

VIII ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO EMPRESARIAL

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - FMU - São Paulo

Diretor Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

Representante Discente: Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFERSA - Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Fernando Passos - UNIARA - São Paulo

Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal

Comunicação:

Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Relações Internacionais para o Continente Americano:

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM - São Paulo

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI - Santa Catarina

Educação Jurídica

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - PR

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - SP

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - MS

Eventos:

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - FDF - São Paulo

Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina

Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

Comissão Especial

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UFRJ - RJ

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - PB

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - MG

Prof. Dr. Rogério Borba - UNIFACVEST - SC

D597

Direito empresarial [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Fabio Fernandes Neves Benfatti; Fernando Gustavo Knoerr; Viviane Coêlho de Séllos Knoerr. – Florianópolis: CONPEDI, 2025.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-172-1

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Direito Governança e Políticas de Inclusão

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito. 3. Empresarial. VIII Encontro Virtual do CONPEDI (2; 2025; Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



VIII ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO EMPRESARIAL

Apresentação

Honrados, apresentamos os trabalhos defendidos no GT “Direito Empresarial” no VIII Encontro Virtual do CONPEDI.

Temas como o compliance e a integridade jurídico-empresarial a partir de análise de caso concreto e como a intervenção estatal sobre as atividades econômicas, foram abordados por professores, graduandos em iniciação científica e pós-graduandos em mestrado, doutorado e pós-doutorado das cinco regiões do Brasil em uma tarde de sábado.

A natureza jurídica de créditos de fiança bancária posteriormente ao pedido de recuperação judicial, a aplicação da teoria do adimplemento substancial nos processos de falência e de recuperação judicial, a eficácia dos efeitos da declaração de falência e a tensão entre flexibilidade econômica e a segurança jurídica, foram problemas discutidos.

Os títulos de crédito em espécie, as empresas familiares, incluindo a outorga marital, a obrigação do avalista e a validade do aval, as Letras de Crédito do Desenvolvimento, as debêntures para a infraestrutura e a amplitude da legislação como uma necessidade para o direito cambiário, em razão de situações em aberto e a existência de uma real margem de dúvidas, dentre outros temas que ficam em aberto no direito, ganharam destaque nas reflexões e propostas apresentadas pelos congressistas.

Questões que transcendem a legislação pátria e envolvem um cenário transnacional como a atuação da OCDE, o fashion law, o triple bottom line da sustentabilidade e o greenwashing foram enfrentadas como desafios a serem mais bem compreendidos e vencidos pela comunidade jurídica no setor empresarial.

A realidade tributária aplicada em especial junto às micro e pequenas empresas, o papel do estado arrecadador e empresário, o planejamento tributário, a reforma tributária e seus efeitos sobre a sustentabilidade empresarial, fomentaram reflexões que também envolveram discussão sobre o capitalismo responsável, as sociedades de propósito específico e o papel das cooperativas.

Em razão da riqueza dos compartilhamentos e debates, convidamos à leitura do material que decorre do encontro realizado.

Fábio Fernandes Neves Benfatti,

Fernando Knoerr e

Viviane Séllos

**A CULTURA DE COMPLIANCE COMO UMA ALTERNATIVA SOCIAL
PERANTE AS EMPRESAS DE MODA SUSTENTÁVEIS**

**COMPLIANCE CULTURE AS A SOCIAL ALTERNATIVE TO SUSTAINABLE
FASHION COMPANIES**

João Vitor Martin Correa Siqueira ¹

Resumo

A presente pesquisa se propõe a desmiuçar a respeito do contexto histórico do compliance no Brasil e seus impactos na indústria da moda. Destaca-se que o mercado de moda é o segundo maior poluente do mundo, portanto, ao olhar para o contexto de conformidade, pontuando que os seus vieses éticos representam para além de um marco regulatório, mas uma mudança cultural que pretende reavaliar como os comportamentos desta cadeia produtiva impacta no contexto social. De acordo com a metodologia bibliográfica buscando o viés valorativo, examinasse como os padrões de comportamento e a cegueira seletiva neste mercado moldam não somente o comportamento dos consumidores, mas criam padrões de produção que não se atentam diretamente ao impacto ambiental e social que estas empresas representam, não somente em contexto nacional, mas no mundo todo. Por isso, antes de se cogitar a penalização normativa de acordo com o arcabouço jurídico, é preciso de atentar para a mudança comportamental dos agentes envolvidos nesta cadeia, buscando um crescimento econômico com o viés sustentável e de bem-estar social.

