



---

**ETEC DR. RENATO CORDEIRO**

**HABILITAÇÃO PROFISSIONAL TÉCNICA DE NÍVEL MÉDIO  
TÉCNICO EM MARKETING**

**Glauca Candido Polizel  
Habianni Thomasini Loyolla Afonso  
Mieli Luz Ferreira  
Shaiene Gabrieli Del Grossi  
Yasmin Lima Goulart**

**BRANDING SUSTENTÁVEL:  
COMO CONSTRUIR MARCAS COM PROPÓSITO NO MERCADO TÊXTIL  
BRASILEIRO**

**BIRIGUI  
2024**

**Glaucia Candido Polizel  
Habianni Thomasini Loyolla Afonso  
Mieli Luz Ferreira  
Shaiene Gabrieli Del Grossi  
Yasmin Lima Goulart**

**BRANDING SUSTENTÁVEL:  
COMO CONSTRUIR MARCAS COM PROPÓSITO NO MERCADO TÊXTIL  
BRASILEIRO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Banca Examinadora da Etec Doutor Renato Cordeiro de Birigui – SP. Habilitação Profissional Técnica de Nível Médio de Técnico em Marketing, sob a orientação do Professor Anderson Henrique Teixeira de Souza, como requisito para obtenção do título de Técnico em Marketing.

**BIRIGUI**

**2024**

**Glaucia Candido Polizel**  
**Habianni Thomasini Loyolla Afonso**  
**Mieli Luz Ferreira**  
**Shaiene Gabrieli Del Grossi**  
**Yasmin Lima Goulart**

Relatório final, apresentado a ETEC  
Dr. Renato Cordeiro, como parte da  
formação para a obtenção do título  
de Técnico em Marketing.

Birigui, 11 de dezembro de 2024.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Anderson Henrique Teixeira de Souza  
Orientador

---

Prof. Fernando Guido  
Avaliador

---

Prof. Angela Maria Teixeira  
Avaliador

Dedicamos este trabalho aos nossos familiares, que acompanharam cada dia desta trajetória, o incentivo constante e a dedicação incondicional.

À nossa orientadora prof.<sup>a</sup> Angela Maria Teixeira, que dedicou muito do seu tempo nos orientandos, embora tivesse outros interesses a resolver. E ao nosso orientador prof. Anderson Henrique Teixeira agradecemos pelos ensinamentos, atenção, amizade e dedicação ao longo da realização deste trabalho.

Agradecemos a todos os professores que nos ajudaram ao decorrer do ano letivo, sendo dois deles nossos orientadores de TCC a professora Angela Maria Teixeira e o professor Anderson Henrique Teixeira de Souza, por sua paciência e incentivo ao longo desse processo. Agradecemos profundamente aos nossos familiares e amigos, por acreditarem e nos incentivarem em nossas escolhas, nos apoiando em cada passo que seguimos.

“A sustentabilidade cultural é importante para que o modo de fazer evolua e torne-se registro para as próximas gerações. A inovação ocorre com base no passado, passado presente e futuro é uma coisa só, perante a cultura. O tempo, ele é insólito, as referências sempre dialogam com os movimentos”.

Ricardo V. Barradas

## RESUMO

O *branding* sustentável vai além do marketing tradicional, integrando práticas éticas, uso de materiais ecológicos e certificações. A cultura organizacional desempenha um papel crucial, exigindo alinhamento interno para que todos na empresa entendam e pratiquem a sustentabilidade.

Na indústria têxtil brasileira, o *branding* é essencial para diferenciar marcas, agregar valor, fortalecer a identidade e criar conexões emocionais com o público, assim como explorar a riqueza cultural brasileira para fortalecer o posicionamento das marcas no mercado. O marketing verde começou a ganhar força nos anos 1990, quando a conscientização ambiental cresceu. No setor têxtil, essa tendência se consolidou nos anos 2000, com empresas oferecendo produtos como fios reciclados e orgânicos.

A indústria têxtil, uma das mais impactantes ambientalmente, gera cerca de 175 mil toneladas de resíduos têxteis por ano no Brasil. Fibras naturais, como algodão e lã, são intensivas em água e pesticidas, enquanto fibras sintéticas, como poliéster e náilon, produzem microplásticos e gases do efeito estufa, apesar de serem mais duráveis e menos dependentes de água. O *fast-fashion* exacerba esses impactos, acelerando o ciclo de produção e consumo.

No Brasil a indústria têxtil consolidou-se após o ano 1900, com vários momentos de crescimento. Atualmente, o Brasil é referência mundial diversos setores da moda, com Santa Catarina e o Nordeste se destacando em polos produtivos e tecnológicos. A tecnologia tem revolucionado o setor, com soluções como automação, impressão digital, tecidos inteligentes e processos ecoeficientes, que reduzem custos, otimizam recursos e aumentam a competitividade. A “Lei do Bem” incentiva a inovação tecnológica e apoia metas ambientais, como zerar o desmatamento até 2030. *Softwares* como SCADA, ERP e MES melhoram a gestão da produção, eficiência e qualidade.

Para um estilo de vida sustentável, o artigo recomenda práticas como reduzir, reutilizar e reciclar, economizar água e energia, apoiar produtos ecológicos, criar jardins sustentáveis e investir em educação sobre sustentabilidade.

**PALAVRAS CHAVES:** *Branding*, Sustentabilidade, Marketing, Mercado Têxtil, Brasil

## ABSTRACT

Sustainable branding goes beyond traditional marketing, integrating ethical practices, the use of eco-friendly materials, and certifications. Organizational culture plays a crucial role, requiring internal alignment so that everyone in the company understands and practices sustainability.

In the Brazilian textile industry, branding is essential to differentiate brands, add value, strengthen identity, and create emotional connections with the audience, as well as explore Brazil's cultural richness to strengthen the positioning of brands in the market. Green marketing began to gain traction in the 1990s as environmental awareness grew. In the textile sector, this trend consolidated in the 2000s, with companies offering products such as recycled and organic yarns.

The textile industry, one of the most environmentally impactful, generates about 175,000 tons of textile waste annually in Brazil. Natural fibers, such as cotton and wool, are water and pesticide-intensive, while synthetic fibers like polyester and nylon produce microplastics and greenhouse gases, despite being more durable and less water-dependent. Fast fashion exacerbates these impacts by accelerating the production and consumption cycle.

In Brazil, the textile industry consolidated after 1900, with several periods of growth. Currently, Brazil is a global reference in various fashion sectors, with Santa Catarina and the Northeast standing out as productive and technological hubs. Technology has revolutionized the sector, with solutions like automation, digital printing, smart fabrics, and eco-efficient processes that reduce costs, optimize resources, and increase competitiveness. The "*Lei do Bem*" (Good Law) encourages technological innovation and supports environmental goals, such as zero deforestation by 2030. Software like SCADA, ERP, and MES improve production management, efficiency, and quality.

For a sustainable lifestyle, the article recommends practices such as reducing, reusing, and recycling, saving water and energy, supporting eco-friendly products, creating sustainable gardens, and investing in sustainability education.

