Universidade do Minho
Escola de Economia e Gestão

Maria Octávia Gonçalves Mateus

Desperdício Têxtil – O consumo e descarte de vestuário!

Dezembro de 2024

Desperdício Têxtil – O consumo e descarte de vestuário!
Maria Octávia Mateus
UMinho | 2024

Universidade do Minho

Escola de Economia e Gestão

Maria Octávia Gonçalves Mateus

Desperdício Têxtil - O consumo e descarte de vestuário!

Dissertação de Mestrado
Mestrado em Gestão

Trabalho efetuado sob a orientação do
Professor Doutor José António Almeida Crispim

Dezembro de 2024

DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos.

Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada.

Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.

Licença concedida aos utilizadores deste trabalho



Atribuição

CC BY

https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

AGRADECIMENTOS

A realização desta dissertação, no âmbito do Mestrado em Gestão, só foi possível devido ao apoio incondicional de diversas pessoas, a quem gostaria de expressar a minha sincera gratidão.

Primeiramente, ao Professor Doutor [Nome do Orientador], pela orientação na pesquisa e pelo apoio contínuo e disponibilidade demonstrados. Sou especialmente grata por me ter "dado asas" para explorar um tema com o qual me identificasse.

À minha família e ao meu namorado, porque foi preciso muito esforço e abdicar de muito para eu poder seguir o meu objetivo, o nosso objetivo, e ser hoje licenciada em Economia e futura mestre em Gestão. Muito obrigada pela motivação, apoio e paciência (e foi precisa muita).

Aos meus amigos de longa data e aos de menos longa, que me acompanharam nesta jornada. Que riram, choraram e desesperaram comigo, muito obrigada por estarem sempre presentes.

Por fim, expresso a minha profunda gratidão a todas as pessoas que se dispuseram a participar e a colaborar no preenchimento do questionário. A vossa contribuição foi essencial para o sucesso deste estudo.

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração.

Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

RESUMO

Esta dissertação tem como objetivo identificar e analisar o comportamento de consumo e descarte de vestuário entre os consumidores, assim como examinar de que forma a consciencialização sobre a sustentabilidade influência esses comportamentos. Para alcançar esses objetivos, foi elaborada uma pesquisa quantitativa por meio da aplicação de um questionário, que permitiu recolher dados relevantes sobre as atitudes dos participantes em relação ao consumo e descarte de vestuário, bem como o nível de informação do impacto do desperdício no meio ambiente e as tendências sustentáveis que adotam.

Os resultados indicam que a maioria dos consumidores tende a prolongar o uso das suas peças e adota práticas que refletem uma maior consciência ambiental. Especificamente, observa-se que doar ou reutilizar as peças quando já não usam para o seu efeito inicial é priorizado. No entanto, também foram identificadas barreiras, como a desinformação sobre sustentabilidade e a situação financeira desfavorável, que limitam a realização de compras mais sustentáveis.

Além disso, a análise revela que, apesar das dificuldades enfrentadas, os respondentes demonstram disposição para alterar os seus hábitos de consumo visando a redução do desperdício têxtil. Assim, é fundamental promover a educação sobre o impacto ambiental da indústria têxtil e tornar o acesso a peças sustentáveis financeiramente viável.

Conclui-se que Iniciativas como reutilização, transformação de roupas e utilização de plataformas de revenda, juntamente com campanhas de conscientização, são estratégias eficazes para promover o consumo e descarte responsável. Estas medidas não contribuem apenas para a diminuição do impacto ambiental da moda, mas também fomentam uma cultura de sustentabilidade entre os consumidores, essencial para enfrentar os desafios atuais relacionados ao desperdício têxtil.

Palavras-Chave: consumo sustentável, descarte, desperdício, práticas e comportamentos, sustentabilidade, têxtil, vestuário.

ABSTRACT

This dissertation aims to identify and analyse clothing consumption and disposal behaviour among consumers, as well as to examine how awareness of sustainability influences these behaviours. To achieve these objectives, a quantitative survey was carried out using a questionnaire, which made it possible to collect relevant data on participants' attitudes towards the consumption and disposal of clothing, as well as the level of information on the impact of waste on the environment and the sustainable trends they adopt.

The results indicate that many consumers tend to prolong the use of their garments and adopt practices that reflect greater environmental awareness. Specifically, it was observed that donating or reusing garments when they are no longer used for their original purpose is prioritized. However, barriers were also identified, such as misinformation about sustainability and an unfavourable financial situation, which limit making more sustainable purchases.

In addition, the analysis shows that, despite the difficulties faced, respondents are willing to change their consumption habits to reduce textile waste. It is therefore essential to promote education about the environmental impact of the textile industry and to make access to sustainable garments financially viable.

It can be concluded that initiatives such as reusing and transforming clothes and using resale platforms, together with awareness campaigns, are effective strategies for promoting responsible consumption and disposal. These measures not only contribute to reducing the environmental impact of fashion, but also foster a culture of sustainability among consumers, which is essential for tackling the current challenges related to textile waste.

Keywords: sustainable consumption, disposal, waste, practices and behaviours, sustainability, textiles, clothing.

ÍNDICE GERAL

Agradecimentos v
Desperdício têxtil - O consumo e descarte de vestuário! vii
Resumo vii
Textile waste – The consumption and disposal of clothing! viii
Abstract viii
Lista de Abreviaturas x
Lista de Gráficos xi
Lista de Tabelas xii
1. Introdução 13
1.1 Relevância Do Tema 13
1.2 Questões E Objetivos De Pesquisa 15
1.3 Estrutura Da Dissertação 16
2. Revisão de literatura 17
2.1 A Indústria Têxtil E Vestuário (ITV) 17
2.2 Sistema Da Moda 19
2.3 *Slow-Fashion* E *Fast-Fashion* 20
2.4 Economia Circular (EC) 22
2.5 Impacto Ambiental Da Indústria Têxtil E Vestuário (ITV) 24
2.6 O Comportamento E O Consumo 26
2.7 O Descarte E O Desperdício 27
3. Metodologia 29
3.1 Paradigma de Investigação 29
3.2 Desenho do questionário 30
3.3 Procedimento de Recolha e Análise de Dados 34
4. Análise e Discussão dos Resultados 35
5. Conclusão 53
6. Referências 56
7. Anexos 64

LISTA DE ABREVIATURAS

APA. Associação Portuguesa do Ambiente

EFTA. European Free Trade Association

GATT. General Agreement on Tariffs and Trade

OMC. Organização Mundial do Comércio

ITV. Industria Têxtil e Vestuário

EMF. *Ellen MacArthur Foundation*

EC. Economia Circular

ATP. Associação Têxtil E Vestuário De Portugal

DGAE. Direção Geral da Administração Escolar

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Evolução dos principais indicadores (1995-2022) 18
Gráfico 2 - Género da amostra. 36
Gráfico 3 - Faixa Etária da amostra. 36
Gráfico 4 - Habilitações Académicas da amostra. 36
Gráfico 5 - Situação Profissional da amostra. 37
Gráfico 6 - Rendimento Anual Bruto da amostra. 37
Gráfico 7 - Frequência de compra de vestuário novo. 38
Gráfico 8 - Média mensal gasta em vestuário. 39
Gráfico 9 - Rendimento Anual Bruto X Gasto mensal em vestuário. 40
Gráfico 10 - Importância da sustentabilidade na decisão de compra. 41
Gráfico 11 - Tempo médio de uso das peças de vestuário. 41
Gráfico 12 - Frequência de descarte X Frequência de compra. 42
Gráfico 13 - "O que faz com as peças de vestuário que deixa de usar?" 43
Gráfico 14 - Motivações para deixar de usar as peças de vestuário. 44
Gráfico 15 - Nova Vida às peças antes do descarte. 44
Gráfico 16 - Desperdício de vestuário como problema ambiental significativo. 45
Gráfico 17 - Adesão ao Slow-Fashion. 46
Gráfico 18 - Atenção às Práticas Ambientais de Produção. 46
Gráfico 19 - Sustentabilidade e Práticas na decisão de compra 47
Gráfico 20 - Predisposição para pagar mais por peças sustentáveis. 48
Gráfico 21 - Mudança de hábitos de compra. 49
Gráfico 22 - Significância X Mudança de hábitos. 49
Gráfico 23 - Utilização de Plataformas de revenda de vestuário online. 50
Gráfico 24 - Importância do acesso à informação. 51
Gráfico 25 - Nível de informação sobre o tema. 51
Gráfico 26 - Adesão ao Slow-Fashion X Informação sobre o tema. 52

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Literatura existente utilizada como base para a formulação das questões .. 31

1. INTRODUÇÃO

Esta secção concentra-se na apresentação da dissertação e na exposição da importância do tema em questão.

A presente proposta de dissertação enquadra-se no âmbito do Mestrado em Gestão da Escola de Economia e Gestão, tendo como objetivo estudar o consumo e descarte na Indústria têxtil e de que modo o consumidor é consciente sobre o tema e que práticas adota em prol da sustentabilidade no setor.

1.1 Relevância Do Tema

O mundo atravessa uma fase muito complicada e a tendência é complicar-se cada vez mais. Os recursos naturais que estão disponíveis, anualmente, no planeta estão a ser consumidos muito mais cedo que o suposto, o que se traduz em Dívida Ambiental ano após ano. Os recursos estão a ser consumidos muito acima da capacidade do planeta. Segundo a associação ambientalista Zero, "Se cada pessoa no planeta vivesse como uma pessoa média portuguesa, a humanidade exigiria cerca de 2,5 planetas para sustentar as suas necessidades de recursos" (Diário de Notícias, 2022).

As roupas e têxteis são fundamentais no dia a dia de todos e um setor muito relevante na economia nacional e global, mas também com grande impacto ambiental, com crescentes consequências por todo o mundo.

O consumidor procura cada vez mais estar dentro das novas tendências e o mercado oferece o que o cliente procura. Todas as semanas são disponibilizadas novas coleções a preços reduzidos, o que causou uma redução da vida útil do vestuário.

À medida que a procura por roupa e vestuário cresce, os riscos do sistema atual agravam-se mais e mais. Os impactos negativos no meio ambiente, no presente, vão ter repercussões no futuro das pessoas e das indústrias. Uma notícia do Diário de Notícias, afirma que em Portugal foram desperdiçados cerca de 1.2 milhões de toneladas de têxteis, de acordo com dados da Agência Portuguesa do Ambiente (Capucho, 2019).

Será que estes desperdícios não poderiam ter uma nova vida?

A reciclagem de vestuário existe, não tanto como deveria, em grande parte pela recolha não diferenciada de têxteis e lixo comum. A APA explica que, em Portugal, "não existindo recolha seletiva de resíduos (têxteis), a sua recolha é feita em conjunto com a fração indiferenciada, pelo que o destino será aterro, valorização energética ou, nalgumas situações, produção de combustível derivado de resíduos".

As indústrias têxteis e de confeções requerem muitos esforços, e urgentes, para reduzir o impacto ambiental e promover práticas sustentáveis (Akter, Haq, Islam, & Uddin, 2022). Estas empresas têm de dar o exemplo e começarem elas próprias a reutilizar as sobras de produção.

Segundo dados da APA (divulgados recentemente pelo DN), em 2017 foram recolhidas cerca de 200 756 toneladas de resíduos têxteis, o que representa cerca de 4% do total de resíduos produzidos em Portugal (Capucho, 2019).

A indústria da moda e têxtil é muito criticada pelo impacto ambiental que causa, libertação e produção de resíduos, consumo de recursos, pegada de carbono (Niinimäki, et al., 2020). Como citado por Joana Capucho, no Diário de Notícias; “Nunca se comprou tanta roupa para usar durante tão pouco tempo. Embora os têxteis possam ser reciclados, em teoria, na prática uma boa parte vai parar aos aterros. Isto aumenta o impacto ambiental do setor têxtil, que já é um dos mais poluentes”.

A falta de programas ambientais eficientes e de tecnologia adequada é a principal causa da problemática ambiental da indústria têxtil, para responder às necessidades, atualmente, as empresas do setor estão a investir cada vez mais em departamentos de I&D e áreas criativas, para diferenciação e criação de valor para acompanhar o mundo atual. Assim como em muitos outros setores, trabalhar em prol da sustentabilidade é, além de uma tendência, uma necessidade. Um estudo encomendado pela Unilever e realizado pela Europanel, concluiu que 33% dos consumidores procuram ativamente e compram marcas que são responsáveis em termos ambientais e sociais.

1.2 Questões E Objetivos De Pesquisa

Apesar das evoluções positivas, na produção, consumo e destino final do produto, a situação ideal ainda está longe. O setor têxtil e vestuário é altamente globalizado, envolve milhões de produtores e consumidores, o que dificulta a alteração dos padrões de consumo e consolidação de novos modelos de negócio que favoreçam a prolongamento da vida útil dos materiais e dos produtos.

A presente investigação vai investigar o comportamento de consumo e descarte de vestuário entre os consumidores, analisando de que forma a conscientização e informação sobre sustentabilidade impacta nessas práticas.

A investigação será conduzida de forma a responder às seguintes questões de pesquisa:

1. Quais são os principais comportamentos de consumo e descarte de vestuário adotados pelos consumidores?

2. De que forma a conscientização sobre sustentabilidade influencia as práticas de descarte e consumo de vestuário?

3. Quais são as barreiras mais comuns que impedem a adoção de práticas de consumo mais sustentáveis no setor têxtil?

4. Como é que os consumidores podem ser incentivados a adotar práticas de consumo e descarte de vestuário mais responsáveis e ambientalmente conscientes?

Para responder a estas questões, será adotada uma abordagem quantitativa, com base no paradigma de investigação pós-positivista, sendo o questionário o principal instrumento de recolha de dados. A presente pesquisa procura contribuir para uma compreensão mais aprofundada do tema, identificando os fatores que influenciam as decisões dos consumidores no que diz respeito ao consumo e descarte de vestuário. O objetivo é contribuir para que a longo prazo, a conscientização e as práticas sustentáveis de consumo no setor têxtil, sejam intrínsecas à sociedade, promovendo uma gestão mais responsável do descarte de vestuário.

1.3 Estrutura Da Dissertação

Com o intuito de organizar a dissertação de uma forma coerente e permitir a interpretação continua, o artigo será composto por seis secções.

As secções estão estruturadas da seguinte forma: Finda a introdução, a secção 2 deste documento é uma revisão da literatura, abordará os principais conceitos da dissertação, a evolução da indústria, dos consumos e hábitos do cidadão comum, bem como as principais alternativas.

Posteriormente, na secção 3, é apresentada a metodologia utilizada, explicado o paradigma de investigação, a amostra e o procedimento de recolha e análise dos dados.

A secção 4 é dedicada à análise e discussão dos resultados obtidos, através de estatísticas descritivas e as relações entre as mesmas.

Por fim, a secção 5, destina-se à conclusão, surgem as considerações finais sobre este trabalho e são apresentadas as propostas de melhoria e formas de aplicação futura.

2. REVISÃO DE LITERATURA

Esta secção tem como objetivo apresentar o enquadramento teórico relevante para a compreensão e posterior execução dos conceitos em estudo.

Este estudo propõe uma reflexão sobre as particularidades do sistema da moda e as questões de sustentabilidade, consumo e desperdício por parte do consumidor, o que exige alguns conhecimentos sobre as tendências do setor e também dos consumidores da atualidade. Assim a revisão de literatura está dividida em tópicos.

Numa primeira fase, são descritas e fundamentadas questões diretamente relacionadas com a Indústria Têxtil e Vestuário (ITV) e posteriormente, são explorados conceitos diretamente relacionados com moda, com a evolução, com o consumidor, o *Fast-Fashion* e com o impacto ambiental e com as tentativas de melhorias.

2.1 A Indústria Têxtil E Vestuário (ITV)

A Indústria Têxtil e Vestuário é uma das mais antigas e relevantes no desenvolvimento económico de todos os países.

A produção do setor teve origem na Revolução Industrial, por esta altura surgiram novas matérias-primas, como o algodão e os preços diminuíram. Esta redução teve um grande impacto na produção nacional, uma vez que a importação de têxteis inviabilizava a produção local e assim a manufatura nacional perdia na luta com a concorrência estrangeira. Nesse período, predominavam pequenas oficinas e o trabalho era mal remunerado (Pinheiro, Lange, Gomes, & Costa, 2010). Só na segunda metade do século seguinte é que a indústria têxtil se consolidou, com a formação de unidades de fiação, tecelagem, tinturaria, acabamentos, malhas, têxteis, cordoarias e confeções (DGAE, 2018).

Durante o século XX, as exportações portuguesas tinham pouca relevância, exceto em períodos de conflito externo, como a 1ª e 2ª Guerras Mundiais e a Guerra Civil Espanhola, esses eventos impulsionaram a indústria têxtil de algodão (Alves, 2004).

