

## TRANSPARÊNCIA EMPRESARIAL NA INDÚSTRIA DA MODA

Mariana Cardoso Magalhães

Advogada Sócia de Homero Costa Advogados

Luana Otoni de Paula André

Advogada Sócia de Homero Costa Advogados

Há anos que a sociedade se depara com histórias de irregularidades em diversos setores, inclusive na indústria da moda, o que trataremos nesse artigo.

Essas irregularidades (no mercado da moda), ocorrem através: **(i)** da utilização do trabalho análogo ao de escravo; **(ii)** das sonegações fiscais; **(iii)** da cadeia de produção em desacordo com as normas ambientais<sup>1</sup>; **(iv)** da pirataria e contrafação de produtos falsificados, dentre outros.

O consumidor, contudo, está cada vez mais ciente dessas incongruências/desconformidades no mercado da moda que, em 2018, faturou US\$ 48,3 bilhões<sup>2</sup> (último dado disponibilizado pela Associação Brasileira da Indústria Têxtil ("ABIT")).

É certo, porém, que a reputação de uma marca seja ela de luxo ou não, é traduzida pela fidúcia com o seu consumidor.

A confiança e transparência da marca e, por consequência do produto comercializado, é o que mantém a fidelidade do consumidor.

É latente a necessidade em se buscar um caminho mais linear e transparente na indústria da moda. Isso ratifica que o mercado e o mundo – cada vez mais - se preocupam seriamente em regulamentar e diminuir os casos de irregularidades empresariais que tanto levam à ampliação de delitos no âmbito empresarial e, conseqüentemente, à ampliação das desigualdades sociais no mundo.

<sup>1</sup> Nesse aspecto, o artigo Slow Fashion - Sustentabilidade e Moda (<https://www.migalhas.com.br/depeso/309558/slow-fashion-sustentabilidade-e-moda>)

<sup>2</sup> <https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>, consulta realizada em 13.03.2020, às 14:40h

Em 2013, quando foi sancionada a Lei Anticorrupção<sup>3</sup>, o Brasil impulsionou as investidas e incentivos no âmbito público e privado a Programas de Integridade ou *Compliance*.

*Compliance*, além de ser uma ferramenta para obter ganho de valor e competitividade a longo prazo, contribui de forma assertiva para a própria sobrevivência da marca.

O *Compliance* é cabível e necessário para qualquer setor da indústria têxtil; contribui de forma assertiva e direta para alcance da sustentabilidade financeira e econômica da organização.

Somados os impactos diretos em curto prazo, cerca de 60% a 70% do empresariado que responderam a uma consulta em diversos países acreditam que uma empresa ética e responsável obterá mais sucesso em longo prazo (*THE JOURNAL OF COMPLAINT, RISK & OPPORTUNITY. Ethics is more than Compliance. 2008*).

A instituição se utiliza de mecanismos para conduzir seus negócios (Missão) e para traçar um caminho estratégico no tempo (Visão), tudo de acordo com seus ideais (Valores), os quais contribuem diretamente para a redução dos riscos sobre suas estratégias.

Desde 2016 já se fala em um índice internacional que busca a ampliação da transparência neste setor, conhecido como *Fashion Transparency Index*.

Finalmente, em 2019, este índice chegou ao Brasil com o intuito de ampliar a transparência da indústria têxtil no mercado brasileiro.

Inicialmente, foram submetidas à avaliação do índice de 20 (vinte) grandes marcas e varejistas. Os critérios aos quais foram submetidas são "*Políticas e Compromissos*", "*Governança*", "*Rastreabilidade*", "*Conhecer, Comunicar e Resolver*" e "*Tópicos em Destaque*". O questionário possui cerca de 200 questões sobre estes temas, podendo ser atingida a pontuação máxima de 250 (duzentos e cinquenta) pontos.

---

<sup>3</sup> Lei nº 12.846

Conforme reportagem da Exame<sup>4</sup>, após a avaliação das organizações pesquisadas, 40% (o que equivale a oito empresas) não responderam ao questionário, recebendo pontuação de 0% resultando na classificação como “*não transparentes*”.

Das outras organizações que responderam ao questionário, total de 12 (doze) empresas, apenas 2 (duas) atingiram pontuação entre 51 a 60%, sendo que todas as outras 10 (dez) empresas não atingiram pontuação acima de 40%.

Esses percentuais demonstram, claramente, que as organizações brasileiras da indústria da moda ainda têm muito o que percorrer e crescer no que tange à transparência e *Compliance*. O que mais foi verificado é que há muita teoria e regulamentações sobre os assuntos. Contudo, pouca prática destas normatizações no dia a dia empresarial.

Inegavelmente não restam dúvidas de que a aplicação do *Compliance*, produz uma série de vantagens competitivas para uma marca (seja ela de luxo ou não), tanto do ponto de vista interno como do ponto de vista externo, de modo que todos os envolvidos saem ganhando nesse processo (empresário, colaboradores em todas as esferas da organização – *designs*, estilistas, coordenadores de produção e, claro, os consumidores).

Além de serem, a cada dia mais, fundamentais para a manutenção e crescimento das empresas nesse ramo industrial, já que claramente o mundo segue caminhando em busca de mais conformidades, transparências e ações éticas nas gestões empresariais.

---

<sup>4</sup> <https://exame.abril.com.br/negocios/quem-faz-sua-roupa-nasce-1o-indice-sobre-transparencia-da-moda-no-brasil/>