**KEYWORDS:** Branding, Sustainability, Marketing, Textile Market, Brazil

## LISTA DE SIGLAS

Abit – Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção

ABVTEX – Associação Brasileira do Varejo Têxtil

ERP – Enterprise Resource Planning

FSC – Forest Stewardship Council

GOTS – Global Organic Textile Standard

MES – Manufacturing Execution System

PLC – Programmable Logic Controllers

SCADA – Supervisory Control and Data Acquisition

## LISTAS DE TRADUÇÕES

*Beachwear* – Roupa de praia

*Eco-friendly* – Amigável ao meio ambiente

*Greenwashing* – Lavagem verde

*Homewear* – Roupas para casa

*Jeanswear* – Jeans desgastado

*Market Share* – Quota de mercado

*Sewbots* – Robôs de costura

*Slogan* – Lema

*Software* – Programas

*Upcycling* – Reciclagem

## SUMÁRIO

|   |           |
|---|-----------|
| <b>RESUMO</b> .....   | <b>7</b>  |
| <b>ABSTRACT</b> .....   | <b>8</b>  |
| <b>SUMÁRIO</b> .....  | <b>12</b> |
| <b>1.Introdução</b> .....   | <b>13</b> |
| <b>2. OBJETIVO</b> .....  | <b>14</b> |
| 2.1 Objetivos Gerais.....   | 14        |
| 2.2 Objetivos específicos.....  | 14        |
| <b>3. Justificativa</b> .....   | <b>15</b> |
| <b>4. Branding</b> .....  | <b>16</b> |
| 4.1. A influência do branding no marketing.....   | 17        |
| 4.2. A importância do “Marketing Verde” no mercado têxtil brasileiro.....                   | 18        |
| 4.3. Como Criar uma Marca Sustentável com Propósito.....                                    | 19        |
| <b>5. IMPACTO DA INDÚSTRIA TÊXTIL NO BRASIL</b> .....                                       | <b>21</b> |
| 5.1 Visão Geral do Mercado Têxtil Brasileiro.....   | 23        |
| 5.2 Desafios e Estratégias para o Crescimento Sustentável no Mercado Têxtil do Brasil ..... | 25        |
| 5.3 Brasil Têxtil: Inovação, Competitividade.....   | 26        |
| <b>6. TECNOLOGIA USADA NO MERCADO TÊXTIL BRASILEIRO</b> .....                               | <b>28</b> |
| 6.1 O Papel da Tecnologia na Indústria Têxtil .....   | 28        |
| 6.2 Tipos De Software Essenciais Na Indústria Têxtil .....                                  | 30        |
| 6.3 Inovações para o Futuro da Sustentabilidade. ....                                       | 31        |
| <b>7. PESQUISA DE CAMPO</b> .....   | <b>33</b> |
| <b>8. CONCLUSÃO</b> .....   | <b>35</b> |
| <b>9. REFERÊNCIAS</b> .....   | <b>37</b> |
| <b>10. APÊNDICE</b> .....   | <b>41</b> |

## 1.Introdução

Para entender o propósito do *Branding* na inovação de materiais e tecnologias para criar marcas sustentável no mercado têxtil.

As empresas têxteis estão adotando inovações de materiais, como tecidos feitos de fibras recicladas, para reduzir a dependência dos recursos naturais e minimizar o impacto ambiental.

A conscientização sobre empresas brasileiras ecologicamente corretas é uma estratégia importante para entender como criar uma marca com propósito no mercado têxtil brasileiro.

Pesquisar sobre o ramo têxtil para destacar como a inovação para a redução no impacto ambiental através das práticas sustentáveis.

Esse artigo será realizado com pesquisa de campo e bibliográfica.

Embora se fale muito em sustentabilidade na moda, ela é muitas vezes esquecida na indústria têxtil, responsável pelas matérias-primas. No Brasil, desempenha papel essencial na economia, gerando empregos e contribuindo significativamente para a produção do país.

Usando o *branding* no planejamento de ações para promover a marca de modo a torná-la mais desejada.

Com o objetivo, influenciar o consumidor e mostrar para as pessoas porque a marca importa na vida da sociedade.

O impacto que a indústria têxtil causa no Brasil, são os resíduos gerados pela indústria, sendo em média 175 mil toneladas de resíduo por ano. Sendo o 10º país com mais indústria têxtil no mundo.

Usando a tecnologia como aliada, o mercado têxtil deu um salto invasivo nos últimos anos, utilizando técnicas cada vez mais eficientes, unindo fabricação digital e o corte com visão artificial.

## **2.1 Objetivos Gerais**

Pesquisar e analisar como a sustentabilidade influencia no mercado têxtil, destacando sua importância e seus impactos na sociedade. Informar empresas brasileiras que atuam em prol de proteção ambiental.

## **2.2 Objetivos específicos**

Pesquisar sobre o ramo têxtil, como funciona seus processos e conceitos.

Identificar empresas brasileiras que compõem o mercado têxtil.

Destacar como a inovação influencia na redução do impacto ambiental.

Descobrir quais são as práticas sustentáveis que podem ser utilizados para os produtos possuem mais durabilidade.

### 3. Justificativa

Embora se fale muito em sustentabilidade na moda, ela é muitas vezes esquecida na indústria têxtil, responsável pelas matérias-primas. No Brasil, desempenha papel essencial na economia, gerando empregos e contribuindo significativamente para a produção do país. Diante de desafios como a concorrência global e questões ambientais, torna-se um importante tema de pesquisa para sustentabilidade e inovação. Dado que a globalização promove o consumo de matérias-primas, é importante aprofundar a compreensão deste tema e aumentar a consciência da sua importância. O desenvolvimento sustentável não diz apenas respeito às questões ambientais, mas também aos aspectos culturais, sociais, econômicos e outros nas empresas e indústrias.

Por meio de pesquisas, analisamos o comportamento, os processos e a conscientização da indústria têxtil no campo do desenvolvimento sustentável com o objetivo de entender como criar uma marca adequada no mercado têxtil brasileiro e promover *branding* sustentável. Direcionamos este artigo para a indústria têxtil, com o objetivo de mostrar a importância desta iniciativa, o seu impacto no ambiente, na sociedade e no país, e a sua importância para o futuro. E mostra um impacto positivo na visibilidade e nas vendas.

## 4. Branding

O *branding* (marca) é a essência de uma marca que envolve desde a produção até a comunicação com os consumidores. Segundo o site Haco (2024), “o *branding* sustentável não se trata apenas de uma estratégia de marketing, mas tem o compromisso com a sustentabilidade”.

Isso incluído o uso de materiais ecológicos, práticas justas, redução de resíduos e pegada de carbono. Além de uma comunicação transparente e desafios enfrentados pela marca.

Alguns benefícios que o *branding* sustentável pode trazer como a fidelização com os clientes, diferenciação no mercado, atração de investimentos, etc.

Vamos usar como exemplo o ramo da moda. Já que a moda requer uma abordagem abrangente em todos os aspectos. Segundo o site Haco (2024) no “o uso de materiais sustentáveis: opta por materiais reciclados, orgânicos ou de baixo impacto ambiental”. Isso é um dos primeiros passos, além de ter certificações como OEKO-TEX®, ABVTEX (Associação Brasileira do Varejo Têxtil) E FSC® (Forest Stewardship Council) podem garantir que os materiais utilizados sejam realmente sustentáveis.

Claro que isso inclui também a redução de desperdício, o site Haco fala que “adotar práticas como *upcycling* (reciclagem) e design de moda circular pode ajudar a reduzir o desperdício”.

Algumas marcas têm relação com a cultura organizacional e como já disse Ricardo Guimarães da Thymus, se a cultura nasce de uma empresa, ela “Só ganha valor no mercado”.

Tanto o *branding* quanto a sustentabilidade precisam de muita demanda para uma interação cada vez maior como Segundo o site Corall “estes conceitos, relativamente novos, precisam ser entendidos e percebidos como relevantes por todas as pessoas que trabalham na organização, uma vez que todos são responsáveis em seus diferentes níveis de decisão para dar sentido e relevância à marca”.

Marca e gestão ou a gestão da cultura de marca, seria uma junção da sustentabilidade e a sua conexão com o *branding*. “Tudo é comunicação”

segundo Paulo Nassar tudo cria ou destrói valor, não é mesmo? Nós precisamos entender e perceber o limite entre um e outro.

#### 4.1. A influência do branding no marketing

O *branding* eficaz, é possível moldar a imagem e desempenha um papel fundamental como uma empresa ou produto é percebido pelo público.

Segundo o site Add Digital:

Com o cenário sendo transformado pela tecnologia, o Marketing Digital trouxe novas possibilidades para o *Branding*. Alguns especialistas falam sobre o conceito de digital *Branding*, que é basicamente fazer *Branding* no ambiente digital.

