uso e descarte de roupas novas em grande volume e em curto prazo, ou seja, a cultura fast fashion que incentiva o consumo e a troca de roupas de forma ininterrupta, desvalorizando a reciclagem e a reutilização²⁷.

Também é preciso garantir que os produtos novos e reciclados utilizem de técnicas, materiais e tecnologias que contribuam para a qualidade e durabilidade das roupas e que a reciclagem seja algo viável que a indústria possa realizar sem sofrer danos.

Desafios:

A falta de investimento em tecnologia e infraestrutura adequada para realizar a reciclagem necessária para a economia circular, realizar a mudança cultural e sistêmica na sociedade que combata a ideia de consumo desnecessário de produtos novos que incentiva o aumento da produção têxtil e tornar a reciclagem, a reutilização e o descarte responsável mais ou tão lucrativo quanto, a produção de novas roupas e o consumo linear.

27 ECONOMIA CIRCULAR, O FUTURO DA MODA. Fashion Label Brasil. Disponível em: <<https://fashionlabelbrasil.com/noticias/blog/economia-circular-o-futuro-da-moda/>>. Acesso em: 15 de out. de 2023.

Boas Práticas Internacional

ADIDAS: Desde 2015, a adidas fez parceria com a organização ambiental Parley for the Oceans e utiliza o Parley Ocean Plastic como um substituto eco-inovador para o plástico virgem. Lançou o Parley Ocean Plastic nas principais categorias e introduziu a própria marca em 2020 para produtos que contêm uma determinada quantidade de Parley Ocean Plastic: Primeblue. Em 2020, produziu mais de 15 milhões de pares de sapatos contendo Parley Ocean Plastic.

Boas Práticas Nacional

Grupo Soma: Em parceria com a Enjoei, a empresa iniciou em 2018 um modelo de negócio de logística reversa para incentivar o consumo de segunda mão. Em 2020, foram coletadas e restauradas para revenda 59.700 peças do Grupo SOMA, com pequenos defeitos ou que não foram vendidas em todo o ciclo de venda. Além disso, a FARM tem uma linha upcycling desde 2016, com seis coleções que aproveitaram quase 12 mil metros de tecidos que seriam descartados, produzindo 8 mil novas peças. Por meio de uma parceria com a Retalhar, mais de 150 mil peças de roupas do Grupo SOMA ganharam vida nova, minimizando a quantidade de resíduos têxteis e promovendo a economia circular e re-aproveitamento de 40 toneladas de tecidos que seriam descartados.

Ações Estruturantes

As ações estruturantes em um benchmarking de ESG (ambiental, social e de governança) no setor da moda referem-se a medidas fundamentais e abrangentes que uma empresa pode adotar para melhorar seu desempenho em relação aos critérios ESG. Essas ações são direcionadas para a criação de uma base sólida de práticas sustentáveis e responsáveis em toda a cadeia de valor da empresa.

Essas ações estruturantes não apenas ajudam as empresas da indústria da moda a atenderem aos crescentes requisitos de sustentabilidade e responsabilidade social, mas também contribuem para a construção de uma indústria mais ética, transparente e resiliente a longo prazo, logo, uma vez abordadas as análises pertinentes à metodologia encerramos com uma reflexão sobre as ações estruturantes necessárias na perspectiva do núcleo de sustentabilidade da FDC:

Governança & Inovação

No contexto dinâmico e desafiador da indústria da moda, as empresas estão cada vez mais reconhecendo a importância da governança corporativa e da inovação como fundamentais para impulsionar a sustentabilidade em suas operações. A implementação de práticas eficazes de governança corporativa pode fornecer estruturas e diretrizes claras para garantir que as empresas atendam aos mais altos padrões éticos, sociais e ambientais em todas as suas atividades.

Uma das ações que as empresas do setor de moda podem adotar é a criação de comitês ou órgãos de governança dedicados à sustentabilidade. Esses comitês podem ser encarregados de desenvolver e monitorar políticas e estratégias relacionadas à sustentabilidade, garantindo que sejam integradas em todos os níveis da organização. Além disso, a nomeação de diretores ou gerentes de sustentabilidade também pode ajudar a garantir que a sustentabilidade seja uma prioridade estratégica em toda a empresa.

