

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA



MONOGRAFIA DE FINAL DE CURSO

A MODA SUSTENTÁVEL E SEU IMPACTO NA ECONOMIA

Ana Carolina Valadão de Assis

No de matrícula: 2020756

Orientador: Sérgio Besserman Vianna

Rio de Janeiro, novembro de 2024

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA



MONOGRAFIA DE FINAL DE CURSO

A MODA SUSTENTÁVEL E SEU IMPACTO NA ECONOMIA

Ana Carolina Valadão de Assis

No de matrícula: 2020756

Orientador: Sergio Besserman Vianna

Rio de Janeiro, novembro de 2024

"Declaro que o presente trabalho é de minha autoria e que não recorri para realizá-lo, a nenhuma forma de ajuda externa, exceto quando autorizado pelo professor tutor".

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer ao meu orientador, Sérgio Besserman, pelas conversas, ideias e conselhos durante este projeto. Obrigada, foi uma honra tê-lo como orientador e sua orientação foi essencial para o desenvolvimento desta monografia.

Gostaria também de expressar minha gratidão aos amigos que fiz durante o curso, que compartilharam dos mesmos desafios, mas também das risadas e bons momentos que vivemos juntos. Vocês tornaram esses anos muito especiais. Além disso, agradeço aos meus amigos de longa data, aqueles que me acompanham desde o início da escola, torcendo por mim e me apoiando em todos os momentos. Estou sempre na torcida por cada um de vocês.

Por fim, gostaria de agradecer à minha família pelo apoio durante toda a minha jornada acadêmica. Um agradecimento especial à minha avó, por estar ao meu lado nos momentos mais desafiadores; aos meus irmãos, por tornarem tudo mais leve; ao meu pai, por me incentivar a seguir meus sonhos; e à minha mãe, por ser meu exemplo de dedicação e inspiração.

RESUMO

A presente monografia explora o impacto da moda sustentável na economia global, destacando as oportunidades e desafios que o setor apresenta. Com o aumento da conscientização sobre questões ambientais, a moda de *second-hand* (segunda mão), tem se destacado como uma alternativa sustentável e econômica ao consumo tradicional. Este trabalho investiga como a economia comportamental e a mudança nos padrões de consumo estão remodelando as dinâmicas do mercado de moda.

A pesquisa utiliza uma abordagem qualitativa, através da análise de importantes empresas do mercado de moda de segunda mão e de artigos e bibliografias relevantes. Os resultados pretendidos incluem a compreensão das motivações dos consumidores, que são impulsionados não apenas por preocupações ambientais, mas também pela busca por peças exclusivas e de qualidade a preços acessíveis.

O estudo também aborda os desafios enfrentados pela indústria da moda sustentável, como a resistência à mudança e a falta de regulamentação. No entanto, destaca as oportunidades significativas, como a criação de novos empregos e o estímulo à inovação em setores relacionados, como a reciclagem têxtil e o *upcycling*.

Além disso, essa monografia analisa o papel das plataformas online C2C, que facilitam a compra e venda de roupas usadas, prolongando a vida útil das peças e oferecendo opções mais acessíveis para os consumidores. A influência de celebridades e formadores de opinião tem sido crucial na normalização e glamourização do consumo de moda sustentável, contribuindo para a mudança de percepção e aceitação desse mercado.

Por fim, essa monografia conclui que a moda sustentável não apenas representa uma resposta às preocupações ambientais, mas também oferece um modelo de negócio viável que promove a sustentabilidade econômica e social e que tem grande impacto na economia global. A transição para práticas de consumo mais responsáveis pode redefinir o futuro da indústria da moda, tornando o consumo consciente com uma economia circular e sustentável.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	7
2 Motivação.....	8
3 Métodos.....	9
4 Resultados Pretendidos.....	10
5 Fontes de dados.....	11
6 Revisão da Literatura.....	12
6.1 Conceitos Chaves.....	12
6.1.1 Fast Fashion.....	12
6.1.2 Slow Fashion.....	12
6.1.3 Second Hand.....	13
6.1.5 Upcycling.....	14
7 Impactos Negativos da Indústria da Moda e a Sustentabilidade.....	15
7.2 Os Impactos Negativos da Indústria da Moda.....	16
7.3 Diferença do Impacto do <i>fast fashion</i> x <i>slow fashion</i> na Sustentabilidade.....	18
8 O Crescimento do Mercado de Second-Hand.....	21
8.1 Desafios e Oportunidades.....	21
9 Economia comportamental: a mudança nos hábitos de consumo.....	23
9.1 Fundamentos da Economia Comportamental Aplicados à Moda Sustentável.....	23
9.1.1 Viés do Status Quo.....	23
9.1.2 Efeito de Ancoragem.....	24
9.1.3 Normas Sociais.....	24
9.2 A Evolução do Estigma: de Preconceito à aceitação.....	24
9.2.1 Fatores que contribuíram para a mudança de percepção.....	24
9.3 O Papel do Efeito Manada na Adoção de Práticas Sustentáveis.....	25
9.3.1 Manifestações do Efeito Manada na Moda Sustentável.....	25
9.4 Nudges e Arquitetura de Escolha na Promoção da Moda Sustentável.....	26
9.5 Desafios e Oportunidades Futuras.....	26
9.6 Conclusão do Capítulo.....	26
10 Estudos de caso: Impactos Econômicos Da Moda Circular.....	28
10.1 Introdução ao Estudo.....	28
10.1 Case: Enjoei.....	28
10.2 Case: Peça Rara.....	30
10.4 Outros Cases e Crescimento do Setor.....	31
11 Conclusão.....	34
12 Bibliografia.....	36

INTRODUÇÃO

A cada ano, observamos o aumento do impacto da intervenção humana na natureza. As mudanças climáticas são realidade e os desafios para reversão da situação atual em que vivemos são cada vez maiores.

Tendo isso em vista, é perceptível a mudança de comportamento de uma parcela da sociedade em prol do consumo e desenvolvimento sustentável. O mercado da moda de segunda mão, também conhecido como *second-hand* ou *thrift*, vem ganhando cada vez mais destaque globalmente, não apenas como uma opção econômica, mas também como uma escolha sustentável e consciente. Originado nos mercados de brechós, o conceito de moda de segunda mão tem suas raízes na ideia de reutilização e reciclagem, promovendo um estilo de vida mais sustentável. Esse crescimento exponencial deverá representar 10% do mercado da moda a nível mundial até 2025, segundo dados de pesquisa.

Nesse contexto, a moda sustentável surgiu como uma resposta crucial aos desafios contemporâneos e ambientais enfrentados pelo setor, refletindo não apenas uma mudança nas preferências dos consumidores, mas também uma redefinição dos valores e práticas da indústria. Indústria essa que é responsável por entre 2% a 8% de todas as emissões de globais de carbono, segundo a ONU, além dos seus impactos indiretos, que também serão abordados nesse trabalho.

Esse trabalho monográfico busca explorar o fenômeno da moda sustentável e seu impacto na economia global. Ao examinar as interseções entre sustentabilidade, moda e economia, pretendo analisar a importância das mudanças e dos impactos crescentes do surgimento desse novo mercado para o meio ambiente e para a economia. Será analisado como esse novo formato de consumo está remodelando as dinâmicas de mercado dentro do setor.

