

DIAGNÓSTICO TERRITORIAL

Análise de Mercado Portugal





Informações da entrega

Número da entrega	
Data de entrega definida	
Data de entrega real	
Autor beneficiário da entrega	

Autores		
Nome	Apelido/s	Entidade
		Câmara Municipal de Famalicão
		Citeve, Tecnologia Textil

Histórico de modificações			
Versão	Data	Nome	Apelido/s

Índice

Nota Introdutória

1. Apresentação e Análise de Resultados
 - 1.1 Inquérito Consumidor
 - 1.2 Inquérito Empresas
 - 1.3 Inquérito Entidades de Recolha
 - 1.4 Inquérito Entidades Públicas
2. Análise Estratégica Preliminar: Identificação de Lacunas e Oportunidades
 - 2.1 Identificação das oportunidades de crescimento e desenvolvimento para as empresas do setor
 - 2.2 Identificação dos principais desafios e lacunas da indústria

Conclusões & Recomendações



Índice de Gráficos

Gráfico 1: I. 4. Nível de Estudo

Gráfico 2: I. 5. Situação Habitacional (por número de membros do agregado familiar)

Gráfico 1: I. 6. Salário Médio Bruto

Gráfico 2: I. 7. Frequência de Compra de Roupas Nova

Gráfico 3: I. 8. Destina orçamento para a compra de roupa?

Gráfico 4: I. 9. Local de Prioridade para Compra de Roupas

Gráfico 5: I. 10. Fatores na Tomada de Decisão de Compra

Gráfico 6: I. 11. Aproveita para fazer as suas compras de roupas quando há promoções como Black Friday ou similares?

Gráfico 7: I. 12. Já ouviu falar sobre a poluição ambiental provocada pela superprodução e fast fashion?

Gráfico 8: I. 13. Perante duas peças que gosta igualmente, uma delas indica que é uma peça sustentável

Gráfico 9: I. 14. De acordo com seu estilo de vida, qual a importância da sustentabilidade?

Gráfico 10: I. 16. Estaria disposto(a) a pagar mais por roupas sustentáveis?

Gráfico 11: I. 17. Compra em lojas de segunda mão? Tanto físicas como online, como Vinted, Vestiaire Collective, Micolet, Percentil ou outras?

Gráfico 12: I. 18. O que faz com as roupas quando já não as usa, mas ainda estão em bom estado?

Gráfico 13: I. 19. O que faz com as roupas que já não usa porque estão em mau estado?

Gráfico 14: I. 20. Quantas peças de roupa compra a cada temporada?

Gráfico 15: I. 21. Já ouviu falar dos seguintes conceitos?

Gráfico 16: I. 22. Acredita que se tivesse mais acesso a informações sobre consumo sustentável ou pudesse avaliar a sustentabilidade das peças de roupa, mudaria os seus hábitos de consumo?

Gráfico 17: I. 23. Considera que as marcas de moda praticam "greenwashing"?

Gráfico 18: I. 24. O que acha que acontece com as roupas que os cidadãos depositam nos contentores de roupa?

Gráfico 19: I. 25. Quem acha que é o principal responsável por promover a sustentabilidade na moda?

Gráfico 20: I. 26. Gostaria de estar mais informado/a sobre temas relacionados à sustentabilidade?

Gráfico 21: I. 27. Dá permissão para que entremos em contacto consigo para assuntos relacionados com a economia circular?

Gráfico 22: II. 6. Número de Empregados

Gráfico 23: II. 6. Faturação do último ano

Gráfico 24: II. 9. Qual é, segundo a sua perspetiva, a proporção da atividade que a empresa dedica a operações relacionadas com o desenvolvimento sustentável e a economia circular?

Gráfico 25: II. 10. Acredita que a percentagem indicada aumentará nos próximos 3 anos?

Gráfico 26: II. 11. Qual é a percentagem estimada para os próximos 3 anos?

Gráfico 27: II. 12. Porque considera importante promover a economia circular?

Gráfico 28: II. 13. A empresa tem uma estratégia de sustentabilidade e um plano de implementação definido?

Gráfico 29: II. 14. Em que departamentos da empresa as práticas iniciadas têm maior impacto?

Gráfico 30: II. 15. A sua empresa conhece os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)?

Gráfico 31: II. 17. Quais das seguintes práticas já começaram a aplicar?

Gráfico 32: II. 23. Os funcionários receberam formações específicas em economia circular?

Gráfico 33: II. 24. Sobre qual temática receberam formações sobre economia circular?

Gráfico 34: II. 27. Concorda em ser contactado para perguntas complementares relacionadas com a economia circular?

Gráfico 35: III. 1. Tipo de entidade

Gráfico 36: III. 3./4. Contentores

Gráfico 37: III. 5. Os contentores são colocados exclusivamente em espaços públicos ou também em espaços privados?

Gráfico 38: III. 6. Os contentores sofrem vandalismo?

Gráfico 39: III. 7. Possuem estatísticas sobre a percentagem de casos?

Gráfico 40: III. 9. Qual é a distância máxima da sede da entidade até a um contentor?

Gráfico 41: III. 10. Os contentores estão equipados com sensores para otimizar as rotas de recolha?

Gráfico 42: III. 11. Além da recolha através de contentores, realizam serviços de recolha porta a porta ou campanhas específicas?

Gráfico 43: III. 12. Tipo de serviço de recolha identificado

Gráfico 44: III. 13. Como planeiam as rotas de recolha de têxteis?

Gráfico 45: III. 14. Como se regista e monitoriza a rastreabilidade dos quilogramas recolhidos?

Gráfico 46: III. 15. Quantas toneladas de têxteis recolhem num ano?

Gráfico 47: III. 16. Possuem uma grelha de classificação de têxteis?

Gráfico 48: III. 17. A recolha é realizada através de colaborações ou contratação?

Gráfico 49: III. 18. Em caso de contratação, existe uma reserva de mercado?

Gráfico 50: III. 19. Cobra-se pela recolha?

Gráfico 51: III. 20. Têm previstas melhorias no processo de recolhas?

Gráfico 52: III. 22. Qual é a percentagem de roupas recolhidas que são triadas?

Gráfico 53: III. 23. Utilizam um sistema de triagem manual ou com automatismo?

Gráfico 54: III. 24. Qual é o foco principal da triagem: reutilização ou reciclagem?

Gráfico 55: III. 25. Em caso de reciclagem, realiza-se de maneira mecânica ou química?

Gráfico 56: III. 27. Colaboram com certos tecnológicos ou universidades para melhorar os seus processos?

Gráfico 57: III. 29/30. Destino das Roupas Recolhidas

Gráfico 58: III. 31. Com quantas lojas coordena a venda de artigos reutilizáveis?

Gráfico 59: IV. 3. Âmbito de atuação

Gráfico 60: IV. 4. Habitantes cobertos pela entidade

Gráfico 61: IV. 5. No seu âmbito territorial, realiza-se a recolha seletiva de resíduos têxteis.

Gráfico 62: IV. 6. Quem presta o serviço a recolha seletiva de resíduos têxteis?

Gráfico 63: IV. 7. Quem suporta os custos da recolha seletiva de resíduos têxteis?

Gráfico 64: IV. 8. Indique a modalidade de formalização do serviço de recolha seletiva de têxteis.

Gráfico 65: IV. 9. Existe alguma norma no seu território que exija a recolha seletiva de resíduos têxteis, atualmente, ou num futuro próximo?

Gráfico 66: IV. 11. Existe no seu âmbito territorial uma estratégia ou plano para a gestão de resíduos têxteis?

Gráfico 67: IV. 13. Existe no seu território algum incentivo económico para a recolha seletiva de resíduos têxteis?

Gráfico 68: IV. 15. Atua no seu território um SRAP de resíduos têxteis?

Gráfico 69: IV. 17. Realizam-se no seu território campanhas de sensibilização sobre a recolha de resíduos têxteis?

Gráfico 70: IV. 23. Possui dados sobre produtos têxteis colocados no mercado?

Gráfico 71: IV. 27. Possui dados sobre a produção de resíduos têxteis?

Gráfico 72: IV. 31. Possui dados sobre a recolha seletiva de resíduos têxteis?

Gráfico 73: IV. 32. Em caso afirmativo, indique o total de kg/habitante/ano



Gráfico 74: IV. 35. Indique a % de recolha seletiva de têxteis em relação aos resíduos municipais.

Gráfico 75: IV. 36. Indique a tipologia de produtos incluídos no dado fornecido

Gráfico 76: IV. 37. Indique a entidade que reporta os dados



Índice de Tabelas

Tabela 1 - II. 16. Se a resposta anterior for sim, explique brevemente como trabalham. Se foi Não, escreva N/A.

Tabela 2 - II. 19. Quais são os principais desafios que enfrentam na implementação da economia circular?

Tabela 3 - II. 21. Quais apoios lhe pareceriam úteis?

Tabela 4 - II. 25. Que tipo de formação lhe pareceria importante?

Nota Introdutória

O projeto Fashion Forward é uma iniciativa fundamental que procura promover a circularidade e a sustentabilidade na indústria da moda, num mercado marcado pela crescente consciência ambiental e pela pressão sobre a indústria têxtil para adotar práticas mais responsáveis.

Decorrente deste projeto, o estudo que se segue pretende realizar uma avaliação diagnóstica de cada um dos seus territórios-alvo, que incluem regiões como o Vale do Ave em Portugal, bem como a Catalunha, as Ilhas Baleares, a Galiza e a Occitânia, com particular incidência na região do Vale do Ave. Neste sentido, a análise conduzida visou:

- Identificar as necessidades dos atores chave em cada um dos pilares da estratégia holística: formação e mentoria, comunicação e sensibilização, lacunas tecnológicas nas empresas; bem como identificar, por grupo de atores chave, os principais agentes que o projeto deve envolver para garantir o sucesso das restantes atividades previstas;
- Compreender o nível de inovação da indústria e da adoção de tecnologias emergentes;
- Identificar os principais desafios e obstáculos que a indústria enfrenta, bem como as oportunidades de crescimento e desenvolvimento das empresas do setor.

Mediante o contexto acima, a metodologia utilizada passou por:

- Reunião de início do projeto, onde se procedeu a uma caracterização aprofundada e minuciosa dos grupos de atores chave a abordar;
- Desenvolvimento de uma base de dados extensa (uma por grupo de atores chave), atendendo às necessidades do projeto, nomeadamente área geográfica, preferências de tipologia de atores chave, entre outros;
- Divulgação dos inquéritos por cada um dos respetivos grupos de atores chaves, através de contactos generalistas e/ou cirúrgicos;
- Gestão e acompanhamento dos resultados preliminares obtidos;
- Levantamento e tratamento dos dados;
- Redação de um relatório final que apresenta não só os resultados obtidos, mas também algumas reflexões sobre o estado atual do setor, procurando providenciar algumas soluções e próximos passos para o mesmo.

De forma a auxiliar a recolha de inputs valiosos acerca do setor da moda na região de Vale do Ave e ser possível o mapeamento do nível de inovação da indústria e de adoção de tecnologias emergentes, foram realizadas várias atividades junto dos stakeholders de relevância na indústria, nomeadamente empresas do setor, consumidores, entidades públicas e entidades de recolha.

O estudo serviu-se exclusivamente da utilização de fontes de informação primárias, através da realização não só de inquéritos junto de vários públicos-alvo, mas também com o estabelecimento de contactos diretos junto destes.

Pretende-se, assim, que o projeto forneça inputs para a definição de uma estratégia viável, holística e transnacional, que permita impulsionar a circularidade na indústria da moda SUDOE¹. Desta forma, o objetivo genérico do projeto prende-se com o desenvolvimento de um diagnóstico à indústria da moda no território de Vale do Ave, de modo a auxiliar a definição de uma estratégia que visa impulsionar a circularidade da indústria da moda SUDOE.

Outros objetivos específicos são:

- Identificar as necessidades dos atores chave em cada pilar da estratégia holística: formação e mentoria, comunicação e sensibilização e gaps tecnológicos das empresas;
- Identificar os principais desafios e obstáculos da indústria na região Vale do Ave;
- Identificar oportunidades de crescimento e desenvolvimento para as empresas do setor na região Vale do Ave;
- Auxiliar a definição dos eixos da estratégia holística.

Tendo em consideração os objetivos do projeto, de seguida apresenta-se a informação recolhida junto dos vários grupos-alvo, bem como as principais conclusões obtidas.

¹ O Programa Interreg Sudoe apoia o desenvolvimento regional e a coesão no sudoeste da Europa, financiando projectos transnacionais através do Fundo FEDER.

1. Apresentação e Análise de Resultados

A análise que segue decorre da informação recolhida através da utilização de fontes primárias, nomeadamente da realização de inquéritos direcionados a quatro tipologias de atores chaves, a saber:

- Consumidores finais (Inquérito I);
- Empresas do setor (Inquérito II);
- Entidades de recolha (Inquérito III); e
- Entidades públicas (Inquérito IV).

No total, foram contactadas mais de 500 empresas do setor (II), 16 empresas de recolha (III) e 12 entidades públicas (IV) para o desenvolvimento deste estudo, bem como para a divulgação global do inquérito ao consumidor (I) junto da população em geral, entre julho e setembro de 2024. Nesse sentido, e de modo a enquadrar de uma forma ainda mais completa e esclarecedora os resultados do presente estudo, abaixo será feita uma caracterização da amostragem considerada para cada inquérito.

Inquérito I - Caracterização da amostra - Consumidores finais (1.1.²)

No que concerne ao inquérito direcionado ao Consumidor Final, de ressaltar uma maioria evidente do sexo feminino (71,03% dos inquiridos, versus 28,97% dos homens) e, também, uma maior participação das cidades de Vila Nova de Famalicão, Porto, Guimarães, Barcelos e Braga. Em termos das idades dos inquiridos, poderá fazer-se a seguinte distribuição:

- 20,56% com idades compreendidas entre os 18 e os 25 anos;
- 31,57% com idades compreendidas entre os 26 e os 35 anos;
- 24,30% com idades compreendidas entre os 36 e os 45 anos;
- 15,89% com idades compreendidas entre os 46 e os 55 anos;
- 7,48% com idades compreendidas entre os 56 e os 65 anos;

Inquérito II – Caracterização da amostra – Empresas do setor (1.2.³)

² Resultados disponíveis no capítulo 1.1.

³ Resultados disponíveis no capítulo 1.2.

No que respeita ao Inquérito às Empresas (com um total de 109 respostas), dirigido às empresas do setor, denota-se uma pluralidade interessante de cargos (desde cargos de chefia, departamentos de qualidade/ambiente, cargos administrativos, entre outros), mas também uma larga maioria de empresas que desenvolve a sua atividade internacionalmente. Há uma clara predominância de empresas com 10 a 49 trabalhadores (41,90%) e com 50 a 249 trabalhadores (41,90%). Das quais 39,05% geraram uma faturação inferior a 2 milhões de euros no último ano, enquanto 37,14% geraram uma faturação entre 2 e 10 milhões de euros em 2023.

Inquérito III – Caracterização da amostra – Entidades de recolha (1.3⁴)

No caso do inquérito direcionado às entidades de recolha (com um total de 11 respostas), evidencia-se uma participação quase maioritária por empresas de cariz privado, com esfera de atuação maioritariamente nas regiões norte e centro do país. As respostas de empresas privadas são responsáveis por 90,91%.

Inquérito IV – Caracterização da amostra – Entidades públicas (1.4⁵)

Por último, para o inquérito direcionado às entidades públicas (com um total de 6 respostas), foram recebidas respostas exclusivamente por parte de municípios localizados no Norte de Portugal, sensivelmente entre os 21.000 e os 193.000 habitantes.

Embora o estudo tenha envolvido uma diversidade de participantes, a maioria dos inquiridos tem um elevado nível de escolaridade, o que pode influenciar os resultados relacionados com a sustentabilidade e as práticas circulares. Adicionalmente, é de notar que o conjunto de respostas globais ao Inquérito às Entidades Públicas não tem uma dimensão significativa a partir da qual possamos retirar deduções conclusivas e gerais.

⁴ Resultados disponíveis no capítulo 1.3.

⁵ Resultados disponíveis no capítulo 1.4.

1.1 Inquérito Consumidor

Como instrumento de análise, o inquérito ao consumidor, cujos resultados são apresentados de seguida, pretende auxiliar uma melhor compreensão do seu posicionamento face à circularidade e sustentabilidade na indústria da moda, levando em consideração fatores socioeconómicos e culturais.

Gráfico 1 - I. 4. Nível de Estudo

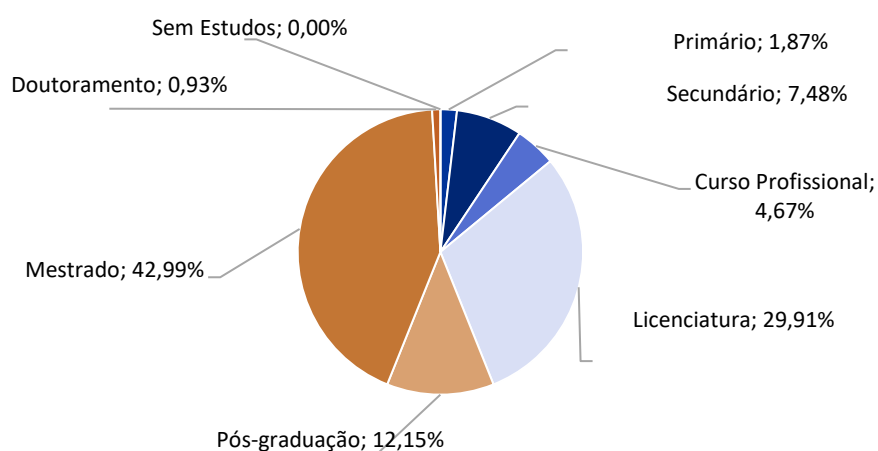
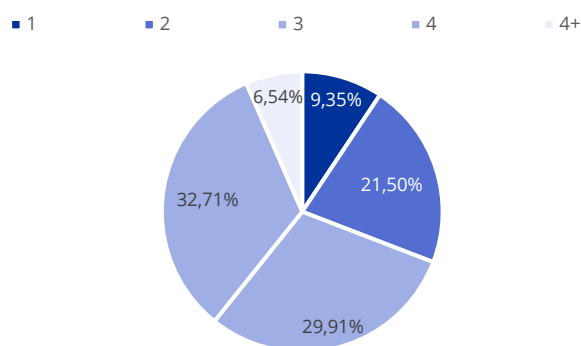
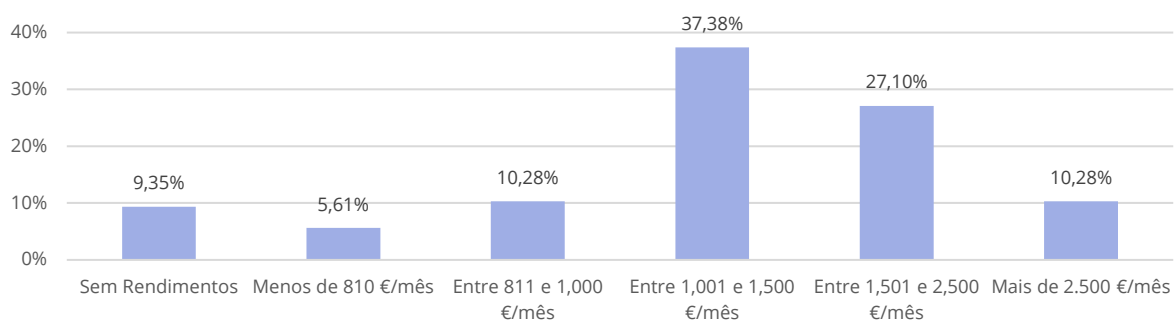


Gráfico 2 - I. 5. Situação Habitacional (por número de membros do agregado familiar)



Da amostra recolhida, destaca-se o elevado nível de escolaridade dos participantes, com 86,0% a apresentarem o grau de licenciatura ou superior, seguido pelo secundário com 7,48% e por cursos profissionais, com 4,67%. Quanto à situação habitacional, 32,7% dos consumidores inquiridos possui um agregado familiar composto por duas pessoas. Evidenciam-se também os agregados familiares mais numerosos – com mais de quatro pessoas -, que representam apenas 6,5% das respostas.

Gráfico 1: I. 6. Salário Médio Bruto



Relativamente à pergunta 6 do inquérito, aproximadamente 37,4% dos consumidores inquiridos apontaram um salário médio bruto entre 1,001 e 1,500 euros/mês, com 27,10% dos inquiridos a receberem entre 1,501 e 2,500 euros/mês. No que concerne às extremidades de valores apresentados, apenas 10,3% afirmam receber mais de 2,500 euros/ mês brutos e 9,4% não possuem qualquer tipo de rendimentos.

Gráfico 2: I. 7. Frequência de Compra de Roupa Nova

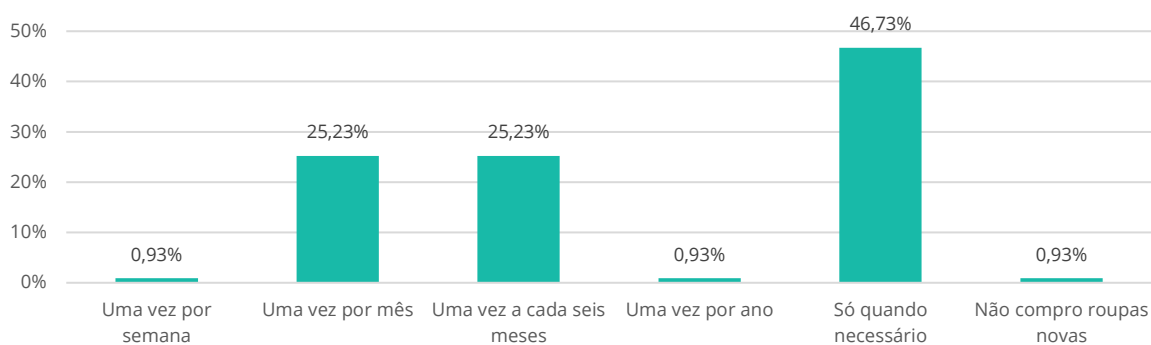
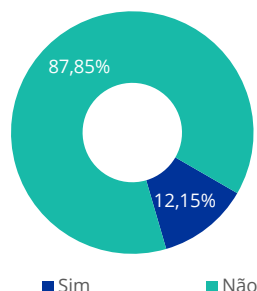


Gráfico 3: I. 8. Destina orçamento para a compra de roupa?



