

**MESTRADO EM**  
ECONOMIA INTERNACIONAL E ESTUDOS  
EUROPEUS

**TRABALHO FINAL DE MESTRADO**  
DISSERTAÇÃO

A INSERÇÃO DO DEVER DE DILIGÊNCIA EM MATÉRIA DE  
SUSTENTABILIDADE NA INDÚSTRIA DO *FAST FASHION*:  
*MODERN SLAVERY* NAS CADEIAS GLOBAIS DE VALOR  
E O CONTEXTO EUROPEU.

POR: RAFAEL VICENTE CORREIA

OUTUBRO-2023

**MESTRADO EM**  
**ECONOMIA INTERNACIONAL E ESTUDOS**  
**EUROPEUS**

**TRABALHO FINAL DE MESTRADO**  
**DISSERTAÇÃO**

A INSERÇÃO DO DEVER DE DILIGÊNCIA EM MATÉRIA DE  
SUSTENTABILIDADE NA INDÚSTRIA DO *FAST FASHION*:  
*MODERN SLAVERY* NAS CADEIAS GLOBAIS DE VALOR  
E O CONTEXTO EUROPEU.

POR: RAFAEL VICENTE CORREIA

**ORIENTAÇÃO:**

PROFESSOR DOUTOR RUI GUERRA DA FONSECA  
PROFESSOR DOUTOR VÍTOR MAGRIÇO

OUTUBRO 2023

# ÍNDICE

<b>Capítulo I: Introdução .....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo II: Revisão de Literatura .....</b>	<b>2</b>
<b>1. O Modelo <i>Fast Fashion</i>.....</b>	<b>3</b>
1.1. Conceptualização do Modelo .....	3
1.2. <i>Fast Fashion</i> : Uma indústria nascente? .....	4
<b>2. A interação consumidor-produtor no modelo <i>Fast Fashion</i> .....</b>	<b>5</b>
<b>3. O <i>Outsourcing</i> da cadeia produtiva .....</b>	<b>7</b>
3.1. O processo produtivo na indústria do <i>Fast Fashion</i> .....	9
3.2. Contexto socioeconômico como vetor para o <i>Outsourcing</i> .....	10
<b>4. <i>Modern Slavery</i>: Contornos conceptuais.....</b>	<b>12</b>
<b>Capítulo III- A indústria do <i>Fast Fashion</i> no dever de diligência em matéria de sustentabilidade.....</b>	<b>15</b>
<b>1. As Práticas Europeias: Antecedentes.....</b>	<b>15</b>
1.1. A Legislação Francesa- <i>LOI n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre</i> .....	16
1.2. A Legislação Alemã – <i>Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG)</i> .....	18
1.3. O que esperar da nova diretiva europeia?.....	19
<b>2. <i>Corporate Sustainable Due Diligence</i>: Futura diretiva?.....</b>	<b>21</b>
<b>3. A percepção do consumidor: Uma análise microeconômica.....</b>	<b>25</b>
3.1. Good on You .....	26
3.2. FARFETCH <i>Conscious Luxury</i> .....	28
<b>Capítulo IV- Conclusão.....</b>	<b>31</b>
<b>Referências Bibliográficas .....</b>	<b>32</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>37</b>
Anexo I- Previsão do PIB per capita por região mundial.....	37
Anexo II- Elegibilidade de aplicação do ato <i>Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz</i> segundo as relações contratuais de uma empresa.....	38
Anexo III- % de marcas de luxo por <i>rating</i> Good on You .....	37

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-</b> Outsourcing do setor do vestuário: A Cadeia de Valor .....	9
<b>Figura 2-</b> Ciclo de vida do produto no Fast Fashion.....	10
<b>Figura 3-</b> Fluxo de exportação de bens com trabalho forçado incorporado.....	14
<b>Figura 4-</b> Rótulos classificativos Good on You.....	27

Rafael Vicente Correia- A inserção do dever de diligência em matéria de sustentabilidade na indústria do *Fast Fashion: Modern Slavery* nas cadeias globais de valor e o contexto europeu

## AGRADECIMENTOS

AO MEU ORIENTADOR, PROF. DOUTOR RUI GUERRA DA FONSECA, POR ACREDITAR EM MIM, E POR ME DESMISTIFICAR O CONHECIMENTO,

AO MEU COORIENTADOR, PROF. DOUTOR VÍTOR MAGRIÇO, PELA INCESSANTE AJUDA NOS MOMENTOS CRÍTICOS,

À BRUNA, À LUANA E À MÁRCIA POR SEREM OS MEUS ABSOLUTOS PILARES NA REALIZAÇÃO DO MESTRADO,

AOS MEUS PAIS E IRMÃ POR PROCURAREM O MEU DESENVOLVIMENTO SEMPRE, MESMO NAS ADVERSIDADES,

A TODOS OS MEUS COLEGAS, AMIGOS E PROFESSORES QUE CONTRIBUÍRAM DIRETA OU INDIRETAMENTE PARA O CULMINAR DESTA ETAPA.