Além da construção da identidade de marca o *branding* pode influenciar no Marketing de uma empresa a percepção do público, abordando a importância e relação entre a experiência do consumidor e a importância do atendimento ao cliente, o *branding* é uma estratégia de gestão que visa criar e promover uma marca, diferenciando-a das demais no mercado.

É através do *branding* que uma empresa ou produto se torna reconhecido e lembrado pelos consumidores, bem executado pode transmitir a ideia de qualidade aos seus clientes, influenciando positivamente a percepção sobre seus produtos.

O *branding* engloba valores, personalidade, posicionamento, experiência ao cliente, Identidade visual, a construção de uma identidade de marca sólida é essencial para estabelecer uma conexão com o público-alvo fidelizando à marca, gerando confiança e diferenciando da concorrência. Como dito no site FIA:

O *branding* pode moldar a experiência do cliente ao criar uma identidade de marca consistente e alinhada com os valores e promessas da empresa. Desde a comunicação visual até o atendimento ao cliente, o branding define como a marca se apresenta e interage com seus clientes.

A influência do *branding* no marketing tem elementos visuais, como o logotipo, as cores e a tipografia, desempenham um papel importante, criando

pontos de contato consistentes e memoráveis com o público e clientes, interagem com a marca, seja por meio de alguns fatores, como: site, redes sociais, embalagens, atendimento ao cliente, entre outros. Com isso, ao seguir boas estratégias de *branding*, a sua empresa consegue alcançar uma boa posição dentro do marketing digital e ter uma posição bem-sucedida no mercado.

As empresas, como a *Apple*, Coca-Cola são exemplos fortes no Marketing digital e influência do *branding*, impulsionando o crescimento da empresa, inclusive pessoal da marca, e investi pesado para continuar no mercado. Segundo o site FIA “Existe um artigo mais recente, publicado pela revista Harvard Business Review em inglês, mostra que, com a estratégia e a influência certa do branding consegue promover até mesmo um país inteiro”. No Brasil e no mundo, encontramos muitos exemplos de empresas que tiveram muito sucesso na gestão de marcas no *branding*, como Dove, O Boticário, Red Bull, que foram muito além do *slogan* (lema) e identidade visual e criaram conceitos que se tornaram inseparáveis de suas marcas.

*Branding* só sobrevive se a empresa entregar o que promete. Não é promessa publicitária, e sim um relacionamento completo com o consumidor.

#### 4.2. A importância do “Marketing Verde” no mercado têxtil brasileiro

O marketing no Brasil ganhou força por volta do final da década de 1940 e começo da década de 1950 com a chegada de agências internacionais, o aumento da importância de agências nacionais como a Agência Almap e o crescimento do mercado publicitário, já o marketing verde começou no início da década 1990, junto com o crescimento da consciência ambiental. As empresas começaram a adotar práticas sustentáveis e a comunicar seus esforços verdes para atrair consumidores conscientes.

Como citado pelo site Meio e Mensagem “O marketing verde é uma abordagem com apelo ambiental para a venda de produtos e serviços, com intuito de demonstrar que a empresa é ecologicamente correta.” Porém o marketing verde na indústria de fios têxteis no Brasil começou a surgir recentemente, na década de 2000, com empresas adotando práticas sustentáveis e promovendo produtos ecologicamente corretos (*eco-friendly* –

amigável ao meio ambiente), como fios reciclados e orgânicos, em resposta à crescente procura por sustentabilidade no mercado.

Como citado por Uniethos (2013) *apud* site Engemausp, “[...] A sustentabilidade proporciona para a empresa maneiras de inovar nos processos e produtos, além de deixá-los mais eficientes, ela contribui para as empresas do setor têxtil se manterem competitivas no mercado.”

E por Chaim (2013) *apud* site ENGEMAUSP:

Aumento da rentabilidade do negócio; Melhoria da imagem corporativa e apoio em ações de marketing; Aumento da produtividade e melhoria da qualidade do produto; Redução dos custos de produção; Retorno do capital investido nas melhorias em curtos períodos; Expansão no mercado dos produtos da empresa [...]

Porém devem tomar cuidado para não confundir com o *greenwashing* (lavagem verde), que são empresas que se dizem verde, mas na verdade não são. Como foi citado pelo site Portal *Insights* (2023):

O marketing verde não pode ser associado ao *greenwashing*, ou seja, a empresa não pode vender uma imagem de ser sustentável, mas não realizar nenhuma ação real e metrificada para promover a sustentabilidade e evitar danos ao meio ambiente (discurso não condiz com a prática).

#### 4.3. Como Criar uma Marca Sustentável com Propósito

À medida que a marca cresce, continue comprometido com os princípios de sustentabilidade, colabore com outras marcas ou organizações que possam ajudar a ampliar o impacto positivo.

Segundo o site LEBBE (2024) destaca que um propósito de marca pode moldar a cultura, orientar as estratégias de negócios e oferecer um guia para a tomada de decisões, perceba como essa definição faz toda a diferença. Ainda conforme o artigo, ao contribuir para um mundo melhor não apenas a empresa se alinha a causas nobres, mas também demonstra um compromisso genuíno que resulta em benefícios a longo prazo como a fidelidade dos clientes, a atração de talentos e a construção de resiliência nos negócios.

Definir uma identidade clara é um passo indispensável pois trata-se da expressão autêntica do propósito, visão e valores que formam a ideia para desenvolvimento de estratégias e decisões. Engajar com o público e desenvolver táticas para estimular a conexão com os consumidores é essencial para construir e manter relacionamentos sólidos e duradouros, promovendo a fidelidade à marca e impulsionando o sucesso a longo prazo. A sustentabilidade é um tema de extrema importância que demanda nossa atenção e comprometimento. Pois devemos compreender o processo de preservação do nosso planeta, que deve ser uma escolha indispensável para as empresas.

De acordo com um levantamento realizado pela *Opinion Box*, mais de 70% dos consumidores buscam empresas que adotem práticas sustentáveis.

Segundo o site LEBBE (2024) antes de conquistar a confiança do público é fundamental que a empresa realmente pratique o que ela prega demonstrando com ações concretas o seu compromisso com a sustentabilidade, as marcas com propósito não têm como foco apenas em suas finanças embora o retorno do investimento seja fundamental este não deve ser o único propósito da empresa.

## **5. IMPACTO DA INDÚSTRIA TÊXTIL NO BRASIL**

O setor têxtil que consome, e também polui uma grande quantidade de volume de água nos processos de beneficiamento e acabamento. Se usarmos como exemplo a indústria da moda, segundo a Abit (Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção) “no Brasil a indústria da moda gera 175 mil toneladas de resíduos têxteis por ano”.

Com a contaminação do solo emissões atmosféricas de poluentes e o desperdício de materiais, são alguns dos problemas causados pelo setor.

A indústria têxtil é completamente dependente do uso de energia fóssil, por isso também contribui para o aquecimento global. Segundo o site TOTVS (2023) “o impacto da indústria têxtil no Brasil é gigantesco, principalmente na economia, com a movimentação de renda para diversos negócios e, ainda, a geração de empregos”.

Os impactos ambientais causados pela a indústria têxtil, depende dos tipos de fibras têxtil produzidas. Pode até haver várias diferenças nos tipos e níveis de impactos gerados conforme o tipo de fibras produzidas, haverá impactos ambientais envolvidos. Segundo Legnaioli “o setor têxtil é muito significativo e envolve diversas etapas, como produção das fibras, desfiles de moda (se usarmos como exemplo a indústria da moda), fiação, tecelagem, varejo, etc”.

As emissões são oriundas do transporte desde as criações de animais (nesse caso da lã e do couro), da fibra usada (poliéster que é derivado do petróleo). Haverá gastos da demanda energética e da água.