Palavras-chave: Compliance, Mercado de moda, Controles internos, Empresas conscientes, Economia colaborativa

Abstract/Resumen/Résumé

: This study aims to analyze the historical context of compliance in Brazil and its impacts on the fashion industry. It is worth noting that the fashion market is the second largest polluter in the world. Therefore, when looking at the context of compliance, highlighting its ethical biases represents more than a regulatory framework, but a cultural change that aims to reevaluate how the behaviors of this production chain impact the social context. According to the bibliographic methodology seeking the value bias, it examines how the patterns of behavior and selective blindness in this market shape not only the behavior of consumers, but also create production patterns that do not directly consider the environmental and social impact that these companies represent, not only in a national context, but worldwide. Therefore, before considering normative penalties in accordance with the legal framework, it is necessary to pay attention to the behavioral change of the agents involved in this chain, seeking economic growth with a sustainable bias and social well-being. Keywords: Compliance. Fashion Market. Internal Controls. Conscious Companies.

¹ mestrando

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Compliance, Fashion market, Internal controls, Conscious companies, Collaborative economy

INTRODUÇÃO:

O presente estudo pretende se debruçar a respeito do compliance e suas vertentes de aplicação na cadeia produtiva de moda, traçando o seu panorama geral, visando estabelecer o seu contexto histórico, apresentando as normativas que o contemplam no Brasil e suas metodologias de aplicação no objeto de estudo traçado. Vê-se que para além de normatividades positivadas em nosso arcabouço jurídico, o compliance busca traçar padrões de comportamento ético que anteveem a possíveis sanções e penalizações das atividades empresariais envolvidas.

Destaca-se que o mercado de moda é pautado integralmente no desejo, este pode enfrentar diversas variações dentro do mercado do consumo, perpassando por análises psicológicas de como estes consumidores se comportam diante desta grande cadeia produtiva. A moda, para além de combinações de roupas com acessórios, representa uma cadeia imensa de faturação econômica, impacto social e ambiental no mundo e principalmente, pauta como os indivíduos devem se comportar, diante do presente marco temporal.

Portanto, minimizar o impacto que esta cadeia detém sobre os costumes temporais e a sua aplicação no cotidiano é negar a sua grandiosidade. Mas, como as macros cadeias produtivas, o presente trabalho busca se debruçar sobre duas principais problemáticas, apresentadas, com a má distribuição e o descarte de resíduos têxteis feito pelas empresas de moda, e o consumo exacerbado de recursos hídricos realizados nas confecções de peças de consumo rápido, pontua-se que o denominado “fast fashion” tem um impacto grandioso no sistema ambiental, colocando a indústria da moda como a segunda maior poluente do mundo.

Por isto, buscando se alicerçar na pesquisa bibliográfica com o olhar valorativo, almeja-se traçar três pontos principais que serão desmiuçados no presente estudo, observando qual é o impacto das a) normas éticas e seu papel fundante na construção de empresas de moda com o viés social; e como os b) negócios de moda sustentáveis visando de progresso social e equilibrado, se comportam; e por fim, “costurando” com o viés de eficácia, examina-se o c) compliance e seus meios de aplicação na cadeia de moda.

Assim, com o desejo de criar discussões a respeito da conformidade e criando parâmetros de aplicação na cadeia produtiva da moda, almeja-se estabelecer uma valorização principal, que as normativas por si só não possuem o caráter corretivo que se

propõe se os indivíduos que pertencerem a este certame não estiverem dispostos a quebrar os seus antigos padrões de conduta, reverem a sua maneira de “fazer o negócio de moda” e a cima de tudo, almejar um crescimento econômico e sustentável visando não somente a perduração de seus negócios e a lucratividade, mas sim, o crescimento estável com o viés social dos mesmos, observando diretamente quais os níveis de implicação que o mercado de moda interfere diretamente na vida social de todos os indivíduos.

1. NORMAS ÉTICAS E SEU PAPEL FUNDANTE NA CONSTRUÇÃO DE EMPRESAS DE MODA COM O VIÉS SOCIAL

Compliance e sua estrutura, representam um conjunto de normas éticas e diretrizes que desempenham um papel crucial na construção de empresas que possuem um viés social e solidário. Vê-se que em um mundo cada vez mais globalizado e interconectado, as empresas estão sendo chamadas a ir além dos objetivos econômicos e incorporar práticas que beneficiem a sociedade como um todo. Neste contexto, observa-se que a noção de pertencimento e relacionamento prático ético, são fundamentais para a criação e sustentação de empresas comprometidas com a responsabilidade social e a solidariedade, detalhando os princípios que orientam essas práticas e os benefícios resultantes para as organizações e a comunidade.

No Brasil, o compliance está positivado no artigo 41 do Decreto nº 8.420/2015, em que o dispositivo legal prescreve que:

[...] programa de integridade consiste, no âmbito de uma pessoa jurídica, no conjunto de mecanismos e procedimentos internos de integridade, auditoria e incentivo à denúncia de irregularidades e na aplicação efetiva de códigos de ética e de conduta, políticas e diretrizes com objetivo de detectar e sanar desvios, fraudes, irregularidades e atos ilícitos praticados contra a administração pública, nacional ou estrangeira.