## RESUMO

A globalização, no seu abrangente catálogo de benefícios, promoveu a deslocalização (*Outsourcing*) de fases menos sofisticadas da produção para países onde os custos são relativamente mais baixos, o que proporcionou condições idílicas para as multinacionais proliferarem. Contudo, na generalidade das indústrias, o seu crescimento não foi sustentado e gerou diversos *spillovers*.

O *Fast Fashion*, caso exemplificativo do supramencionado, representa parte da indústria de um dos bens mais consumidos globalmente e que constantemente tem contribuído para perpetuar violações dos direitos humanos e sobre-exploração de recursos naturais, representando diversas ameaças à sustentabilidade. O objetivo deste trabalho prende-se com a avaliação da eficiência das práticas regulatórias europeias no seio do mercado interno, nas demais legislações e nos agentes microeconómicos. Este último desintegra-se essencialmente na interação consumidor-produtor como vetor fulcral para a hipotética mudança de paradigma na indústria do *Fast Fashion*.

## ABSTRACT

Globalisation, in its comprehensive catalogue of benefits, has promoted the outsourcing of less sophisticated stages of production to countries where the costs are relatively lower, which has provided idyllic conditions for multinationals to proliferate. However, their growth has not been sustained in most industries and it has generated numerous *spillovers*.

Fast Fashion represents part of the industry of one of the most consumed goods globally and has constantly contributed to perpetuating human rights violations and the overexploitation of natural resources, posing various threats to sustainability. The aim of this work is to assess the efficiency of European regulatory practices within the internal market, external legislations, and microeconomic agents. The latter essentially breaks down into the consumer-producer interaction as the key vector for the hypothetical paradigm shift in the Fast Fashion industry.

**Keywords:** *Fast-Fashion; Sustainability; Due Diligence; Human Rights; European Union; Consumer; Producer; Globalisation*

## Capítulo I: Introdução

A indústria do *Fast Fashion* tem sido recorrentemente associada a violações dos Direitos Humanos. A revolução industrial na Europa, representada por um histórico lúgubre de exploração laboral, o impulsionamento da tecnologia e a iminente revolução no consumo, são atributos fulcrais para contextualizar esta indústria no atual panorama da globalização. Este último fenómeno, na esfera económica em que se explora a sua conceptualização, representa também ele um preponderante fator, que, dado o abrupto crescimento nas últimas décadas, impulsionou diversas estratégias de internacionalização, como o *Outsourcing*. A crescente acessibilidade a estes efeitos da globalização por parte dos agentes económicos, levou à criação de uma cadeia de valor global em torno do *Fast-Fashion*, dotada de um orgânico faseamento dos processos produtivos e abarcando diferentes países, fábricas e fornecedores (Peake & Kenner, 2020). A complexidade presente na cadeia de valor evidencia, para além da sua relação com a globalização, fortes alicerces com a retórica do sistema capitalista, onde a produção de vestuário barato constitui a chave para a estratégia empresarial.

Os trabalhadores, na indústria do *Fast Fashion*, são muitas vezes apelidados de ‘slaves to fashion’, por de facto representarem, na modernidade, uma nova faceta da escravatura, internacionalmente abolida no seu sentido lato, mas presente numa modalidade alternativa, como a materializada por esta indústria - baixos salários, longos períodos de trabalho, gritantes défices de segurança e até impedimentos no processo de admissão em associações sindicais (*ibid.*). Contudo, é importante salientar que há uma crescente tendência, evidenciada nos últimos anos, para escrutinar as marcas nos tópicos da sustentabilidade e ética empresarial, à medida que os consumidores ficam cientes de que as suas escolhas têm efetivamente peso nos demais agentes económicos e, por conseguinte, na sociedade.

A importância deste tópico no quotidiano prende-se com o facto de esta indústria albergar um dos bens mais consumidos globalmente, reconhecido pela Walk Free Foundation (2018) como o segundo bem de exportação com maior probabilidade de ser produzido sob a forma de *Modern Slavery*. Assim, neste trabalho, pretende-se explorar, como objetivo principal, se a potencialidade destes indicadores pode ser derivada de uma ineficaz ou insuficiente legislação europeia relativa a *Modern Slavery*. Dessa premissa decorre a importância de uma legislação forte e críticas de que a União Europeia (UE)

não tem tido um papel preponderante como ator normativo na promoção da defesa dos Direitos Humanos<sup>1</sup>. Recorrentemente denominada de pioneira, as instituições europeias dinamizaram uma importante diretiva, ainda em fase não-vinculativa, designada de “Corporate Sustainability on Due Diligence”<sup>2</sup>, pertinente para a questão a abordar e que contribui ativamente para a harmonização legislativa.