2 MOTIVAÇÃO

A moda sustentável e seu impacto na economia não apenas refletem uma mudança de paradigma na indústria da moda, mas também apresentam implicações significativas para a pesquisa econômica. A crescente conscientização sobre os desafios ambientais e sociais enfrentados pela produção convencional de moda tem impulsionado uma demanda cada vez maior por práticas mais sustentáveis e éticas na indústria. Isso não só está transformando a maneira como consumimos moda, mas também está remodelando os modelos de negócios, cadeias de suprimentos e dinâmicas de mercado dentro do setor. O impacto fica bem claro ao observar dados econômicos, uma vez que o mercado mundial de vestuário em segunda mão deverá atingir 350 mil milhões de dólares (cerca de 325 mil milhões de euros) até 2028. Em 2023, a venda em segunda mão cresceu 15 vezes mais depressa do que o setor de vestuário tradicional, sendo que a opção online registou um crescimento de 23% ao longo do ano, naquela que será uma “mudança sísmica” para o setor, segundo dados revelados por um novo estudo produzido pela empresa de estudos de mercado GlobalData.

A moda sustentável não é apenas uma resposta à crescente preocupação com questões ambientais, mas também representa uma oportunidade econômica significativa. O mercado da moda de segunda mão é um setor totalmente novo que está impulsionando a inovação, criando novas oportunidades de emprego e estimulando o crescimento de setores relacionados, como a reciclagem têxtil e o *upcycling* (processo de reutilização de peças que seriam descartadas na transformação de novas diferentes das inicialmente comercializadas).

Portanto, analisar o impacto da moda sustentável na economia é crucial para entender as oportunidades e desafios que ela apresenta para o crescimento econômico e a sustentabilidade a longo prazo. Esta monografia não apenas fornecerá dados importantes para a indústria da moda, ambientalista e os formuladores de políticas, mas também contribuirá para um entendimento da mudança comportamental da sociedade atual

3 MÉTODOS

O estudo será feito a partir de pesquisa qualitativa, envolvendo a análise de importantes empresas do mercado da moda de segunda mão em ascensão, incluindo empresa listada na bolsa de valores. Além de análise documental, isto é, revisão e análise de documentos corporativos, relatórios de sustentabilidade, artigos acadêmicos e bibliografias relevantes para o estudo em questão. Esta análise permitirá identificar padrões e tendências no setor, além de fornecer uma base teórica sólida para interpretar os dados qualitativos. A revisão de literatura também ajudará a contextualizar os achados dentro do panorama global da moda sustentável.

A escolha das empresas analisadas será baseada em critérios como relevância no mercado, inovação em práticas sustentáveis e impacto econômico. A seleção buscará representar uma diversidade de modelos de negócios e estratégias adotadas no setor.

4 RESULTADOS PRETENDIDOS

O trabalho abordará uma análise abrangente da moda sustentável no contexto em que vivemos hoje como um dos ingredientes de um desafio climático histórico. Além da identificação dos desafios e oportunidades enfrentados pela indústria da moda no surgimento desse novo setor mais sustentável. Ademais, a investigação dos impactos econômicos diretos e indiretos associados a esse campo.

5 FONTES DE DADOS

Os dados são provenientes de publicações acadêmicas, artigos acadêmicos, matérias e dados acerca do tema. Dessa forma, serão utilizados relatórios de organizações internacionais e governamentais sobre sustentabilidade e desenvolvimento, relatórios da indústria, formulários de referência de empresas abertas e dados do mercado financeiro que revelem o desempenho de empresas relacionadas com o campo de estudo.

6 REVISÃO DA LITERATURA

6.1 Conceitos Chaves

A moda sustentável surgiu como uma resposta crucial aos desafios ambientais e sociais contemporâneos enfrentados pelo setor de vestuário. À medida que os consumidores se tornam mais conscientes dos impactos negativos da moda rápida, que promove a produção em massa e o consumo excessivo de roupas - prática conhecida como *fast fashion* - surge uma demanda crescente por práticas mais éticas e sustentáveis.

6.1.1 Fast Fashion

O *fast fashion* é um modelo de negócios que se baseia na produção rápida de roupas inspiradas nas últimas tendências de moda. Surgido nas últimas décadas, o *fast fashion* revolucionou a indústria ao oferecer produtos acessíveis e frequentemente descartáveis para consumidores ávidos por novidades constantes.

Apesar de sua popularidade e acessibilidade, tem sido criticado por seu impacto ambiental significativo. A produção em massa de roupas de baixo custo contribui para o consumo excessivo de recursos naturais, poluição hídrica e geração de resíduos têxteis. Além disso, práticas de trabalho desumanas e condições precárias de trabalho são frequentemente associadas ao modelo, destacando suas consequências sociais negativas (STERN, 2007).

6.1.2 Slow Fashion

O *slow fashion* é uma abordagem oposta ao Fast Fashion, enfatizando a qualidade sobre a quantidade, a ética na produção e o respeito pelo meio ambiente. Surgido como uma resposta à crise ambiental e social da moda rápida, o *slow fashion* promove práticas de consumo mais conscientes e sustentáveis, valorizando a durabilidade e o design atemporal.

Apoia sistemas de produção locais, métodos artesanais e materiais sustentáveis, reduzindo significativamente o impacto ambiental da moda. Ao incentivar o consumo consciente e a transparência na cadeia de suprimentos, o *slow fashion* promove uma indústria mais justa e responsável, beneficiando tanto o meio ambiente quanto as comunidades locais

6.1.3 Second Hand

O conceito de *second hand* na moda sustentável refere-se à prática de compra e venda de roupas usadas como uma alternativa ao consumo de moda convencional. Surgido inicialmente como uma necessidade econômica, o *second hand* ganhou destaque como uma escolha consciente e sustentável entre os consumidores preocupados com o meio ambiente. Esta prática promove a reutilização de peças de vestuário, prolongando sua vida útil e reduzindo o desperdício têxtil.

Os mercados de brechós, onde peças de segunda mão são vendidas, existem há décadas, oferecendo uma alternativa acessível à moda convencional. No entanto, o conceito ganhou nova vida e visibilidade com o crescimento da preocupação ambiental e o movimento em direção ao consumo consciente nas últimas décadas. Organizações sem fins lucrativos, como o Goodwill Industries International, fundado em 1902 nos Estados Unidos, foram pioneiras na criação de redes de lojas de segunda mão para beneficiar comunidades locais e promover a reutilização de roupas.

Empresas como a ThredUp, fundada em 2009, e a Vestiaire Collective, estabelecida em 2009 na França, são exemplos de plataformas online que revolucionaram o mercado de Second Hand ao oferecer uma experiência de compra conveniente e confiável para consumidores globalmente. A ThredUp, por exemplo, implementou tecnologias avançadas para classificação automatizada de roupas usadas, melhorando a eficiência e a escala de suas operações. Isso não apenas ampliou o acesso ao *second hand*, mas também reforçou a percepção de que moda sustentável pode ser moderna, acessível e alinhada com as tendências contemporâneas.

No Brasil, grandes redes como o Brechó Capricho à Toa, em São Paulo, e o Enjoei, plataforma online criada em 2009, são exemplos de como o mercado de *second hand* se estabeleceu no país. Além dos brechós tradicionais, o Brasil também viu o crescimento de plataformas online dedicadas, como o Repassa e o TROC, que facilitam a compra e venda de roupas usadas de forma segura e conveniente. Essas plataformas não apenas promovem o consumo sustentável, mas também educam os consumidores sobre os benefícios ambientais e econômicos de adotar práticas de compra conscientes.