Destaca-se que o marco doutrinário pontuado por Frazão (2007, p. 42), leciona que o compliance é:

[...] conjunto de ações a serem adotadas no ambiente corporativo para que se reforce anuência da empresa à legislação vigente, de modo a prevenir a ocorrência de infrações ou, já tendo ocorrido o ilícito, propiciar o imediato retorno ao contexto de normalidade e legalidade.

Mas, pontua-se que um ponto importante do programa de integridade é a avaliação de riscos, como estabelece o artigo 42, inciso V, do Decreto nº 8.420/2015, como um dos parâmetros a serem observados, que diz respeito às ameaças ou incertezas. (LEAL, BOFF. 2023. p, 10)

Assim, visando a ponderação de riscos e seus futuros controles, estabelece Rodrigues (2020):

A avaliação de riscos do programa de compliance foca principalmente as ameaças potenciais relacionadas ao descumprimento de legislação, políticas, código de ética ou conduta – o que poderia levar a multas ou penalidades e danos à reputação. O desenho de um programa de compliance obrigatoriamente passa pela identificação dos principais riscos relacionados aos negócios, às leis e regulamentações necessárias, para que a partir de então possa definir, desenvolver os elementos de compliance relacionados àquele risco.

Destaca-se que as normas éticas são princípios e diretrizes que orientam o comportamento moral e profissional das pessoas e organizações. Elas abrangem valores como honestidade, integridade, justiça participativa, respeito, responsabilidade e transparência. Para as empresas, essas normas se traduzem em práticas que não só evitam o comportamento antiético, mas também promovem ativamente o bem-estar dos empregados, clientes, fornecedores, comunidade e meio ambiente.

Assim, partem do princípio da construção de empresas com um viés social e solidário visando a implementação de um conjunto sólido de normas de conformidade. Vê-se que, estas normas fornecem a base sobre a qual as empresas podem desenvolver práticas que vão além do lucro e buscam o bem-estar coletivo. Alguns dos principais componentes dessa base ética podem incluir a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) que constitui em uma abordagem pela qual as empresas integram preocupações sociais e ambientais em suas operações e interações com todos os envolvidos na cadeia corporativa, abarcando empresas socialmente responsáveis que adotam práticas que visam melhorar a qualidade de vida das comunidades onde operam e visam minimizar impactos ambientais e promover o desenvolvimento sustentável.

Deste modo, as normas éticas, e o comprometimento de seus operadores no cotidiano das corporações representam a espinha dorsal da RSC, garantindo que as ações

empresariais sejam conduzidas de maneira justa e equitativa. Neste interim, a Governança Corporativa surge neste sentido de assegurar a implementação e a instrumentalização destas balizas do compliance, visando a sua aplicabilidade cotidiana, levando para a cultura da empresa, não apenas ideias, mas sim, formas aplicáveis e direcionadas no combate a ações dispersivas do propósito ético empresarial.

Envolvendo a criação de estruturas e processos que garantem a transparência, responsabilidade e equidade nas decisões empresariais. Visando a criação de conselhos de administração independentes, auditorias regulares e mecanismos de prestação de contas são exemplos de práticas que reforçam a governança ética na prática.

Esta baliza fiscalizadora, assim como o código de ética, surge como um documento que descreve os princípios éticos e valores que orientam o comportamento da empresa e de seus empregados, servindo como um guia para a tomada de decisões, ajudando a garantir que todos os membros da organização ajam de acordo com os mesmos padrões elevados de integridade.

Neste mesmo sentido, é preciso que os colaboradores, sejam em pequena e grande escala, estejam cientes das “regras do jogo” antes da tomada de decisões, sejam elas de micro ou macro impacto empresarial, por isto, a formação contínua em ética é essencial para que os empregados compreendam e incorporem os valores da empresa em suas atividades diárias. Programas de treinamento em ética abordam temas como conflitos de interesse, conduta profissional, respeito aos direitos humanos e práticas de negócios responsáveis.

Vê-se que empresas que adotam normas éticas como base de suas operações desenvolvem diversas práticas que beneficiam a sociedade. Mas, antes de se pautar em seus métodos de punição e penalização, elevando o caráter legislativo para estas ações, é preciso que se trace parâmetros de aplicação para a construção do tema a ser debatido.

É preciso salientar que empresas socialmente responsáveis implementam práticas de sustentabilidade que visam reduzir seu impacto ambiental. Isso inclui a adoção de tecnologias limpas, redução de emissões de carbono, gestão eficiente de resíduos e uso de recursos renováveis. A ética ambiental reflete o compromisso da empresa com a preservação do planeta para as futuras gerações. Neste sentido, o mercado de moda representa um alto índice de descaso ambiental, marcando ser a segunda maior indústria

de poluente do mundo (Agência Brasil, 2022) pois a problematização começa desde o trato com os fornecedores de matéria prima, a contratação de colaboradores, abrangendo a criação e distribuição dos produtos, e por fim, o seu descarte.