De acordo com Legnaioli “quando houve a revolução industrial, processo produtivo da indústria têxtil sofreu com diversas mudanças que contribuíram para esses impactos ambientais”. Para fazer escolhas melhores é necessário conhecer os impactos de cada tipo de fibras têxtil, isso é essencial.

Cada tipo de matéria-prima passa por diferentes tipos de processos até chegar a obtenção da fibra têxtil. Através desse processo e a pós a confecção do pano, é necessário fazer uma aplicação do cloro, lavagem, tingimento, entre outros processos. Segundo Legnaioli “os investimentos na *fast-fashion* (moda rápida), por exemplo, aceleraram não só o modo de produção da vestimenta, como também a degradação do meio ambiente”.

Cada um dos tecidos apresenta naturezas muito diferentes. Os mais utilizados são as: Fibras naturais (algodão e lã); Fibras sintéticas (poliamida/náilon e o poliéster).

Impactos ambientais causados pela fibra de algodão. Mesmo utilizando aproximadamente uns 2% da área total destinada à agricultura, a produção de algodão é responsável por cerca de 24% de todo o consumo de inseticidas e 11% dos pesticidas da agricultura.

E isso pode causar problemas de saúde, já que o algodão é responsável pela bissinose, uma disfunção pulmonar causada pela aspiração crônica de fibrilas de algodão.

Legnaioli conta que “o algodão um tipo de fibra têxtil que representa mais da metade das peças de vestuário confeccionadas”, depois de colhido (normalmente por máquinas), ele passa por rolos que removerão suas

sementes, folhas e outros materiais indesejados, separando o material em fardos, depois de passar por todo esse processo elas serão armazenadas.

Se compararmos os tecidos sintéticos, segundo o que o site Ecycle fala “o algodão consome maior quantidade de energia, principalmente pelo combustível utilizado pelas máquinas agrícolas, tratores e pela energia das máquinas de fiação e dos processos de lavagem, secagem e passagem a ferro”.

Mesmo sendo de origem renovável, a degradação do solo e dos lençóis freáticos pela agricultura convencional compromete sua renovação.

O processo do algodão é dificultado por conta do seu curto comprimento, já que segundo Legnaioli “são aproveitados os resíduos de algodão para fazer fios grossos de barbantes”. Por quilo de fibra de algodão produzido, são consumidos de sete mil a 29 mil litros de água.

Já a lã também causa problemas a saúde por causa de inseticidas sintéticos, que contamina o solo, água e fauna. De acordo com Legnaioli “a produção da lã emite significativamente uma determinada quantidade de gás metano (por causa das ovelhas)”.

Assim como a produção de algodão, também é maior do que o da produção das fibras sintéticas. Para produzir cada quilo de lã são utilizados cerca de 150 litros de água.

Poliamida/náilon, a material poliamida é um termoplástico feito a partir do petróleo. Os impactos causados por esse material feito a partir do uso de petróleo é um subproduto água, ácido clorídrico e óxido nítrico, um gás que atua no efeito estufa. Segundo Legnaioli, “entretanto, por ser um tecido sintético, pode causar alergias”.

Com tudo o poliéster pode ser obtido a partir do petróleo ou do gás natural, matérias-primas não renováveis. A maioria das roupas são formadas por termoplásticos.

De acordo com Legnaioli “por ser um termoplástico, ao se misturar com as fibras naturais a reciclabilidade acaba sendo inviabilizada”. Um dos problemas ambientais do poliéster é a contaminação via micros plásticos que se desgarram de suas fibras e vão parar nos oceanos, prejudicando ecossistemas.

Assim como a poliamida, a uma grande quantidade de energia consumida (comparado com a produção das fibras naturais) é compensada ao longo de sua vida útil devido a maior durabilidade.

Para uma produção de cada quilo de poliéster são gastos 20 litros de água, essa quantidade de água é bem reduzida comparando com as outras fibras.

### 5.1 Visão Geral do Mercado Têxtil Brasileiro

As indústrias têxteis são de grande valia para a economia do Brasil, visto que gera empregos e movimentam a renda de milhares de brasileiros. Pesquisas indicam que o início da fabricação têxtil no Brasil ocorreu no período colonial, em torno de 500 anos atrás. Com tudo, neste período, o setor têxtil era apenas por influência, onde através da cultura europeia os portugueses colonizados herdavam a moda. Conseqüentemente, a partir de 1900, a moda passou por transformações, sendo adaptada para o clima brasileiro. Em consequência, a Primeira Guerra Mundial proporcionou as primeiras confecções nacionais, resultando no estopim da história da indústria têxtil brasileira. Com é citado por Sarti; Hiratuka (2011, p.3) *apud* Fileti e Boldrin (2020

A frustração acumulada ao longo dos anos 80 deu fôlego a uma guinada em termos de estratégia de desenvolvimento. Em relação à estrutura econômica mais protegida e autárquica do período anterior, identificada como grande causadora da estagnação e da ineficiência produtiva observou-se o predomínio de uma política de maior abertura

comercial e financeira, ao mesmo tempo em que o papel do Estado era reduzido, seja diretamente através do processo de privatização, seja através da retirada de políticas seletivas que buscavam coordenar e induzir ações do setor privado. Esperava-se que o setor privado, em especial o setor privado de capital estrangeiro, fosse capaz de liderar um novo ciclo de investimento e crescimento, com maior especialização, modernização, maior transferência de tecnologia e maior inserção internacional.

Futuramente, com a revolução industrial e o desenvolvimento de tecnologias, as oportunidades do ramo têxtil se proliferaram e deste então nunca mais paralisou. Cada dia mais chegam novas tendências no mercado, a

partir das altas produções e bons resultados. Segundo Bonelli, Pessoa (2010) *apud* Fileti e Boldrin (2020) “adotou postura mais aberta em relação ao investimento estrangeiro e controlou a inflação. Mas é reconhecido que o setor industrial foi afetado por essas mudanças”.

Em virtude de bons resultados o Brasil se tornou referência mundial em *Beachwear* (roupa de praia), *Jeanswear* (jeans desgastado), roupas à base de algodão, brins, sarjas e malharia e *Homewear* (roupas para casa). Vem crescendo grandemente também no setor de moda fitness e lingerie. Vale lembrar que o setor têxtil é o 2º setor que mais contrata trabalhadores de forma remunerada. A consultoria Grant Thornton revela que, em relação ao mercado de trabalho, 38% dos cargos superiores destas fábricas são compostas por mulheres, posicionando o Brasil acima da média da América Latina em representatividade feminina.

As maiores regiões da indústria têxtil no Brasil, meados do século XIX, quando o Brasil começou a se transformar em um dos principais produtores têxteis do mundo, a região Nordeste se apresentou como pioneira. Após a década de 1960, as regiões Sudeste e Sul se tornaram o destaque nacional devido aos estímulos e fusões.

Atualmente, essas áreas continuam fortes. Por exemplo, Americana (SP) tem mais de 600 empresas no setor e 200 delas são de fibras químicas. Outro polo industrial está no Vale do Itajaí (SC), com 8.000 negócios do setor vestuário.

Conforme noticiado na mídia, Santa Catarina é líder no setor têxtil no Brasil. Brusque é a capital brasileira da indústria têxtil e Gaspar é a capital da moda infantil. Recentemente, o Estado ultrapassou São Paulo em valor de transformação dessa indústria: R\$ 6,6 bilhões.

No Nordeste, podemos destacar o Agreste de Pernambuco, com uma produção relevante para o jeans denim. Além do Ceará, contando com 20 municípios ligados diretamente a esse tipo de produção e com grandes investimentos em inovações tecnológicas.