Quando questionados sobre a frequência de compra de roupa nova, os resultados indicam uma maioria significativa (mais de 45%) dos inquiridos afirma comprar roupa apenas quando necessário. No entanto, dois segmentos distintos de consumidores, cada um constituído por 25,23% da amostra, referiram comprar roupa mensalmente ou de seis em seis meses, evidenciando uma notável diversidade nos hábitos de consumo. Além disso, é de salientar que apenas 12,2% dos inquiridos atribuem um orçamento específico para esta finalidade. Dos consumidores que afirmam possuir orçamento específico para a compra de roupa nova, 61,5% possuem um salário bruto até 1,000 euros/mês e 46,2% integram agregados familiares com quatro ou mais elementos. Desta forma é possível concluir que ambos os segmentos mencionados mostram uma preocupação com planeamento financeiro, havendo a possibilidade da moda e similares não serem considerados como um bem essencial para os mesmos.

De igual forma, para as questões 7 e 8, foi solicitado aos inquiridos que classificassem de 1 a 7 (com 1 a significar grande influência e 7 influência reduzida), os diferentes locais de compra de roupa (“Local de Prioridade para Compra de Roupa”) e os fatores determinantes durante a tomada de decisão (“Fatores na Tomada de Decisão de Compra”). Os resultados seguintes do Gráfico 6 resultam da média da importância/pontuação que cada inquirido atribuiu a cada local.

Destas questões surtiu uma análise complexa devido ao vasto leque de respostas e valores possíveis (0-7). Nesse sentido, os seguintes resultados são referentes à média que cada resposta obteve, por forma a simplificar conclusões e facilitar ilações.

Gráfico 4: I. 9. Local de Prioridade para Compra de Roupas

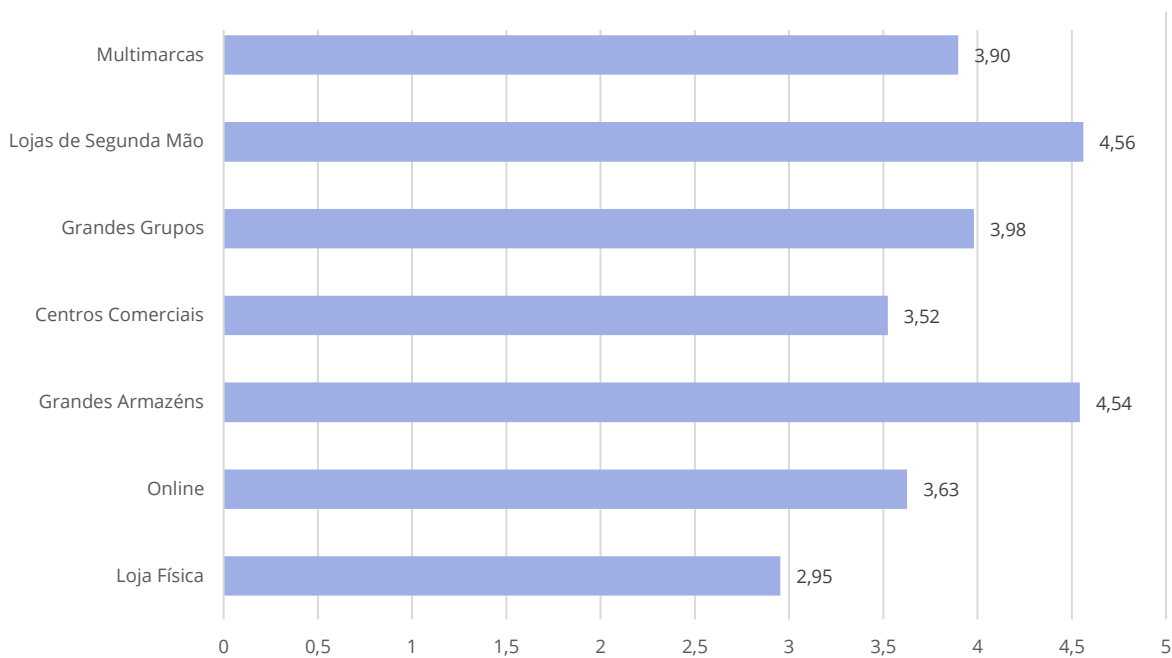
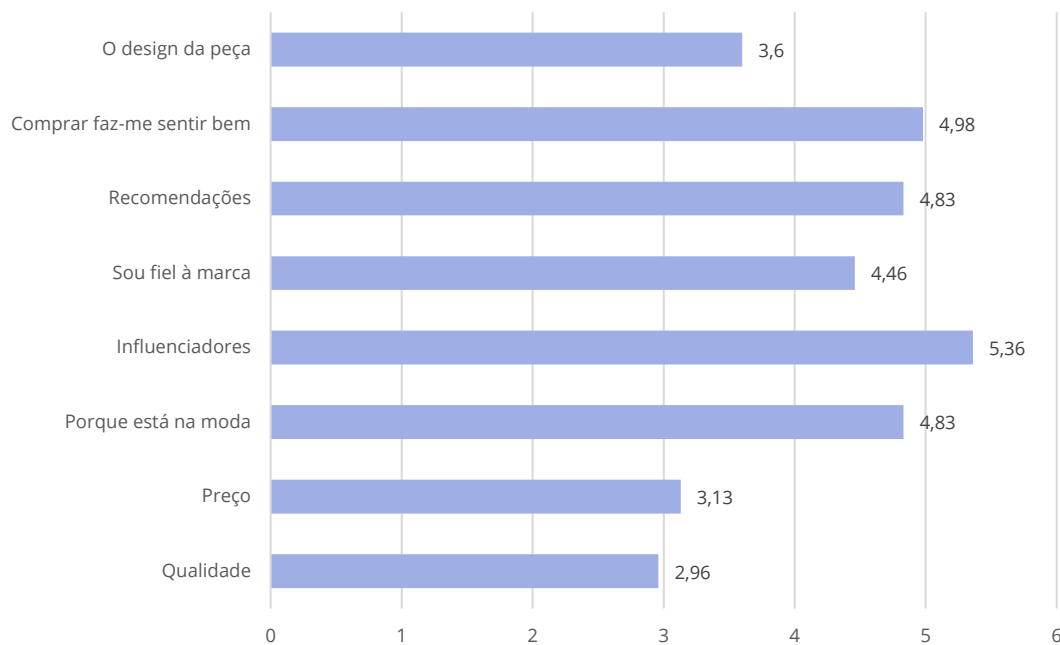
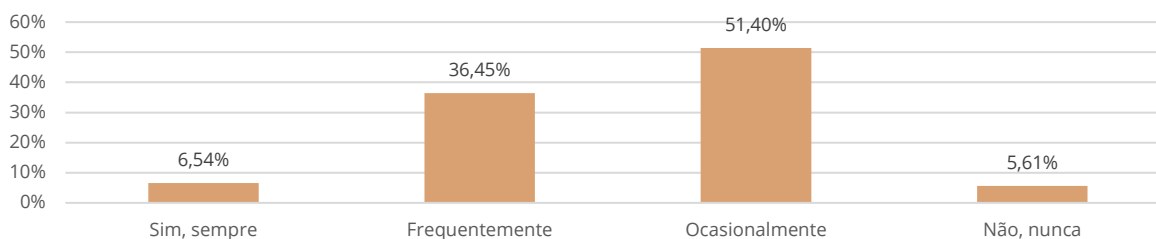


Gráfico 5: I. 10. Fatores na Tomada de Decisão de Compra



Da análise das respostas obtidas conclui-se que a loja física (2,95) é o local privilegiado pelos inquiridos para a compra de roupa, seguidas pelos centros comerciais (3,52) e plataformas online (3,63). Esta preferência poderá estar correlacionada com a existência de variadas lojas distribuídas pela região e em espaços considerados turísticos, o que poderá aumentar a sua afluência, bem como à abundância de centros comerciais e o recente aumento de compras online, desencadeado da pandemia COVID-19. Já no reverso, lojas em segunda mão (4,56) e grandes armazéns (4,54) são comparativamente locais menos procurados pelos consumidores. No que diz respeito à tomada de decisão, a qualidade (2,96) e o preço (3,13) são os fatores que mais determinam as escolhas dos consumidores incluídos na amostra, seguindo-se o design (3,60).

Gráfico 6: I. 11. Aproveita para fazer as suas compras de roupas quando há promoções como Black Friday ou similares?



Com o preço a manifestar-se como um fator relevante na tomada de decisão, mais de 50% dos inquiridos revelam aproveitar ocasionalmente as promoções para comprar roupa, enquanto 36,5% usufruem frequentemente e 6,5% sempre. Apenas 5,6% dos consumidores analisados revela nunca aproveitar as promoções, destacando-se que todos eles apresentam um salário médio bruto acima dos 1,001 euros/mês - o que poderá indicar uma maior liberdade por parte destes consumidores em gastar o preço original da peça de roupa em questão.

Gráfico 7: I. 12. Já ouviu falar sobre a poluição ambiental provocada pela superprodução e fast fashion?

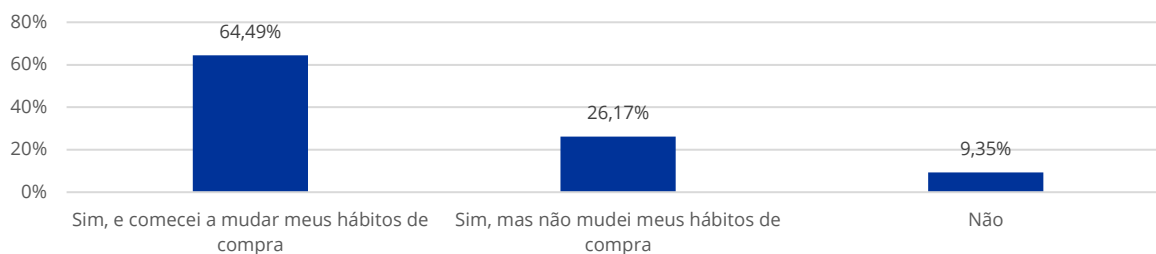
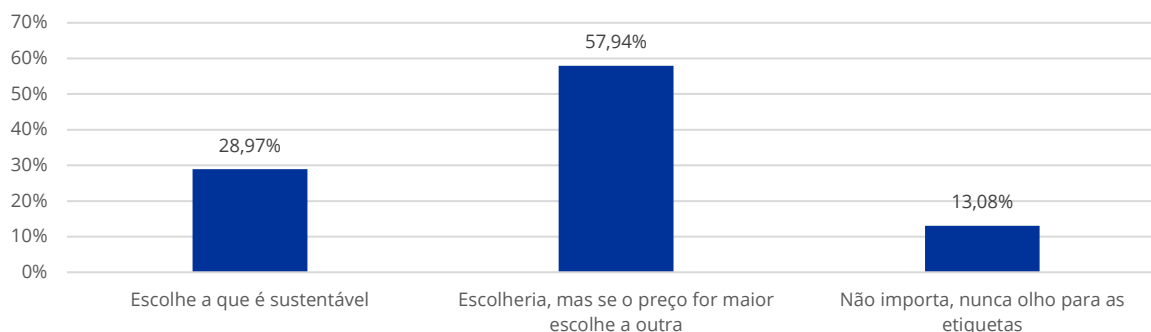


Gráfico 8: I. 13. Perante duas peças que gosta igualmente, uma delas indica que é uma peça sustentável

No que concerne à questão 12, uma maioria substancial dos inquiridos (64,5%) afirma reconhecer a poluição ambiental provocada pela superprodução e fast fashion, tendo feito alterações aos seus hábitos de consumo. Em contrapartida, 26,17% declara não ter mudado as práticas de compra e 9,35% indicam não conhecerem esta tipologia de poluição. No entanto, apenas 28,97% tem preferência por peças sustentáveis, mesmo que o preço seja superior. A preferência por peças de roupas mais baratas enaltece uma vez mais o preço como fator importante e determinante nos hábitos de consumo em detrimento de peças mais sustentáveis. Embora a maioria reconheça o impacto ambiental da moda rápida, o facto de apenas 28,97% darem prioridade ao vestuário sustentável sugere a necessidade de campanhas de sensibilização mais eficazes, especialmente para realçar os benefícios a longo prazo da moda sustentável.

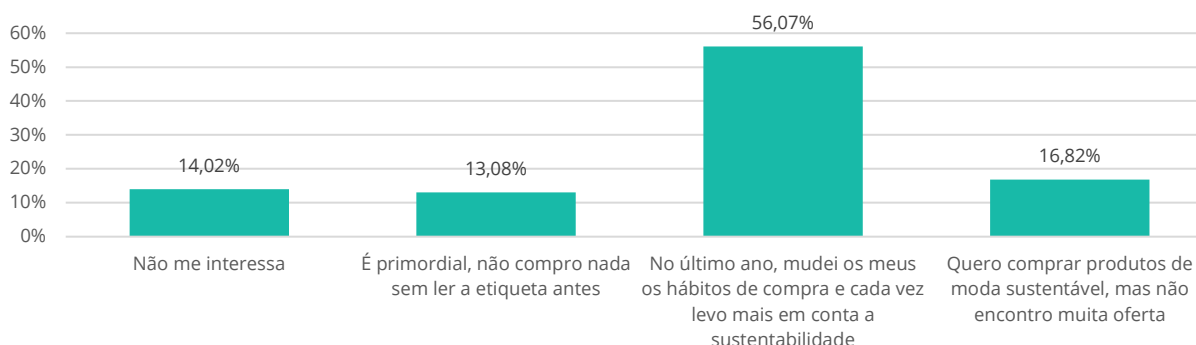
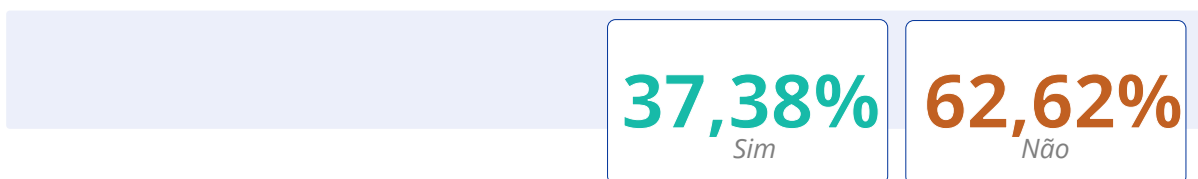
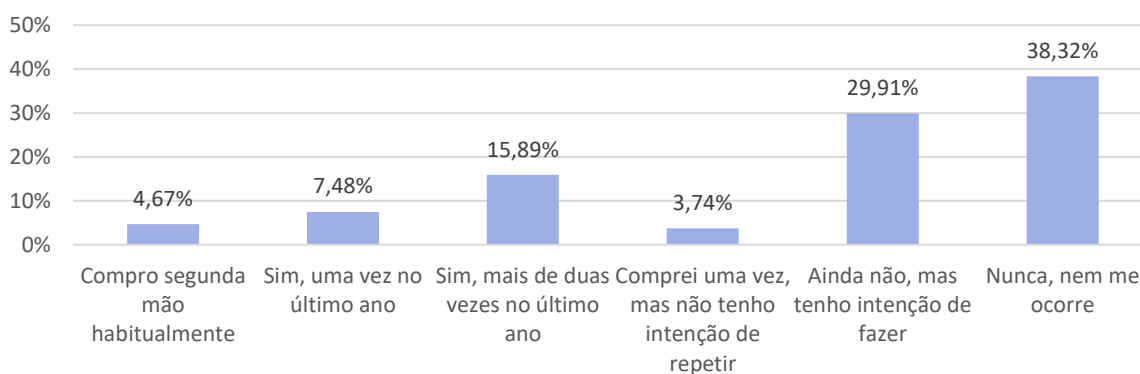
Gráfico 9: I. 14. De acordo com seu estilo de vida, qual a importância da sustentabilidade?

Gráfico 10: I. 16. Estaria disposto(a) a pagar mais por roupas sustentáveis?



A temática da sustentabilidade ganha importância acrescida nos hábitos de consumo dos inquiridos, com 56,07% a confirmarem uma alteração no último ano. O binómio qualidade-preço, a falta de informação quanto aos processos de fabrico e rastreabilidade, assim como a escassez de oferta estão entre os principais problemas apontados pelos consumidores como limitativos para o aumento de consumo de moda sustentável. Simultaneamente, é importante destacar que apenas 37,38% estão dispostos a pagar mais por vestuário sustentável, o que revela uma resistência considerável por parte dos consumidores em optarem por moda sustentável.

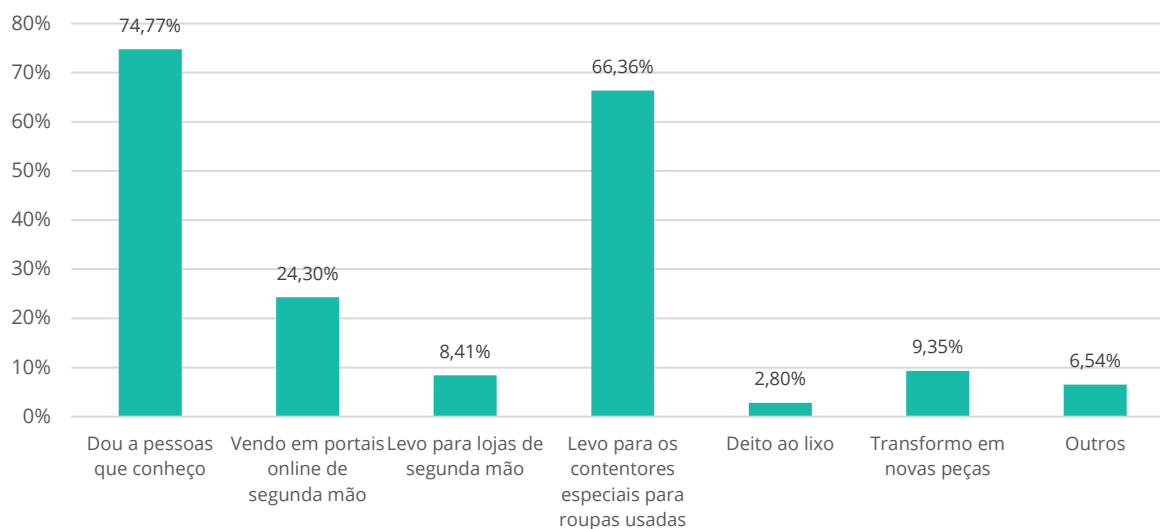
Gráfico 11: I. 17. Compra em lojas de segunda mão? Tanto físicas como online, como Vinted, Vestiaire Collective, Micolet, Percentil ou outras?



Para a pergunta 17, referente a compras realizadas em lojas de segunda mão, mais de 68% dos inquiridos assegura nunca ter comprado roupa nesta tipologia de estabelecimentos. Dos restantes inquiridos, 38,32% indicaram que a compra através deste não lhes ocorre e 29,91% a afirmarem terem intenção de começar a utilizar lojas de segunda mão. Enquanto, 4,67% compram habitualmente nestas lojas e 15,89% a utilizarem algumas vezes no último ano. A análise demográfica revela que os consumidores entre os 26 e 45 anos são mais propensos a frequentar lojas em segunda mão, o que sugere que uma faixa etária mais

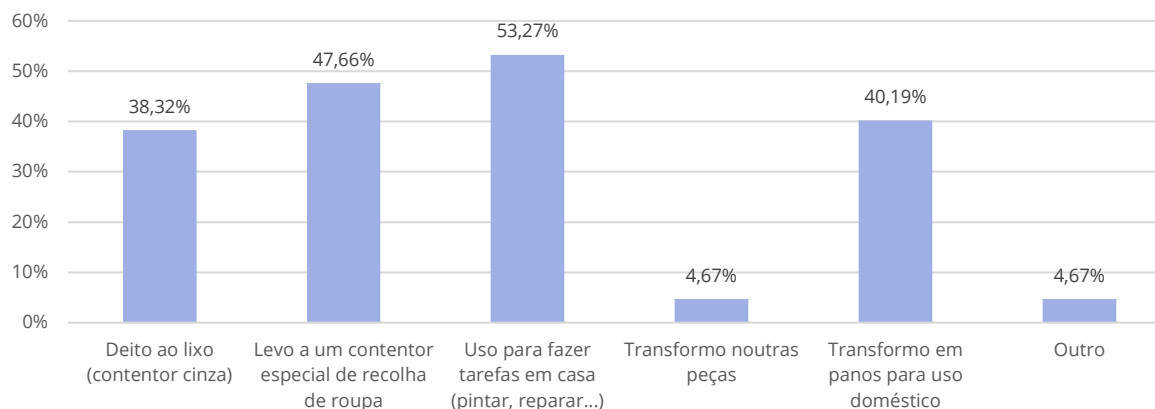
alargada pode estar recetiva a esta prática. Consequentemente, isto pode indicar uma preocupação crescente com a sustentabilidade no sector.

Gráfico 12: I. 18. O que faz com as roupas quando já não as usa, mas ainda estão em bom estado?



No que diz respeito à pergunta 18, uma maioria significativa dos inquiridos indicou que o seu método preferido de eliminação de vestuário não utilizado e em bom estado era doá-lo a conhecidos (74,77%) seguido de o depositar em contentores especializados para vestuário (66,36%). Sendo levantadas, no entanto, algumas questões quanto à eficiência na gestão dos contentores. Além disso, no campo «Outros», um número notável de inquiridos indicou que doava as suas roupas a organizações de caridade.