Pois a consciência ambiental surge como um dos principais critérios para a mudança de pensamento e o alinhamento de um desejo de mudança real, portanto, é indispensável investir em programas de desenvolvimento comunitário que vise a prática comum entre empresas com viés social. Isso pode envolver o financiamento de projetos locais, parcerias com organizações sem fins lucrativos, programas de voluntariado corporativo e apoio a iniciativas educacionais e de saúde. Essas ações fortalecem as comunidades e promovem o desenvolvimento econômico e social.

Assim, as empresas de moda éticas garantem condições de trabalho justas e seguras para seus empregados. Isso inclui salários justos, benefícios adequados, ambiente de trabalho seguro, oportunidades de desenvolvimento profissional e respeito aos direitos dos trabalhadores. Empresas que valorizam seus empregados como partes interessadas essenciais criam uma cultura de respeito e colaboração, partindo deste princípio, o mercado de moda se apresenta como um expoente, pois os salários agregados aos empregados neste ramo, são totalmente dispare, onde os contratados representam uma parcela pequena nos lucros e a distribuição de renda dentro da cadeia corporativa se enfraquece por conta do alto índice de informalidade nas relações.

Portanto, a transparência e prestação de contas surge como um mecanismo dentro dos parâmetros de conformidade para assegurar segurança a todos os envolvidos, mas é preciso se perguntar, a que custo? A transparência é uma característica fundamental das empresas de moda que buscam um viés ético pois fornecem informações claras e precisas sobre suas operações, desempenho financeiro e impacto social e ambiental dentro da cadeia, visando a diminuição de informalidades, trabalhos análogos a escravidão, má distribuição de produtos e a preocupação da gestão em um descarte apropriado de resíduos têxteis.

Descarta-se que as corporações de moda, com o advento do Fast Fashion não se atentaram para o seu descarte apropriado de resíduos, e nem tão pouco com os métodos sustentáveis de alocação de recursos que envolvem a minimização de impactos socioambientais nas localidades em que desenvolvem as suas atividades.

. Portanto, a prestação de contas envolve a responsabilidade de responder a perguntas e preocupações dos stakeholders e almeja corrigir qualquer comportamento inadequado. Visando a minimização dos riscos, e o impacto negativo da corporação no cenário legislativo e social, é preciso salientar, que apesar das normatividades positivadas, o compliance se apresenta como uma base de constituição de bases, assim, antes de se pensar na penalização, seja ela por meio de multas ou sanções a gestão, o conjunto de diretrizes apresentadas, se anteveem, visando assegurar um ambiente seguro, almejando a diminuição de dos riscos atrelados a imagem da companhia, e como ela se posiciona no mercado de consumo.

Neste sentido, a adoção de normas éticas traz inúmeros benefícios tanto para as empresas quanto para a sociedade. Quando se pauta na diminuição de riscos empresariais, principalmente no cenário Fasion, os percalços podem ser diversos, assim como em qualquer plano empresarial, mas é preciso destacar, que o mercado de consumo pauta uma sociedade em qualquer marco temporal em que estiver inserido.

O mercado de moda, é para além de um conjunto de pessoas que se empenham em vender roupas e acessórios, mas abrange uma cadeia que se estende desde pequenos produtores de algodão do interior do Brasil, a grandes corporações que vendem bolsas a preços de luxo que nascem e afloram os desejos de consumo pelo status. Portanto, é necessário que se observe esta cadeia com a grandeza que ela tem, pois, é inegável a influência deste ramo no cotidiano de cada indivíduo, pois ela pauta e direciona como o os seres humanos e até os animais se portam perante a sociedade, desde o seu acordar até o seu repouso.

Por isso, a reputação e confiança seguem como balizas principais e ganham a confiança de suas partes interessadas, que podem ser indivíduos, ou grupos e organizações que têm interesse ou são afetados pelas atividades, decisões e desempenho de uma empresa, que podem incluir clientes, empregados, investidores e a comunidade em geral. Uma boa reputação ética fortalece a marca da empresa e pode levar a uma maior lealdade dos clientes e a um aumento das oportunidades de negócios.

Neste sentido, um ambiente de trabalho ético e justo aumenta o engajamento e a satisfação dos empregados. Pois, vê-se que, quando os empregados sentem que trabalham

para uma empresa que valoriza a ética e a responsabilidade social, eles são mais motivados, produtivos e leais aos propósitos da companhia e assim estão mais bem preparadas para enfrentar crises e desafios. A ética promove a resiliência organizacional, ajudando as empresas a navegarem por mudanças regulatórias, crises reputacionais e pressões do mercado.

Em um mercado onde consumidores e investidores estão cada vez mais preocupados com a responsabilidade social, empresas de moda éticas ganham uma vantagem competitiva. Elas atraem clientes que valorizam práticas sustentáveis e investidores que buscam empresas comprometidas com a ética e a governança responsável, pois se sentem mais seguros em investir no negócio em que se propõe.

