

NEGÓCIOS

COMPORTAMENTO

Rafael Rocha

Fenômeno que acendeu o alerta para discussão sobre consumo, a fast fashion (moda rápida) atíca o comportamento das pessoas, refletindo a lógica contemporânea da produção e da indústria da moda. Chegamos a um patamar no qual o consumo desenvolvido promovido pelo fast fashion domina espaços importantes que influenciam o comportamento do consumidor, a exemplo das redes sociais na internet.

Desta forma, a fast fashion se concentra na produção de peças em grandes quantidades, o mais rápido possível, correspondendo às tendências de última hora. A moda rápida é marcada pela produção mais acelerada de novos estilos e pelo maior número de coleções produzidas anualmente.

A designer de moda Yorrana Maia afirma que o fast fashion estimula o consumo imediato, ao mesmo tempo que também traz acesso à informação sobre modas, tendências e linguagens do ramo. Ainda de acordo com Maia, apesar da acessibilidade a estas informações, é preciso reconsiderar o impacto desse padrão de mercado.

“Eu acho que as próprias modas começam a se questionar muito pela pressão dos consumidores, que têm uma consciência maior. Sem dúvida, é preciso reavaliar esse modelo de negócio para promover práticas que sejam mais conscientes. Mas isso tem muito a ver com uma visão sistêmica de toda a cadeia produtiva.”

Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), a mídia de consumo de peças de vestuário por pessoa no planeta chega a ser 60% maior do que há pelo menos 15 anos, e cada peça atualmente dura a metade do tempo que costumava ter de longevidade no passado.

O 12º Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU é intitulado “Consumo e produção responsável”, com a proposta de garantir padrões de produção e de consumo sustentáveis. Até o ano de 2030, uma das metas do ODS é reduzir a produção da geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reutilização.

Além de garantir que as pessoas, em todos os lugares, tenham informação relevante e conscientização para o desenvolvimento sustentável e estilos de vida em harmonia com a natureza. Ou seja, algo que nos faz refletir sobre o padrão de consumo da moda e como o hiperconsumo de roupas pode afetar o meio ambiente.

De acordo com o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma), o tingimento de tecidos é o maior poluidor de fontes de água no planeta. O Pnuma ressalta ainda que a produção de roupas gera entre 2% a 8% das emissões globais de gases de efeito estufa, conforme estatísticas de um relatório de março de 2023.

O hiperconsumo de roupas novas tem impactos socioambientais devido aos passos da cadeia de produção. A indústria da moda é a segunda mais poluente do mundo, atrás apenas da indústria petrolífera. Todos os anos, 92 milhões de toneladas de resíduos têxteis são produzidas globalmente, segundo a pesquisa Pulse da The Fashion Industry, da ONG dinamarquesa Global Fashion Agenda e da empresa de consultoria empresarial internacional Boston Consulting Group.

Um dos exemplos mais evidentes do poder destrutivo da indústria da moda está



Fast Fashion: o preço da moda rápida

A produção em massa de roupas causa diferentes impactos no meio ambiente, como poluição de fontes de água e emissão de gases de efeito estufa. Brechós surgem como alternativas para promover o consumo consciente. Em Belém, a abertura de brechós registra alta de 253% entre 2020 a 2024



Preços em conta atraem clientes
FOTO: RAFAEL ROCHA



Bea Batista, do coletivo 'É Das Manas'
FOTO: DIVULGAÇÃO

no Deserto do Atacama, um símbolo do descarte incorreto de roupas localizado no norte do Chile. Há mais de 15 anos, o cartão-postal chileno tem sido alvo de degradações ambientais constantes, acumulando, anualmente, cerca de 60 mil toneladas de resíduos têxteis despejados no local de forma irregular, com peças oriundas dos Estados Unidos, Europa e Ásia.

A Secretária de Meio Ambiente de Tarapacá, da região norte do Chile, divulga que já são pelo menos 300 hectares com roupas no Atacama, sejam de segunda mão ou peças novas descartadas pela indústria. É uma área equivalente a 420 campos de futebol.