Além de proporcionar uma alternativa econômica ao consumidor, o movimento tem um impacto significativo na redução do desperdício têxtil e na diminuição da pegada ambiental da moda. Estima-se que a reutilização de roupas pode reduzir as emissões de carbono em comparação com a produção de novas peças. Socialmente esse novo mercado cria oportunidades de emprego e sustento para muitos, especialmente em comunidades onde o acesso a roupas novas pode ser limitado.

O conceito de *second hand* na moda sustentável não apenas transformou o mercado de vestuário, mas também desafiou as normas tradicionais de consumo rápido.

6.1.4 Consumo Verde na Moda

O consumo verde na moda sustentável refere-se à escolha de produtos e práticas que minimizam o impacto ambiental ao longo de seu ciclo de vida. Isso inclui o uso de materiais orgânicos, processos de produção sustentáveis e a preferência por marcas e produtos que adotam práticas éticas e transparentes.

O consumo verde promove a economia circular na moda, onde recursos são mantidos em uso por mais tempo através da reciclagem, reutilização e redução do desperdício. Ao optar por produtos verdes, os consumidores podem influenciar positivamente as práticas da indústria da moda, incentivando a inovação sustentável e a responsabilidade ambiental.

6.1.5 Upcycling

O *upcycling* na moda sustentável envolve o processo criativo de transformar materiais descartados ou peças de vestuário usadas em novos produtos de maior valor e qualidade. Diferente da reciclagem tradicional, que “quebra materiais” para criar novos produtos, o *upcycling* preserva a integridade dos materiais originais, promovendo a reutilização criativa e o design inovador na moda.

Esse processo oferece uma alternativa sustentável ao modelo de produção linear da moda, onde recursos são extraídos, transformados em produtos e eventualmente descartados. Ao minimizar o desperdício e prolongar o ciclo de vida dos materiais, reduz o impacto ambiental da indústria da moda, ao mesmo tempo em que promove a valorização de técnicas artesanais e métodos de produção éticos.

7 IMPACTOS NEGATIVOS DA INDÚSTRIA DA MODA E A SUSTENTABILIDADE

A indústria da moda, um dos setores mais dinâmicos e influentes da economia global, enfrenta atualmente grandes desafios relacionados à sustentabilidade. Reconhecida por seu impacto expressivo no meio ambiente, esta indústria contribui significativamente para a poluição e a degradação dos recursos naturais. Neste capítulo, abordaremos os impactos negativos da moda no ambiente, com um foco especial na poluição, e discutiremos como as práticas sustentáveis podem mitigar esses efeitos.

7.1 A Poluição: Cenário Atual

Neste contexto, a palestra de Johan Rockström, "Let the environment guide our development", oferece uma perspectiva vital sobre a necessidade urgente de alinhar o desenvolvimento econômico com os limites planetário para garantir um futuro sustentável. Ele argumenta que a humanidade está em um ponto crítico, onde as atividades humanas estão empurrando o planeta além dos limites seguros, ameaçando sistemas fundamentais que sustentam a vida na Terra. Estamos consumindo os recursos do planeta a uma velocidade maior do que ele consegue reabastecê-los, comprometendo a sua capacidade de nos fornecer tudo o que precisamos.

Rockström apresenta o conceito de "limites planetários", que são nove limites críticos que mantêm a estabilidade e resiliência do sistema terrestre. Esses incluem mudanças climáticas, perda de biodiversidade, ciclo do nitrogênio e fósforo, uso da terra, entre outros. Ultrapassar esses limites pode levar a mudanças ambientais catastróficas.

A palestra enfatiza a necessidade de incorporar esses limites no planejamento do desenvolvimento econômico e social. Rockström sugere que devemos reavaliar nossos sistemas de produção e consumo para operar dentro dos limites ecológicos, promovendo um desenvolvimento que não comprometa a capacidade de sustentar gerações futuras.

Ele destaca soluções inovadoras e mudanças no estilo de vida que podem ajudar a manter os processos planetários dentro de limites seguros. Isso inclui investimentos em energia renovável, agricultura sustentável, e políticas que incentivem a conservação e restauração de ecossistemas naturais.

Essa perspectiva pode ser aplicada ao contexto da moda, sugerindo a necessidade de uma transformação estrutural na maneira como produzimos e consumimos roupas.

Nesse contexto, exploraremos as formas pelas quais a indústria da moda pode adotar práticas mais sustentáveis operando dentro dos limites ambientais. Continuaremos a discutir estratégias tais como o uso de materiais sustentáveis e o incentivo a modelos de negócio circulares, que buscam minimizar o desperdício e maximizar o uso eficiente dos recursos.

Ademais, dois artigos fazem alertas e discutem a ideia de que a humanidade está enfrentando uma emergência climática, que requer ações urgentes e abrangentes para evitar consequências catastróficas. O primeiro deles é o artigo “The 2024 state of the climate report: Perilous times on planet Earth” da *BioScience* e o outro é um do *The Guardian* intitulado “Earth's vital signs show humanity's future in balance, say climate experts”. Os cientistas destacam que vários indicadores ambientais críticos, como o aumento das temperaturas globais, a redução das calotas polares e o desmatamento, estão atingindo níveis preocupantes.

Os pesquisadores enfatizam que os eventos climáticos extremos, como incêndios florestais, ondas de calor e inundações, estão se tornando mais frequentes e intensos, impactando ecossistemas e comunidades em todo o mundo. Além disso, o artigo menciona que a biodiversidade está sob ameaça significativa, com muitas espécies enfrentando um risco crescente de extinção.

Os especialistas defendem ações urgentes e coordenadas para reduzir as emissões de gases de efeito estufa e proteger os ecossistemas naturais. Eles alertam que continuar no caminho atual pode levar a consequências irreversíveis para o planeta e para a vida humana.

Em resumo, o artigo serve como um apelo à ação, instando governos, empresas e indivíduos a reconhecerem a gravidade da situação e a tomarem medidas concretas para mitigar as mudanças climáticas e seus impactos devastadores.

Esse artigo nos comprova mais uma vez como estamos em uma situação emergencial em que cada mudança é vital para o bem estar do nosso planeta.

7.2 Os Impactos Negativos da Indústria da Moda

A poluição gerada pela indústria da moda é multifacetada, envolvendo desde o uso intensivo de água e produtos químicos no cultivo de matérias-primas, como o algodão, até a emissão de gases de efeito estufa durante os processos de fabricação e transporte. Os resíduos têxteis e o descarte inadequado de roupas contribuem para o crescente problema de resíduos sólidos, sobrecarregando os aterros sanitários.

Ambientalmente, a produção de vestuário é altamente intensiva em recursos naturais. Para fabricar uma única camiseta de algodão, são necessários cerca de 2.700 litros de água. Além disso, o cultivo de algodão é responsável por 24% do uso global de pesticidas, o que impacta negativamente a saúde do solo e dos corpos d'água. A produção de fibras sintéticas, como o poliéster, depende de combustíveis fósseis, contribuindo significativamente para as emissões de gases de efeito estufa. De fato, a indústria da moda é responsável por cerca de 2% a 8% das emissões globais de carbono.

No que diz respeito à poluição química, a moda é uma das indústrias mais poluentes devido ao uso extensivo de produtos químicos durante o tingimento e o acabamento dos tecidos. Esses processos empregam cerca de 8.000 substâncias químicas, muitas das quais são descartadas em corpos d'água sem tratamento adequado, contaminando as fontes de água potável e ameaçando a vida aquática.