Investir em pesquisa e desenvolvimento de materiais sustentáveis é essencial. Isso inclui a exploração de alternativas ecológicas ao algodão convencional, como o algodão orgânico e o algodão reciclado, bem como o desenvolvimento de fibras sintéticas biodegradáveis e produções mais eficientes que minimizem o consumo de água, energia e recursos naturais. As empresas do setor de moda podem promover a inovação de novas tecnologias e materiais incluindo o investimento em tecidos e processos de produção inovadores que reduzem o consumo de recursos naturais, minimizam o desperdício e eliminam substâncias químicas prejudiciais.

A indústria da moda é um setor dinâmico e complexo que enfrenta desafios crescentes em termos de sustentabilidade, competitividade e inovação. Neste contexto, as empresas do setor de moda estão cada vez mais conscientes da necessidade de incorporar práticas sustentáveis em suas operações para minimizar seu impacto no meio ambiente e na sociedade. Existem várias ações estruturantes que essas empresas podem adotar para melhorar seu desempenho em relação à sustentabilidade.

Redução do desperdício e das Emissões

Começando pelo processo de design, as empresas devem adotar práticas circulares, considerando o ciclo de vida completo dos produtos desde a concepção até o descarte. Isso inclui o uso de materiais reciclados, design modular para reparação e atualização, e produtos multifuncionais e duráveis. É essencial otimizar a cadeia de suprimentos em colaboração com fornecedores, implementando práticas de produção just-in-time para reduzir o excesso de estoque e minimizar resíduos.

Investir em inovação em processos de produção é outro passo crucial. Tecnologias inovadoras podem reduzir o consumo de recursos naturais e minimizar resíduos durante a fabricação, como a adoção de fabricação digital e sistemas de reciclagem de água e energia. Conscientizar os consumidores sobre a importância da redução do desperdício na moda também é fundamental. Campanhas de conscientização e programas de reciclagem de roupas usadas podem incentivar os consumidores a prolongar a vida útil de seus produtos e descartá-los de forma responsável.

Por fim, estabelecer sistemas de monitoramento robustos para acompanhar o progresso na redução do desperdício e das emissões é crucial. As empresas devem relatar regularmente suas métricas de sustentabilidade de forma transparente, permitindo que os stakeholders avaliem seu desempenho e prestem contas por seus impactos ambientais.

Gestão de Cadeia de Fornecimento

Outra ação fundamental é a implementação de práticas de gestão responsável da cadeia de fornecimento. Isso envolve a seleção criteriosa de fornecedores que adotam padrões éticos de trabalho e respeitam o meio ambiente em suas operações. As empresas também podem estabelecer parcerias estratégicas com organizações e iniciativas que promovem a responsabilidade social e ambiental na indústria têxtil. É preciso adotar medidas para reduzir o desperdício e promover a economia circular. Isso pode incluir a implementação de programas de reciclagem de resíduos têxteis, o design de produtos duráveis e de fácil reparo, e a oferta de opções de reciclagem ou reutilização para os clientes. A transparência também desempenha um papel fundamental na promoção da sustentabilidade na indústria da moda.

As empresas devem ser transparentes sobre suas práticas de sustentabilidade, compartilhando informações sobre sua cadeia de fornecimento, suas políticas ambientais e sociais, e seus impactos no meio ambiente e na comunidade e educar os consumidores sobre a importância da moda sustentável por meio de campanhas de conscientização, etiquetagem sustentável e transparência nas informações sobre os produtos. Ao criar uma demanda por moda ética e sustentável, as empresas podem incentivar toda a indústria a adotar práticas mais responsáveis. É essencial que as empresas do setor de moda cultivem uma cultura de inovação e aprendizado contínuo, incentivando a criatividade e a experimentação em todas as áreas do negócio. Isso pode envolver a promoção de programas de treinamento e capacitação em sustentabilidade para os funcionários, bem como a criação de espaços para o compartilhamento de ideias e melhores práticas

Métricas e Indicadores

Uma ação importante é o estabelecimento de métricas e indicadores de desempenho específicos para medir o progresso em relação à sustentabilidade. Isso pode incluir a definição de metas mensuráveis e de prazo para reduzir o impacto ambiental, melhorar as condições de trabalho em toda a cadeia de fornecimento e aumentar a transparência nas operações da empresa. O uso de tecnologias inovadoras, como sistemas de rastreamento e blockchain, também pode ajudar a monitorar e relatar o desempenho sustentável de forma mais eficaz.