O caso do Deserto do Atacama é o reflexo de um modelo de produção e descarte da indústria da moda que desperta a atenção. Como

ênfata Yorrana Maia, para prevenir cenários desoladores como o do Atacama é preciso pensar em formas de reduzir a produção excessiva, investindo em um design de roupas que seja mais sustentável e duradouro.

“Quando a gente pensa no design, não é só pensar na estética ou na produção daquela peça, mas também pensar no ciclo de vida útil dela e como vai ser descartado”, analisa. “Isso é de responsabilidade de quem está produzindo e de quem está construindo o design daquela roupa.”

CENÁRIO BRASILEIRO

No Brasil, os números da moda surpreendem. Conforme dados compilados pela Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit), o faturamento da cadeia têxtil e de confecção

Ainda de acordo com a Abit, o País está entre os quatro maiores produtores de malhas do mundo e se encontra entre os cinco maiores produtores e consumidores de denim do planeta. O denim é um tipo de tecido de algodão que serve de base para a confecção de jeans e outras peças, como jaquetas e saias.

Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) revelam que o setor têxtil e de confecções teve participação de 5% no PIB industrial brasileiro no ano de 2022. Porém, os dados econômicos e de produção mascaram outras realidades.

Desde a plantação da fibra para o tecido até a saída das indústrias, uma única peça jeans pode consumir cerca de 5,2 mil litros, conforme o relatório “Fios da Moda: Perspectiva Sistêmica Para Circularidade”, publicação nacional pioneira para analisar, qualitativa e quantitativamente, os impactos das três fibras mais utilizadas na fabricação de roupas: algodão, poliéster e viscose. Enquanto as peças de algodão levam de 10 a 20 anos para se decomporem na natureza, alguns tecidos sintéticos demoram entre 100 e 300 anos e o poliéster pode levar até 400 anos.

O relatório realizado pelo Instituto Modifica, em parceria com o Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e a agência de circularidade Regenerate Fashion, ressalta a importância de se pensar o ciclo de vida de uma peça de vestuário, desde a produção até o descarte, e as consequências das escolhas do consumo desenfreado com a pressão da indústria da moda.

Cerca de quatro milhões de toneladas de resíduos têxteis são descartados a cada ano pelos domicílios brasileiros. Em 2024, cada residência do País descartou em cerca de 44 quilos de roupas e calçados. Os números são da consultoria internacional S2F Partners, um hub de inteligência especializado em economia circular e gestão de resíduos.

ECONOMIA E MODA CIRCULAR

Nos últimos anos, o conceito de economia e moda circular vem ganhando força gradativamente em resposta a consumo irresponsável. Quando nos referi-

mos à economia circular é importante entendermos que este modelo de produção e consumo se baseia nos princípios de eliminação de resíduos e poluição, manutenção de produtos, materiais de uso e regeneração de sistemas naturais.

No contexto da indústria fashion, a moda circular é vista com uma abordagem em qual vestuário e têxteis são idealizados, produzidos e consumidos com o objetivo de reduzir o desperdício, a poluição e o uso de recursos naturais, como preconiza o 12º ODS da ONU.

“É preciso pensar em formas de ampliar políticas públicas que incentivem uma economia circular, além de trazer mais educação e consciência para que todo mundo que está ligado a essa cadeia tenha responsabilidade compartilhada, tanto o governo, como as marcas e consumidores”, comenta a designer de moda Yorrana Maia.

Afinal, a cadeia de produção de roupas, conforme dados mostrados anteriormente, possui impacto importante no meio ambiente, com a poluição de água e emissões de gases para efeito de estufa, resultando no modelo de produção da indústria da moda baseada em fast fashion, o que faz com que as peças sejam consideradas produtos fornecidos e de pouca duração.