Assim, as normas éticas são o alicerce sobre o qual as empresas podem construir um futuro mais justo, sustentável e solidário. Ao adotar práticas baseadas em responsabilidade social corporativa, governança ética, códigos de ética e educação contínua, asseguram que as empresas de moda podem não só cumprir suas obrigações legais, mas também criar um impacto positivo duradouro na sociedade. A integração de normas éticas em todas as áreas da operação empresarial promove uma cultura de integridade e responsabilidade, fortalecendo a confiança, a resiliência e a sustentabilidade. Assim, empresas Fashion que priorizam a ética não só prosperam no sentido econômico, mas também contribuem significativamente para o bem-estar coletivo e a construção de um estado de bem-estar social.

1. NEGÓCIOS DE MODA SUSTENTÁVEIS VISANDO DE PROGRESSO SOCIAL E EQUILIBRADO

Observa-se que nos últimos anos, a indústria da moda tem passado por uma transformação significativa, a crescente conscientização sobre os impactos ambientais e sociais negativos do fast-fashion tem impulsionado o surgimento de negócios de moda sustentáveis. Esses empreendimentos não apenas buscam minimizar os danos ambientais, mas também promover o progresso social de maneira equilibrada.

Assim, a moda sustentável, também conhecida como eco-fashion, é uma abordagem que visa a criação de produtos de moda que respeitam o meio ambiente e

promovem a justiça social ao longo de todo o ciclo de vida do produto. Isso inclui desde a escolha dos materiais até o design, produção, distribuição, uso e descarte dos produtos.

Vê-se que para se pautar a moda sustentável é preciso que o presente estudo se debruce perante os três pilares principais: ambiental, social e econômico. Desta forma, o eco-fashion procura minimizar o impacto ambiental negativo causado pela produção de roupas e acessórios. Isso inclui o uso de materiais ecológicos, processos de produção eficientes em termos de energia e recursos, e a redução de resíduos. Materiais como algodão orgânico, tecidos reciclados, fibras naturais e tintas biodegradáveis são práticas comuns na moda sustentável. (EBAC, 2023)

Este pilar social da sustentabilidade, visa garantir condições de trabalho justas e seguras para todos os envolvidos na cadeia de suprimentos. A moda sustentável deve promover salários justos, respeito aos direitos trabalhistas, e condições de trabalho dignas. Além disso, muitas empresas de moda sustentável investem em comunidades locais, apoiando o desenvolvimento econômico e social.

No mesmo sentido, o eixo econômico da moda sustentável busca criar modelos de negócio que sejam economicamente viáveis e que promovam a longevidade. Isso inclui práticas como a moda circular, onde produtos são projetados para serem reutilizados, reciclados ou compostados no final de sua vida útil, práticas estas, vislumbram a continuidade dos produtos após o seu uso e o seu descarte apropriado, visando a diminuição de poluentes no solo. (EBAC, 2023)

Empresas de moda sustentável adotam diversas práticas para alcançar seus objetivos ambientais, sociais e econômicos. O uso de materiais sustentáveis é fundamental na moda ecológica. Isso inclui tecidos orgânicos, como algodão e linho, fibras naturais, como bambu e cânhamo, e materiais reciclados, como poliéster reciclado. Esses materiais são escolhidos por serem menos prejudiciais ao meio ambiente em termos de uso de água, pesticidas e emissões de carbono.

Segundo pesquisas da Escola britânica de artes criativas e tecnologia (2023) pontua que dados ofertados pela Organização das Nações Unidas (ONU), a indústria da moda é responsável por 20% do desperdício de água no mundo. Assim, pontua-se alguns exemplos:

Para produzir uma peça de jeans no Brasil é utilizado, em média, 10 mil litros de água, um recurso hídrico limitado; Já para produzir um par de sapatos de couro bovino pode ser usado até 8 mil litros de água; Empresas que trabalham com tingimento de tecido e não tratam a água antes de devolvê-la para o rio acabam contaminando a água com produtos químicos; O poliéster quando é fabricado com produtos químicos como cobalto, brometo de sódio e óxido de antimônio e não é manejado de forma adequada, pode afetar os cursos d'água.

Os tecidos sintéticos produzidos do petróleo e/ou do plástico, quando são descartados de forma irregular ou até durante a lavagem de roupa, podem soltar milhões de microfibras de plástico na água. Estes minúsculos pedaços de plásticos acabam na nossa água potável e também representam uma ameaça aos peixes que podem confundirlos com comida.

Além disso, de acordo com a ONU, a indústria da moda é responsável por 8% dos gases do efeito estufa. A produção é responsável por 70% dos gases, e os outros 30% ficam por conta do transporte, distribuição e uso do vestuário, segundo o relatório Fashion on Climate, da consultora McKinsey.

Com isso, a produção ética significa garantir que todas as etapas da produção sejam realizadas, mas é preciso que a mudança cultural seja primária para que após este trabalho possa render frutos que reverberem em condições justas e seguras para todos os colaboradores e toda a cadeia produtiva que produz e consome os produtos de moda, e isso envolve o pagamento de salários dignos, condições de trabalho seguras e o respeito aos direitos dos trabalhadores.