As ações estruturantes num geral desempenham um papel fundamental na promoção da sustentabilidade, competitividade e resiliência das empresas do setor da moda. Ao implementar práticas sólidas de governança e fomentar a inovação, as empresas podem não apenas atender às demandas dos consumidores e do mercado, mas também contribuir para um futuro mais sustentável e ético para a indústria da moda como um todo.

Este relatório destaca a importância de investir nessas áreas e destaca a necessidade contínua de pesquisa e colaboração para impulsionar o progresso e a transformação positiva no setor.



Anexos

Metodologia - Relação com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável - ODS

Os ODS foram relacionados aos panoramas dos desafios socioambientais. A relação foi estabelecida pelos pesquisadores responsáveis com base na maneira com que as próprias empresas vinculavam os temas materiais com os ODS. Foram associados somente os ODS que tinham o maior número de concordância entre todos os relatórios analisados.



Apêndice 1 - Arquivos Finais -> Benchmarking NACIONAL

| Empresa | Tipo de Relatório | Ano de Publicação | Ano Reportado | Matriz de Materialidade Consolidada | Lista de Temas | Auditoria |
|----------------------------|-------------------------------------|-------------------|---------------|-------------------------------------|---------------------------|--------------------------|
| Arezzo | Relatório Anual de Sustentabilidade | 2022 | 2021 | Não | Sim, página 39; 110-113 | Auditoria externa, KPMG. |
| C&A | Relatório Anual | 2022 | 2021 | Sim | Sim, página 3-Anexo | Auditoria Interna |
| Grupo Guarapes (Riachuelo) | Relatório de Sustentabilidade | 2022 | 2021 | Sim, página 94 | Sim, páginas 41-43 | Auditoria EY. |
| Grupo Soma + Hering | Relatório Anual | 2021 | 2020 | Sim, página 16 | Sim, páginas 17-18; 57-64 | Não |
| Instituto Renner | Relatório Anual | 2022 | 2021 | Não | Sim, páginas 25-26 | Não |
| Marisa | Página de sustentabilidade no site | - | - | - | - | - |
| Restoque | Aba no Site | - | - | - | - | - |

Tabela 7 - Benchmarking nacional

Apêndice 2 - Arquivos Finais -> Benchmarking INTERNACIONAL

| Empresa | Tipo de Relatório | Ano de Publicação | Ano Reportado | Matriz de Materialidade e Consolidada | Lista de Temas | Auditoria |
|-----------------------------------|--|-------------------|---------------|---------------------------------------|----------------|---|
| Adidas | Relatório Anual | 2021 | 2020 | Não | Sim | - |
| GAP Inc. | Relatório ESG | 2021 | 2020 | Não | Sim | Auditoria Interna e externa (ILO-IFCBetter Work and SLCP) |
| H&M Group | Relatório Anual de sustentabilidade | 2022 | 2021 | Sim | Sim | Auditoria Interna - Board of Directors and the Executive Management |
| L brands (Victoria's Secret & Co) | Relatório ESG | 2022 | 2021 | Não | Não | Auditorias internas (third-party auditor) |
| Nike | Impact Report | 2021 | 2020-2021 | Sim, página 139 | Sim | Auditoria Interna |
| Patagonia | Aba no site | - | - | - | - | - |
| PUMA | Bussiness and Sustainability Report | 2022 | 2021 | Sim | Sim | Auditoria Interna |
| PVH | Relatório de responsabilidade de corporativa | 2021 | 2020 | Não | Sim | Sim (third-party auditor) |
| SHEIN | Website sobre CSR | - | - | - | - | - |
| Uniqlo | Relatório de sustentabilidade | 2022 | 2021-2022 | Não | Sim | - |
| VF (The North Face) | Made for Change Report | 2021 | 2020 | Não | Sim | - |
| Zara | Inditex Group Annual Report | 2020 | 2020 | Sim | Sim | Auditoria Externa |

Tabela 8 - Benchmarking internacional

Apêndice 3 - Metodologia

Definição dos temas

Este relatório foi produzido a partir dos seguintes insumos: (1) Um benchmarking realizado com base nas informações divulgadas pelas empresas em suas seções de sustentabilidade nos websites e relatórios de sustentabilidade, anuais ou integrados; (2) uma revisão sistemática da literatura acerca dos contextos socioambientais e econômicos do Setor da Moda.