Maia destaca também que a moda circular contribui para que as roupas tenham um ciclo de existência mais sustentável, estendendo o uso das peças e evitando o descarte no meio ambiente. “Quando prolongamos a vida (da roupa), temos uma necessidade menor de produção de novos materiais-primas. Então, é de fato um novo olhar sobre o consumo baseado nessa reutilização.”

Uma forma consciente de se vestir, promover a moda circular, apoiar pequenos negócios e diminuir o hiperconsumo é adquirir roupas de segunda mão em diversos brechós, sejam online ou presenciais.

Segundo estudo do Boston Consulting Group, as roupas seminovas representam 12% das peças presentes na guarda-roupa da população brasileira, número que deve subir para 20% neste ano. O volume representa 24 bilhões de reais em movimentação no País. Além dos brechós, as peças de segunda mão também podem ser encontradas em plataformas digitais, como Enjoei, Repassa, Troc e OLX.

A quantidade de brechós no Brasil reafirma a importância da atividade. Conforme o Painel de dados de Registro de Empresas do Governo Federal, a partir da base do Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) atualizado até o mês de abril deste ano, o Brasil possui atualmente 22.209 estabelecimentos ativos nesse segmento, entre empresas, microempresas e empresas de pequeno porte.

Ainda no cenário nacional, de acordo com dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), com base no Painel de Abertura dos Pequenos Negócios do Data Sebrae, foram registrados 4.328 novos negócios do ramo em 2024, entre Microempreendedor Individual (MEI) e Micro e Pequena Empresa (MPE).

O número representa um aumento de 26% no período de 2020 a 2024, quando foram abertos 3.418 estabelecimentos no Brasil em 2020. Neste ano, já são 2.339 negócios abertos no território nacional, conforme o Data Sebrae, com dados atualizados em maio deste ano. A tendência é que o setor continue em ascensão. Vale ressaltar que os números do Governo Federal e do Data Sebrae não abrangem brechós informais.

“**Antigamente, a gente via muito preconceito com os brechós quando diziam que era ‘roupa velha’. Não é isso. Conseguimos superar esse pensamento”,**
Bea Batista, criadora do coletivo “É das Manas”

foi de 203,9 bilhões de reais em 2023. No mesmo ano, o total da produção de fabricação, incluindo vestuário, ficou em 8,02 bilhões de peças. Também em 2023, o volume da produção têxtil chegou a dois milhões de toneladas.

NEGÓCIOS

Brechós e empreendedorismo feminino

No Pará são 193 empreendimentos ativos até o momento, sendo 82 em Belém, segundo o PAINEL de Dados de Registro de Empresas do Governo Federal. Conforme estatísticas do Data Sebrae, o estado teve um crescimento de 200% na abertura de empreendimentos do setor no período de 2020 (27 aberturas) a 2024 (81 aberturas). Até maio deste ano, já foram 38 novos negócios do ramo em todo o Pará. Em Belém, o cenário é de otimismo. Em 2020, foram abertos 13 estabelecimentos no setor, número que pulou para 46 no ano passado, registrando alta de 253% na abertura de brechós em Belém. Neste ano já são 12 novos empreendimentos abertos na cidade, de acordo com o Data Sebrae. “Os brechós democratizam o acesso à moda sustentável com um preço mais acessível e estimulam o reaproveitamento criativo, ressignificando o consumo e fortalecendo a economia local”, frisa Yorrana Maia. Um designer de moda destaca que este cenário positivo de negócios traz uma nova perspectiva em relação ao consumo de roupas na capital paraense. “Belém cresceu muito (em brechós) e teve valorização desse mercado. As feiras de brechós promovem reconhecimento da atividade dentro de nossa região e empreendedorismo criativo para as pessoas desenvolverem um estilo de forma mais autêntico.” Na capital paraense, diferentes coletivos e encontros de brechós são realizados periodicamente, sendo a renda principal ou complementar para diversas empreendedoras. Um deles é o coletivo “É Das Manas”, iniciativa criada em 2023 pelas produtoras e idealizadoras Bea Batista, 34, e Brunna Heimann, 24. Mensalmente, o coletivo