A moda circular é um modelo de negócio que visa manter os produtos em uso pelo maior tempo possível. Isso pode incluir o design para a durabilidade, reparabilidade e reciclabilidade. Sentido este que faz com o que as empresas de moda sustentáveis frequentemente adotam políticas de transparência e rastreabilidade, permitindo que os consumidores saibam exatamente onde e como os produtos foram feitos. Isso inclui divulgar informações sobre fornecedores, materiais e processos de produção.

Compactuando também com a emergência do viés ambiental, reduzir o desperdício é uma prática chave na moda sustentável. Isso pode incluir o uso de tecnologias de corte de tecidos que minimizam sobras, a reciclagem de resíduos de produção e a criação de coleções em pequena escala para evitar excesso de estoque. (EBAC, 2023)

Mas embora a moda sustentável traga inúmeros benefícios, também enfrenta diversos desafios. O primeiro deles é produzir uma moda ecologicamente correta pode

ser mais caro devido ao uso de materiais ecológicos e práticas de produção ética. Esses custos muitas vezes são repassados ao consumidor, o que pode tornar os produtos menos acessíveis e assim, podem desencorajar o consumidor de efetuar a compra.

A produção sustentável em larga escala pode ser difícil de alcançar. Encontrar fornecedores e processos que atendam aos padrões sustentáveis e que possam ser escalados para atender à demanda é um desafio significativo. Muitos consumidores ainda não estão cientes dos impactos negativos da moda convencional ou dos benefícios da moda sustentável. Educar os consumidores sobre essas questões e incentivá-los a fazer escolhas mais conscientes é um desafio contínuo.

Visando estabelecer o plano de movimento ético, é importante averiguar a fiscalização atrelada a estas ações, o greenwashing, ou a prática de fazer falsas alegações de sustentabilidade, é um grande impasse na indústria da moda. Empresas que não são genuinamente comprometidas com a sustentabilidade visam enganar os consumidores, minando a confiança na moda sustentável. E assim, descredibilizando todo o movimento que busca a averiguação e conduta certa dos dirigentes e a sua dificultando ainda mais a sua fiscalização e possível responsabilização. (Fashion For Future, 2022)

Apesar dos desafios, a moda sustentável oferece numerosos benefícios para a sociedade e o meio ambiente, o eco-fashion visa promover a minimização de riscos e possíveis impactos negativos ambientais da indústria da moda, isto pode incluir a redução do uso de água, energia e produtos químicos, além da diminuição das emissões de carbono e dos resíduos têxteis. Da mesma forma, as práticas de produção ética garantem que os trabalhadores recebam salários justos e trabalhem em condições seguras. Isso melhora a qualidade de vida dos trabalhadores e promove a justiça social.

Vê-se que a moda sustentável visa a promoção do trabalho com artistas independentes, visando estabelecer a parceria com artesãos e comunidades locais, ajudando a preservar técnicas tradicionais e a proporcionar desenvolvimento econômico. Visando, portanto, a construção de parcerias com artistas anteriormente negados pela macro cadeia do fast fashion, almejando elevar ao padrão destes indivíduos invisibilizados promovendo não somente a sustentabilidade econômica, mas também a produção independentes destes agentes de mudança social.

Assim, a busca por soluções sustentáveis estimula a inovação e a criatividade na indústria da moda, com novos materiais, técnicas de produção e modelos de negócio

emergem, contribuindo para uma indústria mais diversificada e resiliente. Mas a moda sustentável incentiva os consumidores a serem mais conscientes e responsáveis em suas escolhas de consumo. Promovendo um consumo mais consciente e um ciclo de vida mais longo para os produtos de moda.

Os negócios de moda que buscam por estabelecer vieses sustentáveis e impregná-los em sua cadeia produtiva, estão na vanguarda de uma transformação necessária na indústria da moda. Ao adotar práticas que respeitam o meio ambiente e promovem a justiça social, essas empresas estão pavimentando o caminho para um futuro mais equilibrado e sustentável. Embora enfrentem desafios significativos, os benefícios de uma abordagem sustentável são imensos, tanto para as empresas quanto para a sociedade e o planeta. À medida que mais consumidores se tornam conscientes da importância da moda sustentável, espera-se que essa tendência continue a crescer, impulsionando mudanças positivas em toda a indústria.

2. COMPLIANCE E SEUS MEIOS DE APLICAÇÃO NA CADEIA DE MODA

A indústria da moda é a segunda mais poluidora globalmente, ficando atrás somente da indústria de petróleo. Estudo divulgado pela Global Fashion Agenda, uma entidade sem fins lucrativos, revela que mais de 92 milhões de toneladas de resíduos têxteis foram eliminados nos últimos anos. E a previsão é de um crescimento de 60%, ou mais de 140 milhões de toneladas, nos próximos oito anos (Agência Brasil, 2022)

O compliance na moda é crucial para garantir que as empresas operem de maneira ética e legal visando a perduração de suas produções e consumo consciente entre os seus assistidos. Com a crescente pressão dos consumidores, reguladores e ONGs por maior transparência e responsabilidade, as empresas de moda precisam adotar práticas de compliance robustas para evitar riscos legais, reputacionais e financeiros – por óbvio, todo risco, seja ele de qualquer natureza for, irá acarretar o prejuízo financeiro -.