## 5.2 Desafios e Estratégias para o Crescimento Sustentável no Mercado Têxtil do Brasil

O site Gestão Ind. (2023), diz que

com o crescimento sustentável no mercado têxtil do Brasil enfrenta diversos desafios e demanda estratégias específicas para superá-los: os principais desafios são as condições de trabalho, poluição causada por produtos químicos e o consumo de água, há uma crescente demanda por produtos sustentáveis, mas muitos consumidores ainda preferem opções mais baratas independentemente do impacto ambiental e social.

O crescimento sustentável no mercado têxtil do Brasil enfrenta diversos desafios e demanda estratégias específicas para superá-los: os principais desafios são as Condições de Trabalho pois em algumas partes do setor têxtil as condições ainda são precárias com os custos mais baixos devido à mão de obra barata e economias de escala, também temos a poluição causada por produtos químicos usados na fabricação e tingimento de tecidos que é uma preocupação significativa além de ser um dos maiores consumidores de água e produtoras de resíduos. Há uma crescente demanda por produtos sustentáveis, mas muitos consumidores ainda preferem opções mais baratas independentemente do impacto ambiental e social.

O site Gestão Ind. (2023):

um dos principais desafios que as indústrias têxteis brasileiras enfrentam, é a concorrência internacional especialmente com países que possuem mão de obra mais barata, outro desafio é a busca por sustentabilidade com a indústria sendo pressionada a adotar práticas mais sustentáveis em termos de produção.

Estratégias: Investir em tecnologias que reduzam o consumo de água, energia e produtos químicos, com o uso de corantes naturais e processos de tingimento a seco.

Implementar práticas de economia circular com a reciclagem de tecidos, *upcycling* e design para durabilidade, para reduzir o desperdício e aumentar a vida útil dos produtos.

Adotar certificações de sustentabilidade, como GOTS (*Global Organic Textile Standard*) e OEKO-TEX, para garantir que os produtos atendam a padrões ambientais e sociais rigorosos.

Estabelecer parcerias com organizações não-governamentais, instituições acadêmicas e outras empresas para promover práticas sustentáveis e compartilhar conhecimentos e recursos.

Sensibilizar os consumidores sobre a importância da moda sustentável e os impactos das suas escolhas de compra através de campanhas de marketing e informação transparente sobre a cadeia produtiva.

Como conclusão, o crescimento sustentável no mercado têxtil brasileiro exige colaboração entre todos os envolvidos, desde a produção de matéria-prima até os consumidores finais. A implementação de práticas responsáveis não apenas reduz impactos ambientais e sociais, mas também fortalece a competitividade da indústria no cenário global.

### 5.3 Brasil Têxtil: Inovação, Competitividade

Ao longo da evolução da humanidade, a indústria têxtil é quem mais passou por transformações. Como é dito no site FEBRATEx (2023):

A indústria têxtil é um setor que tem passado por grandes transformações nos últimos anos, impulsionadas pela tecnologia e inovação. O avanço das tecnologias digitais e da automação tem permitido que as empresas do setor melhorem sua produtividade, reduzam custos e criem produtos mais personalizados e de alta qualidade.

Com a automação do processo na indústria têxtil brasileira, diversas soluções surgiram, como é falado por Kreutzfeld (2023):

Diversas soluções em tecnologia para os processos de preparação, tingimento, estamparia, acabamento e confecção já estão presentes no mercado brasileiro – feitos do Brasil para o Brasil, com todas as nuances e desafios que o mercado exige.

O mesmo fala que:

Com diversas interferências e poucos processos realmente automatizados – feitos de forma padronizada, por máquinas desenvolvidas para a realidade deste mercado, a qualidade e o volume produtivo ficam aquém do que nossos concorrentes globais entregam.

Este era o estado da indústria têxtil brasileira, com o avanço tecnológico, e a capacidade de criar e aperfeiçoar os produtos já existentes, se tornou um mercado possível para o Brasil. De acordo com Caldeira *et al.* (2020) *apud* TIDD; BESSANT; PAVITT (2008) “Dado que a inovação em processo abrange mudanças na forma pela qual os produtos ou serviços são

entregues, bem como novos métodos de produção ou distribuição e as melhorias em maquinários”

Os avanços da indústria têxtil brasileira somados às iniciativas do governo brasileiro, como a Lei do Bem (incentivo para a inovação tecnológica nas empresas), visam cumprir a meta firmada na área ambiental, como zerar o desmatamento até 2030, e para isso, investe cada vez mais em novas tecnologias.

## 6. TECNOLOGIA USADA NO MERCADO TÊXTIL BRASILEIRO

O setor têxtil é um dos mais importantes para a qualidade de vida de toda a população mundial afinal, faz parte de uma das necessidades básicas do homem, os tecidos são úteis para decoração, as linhas para roupas, sapatos e muitas outras finalidades.

Em Automatisa diz que: “Com presença internacional marcante e inovadora, a indústria têxtil brasileira avança cada vez mais no *market share* (quota de mercado) mundial, no qual os têxteis e vestuário já somam 5% das exportações mundiais”.

A tecnologia da impressão 3D, as vantagens do uso da tecnologia para aprimorar a criação nesse setor, ao utilizar essa tecnologia na fabricação têxtil, é possível diminuir consideravelmente o descarte de resíduos de materiais, além de produzir peças customizadas em um tempo muito menor que o normal permite a inovação por meio da criação e impressão de novos modelos, aumentando o desempenho das peças, é o caso dos *sewbots* (robôs de costura), robôs com *software* (programas) de visão computacional, que atuam na manipulação de tecidos, inteligência artificial para a divulgação da marca, ou seja, no marketing, a reutilização de energia para sustentabilidade da energia também está sendo aplicada na fabricação de tecidos. Como é afirmado pelo site Febratex (2019):

O reaproveitamento de materiais tem sido um caso de sucesso na construção de novas possibilidades. A reciclagem, além da questão ambiental, também pode refletir em redução de custos de produção. A boa notícia é que já existem estudos avançados a respeito disso e técnicas bastante viáveis podem ser implementadas de imediato.

Por isso, existem diversos projetos que buscam a geração ou conservação de energia por meio das roupas.

### 6.1 O Papel da Tecnologia na Indústria Têxtil

O papel da tecnologia na indústria têxtil é um processo no setor em evolução constante, com objetivo em gerar e aprimorar processos, produtos e serviços, com a sua importância no aumento da produtividade, trouxe uma série de transformações e vantagens competitivas para as indústrias, os recursos tecnológicos mudaram a forma de trabalho e aumentaram a eficiência nos processos de produção, diminuindo gastos e desperdícios. Segundo Modelle (2019):

Como é possível perceber, a tecnologia na indústria têxtil é presença garantida no futuro do setor, e no Brasil não será diferente. Especialmente para as empresas nacionais que desejam delimitar seu espaço e não competir com nomes estrangeiros, a hora de procurar meios, parcerias e oportunidades de investimento.

As indústrias podem ser classificadas em três tipos de acordo com seu nível tecnológico:

**Indústrias tradicionais:** Pouca tecnologia e muita mão de obra

**Indústrias modernas:** Mas automatizadas e tecnológicas

**Indústrias de base tecnológica:** Altamente inovadoras e sofisticadas, com grande investimento em pesquisa.

Como é dito por Modelle (2019):

A tecnologia desempenha um papel crucial no setor têxtil em três grandes pontos: otimização dos processos de produção, melhoria da qualidade dos produtos e aumento da eficiência operacional. Inovações tecnológicas, como máquinas automatizadas, *softwares* de design e sistemas de gestão de produção, geram uma fabricação mais rápida e precisa, o que reduz custos e desperdícios.

O Brasil se demonstra cada vez mais competitivo através do desenvolvimento da tecnologia têxtil, com equipamentos produtivos inovadores fabricados em solo nacional atendendo aos anseios dos consumidores e parceiros de negócios, a indústria brasileira, através da tecnologia têxtil em

seus processos, exemplo nesse sentido é o corte a laser para tecidos, presente nas máquinas produzidas em operar automaticamente que apresenta desempenho intenso muito mais eficiente em seus maquinários a tecnologia transformou o mundo corporativo permitindo a conexão entre as máquinas, sistemas e plataformas organizacionais, criando redes inteligentes com a capacidade de realizar manutenções, identificar possíveis falhas e se adaptar a aquisição de novos processos conhecida como a quarta Revolução Industrial, ela apresenta avanços contínuos e tecnológicos, causando impactos em diversas áreas do mercado.