Enayle Silva
FOTO: DIVULGAÇÃO

realiza feiras itinerantes em espaços abertos ou fechados, com cerca de 40 brechós, todos liderados por mulheres. No mês de maio, o “É Das Manas” chegou à 34ª edição, ressaltando a importância do projeto colaborativo em financiar a cultura dos brechós na cidade. Conforme explica Bea Batista, a semente da iniciativa foi plantada sete anos atrás, quando possuía um brechó e sentiu na época pré-pandemia a vontade de participar de feiras presenciais do ramo. “A gente não tinha muitos eventos que priorizassem e valorizassem os brechós. Aqui ainda era um pouco fechado em relação à moda circular.” Brunna Heimann afirma que a elaboração de “É das Manas” foi motivada a partir do momento em que ambas as criadoras verificaram que havia a necessidade de promover visibilidade para que as mulheres conseguissem ampliar as vendas dos brechós e aumentar o público no setor. “Assim como estreitar laços com pessoas do mesmo ramo, criar uma rede de networking e tornar esse mercado sólido em Belém”, afirma. O coletivo tem grande procura por empreendedores que desejam divulgar suas marcas nos encontros de brechós, porém, devido à preocupação com a qualidade no retorno das vendas e disponibilidade de espaço, a iniciativa abre, no máximo, em cerca de 40 empreendimentos. “Nós selecionamos e fazemos uma curadoria dessas marcas após a inscrição das pessoas interessadas. Cobramos um valor simbólico por estande e nisso a gente consegue

compor e trazer esses eventos”, destaca Bea Batista. Ao longo das 34 edições, Heimann ressalta que é gratificante ver a proporção que o “É Das Manas” alcançou, sendo reconhecido ao destacar o trabalho das brecholeiras em Belém. “Hoje, eu exerço que o nosso trabalho se tornou uma peça fundamental para trazer reconhecimento a esse mercado.” Em cada edição da feira de brechós são disponibilizadas entre 6 mil a 8 mil peças de roupas. Em dezembro do ano passado, o trabalho das duas produtoras recebeu o reconhecimento como “Mulher Empreendedora” pela Câmara Municipal de Belém (CMB), devido aos relevantes serviços prestados junto à comunidade por trabalhar a solidariedade e responsabilidade social e ambiental. “A maioria do nosso público já confirma a importância e a relevância que esses eventos têm proporcionado, trazendo mais consciência sobre o consumo desenvolvido vindo com o fast fashion”, diz Bea Batista. “Antigamente, a gente via muito preconceito com os brechós quando diziam que era ‘roupa velha’. Não é isso. Conseguimos superar esse pensamento.” Predominantemente, o público que frequenta o encontro de brechós é de jovens conscientes com a discussão sobre sustentabilidade. “Eles trouxeram esse estilo de vida não só pelo custo acessível (das peças de roupas), mas pela preocupação com o meio ambiente. Isso é muito legal de ver quando comparamos com anos anteriores”, ressalta Bea Batista sobre

o comportamento da maioria dos consumidores dos brechós refletindo na mudança de postura sobre o fast fashion nos últimos anos. Além da sustentabilidade, o “É das Manas” também impulsiona o empreendedorismo feminino, fazendo o público conhecer a trajetória de cada brecholeira e empreendedora. Bea Batista frisa que, atualmente, as mulheres dominam o setor. “Ter uma loja física é um custo muito alto. Elas enxergam esses eventos como uma forma mais acessível de exportar o negócio, de trazer um pouco da sua história e também ter renda. Ficamos muito felizes com a decisão delas de querer independência financeira”. A designer de moda Yorrana Maia percebe que a moda circular e os brechós são uma oportunidade para a mulher começar o próprio empreendimento. “É um tipo de negócio que conecta pessoas e fortalece uma rede de apoio entre mulheres. O brechó pode não ser apenas uma fonte de renda extra, mas a principal fonte para elas”. De acordo com Brunna Heimann, com a proximidade da COP 30, o mercado de brechós em Belém cresceu muito e tende a aumentar. “O público quer comprar porque enxerga que não é mais só o financeiro que pesa, e sim a responsabilidade que esse mercado tem com o compromisso social e com a preservação do nosso planeta”, argumenta. “Os brechós são uma porta de entrada para o empreendedorismo de baixo custo. A importância do brechó vai muito além da venda de roupas usadas, já que eles se proporcionam uma forma de consumo ético que valoriza a originalidade no vestir”, explica Heimann.