A indústria da moda é regulamentada por diversas leis e normas que variam de país para país, isso inclui leis trabalhistas, regulamentações ambientais, normas de segurança de produtos e direitos de propriedade intelectual e a observância que não cumprimento dessas leis pode resultar em multas, sanções e processos judiciais, é

primordial para acarretar negociações e contratos éticos visando o bem-estar de todos os agentes envolvidos neste certame.

Assim, em um mercado onde a reputação é um ativo valioso, práticas de compliance ajudam a construir e manter a confiança dos consumidores. – a aderência é a grande chave para os produtos de consumos pautados no desejo – e as marcas envolvidas em escândalos de trabalho infantil, práticas insustentáveis ou violações de direitos humanos podem sofrer danos irreparáveis à sua imagem, tendo um trabalho árduo para se recuperar no mercado.

A conformidade também é essencial para promover práticas sustentáveis e socialmente responsáveis. Isso inclui garantir condições de trabalho justas, minimizar o impacto ambiental e apoiar o desenvolvimento das comunidades locais. E para que isto ocorra de maneira saudável, é preciso implementar um programa de compliance que abarque um método eficaz de governança corporativa que supra as lacunas e deficiências na cadeia de fashion, envolvendo várias etapas e práticas que busquem primeiro, conhecer o negócio para depois criar parâmetros de controle.

O primeiro passo para um programa de compliance que se detenha olhar para um todo é a criação de políticas claras e códigos de conduta que definam os padrões éticos e legais da empresa. Com – as regras do jogo expostas- estes documentos devem cobrir áreas como direitos dos trabalhadores, práticas ambientais, segurança de produtos e conduta empresarial ética, visando pontuar como os mesmos irão aplicar as metodologias de controle.

E para averiguar como todos estas regras irão funcionar no cotidiano da atividade empresarial, é imprescindível realizar auditorias internas e externas regulares com um monitoramento contínuo, é crucial para garantir que os fornecedores e parceiros estejam em conformidade com as políticas de compliance. O treinamento dos empregados e fornecedores sobre as políticas de conformidade são essenciais para garantir a implementação eficaz.

Pode-se traçar diversas metodologias usadas para identificar e avaliar os riscos visando a sua mitigação dentro da cadeia produtiva e a sua distribuição, mas a sua principal fundamentação é, conhecer o negócio em que se procura corrigir. Isso envolve mapear a cadeia de suprimentos, identificar áreas de risco e implementar controles para

mitigar esses riscos, e isto pode acarretar desconfortos dentro dos próprios colaboradores, pois a mudança na cultura da empresa, deve ocorrer.

A transparência é um componente chave do compliance, as empresas devem relatar regularmente sobre suas práticas de compliance e desempenho. Isso pode incluir relatórios de sustentabilidade, divulgações de auditorias e comunicação aberta com fornecedores e consumidores. Portanto, estabelecer canais seguros e confidenciais para denúncias de violações de conformidade é essencial. Isso permite que empregados, fornecedores e outros envolvidos nesta relação empresarial, relatem condutas inadequadas sem medo de retaliação da gestão ou de seus pares.

Assim, as empresas devem estabelecer estruturas de governança que garantam a responsabilidade e prestação de contas em relação às práticas de compliance. Isso pode incluir a criação de comitês de ética, nomeação de oficiais de compliance e integração do compliance na estratégia empresarial.

Vê-se que o compliance é essencial para a construção de uma cadeia de moda ética, sustentável e responsável. Ao implementar políticas claras, auditorias rigorosas, programas de treinamento, e mecanismos de transparência e prestação de contas, as empresas de moda podem garantir que operem de maneira legal e ética. Embora enfrentar os desafios do compliance possa ser complexo, os benefícios em termos de mitigação de riscos, fortalecimento da reputação, promoção da sustentabilidade e melhoria da eficiência operacional são significativos.

Por derradeiro, pontua-se que à medida que a indústria da moda continua a evoluir, o compliance será um componente crucial para garantir que o progresso seja alcançado de maneira justa e equilibrada, beneficiando tanto as empresas quanto a sociedade como um todo visando o progresso saudável desta geração, almejando construir uma mudança cultural para as futuras.

CONCLUSÃO:

Ao salientar o papel da conformidade e suas ramificações, o principal valor apontado no presente estudo debruça-se perante a conduta ética do aplicador da presente metodologia. Parte dele, o posicionamento de se comportar de acordo com o que a legislação vigente lhe ordena e seguir corretamente estes parâmetros para que não ocorra

em sanções pessoais e culturais. Quando se eleva este contexto de penalização para a indústria da moda, vê-se que antes do sanção ser ofertada por um juiz, ela já é feita logo que o risco se instaura.