Gráfico 13: I. 19. O que faz com as roupas que já não usa porque estão em mau estado?



Relativamente ao vestuário em mau estado, a transformação das peças para a realização de tarefas em casa – como pinturas e reparações - lidera as escolhas dos inquiridos, com 53,27%; enquanto o uso do contentor especial de recolha de roupa, ocupa a segunda posição com 47,66%. Por fim, a transformação para outros usos domésticos foi escolhida por 40,19% dos consumidores. Já doações, nesta temática incluindo a instituições de animais, continua a ser opção mais referida no domínio «Outros».

Gráfico 14: I. 20. Quantas peças de roupa compra a cada temporada?

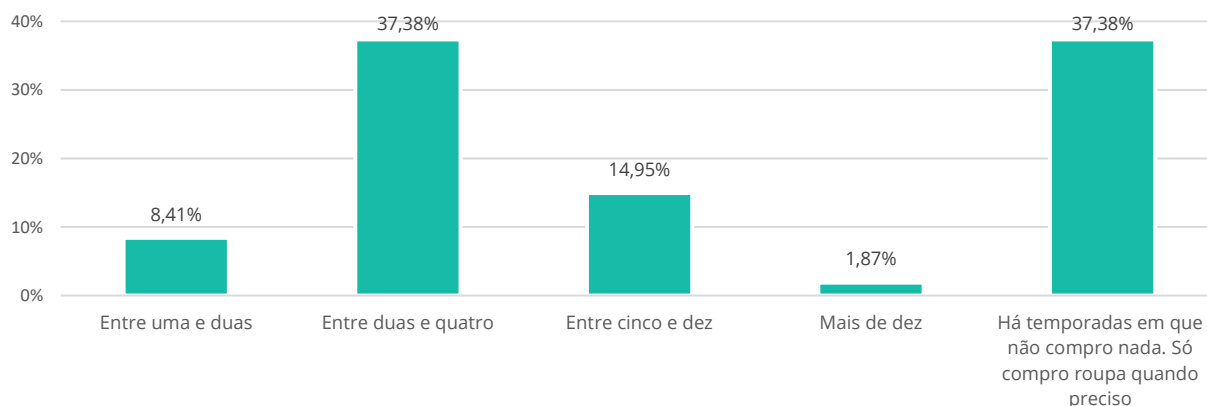
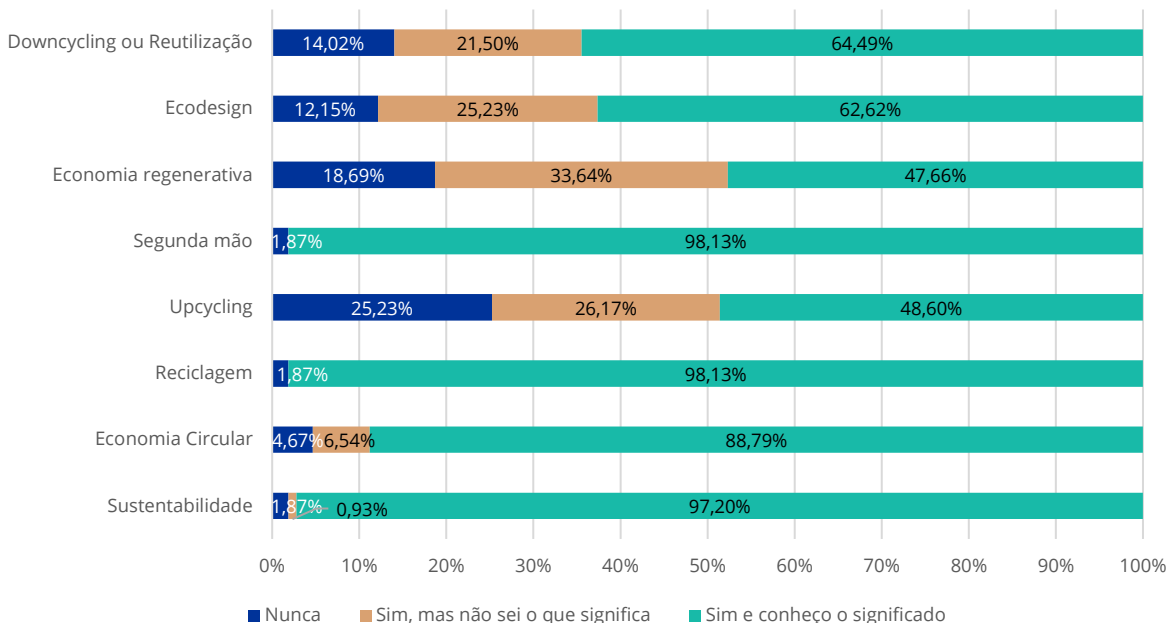


Gráfico 15: I. 21. Já ouviu falar dos seguintes conceitos?



Quando questionados sobre o número de peças compradas a cada temporada, as respostas mais comuns foram “Entre duas e quatro” e “Há temporadas em que não compra nada. Só compro roupa quando preciso”, com aproximadamente 37,4% das respostas dos inquiridos a selecionar cada uma das opções. Este facto demonstra, mais uma vez, a existência de diferentes tipologias de consumidores, como pode ser observado nas respostas fornecidas à pergunta 7 do presente inquérito («Frequência de Compra de Roupas»).

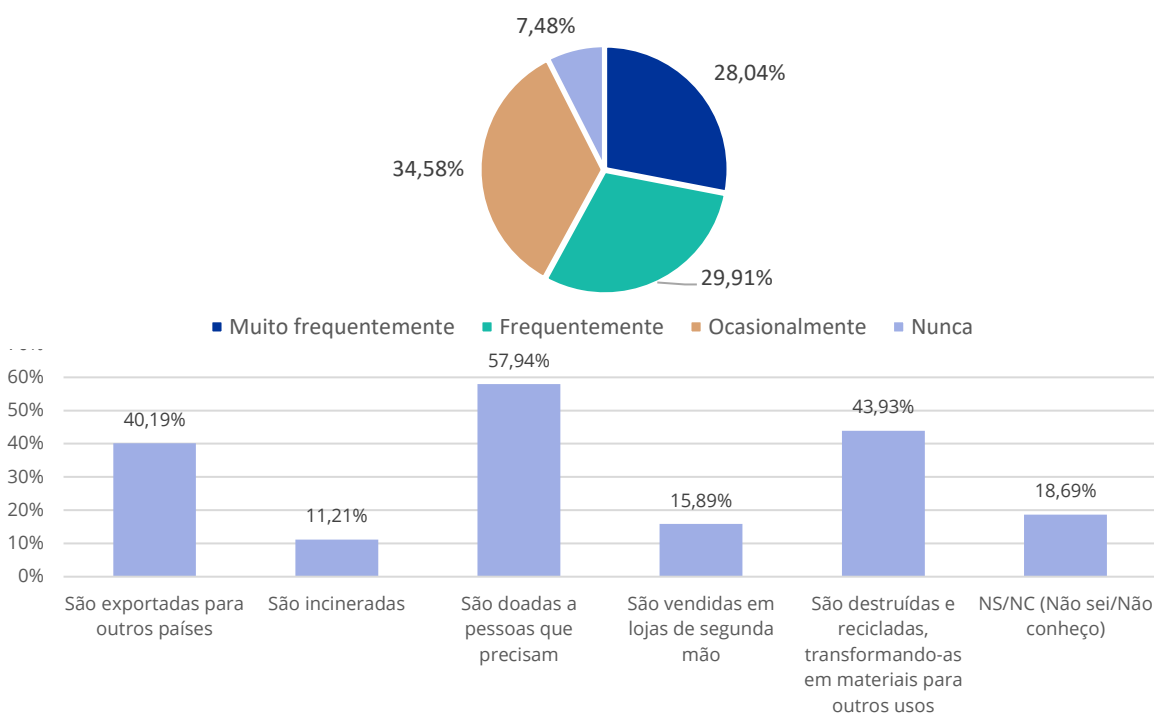
No que concerne à literacia na área da sustentabilidade, os inquiridos revelam fortes conhecimentos dos conceitos «Segunda mão», «Reciclagem», «Sustentabilidade» e «Economia Circular», respetivamente, com 98,13%, 98,13%, 97,20% e 88,79%. Por outro lado, os conceitos de «Upcycling» e «Economia regenerativa» são os que apresentam menor nível de conhecimento e compreensão, com apenas 48,60% e 47,66% dos consumidores a reconhecerem a palavra e o seu significado, respetivamente. Tal poderá indicar a existência de alguns termos mais comumente difundidos pela sociedade, contudo outros a, ainda, não terem uma divulgação proeminente.

Gráfico 16: I. 22. Acredita que se tivesse mais acesso a informações sobre consumo sustentável ou pudesse avaliar a sustentabilidade das peças de roupa, mudaria os seus hábitos de consumo?



A informação disponível sobre consumo sustentável e a capacidade de avaliação do grau de sustentabilidade das peças de vestuário revela-se decisiva para 20,56% dos inquiridos. Por outro lado, 64,49% dos respondentes afirmaram que provavelmente mudariam os seus hábitos de consumo se tivesse mais acesso a informações sobre consumo sustentável. Tal abertura poderá demonstrar alguma recetividade por parte dos consumidores caso haja uma maior difusão de informação sobre moda sustentável. Não obstante, é importante destacar a existência de outros fatores a ter em consideração como o preço.

Gráfico 17: I.23. Considera que as marcas de moda praticam "greenwashing"?

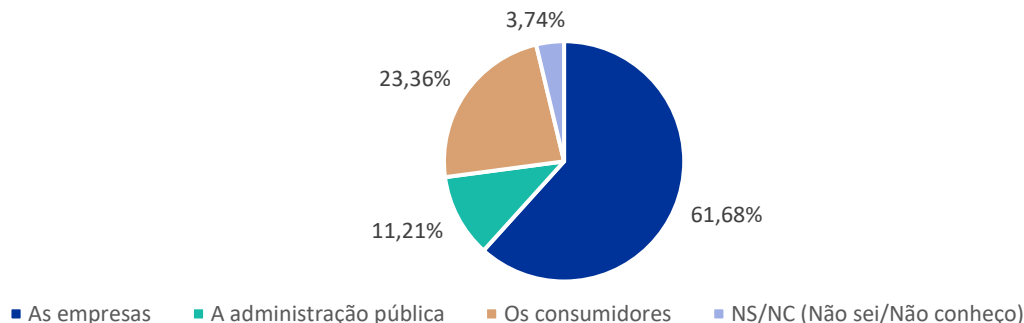


Na questão 23 «Considera que as marcas de moda praticam “green washing”, mais de 90% dos inquiridos acredita este é um ato usual das mesmas, destacando o elevado grau de ceticismo dos consumidores quanto à legitimidade das diferentes ações e produtos com o rótulo de sustentabilidade. Deste modo, a difusão de informação referente a sustentabilidade, poderia alterar algumas ideologias que os consumidores apresentam, indo ao encontro da disponibilidade dos mesmos para mudarem os seus hábitos caso tivessem acesso a mais informação.

No que concerne ao destino final das peças de roupas depositadas nos contentores especiais, a doação a pessoas reúne o maior consenso entre os inquiridos, com uma percentagem de 57,94%. A transformação

das roupas para outros usos revela-se como uma outra opção, com uma percentagem de 43,93%. Não obstante, uma relevante percentagem da amostra, 40,19%, acredita, também, na exportação das peças para outros países, levantando questões quanto à sua sustentabilidade e destino final. De notar que esta pergunta permitia a seleção de mais que uma resposta, resultando numa percentagem total superior a 100%:

Chart 19: I. 25. Quem acha que é o principal responsável por promover a sustentabilidade na moda ?



Quando questionados sobre quem incide a responsabilidade da promoção da sustentabilidade, 61,7% dos inquiridos acredita que o ónus da mesma recai sobre as empresas; com 23,4% a defenderem que essa responsabilidade pertence aos consumidores, enquanto 11,2% considera ser do domínio da administração pública. A distribuição da responsabilidade pelas três tipologias demonstra que não há um consenso entre os consumidores – apesar da maior incidência sob as empresas – nesta temática.

Gráfico 20: I. 26. Gostaria de estar mais informado/a sobre temas relacionados à sustentabilidade?

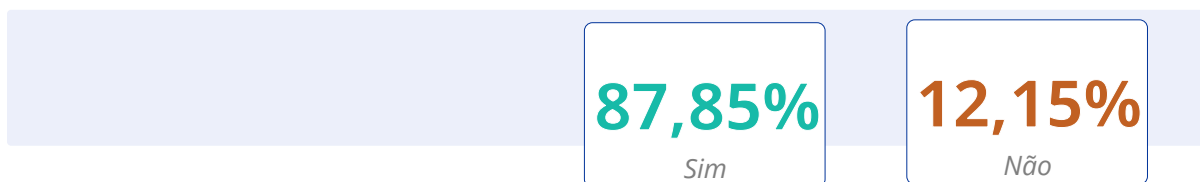
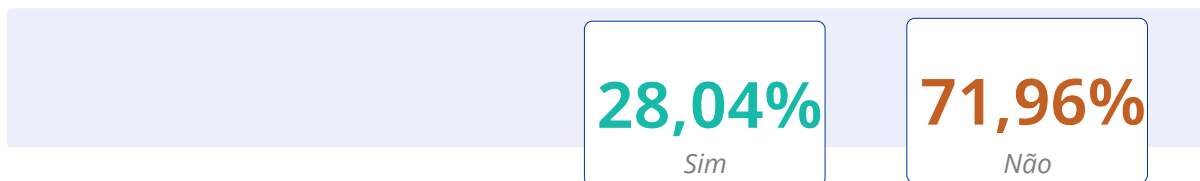


Gráfico 21: I. 27. Dá permissão para que entremos em contacto consigo para assuntos relacionados com a economia circular?





Para finalizar, 87,85% dos inquiridos revelou-se interessado em estar mais informado sobre temas relacionados com a sustentabilidade e 28,04% mostrou-se aberto a um contacto para questões complementares relacionadas com a economia circular.

1.2 Inquérito Empresas

De seguida serão apresentados os resultados referentes aos inquéritos levados a cabo junto de empresas do setor têxtil, maioritariamente da região do Vale do Ave. O objetivo do inquérito a este grupo passou por compreender o valor atribuído pelas empresas do setor a questões relacionadas com a sustentabilidade, bem como aferir o seu posicionamento face à economia circular.

Gráfico 22: II. 6. Número de Empregados

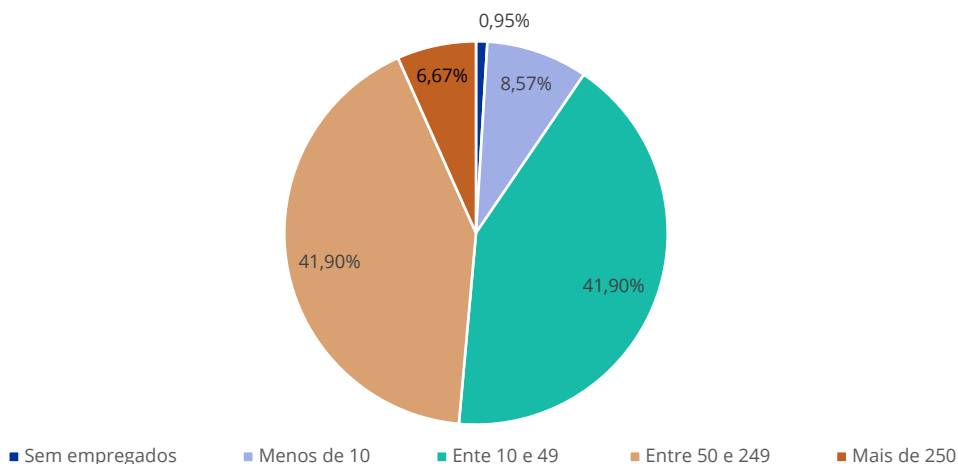
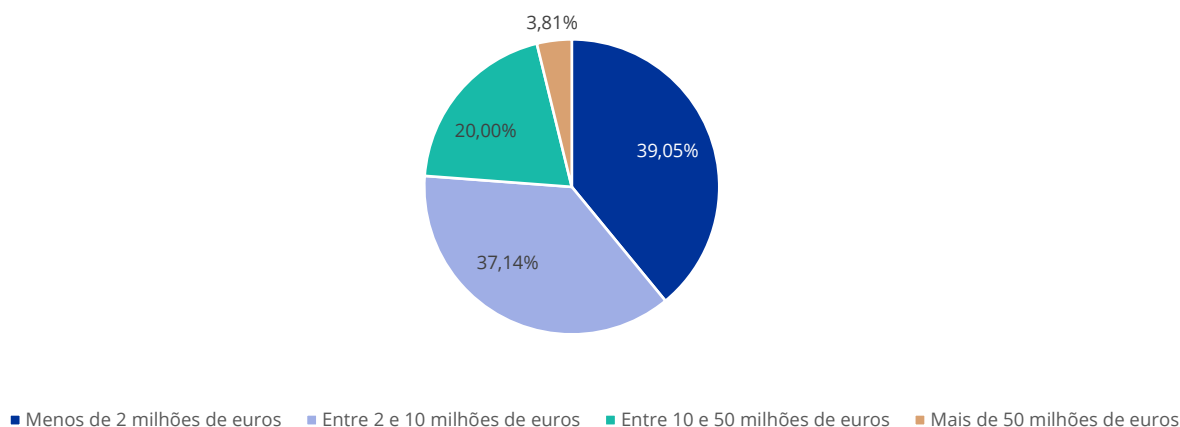


Gráfico 23: II. 7. Faturação do último ano



Dos resultados obtidos, é importante ressaltar a grande expressividade das médias empresas, nomeadamente empresas com entre 10 a 49 funcionários (41,90%); e com entre 50 a 249 funcionários (41,90%). Deste universo de empresas, 39,05% faturou menos de 2 milhões de euros no último ano, e 37,14% faturou entre 2 e 10 milhões de euros em 2023.

Na questão número 8 do presente estudo, foi solicitado aos inquiridos que indicassem a atividade principal da sua empresa. Sendo esta questão de cariz aberto e sem resposta padronizada, existe uma pluralidade de respostas: desde produtores de têxteis lar, a empresas de produção de vestuário, empresas de tecelagem, especialistas em bordados, empresas de tinturaria e acabamento têxtil, produção de têxteis técnicos, empresas de estampagem e sublimação, empresas de branqueamento e tingimento, confecção de vestuário em série, produtores de fibras têxteis para isolamento térmico, produtores de têxteis de alta visibilidade, entre variadas outras tipologias. Contudo, é de sublinhar a prevalência das empresas destinadas à produção de têxteis-lar e vestuário (quer para adultos, jovens e/ou crianças; peças interiores, exteriores e/ou acessórios), bem como empresas de tinturaria e acabamentos.

Gráfico 24: II. 9. Qual é, segundo a sua perspetiva, a proporção da atividade que a empresa dedica a operações relacionadas com o desenvolvimento sustentável e a economia circular?

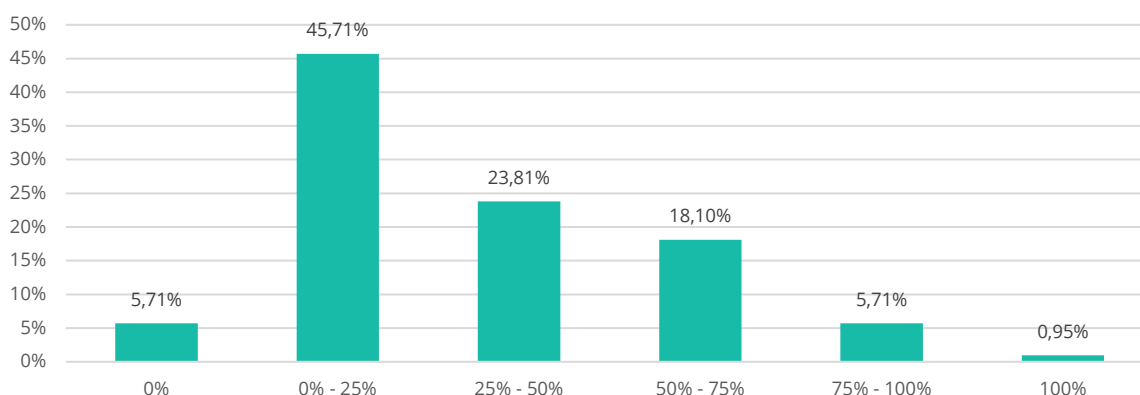


Gráfico 25: II. 10. Acredita que a percentagem indicada aumentará nos próximos 3 anos?