Na década de 70 e 80, a indústria têxtil e de vestuário em Portugal desenvolveu muito, isto porque os custos de mão de obra eram mais baixos em comparação com outras regiões

da Europa, além da proximidade geográfica e afinidade cultural que favoreceram a deslocação da produção. Em 1960, Portugal aderiu à EFTA, o que abriu grandes oportunidades no comércio exterior, tornando o país num dos principais exportadores de têxteis e vestuário a nível global, devido à qualidade e preços competitivos dos produtos. Nesta altura foram implementadas quotas de importação, de modo a limitar as importações nos países mais desenvolvidos, cada país estabelecia as suas próprias regras de aplicação das quotas. Essa situação de ausência de regras foi alterada, em 1974, com a assinatura do Acordo Multifibras[1] (CENIT, 2009).

No entanto, em 1995, com a transição do GATT, atual OMC, houve um desmantelamento do Acordo Multifibras e essa mudança na política de proteção das indústrias locais das nações culminou na liberalização do comércio internacional. Em 2001, a entrada da China na OMC aumentou o desequilíbrio comercial na Europa, afetando negativamente as empresas têxteis portuguesas. Além disso, fatores externos como a adesão de Portugal ao euro, a expansão da União Europeia para os países de Leste e a crise financeira global de 2001 a 2008 resultaram numa forte contração na atividade das empresas de têxteis e vestuário (DGAE, 2018). No Gráfico 1 estão retratadas as várias fases de expansão, declínio e recuperação.

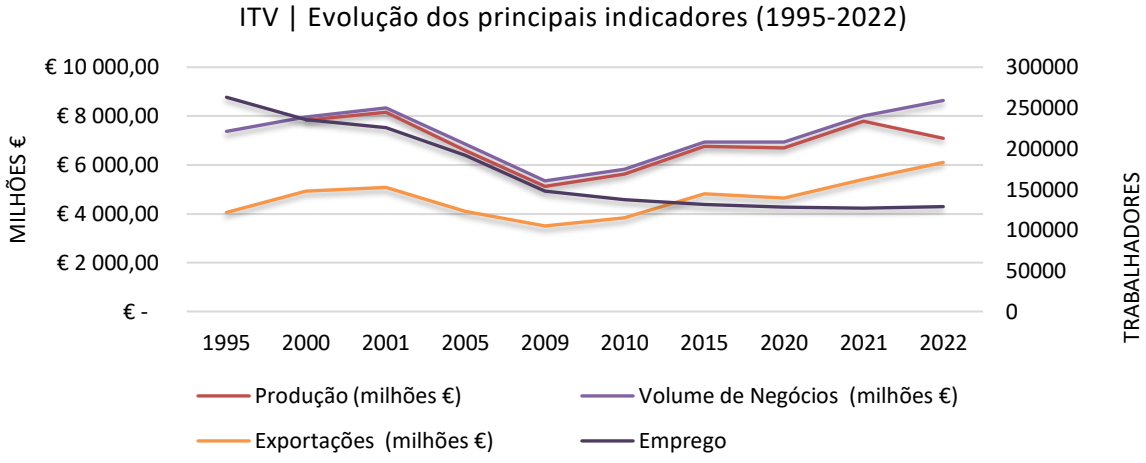


Gráfico 1- Evolução dos principais indicadores (1995-2022)

FONTE: INE e estimativas ATP

[1] **Acordo Multifibras** – visava proteger os interesses dos países industrializados, impondo restrições às exportações de têxteis e vestuário dos países em desenvolvimento para os países desenvolvidos, vigorou essencialmente de 1974 a 1994, foi desmantelado gradualmente e finalmente extinto em 2005.

No gráfico é possível confirmar os efeitos das alterações políticas da indústria ao longo dos anos. O ano de 2001, foi o máximo histórico de volume de negócios do setor em Portugal, 8339 milhões de euros, nos anos que se seguiram, fruto do impacto que fim do período especial dos acordos, houve uma redução considerável tanto no volume de negócios quanto no emprego.

A entrada de países com mão de obra mais barata, o fim do Acordo Multifibras (2005), o aumento significativo dos custos de produção e a crise financeira global de 2008, foram os fatores que levaram o setor têxtil a passar por uma grande recessão, que resultou na redução da produção, encerramento de fábricas e aumento significativo do desemprego. Apesar do declínio, a indústria nacional reagiu, houve uma resposta positiva com a criação de novas estratégias visando a agregação de valor aos produtos, o que resultou num aumento significativo nas exportações em 2009. Após esse ano, o setor desenvolveu significativamente, a produção, o volume de negócios e exportações cresceram gradualmente. Esta recuperação foi impulsionada por uma combinação de fatores, como *know-how* industrial, inovação tecnológica, design, serviços de alto valor agregado entre outros (DGAE, 2018).

No ano de 2022, há um fator que destoa do padrão de crescimento vivido nos últimos anos. Num comunicado feito pela ATP, a associação avança que no ano de 2022 o setor aumentou o valor exportado em 13%, face ao ano anterior, mas este é um "resultado histórico com sabor amargo", uma vez que a quantidade vendida para o exterior diminuiu quase 1%. A ATP destaca que esta diferença é justificada pelo aumento generalizado dos custos de produção, especialmente devido ao aumento dos preços de energia. Numa nota de imprensa, o presidente Mário Jorge Machado ressalta uma desaceleração na procura ao longo do ano, afetando a produção e as exportações do setor (Larguesa, 2023).

2.2 Sistema Da Moda

A moda é mais do que simplesmente vestuário, não é só um objeto superficial sob a forma de roupas ou desfiles é um sistema carregado de significados culturais, que propicia discursos em vários segmentos, económico cultural, socia, entre outros. A moda é um reflexo móvel da sociedade e da atualidade (Silva, 2005).

A sociedade atual é composta por inúmeros consumidores, todos distintos e que usam a roupa como um diferenciador social, como uma maneira para expressar a sua personalidade. Esta nova cultura de consumo, da efemeridade, onde tudo é passageiro e de curta duração, transformou o mercado da moda num mercado cada vez mais massificado e de consumo desenfreado, maximizado pela constante procura por novidades. O consumo da moda é muito competitivo e exigente para as empresas, os estilistas e *designers*, que são os responsáveis por criar produtos a cada época, têm de trabalhar com a pressão da rapidez e novidade, que leva ao consumo excessivo e à descartabilidade das roupas (Refosco, Mazzotti, Sotoriva, & Broega, 2011).

Devido à rapidez das mudanças de tendências, os consumidores são constantemente estimulados a comprar mais do que realmente precisam. Isso leva à acumulação desmedida, ao desperdício e ao descarte excessivo de produtos na moda (Macena, 2020).

No entanto, o consumidor atual está a par dos problemas que a cadeia de valor da moda enfrenta, das implicações que a maximização do consumo trouxe e traz para a sociedade, para as relações sociais e para o meio ambiente e faz duras críticas ao sistema, pela exploração de trabalhadores, esgotamento dos recursos naturais, o uso excessivo de químicos poluentes e a falta de sustentabilidade na produção (Ferronato & Franzato).

A caminhada sustentável é longa e com muito altos e baixo, em todos os setores. No setor têxtil e de vestuário não é diferente e tornar a moda mais sustentável exige muitas mudanças e inovação nos processos de comercialização e consumo. Surgem assim, em resposta a esta necessidade da nova sociedade várias "campanhas" que desalinham a produção tradicional e integram novas maneiras desta indústria vincar, sendo mais sustentável e com menos desperdício.

2.3 *Slow-Fashion* E *Fast-Fashion*

Como resposta à economia acelerada e aos seus danos ao ambiente, vários movimentos contra este sistema surgiram com a intenção de elevar padrões sustentáveis de produção e consumo (Castagna, Duarte, & Pinto, 2022). Desta forma, surge, por Kate Fletcher, o movimento *Slow-Fashion*.

O *Slow-Fashion*, prioriza os produtores locais, pratica o comércio justo e a produção entre a pequena e a média escala (Jin & Jung, 2014) promove a diversidade e conscientização na produção de roupas, valoriza peças clássicas e sustentáveis, é um grande intensificador da mudança na estrutura da indústria da moda, reduzindo a produção e promovendo valores ambientais e sociais (Macena, 2020).

A produção lenta, incentiva a liberdade criativa e o uso sustentável de matérias-primas através do diálogo sobre práticas éticas e sustentáveis a todos os participantes da indústria, desde fornecedores e *designers* até consumidores (Ferronato & Franzato).

O *Slow-Fashion* é um movimento contrário ao *Fast-Fashion*, valoriza o foco no cuidado, na qualidade e planeamento a longo prazo, objetiva desacelerar a moda, criar produtos que não sejam sazonais, produtos clássicos e duráveis (Macena, 2020), considera que os *designers* têm um papel crucial a estimular os consumidores a desenvolverem uma relação de maior apego emocional aos produtos (Ferronato & Franzato).

A ditadura consumista, onde o consumidor sente necessidade de ter as novas tendências e estar constantemente a atualizar o seu guarda-roupa, levou que entre 2000 e 2014 a produção de vestuário duplica-se (Remy, Speelman, & Swartz, 2016).

O *Fast-Fashion*, segue as tendências dos principais centros da moda e faz o transporte entre o mercado de luxo e o mercado de massa materializando o luxo em produtos disponíveis para venda a preços acessíveis. Marcas como Zara, H&M e C&A observam os desejos dos consumidores e oferecem produtos com um curto ciclo de vida para rapidamente igualarem a oferta com a procura descontrolada do mercado (Macena, 2020), geralmente assentam a sua produção em países subdesenvolvidos, onde as peças são confecionadas rapidamente, a baixos custos, ignorando qualidade, matéria-prima, acabamento e as condições de trabalho dos trabalhadores.

O acréscimo no consumo de moda e a tendência do *Fast-Fashion* aumentaram radicalmente a produção e consumo de vestuário (Md. Sobuj, 2021). Em consequência, houve um aumento substancial de resíduos em todas as etapas da produção, fiação, tricô/tecelagem, tingimento, confeção de roupas e acabamento (Koszewska, 2019).

O *Slow-Fashion* não é um movimento de reação ao *Fast-Fashion*. é uma reação ao ritmo em que ocorrem as mudanças, é criar uma abordagem mais significativa, consciente e

duradoura em relação à moda e à forma como as pessoas consomem e se relacionam com as suas peças (Ferronato & Franzato).

A realidade é que o consumidor aumentou a sua procura por *Fast-Fashion* em cerca de 60% na última década, mas a forma de produção não acompanhou essa aceleração (Remy, Speelman, & Swartz, 2016).

2.4 Economia Circular (EC)

O modelo predominante na economia mundial é o modelo económico linear (Ghisellini, Cialani, & Ulgiati, 2016), o padrão tradicional de produção e consumo, que vai desde a extração dos recursos naturais, fabricação dos produtos, utilização pelos consumidores e, finalmente, descarte como resíduos.

Com os impactos evidentes da indústria no meio ambiente, a necessidade de práticas sustentáveis e abordagens circulares é mais urgente do que nunca para a indústria da moda e espera-se que esta seja uma grande tendência de negócio da próxima década (Business of Fashion and McKinsey & Company, 2021).

Existem muitas alternativas para diminuir estes danos e preservar a resiliência da natureza. Uma delas é a **Economia Circular**.

A Economia Circular (EC) é o novo paradigma industrial para substituir o modelo linear, este promove que a produção mais limpa seja a principal abordagem da indústria, assim como o desenvolvimento sustentável dos produtos, a reciclagem e reutilização. Por "Produção Mais Limpa" entende-se, uso da energia em menor quantidade e de forma mais eficiente e a substituição de materiais mais nocivos para o ambiente e para a saúde por outros menos perigosos (Hens, et al., 2018).

Para a implementação de um modelo circular ser bem-sucedido, é necessário repensar o *design* dos produtos para facilitar a recuperação de materiais, inovar nos modelos de negócios incentivando a reutilização e reciclagem, instituir uma logística para recuperar produtos dos consumidores e implementar mudanças dentro do sistema, como políticas favoráveis, colaboração e métricas para avaliar o progresso (Marcorini & Broega, 2021).

Na indústria da moda e vestuário, a EC é uma forma de eliminar o desperdício e maximizar o valor em cada ponto da vida de um produto, além do desenvolvimento de competências, criação de emprego e evolução económica (Stahel, 2016; Preston, Lehne, & Wellesley, 2019). Este sistema permite à indústria transformar o modelo linear de produção e descarte numa economia circular de reutilização, reciclagem e renovação dos materiais e desperdícios têxteis, com o intuito de promover o crescimento económico ao reutilizar os produtos em fim de vida, sem haver necessidade de "gastar" novos recursos.

A transição de uma economia linear para uma EC é um processo com várias etapas.

Sendo o mote para um novo produto, a reciclagem dos materiais, para aproveitar a qualidade do que lhe deu origem. Posteriormente, é crucial adotar estratégias para prolongar a vida útil dos produtos. Isso inclui aproveitar peças que foram deitadas fora para criar produtos (realocação), usar componentes para produzir produtos similares (remanufactura), restaurar e remodelar produtos antigos (recondicionamento), reparar produtos com defeito (reparação) ou reutilizar produtos de outros consumidores, se estiverem em boas condições (reutilização) (Lopes, 2021). A mudança deve ocorrer sobretudo a nível das microempresas, que é onde, atualmente, a EC é mais aplicada (Loon, Diener, & Harris, 2021) (Bauwens, Hekkert, & Kirchherr, 2020).

Além disso, para alcançar EC, é essencial adotar uma produção e utilização inteligente. Isso pode ser alcançado reduzindo o uso de materiais e recursos, reutilizando produtos ao máximo, seja compartilhando-os ou criando produtos multifuncionais e transformando completamente os produtos, deixando ou alterando a sua função inicial (Lopes, 2021).

Para tornar estas mudanças possíveis e eficazes nesta transição, é essencial que o *design* dos produtos acompanhe a inovação tecnológica, assim como toda a sociedade, que desempenha um papel crucial. Quanto mais fundamentais forem as estratégias de economia circular, mais tecnologias serão necessárias para implementá-las com sucesso (Ministério do Ambiente, 2017).

Recapitulando, a Economia Circular ajuda a combater as principais necessidades do setor da Indústria Têxtil e de Vestuário, minimizando recursos, energia e emissões. Esta transição para a EC pode aumentar as economias anuais da indústria na União Europeia, tornando-a mais limpa e competitiva, reduzindo impactos ambientais e custos de produção.

Além disso, é grande impulsionante no sentido de criação de valor e desenvolvimento de competências, essencialmente nos novos modelos de negócios, mercados e empregos, melhorando a imagem das empresas, ou seja, não só reduz o impacto ambiental, mas também cria oportunidades económicas e promove a inovação sustentável. Para isso ser possível é essencial envolver os consumidores, as empresas e o governo nas práticas em prol do meio ambiente (Lopes, 2021).

2.5 Impacto Ambiental Da Indústria Têxtil E Vestuário (ITV)

O setor do têxtil e do vestuário é o quarto setor mais poluente do mundo (Woensel & Lipp, 2020). O aumento populacional, a melhoria dos rendimentos globais e dos padrões de vida levaram a uma duplicação na produção têxtil nas últimas duas décadas, resultando num consumo global anual de têxteis de aproximadamente 100 milhões de toneladas (Shirvanimoghaddam, Motamed, Ramakrishna, & Naebe, 2020). Devido a esse aumento na produção, o setor tem uma pegada ambiental significativa, utilizando mais recursos não renováveis e emitindo grandes quantidades de gases de efeito estufa para a atmosfera (Lieder & Rashid, 2016; EMF, 2017).

Recentemente, os desafios da indústria têxtil e de confeções são principalmente as práticas sustentáveis para enfrentar a crise climática e a carga ambiental (Shamsuzzaman, et al., 2020).

A produção têxtil depende principalmente de recursos não renováveis. Por exemplo, para produzir fibras sintéticas são utilizadas grandes quantidades de combustíveis fosseis, principalmente petróleo (EMF, 2017; Manshoven, et al., 2019) Além disso, a produção de fibras naturais, como algodão e lã, requer vastos recursos, incluindo terra, água, produtos químicos e energia (Manshoven, et al., 2019). As produções têxteis e agrícolas consomem cerca de 93 bilhões de metros cúbicos de água anualmente (EMF, 2017).Segundo estimativas, o fabrico de uma *t-shirt* necessita de 2700 litros de água, a quantidade média de água que uma pessoa bebe em dois anos e meio. Para além disso, são utilizadas substâncias químicas para produzir corantes e outros produtos para tingimento e acabamento, responsáveis por poluir cerca de 20% da água potável, à escala mundial (Parlamento Europeu, 2023).

A lavagem de vestuário sintético é responsável pela libertação de 0,5 milhões de toneladas de microfibras, por ano, para o meio ambiente (Parlamento Europeu, 2023), estima-se que, anualmente, sejam produzidas cerca de 190 mil toneladas destas micropartículas de plástico (EMF, 2017). Estes processos produtivos utilizam várias quantidades de água e energia (Manshoven, et al., 2019), segundo a Agência Europeia do Ambiente, em 2017, a compra de têxteis na União Europeia gerou aproximadamente 654 kg de emissões de CO2 por pessoa (Parlamento Europeu, 2023).