Oportunidades sustentáveis

Cliente dos brechós e frequentadora dos eventos que reúnem expositores de moda circular, a nutricionista Enayle Silva, 24 anos, afirma que desde o ano de 2018, quando ainda era estudante, já estava de olho nas opções de brechós na cidade. Inicialmente, o interesse foi motivado pelo menor preço.

Além da qualidade e dos valores mais em conta, hoje a afeição pelos brechós também é estimulada pela consciência em fomentar como pequenas empreendedoras. A nutricionista reforça que os brechós são importantes nos tempos atuais para promover o consumo responsável, em contrapartida com a qualidade das roupas fast fashion e produção em massa da indústria da moda.

“Sempre que eu posso venho em busca de alguma peça. São roupas em excelente estado e que duram bastante tempo. Os preços de peças novas são muito elevados. Uma vez comprei uma blusa cara em um shopping e rapidamente ela se descosturou”, comenta Silva.

OPORTUNIDADE

Para o Sebrae, a chegada da COP 30 em Belém representa uma excelente oportunidade de fortalecer a atenção em práticas sustentáveis. De acordo com a observação da analista técnica do Sebrae no Pará, Alessandra Lobo, aqui na Amazônia o movimento da moda circular tem um grande potencial de crescimento, pois conecta sustentabilidade, reaproveitamento de materiais, saberes locais e geração de renda.

“Quando a gente trabalha trazendo o respeito à história de cada peça e de quem a veste, isso também vira uma ferramenta de transformação social”, destaca Lobo ao dizer também que incentivar esse tipo de negócio é cuidar do planeta e da Amazônia, “onde cada iniciativa empreendedora carrega identidade, resistência e muita criatividade”.

Segundo o analista técnico, a moda circular não é uma tendência, mas sim

uma necessidade para trazer alternativas de trabalho e faturamento. “O Sebrae entende esse movimento circular de moda como um segmento estratégico dentro da economia criativa, que pode, sim, contribuir para o desenvolvimento econômico, assim como para a valorização da cultura e do meio ambiente da nossa região.”

Uma observação importante é que as mulheres fizeram a diferença no setor da moda circular, mas ainda enfrentam desafios. “Podemos destacar a dificuldade de acesso ao crédito, a própria formalização dos negócios e a sobrecarga que muitas acumulam entre trabalho, casa e família”, argumenta Alessandra Lobo. “A moda circular permite que essas mulheres empreendam com propósito, homologuem um consumo mais consciente e ainda fortaleçam a economia local.”

Para quem deseja entrar no ramo da moda circular e dos brechós, um analista técnico recomenda uma dica fundamental: não deixe de lado a gestão do negócio. Ou seja, para prosperar no projeto é preciso cuidar da parte administrativa do empreendimento e entender custos, definição correta de preços e planejamento de crescimento do negócio.

A identidade da marca também é algo necessário. Ter um posicionamento claro do que se quer, contra a história das peças e usar bem as redes sociais fazem a diferença no setor. “Além de se manter atualizado sobre as tendências de consumo e buscar constantemente capacitação. É aí que o Sebrae pode ajudá-lo na gestão do seu negócio, na conquista dos seus sonhos e no aumento do seu faturamento.”

O Sebrae pode estar presente desde a concepção da ideia até o crescimento do negócio, oferecendo capacitações, consultorias personalizadas, orientações sobre formalização e oportunidade de acesso ao mercado. Alessandra Lobo reforça que o Sebrae possui um programa que é voltado para a economia criativa e que atua com o setor da moda.

