

A woman with voluminous curly brown hair is shown from the chest up, wearing a bright yellow-green t-shirt and large pink hoop earrings. She has her hand to her chin in a thoughtful pose, looking off to the side. The background is composed of several overlapping colored rectangles in shades of pink, green, and teal.

CONSUMO CONSCIENTE E A SUSTENTABILIDADE NA SUA EMPRESA

PATOGÊ

Consciente da crise econômica atual e mais atentos às questões de sustentabilidade, muitos consumidores já começaram a alterar seus padrões de consumo, exigindo que empresas tenham uma postura diferente em relação ao meio ambiente.

Os últimos acontecimentos e a pandemia provocada pelo COVID-19, impactou profundamente a economia global e também os consumidores. Embora a sustentabilidade não seja assunto novo, o contexto que estamos vivendo tem provocado uma reflexão mais profunda nas pessoas e mudado, na prática, seus comportamentos de consumo. As pessoas

estão mais preocupadas com o meio ambiente, mais adeptas do minimalismo, mais inclinadas para o DIY (Do it yourself - faça você mesmo) e mais preocupadas em fazer a diferença para o planeta. Pensando nisso, separamos algumas dicas para que você possa implementar ações sustentáveis na sua empresa e ficar de olho nas tendências!



Índice de Conteúdos

- 1. A nova mentalidade do consumidor**
- 2. Minimalismo em alta**
- 3. Viva o verde**
- 4. Economia compartilhada ou regenerativa?**
- 5. PDV: sua loja um pouquinho mais verde**
- 6. A reciclagem de resíduos têxteis**
- 7. Vale mesmo a pena investir no verde?**

1. A nova mentalidade do consumidor

Já sabemos que a sustentabilidade é uma macrotendência cada vez mais valorizada por consumidores, empresas e comunidade como um todo, mas é necessário pontuar que, nos últimos meses, as pessoas passaram a buscar soluções que equilibrem sua saúde emocional e o bem estar de forma geral. Nesse contexto, os consumidores irão adotar estilos de vida que lhes permitam sentir como parte integrante de um

movimento que pense verde, pense local, que pratique hábitos que reduzam os impactos ao meio ambiente ou que contribuam positivamente para a comunidade em que vivem.

Sendo assim, nos próximos anos os consumidores ficarão mais exigentes com as marcas que consome e com a procedência dos produtos que compram.



2. Minimalismo em alta



Em uma época de crescente desemprego e profundo impacto econômico, devido à pandemia, os recursos estarão limitados nos próximos meses e, conseqüentemente, a população irá consumir menos os artigos não essenciais. O consumidor tende a rever valores e a priorizar o que considera necessário. Se o movimento minimalista já existia antes, agora as pessoas devem engajar de vez na causa.

E MEU NEGÓCIO?

Ofereça produtos e serviços realmente essenciais para o dia-a-dia do seu cliente, encorajando-o a comprar

roupas mais atemporais e com maior durabilidade. É importante também equilibrar a comunicação da sua empresa de modo a não estimular o consumismo desenfreado ou uma cultura de desperdício e ostentação. Conquiste seu público durante o período de crise, demonstrando que sua loja entende o momento atual e que está ali para ajudar.

3. Viva o verde

Já sabemos também que muitos dos consumidores se preocupam com o meio ambiente e a postura das empresas pode ser fator decisivo na hora de fazer suas compras. Muitos já questionam o modelo de negócios de marcas Fast Fashion, por exemplo (não só pela qualidade dos produtos, mas também pelas questões da mão de obra e cadeia de produção em países de terceiro mundo).

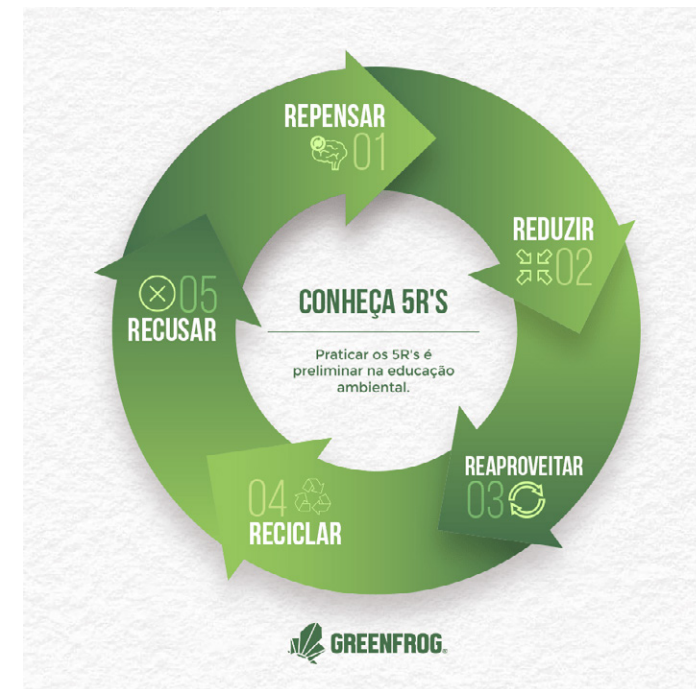
O público agora passará, cada vez mais, a exigir mudanças reais. Já existe um grande número de marcas que se adaptaram, oferecendo soluções verdadeiramente sustentáveis. Desde produtos veganos, reaproveitamento de materiais ou economia circular, por exemplo. As discussões acerca das sacolinhas de plástico, dos canudos e até o teste de cosméticos em animais,

gira em torno do comportamento do consumidor, com uma consciência cada vez mais verde.