Atualmente, o modelo dominante na ITV é o *fast-fashion*, que tem um impacto ambiental enorme, este modelo envolve produção em larga escala, o lançamento frequente de coleções, devido às mudanças rápidas nas tendências e produtos de menor qualidade, que são mais baratos e, portanto, mais procurados pelos consumidores. Esse ciclo de produção rápida e descartável aumenta o impacto ambiental da ITV (Šajn, 2019; Woense & Lipp, 2020), isto porque, o elevado consumo leva também a um enorme desperdício, uma vez que muitas poucas peças são recicladas ou reutilizadas. Por exemplo, na Europa, os consumidores descartam em média 11 kg de têxteis por pessoa por ano (Manshoven, et al., 2019), todos os anos 500 mil milhões de dólares são perdidos por não haver reciclagem (EMF, 2017).

Vários estudos têm estimado que a indústria têxtil global gerou aproximadamente 92 milhões de toneladas de resíduos em 2014 (Pensupa, et al.). Em toda a indústria, no ano de 2015, apenas 13% do material foi de alguma forma reciclado após o uso (pós-consumo), sendo que menos de 1% dos materiais utilizados foi reciclado em novo vestuário e os restantes 12% foram usados em produtos de menor valor, como material de enchimento, a grande maioria (73%) é queimado ou depositado em aterros. Além disso, houve perdas durante o processo de coleta e tratamento de vestuário pós-consumo (1%) e também durante o processo produtivo (12%) (EMF, 2017).

Em suma, para tornar a indústria do vestuário mais inovadora e sustentável, é crucial eliminar substâncias perigosas, reduzir o uso de microfibras de plástico e redesenhar o *design* das roupas e a forma como são vendidas para evitar desperdícios.

2.6 O Comportamento E O Consumo

A indústria da moda causa impactos negativos crescentes com o aumento da produção, como a exploração de trabalhadores, o uso de combustíveis fósseis e os resíduos.

O comportamento de consumo na sociedade atual pode ser interpretado sob diferentes perspetivas e é influenciado por diversos fatores, incluindo fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos. Numa sociedade consumista, o consumidor é visto como um personagem social que participa no consumo de massa, é insaciável. A indústria aproveita essa dinâmica para promover ainda mais o consumo e o descarte das peças e os Influenciadores desempenham um papel crucial na difusão de estilos de consumo. Essa dinâmica evidencia que o consumo é utilizado não só para satisfazer necessidades, mas também como uma forma de expressar e construir identidade social (Bem, Nassimbem, & Pinheiro, 2023).

Muitas vezes, o desejo de adquirir um produto surge mesmo quando este não está disponível no mercado, levando a uma pressão interna para consumi-lo. Essa urgência pode, por outro lado, ser ponderada, fazendo com que o consumidor questione a real necessidade de adquirir o item imediatamente ou se é melhor esperar por uma versão mais nova ou aprimorada.

Esse comportamento também está ligado à teoria do consumo sustentável, onde o consumidor é encorajado a refletir sobre as suas compras, ponderando se a aquisição de um novo produto é realmente necessária ou se pode contribuir para gerar de resíduos (Santos I. F., 2016).

O consumo sustentável é frequentemente interpretado como um “processo reverso”, no qual os indivíduos sacrificam desejos imediatos em prol de um futuro melhor, permite satisfazer as necessidades sem prejudicar as gerações presentes e futuras.

O consumidor ecologicamente consciente é caracterizado por escolher produtos com base no seu impacto ambiental, por ser informado e por muitas vezes, guiar-se por rótulos ecológicos. No entanto, esse tipo de consumidor pode ser inconsistente e as suas intenções nem sempre se traduzem em ações concretas, muitas vezes devido à dificuldade em avaliar os impactos reais dos produtos (Santos A. M., 2022).

No caso do vestuário, o consumidor é responsável pela "fase de uso" da peça, que inclui vestir, lavar, secar e ajustar as peças. A maioria dos impactos ambientais ocorre durante essa fase, devido ao consumo de energia, água e produtos químicos no processo de lavagem. Além disso, o desperdício de tecidos não é unicamente fruto de métodos de produção ineficientes, mas também pelo descarte precoce de peças ainda em bom estado, geralmente por falta de habilidade para consertá-las (Oliveira C. S., 2022)

2.7 O Descarte E O Desperdício

O aumento do consumo, associado às rápidas mudanças de tendências e à baixa durabilidade das peças de roupas, tem levado ao descarte cada vez mais frequente de peças de vestuário.

As peças produzidas atualmente são de baixa qualidade, e com um prazo de vida útil muito reduzido, o que faz com que as peças de roupa que se compram não durem a longo prazo, o que tem como resultado o rápido descarte (Hibbert , Horne, & Tagg, 2005).

Os consumidores sensíveis à moda e que querem seguir as novidades do momento, descartam as peças de vestuário por razões como obsolescência de tendências, mudança de estilo pessoal e danos nas peças, mas também por outros fatores adicionais, como tamanho, falta de espaço para armazenamento e desejo de doar ou substituir peças (McNeill & Moore, 2015) (Norum, 2015). Outros fatores que têm influência na decisão, são a idade, a quantidade de peças que possuem e consequentemente o espaço que ocupam e o trabalho de manter e cuidar das peças (Baker, 2011).

Quando se deixa de utilizar uma peça, essa decisão pode ocorrer por vários fatores, como os que estão enunciados acima e de várias formas, cada uma com impacto distinto.

Existem três possibilidades aquando do descarte de vestuário, manter, descartar permanentemente ou descartar temporariamente (Jacoby, Berning, & Dietvorst).

Quando guarda uma peça, esta pode ser usada para o seu propósito original, ser reaproveitada com outro uso ou simplesmente guardada por motivos sentimentais Quando o descarte é permanente, as opções passam por deitar fora, doar, trocar ou vender a peça. No

caso de descarte temporário, as alternativas são alugar ou emprestar, embora essas opções sejam menos exploradas (Lee, Halter , Johnson , & Ju, 2013).

As formas mais comuns de descarte incluem a doação para caridade, lojas de segunda mão, e deitar fora. A doação é considerada uma das formas mais eficientes de prolongar o ciclo de vida das roupas, permitindo a sua reutilização ou reciclagem (Kiukkanen, 2020). No entanto, há o risco de que as doações sejam feitas principalmente para libertar espaço para novas compras, mantendo o ciclo de consumo excessivo (McNeill, Hamlin, & McQueen, 2020)

3. METODOLOGIA

O estudo proposto tem como objetivo geral compreender os hábitos de consumo e descarte de peças de vestuário por parte dos consumidores. A problemática apresentada traz a necessidade de testar conceitos relacionados com o comportamento do consumo e com a sustentabilidade no setor têxtil e vestuário, com foco específico na moda. Dessa forma, foram determinadas variáveis como frequência de compra, motivações de consumo, preocupações ambientais, formas de descarte, frequência de descarte e preço como fatores independentes a analisar. A pesquisa também relaciona estes fatores e a intenção sustentável e responsável do consumidor.

Este estudo visa alcançar objetivos como:

1. Avaliar o efeito das variáveis demográficas nos hábitos de consumo e descarte têxtil.

2. Avaliar a influência do preço, da qualidade, das tendências nas motivações de consumo.

3. Conhecer as tendências de descarte da população.

4. Relacionar as preocupações ambientais com os comportamentos de descarte do consumidor.

5. Testar o conhecimento da amostra sobre o tema.

Tendo por base o referencial teórico e o modelo conceptual que se pretende testar, a etapa que se segue consiste na recolha de dados utilizando um questionário estruturado, que foi escolhido por ser considerado o instrumento de medida mais apropriado para este estudo.

3.1 Paradigma de Investigação

O paradigma de investigação mais apropriado para um questionário que foi distribuído aos consumidores com o objetivo de conhecer os hábitos de consumo e descarte de vestuário é o pós-positivista, dentro de um método quantitativo.

O pós-positivismo assume uma realidade mensurável e objetiva, como é o caso do estudo. Embora os consumidores tenham comportamentos e hábitos diversos, o objetivo é medir, de forma quantitativa essas variações, utilizando um questionário estruturado (Young & Ryan, 2020).

A utilização do questionário permite recolher dados quantificáveis como frequência de compra, tipo ou forma de descarte. Esse tipo de abordagem permite medir a correlação de variáveis, como frequência de descarte e consumo e tipo de peça consumida, o que facilita a análise de padrões e previsões comportamentais.

O paradigma pós-positivista também é adequado para explicar relações causais. Por exemplo, pode-se testar a relação entre o comportamento de descarte e fatores como idade, nível de rendimento ou preocupações ambientais dos consumidores (Young & Ryan, 2020).

O pós-positivismo reconhece que a verdade é uma aproximação, não é absoluta. Ou seja, os dados recolhidos pelo questionário refletem uma interpretação da realidade (os hábitos dos consumidores), mas que existem limitações, como a subjetividade nas respostas ou limitações da amostra (Young & Ryan, 2020).

Portanto, o paradigma pós-positivista com uma abordagem quantitativa seria o mais adequado para uma pesquisa com um questionário voltado para os hábitos de consumo e descarte de peças de vestuário.

3.2 Desenho do questionário

O instrumento de pesquisa escolhido para recolha de dados foi um questionário estruturado, com 20 perguntas, o que é comum na pesquisa quantitativa. O questionário tem por base afirmações já documentadas na literatura existente, conforme a tabela abaixo, elaborado e adaptado para o contexto em estudo.

Tabela 1 - Literatura existente utilizada como base para a formulação das questões

Questão	Questão idêntica	Referência
Com que frequência compra roupas novas?	Com que frequência compra roupa?	Carlos, G., & Ramos, T. (n.d.). O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NA FASE DE DECISÃO DE COMPRA OU NÃO COMPRA DE ROUPA RECICLADA. Https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/44524/1/gustavo_ramos.pdf
Quanto gasta, em média, por mês em vestuário?	Em média quantas peças de roupa compra por mês?	Silva De Oliveira, C. (n.d.). A Moda e o Consumo (in)Consciente *Branding* e *Design* de Moda. Https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/12455/1/8708_19356.pdf
Considera a sustentabilidade um fator importante quando compra vestuário?	Procura linhas sustentáveis dentro das marcas?	Carlos, G., & Ramos, T. (n.d.). O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NA FASE DE DECISÃO DE COMPRA OU NÃO COMPRA DE ROUPA RECICLADA. Https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/44524/1/gustavo_ramos.pdf
Em média, quanto tempo usa as suas peças de vestuário antes de parar de usá-las?	Em média, com que frequência compra roupa?	Vassalo, A. (2024). A influência das estratégias de marketing digital nas pequenas e médias empresas: O caso das empresas de moda em Portugal. https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/49878/1/1-Disserta%C3%A7%C3%A3o%20de%20Mestrado%20Adriana%20Vassalo%20-%20VF%2027-10.pdf
O que faz com as peças de vestuário que deixa de usar? (selecione a(s) opções que mais se adequam)	Relativamente à roupa que já não utiliza, o que costuma fazer? (Poderá selecionar mais do que uma opção)	Vassalo, A. (2024). A influência das estratégias de marketing digital nas pequenas e médias empresas: O caso das empresas de moda em Portugal. https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/49878/1/1-Disserta%C3%A7%C3%A3o%20de%20Mestrado%20Adriana%20Vassalo%20-%20VF%2027-10.pdf
O que o leva a deixar de usar uma peça de roupa? (selecione a(s) opções que mais se adequam)	Mantenho o meu guarda-roupa PIII-2 atualizado com as novas tendências de moda.	Vassalo, A. (2024). A influência das estratégias de marketing digital nas pequenas e médias empresas: O caso das empresas de moda em Portugal. https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/49878/1/1-Disserta%C3%A7%C3%A3o%20de%20Mestrado%20Adriana%20Vassalo%20-%20VF%2027-10.pdf

Costuma tentar dar uma nova vida a uma peça antes de deitar fora (por exemplo: transformar calças em calções)?	Reutilizo frequentemente produtos de vestuário para outros fins para obter o máximo deles.	Vassalo, A. (2024). A influência das estratégias de marketing digital nas pequenas e médias empresas: O caso das empresas de moda em Portugal. https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/49878/1/1-Disserta%C3%A7%C3%A3o%20de%20Mestrado%20Adriana%20Vassalo%20-%20VF%2027-10.pdf
Considera o desperdício de vestuário um problema ambiental significativo?	Considera que a indústria do vestuário tem algum impacto no ambiente/sustentabilidade? Como?	Alexandra, S., & Machado, G. (2024). A importância da liderança nas organizações do século XXI. https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/91298/1/Sofia%20Alexandra%20Gomes%20Machado.pdf
O *slow-fashion* é um movimento que incentiva o consumo consciente e a redução do impacto ambiental e social da indústria da moda, priorizando a qualidade, durabilidade e práticas de trabalho justas. Adere às práticas de *slow-fashion* ao escolher as suas peças?	Tendo em conta o consumo mais responsável e sustentável, consegue dar-nos algum exemplo de algo que faz, ou de alguém que conheça que tenha hábitos mais amigos do ambiente? (doações, reciclagem, etc).	Alexandra, S., & Machado, G. (2024). A importância da liderança nas organizações do século XXI. https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/91298/1/Sofia%20Alexandra%20Gomes%20Machado.pdf
Quando compra uma peça de roupa, tem atenção às práticas ambientais de produção?	Valoriza a identificação de roupa sustentável através de etiquetas, letreiros, outros meios de comunicação	Ramos, G. (2023). A influência das redes sociais no comportamento do consumidor. https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/44524/1/gustavo_ramos.pdf
Estaria disposto a pagar mais por uma peça de vestuário, que foi produzida tendo em conta o mínimo desperdício?	*I would pay more for sustainable products.*	Gomes de Oliveira, L., Miranda, F. G., & de Paula Dias, M. A. (2022). Sustainable practices in slow and fast fashion stores: What does the customer perceive? Cleaner Engineering and Technology, 6, 100413. https://doi.org/10.1016/j.clet.2022.100413
Já considerou, ou está a considerar, mudar os seus hábitos de compra para reduzir o desperdício de vestuário?	Tendo em conta o consumo mais responsável e sustentável, consegue dar-nos algum exemplo de algo que faz, ou de alguém que conheça que tenha hábitos mais amigos do ambiente? (doações, reciclagem, etc)	Alexandra, S., & Machado, G. (2024). A importância da liderança nas organizações do século XXI. https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/91298/1/Sofia%20Alexandra%20Gomes%20Machado.pdf

Utiliza plataformas de revenda online de vestuário?	Alguma vez vendeu ou pensou em vender roupa sua usada? Explique o porquê da sua resposta.	Alexandra, S., & Machado, G. (2024). A importância da liderança nas organizações do século XXI. https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/91298/1/Sofia%20Alexandra%20Gomes%20Machado.pdf
Considera importante ter acesso a informação sobre reutilizar e reciclar vestuário?	Como classifica o seu grau de conhecimento relativamente aos seguintes assuntos? moda Sustentável; Economia Circular; *Upcycling*; *Fast-fashion*; Slo*w- fashion*	Vassalo, A. (2024). Impacto das estratégias de marketing digital nas PME: O caso das empresas de moda em Portugal. https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/49878/1/1-Disserta%C3%A7%C3%A3o%20de%20Mestrado%20Adriana%20Vassalo%20-%20VF%2027-10.pdf
Considera-se informado quanto ao impacto ambiental do desperdício inadequado de vestuário?	Como classifica o seu grau de conhecimento relativamente aos seguintes assuntos? moda Sustentável; Economia Circular; *Upcycling*; *Fast-fashion*; Slo*w- fashion*	Vassalo, A. (2024). Impacto das estratégias de marketing digital nas PME: O caso das empresas de moda em Portugal [Dissertação de Mestrado]. https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/49878/1/1-Disserta%C3%A7%C3%A3o%20de%20Mestrado%20Adriana%20Vassalo%20-%20VF%2027-10.pdf

O questionário divide-se em quatro secções principais: dados demográficos, prática adotas, consciencialização e soluções e alternativas.

A primeira secção reúne informações básicas necessárias para delinear o perfil dos inquiridos e compreender como as variáveis demográficas podem afetar os seus hábitos de compra e descarte de vestuário.

A secção “Práticas adotadas” tem o propósito de analisar os comportamentos em relação à aquisição e uso de vestuário. As perguntas abordam aspeto como regularidade com que adquirem novas peças e o período durante o qual utilizam as roupas antes de descontinuarem o seu uso.

A secção de consciencialização mede o nível de conhecimento dos participantes sobre o impacto ambiental do desperdício têxtil.

Na última secção do questionário são avaliadas as atitudes e comportamentos dos inquiridos em relação às estratégias para mitigar o desperdício têxtil.

3.3 Procedimento de Recolha e Análise de Dados

A população do presente estudo são indivíduos residentes em Portugal, que sejam consumidores ativos de peças de vestuário.

Como não é possível obter uma listagem de todos os indivíduos que compõem a população do estudo, foi utilizada uma amostra do tipo não probabilístico por conveniência.