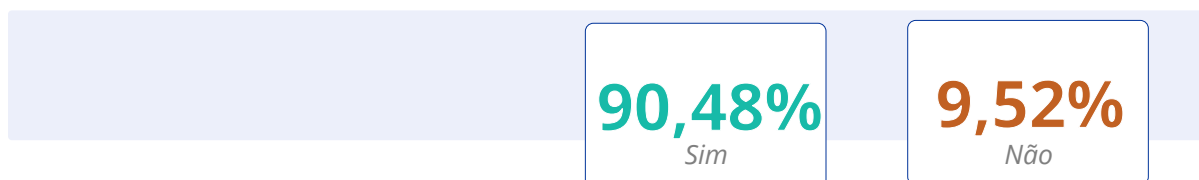
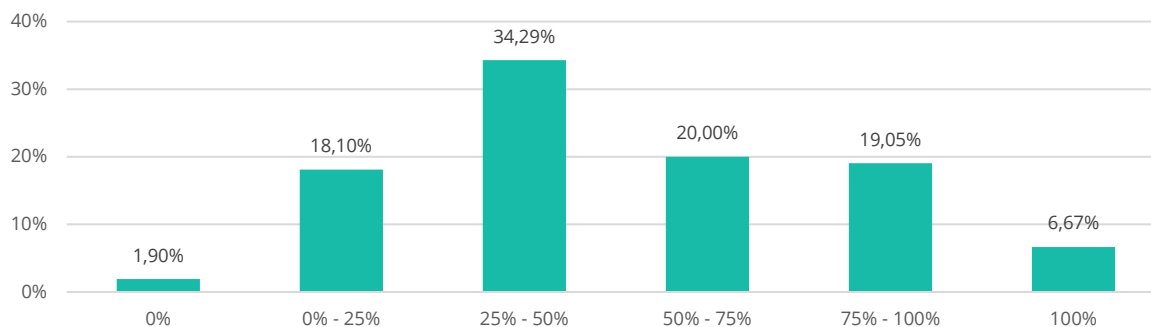
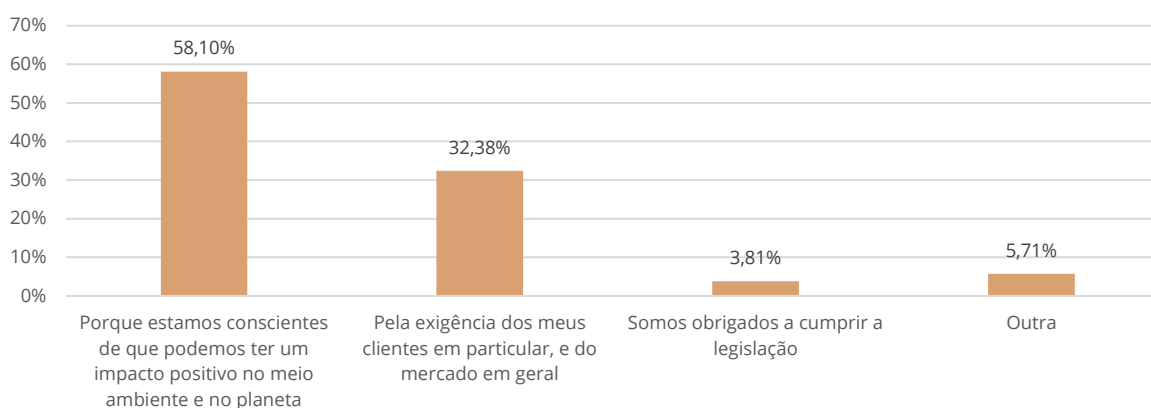


Gráfico 26: II. 11. Qual é a percentagem estimada para os próximos 3 anos?



No que diz respeito à proporção da atividade que a empresa dedica a operações relacionadas com o desenvolvimento sustentável e a economia circular, mais de metade dos inquiridos (51,42%) respondeu dos «0% aos 25%», sendo que desses 51,42%, 5,71% dedica 0%. Contudo, quando inquiridos sobre se o valor de investimento em atividades relacionadas com a sustentabilidade e economia circular iria aumentar nos próximos três anos, as empresas mostraram uma atitude bem mais positiva, com a esmagadora maioria dos inquiridos (90,48%) a responderem afirmativamente. Numa questão de seguimento sobre qual a percentagem esperada para os próximos três anos, a opção entre os «25% e os 50%» passa a ser a mais prevalente (com 34,29%), com resultados bastante próximos para as opções dos «0% aos 25%», «50% aos 75%» e «75% aos 100%» - demonstrando um otimismo e uma clara intenção por parte do tecido empresarial português do setor em apostar em mecanismos mais verdes e ecologicamente responsáveis.

Gráfico 27: II. 12. Porque considera importante promover a economia circular?



Quando questionados sobre porque consideram importante promover a economia circular, 58,10% dos inquiridos indicam a consciencialização de que tais práticas têm um impacto positivo no meio ambiente e no planeta como a principal razão. Por outro lado, 32,38% apontam as exigências dos seus clientes e do mercado; com apenas 3,81% das empresas a indicar que promovem a economia circular por obrigação, face às normas legislativas vigentes.

Note-se, ainda, que uma empresa inquirida indicou, ainda, que todas as opções são relevantes.

Gráfico 28: II. 13. A empresa tem uma estratégia de sustentabilidade e um plano de implementação definido?

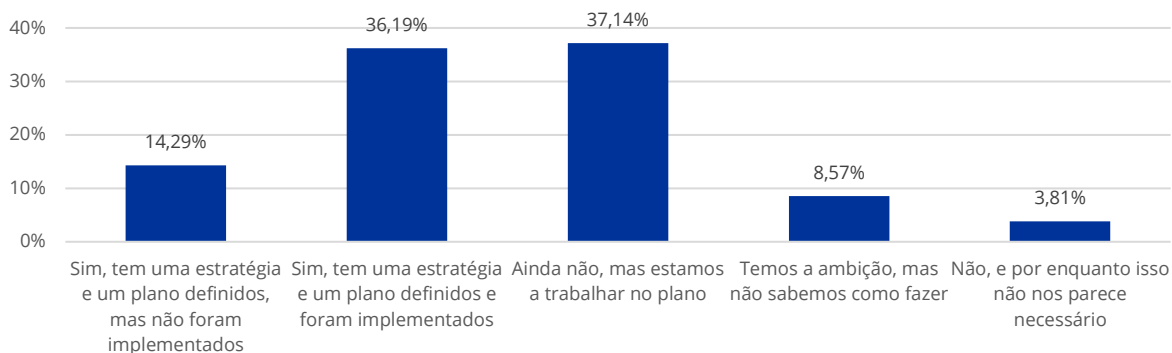
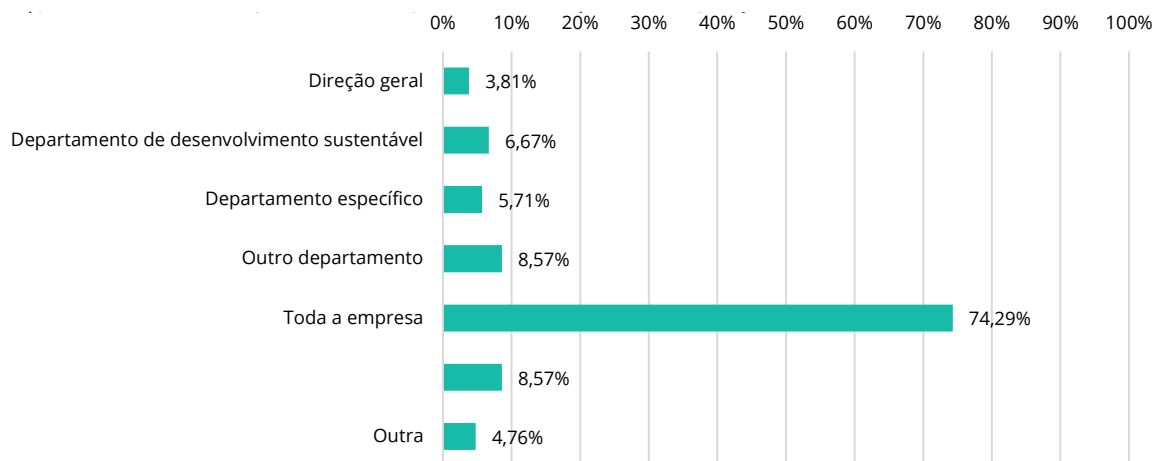


Gráfico 29: II. 14. Em que departamentos da empresa as práticas iniciadas têm maior impacto?

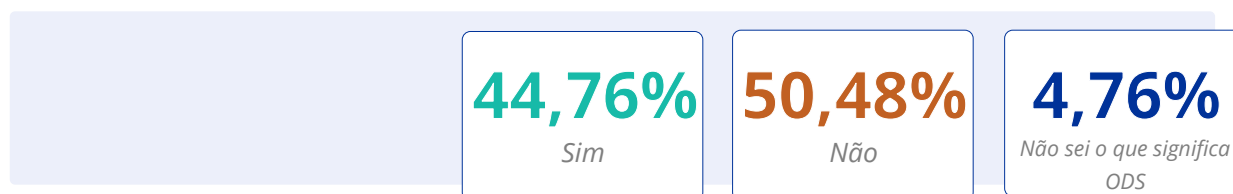


Das empresas contactadas, 36,19% referiram que têm uma estratégia de sustentabilidade e um plano de implementação definidos e que os mesmos foram implementados. No reverso, 14,29% das empresas diz

já ter uma estratégia e plano definidos, mas que não terão sido implementados. Paralelamente, 37,14% das empresas refere que, ainda, não tem um plano e estratégia, mas estarão a trabalhar nesse sentido; e 8,57% revelaram ambição, mas não sabem como fazê-lo. Por fim, denota-se que, apenas, 3,81% dos inquiridos não demonstram interesse no tema.

A maioria das empresas contactadas em prol do presente estudo (74,29% dos inquiridos) refere, ainda, que as práticas iniciadas, relacionadas com a sustentabilidade e economia circular, têm um impacto transversal em toda a empresa. Outras opções possíveis incluíam a direção geral das empresas (3,81%), departamentos de desenvolvimento sustentável (6,67%), departamento de meio ambiente (5,71%), e departamentos de marketing e comunicação (8,57%). Note-se, também, que 8,57% dos inquiridos afirma, ainda, que as práticas não têm qualquer efeito em nenhum dos departamentos da sua empresa. Adicionalmente, para os 4,76% que selecionaram a opção «Outra», evidenciaram ainda os departamentos de qualidade e certificação, e a própria produção.

Gráfico 30 - II. 15. A sua empresa conhece os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)?



No que concerne à questão 15 do questionário, referente à temática dos «Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)» e se a sua empresa tem conhecimento do seu significado, os resultados mostram-se bastante equilibrados:

- 44,76% confirmam ter conhecimento sobre a matéria;
- 50,48% declaram não ter conhecimento algum;
- 4,76% admitem não conhecerem o significado do termo «ODS».

A pergunta 16, sendo uma resposta de continuação à questão anterior, procurou compreender de que forma as empresas que conhecem os ODS inserem esta estratégia na estrutura da empresa. Assim, foi solicitado aos inquiridos que indicassem de que forma poderão implementar esta prática no dia a dia - algumas das respostas recolhidas foram:

Tabela 1 - II. 16. Se a resposta anterior for sim, explique brevemente como trabalham. Se foi Não, escreva N/A.

1.	Estamos a atuar em todas as diferentes dimensões ESG, nomeadamente de modo a incidir sobre cada um dos 17 ODS, com especial foco, nesta fase, nos ODS 3,5,7,8,9,10,12,13 e 14.
----	--

2.	São dimensões que procuram uma orientação comum para atingirmos um desenvolvimento sustentável global.
3.	Já ouviram falar, mas não é algo que é aplicável de momento.
4.	Não tem grande conhecimento.
5.	Uso de material e produtos recicláveis.
6.	Articulação de todo o material e matéria-prima. Em falta: a questão energética, ainda não implementaram, mas pretendem instalar painéis solares.
7.	Definimos 2 ODS para trabalhar mais afincadamente.
8.	Ações de sensibilização, políticas de compliance, energias renováveis.
9.	Após a equipa conhecer os ODS, deram a opinião em quais podemos contribuir. Estamos a definir um plano de ação.
10.	Trabalhamos de acordo com as normas implementadas pelas empresas certificadoras, sensibilizados para atingirmos o objetivo principal. A intenção é sempre ajudarmos o meio ambiente.
11.	Produzir com a máxima de eficiência e rentabilidade - respeitar todas as normas ambientais.
12.	Nos meses de verão a empresa labora utilizando apenas energia solar, o que permite uma redução das emissões de dióxido de carbono. Para além disso, a empresa promove o bem-estar entre todos os funcionários através de uma cultura de feedbacks constantes e de uma boa comunicação. Por outro lado, um dos princípios fundamentais da empresa é a igualdade de género, havendo atualmente um número muito idêntico de trabalhadores do sexo masculino e do sexo feminino.
13.	Investimentos em fontes de energia sustentáveis.
14.	Os objetivos empresariais e de eficiência de processos bem como targets de sustentabilidade dão resposta a alguns dos ODS, materializando-se no seu acompanhamento e planos associados.
15.	Os ODS mais trabalhados na organização são: ODS5 - Igualdade de género; ODS 6 - Garantir a gestão sustentável da água; o ODS 8 - trabalho digno para todos; ODS 13 - Adoção de medidas para combater as alterações climáticas; ODS14 e 15 - Medidas de proteção dos oceanos e dos solos.
16.	A empresa já lançou o 1º relatório de sustentabilidade, foi realizada a pegada de carbono, estamos a criar estratégias para a realização do passaporte digital e avaliação do ciclo de vida dos produtos, bem como a durabilidade dos mesmos.
17.	Fazemos parte do Pacto com a Global Compact.
18.	Subscrevemos os objetivos nº7, 8, 9, 12, 13 e 17 através do comprometimento com a carta dos princípios do BCSD, os Science Based Targets e outras parcerias/projetos.

19.	Desenvolvemos várias iniciativas de carácter ambiental e social com a comunidade em geral para melhorar as condições ambientais e de vida, bem como apoiamos financeiramente e logisticamente associações que permitem ir de encontro aos ODS.
20.	Cumprimento da legislação em vigor em termos de responsabilidade social (legislação laboral) e ambiental (gestão de resíduos e químicos); Definir anualmente objetivos de melhoria contínua em termos de sustentabilidade e responsabilidade social (reduzir consumos e impactos ambientais, definir e manter benefícios aos colaboradores, como medicina curativa, oferta da vacina da gripe, ginásio, etc); promover e desenvolver (in)formação; Investimento constante na produção e utilização de energia solar através do aumento da instalação de painéis solares; Aposta em rótulos ecológicos nos nossos produtos; entre outros.
21.	Reaproveitamento de águas, reciclagem de resíduos, energia de painéis solares.

Através do gráfico acima (referente à questão 16), é possível retirar algumas conclusões sobre quais as práticas mais implementadas pelas empresas. De igual forma, é possível analisar quais as medidas que começam a ganhar terreno neste setor; bem como quais as medidas que, por variados motivos, como a falta de conhecimento, falta de meios, ou impraticabilidade, ainda, não foram aplicados nas estruturas das empresas.

A este nível, medidas como a utilização de materiais reciclados (74,29%), design para prolongar a durabilidade (40,95%), uso de tecnologias para reduzir perdas de produção (48,57%), uso de sistemas de produção sob a exigência de reduzir a superprodução (35,24%), rastreabilidade (52,38%), e uso de certificações (GOTS, CRS, OekoTex, entre outras) (80,95%) são já amplamente utilizadas pelas empresas. Em contrapartida, medidas como a gestão de recolha em loja de roupas usadas (73,33%), venda em segunda mão (74,29%), aluguer ou equivalente (81,90%) e o passaporte digital (31,43%) são medidas, ainda, não implementadas pelas empresas - tendo os inquiridos selecionado a opção «Não me interessa». Num patamar intermédio, os inquiridos referem, ainda, algum interesse em medidas como o design para facilitar o desmantelamento (30,48%), cálculo do impacto de carbono dos produtos (27,62%), análise do ciclo de vida dos artigos (30,48%) e novos modelos comerciais baseados na economia circular (28,57%) - referindo ter estas possíveis medidas em mente ou já ter iniciado a análise das mesmas.

Gráfico 31 - II. 17. Quais das seguintes práticas já começaram a aplicar?

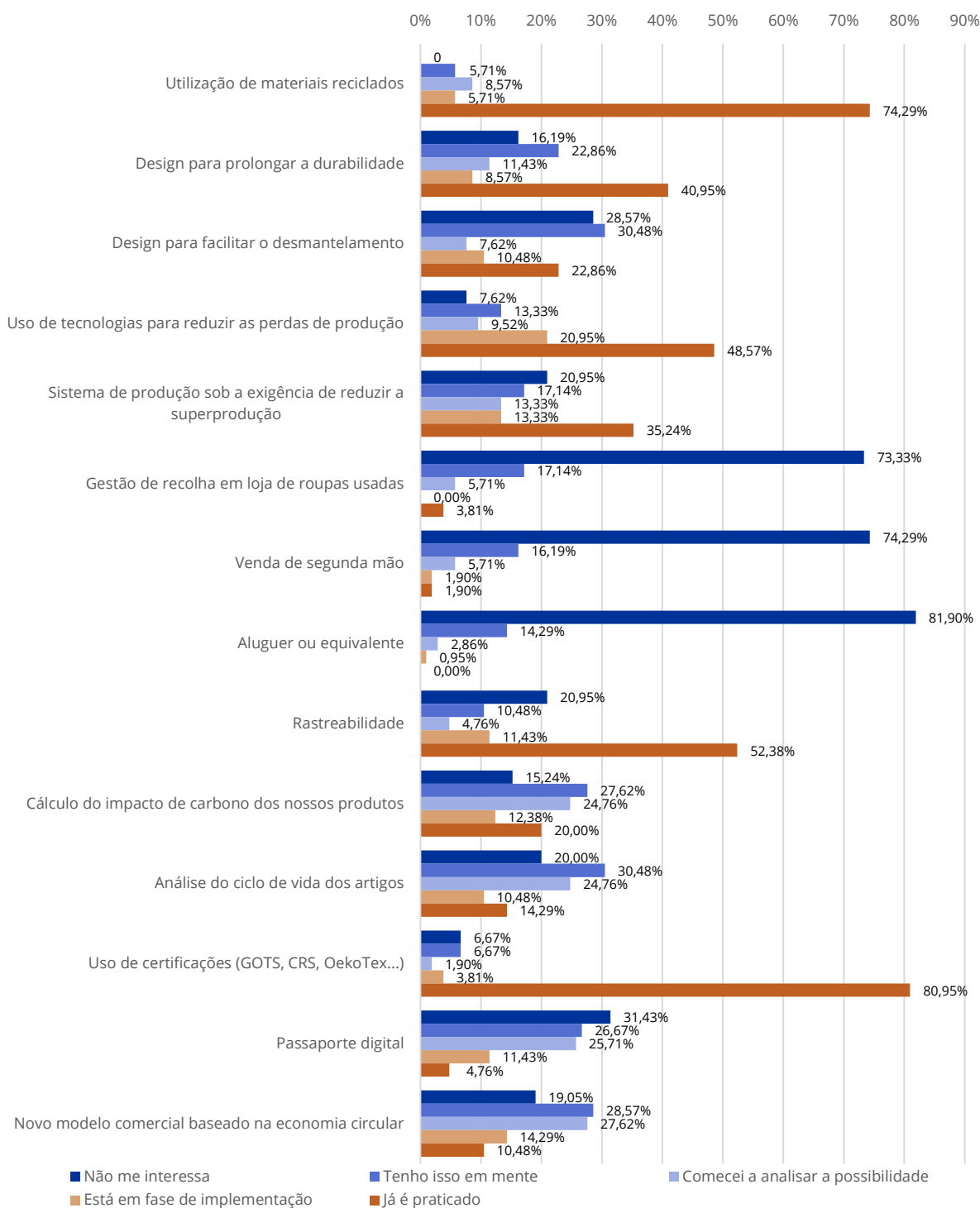


Tabela 2 - II. 19. Quais são os principais desafios que enfrentam na implementação da economia circular?	
Afirmação	Média de Prioridade (1 a 10)
Conheço a existência da legislação, mas considero que não tem maturidade suficiente para saber claramente que rumo tomar	5,57
Custos elevados	7,33
Falta de apoio da administração	4,00
Não tenho a tecnologia adequada	5,46
Resistência interna à mudança	4,45
Dificuldade de acesso a procedimentos e tecnologias acessíveis e padronizadas para calcular o impacto dos meus produtos e processos	6,00
Falta de pessoal especializado	5,80
Falta de confiança na legislação europeia, acredito que haverá atrasos e mudanças. Além disso, faltará inspeção e vigilância para controlar o cumprimento e evitar a concorrência desleal	5,53
Não encontro matérias primas recicladas com a qualidade suficiente que meu produto necessita	5,30
Falta de conhecimento de empresas ou entidades para gerir o resíduo têxtil gerado	5,50

Tabela 3 - II. 21. Quais apoios lhe pareceriam úteis?	
Afirmação	Média de Prioridade (1 a 6)
Formação	5,00
Assessoria técnica	4,89
Subvenções públicas	4,60
Acesso a bases de dados de fornecedores de matérias primas inovadoras	4,80

Acesso a um repositório com toda a legislação para consultar	4,90
Conhecimento de boas práticas inspiradoras	4,76

Quando inquiridas sobre quais os principais desafios que enfrentam na implementação da economia circular (questão 19), foram apresentadas às empresas 10 possíveis fatores, a avaliar de 1 a 10, de acordo com a prioridade (sendo 1 menos prioritário, e 10 o mais prioritário). Da mesma forma, para a questão «Que apoios lhe pareciam úteis?» (questão 21), foram apresentados 6 possíveis apoios, a avaliar de 1 a 6, dependendo da prioridade (sendo 1 menos prioritário, e 6 o mais prioritário).

Para a questão 19, de destacar as médias mais elevadas para:

- Custos elevados (7,33);
- Dificuldade de acesso a procedimentos e tecnologias acessíveis e padronizadas para calcular o impacto dos produtos e processos (6,00);
- Falta de pessoal especializado (5,80);
- Por outro lado, os potenciais motivos apresentados com a menor média foram:
- Resistência interna à mudança (4,45);
- Falta de apoio da administração (4,00);

Já no que concerne à existência de outros motivos ou restrições que não os mencionados no enunciado da questão (questão 20), alguns dos inquiridos indicaram ainda a falta de apoio ao investimento, análise de custos e falta de ajuda na aplicação de diretivas governamentais, a falta de legislação em mercados externos (tornando-os mais atrativos para o comércio), uma falta de preocupação verdadeira pelo tema da sustentabilidade e economia circular (afirmando que o lucro ainda é o principal motivador das empresas) e a mudança do paradigma da procura em função do preço.