Socialmente, as condições de trabalho na indústria da moda são frequentemente precárias, particularmente em fábricas localizadas em países em desenvolvimento. Os trabalhadores costumam enfrentar longas horas de trabalho em ambientes perigosos, recebendo salários insuficientes para suas necessidades básicas. Essa exploração é mantida por uma falta de regulamentações trabalhistas e fiscalização eficaz, perpetuando um ciclo de pobreza e desigualdade.

O relatório intitulado "Fast Fashion, Slow Poison: The Toxic Textile Crisis in Ghana", produzido pelo Greenpeace África e Greenpeace Alemanha, revela o impacto devastador do comércio global de roupas de *fast fashion* em Gana. A cada semana, cerca de 15 milhões de peças de vestuário chegam a Gana, provenientes principalmente de países do Norte Global. No entanto, quase metade dessas roupas são inadequadas para venda. Muitas vezes, essas peças acabam em depósitos informais ou são incineradas, resultando em uma contaminação severa do ar, solo e recursos hídricos, colocando em risco a saúde das comunidades locais.

O relatório destaca níveis alarmantes de poluição atmosférica, com amostras de ar de locais de lavagem pública em Accra mostrando altos níveis de substâncias tóxicas, incluindo carcinógenos como benzeno e hidrocarbonetos aromáticos policíclicos (PAHs). Além disso, testes infravermelhos revelaram que quase 90% das roupas descartadas são feitas de fibras sintéticas, o que contribui para a disseminação de microplásticos no meio ambiente. O acúmulo de resíduos têxteis está sufocando habitats naturais, poluindo rios e formando "praias plásticas" ao longo da costa.

O Greenpeace classifica essa situação como um exemplo de injustiça ambiental perpetrada pelo Norte Global. Hellen Dena, líder de Plásticos Pan-Africana do Greenpeace

África, destaca a necessidade urgente de marcas de moda e governos assumirem a responsabilidade pelos danos causados. Sam Quashie-Idun, autor do relatório, enfatiza que o *fast fashion* não é apenas uma questão de moda, mas uma crise de saúde pública que literalmente envenena a população de Accra. Ele critica a mentalidade neocolonial, onde o Norte Global se beneficia da superprodução e do descarte, enquanto países como Gana pagam o preço. Quashie-Idun defende a criação de um tratado global que corrija esse desequilíbrio e proteja as comunidades afetadas.

Como soluções, o Greenpeace África propõe a proibição da importação de resíduos têxteis do Norte Global, permitindo apenas a entrada de roupas que possam ser efetivamente reutilizadas. As marcas de moda devem ser responsabilizadas por todo o ciclo de vida de seus produtos, incluindo descarte e reciclagem, dentro de uma estrutura de Responsabilidade Estendida do Produtor (EPR). Ademais, há um apelo para que o governo de Gana, juntamente com a comunidade internacional, desenvolva uma indústria têxtil local sustentável, que possa oferecer oportunidades econômicas e mitigar o problema dos resíduos.

Em conclusão a esse tópico, economicamente, o modelo de *fast fashion* promove um ciclo de consumo rápido que resulta em um grande desperdício. Estima-se que o equivalente a um caminhão de lixo cheio de sobras de tecidos seja queimado ou descartado em aterros a cada segundo. Este descarte contínuo não só esgota os recursos naturais, mas também apresenta um desafio ambiental significativo devido à liberação de toxinas e gases de efeito estufa durante a decomposição dos materiais

7.3 Diferença do Impacto do *fast fashion* x *slow fashion* na Sustentabilidade

Neste capítulo, exploramos mais a fundo as diferenças nos impactos do *fast fashion* e do *slow fashion*, priorizado a visão sobre o conceito do *slow fashion* de forma mais aprofundada.

O *fast fashion*, como visto na subseção anterior, é conhecido por sua capacidade de produzir rapidamente grandes volumes de vestuário a baixo custo, além desse modelo de negócio possuir um impacto ambiental considerável, dado o seu consumo intensivo de recursos.

Por outro lado, o *slow fashion* busca minimizar esses impactos através de uma abordagem mais sustentável. Este modelo enfatiza a produção em menor escala, utilizando técnicas e materiais que preservam os recursos naturais. A preferência por fibras orgânicas e recicladas reduz a dependência de recursos hídricos e energéticos e diminui o uso de produtos

químicos nocivos, como pesticidas e fertilizantes. Isso resulta em um impacto ambiental muito menor em comparação ao *fast fashion*.

Socialmente, o *fast fashion* é frequentemente criticado por práticas trabalhistas exploratórias. As pressões para reduzir custos e aumentar a velocidade de produção levam à terceirização em países com regulamentações mais fracas. Isso resulta em salários baixos e condições de trabalho precárias para muitos trabalhadores, exacerbando desigualdades sociais. Em contrapartida, o *slow fashion* busca prezar por condições de trabalho justas, assegurando que os trabalhadores recebam remuneração adequada e exerçam suas funções em ambientes seguros. A transparência e a responsabilidade social são pilares desse movimento, que busca garantir que todas as etapas do processo produtivo sejam éticas.

Do ponto de vista econômico, o *fast fashion* depende de um ciclo de consumo rápido e descartável, incentivando os consumidores a comprarem continuamente novas peças e descartarem roupas usadas. Isso gera um enorme volume de resíduos têxteis. Além disso, o ciclo de vida curto dos produtos de *fast fashion* não só contribui para o desperdício, mas também subverte o valor intrínseco das peças de roupa.

O *slow fashion*, por sua vez, adota um modelo de negócios circular que valoriza a longevidade dos produtos. As roupas são projetadas para durar, incentivando reparos e reutilização. Isso não apenas reduz o volume de resíduos, mas também promove uma economia mais sustentável e consciente. Ao prolongar o ciclo de vida das peças, o *slow fashion* ajuda a mitigar os problemas de descarte e a diminuir a pressão sobre os recursos naturais.

Dessa forma, a economia circular é uma solução viável para a indústria da moda. A economia circular promove a reutilização, reciclagem e redução de resíduos, integrando práticas sustentáveis desde o design até o descarte. Esta abordagem não só ajuda a mitigar os impactos ambientais, mas também pode criar novas oportunidades econômicas e de emprego (NIINIMAKI 2020).

A economia circular na moda desafia o modelo linear tradicional, promovendo um ciclo contínuo de uso e reuso dos materiais, prolongando assim o ciclo de vida dos produtos. O *upcycling* e o mercado de *second hand* são centrais para essa iniciativa. Essas práticas não só reduzem a quantidade de resíduos enviados para aterros, mas também incentivam a inovação no design, criando peças únicas e *eco-friendly* que atraem consumidores.

Em conclusão, as diferenças de impacto entre fast fashion e slow fashion são profundas, e podemos observar como o slow fashion oferece uma alternativa mais sustentável, promovendo práticas que respeitam o meio ambiente e valorizam o trabalho humano. Para o futuro da moda, da economia e do nosso planeta, adotar e fomentar práticas de *slow fashion* e a economia circular como um todo, pode ser um passo fundamental para alcançar uma indústria mais economicamente sustentável.

8 O CRESCIMENTO DO MERCADO DE SECOND HAND

O mercado de moda de *second hand* tem se expandido rapidamente como uma alternativa sustentável ao consumo tradicional de moda, conforme explorado na subseção 6.1.3.

As plataformas C2C (consumer-to-consumer) estão facilitando essa transição, permitindo que os consumidores vendam e comprem roupas diretamente uns dos outros. Esta prática não apenas prolonga a vida útil das roupas, mas também oferece uma opção mais acessível para os consumidores preocupados com o orçamento e o meio ambiente.