## 6.2 Tipos De Software Essenciais Na Indústria Têxtil

Entendendo a grandeza da complexidade que é a industrial têxtil e tudo que a mesma abrange, contendo uma vasta variedade de processos, desde o seu desenvolvimento, design, até a produção e distribuição, é necessário o auxílio de tecnologias. Para assegurar qualidade e eficiência, são agregados diferentes tipos de *software* para estas etapas do ciclo produtivo.

Como é dito por Bovério *et al* (2018) “grande parte das tecnologias foram desenvolvidas com o intuito de aumentar a eficiência no ambiente organizacional”. Entre os *softwares* mais comuns, destacam-se:

- SCADA e *software* PLC: Automação e Controle.

Em primeiro lugar, o *software* mais escolhido é o *Software* SCADA (Supervisory Control And Data Acquisition) e o *software* PLC (Programmable Logic Controllers). Essas ferramentas são fundamentais para automatizar máquinas de produção e monitorar os processos produtivos em tempo real. Permite a prevenção imediata em casos de falha e problema, informando aos operadores e supervisores com dados precisos. O sistema de supervisão por computador, possui um componente de extrema importância na obtenção de dados, auxilia no envio de comando para averiguar os processos de acordo com os parâmetros estabelecidos, seguindo um conjunto pré-programado.

- *Software* MES Gerenciamento da Produção.

Em segundo lugar em preferência, encontra-se o *Software* MES (Manufacturing Execution System), que consiste em um gerenciador que faz a

coleta dos dados obtidos através do SCADA e PLC. O mesmo tem o compromisso de planejar, monitorar e otimizar todos os processos do ciclo produtivo, garantindo assim uma análise aprofundada para uma tomada de decisão correta. O *software* também proporciona evitar desperdícios e otimizar os recursos, gerando uma produção mais econômica e ágil.

- *Software* ERP: Integração Empresarial.

Em terceiro lugar encontramos o *Software* ERP (Enterprise Resource Planning). Possui um escopo mais abrangente, interligando todos os departamentos e processos da organização, desde o departamento pessoal até setor comercial, produção e contábil.

O programa ERP proporciona uma imensa visão da corporação, tornando uma gestão unificada e eficiente. Toda via, também ajuda na hora de decisões estratégicas, tendo como base informações em tempo real e precisas, cooperando para a eficiência total da organização.

- *SAP Business One*: Uma ferramenta essencial na indústria têxtil.

Dentre as várias opções que o mercado oferece, disponíveis em mercado, o SAP B1, se diferencia com uma ferramenta essencial para a indústria têxtil. Ele abraça todos os planejamentos, tático, operacional e estratégico. O SAP B1 é um sistema de gestão empresarial pensado especialmente para empresas de pequeno e médio porte, oferecendo modalidades que supre as necessidades particulares de cada empresa. Também abrange os setores de qualidade, análise de desempenho e planejamento de recursos.

Segundo Bovério *et al* (2018) “o uso das tecnologias traz um novo cenário ao processo de comunicação, tornando-o mais ágil, integrando os setores internamente entre si e entre outros setores, reduzindo os gargalos e melhorando a tomada de decisão”.

Com sua capacidade de integrar dados de diversas áreas da empresa, o ERP auxilia as empresas têxteis a otimizar seus processos, diminuir custos operacionais, melhorar a qualidade dos produtos e atender às demandas dos clientes de maneira eficaz.

### 6.3 Inovações para o Futuro da Sustentabilidade.

Inovações para o futuro da sustentabilidade envolvem a implementação de práticas como a redução, reutilização e reciclagem de materiais que são fundamentais para minimizar o desperdício e o impacto ambiental.

O site Ugreen (2024) fala que as práticas de vida sustentáveis são essenciais para garantir uma melhor qualidade de vida para todos, apoiar produtos sustentáveis e com certificações ambientais reconhecida ajuda a promover práticas de produções ecológicas assim para reparar e reutilizar itens ao invés de descartá-los prolonga a vida útil dos produtos e reduz a geração de resíduos.

A sustentabilidade do futuro exige inovações em diversas áreas como energia, transporte e produção. Tecnologias como a inteligência artificial e a biotecnologia estão revolucionando a forma como geramos e utilizamos recursos.

O site Ugreen (2024) destaca que o uso de produtos ecológicos e a reciclagem são fundamentais para reduzir o lixo enviado a aterros sanitários e assim educar-se sobre práticas sustentáveis e fazer escolhas conscientes ajuda a preservar o meio ambiente para as futuras gerações.

O uso de tecnologias para eficiência energética em residências e a adoção de transporte sustentável são essenciais, além disso a conscientização e a educação sobre o consumo responsável podem incentivar escolhas mais ecológicas. Essas inovações visam promover um futuro mais verde e equilibrado, integrando ações individuais e coletivas em prol da sustentabilidade, essas inovações não apenas beneficiam o meio ambiente, mas também promovem um desenvolvimento social mais equilibrado.

## 7. PESQUISA DE CAMPO

Para realizar a pesquisa foram entrevistadas sete pessoas e duas empresas, a WJ Têxtil e a EuroFios.

Fizemos a seguinte pergunta: “Na sua opinião qual a importância do *branding* sustentável para a marca?”. Segundo os entrevistados, para eles a melhor resposta é: “O *branding* sustentável foca em comunicar os valores ambientais da marca, reforçando seu compromisso com a sustentabilidade.”

Na sua opinião qual a importância do branding sustentável para a marca?

9 responses



Gráfico Google Forms

De acordo com eles, para integrar a práticas de sustentabilidade em suas estratégias de marketing, desenvolvendo a identidade de marca sustentável por meio de produtos ecológicos, é o meio para fazer com que os clientes entendam a importância da sustentabilidade.

Como vocês integram práticas de sustentabilidade em suas estratégias de marketing?

9 responses



Gráfico Google Forms

Em relação em como a tecnologia contribui para o desenvolvimento e inovação da sua indústria têxtil, os entrevistados responderam que a tecnologia aumenta a produtividade, tornando a produção mais rápida e eficiente.

1. Como a tecnologia contribui para o desenvolvimento e inovação da sua indústria têxtil?

9 responses

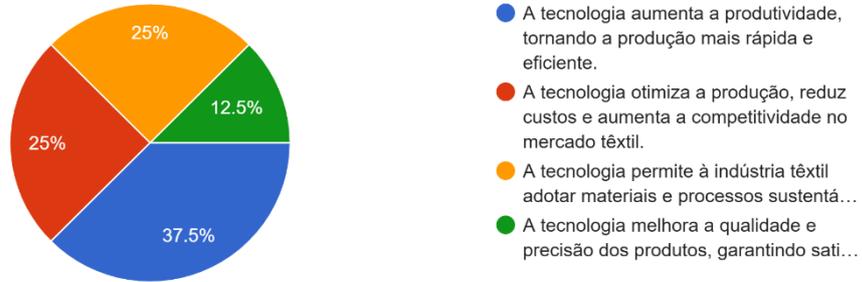


Gráfico Google Forms

Foi perguntado também se eles acreditam que os *softwares* facilitam a vida cotidianos dos trabalhadores do ramo têxtil. Para eles *softwares* automatizam tarefas, otimizam processos e melhoram a comunicação no setor têxtil. Com isso mantém a qualidade em todos os produtos.

Você acredita que os softwares facilitam a vida cotidianos dos trabalhadores do ramo têxtil?