A amostra do tipo não probabilístico é um método de seleção de participantes para pesquisas que, embora apresente vantagens como praticidade, custo-efetividade e rapidez, também possui desvantagens significativas, principalmente a falta de representatividade da amostra em relação à população-alvo (Marôco, 2003). Esta limitação pode comprometer a generalização dos resultados e introduzir desvios nos dados recolhidos, mas tendo em conta o tempo foi a melhor hipótese.

Com base em revisões de estudos em diferentes áreas de pesquisa, um tamanho médio de amostra pode ser de cerca de 200 casos (Kline, 2016)

A amostra do estudo foi selecionada de forma aleatória, os participantes responderam ao questionário de forma online. Não houve definição de um público-alvo, de modo que qualquer pessoa, com acesso ao questionário pode participar, independentemente da idade ou localização.

O questionário, apresentado no Anexo 1, foi disponibilizado de fora online através da plataforma Google Forms. O link foi divulgado por email e redes sociais, garantindo o anonimato dos respondentes. Os dados foram recolhidos durante os meses de Agosto e Setembro.

Os dados recolhidos por meio do questionário foram analisados utilizando o Excel, que é uma ferramenta prática e amplamente utilizada para o tratamento estatístico.

Após a recolha, foram obtidas 216 respostas, todas consideradas válidas, resultando numa taxa de resposta efetiva de 100%.

A análise estatística começou pela caracterização da amostra, através de estatísticas de frequência e percentagem, facilitando a compreensão dos resultados.

Em seguida, foram classificadas as práticas adotas, medido o nível de informação e conhecimento e vontade de mudança.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os dados obtidos através do questionário permitiram conhecer, compreender e associar os hábitos e padrões de consumo dos diferentes tipos de pessoas quando a questão é o consumo e descarte de peças de vestuário.

Nesta secção serão apresentados os principais resultados, seguidos de uma análise detalhada que os relaciona aos objetivos da pesquisa e literatura existente.

A análise dos resultados centra-se essencialmente na investigação dos comportamentos do consumidor comum para responder aos objetivos do estudo.

Nos gráficos 2 e 3, representados abaixo, é possível observar a distribuição de género e idade da amostra, respetivamente. De um total de 216 inquiridos, 145 são do género feminino e 71 do género masculino. Este desequilíbrio entre os respondentes pode influenciar os hábitos de descarte e tratamento de desperdícios espelhados ao longo da análise, uma vez que estudos anteriores apontam que as mulheres são mais envolvidas no consumo de peças de vestuário que os homens (O'Cass, 2004). A maioria dos inquiridos está entre os 18 e os 24 anos, representando 59% do total, abaixo dos 18 só 4% da amostra, o segundo maior grupo é a faixa 25-34 anos, com 20%, os respondentes entre os 35-54 anos representam 13% da amostra, os que têm entre 55 e 64 anos e 56 ou mais são a parcela mais pequena, 3% e 1%, respetivamente. Este perfil etário está diretamente relacionado com a forma de divulgação do questionário e poderá ter impacto direto nos hábitos de consumo de vestuário, uma vez que vários estudos sugerem que os mais jovens tendem a dar preferência a vestuário com preços acessíveis, design moderno e qualidade inferior, em contraste, a geração dos *baby boomers* tende a preferir adquirir menos peças e com maior qualidade (Bhardwa & Fairhurst, 2010).

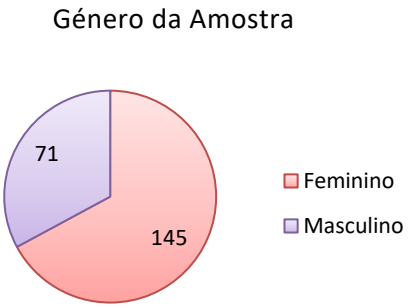


Gráfico 2 - Género da amostra.

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

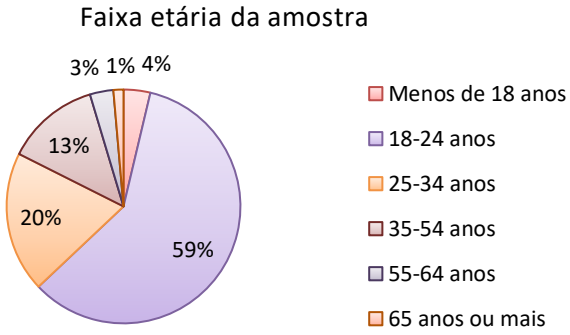


Gráfico 3 - Faixa Etária da amostra.

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

O gráfico 4, representa a situação dos respondentes no que diz respeito às habilitações académicas, a maioria detém o nível 6, licenciatura, 97 participantes, seguido pelo ensino secundário, com 65 e do Mestrado com 48 pessoas. Um dos inquiridos completou, até à data equivalente ao nível 5, CTESP e apenas 5 dos inquiridos têm unicamente o ensino básico. Esse fator pode afetar os padrões de consumo, uma vez que, conforme evidenciado por (Roberts, 1996) pessoas com níveis educacionais mais elevados costumam demonstrar uma maior consciencialização sobre questões ambientais e adotar práticas de consumo mais sustentáveis.

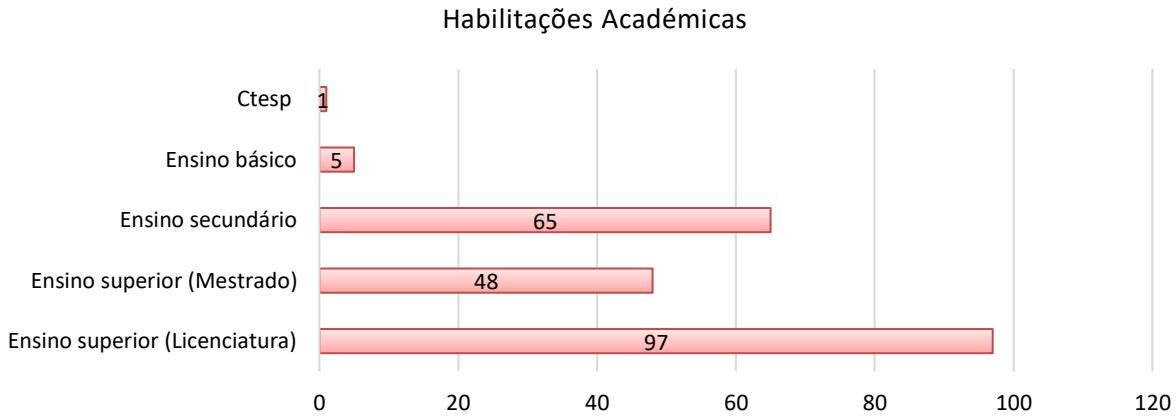


Gráfico 4 - Habilitações Académicas da amostra.

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

Quanto à situação profissional e ao rendimento anual bruto dos inquiridos, gráficos 5 e 6, da maioria encontra-se empregado a tempo inteiro, representando 46% do total, seguindo-se os estudantes, 40% da amostra e a uma larga distancia, os desempregados à procura de emprego, que representam 5% da amostra. Ainda surgiram inquiridos que trabalham a tempo parcial (3%) e também trabalhadores por conta própria (2%). Em relação ao rendimento anual bruto, a análise dos resultados mostra que a significativa maioria (57%) aufere menos de 10.000 euros anualmente, o que indica um perfil económico mais restrito entre os participantes, consolidado pelos 34% que têm um rendimento entre 10.000 e 19.000 euros. Faixas de rendimento mais elevadas são pouco representadas entre os respondentes, 7% têm rendimentos entre 20.000 e 29.000 euros, 2% entre 40.000 e 49.000 euros, 1% entre 30.000 e 39.000 euros e apenas 1% possuem rendimentos superiores a 50.000 euros.

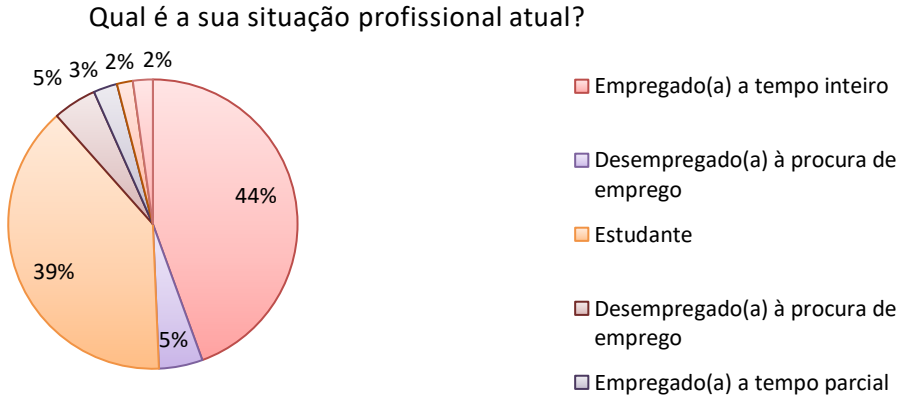


Gráfico 5 - Situação Profissional da amostra.

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

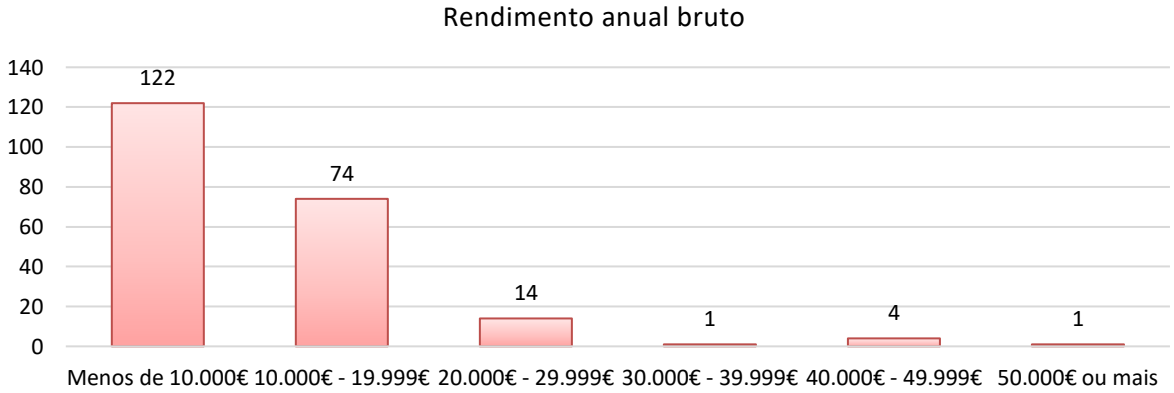


Gráfico 6 - Rendimento Anual Bruto da amostra.

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

Estes fatores podem impactar a maneira como os indivíduos fazem a gestão dos seus gastos com vestuário. Pesquisas anteriores indicam que as preferências de compra e as decisões de descarte das peças de vestuário estão relacionadas com os rendimentos auferidos, a falta de recursos financeiros limita a capacidade de consumo (Vassalo, 2023).

As questões que se seguiram no questionário são relacionadas com práticas que retratam os hábitos e decisões dos consumidores, evidenciando a sua consciencialização sobre questões ambientais e formas de compra.

Os dados representados no gráfico 7 indicam que a frequência com que os questionados compram peças de vestuário revela que, o mais comum, 30% compra peças de vestuário trimestralmente. Outros, 29%, compra vestuário mensalmente, enquanto 24% fazem compras de 6 em 6 meses. Um grupo menor, 13% compra anualmente e apenas 4% menos de uma vez por ano. Esta informação ajuda a conhecer o padrão de consumo dos inquiridos e como a frequência de compra pode estar relacionada com as práticas de descarte e desperdício. Os dados sugerem que a maioria dos respondentes adquire peças de vestuário com alguma regularidade, essencialmente trimestralmente e mensalmente.

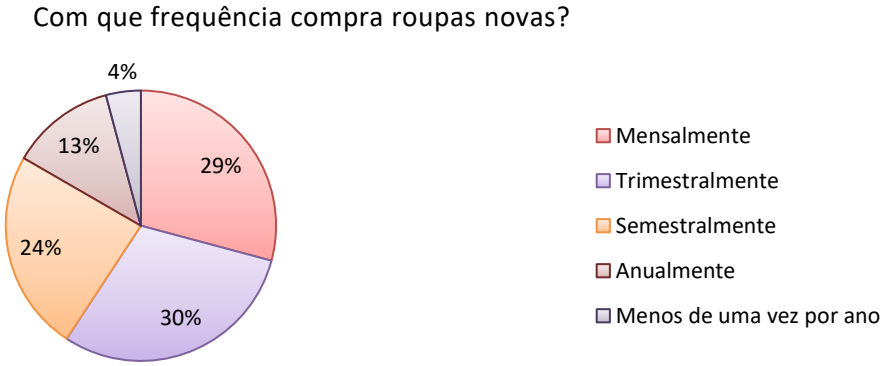


Gráfico 7 - Frequência de compra de vestuário novo.

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

A pergunta 7 do questionário (gráfico 8) pretende quantificar a média de gastos mensais em vestuário, de forma a conhecer os hábitos de consumo dos participantes e identificar tendências de comportamento em relação à compra de vestuário. Segundo a amostra, a maioria dos respondentes (126) gasta até 30€ por mês em vestuário, o que indica que, no geral as pessoas destinam uma parte pouco significativa do seu rendimento mensal para esse

tipo de compra. Cerca de 55 inquiridos gastam entre os 30 e os 60 euro mensais, um grupo que aloca mais um pouco do seu rendimento, mas ainda assim moderado. Apenas 11% da totalidade, 23 participantes, gastam, por mês, entre os 60 e 90 euros e mais de 90 euros só um grupo bem menor 12 pessoas.

O que sugere um consumo bastante controlado, que pode estar associado a questões financeiras ou a uma mudança de mentalidade, onde o consumo excessivo por vestuário não é prioritário, mas também que os consumidores com orçamentos restritos podem ter dificuldade em priorizar práticas de consumo sustentável, como a compra de peças produzidas de forma ética.

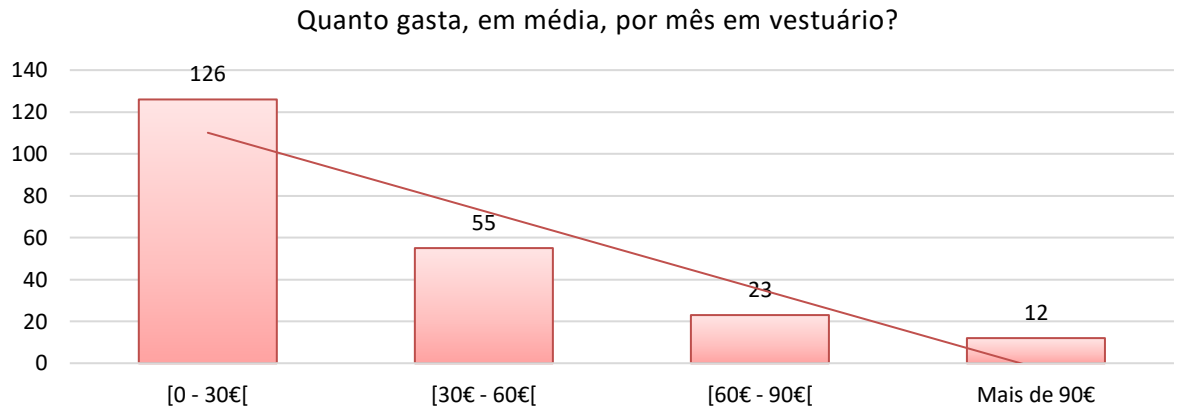


Gráfico 8 - Média mensal gasta em vestuário.

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

Como verificado no gráfico 8, a maioria dos respondentes, 58%, gasta até 30 euros por mês em vestuário, o que reflete uma forte correlação com a realidade financeira apresentada pela pesquisa (gráfico 6). Uma parcela significativa é composta por estudantes (40%), que normalmente possuem rendimentos limitados ou dependem de fontes externas, ou seja, refletem um perfil económico mais restrito, o que limita a capacidade de gastar em bens não essenciais, como vestuário, e justifica o comportamento de compra mais moderado observado na pesquisa.

A variável rendimento anual bruto e a variável gasto mensal em vestuário estão representadas no gráfico 9 e a análise deste gráfico permite concluir mesmo as pessoas com mais rendimentos têm um consumo controlado e a faixa de gastos mais comum, é a dos 0 aos

30 euros. Curiosamente, até é nos rendimentos mais baixos (10.000€-19.000€) que há uma maior dispersão nos gastos, tendo até respondentes que gastam mais de 90€ por mês em vestuário que recebem menos de 10.000€/ano.

Esta análise revela que, no geral, as pessoas com rendimentos baixos tendem a gastar pouco em vestuário e que as mudanças nos comportamentos de compra não são acentuadas pelo aumento do rendimento, a diversificação entre as faixas de gastos é menos notória com o aumento do rendimento, ou seja, não existe uma relação proporcional entre estas duas varáveis, o aumento de rendimento não leva a um aumento acentuado nos padrões de consumo.