Segundo o relatório da ThredUp (2023), o mercado global de segunda mão deverá crescer 127% até 2027, atingindo um valor estimado de 351 bilhões de dólares. Este crescimento é impulsionado pela demanda dos consumidores por opções de moda mais sustentáveis e econômicas.

A pesquisa de Guiot e Roux (2010) sobre o comportamento do consumidor no mercado de segunda mão revela que os consumidores são motivados não apenas por preocupações ambientais, mas também pelo desejo de encontrar peças exclusivas e de alta qualidade a preços acessíveis. Isso sugere que o mercado de moda de segunda mão tem um apelo amplo, que vai além da simples sustentabilidade.

8.1 Desafios e Oportunidades

Embora o movimento em direção à moda sustentável apresente várias oportunidades, ele também enfrenta desafios significativos. Existe uma resistência à mudança dentro da indústria da moda, onde práticas estabelecidas há muito tempo são difíceis de modificar. Além disso, os custos associados à implementação de práticas sustentáveis podem ser proibitivos para pequenas e médias empresas.

Outro desafio é a falta de regulamentação e padronização na indústria da moda sustentável. A ausência de diretrizes claras pode dificultar a implementação de práticas sustentáveis e a verificação de suas reivindicações. No entanto, políticas públicas podem desempenhar um papel crucial na promoção da sustentabilidade na moda, incentivando práticas responsáveis e penalizando comportamentos prejudiciais ao meio ambiente,

Apesar dos desafios, as oportunidades são numerosas sugerem que a moda sustentável pode prometer soluções duradouras para a produção e consumo de roupas, oferecendo modelos de negócios mais resilientes e adaptáveis às mudanças de mercado e às exigências dos consumidores. Além disso, a moda sustentável pode criar novas oportunidades de emprego e estimular a inovação em setores relacionados, como a reciclagem têxtil e o desenvolvimento de novos materiais ecológicos

A moda sustentável também oferece oportunidades para a criação de novas cadeias de suprimentos. Empresas podem explorar novos mercados de materiais sustentáveis, como tecidos orgânicos ou reciclados, criando parcerias com fornecedores que compartilhem os mesmos valores ambientais. Isso pode resultar em cadeias de suprimentos mais transparentes e resilientes, que são menos vulneráveis a flutuações de mercado e mais alinhadas com as demandas dos consumidores por sustentabilidade.

Além disso, a inovação tecnológica oferece novas oportunidades para a moda sustentável. Tecnologias emergentes, como a impressão 3D e o uso de blockchain para rastreabilidade, podem revolucionar a forma como os produtos de moda são projetados, produzidos e distribuídos.

9 ECONOMIA COMPORTAMENTAL: A MUDANÇA NOS HÁBITOS DE CONSUMO

A economia comportamental é uma área de estudo que analisa como as pessoas tomam decisões no mercado, considerando as suas emoções, experiências, hábitos e influências externas. A partir dessa análise, é possível compreender os padrões de consumo e a forma como os cidadãos se comportam.

Dessa forma, a economia comportamental pode ser uma ferramenta valiosa para compreender as mudanças nos padrões de consumo, especialmente no contexto da moda sustentável e circular. Este capítulo explora como os princípios da economia comportamental se aplicam à crescente aceitação e adoção de práticas de consumo mais sustentáveis na indústria da moda, com no mercado objeto de estudo desta monografia, o mercado de *second hand*.

9.1 Fundamentos da Economia Comportamental Aplicados à Moda Sustentável

A economia comportamental, campo que combina insights da psicologia com a análise econômica tradicional, oferece uma perspectiva única sobre as decisões de consumo. Diferentemente da economia clássica, que pressupõe que os indivíduos sempre tomam decisões racionais baseadas em informações completas, a economia comportamental reconhece que fatores psicológicos, emocionais e sociais desempenham um papel crucial nas escolhas dos consumidores (ARIELY, 2008).

No contexto da moda sustentável, vários conceitos da economia comportamental são particularmente relevantes:

9.1.1 Viés do Status Quo

Este conceito, amplamente discutido na economia comportamental, refere-se à tendência das pessoas de manter o estado atual das coisas, resistindo a mudanças. No contexto da moda sustentável, esse viés pode ter contribuído para a resistência inicial à adoção de práticas mais sustentáveis. No entanto, pesquisas recentes sugerem que, à medida que a

conscientização sobre questões ambientais aumenta, observa-se uma mudança gradual nesse viés, com mais consumidores dispostos a experimentar alternativas sustentáveis.

9.1.2 Efeito de Ancoragem

Este efeito ocorre quando as pessoas confiam excessivamente na primeira informação oferecida (a "âncora") ao tomar decisões. No contexto da moda sustentável, pesquisas recentes sugerem que a exposição crescente a informações sobre os impactos negativos da *fast fashion* pode servir como uma nova âncora, influenciando as decisões de compra em direção a opções mais sustentáveis.

9.1.3 Normas Sociais

As decisões individuais são fortemente influenciadas pelo comportamento percebido dos outros, um fenômeno conhecido como normas sociais na economia comportamental. No contexto em estudo, à medida que figuras influentes e celebridades passam a adotar e promover práticas de moda sustentável, consumindo de brechós, por exemplo, isso cria uma nova norma social que incentiva outros a seguirem o exemplo.

9.2 A Evolução do Estigma: De Preconceito à Aceitação

Historicamente, o consumo de roupas de *second hand* ou a participação em práticas de moda circular eram frequentemente estigmatizados, associados a dificuldades financeiras ou superstições sobre "energias" de roupas usadas. No entanto, observa-se uma mudança significativa nessa percepção nas últimas décadas.

9.2.1 Fatores Que Contribuíram para a Mudança de Percepção

Conscientização Ambiental: O aumento da consciência sobre os impactos ambientais da indústria da moda tem sido um fator crucial na mudança de atitude em relação à moda circular. Consumidores mais informados estão buscando alternativas que reduzam sua pegada ecológica.

Influência de Celebidades e Formadores de Opinião: Figuras públicas e influenciadores digitais têm desempenhado um papel significativo na normalização e até na glamourização do consumo de moda de segunda mão e sustentável. Como por exemplo, a Peça Rara Brechó que tem como sócia a atriz Deborah Secco e a Gringa que tem como fundadora a ex-atriz Fiorella Mattehis. Isso tem ajudado a quebrar estigmas e a tornar essas práticas mais desejáveis.

Mudanças Econômicas: A busca por alternativas mais econômicas, especialmente após crises financeiras globais, tem levado mais consumidores a considerarem opções de segunda mão, descobrindo no processo os benefícios adicionais dessas escolhas.

9.3 O Papel do Efeito Manada na Adoção de Práticas Sustentáveis

O efeito manada, um fenômeno bem documentado na economia comportamental, refere-se à tendência dos indivíduos de seguirem o comportamento de um grupo maior, muitas vezes sem considerar informações alternativas. No contexto da moda sustentável, este efeito tem sido observado de maneira positiva, impulsionando a adoção de práticas mais éticas e ambientalmente responsáveis.

9.3.1 Manifestações do Efeito Manada na Moda Sustentável

Redes Sociais e Visibilidade: Plataformas como Instagram e TikTok têm amplificado o efeito manada, tornando mais visíveis as escolhas de moda sustentável e incentivando outros a seguirem o exemplo.

Comunidades Online: Grupos e fóruns dedicados à moda sustentável criam um senso de pertencimento e reforçam comportamentos positivos, incentivando mais pessoas a aderirem ao movimento.