Seleção das empresas analisadas

Foram selecionadas empresas com base dos rankings da SBVC – Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo⁴⁷ realizado em 2022 e GLOBAL 500, relatório anual sobre as marcas globais mais valiosas e fortes do mundo de acordo com a Brand Finance⁴⁸ em 2022.



47 Ranking das 300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro 2021 SBVC. Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo . Disponível em: <<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/fashion-and-the-circular-economy-deep-dive>> . Acessado em 29 de mar. de 2024.

48 GLOBAL 500 2022. Brand Finance. Disponível em: <Disponível em: <<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/fashion-and-the-circular-economy-deep-dive>> . Acessado em 29 de mar. de 2024.> . Acessado em 29 de mar. de 2024.

Análise de Temas

Foram analisados os relatórios de sustentabilidade, anuais ou integrados (online ou PDF) mais recentes publicados até abril de 2022, considerando os mais atualizados que tratavam do contexto brasileiro ou internacional. Cada empresa teve apenas um relatório para cada um dos panoramas, internacional e nacional. A próxima etapa consiste na definição dos temas socioambientais mais relevantes para o setor, realizado a partir de uma análise dos relatórios publicados pelas empresas ou informações nos websites.

Os temas foram classificados de acordo com sua frequência encontrada nos relatórios analisados. Foram classificados os drivers competitivos, que são as razões pelas quais os temas são mais ou menos relevantes para a empresa, e as ações estruturantes, que são as atividades necessárias para melhorar o desempenho social e ambiental de um tema.

Os temas com maiores frequências foram classificados como materiais, enquanto temas com frequência média foram considerados emergentes. Os temas não são escolhidos tendo em vista a média absoluta, mas sim a relação com as frequências das médias de outros desafios no mesmo cenário, como é possível verificar nas tabelas a seguir.

Frequência de Temas Nacionais

| Temas Nacionais | Frequência do tema encontrada nos relatórios analisados |
|--|---|
| Sustentabilidade na Cadeia de Fornecedores | 8 |
| Resíduos e Efluentes | 7 |
| Diversidade e Igualdade | 6 |
| Impactos na Comunidade | 6 |
| Direitos Humanos e Condições de Trabalho | 5 |
| Governança Corporativa | 4 |
| Recursos Hídricos | 4 |
| Economia Circular | 3 |
| Emissões e Mudanças Climáticas | 3 |
| Biodiversidade | 2 |

Tabela 9 - Frequência de citações dos temas nacionais nos relatórios das empresas

Frequência de Temas Internacionais

| Temas Internacionais | Frequência do tema encontrada nos relatórios analisados |
|--|---|
| Direitos Humanos e Condições de trabalho | 21 |
| Gestão da Sustentabilidade na Cadeia de Fornecedores | 19 |
| Ecoeficiência | 17 |
| Ética, Transparência e Integridade | 17 |
| Diversidade e Igualdade | 15 |
| Eficiência Operacional | 15 |
| Resíduos e Efluentes | 14 |
| Atração e Retenção de Talentos | 12 |
| Impactos Socioeconômicos na Comunidade | 12 |
| Saúde e Segurança Ocupacional | 11 |

Tabela 10 - Frequência de citações dos temas internacionais nos relatórios das empresas

Drivers Competitivos no Cenário Nacional

| Drivers Competitivos – Nacionais | Frequência do tema encontrada nos relatórios analisados |
|----------------------------------|---|
| Governança Corporativa | 4 |
| Atração e Retenção de Talentos | 1 |
| Satisfação dos Clientes | 1 |
| Desempenho Econômico | 0 |

Tabela 11 - Classificação dos drivers competitivos no cenário nacional

Drivers Competitivos no Cenário Internacional

| Drivers Competitivos – Internacionais | Frequência do tema encontrada nos relatórios analisados |
|--|---|
| Atração e Retenção de Talentos | 12 |
| Governança Corporativa | 6 |
| Satisfação dos Clientes | 5 |
| Sustentabilidade na Cadeia de Fornecedores | 4 |
| Consumo Consciente | 3 |
| Desempenho Econômico | 1 |
| Participação no Mercado | 1 |