Homens também estão comprando mais nesses espaços

Há três anos, Erica Vasconcelos, 38 anos, trabalha exclusivamente com brechó on-line e, mais recentemente, também com o brechó físico há um ano e meio, onde comercializa as mais diversas peças de roupas para clientes nos arredores do bairro de São Brás.

Anteriormente, Erica trabalhou como gerente de loja, o que foi um pontapé para o início do próprio empreendimento de moda circular intitulado “Ma-E Bazar”. “Sempre gostei de trabalhar com vendas. Eu uni o útil ao agradável.”

Dependendo do mês, os ganhos da brecholeira podem chegar a 2.500 reais. “Trabalhar hoje com o brechó significa tudo para mim”, afirma. Mas não foi fácil percorrer a estrada até chegar nos dias atuais, sustentando o negócio da moda circular. Isso porque a brecholeira explica que pouco até tempo existia muito preconceito em relação aos brechós e sobre a qualidade e origem das peças.

Porém, ela garante que as roupas que comercializam são de desapego e com padrão excelente para uso. “É um tabu que já está sendo que-



Erica Vasconcelos
FOTO: DIVULGAÇÃO

brado com as pessoas mais conscientes e informadas. A maioria das peças que saem são vestidos e bermudas. O que chama a atenção das pessoas que trabalham no setor é que agora os homens também estão procurando comprar mais nos brechós.”

O “Ma-E Bazar” está presente no coletivo “É Das Manas” desde o início do projeto em 2023. Além de garantir renda com os even-

tos de brechó, Vasconcelos diz que o trabalho com a venda das peças de segunda mão promove a independência financeira feminina e estimula outras mulheres a buscarem o próprio negócio, fortalecendo uma rede de suporte entre as empreendedoras. “Isso é fazer uma moda circular em meio às mulheres que se ajudam. É uma família que se apoia no mesmo objetivo.”



Yorrana Maia
FOTO: DIVULGAÇÃO

EM NÚMEROS

FAST FASHION NO MUNDO

- O consumo de peças de vestuário por pessoa chega a ser 60% maior que há pelo menos 15 anos
- A produção de roupas gera entre 2% a 8% das emissões globais de gases de efeito estufa
- Uma única peça jeans pode consumir cerca de 5,2 mil litros de água
- Peças de algodão levam de 10 a 20 anos para se decompor na natureza; o poliéster pode levar até 400 anos

FONTES: ONU, PNUMA E RELATÓRIO “FIOS DA MODA: PERSPECTIVA SISTÊMICA PARA CIRCULARIDADE”

OS NÚMEROS DA MODA NO BRASIL

- Em 2023, o faturamento da cadeia têxtil e de fabricação foi de 203,9 bilhões de reais
- No mesmo ano, o total da produção de fabricação, incluindo vestuário, ficou em 8,02 bilhões de peças.
- Também em 2023, o volume da produção têxtil chegou a dois milhões de toneladas.
- Cerca de 4 milhões de toneladas de resíduos têxteis são descartados a cada ano pelos domicílios brasileiros
- Em 2024, cada residência do País descartou em cerca de 44 quilos de roupas e calçados

FONTES: ABIT E SZF PARTNERS

BRECHÓS PELO BRASIL

- O Brasil possui atualmente 22.209 estabelecimentos ativos nesse segmento
- Foram registrados 4.328 novos negócios do ramo em 2024 no País, um aumento de 26% no período de 2020 a 2024
- O Pará teve um crescimento de 200% na abertura de empreendimentos do setor no período de 2020 (27 aberturas) a 2024 (81 aberturas)
- Na capital paraense, em 2020 foram abertos 13 estabelecimentos no setor, número que pulou para 46 em 2024, uma alta de 253%

FONTES: PAINEL DE DADOS DE REGISTRO DE EMPRESAS DO GOVERNO FEDERAL E PAINEL DE ABERTURA DOS PEQUENOS NEGÓCIOS DO DATA SEBRAE