Eventos e Iniciativas: Bazares, feiras de moda sustentável e outros eventos coletivos criam um ambiente onde o comportamento sustentável é a norma, encorajando mais pessoas a participarem.

9.4 Nudges e Arquitetura de Escolha na Promoção da Moda Sustentável

O conceito de "nudge", estudado por Thaler e Sunstein (2008), refere-se a pequenas mudanças no ambiente de decisão que podem influenciar o comportamento das pessoas de maneira previsível, sem restringir suas opções. No contexto da moda sustentável, várias estratégias de nudge têm sido empregadas para incentivar escolhas mais conscientes:

Informações de Impacto: Fornecer informações claras sobre o impacto ambiental de diferentes peças de roupa no momento da compra pode influenciar a decisão do consumidor.

Opções Padrão: Tornar as opções sustentáveis as escolhas padrão em plataformas de e-commerce de moda pode aumentar sua adoção.

Feedback Social: Implementar sistemas que mostrem quantas pessoas estão fazendo escolhas sustentáveis pode motivar outros a seguirem o exemplo.

9.5 Desafios e Oportunidades Futuras

Apesar dos avanços significativos na aceitação da moda sustentável e circular, ainda existem desafios a serem superados:

Dissonância Cognitiva: Muitos consumidores ainda enfrentam um conflito entre seus valores ambientais e seus hábitos de consumo.

Acessibilidade: Garantir que opções de moda sustentável sejam acessíveis a uma ampla gama de consumidores continua sendo um desafio.

Educação Contínua: Há uma necessidade constante de educar os consumidores sobre os benefícios da moda sustentável e as implicações de suas escolhas de consumo.

9.6 Conclusão do Capítulo

A economia comportamental oferece insights valiosos sobre como as atitudes e comportamentos dos consumidores em relação à moda sustentável estão evoluindo. À medida que o movimento ganha força, impulsionado por uma combinação de conscientização

ambiental, influência social e estratégias de nudge, observa-se uma transformação significativa nos padrões de consumo. Esta mudança não apenas beneficia o meio ambiente, mas também cria oportunidades econômicas redefinindo o futuro da indústria da moda.

A contínua aplicação dos princípios da economia comportamental na promoção de práticas de moda sustentável tem o potencial de acelerar ainda mais esta transição, criando um futuro onde o consumo consciente e circular seja a norma, não a exceção.

10 ESTUDOS DE CASO: IMPACTOS ECONÔMICOS DA MODA CIRCULAR

10.1 Introdução ao Estudo

A moda sustentável apresenta impactos econômicos significativos, transformando modelos de negócios, cadeias de suprimentos e dinâmicas de mercado. Empresas que adotam princípios de sustentabilidade desde o design até a distribuição, não apenas contribuem para a sustentabilidade ambiental, mas também obtêm vantagens competitivas significativas. A moda sustentável pode estimular a inovação, criando novas oportunidades de emprego e fomentando o crescimento de setores relacionados, como a reciclagem têxtil e o *upcycling*, conceito explicado na subseção 6.1.5 e desenvolvido em outras seções.

A moda sustentável também pode contribuir para a revitalização de economias locais. Estudos mostram que iniciativas de moda sustentável frequentemente dependem de pequenas e médias empresas locais, que podem se beneficiar da crescente demanda por produtos sustentáveis. Isso pode levar à criação de empregos e ao fortalecimento de comunidades locais, proporcionando benefícios econômicos que vão além da indústria da moda.

10.1 Case: Enjoei

Enjoei S.A. é uma plataforma digital brasileira que se destaca no mercado de moda e lifestyle, especialmente no segmento de produtos de segunda mão. Desde sua fundação, a empresa tem se comprometido com a sustentabilidade e a economia circular, tornando-se uma referência no setor. Este capítulo oferece uma análise abrangente da Enjoei, explorando sua trajetória, crescimento, impacto no mercado, desempenho financeiro, estratégias de crescimento e desafios futuros.

A Enjoei foi fundada em 2009 por Ana Luiza McLaren e Tiê Lima, começando como um blog pessoal para vender itens que não eram mais utilizados. Em 2012, a empresa evoluiu para um marketplace, permitindo que usuários criassem suas próprias "lojas virtuais" dentro da plataforma para vender roupas, acessórios e outros produtos. Este modelo de negócio rapidamente ganhou tração, com a Enjoei se posicionando como uma solução eficaz para a economia circular no Brasil.

O crescimento inicial da Enjoei foi apoiado por investimentos significativos, incluindo aportes da Monashees Capital em 2013 e da Bessemer Venture Partners em 2014, ano em que

lançou seu aplicativo móvel. Esses investimentos foram cruciais para o desenvolvimento de sua infraestrutura tecnológica e para a expansão de sua base de usuários.

O crescimento da Enjoei é notável, especialmente no contexto do aumento da conscientização sobre sustentabilidade e consumo responsável. Em 2023, a empresa reportou um GMV (Volume Bruto de Mercadoria) de R\$1,165 bilhão, refletindo um aumento de 7% em relação ao ano anterior. A receita líquida cresceu 40%, passando de R\$139 milhões em 2022 para R\$194 milhões em 2023. Este desempenho reflete o aumento da demanda por moda sustentável e o sucesso da Enjoei em capturar uma parcela significativa do mercado de segunda mão no Brasil.

A Enjoei conecta mais de 50 mil empreendedores a 1,5 milhão de compradores ativos, oferecendo uma plataforma para a venda de produtos exclusivos e personalizados. Este modelo não só promove a reutilização de produtos, reduzindo o desperdício, mas também oferece uma alternativa econômica para consumidores e uma fonte de renda para vendedores.

O modelo de negócio da Enjoei é centrado na intermediação de vendas, com a empresa cobrando uma comissão sobre cada transação. Em 2023, a Enjoei alcançou um net take rate de 49,8%, um incremento de 14,7 pontos percentuais em relação ao ano anterior. Este aumento foi impulsionado por melhorias na eficiência operacional e estratégias de monetização.

Além disso, a Enjoei oferece serviços como o Enjoei Pro, que facilita o processo de venda para os usuários, cuidando de aspectos como triagem, cadastro e entrega dos produtos. A empresa também investe em estratégias de marketing diversificadas, utilizando tanto canais online quanto offline para aumentar sua visibilidade e atrair novos usuários.

Sustentabilidade é um pilar central da estratégia da Enjoei. A empresa está comprometida com a promoção da economia circular, incentivando a reutilização de produtos e minimizando o desperdício. Em 2023, a Enjoei reportou pela segunda vez seus dados climáticos ao Carbon Disclosure Program (CDP), recebendo uma nota satisfatória de C. Investimentos em tecnologia são direcionados para desenvolver soluções que aprimorem a eficiência operacional e a experiência do usuário, como algoritmos de recomendação personalizados e melhorias na interface da plataforma. A Enjoei também está explorando a expansão de sua oferta de produtos para incluir mais categorias de moda sustentável.

A Enjoei enfrenta desafios comuns ao setor de e-commerce, incluindo a necessidade de se adaptar rapidamente às mudanças nas preferências dos consumidores e a concorrência de outros players. No entanto, as tendências de crescimento no mercado de second-hand e a

crecente demanda por moda sustentável oferecem oportunidades significativas para a empresa.