Tabela 12 - Classificação dos drivers competitivos no cenário internacional

Ações Estruturantes no Cenário Nacional

| Ações Estruturantes – Nacionais | Frequência do tema encontrada nos relatórios analisados |
|--|---|
| Sustentabilidade na Cadeia de Fornecedores | 8 |
| Ecoeficiência | 2 |
| Gestão de Risco Socioambiental | 2 |
| Segurança da Informação | 1 |
| Tecnologia da Informação | 0 |

Tabela 13 - Classificação das ações estruturantes no cenário nacional

Ações Estruturantes no Cenário Internacional

| Ações Estruturantes – Internacionais | Frequência do tema encontrada nos relatórios analisados |
|--|---|
| Gestão da Sustentabilidade na Cadeia de Fornecedores | 19 |
| Ecoeficiência | 17 |
| Portfólio | 9 |
| Estratégia Fiscal | 4 |
| Gestão de Risco Operacional | 4 |
| Gestão de Risco Socioambiental | 4 |
| Segurança da Informação | 4 |
| Inovação | 3 |
| Gestão de Risco de Mercado | 1 |

Tabela 14 - Classificação das ações estruturantes no cenário internacional

Apêndice 4 - Coordenada das Matrizes

As colunas x e y de “Coordenadas Matrizes” foram preenchidas com base na média das coordenadas das matrizes existentes disponibilizadas pelas empresas. A metodologia de hierarquização foi desenvolvida a partir de uma análise dos desenhos das matrizes disponíveis no relatório.

Para aumentar a representatividade da matriz, foi usado o número de citações também. Para que não houvesse informação duplicada, foram tiradas as empresas que já haviam sido contabilizadas nas duas primeiras colunas.

Devido a maior relevância das coordenadas das matrizes (em relação às citações), foi feita uma média ponderada (PESO 3 PARA MATRIZES E PESO 1 PARA CITAÇÕES). Para normatizar a média em eixos 9x9, dividimos 9 pelos maiores valores de x e y e multiplicamos cada coordenada por esse valor.

Os eixos foram caracterizados em três partes:

- 1 a 3 – baixa relevância;
- 4 a 6 - média relevância;
- 7 a 9 – alta relevância.



Coordenadas da matriz de materialidade internacional

| Temas | Média das matrizes | | Citações fora da matriz | | Média ponderada | | Normatização | |
|--|--------------------|------|-------------------------|----|-----------------|------|--------------|------|
| | x | y | x | y | x | y | x | y |
| Direitos Humanos e Condições de trabalho | 5,62 | 7,03 | 12 | 12 | 7,22 | 8,27 | 9 | 9 |
| Diversidade e Igualdade | 6,1 | 5,78 | 10 | 10 | 7,08 | 6,83 | 8,83 | 7,44 |
| Ética, Transparência e Integridade | 6,17 | 3,72 | 8 | 8 | 6,63 | 4,79 | 8,26 | 5,21 |
| Impactos Socioeconômicos na Comunidade | 3,04 | 2,28 | 6 | 6 | 3,78 | 3,21 | 4,71 | 3,49 |
| Saúde e Segurança Ocupacional | 4,03 | 3,17 | 6 | 6 | 4,52 | 3,88 | 5,64 | 4,22 |
| Resíduos e Efluentes | 3,49 | 4,41 | 7 | 7 | 4,37 | 5,06 | 5,45 | 5,51 |
| Biodiversidade | 3,48 | 3,63 | 3 | 3 | 3,36 | 3,47 | 4,19 | 3,78 |
| Economia Circular | 1,9 | 2,45 | 4 | 4 | 2,43 | 2,84 | 3,02 | 3,09 |
| Emissões e Mudanças Climáticas | 5,05 | 6,34 | 7 | 7 | 5,54 | 6,5 | 6,91 | 7,08 |
| Recursos Hídricos | 3,88 | 4,1 | 8 | 8 | 4,91 | 5,08 | 6,12 | 5,52 |