Para a questão 21, relativa aos principais desafios que enfrentam na implementação da economia circular, de destacar as médias mais elevadas para:

- Formação (5,00);
- Acesso a um repositório com toda a legislação para consulta (4,90);
- Assessoria técnica (4,89);

A média mais baixa (mas ainda assim de valor considerável):

- Subvenções públicas (4,60);

De igual forma, quando questionados sobre se existem outros apoios de interesse que não os mencionados na lista, os inquiridos referiram ainda a falta de apoios e a discrepância na atribuição dos mesmos (denotando as exigências díspares, por exemplo, na atribuição e apoios às certificações) e motivações e incentivos para trabalhadores com formação especializada na área.

Gráfico 32: II. 23. Os funcionários receberam formações específicas em economia circular?

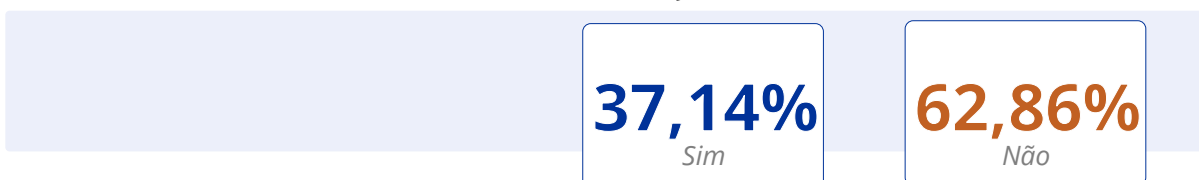
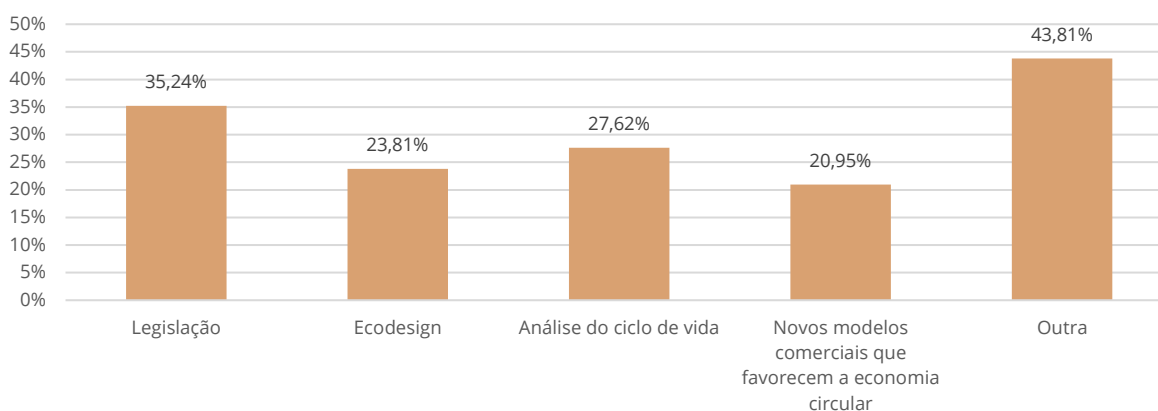


Gráfico 33: II. 24. Sobre qual temática receberam formações sobre economia circular?



62,86% das empresas inquiridas responderam negativamente à questão vinte e três (sobre se receberam formações específicas em economia circular), sendo que apenas 37,14% das empresas já receberam formações especificamente relacionadas com a economia circular. Entre as empresas que responderam de forma positiva, de salientar a temática «Legislação» (35,24%), seguida de «Análise do ciclo de vida» (27,62%). Contudo, 43,81% escolheu a opção «Outros» (43,81%), evidenciando tópicos como:

- Ambiente e prática ambiental;
- Controlo químico;
- Desperdícios e aproveitamento da matéria-prima;
- Eficiência e práticas energéticas;
- Medidas para redução do consumo de água;

- Químicos e energia;
- Reciclagem e sustentabilidade na indústria têxtil.

Quando questionadas sobre que tipo de formações seriam importantes para as empresas, foram obtidas algumas das seguintes respostas:

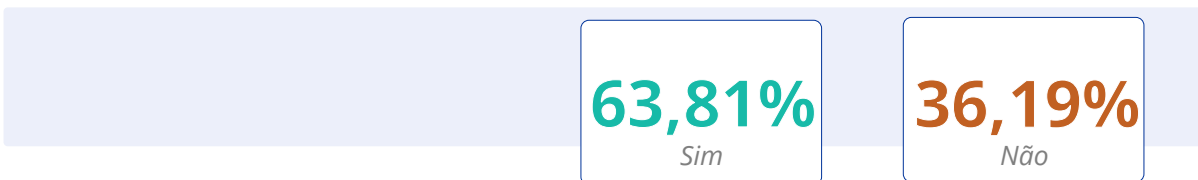
Tabela 4 - II. 25. Que tipo de formação lhe pareceria importante?	
1.	Legislação, Análise do ciclo de vida.
2.	Desenvolvimento de Economia Circular.
3.	Modelos comerciais que favorecem economia circular e importância da economia circular para um futuro sustentável.
4.	LEGISLAÇÃO/AÇÕES DE ESCLARECIMENTO SOBRE O PASSAPORTE DIGITAL E OS PROCEDIMENTOS QUE VAO ACARRETAR NUM FUTURO BREVE.
5.	Protocolos a cumprir com fornecedores.
6.	Promoção de produtos e certificações.
7.	Formações de fornecimento de matérias-primas e legislação.
8.	Responsabilidade Social, Formações de comportamentos.
9.	GESTAO DE EQUIPAS.
10.	Economia Circular - Metodologias para a transição nas empresas.
11.	Legislação, pegada de carbono.
12.	Ciclo de vida.
13.	FORMAÇÃO EM CUSTOS SOBRE PROCESSOS ECOLÓGICOS E OBJETIVOS REAIS.
14.	Como adaptar a economia circular ao nosso modelo de trabalho.
15.	Conceitos gerais.
16.	Sustentabilidade dos processos produtivos.
17.	Desperdício.

18.	Matérias-primas mais responsáveis e métodos de produção menos prejudiciais para o ambiente.
19.	Ecodesign.
20.	A economia circular não é só o que mais importante. Eu considero que a capacidade de reduzir desperdícios nas fases produtivas muito importante e é nesse campo que eu vejo necessidades de formação.
21.	Fio orgânico.
22.	Eficiência produtiva.
23.	Ter noção das realidades de outras empresas que já praticam.
24.	Importância Economia Circular; Importância do consumo responsável; certificações de temas sustentáveis.
25.	Ciclos fechados de produção e consumo - sistemas que permitem a reabsorção e reciclagem contínua de materiais.
26.	Todas as acima citadas.

Na questão 26 foi, ainda, dada a oportunidade aos inquiridos de deixar alguma informação, questões ou comentários complementares relacionados com a economia circular – de realçar dois comentários deixados:

- «De um modo geral, formações exigem mais custos e para as pequenas e médias empresas isso acarreta dificuldades»;
- «A utilização de economia circular irá depender dos pedidos dos clientes, o cliente cada vez mais é que define os seguintes passos».

Gráfico 34: II. 27. Concorda em ser contactado para perguntas complementares relacionadas com a economia circular?

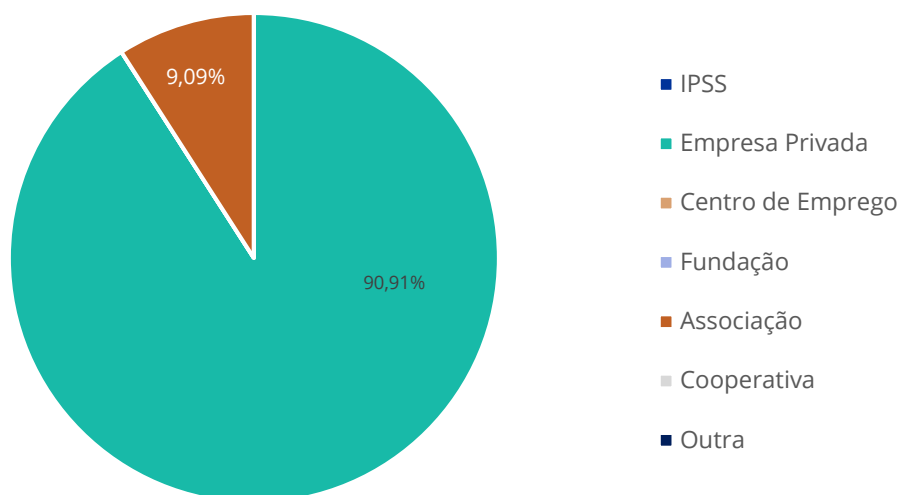


Por fim, 63,81% dos inquiridos mostrou abertura a um recontacto para questões complementares relacionadas com a economia circular (tendo 67 inquiridos deixado o seu correio eletrónico para este fim).

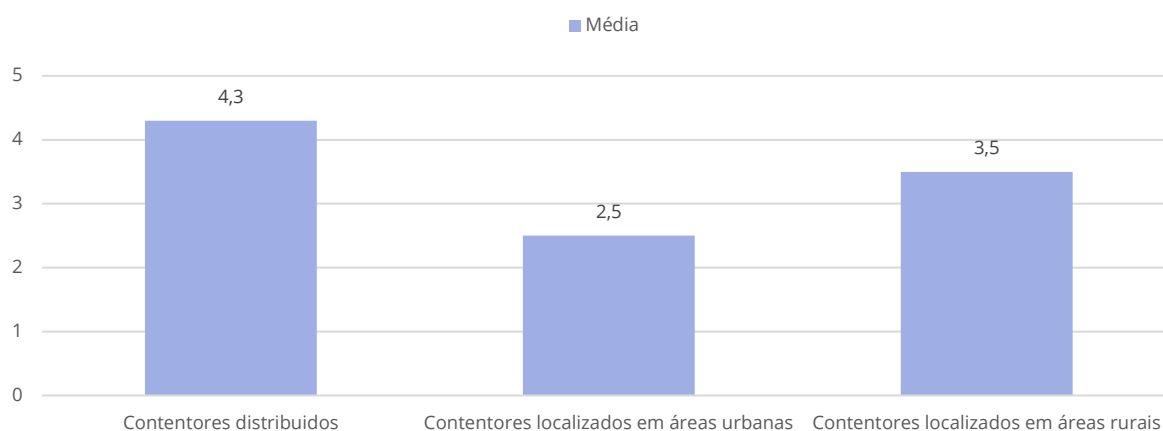
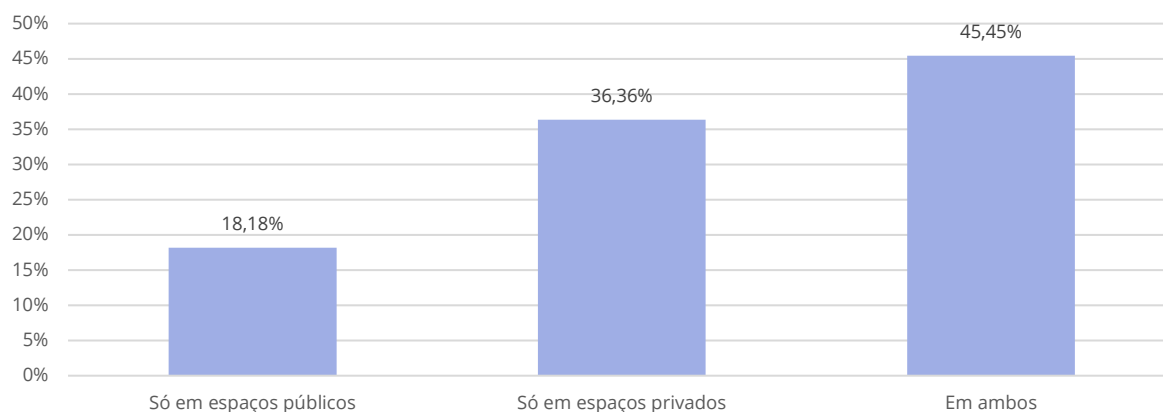
1.3 Inquérito Entidades de Recolha

No que concerne às entidades de recolha, as respostas obtidas provem, essencialmente, de organismos da região Vale do Ave. Assim, de seguida são apresentados os resultados obtidos, pretendendo-se compreender quais os principais métodos de recolha utilizados, bem como a disponibilidade de contentores para esta finalidade e objetivos associados ao processo.

Gráfico 35: III. 1. Tipo de entidade



Partindo da análise ao perfil das entidades de recolha inquiridas, é possível aferir que a maioria das respostas são provenientes de empresas privadas (90,91%). No que diz respeito à sua área de atuação, observa-se uma distribuição geográfica diversificada. As regiões Norte e Centro concentram um número significativo de entidades, com destaque para os Distritos do Porto, Braga e Aveiro. A atuação também é notável na Região de Lisboa e Vale do Tejo, que se revela como uma área de realce. No sul do país, o Alentejo também apresenta relevância, embora em menor escala em relação às outras regiões mencionadas.

Gráfico 36: III. 3./4. Contentores**Gráfico 37: III. 5. Os contentores são colocados exclusivamente em espaços públicos ou também em espaços privados?**

Tendo por base a análise do gráfico das questões 3/4 relativo aos contentores, é possível observar que, em geral, há uma distribuição relativamente alta de contentores em áreas não especificadas ou possivelmente, abrangendo múltiplas áreas (média de 4,3), seguido pela distribuição em áreas rurais (3,5) e, por último, áreas urbanas (2,5). Neste sentido, os dados evidenciam que há um esforço na colocação desses contentores para facilitar a recolha de materiais têxteis para reciclagem ou reutilização. Contudo poderá haver uma lacuna na infraestrutura de recolha nas áreas com menos contentores. Desta forma, verifica-se uma oportunidade de melhoria da acessibilidade à infraestrutura de reciclagem nestas regiões mais densamente povoadas.

No que concerne à localização dos contentores (gráfico 5), regista-se uma predominância de contentores tanto em espaços públicos quanto privados (45,45%), refletindo uma estratégia para maximizar o acesso

e proporcionar maior conveniência aos usuários. Contudo, importa ressaltar que 36,36% dos contentores estão colocados exclusivamente em espaços privados, comparativamente a 18,18% em espaços públicos. Estes resultados sugerem uma preferência ou necessidade de posicionar contentores em áreas controladas, o que pode influenciar a acessibilidade para a população em geral. Assim, uma abordagem flexível de localização dos contentores pode ser crucial para alcançar uma cobertura ampla e eficaz na reciclagem de têxteis, contribuindo significativamente para os objetivos de sustentabilidade do setor.

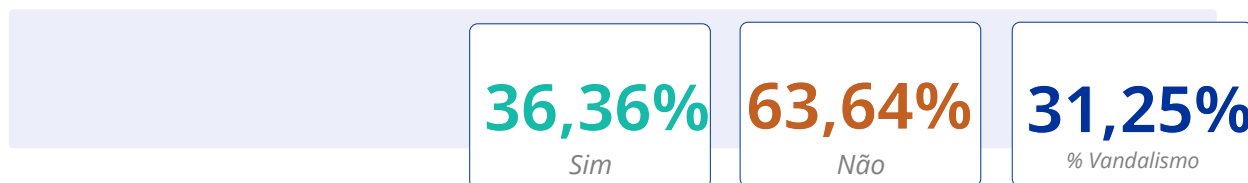
Além disso, a falta de sistemas tecnológicos adequados para rastrear e otimizar a recolha de têxteis representa uma grande oportunidade para parcerias com startups tecnológicas centradas na logística sustentável.

Gráfico 38: III. 6. Os contentores sofrem vandalismo?



No que concerne a questões de vandalismo, os dados revelam que 45,45% dos contentores de recolha são afetados por vandalismo. Estes resultados apontam que quase metade dos contentores enfrentam desafios relacionados ao vandalismo, o que pode afetar negativamente a eficácia da recolha e a integridade dos materiais recolhidos. Além disso, estes incidentes podem levar a custos adicionais com manutenção e substituição de contentores danificados, representando um desafio significativo para a gestão sustentável de resíduos têxteis. Deste modo, a questão do vandalismo requer atenção e, possivelmente, a implementação de medidas de segurança ou estratégias para mitigar tais incidências, podendo justificar a colocação dos contentores maioritariamente em espaços privados.

Gráfico 39: III. 7. Possuem estatísticas sobre a percentagem de casos?



Os dados apresentados acima indicam que apenas 36,36% das entidades de recolha possuem informações sobre a percentagem de casos de vandalismo, sendo que 31,25% dessas entidades reportam, efetivamente, tais incidentes. Entre os casos de vandalismo identificados, destaca-se o uso de grafitis em grande parte dos contentores.

Este cenário sugere que a maioria das entidades não monitoriza este tipo de incidentes de forma sistemática, o que pode decorrer de uma falta de recursos ou de uma prioridade reduzida na recolha desses dados. Além disso, a discrepância na recolha e reporte dos dados pode refletir uma subnotificação ou inconsistência, evidenciando a necessidade de melhorar a padronização e o rigor na coleta de informações para uma gestão mais eficaz e para uma melhor tomada de decisão.

Gráfico 40: III. 9. Qual é a distância máxima da sede da entidade até a um contentor?



A análise dos dados revela que a distância média entre a sede das entidades de recolha e o contentor mais distante é de 157,13 km. Esta distância considerável pode representar um desafio logístico significativo, visto que implica um aumento dos custos operacionais e uma menor eficiência das operações de recolha, especialmente se não houver uma otimização das rotas de recolha (como indicado pela ausência de sensores na maioria dos contentores, conforme o gráfico da questão 10).

Gráfico 41: III. 10. Os contentores estão equipados com sensores para otimizar as rotas de recolha?

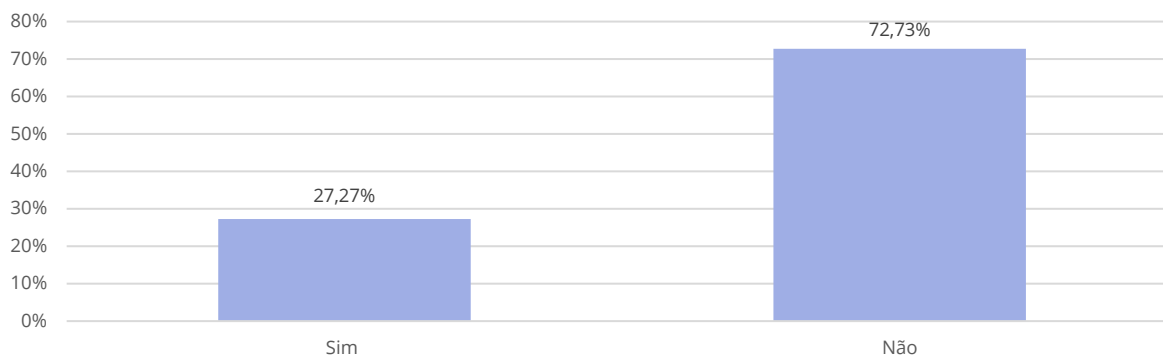
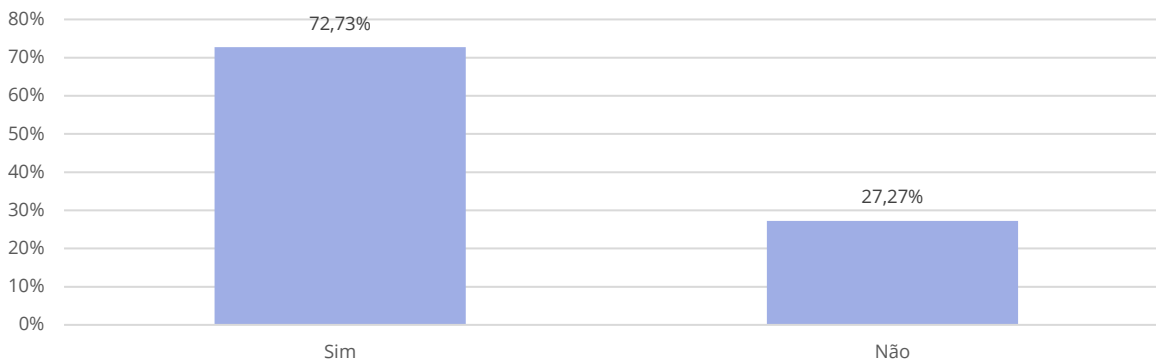


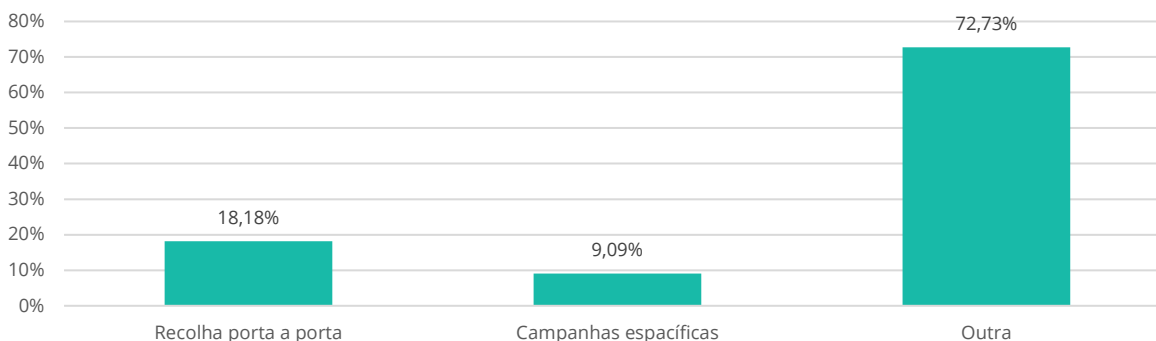
Gráfico 42: III. 11. Além da recolha através de contentores, realizam serviços de recolha porta a porta ou campanhas específicas?



Os resultados obtidos (gráfico da questão 10) indicam que a otimização das rotas de recolha de têxteis através de sensores nos contentores, ainda, não constitui uma prática generalizada entre as entidades inquiridas – apenas 27,27% delas recorrem a esta solução tecnológica. Os restantes 72,73% não utilizam sensores, evidenciando um potencial considerável para melhorar a eficiência e reduzir custos operacionais através da implementação desta ferramenta, havendo, por conseguinte, um mercado por explorar e uma oportunidade para as entidades investirem em soluções inovadoras que permitam uma gestão mais eficiente dos resíduos têxteis.