A Enjoei está bem posicionada para capitalizar sobre essas tendências, graças ao seu forte reconhecimento de marca e à sua capacidade de inovar e se adaptar. A empresa continua a explorar novas parcerias e oportunidades de expansão, tanto no Brasil quanto em potencialmente novos mercados internacionais.

Olhando para o futuro, a Enjoei planeja expandir sua presença no mercado de moda circular, explorando novas categorias de produtos e canais de vendas. A aquisição de participação na Cresci e Perdi, a maior rede de franquias de produtos usados do Brasil, é um passo estratégico para diversificar suas ofertas e ampliar seu alcance.

A empresa também está investindo em melhorias tecnológicas para aprimorar a experiência do usuário e aumentar a eficiência operacional. Isso inclui o desenvolvimento de novas funcionalidades que facilitam a compra e venda de produtos, além de explorar oportunidades de expansão internacional.

Enjoei S.A. exemplifica como uma empresa pode evoluir de um blog pessoal para um líder de mercado em moda second-hand, alavancando investimentos estratégicos, inovação tecnológica e um compromisso com a sustentabilidade.

10.2 Case: Peça Rara

Peça Rara é uma rede de brechós que se destaca no mercado de second-hand no Brasil. A marca tem se consolidado como um importante player no cenário de moda sustentável, promovendo a economia circular e impactando positivamente a sociedade.

A rede foi fundada com a missão de oferecer uma alternativa sustentável e econômica para o consumo de moda. Desde suas origens, a marca focou em transformar a percepção do público sobre produtos de segunda mão, promovendo o conceito de que "second-hand é a tendência que veio para ficar". A empresa investiu em um modelo de negócios que não apenas viabiliza a venda de roupas usadas, mas também contribui para a redução do desperdício e a valorização de práticas sustentáveis.

Nos últimos anos, Peça Rara tem expandido significativamente sua presença no Brasil. Em 2024, a empresa investiu cerca de R\$8 milhões para ampliar sua atuação na região do ABC Paulista, destacando-se como uma das maiores redes de brechós do país. Com a adesão de sócios influentes como Deborah Secco, a marca tem atraído atenção tanto do público quanto da mídia, potencializando seu alcance e reforçando seu compromisso com a sustentabilidade.

A Peça Rara projeta vender 5 milhões de peças em um ano, refletindo sua capacidade de escalar suas operações e capturar uma fatia significativa do mercado de moda second-hand. Além disso, a empresa almeja faturar R\$300 milhões em 2024, impulsionada por estratégias que combinam inovação, eficiência operacional e impacto social.

A marca adota uma abordagem de impacto social através da economia circular, buscando não apenas gerar lucros, mas também criar valor social. Peça Rara contribui para a geração de empregos e promove o empreendedorismo local, ao mesmo tempo em que educa os consumidores sobre os benefícios ambientais do consumo de produtos usados. A expansão no ABC Paulista é um exemplo de como a empresa busca integrar práticas sustentáveis em comunidades locais, fortalecendo a economia regional e fomentando uma cultura de consumo consciente.

Peça Rara está na vanguarda da moda sustentável no Brasil, inovando continuamente para melhorar sua proposta de valor. A empresa investe em processos que garantem a qualidade dos produtos oferecidos, ao mesmo tempo em que maximiza a reutilização de roupas e acessórios. Esta estratégia não só atende às demandas de consumidores cada vez mais preocupados com a sustentabilidade, mas também diferencia a marca em um mercado altamente competitivo.

Apesar do crescimento robusto, a Peça Rara enfrenta desafios típicos do setor de second-hand, como a necessidade de se manter relevante em um mercado em rápida evolução e a concorrência crescente de plataformas digitais. No entanto, as tendências de aumento na conscientização ambiental e a demanda por moda sustentável apresentam oportunidades significativas para a marca.

A Peça Rara está bem posicionada para explorar essas oportunidades, combinando uma forte estratégia de marca, parcerias influentes e um compromisso contínuo com a inovação e a sustentabilidade.

Olhando para o futuro, a Peça Rara planeja continuar sua expansão geográfica e aumentar sua participação de mercado, mantendo um foco firme em práticas de economia circular e impacto social positivo. A meta de faturamento para 2024 reflete a ambição da empresa de se consolidar como líder no setor, enquanto continua a promover a moda sustentável como um estilo de vida acessível e desejável.

10.4 Outros Cases e Crescimento do Setor

Como visto, o mercado de second-hand tem se expandido rapidamente, com estimativas indicando que este segmento pode superar o mercado tradicional de moda em termos de crescimento nos próximos anos. Empresas como Gringa, Troc e Etiqueta Única têm desempenhado papéis fundamentais nesse cenário, oferecendo plataformas inovadoras que facilitam a compra e venda de produtos de segunda mão.

A Gringa é uma plataforma de revenda que se destaca por sua abordagem curada e diversificada de moda. Focando em fornecer uma experiência de compra diferenciada, a Gringa seleciona peças de marcas renomadas e traz uma curadoria que atrai consumidores interessados em moda de alta qualidade a preços acessíveis. A empresa investe em tecnologia para melhorar a experiência do usuário, proporcionando um processo de compra e venda eficiente e agradável.

A Troc é outra empresa notável no setor de second-hand, conhecida por sua forte ênfase em sustentabilidade. Fundada com o objetivo de promover a moda consciente, a Troc oferece uma plataforma que facilita o processo de venda para os consumidores, cuidando de tudo desde a avaliação dos itens até a entrega. Esta abordagem não apenas simplifica a revenda para os usuários, mas também garante que os itens atendam a padrões de qualidade, aumentando a confiança dos compradores.

A Etiqueta Única se diferencia ao focar no mercado de luxo second-hand. A plataforma oferece produtos de grifes renomadas, proporcionando aos consumidores acesso ao luxo de forma mais sustentável e econômica. Etiqueta Única garante a autenticidade de seus produtos, empregando métodos rigorosos de verificação para assegurar que cada item seja genuíno. Este foco no luxo acessível, aliado à sustentabilidade, atrai um público-alvo específico que valoriza tanto a marca quanto o impacto ambiental.

O futuro do mercado de second-hand é promissor, com várias tendências emergindo que devem moldar o setor nos próximos anos:

1. Digitalização e Tecnologia: Plataformas de revenda estão investindo significativamente em tecnologia para aprimorar a experiência do usuário. Isso inclui o uso de inteligência artificial para recomendações personalizadas, realidade aumentada para visualização de produtos e logística otimizada para entrega eficiente.
2. Expansão de Mercados: À medida que o estigma associado a produtos de segunda mão diminui, espera-se que o mercado se expanda para novas regiões e categorias de produtos, incluindo eletrônicos, móveis e mais.

3. **Parcerias Estratégicas:** Empresas no setor de *second-hand* estão cada vez mais formando parcerias com marcas tradicionais, permitindo colaborações que beneficiam ambas as partes, como a revenda de estoques antigos ou de peças de coleções passadas.
4. **Foco em Sustentabilidade:** A sustentabilidade continuará a ser um grande impulsionador do crescimento do setor. Consumidores estão se tornando mais conscientes de suas pegadas de carbono, e o mercado de *second-hand* oferece uma forma de mitigar o impacto ambiental da moda.

11 CONCLUSÃO

O presente estudo explorou o impacto da moda sustentável na economia global, destacando as oportunidades e desafios enfrentados pelo setor. A análise revelou que a crescente conscientização sobre questões ambientais está impulsionando uma transformação significativa nos padrões de consumo, com a moda de segunda mão emergindo como uma alternativa viável e sustentável ao consumo tradicional.