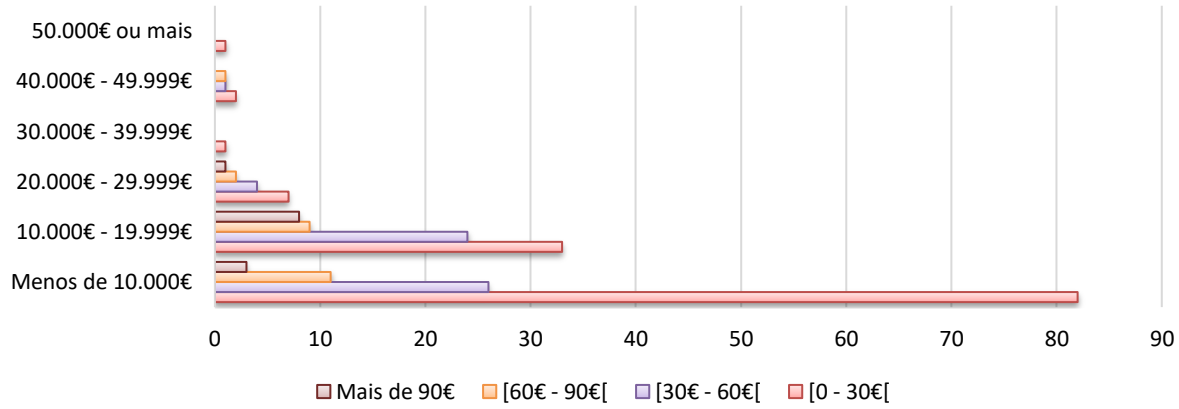


Gráfico 9 - Rendimento Anual Bruto X Gasto mensal em vestuário.

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

A pergunta 8 "Considera a sustentabilidade um fator importante quando compra vestuário?" é fundamental para entender as atitudes dos consumidores em relação à sustentabilidade nos seus hábitos de compra. A maioria dos inquiridos demonstram uma perceção moderada em relação à importância da sustentabilidade na compra de vestuário (49%), o que indica uma conscientização parcial sobre o tema, mas não prioritário. Por outro lado, 24% dos participantes classificam a sustentabilidade como um fator muito importante, refletindo uma preocupação crescente com as práticas sustentáveis na indústria da moda. Por outro lado, uma minoria significativa 18% atribui pouca importância ao tema e 9% não considera de modo algum essa questão nas suas escolhas de consumo.

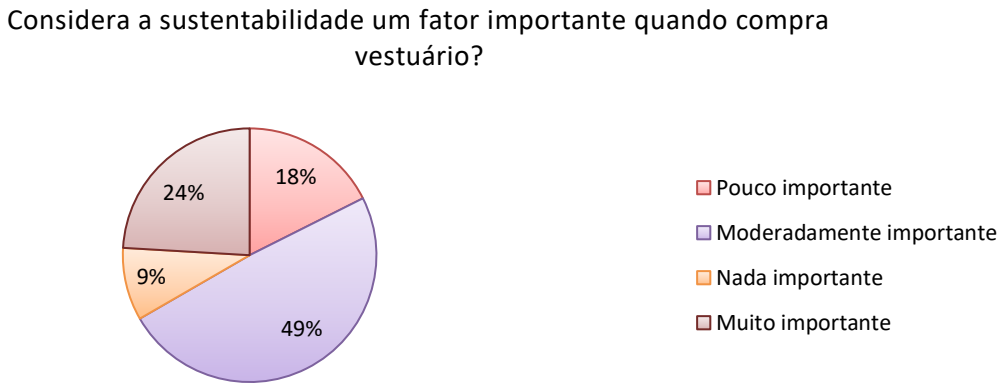


Gráfico 10 - Importância da sustentabilidade na decisão de compra.

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

Embora haja uma parcela relevante que está atenta à sustentabilidade, ainda há espaço para aumentar a conscientização e integrar o tema nas suas decisões de compra.

A análise da pergunta 9 revelou que 152 dos 216 inquiridos (70%) utilizam as suas peças de vestuário por mais de 2 anos, 34 afirmam utilizar num período de 2 anos, 23 usam durante 1 ano e 7 responderam que deixam de usar no fim de um período de 6 meses. Esses resultados sugerem uma tendência dos consumidores a prolongarem o tempo de uso das peças, o que pode estar relacionado com a qualidade das peças, consciencialização ambiental e também com questões financeiras, tendem a utilizar por um período maior para maximizar o retorno do investimento. Conforme (Oliveira Y. M., 2020) para reduzir o consumo e prolongar a vida útil das peças de vestuário, é fundamental priorizar peças de boa qualidade e durabilidade.

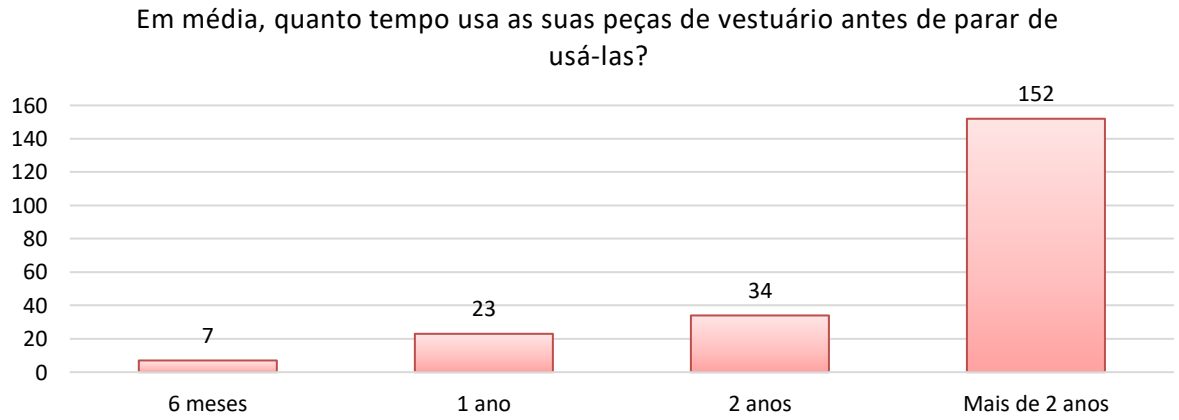


Gráfico 11 - Tempo médio de uso das peças de vestuário.

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

Com base no gráfico 12, que relaciona o tempo médio de uso das peças antes do descarte e a frequência de compra é possível interpretar que, a maioria dos consumidores, independentemente da regularidade com que compra peças novas de vestuário, tem tendência para as utilizar por períodos longos.

Quem compra roupa com maior frequência (mensalmente ou trimestralmente) é quem utiliza as peças por menos tempo, contudo, a parte mais significativa deste grupo utiliza por mais de dois anos, mas em comparação com quem compra com menos frequência são quem usa menos tempo. Os que compram com menos frequência são os que mais utilizam as peças antes de descartarem, ou seja, priorizam a durabilidade e qualidade das peças, possivelmente não aderem tanto ao *fast-fashion*.

Ou seja, o comportamento de compra regular de vestuário não está necessariamente atualizado ao descarte com maior frequência.

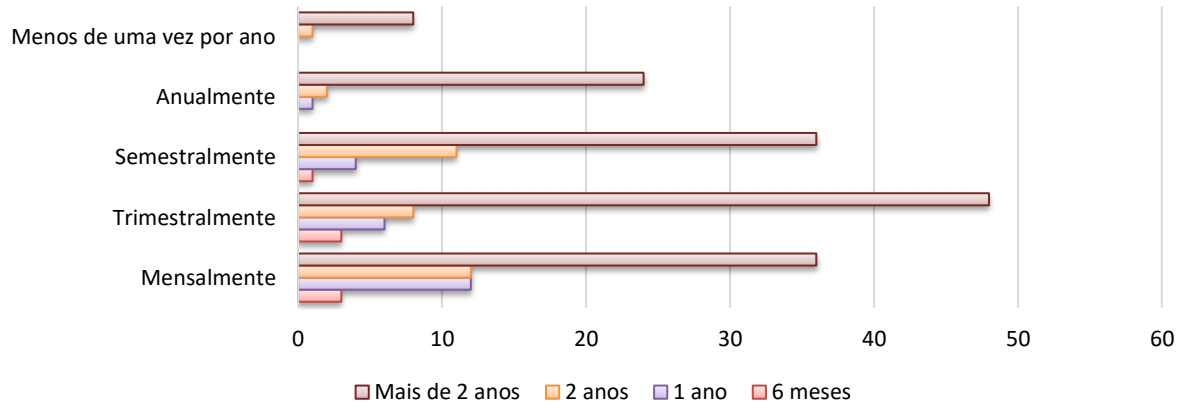


Gráfico 12 - Frequência de descarte X Frequência de compra.

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

O gráfico 13 retrata a análise das respostas à questão “O que faz com as peças de vestuário que deixa de usar?” revela diversas práticas de descarte de vestuário entre os participantes.

Doar as peças que deixaram de utilizar é a abordagem mais usada, cerca de 40% do total, sugerindo que as pessoas são conscientes e preferem contribuir para o bem-estar de outras do que simplesmente deitar fora.

Seguem se os 22% que afirmam reciclar ou reutilizar as peças, e os 18% que guardam peças que não utilizam, o que pode refletir uma ligação emocional ou expectativas de uso futuro. Por outro lado, apenas 6% deitam as suas peças de vestuário ao lixo e 14% vendem-nas, refletindo maior consciencialização em minimizar o impacto ambiental e resíduos da indústria aliado ao retorno financeiro.

Os resultados indicam uma tendência positiva em relação ao descarte responsável, mas também sugerem a necessidade de maior conscientização sobre a acumulação de peças.

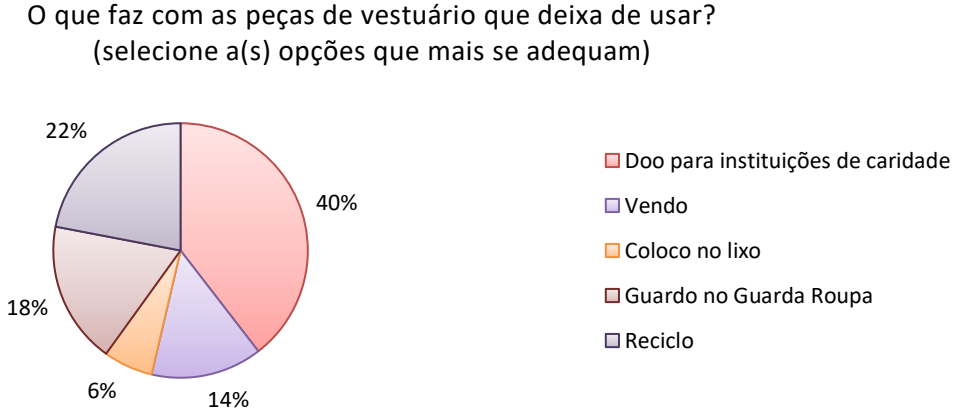


Gráfico 13 - "O que faz com as peças de vestuário que deixa de usar?"

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

As colunas do gráfico seguinte mostram que, 188 indivíduos afirmam que o principal determinante para deixarem de utilizar uma peça é o facto de estar desgastada ou danificada e para 162 pessoas é o facto de deixar de servir. Outros fatores, apontados em menor escala, são a saturação, o facto de deixarem de gostar da peça ou de esta já não se adequar ao estilo do respondente. Ou seja, a maioria decide não usar mais uma peça devido ao desgaste físico ou falta de ajuste, mas aspetos subjetivos também têm um grande peso na decisão. Estes dados podem ser um bom indicador de que peças com maior durabilidade e adaptáveis podem ser uma boa aposta para as marcas se tornarem mais sustentáveis e apostarem na produção mais lenta.

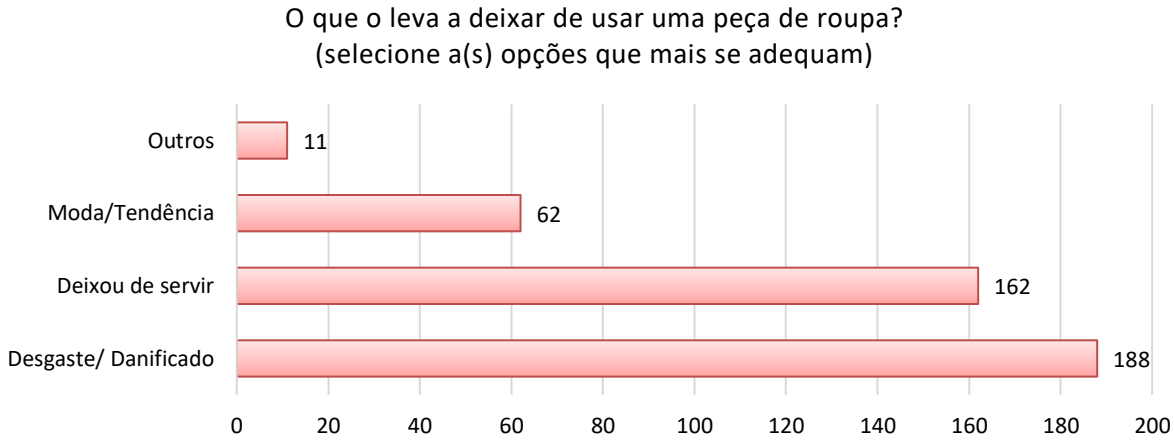


Gráfico 14 - Motivações para deixar de usar as peças de vestuário.

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

Os resultados acerca da prática de dar uma nova vida a peças de vestuário antes de as deitar fora refletem comportamentos variados entre os respondentes. Apenas 12% dos participantes afirmam que tentam sempre reutilizar as suas peças, o que sugere que essa prática ainda não se estabeleceu como um hábito comum na maioria dos consumidores. 32% dos respondentes indica que realizam essa transformação ocasionalmente e 36% relatam que raramente, o que sugere que, embora alguns reconheçam a possibilidade de reutilização, essa não é uma prática frequentemente adotada nas suas rotinas de consumo. Além disso, quase 20% dos participantes afirmam que nunca se dedicaram a transformar ou reutilizar as suas roupas, ou seja, uma parte significativa da população descarta peças sem considerar alternativas sustentáveis.

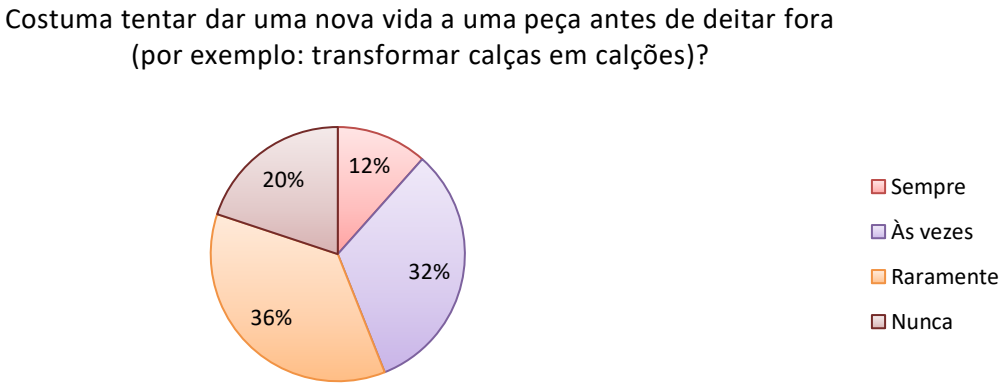


Gráfico 15 - Nova Vida às peças antes do descarte.

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

Na terceira secção espera-se perceber a importância dada ao tema e a consciencialização da amostra sobre o impacto ambiental do desperdício de vestuário e sobre as práticas alternativas à moda do consumo desenfreado.

Quando questionados se consideram o desperdício de vestuário um problema ambiental significativo, 69% respondera que sim, e apenas 2% responderam que não, demonstrando a crescente consciencialização dos impactos negativos que a indústria da têxtil e vestuário tem no meio ambiente. Por outro lado, 29% acreditam que o desperdício de vestuário não é tão significativo quanto outras questões ambientais, destacando a necessidade de aumentar a consciencialização sobre o impacto ambiental, de modo a mitigar a desinformação em prol da moda consciente.

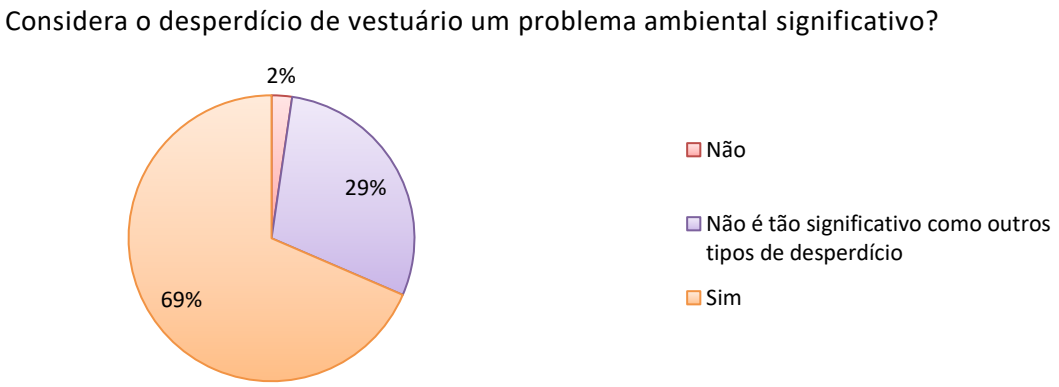


Gráfico 16 - Desperdício de vestuário como problema ambiental significativo.