Além da recolha através de contentores (gráfico da questão 11), a vasta maioria das entidades, cerca de 72,73%, realiza serviços mais personalizados como a recolha porta a porta ou campanhas específicas. Somente uma minoria (27,27%) das entidades inquiridas se restringe à recolha através de contentores. Assim, constata-se que um número significativo de entidades está a diversificar os seus métodos de recolha para melhorar o alcance e a conveniência.

Gráfico 43: III. 12. Tipo de serviço de recolha identificado



No que concerne ao «Tipo de serviço de recolha identificado», a categoria «Outra» domina a distribuição percentual dos diferentes tipos de serviços de recolha de têxteis, com uma percentagem de 72,73%. Tal indica a utilização de diversos métodos além dos mencionados anteriormente. Com base nas informações adicionais fornecidas, é possível aferir que «Outra» abrange uma variedade de práticas, nomeadamente:

- Recolha de têxteis em sacos deixados em locais específicos ou recolhidos diretamente nas residências;
- Triagem prévia dos materiais para garantir qualidade ou destinação específica;
- Utilização de sistemas de informação (IPSS) para gerir o processo de recolha;
- Coleta direta em carrinhas,
- Marcação prévia de recolhas, permitindo um melhor planeamento e otimização das rotas.

Gráfico 44: III. 13. Como planeiam as rotas de recolha de têxteis?

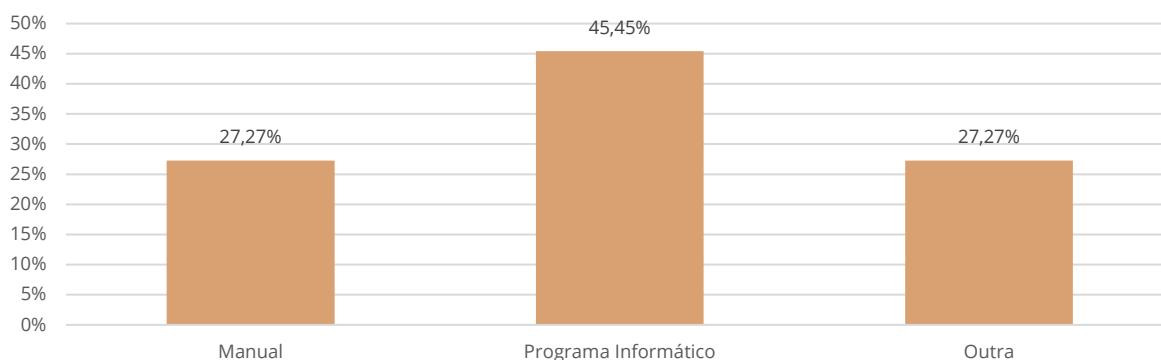
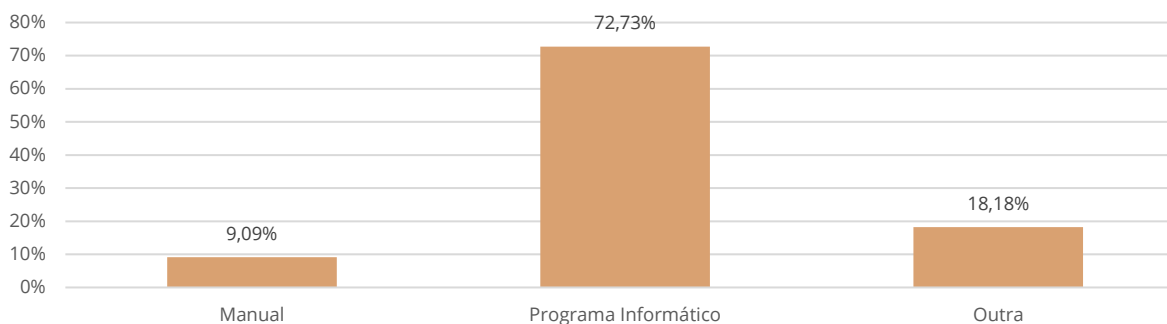


Gráfico 45: III. 14. Como se regista e monitoriza a rastreabilidade dos quilogramas recolhidos?



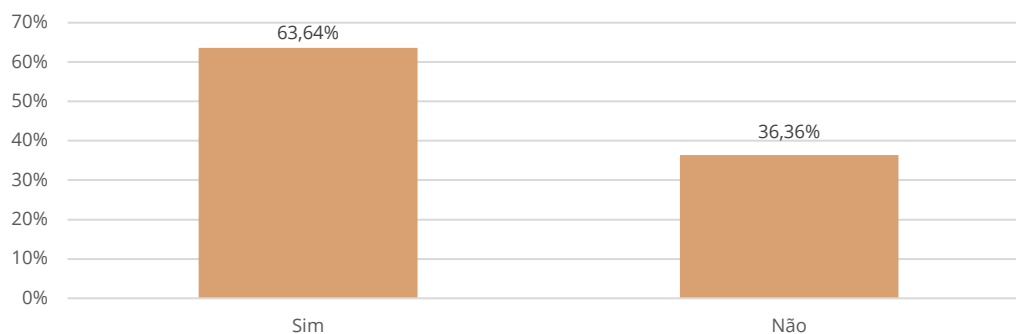
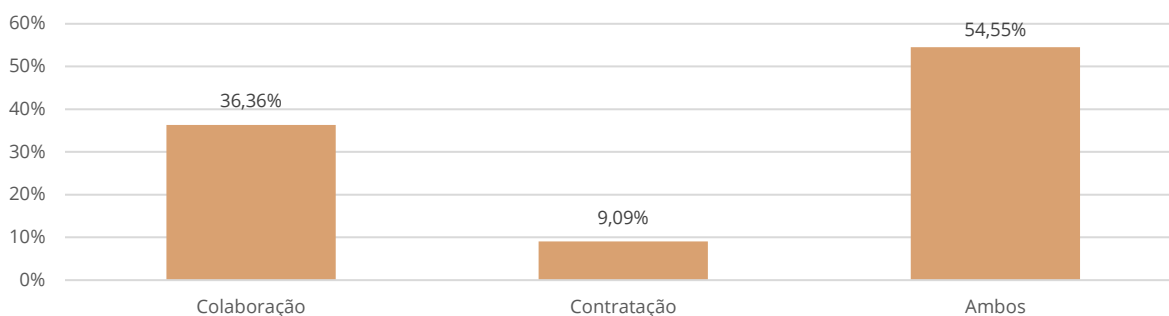
Cerca de 45,45% das entidades inquiridas utilizam programas informáticos para o planeamento das rotas de recolha, o que indica uma forte inclinação para a digitalização. O uso de tecnologia neste processo pode melhorar a eficiência e precisão na gestão das rotas, permitindo uma melhor otimização dos recursos e uma redução de custos operacionais. Por outro lado, 27,27% das entidades ainda realizam o planeamento de rotas manualmente – que por sua vez pode estar mais sujeito a erros e menos eficiente, dificultando a adaptação rápida a mudanças imprevistas no terreno. Além disso, 27,27% das entidades planeiam as rotas através de “outra”, que envolve um processo por chamada telefónica. Este método pode ser eficaz em contextos onde a flexibilidade e a comunicação direta são essenciais, oferecendo um contacto mais pessoal. No entanto, a falta de integração de dados e a ausência de automatização podem tornar este método menos eficiente em termos de coordenação e análise de informações, quando comparado com os programas informáticos.

O uso predominante de programas informáticos no registo e monitorização da rastreabilidade (gráfico da questão 14) revela que a grande maioria das entidades (72,73%) valoriza a eficiência e a precisão que a tecnologia oferece para a rastreabilidade dos quilogramas recolhidos. Não obstante, uma pequena parcela (9,09%), ainda, depende de métodos manuais ou outros métodos (18,18%) - o que pode refletir limitações tecnológicas ou a necessidade de soluções adaptadas às suas circunstâncias específicas.

Gráfico 46: III. 15. Quantas toneladas de têxteis recolhem num ano?



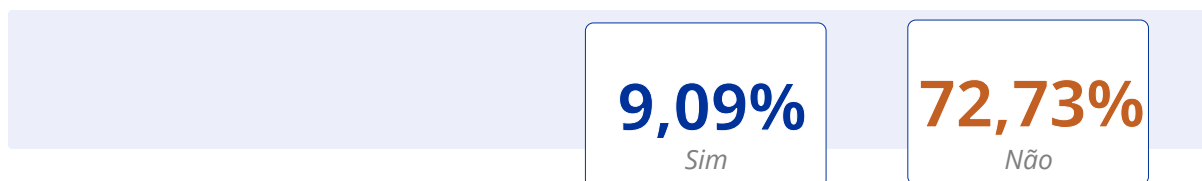
Os resultados demonstram que a média de toneladas de têxteis recolhidos anualmente é de 23,199 toneladas. Este valor indica a quantidade significativa de têxteis que é recolhida por ano, o que pode refletir a eficácia das operações de coleta dessas entidades ou a grande quantidade de resíduos têxteis gerados, e subsequentemente processados. Esta média permite quantificar o impacto dessas operações em termos de gestão de resíduos e reciclagem de têxteis, fornecendo uma métrica para avaliar tanto a capacidade operacional das entidades envolvidas como a conscientização e participação da comunidade na reciclagem de têxteis.

Gráfico 47: III. 16. Possuem uma grelha de classificação de têxteis?**Gráfico 48: III. 17. A recolha é realizada através de colaborações ou contratação?**

Com base no gráfico 16, é possível averiguar que a maioria das entidades de recolha (63,64%) possui uma grelha de classificação para os têxteis recolhidos. A adoção deste sistema estruturado permite uma triagem eficaz dos materiais, facilitando o tratamento adequado para reutilização, reciclagem ou descarte. No entanto, 36,36% das entidades indicam não dispor de uma grelha de classificação, o que pode limitar a sua capacidade de processar e direcionar os têxteis de forma eficiente. Esta lacuna sugere uma oportunidade de melhoria significativa para essas entidades, que poderiam beneficiar da implementação de um sistema de classificação para otimizar a gestão dos materiais recolhidos.

A recolha de têxteis demonstra uma abordagem flexível (gráfico da questão 17), com a maioria das entidades (54,55%) a combinar colaborações e contratações para otimizar a operação. As colaborações, adotadas por 36,36% das entidades, destacam-se como uma estratégia eficaz para expandir a rede de coleta e otimizar recursos. A contratação de serviços de terceiros, embora menos frequente (9,09%), complementa as restantes abordagens, permitindo atender a demandas específicas.

Gráfico 49: III. 18. Em caso de contratação, existe uma reserva de mercado?



A análise dos dados revela que, na maioria dos casos de contratação, não existe reserva de mercado, com 72,73% das respostas a indicarem processos abertos e competitivos, enquanto apenas 9,09% apontam para a existência de práticas que privilegiam determinados fornecedores, restringindo a concorrência. Estes resultados evidenciam que predominantemente as entidades adotam procedimentos de contratação abertos e competitivos, favorecendo um ambiente de maior concorrência e escolha.

Gráfico 50: III. 19. Cobra-se pela recolha?



Os dados demonstram que as práticas de cobrança pela recolha variam significativamente entre as entidades, com 45,45% das entidades a afirmarem que cobram pelo serviço de recolha. Por outro lado, 54,55% das respostas indicam que não há cobrança, sugerindo que, em muitos casos, a recolha é oferecida gratuitamente ou que os custos estão incluídos noutros serviços.

Gráfico 51: III. 20. Têm previstas melhorias no processo de recolhas?



Quando questionados sobre melhorias previstas no processo de recolha, existe uma divisão, com a maioria das entidades (54,55%) a reconhecer a importância de inovar e otimizar as suas operações. No entanto, um contingente significativo (45,45%) não prevê mudanças imediatas, o que pode estar relacionado à satisfação com os processos atuais, à falta de recursos ou à ausência de planeamento estratégico para essa área. Tal divergência ressalta a complexidade e a diversidade das realidades enfrentadas pelas entidades responsáveis pela recolha, indicando a necessidade de um aprofundamento na análise dos fatores que influenciam a tomada de decisão nesse sentido.

No que diz respeito às melhorias previstas, salientam-se as seguintes:

- Introdução de veículos elétricos, visando reduzir as emissões e custos de manutenção;
- Aperfeiçoamento dos sensores volumétricos nos veículos e equipamentos, para uma gestão mais precisa da capacidade e enchimento dos contentores;
- Implementação e melhoria dos sistemas de segurança e sistemas informáticos para proteção contra furtos e vandalismo;
- Uso de sistemas informáticos para otimizar as operações e coordenação de rotas;
- Pré-seleção dos resíduos de modo a aumentar a taxa de reciclagem e reduzir a contaminação;
- Melhoria da comunicação com os produtores sobre os tipos e qualidade dos resíduos recolhidos;
- Introdução de novas soluções para adaptar a contentorização e recolha às necessidades específicas das diversas áreas e tipos de resíduos.

Gráfico 52: III. 22. Qual é a percentagem de roupas recolhidas que são triadas?

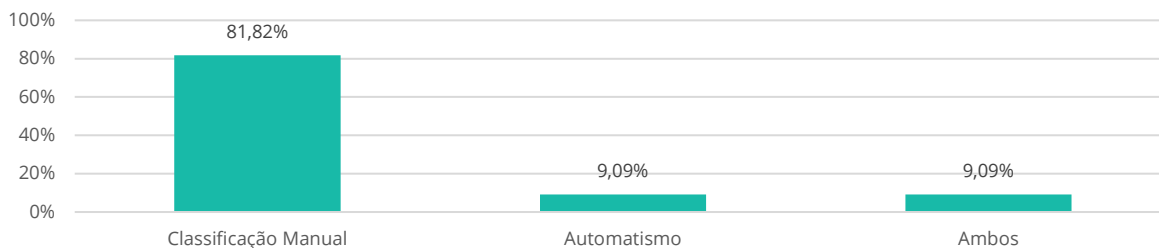


A média de 53,33% indica que mais de metade das roupas recolhidas são triadas. Contudo, importa referir a existência de uma grande disparidade entre as respostas (que variam de 0% -100%).

Esta disparidade nas práticas de triagem indica que diferentes entidades adotam políticas e métodos variados para a triagem das roupas, isto poderá estar correlacionado com o facto de que várias empresas tratam da recolha de vários resíduos, como plásticos e papéis, não tendo um plano para cada tipologia de resíduo. Desta forma, essas empresas poderão apenas realizar uma primeira triagem, mais rudimentar, antes de passar os resíduos a parceiros que tratarão do restante processo.

É importante assinalar esta falta de uniformidade, uma vez que pode comprometer a eficiência e a qualidade na gestão das roupas recolhidas, gerando desafios na classificação e aproveitamento dos materiais. Neste sentido, é recomendável que o setor desenvolva diretrizes e padrões mais consistentes, visando uma triagem mais eficaz e padronizada.

Gráfico 53: III. 23. Utilizam um sistema de triagem manual ou com automatismo?



Ao nível do sistema de triagem (gráfico da questão 23), regista-se que a grande maioria das entidades inquiridas (81,82%) utiliza um sistema de triagem manual. Essa dependência dos métodos manuais pode impactar a eficiência e a precisão da triagem, além de acarretar custos mais elevados e maior tempo de operação.

Em contrapartida, apenas uma minoria das entidades recorre exclusivamente a sistemas automatizados (9,09%) ou adota uma combinação de métodos manuais e automatizados (9,09%). Assim, esta distribuição sugere que a integração de tecnologias avançadas, ainda, é relativamente limitada entre as entidades visadas.

A predominância dos processos manuais na triagem pode refletir tanto uma resistência à adoção de tecnologias mais modernas, quanto desafios associados à implementação de soluções automatizadas.

Gráfico 54: III. 24. Qual é o foco principal da triagem: reutilização ou reciclagem?

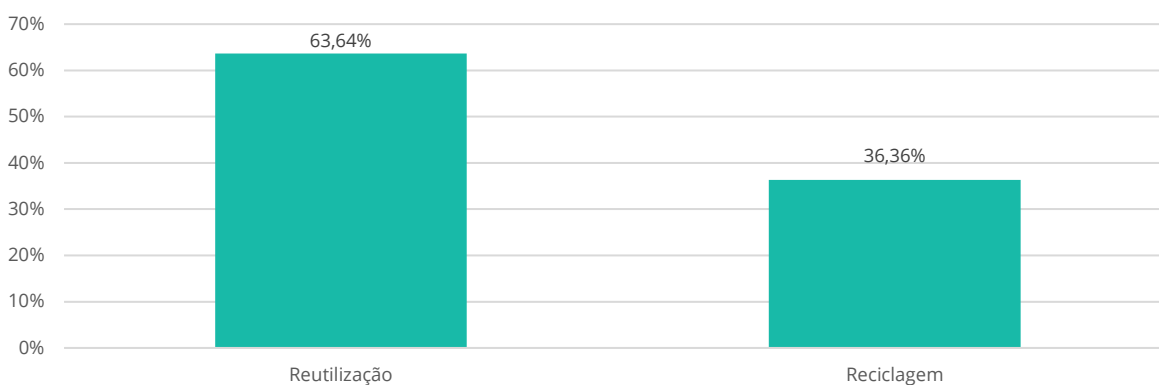
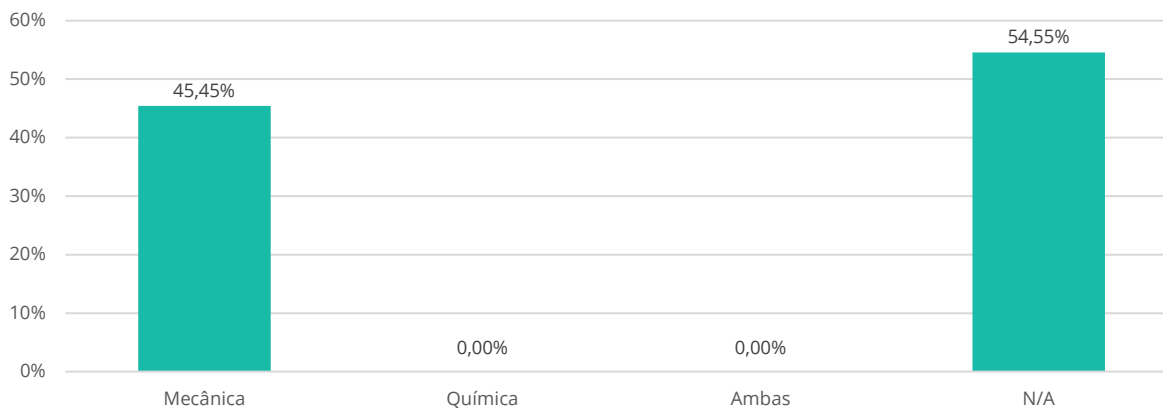


Gráfico 55: III. 25. Em caso de reciclagem, realiza-se de maneira mecânica ou química?



Quando questionadas sobre o foco da triagem, 63,64% dos inquiridos indica a reutilização, com apenas 36,36% a apontarem a reciclagem como prioridade (gráfico da questão 24). A aposta mais significativa na reutilização mostra que as entidades se encontram mais focadas em prolongar a vida útil dos produtos, optando por estratégias que permitem a reutilização dos materiais sempre que possível.

Já no que concerne à reciclagem, a mais baixa percentagem, poderá estar relacionado com a prática de certas entidades, em que após a recolha de resíduos e primeira triagem, os resíduos são entregues a outras empresas especializadas na reutilização de resíduos têxteis. Não obstante, havendo casos em que ocorre reciclagem, este processo é, sobretudo, feito de forma mecânica (45,45%) - conforme ilustrado no gráfico referente à questão 25. A reciclagem mecânica, além de ser eficaz para lidar com grandes volumes de resíduos pode, também, contribuir para a redução de custos operacionais e melhorar a qualidade dos materiais reciclados.

Gráfico 56: III. 27. Colaboram com centros tecnológicos ou universidades para melhorar os seus processos?



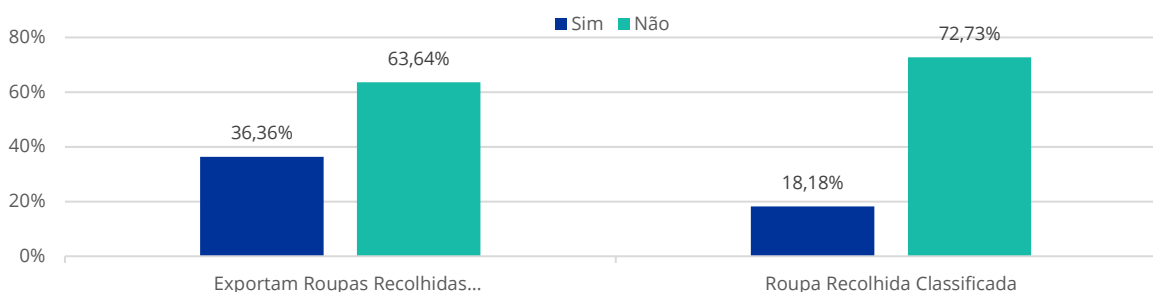
Considerando a valorização dos resíduos têxteis – questão 26 do inquérito – cabe destacar a aposta no upcycling por algumas das entidades inquiridas. Este foco reflete uma tendência crescente no setor de

moda e gestão de resíduos, onde a criatividade e a sustentabilidade se complementam de modo a oferecer soluções mais eficazes e impactantes para o desafio dos resíduos têxteis.

Ao nível de colaborações ou parcerias, constata-se que a grande maioria das entidades inquiridas (81,82%) não estabeleceu colaborações com instituições como Centros Tecnológicos ou Universidades para aprimorar os seus processos. Assim, apenas, 18,18% das entidades relatam manter parcerias, particularmente, com a Universidade do Minho e o Centro Tecnológico das Indústrias Têxtil e do Vestuário de Portugal (CITEVE) - com o objetivo de desenvolver e otimizar as suas operações.