Os principais achados indicam que a economia comportamental desempenha um papel crucial na mudança dos hábitos de consumo, influenciando os consumidores a optarem por práticas mais sustentáveis. As empresas que adotam modelos de negócios sustentáveis, como a economia circular, estão não apenas contribuindo para a preservação ambiental, mas também obtendo vantagens competitivas significativas.

O estudo também destacou o papel das plataformas online C2C (consumer-to-consumer) e a influência de celebridades na normalização do consumo de moda sustentável. Esses fatores têm contribuído para a aceitação crescente do mercado de moda de segunda mão, que se projeta para representar uma parcela significativa do mercado global até 2025.

No entanto, a pesquisa identificou desafios persistentes, como a resistência à mudança e a falta de regulamentação no setor. Para superar essas barreiras, é essencial que políticas públicas incentivem práticas responsáveis e que as empresas continuem a inovar em suas estratégias de sustentabilidade.

Em termos de implicações econômicas, a moda sustentável tem o potencial de revitalizar economias locais, criar novos empregos e estimular a inovação em setores relacionados, como a reciclagem têxtil e o *upcycling*. A transição para um consumo mais consciente e circular pode redefinir o futuro da indústria da moda, tornando a sustentabilidade uma norma, não uma exceção.

Para pesquisas futuras, sugere-se uma investigação mais aprofundada sobre o impacto econômico a longo prazo da moda sustentável em diferentes regiões e a eficácia das políticas públicas em promover práticas sustentáveis. Além disso, estudos comparativos entre diferentes modelos de negócios sustentáveis podem oferecer insights valiosos para empresas e formuladores de políticas.

Em suma, a moda sustentável não apenas representa uma resposta às preocupações ambientais, mas também oferece um modelo de negócio viável que promove a

sustentabilidade econômica e social. A adoção crescente de práticas de moda sustentável é um passo fundamental para alcançar uma indústria mais responsável e equilibrada, beneficiando o meio ambiente e a sociedade como um todo.

12 BIBLIOGRAFIA

HENRIQUES, Carolina Saraiva Marques Diogo. Hábitos e comportamentos do consumidor de moda sustentável. Colaboradores: Oliveira, Sandra. Repositório da Universidade de Lisboa. Instituto Superior de Economia e Gestão, 2022.

CRUZ, Beatriz Eugénia Gonçalves da. Consciencialização do Consumidor para uma Moda mais sustentável. Colaboradores: Mendes, António Manuel Campos. uBibliorum, 2022.

CARDOSO, Rita Calixto Pires Pedreira. Multisided C2C second-hand fashion applications: how will the fast fashion industry adapt? Colaboradores: Rajsingh, Peter. Veritati - Repositório Institucional da Universidade Católica Portuguesa, 2023.

GWILT, A.; RISSANEN, T. Shaping sustainable fashion: Changing the way we make and use clothes. Earthscan, 2011.

HENNINGER, C.; ALEVIZOU P, A.; GOWOREK, H.; RYDING D. Sustainability in fashion: A cradle to upcycling approach. Palgrave Macmillan, 2017.

STERN, N. The Economics of Climate Change: The Stern Review. Cambridge University Press, 2007.

OSTROM, E. A general framework for analyzing sustainability of social-ecological systems. Science, 2009.

NIINIMÄKI, K. Sustainable Fashion in a Circular Economy. Business Expert Press, 2020.

FLETCHER, Kate. Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys. Earthscan, 2013.

GUIOT, Denis; ROUX, Dominique. A second-hand shoppers' motivation scale: Antecedents, consequences, and implications for retailers. Journal of Retailing, 2010.

KANG, Jiyun; KIM, Youngae. What are consumers willing to pay for sustainable apparel? *Journal of Consumer Behavior*, 2013.

MCKINSEY & COMPANY. *The State of Fashion 2020: Navigating uncertainty*. McKinsey Global Institute, 2020.

THREDUP. *2023 Resale Report*. ThredUp, 2023.

ARIELY, Dan. *Predictably Irrational: The Hidden Forces That Shape Our Decisions*. New York: HarperCollins, 2008.

THALER, Richard H. *Misbehaving: The Making of Behavioral Economics*. New York: W. W. Norton & Company, 2015.

ÁVILA, Flávia; BIANCHI, Ana Maria. *Guia de Economia Comportamental e Experimental*. São Paulo: Elsevier, 2015.

THALER, Richard; SUNSTEIN, Cass. *Nudge: Como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

SAMUELSON, W.; ZECKHAUSER, R. Status quo bias in decision making. *Journal of Risk and Uncertainty*, v. 1, n. 1, p. 7-59, 1988.

HENNINGER, C. E.; ALEVIZOU, P. J.; OATES, C. J. What is sustainable fashion? *Journal of Fashion Marketing and Management*, v. 20, n. 4, p. 400-416, 2016.

CIALDINI, R. B.; GOLDSTEIN, N. J. Social Influence: Compliance and Conformity. *Annual Review of Psychology*, v. 55, p. 591-621, 2004.

THE GUARDIAN. Earth's vital signs show humanity's future in balance, say climate experts. *The Guardian*, 8 out. 2024. Disponível em: www.theguardian.com

ROCKSTRÖM, Johan. Let the environment guide our development. *TED Talks*, 2010. Disponível em: www.ted.com

RIPPLE, William J.; WOLF, Christopher; GREGG, Jillian W.; ROCKSTRÖM, Johan; MANN, Michael E.; ORESKES, Naomi; LENTON, Timothy M.; RAHMSTORF, Stefan; NEWSOME, Thomas M.; XU, Chi; SVENNING, Jens-Christian; PEREIRA, Cássio Cardoso; LAW, Beverly E.; CROWTHER, Thomas W. The 2024 state of the climate report: Perilous times on planet Earth. *BioScience*, 2024. Disponível em: academic.oup.com

CNN Brasil. "Moda Sustentável". Disponível em:
<https://www.cnnbrasil.com.br/lifestyle/moda-sustentavel/>.

Lela Brandão. "Qual a Diferença entre Fast Fashion e Slow Fashion?". Disponível em:
<https://www.lelabrandao.co/blogs/blog-da-lela-brandao-co-1/qual-a-diferenca-entre-fast-fashion-e-slow-fashion?srsId=AfmBOooVa6oYVAJr-vxuEH08kFtd6SwymkHT8bwD6NgLT6tPXJT1jMpU>.

Portal Sustentabilidade. "Conheça a Diferença entre Produção Fast e Slow Fashion e seus Impactos no Meio Ambiente". Disponível em:
<https://portalsustentabilidade.com/2023/01/03/conheca-a-diferenca-entre-producao-fast-e-slow-fashion-e-seus-impactos-no-meio-ambiente/>.

Sebrae. "Slow Fashion: O Que É e Quais as Suas Vantagens". Disponível em:
<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/slow-fashion-o-que-e-e-quais-as-suas-vantagens,5858675f1ef6f710VgnVCM100000d701210aRCRD>.

INFO MONEY. Com Deborah Secco de sócia, Peça Rara brechó prevê 5 milhões de peças vendidas no ano. Disponível em: www.infomoney.com.br

EXAME. Com economia circular e impacto social, rede de brechós Peça Rara quer faturar R\$300 mi em 2024. Disponível em: exame.com

G1 GLOBO. Second-hand é a tendência que veio para ficar. Disponível em: g1.globo.com

PEÇA RARA BRECHÓ. Sobre Nós. Disponível em: site.pecararabrecho.com.br