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

A pergunta sobre a adesão dos consumidores às práticas de *slow-fashion* (gráfico 17) revela que apenas 9% as consideram sempre essas práticas nas suas compras, indicando que a maioria ainda não prioriza a moda sustentável. 44% aderem ao *slow-fashion* "às vezes", demonstrando interesse, mas com aplicação prática limitada. Adicionalmente, 20% respondentes afirmam que raramente consideram o *slow-fashion* e 8% indicam que nunca o fazem. Além disso, 15% dos participantes não têm certeza se adotam essas práticas, evidenciando a necessidade de um aumento na educação e conscientização sobre o tema. A adesão ao *slow-fashion* é relativamente baixa, mas os resultados sugerem haver um potencial significativo para a mudança.

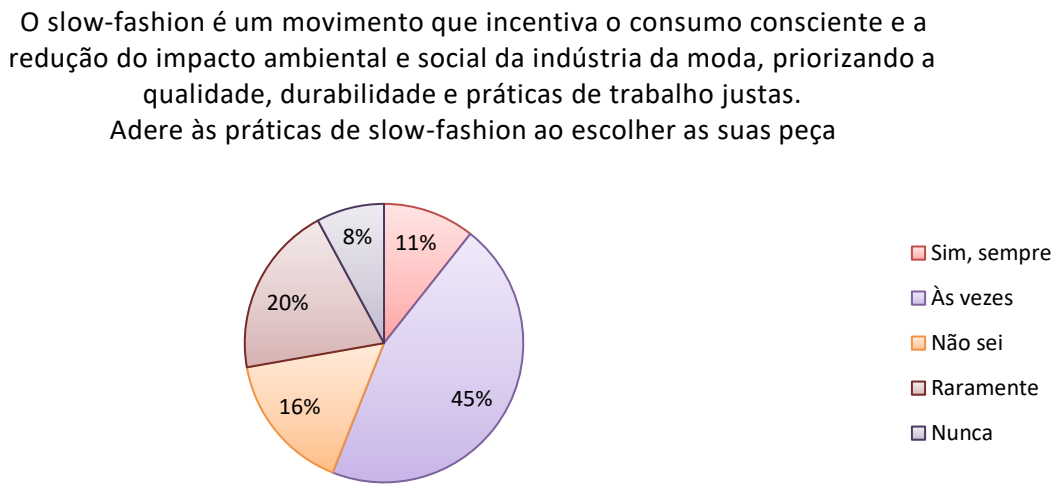


Gráfico 17 - Adesão ao *Slow-Fashion*.

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

A Pergunta 15 do questionário, "Quando compra uma peça de roupa, tem atenção às práticas ambientais de produção?", representada no gráfico 18, visa entender como os consumidores priorizam a sustentabilidade nas suas decisões de compra e apenas 3% dos respondentes afirmam que prestam sempre atenção às práticas ambientais de produção ao comprar roupas, enquanto 26% indicam que às vezes consideram, indicando uma conscientização limitada. A maior proporção de consumidores, 41%, raramente tem em atenção estas práticas e 30% nunca se preocupa com o tema quando compra peças de vestuário, priorizam outros fatores, como preço e/ou estilo. Para muitos, a moda rápida e a acessibilidade ainda superam as preocupações ambientais.

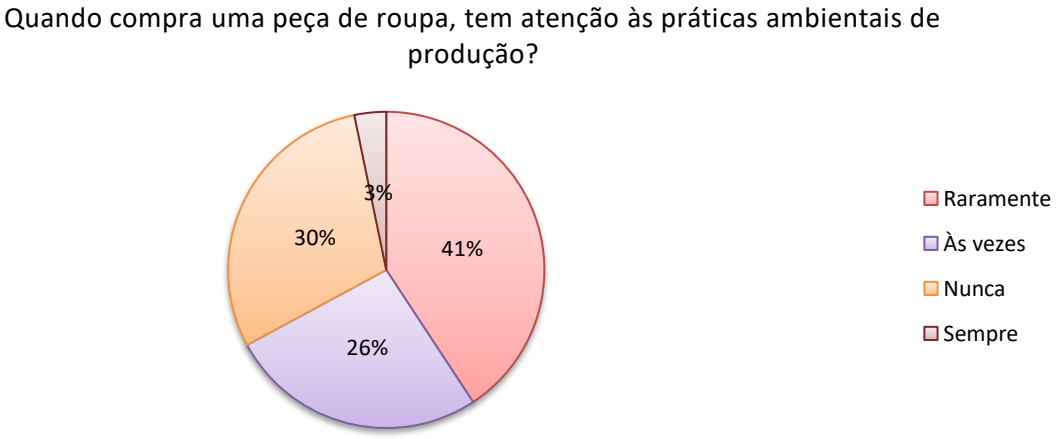


Gráfico 18 - Atenção às Práticas Ambientais de Produção.

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

Na pergunta número 8 do questionário foi questionado se a sustentabilidade é um fator importante quando compra vestuário e na pergunta 15 é questionado se nesse momento têm atenção às práticas de produção ambiental.

No gráfico 19 é possível ver a correlação entre estas duas questões, comparando os 4 níveis de importância, Moderadamente Importante, Muito Importante, Nada Importante e Pouco Importante com a frequência de aplicação, Sempre, Raramente, Nunca e Às vezes e perceber a tendência.

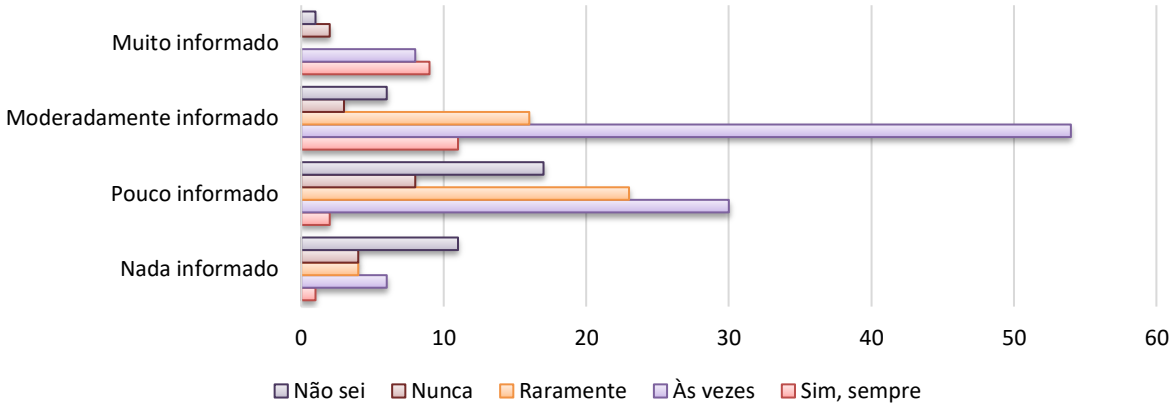


Gráfico 19 - Sustentabilidade e Práticas na decisão de compra

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

Apesar e considerarem a sustentabilidade um fator importante, seja muito ou moderadamente, quando compram peças de vestuário, a maioria afirma que raramente tem atenção às práticas de produção, ou seja, há aqui uma discrepância entre a intenção e ação, o que significa que, apesar de valorizar e considerar a sustentabilidade importante o seu comportamento não se ajusta e isso pode acontecer por falta de clareza, a informação das práticas de produção das peças por vezes não é fácil de interpretar e as pessoas não estão habituadas a ter esse "trabalho extra".

Em suma, que quem acha a sustentabilidade pouco ou nada importante raramente ou nunca tem atenção às práticas de produção ambiental quando compra vestuário, o que é consistente, essas pessoas provavelmente consideram pouco relevante essas práticas e não se interessam pela sustentabilidade.

O gráfico 20 mostra a disposição dos participantes para pagar mais por roupas produzidas com mínimo desperdício e a maioria dos respondentes, 173 expressaram que estariam dispostos, mas apenas se considerar o preço razoável. Embora exista interesse em práticas de moda sustentável, a disposição para um compromisso financeiro significativo ainda é limitada, apenas um número relativamente baixo de pessoas (21) afirma que definitivamente pagaria mais por roupa que foi produzida tendo em conta o mínimo desperdício. Enquanto 9 não estão dispostos a pagar mais, não consideram que estes tipos de produtos oferecem um valor adicional e 13 dos respondentes não têm certeza se pagariam mais, retratando a desinformação sobre o tema.

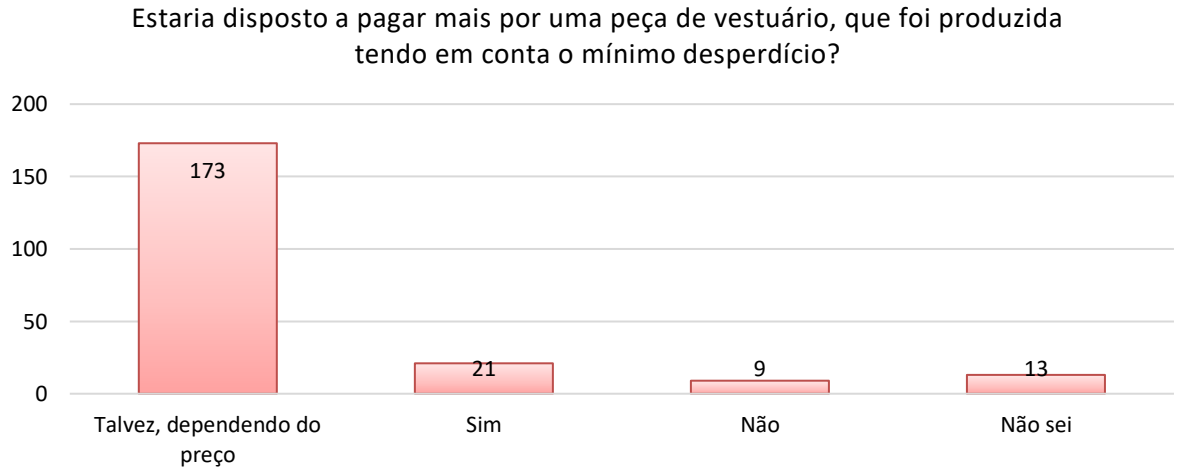


Gráfico 20 - Predisposição para pagar mais por peças sustentáveis.

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

A última secção procura compreender a predisposição da amostra para mudança, o nível da informação que têm sobre o tema e as práticas que já adotaram para um consumo mais sustentável.

Quando questionados se já consideraram, ou estão a considerar, mudar os seus hábitos de compra para reduzir o desperdício de vestuário, 45 do total dos respondentes afirmam já estar comprometidos com práticas sustentáveis, assim como quase metade dos respondentes, 106, que mostra uma alta disposição para a mudança de hábitos e adoção de práticas de consumo mais conscientes.

Um total de 35 participantes afirma não ter planos de mudar os seus hábitos de compra, representando uma barreira para a sustentabilidade e consciencialização. Os indecisos, 30 pessoas não sabem se mudariam os seus hábitos, realçando a necessidade de mais

informações sobre o impacto do desperdício de vestuário e sobre as opções disponíveis para um consumo mais consciente.

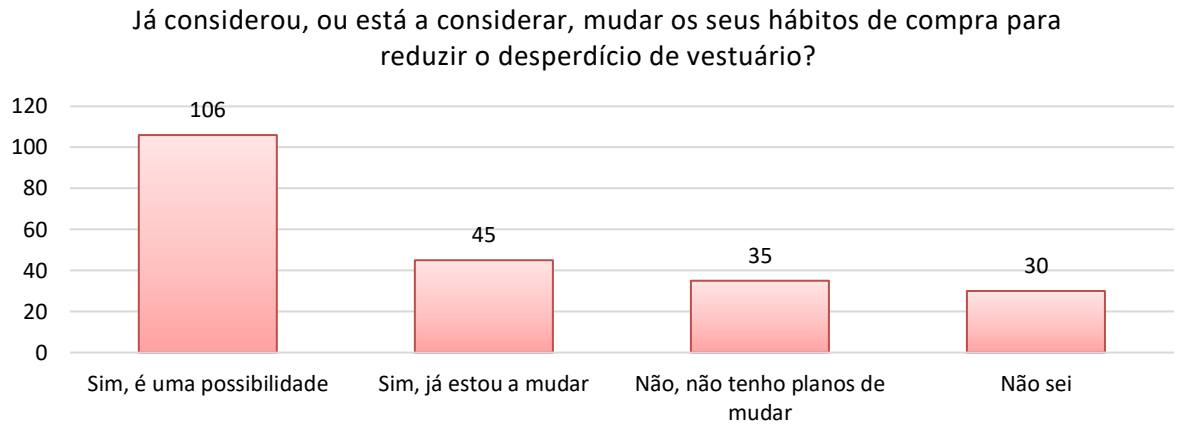


Gráfico 21 - Mudança de hábitos de compra.

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

O gráfico representado abaixo mostra a relação entre a preocupação com o impacto ambiental e a intenção de mudar hábitos de compra.

Os respondentes que têm consciência da dimensão do problema ambiental que é o desperdício de vestuário são os que têm hábitos ou que estão a tentar adotar hábitos mais sustentáveis, que estão a tentar mudar a sua forma de consumo de vestuário. Mesmo quem não considera o problema ambiental tão significativo, existe uma parte que vê a mudança de hábitos como uma possibilidade.

A população que não tem noção da dimensão do problema, como se espera não tem planos de mudar.

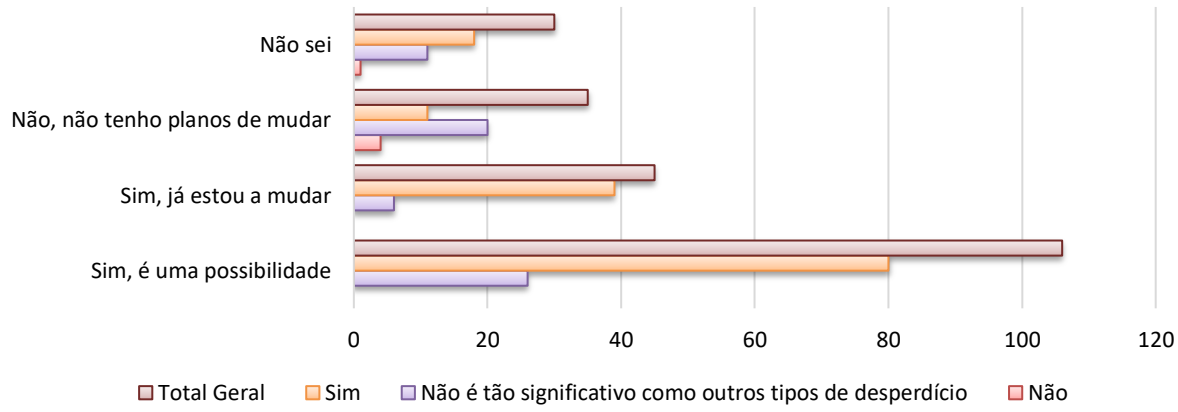


Gráfico 22 - Significância X Mudança de hábitos.

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

Os dados indicam que 105 respondentes utilizam plataformas online de revenda de vestuário, seja regularmente (29) ou ocasionalmente (76). Isso demonstra que quase metade da amostra já está envolvida com a economia circular e o facto de 69 pessoas afirmarem que, apesar de não utilizar, tem interesse, sugere que há potencial no crescimento deste mercado. O grupo "Não, e não estou interessado(a)", 42 participantes, representa a parcela da população que é mais cética e ainda prefere outras formas de consumo, não quer dizer necessariamente que são contra a redução do impacto do têxtil no meio ambiente, mas que ainda não foram convencidos a mudar.

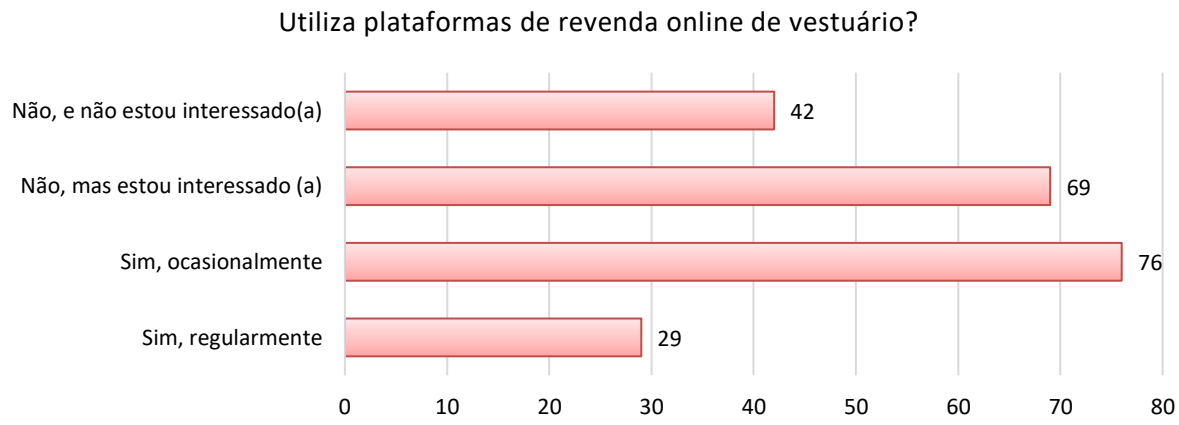


Gráfico 23 - Utilização de Plataformas de revenda de vestuário online.