Tabela 15 - Coordenadas da matriz de materialidade internacional

Coordenadas da matriz de materialidade nacional

| Temas | Média das matrizes | | Citações fora da matriz | | Média ponderada | | Normatização | |
|--|--------------------|------|-------------------------|---|-----------------|------|--------------|------|
| | x | y | x | y | x | y | x | y |
| Sustentabilidade na Cadeia de Fornecedores | 4,48 | 4,38 | 3 | 3 | 5,48 | 5,38 | 5,86 | 6,02 |
| Resíduos e Efluentes | 5,98 | 5,71 | 2 | 2 | 6,64 | 6,38 | 7,1 | 7,15 |
| Diversidade e Igualdade | 5,77 | 6,13 | 3 | 3 | 6,77 | 7,13 | 7,24 | 7,99 |
| Impactos na Comunidade | 3,73 | 4,47 | 4 | 4 | 5,07 | 5,8 | 5,42 | 6,5 |
| Saúde e Segurança Ocupacional | 3,77 | 5,23 | 2 | 2 | 4,43 | 5,9 | 4,74 | 6,61 |
| Direitos Humanos e Condições de Trabalho | 7,42 | 7,03 | 3 | 3 | 8,42 | 8,03 | 9 | 9 |
| Recursos Hídricos | 4,1 | 4,33 | 2 | 2 | 4,77 | 5 | 5,1 | 5,6 |
| Governança Corporativa | 6,72 | 5,85 | 2 | 2 | 7,38 | 6,52 | 7,9 | 7,3 |
| Emissões e Mudanças Climáticas | 5,93 | 5,9 | 1 | 1 | 6,27 | 6,23 | 6,7 | 6,98 |
| Economia Circular | 5,3 | 6,27 | 0 | 0 | 5,3 | 6,27 | 5,67 | 7,02 |

Tabela 16 - Coordenadas da matriz de materialidade nacional

Apêndice 5 - Pontuação das Empresas

As pontuações dos temas materiais foram dadas a partir da análise das informações disponibilizadas pelas empresas nos seus Relatórios de Sustentabilidade. As empresas que não apresentavam esse tipo de documento para divulgação das práticas e iniciativas foram avaliadas por meio de seus websites ou Política de Responsabilidade Social (PRSA).

Para cada tema material, é dada uma nota que varia entre 0 e 6, de acordo com os critérios delimitados abaixo. Por meio das pontuações das empresas, são construídos os gráficos de desempenho do setor. Os temas emergentes não são pontuados, uma vez que se entende que não estão consolidados o suficiente no setor para que sejam analisados de forma justa.

No entanto, melhores práticas de temas emergentes são divulgadas a fim de orientar empresas que desejam se destacar na gestão de temas que terão maior proeminência no futuro.

A análise de cada cenário foi realizada por pelo menos dois pesquisadores. Após as análises terem sido finalizadas, os resultados encontrados foram comparados. Em caso de divergência, a base de dados era retomada para verificação e definição conjunta. Essa metodologia é conhecida no mundo acadêmico como interrater agreement.



As melhores práticas são escolhidas a partir de ações inovadoras dentro da realidade do setor e/ou que tenham resultados significativos.

Os critérios de pontuação são os seguintes:

- Pontuação 0: Não há referência sobre o desafio;
- Pontuação 1: A empresa aborda o desafio em seu website (aba de sustentabilidade, não inclui notícias ou outras publicações), PRSA ou relatório;
- Pontuação 2: A empresa aborda o desafio em seu relatório e apresenta dados;
- Pontuação 3: A empresa aborda o desafio em seu relatório e apresenta histórico de indicadores de desempenho;
- Pontuação 4: A empresa aborda o desafio em seu relatório, apresenta histórico de indicadores de desempenho e possui melhoria de desempenho com relação ao tema ou a empresa aborda o desafio em seu relatório de sustentabilidade, apresenta indicadores de desempenho, e possui metas estratégicas, mas os indicadores reportam que não houve melhorias relacionadas ao tema;
- Pontuação 5: A empresa aborda o desafio em seu relatório, apresenta indicadores de desempenho, apresenta melhoria de desempenho e possui metas estratégicas com relação ao tema;
- Pontuação 6: A empresa aborda o desafio em seu relatório, apresenta indicadores de desempenho, possui metas estratégicas e apresenta o melhor e mais relevante desempenho do setor em relação ao tema.

Ficha Técnica

SPITZECK, H; PONTE, A.; MORAIS, B; BASTOS, B; GODDARD, I; CORNELIO, K. (2024) Relatório de Benchmarking de Sustentabilidade no Setor da Moda, Fundação Dom Cabral, Nova Lima.



FDC

Para ser relevante.