9 responses

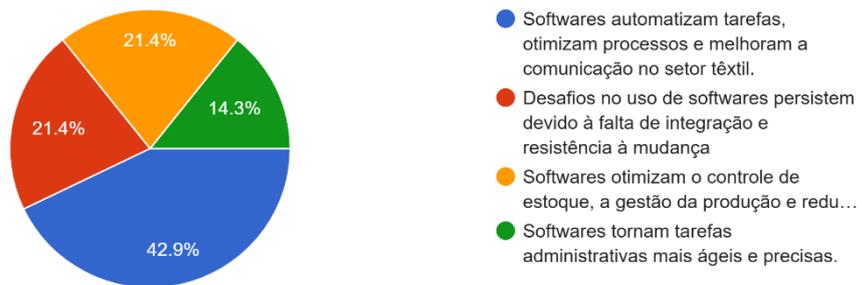


Gráfico Google Forms

## CONCLUSÃO

Com o desenvolvimento deste artigo concluímos que o conceito de *branding* sustentável como uma abordagem essencial para empresas que buscam se destacar no mercado atual. O *branding* sustentável vai além de simples marketing ou design, representando um compromisso real com a transparência, responsabilidade social e ambiental. Empresas que integram práticas sustentáveis em sua identidade não só fidelizam os consumidores, mas também se posicionam como líderes em um mercado que valoriza cada vez mais a ética e o impacto ambiental positivo.

No setor têxtil, esse conceito ganha ainda mais relevância. A indústria enfrenta grandes desafios ambientais, como o consumo excessivo de água, a poluição causada pelos materiais sintéticos (como o poliéster e o náilon) e a exploração de recursos não renováveis. Por isso, adotar práticas sustentáveis, como o uso de fibras naturais, corantes ecológicos e tecnologias de economia circular, se torna crucial. Certificações internacionais como GOTS e OEKO-TEX são fundamentais para garantir o compromisso ambiental das empresas, além de aumentar a competitividade no mercado global.

A pressão global por práticas responsáveis torna a sustentabilidade uma meta obrigatória para a indústria têxtil, não só por questões ambientais, mas também para garantir o alinhamento com as expectativas de um público mais consciente e exigente. O artigo também destaca a conscientização dos consumidores como um fator vital. Campanhas educativas que explicam o impacto ambiental e social das escolhas de consumo ajudam a moldar uma demanda por produtos sustentáveis, incentivando empresas a inovar e adotar soluções mais ecológicas.

Apesar de existirem obstáculos, como a concorrência de países com mão de obra mais barata e o alto custo inicial de tecnologias verdes, o Brasil tem mostrado um grande potencial. O país possui polos industriais fortes e iniciativas governamentais, como a “Lei do Bem”, que incentiva a inovação tecnológica no setor têxtil. Esse suporte, aliado ao avanço da sustentabilidade, pode transformar a indústria brasileira em um modelo global de inovação e responsabilidade ambiental.

Além disso, a tecnologia é apontada como uma grande aliada da indústria têxtil. Ferramentas como impressão 3D, *sewbots* e sistemas de gestão como SCADA, ERP e SAP *Business One* estão revolucionando a produção, tornando-a mais rápida, precisa e personalizada. Esses avanços tecnológicos permitem a redução de desperdícios, a minimização de custos operacionais e a melhoria na qualidade dos produtos, alinhando-se com as exigências do mercado por eficiência e práticas sustentáveis.

A integração de sustentabilidade e inovação tecnológica é vista como a chave para o crescimento e competitividade da indústria têxtil. A adoção dessas práticas não só atende à demanda por produtos mais responsáveis, mas também contribui para a transformação da indústria em um modelo global de inovação verde, onde o Brasil se destaca como líder em soluções que combinam alta tecnologia e responsabilidade ambiental.

Por fim, a pesquisa realizada revela que as empresas têxteis veem o *branding* sustentável como uma ferramenta estratégica importante, pois ajuda a comunicar não apenas os valores ambientais da marca, mas também seu compromisso real com a sustentabilidade. Isso fortalece a identidade da marca e cria uma conexão mais profunda com os consumidores. A introdução de tecnologias avançadas também é vista como um fator decisivo para melhorar a produtividade, reduzir desperdícios e otimizar processos internos, resultando em produtos de maior qualidade e eficiência.

Portanto, a sustentabilidade e a inovação tecnológica não são apenas tendências passageiras, mas elementos essenciais para o crescimento e a competitividade da indústria têxtil, oferecendo um futuro mais promissor tanto para as empresas quanto para o planeta.

## REFERÊNCIAS

**ADD como o Branding Pode Influenciar a Percepção do Público.** Site ADD Agência de Design Digital – Web Design. Disponível em:  
< <https://add.digital/como-o-branding-pode-influenciar-a-percepcao-do-publico/#:~:text=É%20por%20meio%20do%20branding,a%20percepção%20so bre%20seus%20produtos>. >. Acessado em 23 ago.2024

**AUTOMATISA Tecnologia Têxtil: Tendências e Inovações do Mercado – Site Automatiza Laser Solution – Artigo.** Disponível em:  
<<https://automatiza.com.br/blog/tecnologia-textil/#:~:text=A%20Automatiza%20%C3%A9%20uma%20refer%C3%Aancia,os%20produtos%20t%C3%AAs%20s%C3%A3o%20produzidos.>>.>. Acessado em 26 ago. 2024

**BETTI, FABIO O Branding Sustentável e a Sustentabilidade do Branding** nov. 2014 – Site Corall – Artigo. Disponível em:  
<<https://corall.net/o-branding-sustentavel-e-a-sustentabilidade-do-branding/>>  
Acessado em 26 ago. 2024

**BOVÉRIO, MARIA APARECIDA et al. ANÁLISE DOS IMPACTOS DA TECNOLOGIA NA ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO EM UMA EMPRESA DO SETOR TÊXTIL.** Ciências Sociais Aplicadas em Revista – UNIOESTE/MCR – v.18 – n. 34 – 1º sem.2018 – p 66 a 83.

**CALDEIRA, ADILSON et al. INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE NO SETOR TÊXTIL: FATOS E TENDÊNCIAS** abr./mai. 2020. Site Mackenzie – Artigo. Disponível em:  
<[https://www.mackenzie.br/fileadmin/ARQUIVOS/Public/6-pos-graduacao/upm-higienopolis/mestrado-doutorado/admin-desen-negocios/2021/Inovação\\_e\\_Competitividade\\_no\\_Setor\\_Têxtil\\_Fatos\\_e\\_Tendências.pdf](https://www.mackenzie.br/fileadmin/ARQUIVOS/Public/6-pos-graduacao/upm-higienopolis/mestrado-doutorado/admin-desen-negocios/2021/Inovação_e_Competitividade_no_Setor_Têxtil_Fatos_e_Tendências.pdf)>. Acessado em: 24 out. 2024

**Comex Indústria têxtil investe em inovação e sustentabilidade para ser competitiva** 2023. Site Comex do Brasil. Disponível em:  
<<https://comexdobrasil.com/industria-textil-investe-em-inovacao-e-sustentabilidade-para-ser-competitiva-2/>>. Acessado em: 24 out. 2024.

**DELTA Indústria têxtil no Brasil: Conheça o Panorama – Site Delta Máquinas Têxteis.** Disponível em:

<<https://deltamaquinastexteis.com.br/industria-textil-no-brasil/>> Acessado em: 27 set. 2024

ENGEMAUSP. **Ações de Marketing Verde em uma Empresa do Segmento Têxtil no Município de Patos-PB.** Site ENGEMAUSP. Disponível em:

<<https://engemausp.submissao.com.br/23/arquivos/456.pdf>> Acesso em: 15 ago. 2024.

FEBRATEX. **Tecnologia para Indústria Têxtil: o que há de mais Moderno no Setor?** 2019. Site FEBRATX Group - Artigo. Disponível em:

<https://fcem.com.br/noticias/tecnologia-para-industria-textil-o-que-ha-de-mais-moderno-no-setor/>>. Acesso em 30 ago. 2024.