Esta baixa taxa de colaboração pode sugerir que as entidades se encontram predominantemente concentradas nas suas atividades operacionais diárias, possivelmente em detrimento de iniciativas de investigação e desenvolvimento. Adicionalmente, podem existir desafios significativos na formação dessas colaborações, incluindo a falta de recursos financeiros, o desconhecimento das oportunidades existentes ou uma cultura organizacional que prioriza práticas estabelecidas sobre inovação.

Gráfico 57: III. 29/30. Destino das Roupas Recolhidas



Atendendo ao destino das roupas recolhidas, é possível averiguar que, embora a exportação seja adotada por uma parte significativa das entidades (36,36%), a gestão das roupas recolhidas ocorre predominantemente a nível nacional (63,64%). A predominância das entidades que optam por não exportar pode resultar de uma preferência por processar e destinar as roupas localmente - possivelmente devido à adequação das infraestruturas nacionais ou à procura interna. Além disso, desafios logísticos, regulatórios ou financeiros podem influenciar a decisão de não realizar exportação - como custos elevados de transporte e complexidade nas regulamentações internacionais.

No contexto das entidades que optam por exportar as roupas recolhidas, observa-se que, apenas, 18,18% realizam a classificação dessas roupas. A prática limitada de classificação entre as entidades que exportam denota uma oportunidade para melhorar a eficiência do processo de exportação e, potencialmente, aumentar o valor das roupas recolhidas, ao implementar sistemas de triagem mais rigorosos antes do envio.

Gráfico 58: III. 31. Com quantas lojas coordena a venda de artigos reutilizáveis?



A coordenação com lojas para a venda de artigos reutilizáveis regista uma média de 6 lojas. Esse valor médio indica que, em geral, as entidades mantêm uma rede aparentemente modesta de lojas para a comercialização desses produtos. Porém, é de mencionar que a análise detalhada demonstra que, apenas, duas das entidades coordenam a venda com 21 lojas cada. Por outro lado, a maioria das entidades indica uma coordenação com 0 lojas, o que sugere que muitas dessas entidades não estão envolvidas na venda direta através de loja. Essa ausência de coordenação pode refletir uma limitação na capacidade de expandir a comercialização desses produtos ou uma estratégia focada noutros métodos de distribuição.

1.4 Inquérito Entidades Públicas

Por último, neste capítulo, serão agregados e analisados os resultados dos inquéritos direcionados às entidades públicas. Sendo esta a última tipologia de inquirido a analisar, e conhecendo a importância e proximidade que as entidades públicas mantêm com o tecido empresarial português e entidades de recolha, será interessante diagnosticar o estado atual das mesmas, para posteriormente analisar de que forma poderão ter um papel mais definitivo na implementação da economia circular.

Gráfico 59: IV. 3. Âmbito de atuação

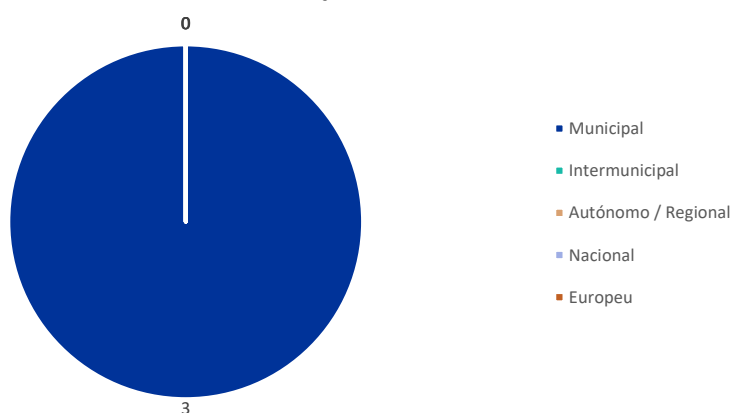


Gráfico 60: IV. 4. Habitantes cobertos pela entidade

87,817.16

Nº médio de habitantes

Na terceira questão do inquérito é avaliado o espectro de ação das entidades inquiridas. Como podemos verificar pelo gráfico acima, a totalidade das entidades apresenta um âmbito de ação municipal, cobrindo um número de médio de 87.817,16 habitantes, com um mínimo de 21.146 e um máximo de 193.333 habitantes. De salientar que todas as respostas foram recebidas de municípios localizados na região Norte de Portugal.

Gráfico 61: IV. 5. No seu âmbito territorial, realiza-se a recolha seletiva de resíduos têxteis?

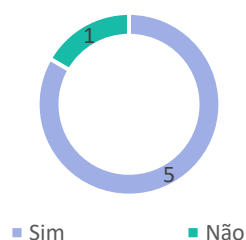


Gráfico 62: IV. 6. Quem presta o serviço a recolha seletiva de resíduos têxteis?

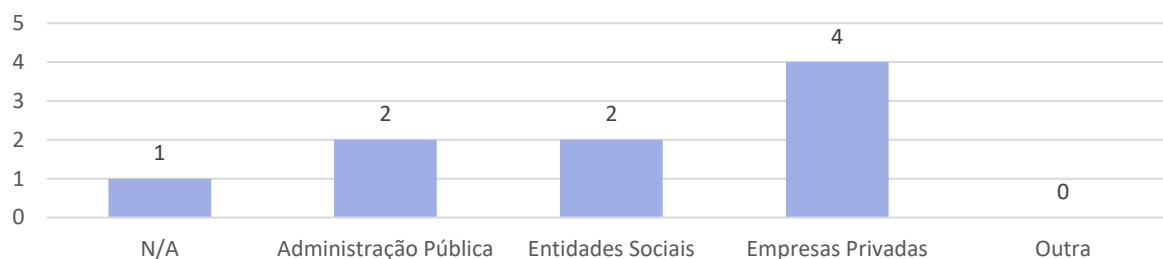
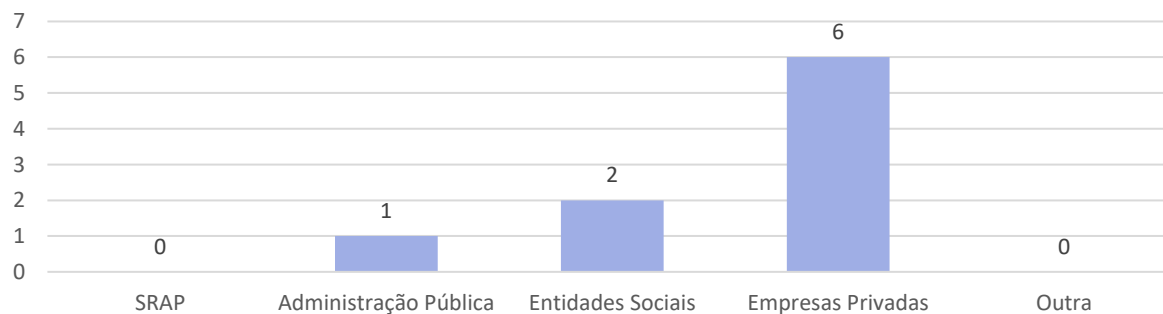


Gráfico 63: IV. 7. Quem suporta os custos da recolha seletiva de resíduos têxteis?*



Relativamente às questões 5, 6 e 7 deste questionário, procura-se recolher informação significativa relativa à recolha seletiva de resíduos têxteis.

A questão 5, por exemplo, inquire sobre se é feita a recolha seletiva de resíduos têxteis. Cinco inquiridos indicaram que esta recolha é efetuada, enquanto uma entidade referiu que não. No seguimento desta temática, a questão 6 procura saber quem presta este serviço de recolha. As cinco entidades que responderam positivamente à questão anterior referem que a recolha é feita por empresas privadas (4), entidades sociais (2) e/ou administração pública (2). Sendo esta questão de resposta múltipla possível, existe ainda uma quarta resposta («N/A»), para o caso da empresa que respondeu negativamente à questão anterior. Por último, na questão 7, as entidades inquiridas referem que os custos desta recolha recaem sobre as empresas privadas (6) e as entidades sociais (2).

Gráfico 64: IV. 8. Indique a modalidade de formalização do serviço de recolha seletiva de têxteis.

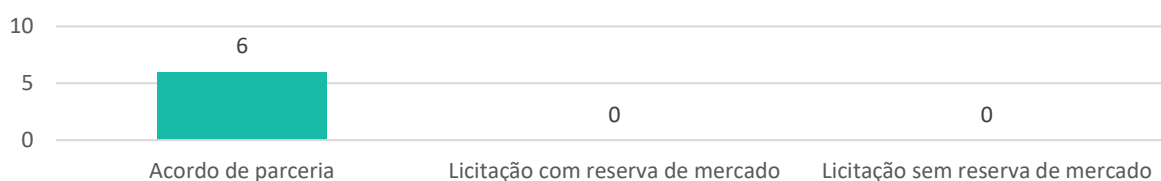


Gráfico 65: IV. 9. Existe alguma norma no seu território que exija a recolha seletiva de resíduos têxteis, atualmente, ou num futuro próximo?



Gráfico 66: IV. 11. Existe no seu âmbito territorial uma estratégia ou plano para a gestão de resíduos têxteis?



Gráfico 67: IV. 13. Existe no seu território algum incentivo económico para a recolha seletiva de resíduos têxteis?



Quando inquiridas sobre a modalidade de formalização de serviço de recolha serviços têxteis, as entidades, em unanimidade referem um acordo de parceria.

Para a questão 9, referente à existência de normas no seu território que exija a recolha seletiva de resíduos têxteis (atualmente, ou num futuro próximo), três entidades confirmaram a existência dessa regulamentação, enquanto duas a negaram e outra afirmou que haverá legislação num futuro próximo. As entidades que deram resposta positiva ofereceram ainda dois decretos-lei na origem desta obrigatoriedade (questão 10):

- Decreto-Lei n.º 102-D/2020, de 10 de dezembro; e
- Decreto-Lei n.º 152-D/2017, de 11 de dezembro.

Ainda no tópico, a maioria das entidades (4) negou a existência de uma estratégia ou plano para a gestão de resíduos têxteis no seu âmbito territorial (questão 11), enquanto duas confirmaram à existência de um plano. Uma das entidades referiu ainda que o município estaria efetivamente comprometido à criação de um plano, mas que não havia um plano concreto para tal. Quanto para a pergunta 13, todos os inquiridos evidenciaram a falta de inventivos financeiros para a recolha seletiva de têxteis.

Gráfico 68: IV. 15. Atua no seu território um SRAP de resíduos têxteis?

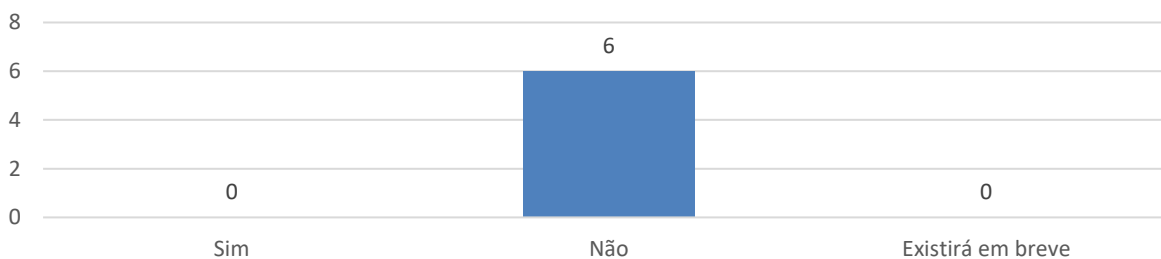


Gráfico 69: IV. 17. Realizam-se no seu território campanhas de sensibilização sobre a recolha de resíduos têxteis?



Relativamente à questão 15, (“atua no seu território um SRAP de resíduos têxteis?”), todas as entidades responderam negativamente. Quanto à pergunta 17, (“realizam-se no seu território campanhas de sensibilização sobre a recolha de resíduos têxteis?”), apenas dois dos seis inquiridos tinham conhecimento de tais campanhas. Relativamente à frequência (pergunta 18), ao público-alvo (pergunta 19) ou os resultados obtidos (questão 20) destas campanhas de sensibilização, as duas entidades que responderam positivamente à pergunta 17 indicam que realizam campanhas de sensibilização dirigidas às escolas – estas campanhas destinam-se principalmente a professores e alunos, a frequência pode variar, mas notaram um aumento do material recolhido logo após estas campanhas.

Para a questão 21, foi pedido às entidades que descrevessem boas práticas de reutilização, recolha seletiva, classificação, preparação para a reutilização ou reciclagem de resíduos têxteis implementadas no seu território. Como resposta, foram feitas as seguintes referências:

- Existência de instalações de depósito de vestuário, e conseqüente recuperação e reutilização do mesmo;
- Mercados urbanos de roupas e acessórios em segunda mão;
- Participação em projetos que visam a transição urbana para uma economia circular;
- Concursos e campanhas nas escolas para sensibilizar para uma utilização mais sustentável dos materiais e para fomentar a reutilização.

Para a questão 22, foi pedido às empresas que relacionem propostas para melhorar a gestão de resíduos têxteis, assim como as necessidades de formação, gestão ou infraestruturas para implementar essas propostas de melhoria. Foram mencionadas as seguintes propostas:

- “Promover os processos e entidades que compõem o mercado de oferta de empresas/entidades para a recolha, recuperação, reutilização e reciclagem de produtos têxteis”;
- “Aumento da consciencialização para a compra sustentável e reutilização de produtos têxteis”;

- “Processos de recolha facilitados (pontos de entrega, etc.)”;
- “Responsabilização dos Produtores “da Moda” para informar e disponibilizar pontos de recolha de vestuário, em bom estado para reutilização”;
- “Mais apoios financeiros aos Municípios para a recolha de resíduos têxteis, criação de entidades supramunicipais com responsabilidades na recolha de resíduos têxteis que permitam economias de escala, melhoria da eficiência e reforço das campanhas de comunicação e sensibilização pública”;
- “Proibir as fibras sintéticas e as misturas de tipos de fibras. Aumentar o preço das peças (para honorários e pagamento justo aos trabalhadores). Dar formação nas escolas sobre a resolução de pequenos problemas com a roupa (como lavar para durar, como coser um botão, como fazer uma bainha)”.

Gráfico 70: IV. 23. Possui dados sobre produtos têxteis colocados no mercado?

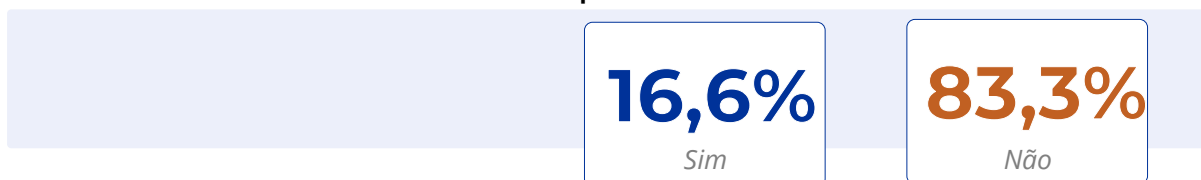


Gráfico 71: IV. 27. Possui dados sobre a produção de resíduos têxteis?



Novamente, quando questionados sobre se possuem dados sobre os produtos têxteis colocados no mercado, a maioria dos inquiridos (83,3%) respondeu negativamente, enquanto 16,6% responderam positivamente. No entanto, é impossível tirar qualquer conclusão relativamente ao valor por quilograma, habitante, ao ano (questão 24), ou oferecer mais informação sobre a fonte ou sistema de estimativa (questão 25) e a tipologia de produtos incluídos (questão 26).

De igual modo, a maioria das entidades (66,6%) referiu não possuir dados sobre a produção de resíduos têxteis (questão 27), e apenas 33,3% das entidades afirmaram possuir. Relativamente à questão 28, as entidades que anteriormente responderam positivamente, apresentaram valores com uma disparidade considerável: 62 e 0,63 quilogramas/por ano/por habitante. Quanto à fonte ou sistema de estimativa (questão 29), foram referidos dados de empresas de recolha e estimativas baseadas na produção de resíduos. Vestuário, calçado, mochilas, complementos e têxteis-lar foram os tipos de produtos incluídos nestes dados (questão 30).

Gráfico 72: IV. 31. Possui dados sobre a recolha seletiva de resíduos têxteis?



Gráfico 73: IV. 32. Em caso afirmativo, indique o total de kg/habitante/ano



Gráfico 74: IV. 35. Indique a % de recolha seletiva de têxteis em relação aos resíduos municipais.



Gráfico 75: IV. 36. Indique a tipologia de produtos incluídos no dado fornecido

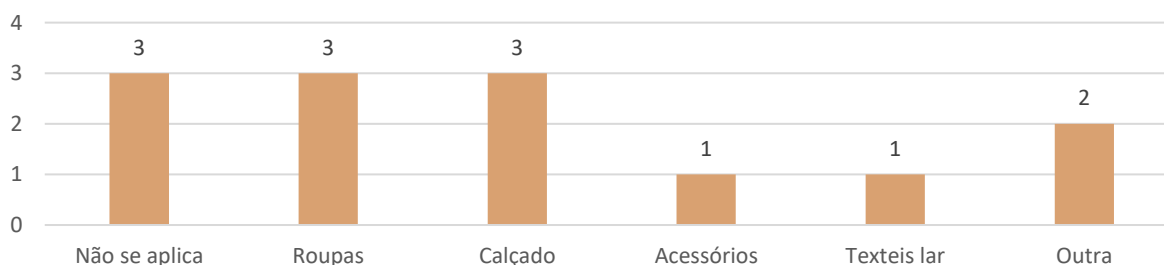
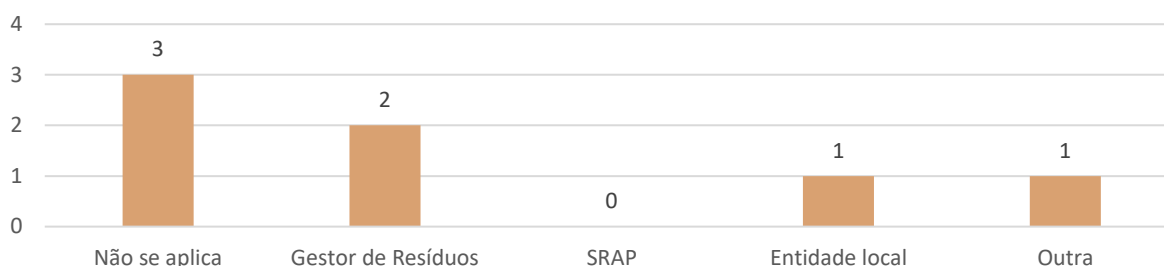


Gráfico 76: IV. 37. Indique a entidade que reporta os dados:



Para a questão 31, “possui dados sobre a recolha seletiva de resíduos têxteis” 50% das empresas (3) responderam negativamente e 50% responderam positivamente. As entidades que responderam afirmativamente indicaram que são recolhidos em média 8,04 quilogramas por habitante, ao ano, o que equivale a 37,7% dos resíduos municipais (questão 35). Duas entidades conseguiram mesmo fornecer a percentagem de resíduos têxteis recolhidos em relação aos resíduos têxteis produzidos (questão 33): 70% e 85% para cada caso; e uma entidade conseguiu mesmo fornecer a percentagem de resíduos têxteis recolhidos relativamente ao produto colocado no mercado (questão 34): 60%. Para as entidades que responderam positivamente à questão 31 a tipologia de produtos a ser considerada (questão 36) são roupas, calçado e outros («livros e brinquedos»), e as entidades reportantes (questão 37) foram maioritariamente gestores de resíduos (2), entidades locais (1) e outros (mencionando diretamente a Wippytex).

Para as últimas questões do questionário, questão 38 a 42, tendo em conta o seu teor quantitativo, é disponibilizado um ficheiro Excel, com as mesmas, pedindo às entidades que o anexam após a sua conclusão:

- A questão 38 pede que as entidades indiquem o número de gestores de resíduos têxteis localizados no seu território que realizam variadas atividades (recolha, classificação, reciclagem, valorização energética, e lojas em segunda mão), diferenciando por tipologia de entidade (entidade pública, social, privada ou outros).
- A questão 39 pede que as entidades partilhem informação relativa aos modelos de recolha seletiva de resíduos têxteis implementados no seu território, nomeadamente por tipo (contentor na via pública e/ou em equipamentos públicos e/ou privados, contentor em lojas ou centros comerciais, pontos de recolha fixos ou móveis, porta a porta, ou outros meios), requisitando informação como número, população alvo, quantidades recolhidas e frequência de recolha.
- A questão 40 pede que as entidades forneçam informações sobre a gestão de resíduos têxteis recolhidos no seu território, nomeadamente quilogramas por ano, percentagem (em relação ao resíduo recolhido) e países destinatários, por tipo (resíduos recolhidos, classificados no

território, exportados sem classificação, preparados para reutilização no território, exportados para reutilização, destinados a lojas de segunda mão, reciclados mecanicamente, reciclados quimicamente, exportado para reciclagem mecânica, exportados para reciclagem química, **incinerados e destinados a aterros**).

- **A questão 41 pede que as entidades forneçam informações relativas aos custos da gestão de resíduos têxteis, por euros por ano**, euros por quilograma, e euros por habitante, para recolha e transporte, classificação, preparação para reutilização, classificação para reciclagem, reciclagem mecânica, reciclagem química e venda em segunda mão.
- Por último, a questão 42, questiona se «a compra de produtos têxteis de segunda mão está implementada no seu território», e pedindo que a resposta seja complementada com dados específicos de unidades, e unidades por habitante, para lojas de segunda mão vinculadas a gestores de resíduos, outras lojas de segunda mão e plataformas de venda à distância de segunda mão.