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

A pergunta 19 mede a importância do acesso a informação sobre reutilizar e reciclar vestuário. Os grupos que consideram o acesso à informação muito ou moderadamente importante é de 89%, o que demonstra uma grande consciencialização ambiental entre os inquiridos e uma grande predisposição para consumir e descartar roupas de maneira responsável. Um grupo menor, 10%, mas ainda relevante, vê a questão com pouca importância, ou seja, não considera a sustentabilidade no vestuário algo prioritário. Menos de 1% é completamente desinteressada do tema da reciclagem e reutilização de vestuário, o que é bom indicador.

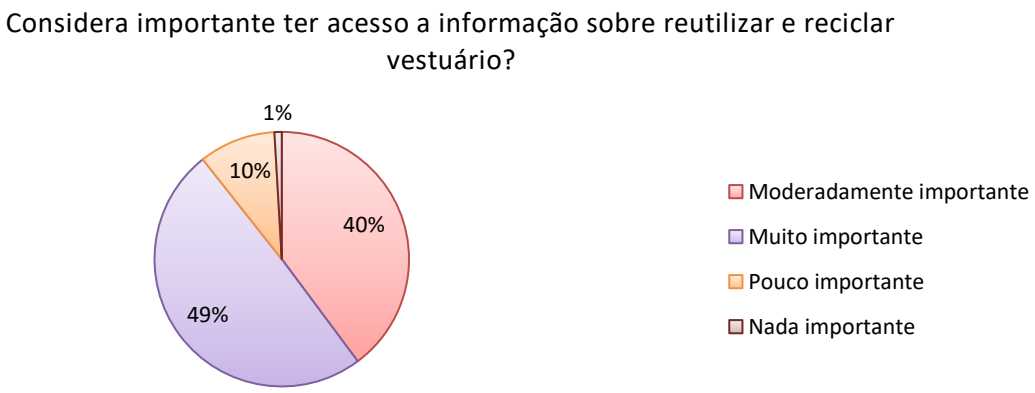


Gráfico 24 - Importância do acesso à informação.

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

Quando questionados sobre o nível de informação sobre o desperdício inadequado de vestuário, a maioria dos respondentes está entre o "Moderadamente Informado" (42%) e o "Pouco Informado" (37%), o que sugere que a maioria das pessoas tem apenas um conhecimento parcial do problema, retratando a necessidade da realização de campanhas educativas para explicar com mais detalhe com descarte inadequado afeta o meio ambiente e orientar para práticas sustentáveis. Embora o grupo que se considera "Nada Informado" seja menor (12%), representa uma parte significativa da população que não tem consciência das consequências do desperdício têxtil e que precisa de ser alcançado.

A parte desta amostra que se considera "Muito Informado", é a mais pequena, 9%, mesmo quem conhece o problema, não possui um conhecimento muito aprofundado, mas é a parte capaz de promover discussão e sugerir melhorias e iniciativas sustentáveis.

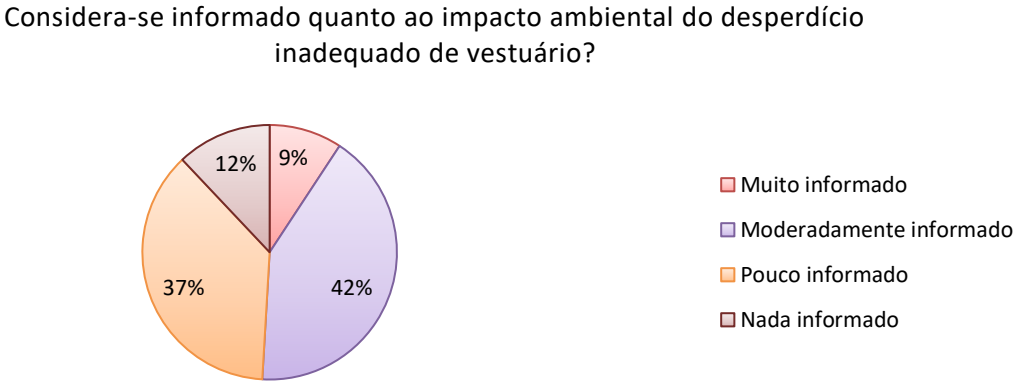


Gráfico 25 - Nível de informação sobre o tema.

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

No gráfico 26 é feita uma comparação entre quem adere ao movimento *do slow-fashion* e quem se considera informado sobre o tema do impacto ambiental do desperdício inadequado de vestuário, que permite ter uma noção se a informação está aliada com a prática e comportamentos dos participantes.

Segundo os dados do gráfico, quem se considera "Muito Informado" é quem adere mais frequentemente a práticas de produção lenta de vestuário. Em contrapartida, aqueles que se consideram pouco ou nada informados raramente ou nunca têm em atenção estas práticas quando compram vestuário e muitos não sabem dizer ao certo se praticam ou não as tais práticas.

Esta comparação evidência que quanto mais informação o individuo considera ter, mais este tenta adotar práticas e *slow-fashion* no consumo de vestuário, reforçando que a educação é um fator crucial para um consumo mais consciente.

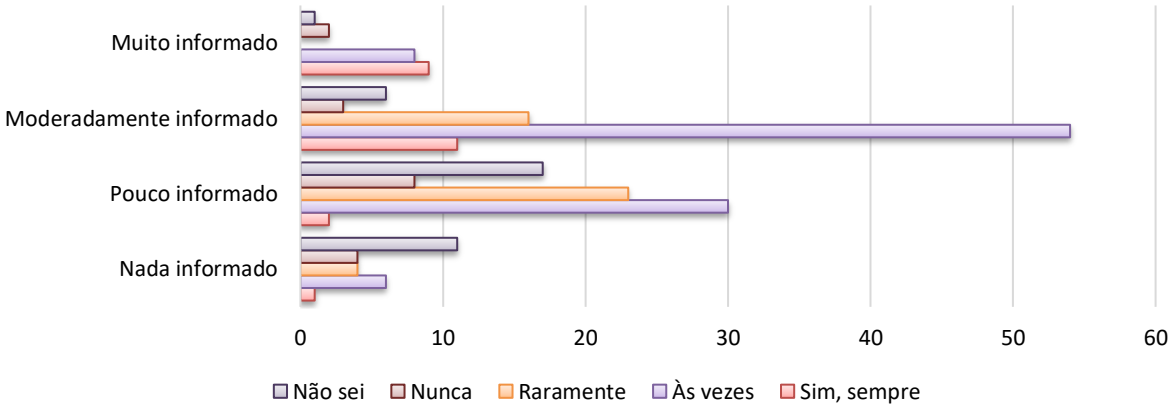


Gráfico 26 - Adesão ao *Slow-Fashion* X Informação sobre o tema.

Fonte: Questionário elaborado pelo autor

5. CONCLUSÃO

A questão principal deste estudo é compreender a atitude dos consumidores em relação ao consumo e ao descarte de peças de vestuário, analisando os comportamentos presentes, de que forma se alinham ou não com a sustentabilidade e minimização do impacto da indústria têxtil e vestuário no meio ambiente e qual a vontade para a mudança e para a adoção de outras práticas que até então ainda não são intrínsecas, nem comuns à sociedade atual e também conhecer as barreiras ainda presentes para uma mudança de hábitos.

O estudo permitiu concluir que os hábitos de consumo e descarte de vestuário entre os inquiridos é influenciado por vários fatores como género, idade, habilitações académicas ou situação profissional e financeira.

A pesquisa, feita com base nos dados retirados do questionário, permitiu analisar que a amostra, predominantemente composta por jovens do género feminino e com rendimentos restritos, mostra uma tendência de compra regular e o nível educacional da amostra, mais elevado, sugere uma possível consciência sobre as questões da sustentabilidade e favoráveis à moderação do consumo excessivo e adoção de práticas de reutilização e reciclagem.

Os dados deste estudo revelam que, enquanto a maioria dos consumidores adota práticas relativamente conscientes, com foco na durabilidade das peças e em práticas de descarte responsáveis, como a doação, ainda há desafios no que diz respeito à uniformização de hábitos de consumo verdadeiramente sustentáveis, como a compra de roupas produzidas eticamente e a reutilização de peças.

A realidade financeira dos inquiridos também tem um papel significativo nos padrões de consumo e descarte. Os participantes com orçamentos mais restritos, optam por limitar os gastos com vestuário, o que pode contribuir para um comportamento de consumo mais controlado. No entanto, as restrições financeiras podem interferir na prioridade que é dada à sustentabilidade, visto que produtos de moda sustentável costumam ter preços mais elevados.

Quando analisada a adesão ao *slow-fashion*, somente uma pequena percentagem dos inquiridos adota regularmente práticas de moda sustentável, a maioria só o faz ocasionalmente. Isso indica um interesse emergente, mas ainda insuficiente para promover

uma mudança generalizada nos hábitos de consumo. A baixa adesão pode ser explicada pela falta de informação ou pelas limitações financeiras, uma vez que muitos inquiridos gastam menos de 30 euros mensais em vestuário. O baixo investimento financeiro reflete uma realidade de consumo controlado, e sugere que os consumidores não estão completamente comprometidos em pagar mais por peças produzidas de forma ética, apesar de afirmarem estar dispostos a pagar mais, mas somente dentro de um intervalo considerado razoável.

Outro ponto relevante é o tempo de utilização das peças. A maioria dos inquiridos utiliza as peças mais de dois anos, o que demonstra a valorização que é dada à longevidade das peças. O que pode ser visto como um esforço para maximizar o uso das roupas adquiridas, seja por questões ambientais ou financeiras. Adicionalmente, a doação de peças inutilizadas é a prática mais adotada, destacando uma preocupação dos consumidores em evitar o desperdício e de consciencialização social e do meio circundante. No entanto, uma parte significativa ainda acumula roupas que não utiliza, apontando para a necessidade de maior conscientização sobre alternativas como a revenda ou reciclagem. E são poucos os que tentam sempre reutilizar as roupas antes de descartá-las.

Outro dado importante é o baixo nível de informação sobre práticas ambientais relacionadas ao vestuário. Os inquiridos que prestam atenção às práticas de produção sustentável no momento da compra são muito poucos, refletindo uma lacuna entre o desejo de ser mais sustentável e o comportamento real de compra.

Em termos de predisposição para mudança, os resultados são encorajadores. Os respondentes expressam vontade de alterar os seus hábitos de consumo para reduzir o desperdício.

De forma geral, os dados deste estudo revelam uma série de padrões e tendências que oferecem uma visão positiva sobre o consumo e descarte de vestuário entre os consumidores, uma vez que a maioria dos consumidores prolonga o uso das suas peças e adota práticas conscientes, priorizando a doação e reciclagem, no entanto também destaca barreiras, como a desinformação sobre o tema e as restrições financeiras, que afetam as decisões de compra mais sustentáveis como não sendo prioridade.

Há um grande trabalho por parte dos consumidores e das marcas. A sociedade atual vive numa constante correria e o consumo sustentável fica para segundo plano.

Para contrariar essa tendência é essencial integrar a temática da sustentabilidade no consumo e descarte de vestuário no cotidiano dos consumidores. Isso pode passar por implementar políticas que incentivem práticas sustentáveis, promover soluções acessíveis, comunicação com maior transparência e de forma mais explícita, por parte das marcas, e o Estado tem de ajudar as marcas para que a produção sustentável não tenha tantos custos para a empresa, possibilitando os preços mais competitivos para que o acesso a peças sustentáveis seja viável financeiramente.

Além disso, iniciativas como a reutilização, transformação de roupas e o uso de plataformas de revenda, juntamente com campanhas de conscientização, são alternativas eficazes para promover o consumo e descarte responsável, contribuindo assim para a redução do impacto ambiental da indústria da moda.

Em suma, apesar de existirem barreiras a nível da desinformação e restrições financeiras, no geral, os resultados deste estudo mostram que o consumidor atual te intenção de adotar práticas conscientes de utilização e descarte de vestuário.

6. REFERÊNCIAS

Akter, M. M., Haq, U. N., Islam, M., & Uddin, M. A. (2022). Textile-apparel manufacturing and material waste management in the circular economy: A conceptual model to achieve sustainable development goal (SDG) 12 for Bangladesh. *Cleaner Environmental Systems*.

Diário de Notícias. (2022). *Portugal entra este sábado em crédito ambiental*.

Alves, J. F. (2004). Cruzar os fios - a Fábrica Têxtil Riopele no contexto empresarial do Vale do Ave. *In Estudos do Século XX nº4*, 437-468.

APA. (2020). Guia de Classificação de Resíduos. p. 89.

ATP. (2023). *Caraterização*. Obtido de https://atp.pt/pt-pt/estatisticas/caraterizacao/

Baker, J. B. (2011). *An Investigation of the Motivations for Second-hand Clothing Donation and Purchase.* Faculty of The Graduate School at The University of North Carolina at Greensboro.

Banco de Portugal. (2022). *Análise setorial da indústria dos têxteis e vestuário*. Obtido de https://bpstat.bportugal.pt/conteudos/publicacoes/1292

Bauwens, T., Hekkert, M., & Kirchherr, J. (2020). Circular futures: What Will They Look Like? *Ecological Economics, 106703*.

Bem, N. A., Nassimbem, R. R., & Pinheiro, E. (2023). CONSUMO DE VESTUÁRIO: FAST FASHION E SLOW FASHION.

Bhardwa, V., & Fairhurst, A. (2010). ast fashion: response to changes in the fashion industry. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer ResearchVol. 20, No. 1,*, 165–173.

Business of Fashion and McKinsey & Company. (2021). *The State of Fashion 2021 Report: Finding Promise in Perilous Times*. Obtido de https://www.businessoffashion.com/reports/news-analysis/the-state-of-fashion-2021-industry-report-bof-mckinsey/

Capucho, J. (2019). Portugueses deitam fora 200 mil toneladas de roupa por ano. *Diário de Notícias*.

Castagna, A. C., Duarte, M., & Pinto, D. C. (2022). Slow fashion or self-signaling? Sustainability in the fashion industry. *Sustainable Production and Consumption (Volume 31)*, 582-590.

CENIT. (2009). Análise da Indústria Têxtil e Vestuário no Norte de Portugal e Galiza: Consolidação da Complementaridade do "Cluster" Transfronteiriço na Euroregião.

Dalmoro, M., & Mendes Vieira, K. (2013). DILEMAS NA CONSTRUÇÃO DE ESCALAS TIPO LIKERT: O NÚMERO DE ITENS E A DISPOSIÇÃO INFLUENCIAM NOS RESULTADOS? *REVISTA GESTÃO ORGANIZACIONAL | VOL. 6 - EDIÇÃO ESPECIAL* .

de Oliveira Brasil, M. V., de Abreu, M. C., da Silva Filho, J. C., & Leocádio, A. L. (s.d.). Relationship between eco-innovations and the impact on business performance: an empirical survey research on the Brazilian textile industry. *Revista de Administração, 51(3)*, 276–287.

de Oliveira Neto, G. C., Tucci, H. N., Correia, J. M., da Silva, P. C., da Silva, D., & Amorim, M. (2021). Stakeholders' influences on the adoption of cleaner production. *Sustainable Production and Consumption, 26*, 126-145.

DGAE. (2018). Sinopse - Industria Têxtil e Vestuário.

Domingues, S. H. (2020). Valorização do Desperdício Têxtil.

ecoDEAL. (2023). Obtido de Lista Europeia de Resíduos: entenda a classificação dos resíduos: https://www.ecodeal.pt/pt/blog/lista-europeia-de-residuos-entenda-a-classificacao-dos-residuos

EMF. (2017). *A New Textiles Economy: Redesigning Fashion's Future*. Obtido de Ellen Macarthur Foundation: https://www.ellenmacarthurfoundation.org/a-new-textiles-economy

Erdil, A. (2019). An Evaluation on Lifecycle of Products in Textile Industry of Turkey through Quality Function Deployment and Pareto Analysis. *Procedia Computer Science 158* , 735–744.

Ferronato, P. B., & Franzato, C. (s.d.). *Open Design e Slow Fashion para a Sustentabilidade do Sistema Moda.* Obtido de M o d a P a l a v r a E - p e r i ó d i c o: https://www.redalyc.org/pdf/5140/514051509007.pdf

Ghisellini, P., Cialani, C., & Ulgiati, S. (2016). A review on circular economy: the expected. *Journal of Cleaner Production, 114*, 11-32.

Gothandam, K. M., Ranjan, S., Dasgupta, N., & Lichtfouse, E. (2019). *Nanoscience and Biotechnology for Environmental Applications.*

Guha , D. K., & Sadi, M. (2016). *Using cotton cutting waste and knitting waste for bio gas production*.