Se atentar para os detalhes é a chave para um programa de compliance que obtenha sucesso e que oferte um resultado real e de mudanças significativas na cadeia produtiva de uma empresa, e assim possa impactar positivamente na sociedade. Cabe ao aplicador, seja ele um controlador de riscos, consultor de compliance, gerente de danos, seja qual for a denominação, se atentar para as métricas que a companhia estabelece para que os julgamentos e parâmetros em seguida sigam as diretrizes que a mesma pontuou. É assim que se alinha o propósito.

Compliance para além do revestimento legal, estabelece uma cultura ética, pautada em valores que almejam o melhoramento de todos os aspectos dos envolvidos na cadeia produtiva, sejam elas alocadas nos mais variados nichos. Sem nenhuma pretensão romântica, a aplicação da conformidade se pautando no cotidiano das relações, visa o melhoramento na relação entre todos os envolvidos, para além do propósito, por vezes tende-se a crer que os colaboradores ainda são humanos, com todas as suas questões e necessidades. E a atenção é primordial para seguirmos em busca de uma sociedade pautada no bem-estar social.

Por derradeiro, cabe pontuar que, os negócios de moda, são sustentados em sua grande maioria pelo predominate desejo do consumo, sejam eles porque suprem uma necessidade presente ou futura, ou pela valoração do produto a partir do status que eles proporcionam ao consumidor que os detêm. Mas, partindo do plano ético, cabe aos consumidores se perguntarem – quem fez a minha roupa? E como ela chegou ao meu guarda-roupas? –

Olhar pelo viés da conformidade é se questionar se os padrões que se estabelecem sobre a minha existência e como eles modificam e atingem os padrões de comportamentos alheios. E de que forma eu me comporto perante a este descaso ambiental massivo pautado pela cegueira seletiva que se apresenta em nosso meio.

REFERÊNCIAS:

BRASIL. Decreto nº 8.420/2015: **Regulamenta a Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013, que dispõe sobre a responsabilização administrativa de pessoas jurídicas pela prática de atos contra a administração pública, nacional ou estrangeira e dá outras providências.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/decreto/d8420.htm. Acesso em: 31 jul. 2024.

ÉPOCA NEGÓCIOS. **Gestão de risco e compliance fazem a diferença: melhoria nos sistemas de controle traz vantagem competitiva e maior valorização no longo prazo.** Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Publicidade/Petrobras/noticia/2017/06/gestao-de-risco-ecompliance-fazem-diferenca.html>. Acesso em: 04 ago. 2024.

EBAC. **Moda sustentável:** alternativas de produção e de consumo para se ter um meio ambiente mais preservado. 2023. Disponível em: <https://ebaconline.com.br/blog/moda-sustentavel>. Acesso em: 05 ago. 2024

ERNST & YOUNG. **Transformando risco em resultados: como as empresas utilizam a gestão de riscos para impulsar o desempenho?** Disponível em: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/transformando_riscos_em_resultados/\\$File/Apresentacao_Transformando_Riscos_em%20Resultados.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/transformando_riscos_em_resultados/$File/Apresentacao_Transformando_Riscos_em%20Resultados.pdf). Acesso em: 31 jul. 2024.

Fashion For Future. 2022. **O greenwashing e a moda.** Disponível em: <https://www.fashion-for-future.com/post/greenwashing>. Acesso em: 02 ago. 2024

FRAZÃO, Ana. **Programas de compliance e critérios de responsabilização de pessoas jurídicas por ilícitos administrativos.** In: ROSSETTI, Maristela Abla; PITTA, Andre Grunspun. Governança Corporativa: avanços e retrocessos. São Paulo: Quartier Latin, 2007.

LUZ, Solimar. RADIO AGÊNCIA. **Indústria da moda é a segunda mais poluidora do mundo, aponta estudo. 2022.** Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/economia/audio/2022-10/industria-da-moda-e-segunda-mais-poluidora-do-mundo-aponta-estudo>. Acesso em: 02 ago. 2024.

LEAL, Dionis Janner. BOFF, Salete Oro. Programa De Integridade (Compliance): ‘Nova’ Responsabilidade Social Empresarial Integrity Program (Compliance): ‘New’ Business Social Responsibility. **REVISTA ARGUMENTUM.** 2023. Disponível em: <http://ojs.unimar.br/index.php/revistaargumentum/article/view/1624>. Acesso em: 01 ago. 2024.

MENDES, Francisco Schertel. **Compliance: concorrência e combate à corrupção.** São Paulo: Trevisan, 2017.

RODRIGUES, André Luis Friaça (et. al). **Gestão de riscos (risk management): desafios e melhores práticas.** In: FRANCO, Isabel. Guia prático de compliance. Rio de Janeiro: Forense, 2020 (e-book).