2. Análise Estratégica Preliminar: Identificação de Lacunas e Oportunidades

Mediante a recolha e análise de dados anteriormente apresentada, o presente capítulo pretende apresentar uma análise estratégica com a identificação de lacunas e oportunidades no setor – tendo por base os inputs recolhidos junto dos quatro atores-chaves em estudo: o consumidor, as empresas, as entidades de recolha e as entidades públicas. Tal análise ambiciona alavancar a identificação e otimização de oportunidades de crescimento no âmbito da sustentabilidade aplicada ao setor da moda na região Vale do Ave.

2.1 Identificação das oportunidades de crescimento e desenvolvimento para as empresas do setor

A transição para uma economia mais circular é uma tendência que continuará a conquistar relevância acrescida ao longo dos próximos anos, motivada pelos crescentes desafios ambientais a uma escala global, legislação cada vez mais restritiva e alterações nos padrões de consumo. Tal potência a criação de oportunidades de crescimento para a indústria como um todo.

Os consumidores, independentemente da idade ou rendimentos, estão hoje, cada vez mais, consciencializados para a importância da sustentabilidade, exigindo das marcas e produtores, medidas que reduzam o impacto ambiental. De acordo com a questão 14 do inquérito dirigido aos consumidores, a temática da sustentabilidade assume uma importância crescente nos hábitos de consumo dos inquiridos, com 56,1% a reportarem alterações significativas no último ano. Tal cenário representa uma oportunidade estratégica para que as empresas invistam, cada vez mais, em produtos têxteis ecologicamente sustentáveis. De facto, segundo o inquérito dirigido às empresas, particularmente na questão dez, a esmagadora maioria dos inquiridos (90,48%) considera que o investimento em atividades relacionadas com a sustentabilidade e a economia circular aumentará nos próximos três anos, evidenciando um otimismo e uma clara intenção por parte do tecido empresarial português do setor em apostar em práticas mais verdes e ecologicamente responsáveis.

Numa primeira análise, o sucesso em grande escala de uma economia circular só será conquistado com o uso de matérias-primas de qualidade, medida que, efetivamente, a grande maioria das empresas inquiridas (74,29%) assume já implementar com a utilização de materiais reciclados (questão 17). Numa perspetiva geral, materiais como as fibras renováveis (fibras naturais como o algodão, o linho, a lã, a seda, etc., ou fibras celulósicas artificiais, como a viscose e o liocel) e os materiais decomponíveis (poliéster reciclável, nylon, entre outros) têm vindo a ganhar destaque. Também o poliéster reciclado feito a partir

de garrafas PET recicladas, reduzindo a dependência de plásticos virgens e diminuindo a quantidade de resíduos plásticos, tem ganho tração nos últimos anos.

Considerando a questão dez do questionário dirigido aos consumidores («Fatores na Tomada de Decisão de Compra»), verifica-se que uma das maiores oportunidades para a indústria têxtil e de vestuário nacional reside, efetivamente, na valorização da qualidade em detrimento da quantidade. Acrescentando valor à oferta, com incorporação crescente de práticas e materiais sustentáveis, as empresas serão capazes de diversificar a sua base de clientes, sobretudo posicionados nos segmentos de alta-costura, marcas de luxo e designers individuais, bem como destacar-se da concorrência.

No panorama europeu é, também, possível evidenciar oportunidades de crescimento para o setor. O crescente compromisso da União Europeia em transformar a indústria têxtil para um modelo mais circular e sustentável não apenas cria oportunidades externas para as empresas terem acesso a concursos europeus, mas também incentiva a adoção crescente de métodos e práticas sustentáveis. Adicionalmente, promove o desenvolvimento de parcerias público-privadas, facilitando a colaboração entre diferentes setores para alcançar objetivos comuns de sustentabilidade. A título de exemplo, iniciativas como a "Fashion for Good", sediada em Amsterdão, representam parcerias que congregam marcas de moda, ONGs e instituições académicas com o objetivo de promover inovações em sustentabilidade. Outro exemplo relevante é a "Better Cotton Initiative" (BCI), o maior programa de sustentabilidade de algodão a nível global, que conta com mais de 2,500 membros na sua rede.

No setor têxtil global novos conceitos e iniciativas estão a emergir, desde programas de recolha de roupa usada, a modelos de aluguer e revenda ou a práticas como o upcycling; e embora nem todos tenham o mesmo nível de recetividade, a sua aceitação entre os consumidores tem vindo a crescer. No caso do vestuário em segunda mão, a questão 17 do inquérito ao consumidor («Compra em lojas de segunda mão»), destaca que a faixa etária jovem, entre os 26 e os 45 anos, representa o grupo que mais frequentemente realiza compras nesse tipo de lojas. Este dado oferece às empresas uma oportunidade estratégica para identificar e compreender as preferências e comportamentos de compra desse público-alvo, de modo a desenvolverem abordagens mais eficazes e personalizadas, potenciando o crescimento e a competitividade no mercado de vestuário em segunda mão.

Neste contexto, cabe ainda destacar a crescente aposta no upcycling por parte de algumas entidades de recolha inquiridas (questão 26). Diferente da reciclagem tradicional, onde os materiais são processados para serem reutilizados, o upcycling foca na criatividade e na inovação, transformando resíduos em peças exclusivas e de alta qualidade, visando agregar valor e atratividade ao produto final, bem como incentivando a criação de novas oportunidades de negócio dentro do setor têxtil. Este foco por parte de algumas entidades reflete uma tendência crescente no setor de moda e gestão de resíduos, onde a

criatividade e a sustentabilidade se complementam, de modo a oferecer soluções mais eficazes e impactantes para o desafio dos resíduos têxteis.

Assim, o crescimento das práticas sustentáveis, cria também oportunidades para o desenvolvimento das entidades de recolha, essenciais na transição para uma economia circular no setor têxtil. Neste âmbito, de acordo com a questão 18 do inquérito dirigido aos consumidores, verifica-se que a utilização de contentores especiais para a entrega de roupa usada é um método amplamente preferido pelos inquiridos para a gestão de vestuário em bom estado. Tal constatação representa uma oportunidade para as entidades responsáveis pela recolha melhorarem a eficiência e a comunicação do processo, incentivando, desta forma, um maior número de consumidores a utilizar esses contentores e, em última instância, contribuindo para a promoção da economia circular. Além disso, as tecnologias emergentes e as parcerias com Centros de Investigação e Universidades oferecem oportunidades valiosas para melhorar a eficiência dos processos e garantir uma recolha eficaz. Por último, poderão ainda capitalizar de uma aposta na formação e frequente atualização destes conceitos – permitindo às estruturas em si e às suas equipas o desenvolvimento de práticas sustentáveis que facilitem os seus processos, adiram às práticas de economia circular, de forma que faça sentido para cada empresa.

O empenho das entidades públicas em promover a sustentabilidade e a economia circular no setor têxtil merece igualmente especial atenção.

Tendo em conta as análises levadas a cabo para as empresas e entidades de recolha, e denotando a necessidade de sinergias entre estes três tipos de entidades, fará sentido que as entidades públicas tenham de progredir nesta temática para que avanços sejam feitos ao nível das empresas e entidades de recolha, e vice-versa. Assim sendo, parcerias com entidades de recolha e empresas, ao nível municipal, poderá ajudar a implementar não só um melhor serviço de recolha seletiva, mas também uma melhor recolha de dados para aprimorar estratégias e identificar lacunas. O estabelecimento de contentores na via pública, juntamente com parcerias com entidades de recolha para estes processos, e a criação de programas com empresas do setor para recolha destes recursos poderá potenciar este maior desenvolvimento da economia circular.

Existem, inclusive, exemplos reais destas parcerias com verdadeiras implicações: com a antecipação da obrigatoriedade da recolha seletiva de têxteis a partir de 2025, o município de Sintra, em parceria com os Serviços Municipalizados de Água e Saneamento (SMAS) e a inovadora empresa To Be Green (da Universidade do Minho), implementou um modelo de gestão de vestuário em fim de vida. Através da instalação de contentores em escolas e juntas de freguesia, o município convida os cidadãos a participarem ativamente na gestão sustentável dos resíduos têxteis, transformando-os em novos recursos.

2.2 Identificação dos principais desafios e lacunas da indústria

O equilíbrio entre o desenvolvimento de práticas ambientais e a realidade operacional, apresenta-se como um dos principais desafios do sector têxtil nacional, sobretudo para pequenas e médias empresas. Não obstante, as empresas procurem ir de encontro com a crescente exigência dos clientes no quadro da sustentabilidade e economia circular, enfrentam também diferentes condicionantes que dificultam o processo.

De acordo com o inquérito direcionado às empresas, é possível identificar a existência de vários desafios, incluindo a incerteza económica, o aumento dos custos operacionais - particularmente com materiais - e a dificuldade de acesso a procedimentos e tecnologias acessíveis e padronizados para calcular o impacto dos produtos e processos. Além disso, há uma escassez de mão-de-obra qualificada e especializada e um paradoxo no mercado onde a procura por maior sustentabilidade frequentemente colide com a pressão por preços competitivos. A estes obstáculos soma-se um quadro legislativo europeu cada vez mais restritivo e rigoroso em matéria de sustentabilidade, com um aumento do escrutínio regulamentar sobre as estratégias implementadas.

Neste sentido, e embora exista uma crescente implementação de práticas e procedimentos sustentáveis, existem diversas lacunas que podem ser identificadas. Destaca-se, desde logo, a reduzida proporção da atividade que as empresas dedicam a operações relacionadas com o desenvolvimento sustentável e a economia circular. Do mesmo modo, regista-se uma elevada percentagem de empresas com diminuto conhecimento e compreensão dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e a insuficiente formação em temáticas de economia circular (questões 15 e 23). Denote-se que, de acordo com a questão 23 do inquérito, apenas 37,14% das empresas inquiridas afirmam já ter recebido formação em temáticas de economia circular.

Para uma eficiente transição para uma economia mais circular, é essencial a criação e desenvolvimento de uma estratégia e um plano de ação claros para a sustentabilidade; no entanto, segundo os resultados correspondentes à questão 13, muitas das empresas inquiridas, ainda, não o desenvolveram nem implementaram, com algumas a afirmarem falta de conhecimentos sobre como proceder. Em paralelo, verifica-se ainda um desinteresse e desconhecimento considerável por parte das empresas inquiridas em práticas como a gestão de recolha em lojas de roupas usadas, venda de peças em segunda mão, aluguer de vestuário e a implementação de passaportes digitais para produtos (questão 17).

No que às entidades públicas e políticas diz respeito, as empresas apontam a ausência de apoio significativo para investimentos no setor, o que dificulta a capacidade destas entidades modernizarem as suas operações e adotarem novas tecnologias que visem a melhoria da sua eficiência. A ausência de suporte na implementação de diretivas governamentais tem impactado negativamente a conformidade

e a adaptação às novas regulamentações no setor têxtil. Além disso, a carência generalizada de apoios específicos para este setor, juntamente com a discrepância na forma como esses apoios são distribuídos, dificulta o acesso equitativo e eficiente a recursos essenciais, como certificações. Essas limitações visíveis nos dados da questão 19 são encaradas como altamente restritivas e contribuem para a dificuldade enfrentada pelas empresas na adaptação às exigências regulatórias e na obtenção de certificações necessárias.

No âmbito das entidades de recolha são também apontados ineficiências e desafios que importam solucionar. À luz da questão 18 do inquérito relativo aos consumidores, algumas questões quanto à eficiência na gestão dos contentores são levantadas. Efetivamente, ao analisar os dados do inquérito das entidades de recolha é possível compreender que existem desafios que se prendem com a acessibilidade aos mesmos – veja-se que apenas 18,18% de contentores se encontram localizados em espaços públicos – (questões 3, 4 e 5), bem como desafios relacionados ao vandalismo, o que pode afetar negativamente a eficácia da recolha e a integridade dos materiais recolhidos, incorrendo em potenciais custos adicionais com manutenção e substituição de contentores danificados.

Adicionalmente, a otimização das rotas de recolha é limitada pela ausência de sensores na maioria dos contentores, conforme ilustrado pela questão 10 - revelando uma dependência de processos manuais na triagem. Esta situação pode decorrer de uma resistência à adoção de tecnologias mais avançadas ou das dificuldades associadas à implementação de soluções automatizadas. De ressaltar também a colaboração insuficiente entre as entidades de recolha e centros tecnológicos ou instituições de ensino superior (questão 27). Tal lacuna na cooperação pode ser atribuída à falta de recursos financeiros, ao desconhecimento das oportunidades de parceria ou a uma cultura organizacional que privilegia práticas estabelecidas em detrimento da inovação.

Do mesmo modo, a reduzida coordenação com lojas (questão 31) sugere uma limitação na capacidade de expandir a comercialização dos produtos recolhidos ou uma estratégia que privilegia outros métodos de distribuição.

No âmbito das entidades municipais, também a diminuta quantidade de respostas obtida poderá ser um fator em análise: desde já demonstrando a complexa burocracia e a sua estrutura altamente hierarquizada que dificulta a identificação e o acesso a interlocutores. Também a partir dos resultados do inquérito em si, apesar das poucas respostas e dados obtidos, é clara a falta de estratégia para a economia circular ao nível municipal: desde a falta de meios para estabelecer uma rede de recolha seletiva de resíduos têxteis, estratégias para reutilização e reciclagem de resíduos têxteis, e, portanto, uma lacuna generalizada nos dados recolhidos nesse sentido. Novamente, questões como burocracia, a natureza cíclica do exercício de funções em entidades públicas, a avultada carga de trabalho, ou a falta de meios (financeiros, humanos ou físicos), poderão estar na origem deste desconcerto.

Conclusões & Recomendações

Os desafios no âmbito da sustentabilidade e economia circular são variados e multifacetados, desde os custos de produção e a acessibilidade para os consumidores finais, até à falta de normas de comunicação e legislação harmonizadas ou à dificuldade de rastrear a origem dos materiais.

Para uma eficiente e efetiva transformação sustentável é necessário que todas as partes envolvidas, desde consumidores e empresas a entidades de recolha e entidades públicas criem sinergias. De facto, como resultado dos custos mais elevados normalmente envolvidos na moda sustentável, existe uma significativa discrepância entre as intenções dos consumidores e das empresas e as ações que efetivamente praticam, sendo necessária uma real alteração dos padrões de consumo e o desenvolvimento e aplicação de planos de ação relevantes e coesos por parte das empresas. Comparativamente à média europeia, onde uma grande parte dos consumidores já dá prioridade ao vestuário sustentável, os consumidores da região do Vale do Ave revelam uma menor adesão, o que sugere a necessidade de intervenções centradas na acessibilidade e na sensibilização. Neste sentido, as empresas devem dar prioridade à implementação de práticas de rastreabilidade e otimização dos sistemas de recolha, seguidas da adoção de tecnologias que reduzam a sobreprodução. Ao mesmo tempo, a educação e sensibilização dos consumidores deve ser intensificada através de campanhas de colaboração entre marcas e organizações públicas.

Neste sentido, as entidades públicas detêm um papel fundamental, não apenas através da legislação, mas também através da definição e desenvolvimento de projetos que favoreçam a transição para uma economia circular. Em primeiro lugar, o investimento no aumento da literacia, tanto dos consumidores como empresas, e na formação especializada (para empresas e entidades de recolha) revela-se essencial. De acordo com o presente estudo, as próprias empresas do setor denotam esta necessidade, evidenciando tópicos como legislação relacionada, modelos comerciais e/ou produtivos, metodologias de transição, certificações e eficiência produtiva, como sendo de alta relevância. Em segundo lugar, um apoio efetivo e constante às empresas do segmento, permitirá uma melhor adaptação e incorporação crescente de práticas sustentáveis. Este apoio pode abranger várias dimensões, desde a implementação de incentivos para a modernização dos métodos de produção até a incorporação de práticas sustentáveis, como a redução do uso de recursos naturais, incluindo água, e a melhoria da eficiência energética. Inclui também a adoção de tecnologias avançadas, como o processamento enzimático, tratamentos com plasma, uso de pigmentos naturais, bem como técnicas de tratamento por micro-ondas e ultrassons, além de tecnologias de tingimento sem água.

Adicionalmente, este apoio por parte das entidades públicas pode envolver a assistência na aplicação de diretivas governamentais e estratégias europeias, assim como suporte no tratamento de processos burocráticos para a candidatura a apoios comunitários e na obtenção de certificações globais.

Repare-se que fazem parte das estratégias na União Europeia um conjunto de ações que visam transformar a indústria têxtil num modelo mais sustentável e circular até 2030⁶, e que devem ser cuidadosamente consideradas e adotadas pelo setor têxtil nacional e, em particular, pela fileira da moda sustentável.

Neste contexto, destacam-se as seguintes iniciativas:

Primeiramente, os Requisitos Obrigatórios de Ecodesign⁷ visam estender a vida útil dos produtos têxteis por meio de um design aprimorado, o que implica a melhoria da qualidade dos produtos para garantir durabilidade e possibilitar modelos de negócios circulares, como a reutilização, o aluguer, a reparação, e a venda de segunda mão.

Além disso, a estratégia propõe a Cessação da Destruição de Têxteis Não Vendidos ou Devolvidos⁸, com o objetivo de reduzir a prática de destruição de bens têxteis, diminuindo, assim, o desperdício e incentivando alternativas sustentáveis. Outro aspeto importante é a «Abordagem à Poluição por Microplásticos», que prioriza o enfrentamento do impacto ambiental causado pelos microplásticos provenientes de têxteis, visando o desenvolvimento de normas para minimizar a liberação de microplásticos durante a produção e o uso dos produtos.

Paralelamente, a Introdução de Requisitos de Informação e Passaporte Digital do Produto⁹ é outra medida crucial, proporcionando maior transparência sobre o impacto ambiental dos têxteis e permitindo que os consumidores façam escolhas mais informadas. Ainda neste âmbito, a estratégia promove a criação de Declarações Verdes para Têxteis Verdadeiramente Sustentáveis, garantindo que as alegações ambientais feitas sobre produtos têxteis sejam credíveis e verificadas, fomentando, assim, uma sustentabilidade real.

Por fim, cabe ressaltar ainda os esquemas de Responsabilidade Alargada do Produtor (EPR)¹⁰, que serão implementados para responsabilizar os produtores pelo impacto dos seus produtos ao final da vida útil, incentivando a reciclagem e a reutilização dos materiais.

No processo de transição para uma economia circular, é ainda fundamental ter em consideração o investimento na Gen AI, nomeadamente, como a sua implementação pode trazer contribuições diversas

⁶ Informações adicionais disponíveis em: https://environment.ec.europa.eu/strategy/textiles-strategy_en

⁷ Informações adicionais disponíveis em: https://commission.europa.eu/energy-climate-change-environment/standards-tools-and-labels/products-labelling-rules-and-requirements/ecodesign-sustainable-products-regulation_en

⁸ Informações adicionais disponíveis em: <https://www.eea.europa.eu/publications/the-destruction-of-returned-and>

⁹ Informações adicionais disponíveis em: <https://www.iep.pt/passaporte-digital-de-produto/>

¹⁰ Informações adicionais disponíveis em: <https://www.europen-packaging.eu/policy-area/extended-producer-responsibility/>

e impactantes para a indústria têxtil sustentável. A IA pode, efetivamente, transformar vários aspetos da cadeia de abastecimento, desde a conceção até ao retalho ou à reciclagem/gestão de resíduos. Esta tecnologia pode melhorar o processo criativo e fornecer uma plataforma para conceber produtos exclusivos e à medida, assim como facilitar a aceleração de processos de design e produção. No campo das vendas, a Inteligência Artificial permite a recolha e análise de uma grande quantidade de dados, permitindo às empresas adaptarem a sua produção e coleções às efetivas necessidades dos clientes-alvo, reduzindo retornos e facilitando a gestão de stocks. Por último, através da tecnologia blockchain, a IA pode acompanhar todo o ciclo de vida de uma peça de vestuário, desde a origem da matéria-prima até à sua distribuição, adicionando transparência ao processo.

No que concerne as entidades de recolha, será fundamental dar continuidade ao investimento numa abordagem flexível de localização dos contentores, visando alcançar uma cobertura ampla e eficaz a todos os consumidores na reciclagem de têxteis. Recomenda-se, igualmente, a adoção de medidas de segurança para os contentores de recolha, com o objetivo de mitigar problemas como o vandalismo, bem como o reforço da transparência na comunicação. Esta abordagem não apenas fortalecerá a credibilidade e transparência das entidades de recolha, mas também promoverá uma maior adesão dos consumidores, uma vez que, ao fornecer informações claras sobre o processo de recolha e o destino final dos produtos têxteis, a confiança no sistema será reforçada.

Neste sentido, os desafios identificados sublinham a necessidade de melhorias significativas para alcançar uma gestão mais eficaz e inovadora no setor da recolha de têxteis. Assim sendo, será importante apoiar e promover o investimento em soluções inovadoras assentes na tecnologia, que permitam uma gestão mais eficiente dos resíduos têxteis em todo o processo de recolha e posterior reutilização ou reciclagem.

A construção de um futuro sustentável para a indústria têxtil exige um profundo conhecimento das perspetivas de todos os atores envolvidos. Deste modo, torna-se imperativo prosseguir com estudos mais rigorosos e aprofundados, que não só possibilitam a identificação das principais barreiras vigentes, como também permitem o desenvolvimento de estratégias eficazes que visem alavancar as oportunidades de crescimento do setor. Assim, o presente estudo revela um panorama relativamente positivo, sugerindo que, com esforços contínuos e estratégias bem direcionadas, o setor têxtil nacional tem capacidade de evolução para enfrentar os desafios de forma eficaz e contribuir para uma economia circular mais robusta e inovadora.

À medida que a indústria da moda avança para um futuro mais sustentável, as conclusões deste relatório sublinham a necessidade urgente de uma ação coordenada entre empresas, entidades governamentais e consumidores. As recomendações apresentadas neste documento devem servir de base para estratégias de inovação colaborativas e para a adoção de práticas circulares em toda a região.