Hens, L., Block, C., Cabello-Eras, J., Sagastume-Gutierez, A., Garcia-Lorenzo, D., Chamorro, C., . . . Vandecasteele, C. (2018). On the evolution of “Cleaner Production” as a concept and a practice. *Journal of Cleaner Production 172*, 3323-3333.

Heo, C. Y., Kim, B., Par, K., & Back, R. M. (2022). A comparison of Best-Worst Scaling and Likert Scale methods on peer-to-peer accommodation attributes. *Journal of Business Research 148(4)*, 368-377.

Hibbert , S. A., Horne, S., & Tagg, S. (2005). Charity retailers in competition for merchandise: examining how consumers dispose of used goods. *Journal of Business Research, Volume 58,*, 819-828.

Hutton, B., Catalá-López, F., & Moher, D. (2016). The PRISMA statement extension for systematic reviews incorporating network meta-analysis: PRISMA-NMA. *Medicina Clínica (English Edition) - Volume 147*, 262-266.

Islam, M., & Khan, M. R. (2014). Environmental Sustainability Evaluation of Apparel Product: A Case Study on Knitted T-Shirt. *Journal of Textiles*.

Jacoby, J., Berning, C. K., & Dietvorst, T. F. (s.d.). What about Disposition? *Journal of Marketing, 41(2)*, 22.

Jia, F., Yin, S., Chen, L., & Chen, X. (2020). The circular economy in the textile and apparel industry: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production 259* .

Jin, B., & Jung, S. (2014). A theoretical investigation of slow fashion: Sustainable future of the apparel industry. *International IJC 38 (5)*, 510-519.

Kavitha, S., & Manimekalai, G. (2014). A STUDY ON WASTE DISPOSAL MANAGEMENT IN GARMENT INDUSTRY. *TRANS STELLAR*.

Khan, A. M., Islam, M., & Khan, M. R. (2019). *Chitosan incorporation for antibacterial property improvement of jute-cotton blended denim fabric.*

Kiukkanen, V. (2020). THE VALUE OF FINNISH SECOND-HAND CONSIGNMENT STORES FOR SECOND-HAND SELLERS.

Kline, R. B. (2016). Principles and practice of structural equation modeling (4th ed.). *New York: Guilford Press*.

Koszewska, M. (2019). Circular economy in textiles and fashion—the role of a consumer. Em M. Koszewska, *Circular Economy in Textiles and Apparel* (pp. 183-206). The Textile Institute Book Series.

Larguesa, A. (2023). Exportações têxteis registam recorde de vendas "amargo" em 2022. *ECO SAPO*.

Lee, Y., Halter , H., Johnson , K. K., & Ju, H. (2013). Investigating Fashion Disposition with Young Consumers. *Young Consumers 14*, 67-78.

Lieder, M., & Rashid, A. (2016). Towards circular economy implementation: a comprehensive review in context of manufacturing industry. *Journal of Cleaner Production, 115*, 36-51.

Likert, R. (1932). *A Technique for the Measurement of Attitudes.* New York.

Loon, P. V., Diener, D., & Harris, S. (2021). Circular products and business models and environmental impact reductions: Current knowledge and knowledge gaps. *Journal of Cleaner Production, 125627*.

Lopes, J. C. (2021). *O Papel da Economia Circular no Setor Têxtil Português.*

Macena, B. B. (2020). *Fatores de design e sua influência na percepção do slow fashion.*

Manshoven, S., Christis, M., Vercalsteren, A., Arnold, M., Nicolau, M., & Lafond, E. (2019). *Textiles and the environment in a circular economy.* European Topic Centre Waste and Materials in a Green Economy.

Marcorini, B. M., & Broega, A. C. (2021). ESTUDO DE ALTERNATIVAS SUSTENTÁVEIS PARA O SECTOR TÊXTIL PORTUGUÊS. *SDS 2021*.

Marôco, J. (2003). *Análise Estatística com o SPSS Statistics.* Edições Sílabo.

McNeill , L., & Moore, R. (2015). Sustainable fashion consumption and the fast fashion conundrum: fashionable consumers and attitudes to sustainability in clothing choice. *International Journal of Consumer Studies 39*, 212–222.

McNeill, L., & Moore, R. (2015). Sustainable fashion consumption and the fast fashion conundrum: Fashionable consumers and attitudes to sustainability in clothing choice. *International Journal of Consumer Studies 39*, 212-222.

McNeill, L., Hamlin, R. P., & McQueen, R. H. (2020). Fashion Sensitive Young Consumers and Fashion Garment Repair: Emotional Connections to Garments as a Sustainability Strategy. *International Journal of Consumer Studies 44*, 361-368.

Md. Sobuj, A. M. (2021). *Bangladeshi young consumers: case study.* Research Journal of Textile and Apparel.

Melody, S. G. (1918). *Lint Percentage and Lint Index of Cotton and Methods of Determination.* US Department of Agriculture (LCA) of Textiles and Clothing (Cambridge).

Ministério do Ambiente. (2017). *Liderar a Transição: Plano de Ação para a Economia Circular em Portugal 2017-2020.* Obtido de https://eco.nomia.pt/contents/ficheiros/paec-pt.pdf

Mishra, M., Kushwaha, R., Gupta, N., Sinha, A., & Dwivedi, H. (2023). Survey data to evaluate consumer behaviour and consumption pattern of sustainable apparel: A study on consumer awareness level. *Data in Brief, 49, 109350*.

Niinimäki, K., Peters, G., Helena , D., Patsy , P., Timo , R., & Alison , G. (2020). The environmental price of fast fashion. *JournalNature Reviews : Earth and Environment*, 189-200.

Nóbrega, M. M. (2003). *O Sistema VAC como ferramenta de PCP em confecções:.*

Norum, P. (2015). Trash, Charity, and Secondhand Stores: An Empirical Analysis of Clothing Disposition. *Family and Consumer Sciences Research Journal 44*, 21–36.

O'Cass, A. (2004). Fashion Clothing Consumption: Antecedents and Consequences of Fashion Clothing Involvement. *European Journal of Marketing, 38*, 869-882.

Oliveira, C. S. (2022). *A Moda e o Consumo (in)Consciente*.

Oliveira, Y. M. (2020). *Comportamento de Consumo de Moda Circular dos Millennials.*

Parlamento Europeu. (2023). *Atualidade Parlamento Europeu.* Obtido de O impacto da produção e dos resíduos têxteis no ambiente (infografia): https://www.europarl.europa.eu/news/pt/headlines/society/20201208STO93327/o-impacto-da-producao-e-dos-residuos-texteis-no-ambiente

Pensupa, N., Leu, S.-Y., Hu, Y., Du, C., Liu, H., Jing, H., . . . Lin, C. S. (s.d.). Recent Trends in Sustainable Textile Waste Recycling Methods: Current Situation and Future Prospects. *Top. Curr. Chem*, 375, 189–228.

Pinheiro, C., Lange, E., Gomes, P., & Costa, T. (2010). INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO NO SECTOR TÊSTIL E VESTUÁRIO. *GeoPlanUM I*, 29-36.

Preston, F., Lehne, J., & Wellesley, L. (2019). *An Inclusive Circular Economy: Priorities for Developing Countries.* Obtido de Chatham House, the Royal Institute of International Affairs.: https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/publications/research/2019-05-22-Circular%20Economy.pdf

Ramos, G. C. (2023). *O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NA FASE DE DECISÃO DE COMPRA OU NÃO COMPRA DE ROUPA RECICLADA.*

Refosco, E., Mazzotti, K., Sotoriva, M., & Broega, A. C. (2011). O novo consumidor de moda e a Sustentabilidade. *O novo consumidor de moda e a Sustentabilidade*.

Remy, N., Speelman, E., & Swartz, S. (2016). *Style that's sustainable: A new fast-fashion formula.* McKinsey&Company.

Roberts, J. A. (1996). Green Consumers in the 1990s: Profile and Implications for Advertising. *Journal of Business Research, 36*, 217-231.

Šajn, N. (2019). *Environmental impact of the textile - What consumers need to know.* Obtido de European Parliamentary Research Service: https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/633143/EPRS_BRI(2019)633143_EN.pdf

Santos, A. M. (2022). FAST FASHION: O IMPACTO GERACIONAL E DE GÉNERO NO CONSUMO E DESCARTE DE VESTUÁRIO.

Santos, I. F. (2016). Influências do consumo de Moda O ocidente refletido em comunidades subdesenvolvidas.

Shamsuzzaman, M., Kashem, M. A., Sayem, A. S., Khan, A. M., Shamsuddin, S. M., & Islam, M. M. (2020). Quantifying environmental sustainability of denim garments washing. *Journal of Cleaner Production*.

Shirvanimoghaddam, K., Motamed, B., Ramakrishna, S., & Naebe, M. (2020). Death by waste: Fashion and textile circular economy case. *Science of The Total Environment, 718, 137317*.

Siddaway , A., Wood, A. M., & Hedges, L. V. (2019). How to Do a Systematic Review: A Best Practice Guide for Conducting and Reporting Narrative Reviews, Meta-Analyses, and Meta-Syntheses. *Annu. Rev. Psychol. 70*, 747–770.

Silva, G. J. (2005). Design 3D em Tecelagem Jacquard como ferramenta para a concepção de novos produtos. – Aplicação em Acessórios de Moda. *Cap. II - Estado da Arte*.

Stahel, W. R. (2016). The circular economy. *Nat. News 531 (7595)*, 435.

Vasconcelos, E. (2006). Análise da Indústria Têxtil e do Vestuário. *EDIT VALUE Empresa Júnior N.º 02*.

Vassalo, A. L. (2023). *A Sustentabilidade na Indústria da Moda e os seus Consumidores num Mundo Digital.*

Wang, Y. (2010). Fiber and Textile Waste Utilization. *Waste and Biomass Valorization 1(1):135-143 DOI: 10.1007/s12649-009-9005-y*.

Woense, L. V., & Lipp, S. S. (2020). *What if fashion were good for the planet?* Obtido de European Parliamentary Research Service: https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2020/656296/EPRS_ATA(2020)656296_EN.pdf

Woensel, L. V., & Lipp, S. S. (2020). *What if fashion were good for the planet?* Obtido de European Parliamentary Research Service: https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2020/656296/EPRS_ATA(2020)656296_EN.pdf

Wu , G.-C., Ding, J.-H., & Chen, P.-S. (2012). The effects of GSCM drivers and institutional pressures on GSCM practices in Taiwan's textile and apparel industry. *Int. J. Production Economics, 135*, 618-636.

Young, M., & Ryan, A. (2020). *Postpositivism in Health Professions Education Scholarship.* Obtido de Academic Medicine, 95(5), 695-699: https://doi.org/10.1097/ACM.0000000000003089

Zailani, S., Jeyaraman, K., Vengadasan, G., & R. P. (2021). Sustainable supply chain management (SSCM) in Malaysia: A survey. *Int. J. Production Economics, 140*, 330-340.

7. ANEXOS

Desperdício têxtil - O consumo e descarte de vestuário!

Olá!

Este questionário faz parte da minha dissertação de Mestrado em Gestão e tem como objetivo entender melhor o desperdício têxtil e os hábitos de consumo e descarte de vestuário.

As respostas são anónimas e utilizadas exclusivamente para o estudo que visa aumentar a consciencialização sobre o desperdício têxtil e explorar maneiras de reduzir o impacto ambiental.

O questionário demora cerca de 5 minutos a responder.

Estou ao dispor para qualquer dúvida ou esclarecimento através do e-mail pg48952@uminho.pt.

Obrigada pela participação!

* Indica uma pergunta obrigatória

Dados demográficos

1. Indique o seu género *

Marcar apenas uma oval.

- ◯ Feminino
- ◯ Masculino
- ◯ Prefiro não responder
- ◯ Outra: _____

2. Selecione a sua faixa etária *

Marcar apenas uma oval.

- ◯ Menos de 18 anos
- ◯ 18-24 anos
- ◯ 25-34 anos
- ◯ 35-54 anos
- ◯ 55-64 anos
- ◯ 65 anos ou mais*

3. Indique o seu nível de habilitações académicas *

Marcar apenas uma oval.

- ◯ Ensino básico
- ◯ Ensino secundário
- ◯ Ensino superior (Licenciatura)
- ◯ Ensino superior (Mestrado)
- ◯ Ensino superior (Doutoramento)
- ◯ Outra: _____

4. Qual é a sua situação profissional atual? *

Marcar apenas uma oval.

- ◯ Empregado(a) a tempo inteiro
- ◯ Empregado(a) a tempo parcial
- ◯ Trabalhador(a) por conta própria
- ◯ Desempregado(a) à procura de emprego
- ◯ Estudante
- ◯ Reformado(a)
- ◯ Outra: _____

5. Qual é o seu rendimento anual bruto? *

Marcar apenas uma oval.

- ◯ Menos de 10.000€
- ◯ 10.000€ - 19.999€
- ◯ 20.000€ - 29.999€
- ◯ 30.000€ - 39.999€
- ◯ 40.000€ - 49.999€
- ◯ 50.000€ ou mais

Práticas dos consumidores

6. Com que frequência compra roupas novas? *

Marcar apenas uma oval.

- ◯ Semanalmente
- ◯ Mensalmente
- ◯ Trimestralmente
- ◯ Semestralmente
- ◯ Anualmente
- ◯ Menos de uma vez por ano

7. Quanto gasta, em média, por mês em vestuário?

Marcar apenas uma oval.

- ◯ [0 - 30€[
- ◯ [30€ - 60€[
- ◯ [60€ - 90€[
- ◯ Mais de 90€

8. Considera a sustentabilidade um fator importante quando compra vestuário? *

Marcar apenas uma oval.

- ◯ Muito importante
- ◯ Moderadamente importante
- ◯ Pouco importante
- ◯ Nada importante

9. Em média, quanto tempo usa as suas peças de vestuário antes de parar de usá-las? *

Marcar apenas uma oval.

- ◯ 3 meses
- ◯ 6 meses
- ◯ 1 ano
- ◯ 2 anos
- ◯ Mais de 2 anos

10. O que faz com as peças de vestuário que deixa de usar? *

(selecione a(s) opções que mais se adequam)

Marcar tudo o que for aplicável.

- ☐ Doo para instituições de caridade
- ☐ Vendo
- ☐ Reciclo ou reutilizo de alguma forma
- ☐ Coloco no lixo
- ☐ Guardo no guarda-roupa, mesmo sem usar

11. O que o leva a deixar de usar uma peça de roupa? *

(selecione a(s) opções que mais se adequam)

Marcar tudo o que for aplicável.

- [ ] Desgaste/ Danificado
- [ ] Deixou de servir
- [ ] Moda/Tendência
- [ ] Outra: _____

12. Costuma tentar dar uma nova vida a uma peça antes de deitar fora (por exemplo: transformar calças em calções)? *

Marcar apenas uma oval.

- ◯ Sempre
- ◯ Às vezes
- ◯ Raramente
- ◯ Nunca

Consciencialização

13. Considera o desperdício de vestuário um problema ambiental significativo? *

Marcar apenas uma oval.

- ◯ Sim
- ◯ Não é tão significativo como outros tipos de desperdício
- ◯ Não

14. O *slow-fashion* é um movimento que incentiva o consumo consciente e a redução do impacto ambiental e social da indústria da moda, priorizando a qualidade, durabilidade e práticas de trabalho justas. *

Adere às práticas de *slow-fashion* ao escolher as suas peças?

Marcar apenas uma oval.

- ◯ Sim, sempre
- ◯ Às vezes
- ◯ Raramente
- ◯ Nunca
- ◯ Não sei

15. Quando compra uma peça de roupa, tem atenção às práticas ambientais de produção? *

Marcar apenas uma oval.

- ◯ Sempre
- ◯ Às vezes
- ◯ Raramente
- ◯ Nunca

16. Estaria disposto a pagar mais por uma peça de vestuário, que foi produzida tendo em conta o mínimo desperdício? *

Marcar apenas uma oval.

- ◯ Sim
- ◯ Talvez, dependendo do preço
- ◯ Não
- ◯ Não sei

Soluções e Alternativas

17. Já considerou, ou está a considerar, mudar os seus hábitos de compra para reduzir o desperdício de vestuário? *

Marcar apenas uma oval.

- ◯ Sim, já estou a mudar
- ◯ Sim, é uma possibilidade
- ◯ Não, não tenho planos de mudar
- ◯ Não sei

18. Utiliza plataformas de revenda online de vestuário? *

Marcar apenas uma oval.

- ◯ Sim, regularmente
- ◯ Sim, ocasionalmente
- ◯ Não, mas estou interessado (a)
- ◯ Não, e não estou interessado(a)

19. Considera importante ter acesso a informação sobre reutilizar e reciclar vestuário? *

Marcar apenas uma oval.

- ◯ Muito importante
- ◯ Moderadamente importante
- ◯ Pouco importante
- ◯ Nada importante

20. Considera-se informado quanto ao impacto ambiental do desperdício inadequado de vestuário? *

Marcar apenas uma oval.

- ◯ Muito informado
- ◯ Moderadamente informado
- ◯ Pouco informado
- ◯ Nada informado