E MEU NEGÓCIO?

Comece a pensar verde também. Mobilize seus vendedores e funcionários a fazerem coleta seletiva do lixo que sua loja produz. Separe caixas de papelão, tags de roupa, plásticos, tudo que possa ser reciclado! Elimine as sacolinhas de plástico e prefira as de papel ou as ecológicas (de tecido).

Se for fazer algum evento de lançamento na loja, pense em brindes que passem esse conceito “verde”. Existem várias formas de mostrar para seu cliente que sua empresa se importa com o meio ambiente.



4. Economia compartilhada ou regenerativa?



De acordo com o guia de tendências 2021 do Sebrae, a economia compartilhada está transicionando para a era da economia regenerativa. A economia regenerativa foca no impacto positivo do negócio junto às pessoas e ao planeta, diferentemente da compartilhada que tem como pressuposto criar valor a partir da geração de experiências centradas no usuário apenas. Com a paralisação repentina da economia, novos formatos de consumo como upcycling, produtos de segunda mão e modelos de assinatura tendem a se consolidar neste período de crise.

Economia regenerativa é um sistema econômico que valoriza o Sol e a Terra, considerados “bem de capital original”. Nesse sentido, diferente do que acontece na economia padrão, a economia regenerativa afirma que reconhece o valor real do meio ambiente - o sistema de suporte da vida humana.

Em outras palavras é uma evolução da sustentabilidade: não só preservar, mas também RECUPERAR.

E MEU NEGÓCIO?

Crie estratégias para levar o consumidor final até o seu ponto de venda, para além de uma simples compra. Promova a troca e o relacionamento dos seus clientes através de oficinas de TIE-DYE ou workshops para customização de um jeans, por exemplo.

Outra ideia é oferecer um desconto, em um produto novo da loja, para o cliente que levar uma peça usada, para doação.



5. PDV: sua loja um pouquinho mais verde

Quando falamos em ponto de venda, podemos pensar em soluções sustentáveis que vão desde a decoração da loja até à economia com os gastos na conta de luz. Se sua empresa tiver condições financeiras, adote algumas medidas, como substituir as lâmpadas fluorescentes por LED, priorizar a iluminação natural da loja (ampliando janelas e abrindo paredes), coleta da água da chuva, invista em energia solar e substitua os copinhos descartáveis de plástico, que você oferece para seu cliente, por outros mais ecológicos.

Sabemos que nem sempre é possível adotar todas estas medidas, mas comece aos poucos a fazer mudanças, mesmo que pequenas.

CUIDADO COM O GREEN WASH!

Nos EUA, o termo “lavagem verde” (green wash), é usado para designar empresas que enganam consumidores em relação às práticas ambientais e benefícios de um produto ou serviço. O efeito é contrário ao desejado e a sensibilidade dos consumidores não deve ser subestimada em ações oportunistas motivadas por modismo.



6. A reciclagem de resíduos têxteis

Perguntas que dizem respeito à durabilidade e sazonalidade das roupas que usamos no dia a dia, evidenciam, cada vez mais, o quanto a indústria da moda é responsável por um enorme problema ambiental, o que tem obrigado empresas do setor a repensarem seu modelo de negócio. Um grande volume de restos de tecidos é desperdiçado todos os anos na confecção de roupas que, na hora do descarte, seguem direto para o aterro sanitário. Essa constatação está no relatório A New Textiles Economy, um importante estudo feito pela Fundação Ellen MacArthur, instituição global que promove a sustentabilidade no planeta.

Esse desperdício contribui para os altos níveis de poluição, e, os consumidores se

tornaram a peça-chave para que uma mudança ocorra, uma vez que estão mais atentos aos impactos ambientais que a produção de roupas causa e estão exigindo um posicionamento das empresas.

CENÁRIO BRASILEIRO

- O Brasil é a 5ª maior indústria têxtil do mundo (Abit)
- O Brasil é o 4º maior produtor de denim do mundo (Abit)
- O Brasil produziu aproximadamente 8,9 bilhões de peças em 2018 (Abit)
- O vestuário movimentou, no Brasil, cerca de 50 bilhões de dólares de faturamento.

- Até 2021, em território nacional, a estimativa é de um crescimento de 13% no mercado de moda, o que pode elevar a produção em 6,68 bilhões de peças, de acordo com a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp).
- Geração de 160 mil toneladas de resíduos por ano no país.

ABIT (Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção)



E DIANTE DESTA CENÁRIO, É POSSÍVEL FAZERMOS ALGO?

Muitas pessoas não sabem, mas os retalhos, quando limpos e selecionados, podem ir para reciclagem e reutilização. Existem várias iniciativas que trabalham com resíduos de tecido no Brasil. Alguns projetos buscam promover oficinas de aprendizagem para produção de artesanatos feitos com sobras de tecidos gerados nas indústrias. A Patogê, por exemplo, apoia algumas iniciativas e já contribui com a doação de retalhos para alguns desses projetos.

NA PATOGÊ

Por aqui, seguimos tentando fazer a diferença na empresa e no planeta. Além de doar retalhos, transformamos tecidos em brindes também.



7. Vale mesmo a pena investir no VERDE?



Vale sim! Saiba que sua loja pode evitar desperdícios e perdas, reduzir custos e gerar receitas adicionais; além disso, irá aproximar e engajar clientes, fornecedores e colaboradores. Comece agindo local, para uma transformação GLOBAL!

#vamosjuntos

PATOGÊ



patogeooficial



Patogê Jeans



patoge.com.br