FEBRATEX **As vantagens competitivas da Tecnologia e Inovação na Indústria Têxtil** 2023. Site Febratex Group – Artigo. Disponível em:

<<https://fcem.com.br/noticias/as-vantagens-competitivas-da-tecnologia-e-inovacao-na-industria-textil/>>. Acessado em: 17 out. 2024.

FIA **Branding (Gestão de Marcas): o que é, Importância e Exemplos.** 2023.

Site FIA Business School – Marketing. Disponível em:

<<https://fia.com.br/blog/branding-gestao-de-marcas/>>. Acesso em: 19 ago. 2024.

Filleti, Boldrin **A indústria Têxtil no Brasil: um Modelo Econométrico Analisando a Hipótese de Desindustrialização Setorial.** 2020. Site Sielo Brasil – Artigo. Disponível em:

<<https://www.scielo.br/j/ecos/a/mVnzhNqypchK4xnrqXnJ3QC/?format=pdf>>.

Acessado em:24 out. 2024

HACCO **A Importância do Branding Sustentável na Indústria da Moda.**

2024. Site Hacco – Artigo. Disponível em:

<<https://haco.com.br/blog/a-importancia-do-branding-sustentavel-na-industria-da-moda/>>. Acesso em: 26 ago. 2024.

INDÚSTRIA **A Indústria Têxtil no Brasil: Desafios, Tendências e Oportunidades em um Setor em Transformação.** 2023. Site Indústria Gestão. Disponível em:

<<https://gestao.ind.br/blog/industria-4-0/a-industria-textil-no-brasil-desafios-tendenciaseoportunidadesemumsetoremtransformacao#:~:text=Um%20dos%20principais%20desafios%20%C3%A9,%C3%A9%20a%20busca%20por%20sustentabilidade.>>. Acesso em: 05 set. 2024.

Kreutzfeld Fábio **Indústria têxtil brasileira: olhar para automação é crucial na briga por competitividade** 2023. Site TI Insight – Automoção. Disponível em:

<<https://tiinside.com.br/31/07/2023/industria-textil-brasileira-olhar-para-automacao-e-crucial-na-briga-por-competitividade/>>. Acessado em: 17 out. 2023

LEBBE **Marcas com Propósito: Construindo um Posicionamento Sustentável em 2024**. 2024. Site Lebbe. Disponível em:

<<https://lebbe.com.br/marcascompropositosustentavel/#:~:text=Antes%20de%20conquistar%20a%20confiança,Entre%20em%20contato%20conosco.&text=Inscrevase%20em%20nossa%20newsletter,valiosos%20para%20o%20seu%20negócio.>> Acesso em: 26 ago. 2024.

Legnaioli Stella **O que é indústria têxtil e seus impactos**. Site Ecycle – Artigo. Disponível em:

<<https://www.ecycle.com.br/industria-textil/>>. Acesso em: 13 set. 2024.

MEIO E MENSAGEM **O que é marketing verde: definição, benefícios e exemplos**. 2022. Site Meio e Mensagem. Disponível em:

<<https://www.meioemensagem.com.br/proxima/pxx-noticias/marketing-verde>>.

Acesso em: 15 ago. 2024.

Modelle **Tecnologia na indústria têxtil: o que o futuro reserva para esse setor?** 2019. Site Modelle – Moda. Disponível em:

<<https://blog.modelle.ind.br/tecnologia-na-industria-textil/>> . Acessado em 17 out. 2024

PORTAL INSIGHT **Quais são os 5 Princípios do Marketing Verde?** 2023. Site Portal Insight – Artigo. Disponível em:

<<https://www.portalinsights.com.br/perguntas-frequentes/quais-sao-os-5-principios-do-marketing->



## APÊNDICE

### Pesquisa

#### 1. Na sua opinião qual a importância do branding sustentável para a marca?

- O branding sustentável aumenta os lucros de forma responsável, ao se alinhar com valores ambientais e sociais, atraindo consumidores conscientes.
- Investir em branding sustentável fortalece a imagem da marca e fideliza consumidores responsáveis e o respeito ao meio ambiente.
- O branding sustentável foca em comunicar os valores ambientais da marca, reforçando seu compromisso com a sustentabilidade.

#### 2. Como vocês integram práticas de sustentabilidade em suas estratégias de marketing?

- Desenvolvendo identidade de marca sustentável por meio de produtos ecológicos.
- Construindo relacionamentos com clientes por meio de comunicação transparente sobre sustentabilidade.
- Ampliando alcance sustentável por meio de colaborações estratégicas.
- Otimizando eficiência energética com marketing digital responsável.

#### 3. Em sua opinião quais os fatores determinam os níveis de impacto ambiental na produção de fibras têxteis?

- O impacto ambiental das fibras têxteis depende da quantidade usada e da eficiência da tecnologia de produção.

O impacto ambiental das fibras têxteis depende do tipo de material e das técnicas de fabricação, com opções mais sustentáveis.

A cor das fibras e a localização da fábrica afetam o impacto ambiental, devido ao tingimento e aos recursos naturais regionais.

**4. Em virtude da importância da indústria têxtil no Brasil e representatividade feminina, você concorda que mais de 40% dos cargos superiores no ramo têxtil no Brasil, são compostos por mulheres?**

A indústria têxtil no Brasil avançou na inclusão feminina, com mulheres ocupando mais de 40% dos cargos superiores.

Embora a presença feminina esteja crescendo, ainda há pouca representação em cargos de liderança no setor têxtil.

O machismo estrutural limita a representatividade feminina em cargos de liderança, apesar do crescimento na indústria.

As mulheres estão conquistando espaços importantes no setor têxtil, desafiando estereótipos e assumindo papéis de liderança.

**5. Quais são os principais desafios enfrentados pelo mercado têxtil do Brasil no caminho para o crescimento sustentável?**

A baixa demanda por produtos sustentáveis dificulta a adoção de práticas ecológicas no setor têxtil brasileiro

A concorrência com países de mão de obra barata prejudica a competitividade das empresas têxteis brasileiras sustentáveis.

Condições de trabalho precárias e poluição são desafios para a sustentabilidade do setor têxtil brasileiro

O consumo de água e a produção de resíduos são desafios ambientais para a sustentabilidade têxtil.

**6. Em relação ao mercado de fios têxteis no Brasil, quais das seguintes estratégias você considera mais inovadoras e competitivas para empresas se destacarem no setor?**

Investimento em pesquisa e desenvolvimento para criar fios com propriedades técnicas, como alta resistência e durabilidade.

Parcerias com empresas de moda sustentável para desenvolver produtos com fibras ecológicas e recicláveis.

Implementação de tecnologias digitais para otimizar a cadeia produtiva e reduzir custos operacionais.

Ampliação da presença digital e criação de canais de venda direta ao consumidor final, para aumentar o alcance de mercado.

**7. Como a tecnologia contribui para o desenvolvimento e inovação da sua indústria têxtil?**

A tecnologia aumenta a produtividade, tornando a produção mais rápida e eficiente.

A tecnologia otimiza a produção, reduz custos e aumenta a competitividade no mercado têxtil.

A tecnologia permite à indústria têxtil adotar materiais e processos sustentáveis, reduzindo seu impacto ambiental.

A tecnologia melhora a qualidade e precisão dos produtos, garantindo satisfação do consumidor.

**8. Você acredita que os softwares facilitam a vida cotidiana dos trabalhadores do ramo têxtil?**

Softwares automatizam tarefas, otimizam processos e melhoram a comunicação no setor têxtil.

Desafios no uso de softwares persistem devido à falta de integração e resistência à mudança.

Softwares otimizam o controle de estoque, a gestão da produção e reduzem erros no setor têxtil.

Softwares tornam tarefas administrativas mais ágeis e precisas.