Tendo em conta o caráter teórico e descritivo da investigação, a metodologia qualitativa e a abordagem interpretativa foram as técnicas escolhidas. A pesquisa decorreu, na sua grande maioria, através do recurso a mecanismos públicos de informação, entre os quais plataformas para fins académico-científicos, *working papers* e outros estudos de caráter explorativo. No que diz respeito ao capítulo III, para além das supramencionadas técnicas de análise, foram escrutinadas, de forma minuciosa, diversas legislações fulcrais ao tema, inseridas no Direito Internacional Europeu. O criticismo que lhe está inerente e que expressa uma difícil desassociação, justificou o recurso a inúmeros artigos de opinião relevantes ao tema. Por último, é importante notar que foram esmiuçadas diversas plataformas com vista a informar o público de atividades relacionadas com o tópico aqui presente. A sua análise criteriosa será também ela objeto de tratamento.

Em termos estruturais, a dissertação segue a seguinte lógica: O Capítulo II debruça-se sobre a revisão de literatura, onde se explorará os contornos que impulsionaram o *Fast Fashion* para a dimensão atual, assim como o seu enquadramento teórico. Segue-se o capítulo III, alicerçado na análise aos documentos legislativos suprarreferidos, com uma visão crítica sob os mesmos de uma ótica de eficiência e eficácia. Para além disso, personifica-se o papel do consumidor e as inovadoras plataformas emergentes que contribuem para que este seja um agente ativo e consciente da conjuntura empregue nos produtos adquiridos.

## **Capítulo II: Revisão de Literatura**

Este capítulo apresenta os resultados referentes à revisão da literatura existente. Para uma melhor perceção do problema que centraliza este trabalho, torna-se importante

---

<sup>1</sup> Ver, por exemplo, (Tidey & Silva, 2023)

<sup>2</sup> Ver diretiva europeia 2022/0051

explorar tanto o conceito, como os diversos fatores que o contextualizam no tempo presente. Será esse o ponto inaugural do capítulo.

## **1. O Modelo *Fast Fashion***

### **1.1. Conceptualização do Modelo**

O conceito de “Fast Fashion” decorre da convergência de diversos fatores categóricos que, embora a generalidade da literatura seja consensual quanto ao seu significado, os especialistas obstinam em não aglomerar todos estes numa definição sólida e exaustiva, porventura devido às rápidas mudanças que lhe estão inerentes.

O termo, bem enraizado no vocabulário do cidadão comum, é descrito por Fan & Chang (2023) como um segmento da indústria têxtil em que as peças de roupa são suscetíveis de ser produzidas no espaço temporal de uma semana, recorrentemente aspirando a uma tendência, e cujo modelo de negócio está vocacionado para gerar lucro. A menção ao lucro sugere, ainda que indiretamente, a um problema mais amplo, construído sob o facto de o modelo não olhar às externalidades provocadas, como a sustentabilidade ambiental e os direitos humanos. O modelo é ainda descrito pelos suprarreferidos autores, como as peças sendo vendidas a preços reduzidos e a um ritmo elevado, o que garante a eficiência da cadeia de valor<sup>3</sup>. Já no entender de Bhardwaj & Fairhurst (2010), o modelo é definido pela baixa previsibilidade, consumo impulsivo, produtos com ciclos de vida curtos e alta volatilidade da procura de mercado, decorrente das trocas abruptas das tendências e da abrangência da oferta. Em linha com os anteriores autores, para Peake & Kenner (2020), este caracteriza-se, na sua essência, pela baixa qualidade dos produtos, com um curto espaçamento entre a *passerelle* e a venda ao público.

Para uma análise aprofundada do conceito, torna-se imprescindível tanto uma contextualização histórica para entender o seu desenrolar, como uma menção aos metamorfismos do foro microeconómico que lhe estão inerentes e que permitiram o seu

---

<sup>3</sup>A cadeia de valor abrange todas as atividades relacionadas com a produção de um bem ou a prestação de serviços por uma empresa, bem como por todas as suas relações empresariais diretas e indiretas estabelecidas e que contribuam para a conceção do produto (Committee on Economic and Monetary Affairs, 2022)

célere avanço para o quotidiano. Desta forma, o seguinte segmento é dedicado a essa composição.

## **1.2. *Fast Fashion*: Uma indústria nascente?**

Até aos finais dos anos 80, a estratégia empresarial na indústria da moda passava pela capacidade de prever o nível de consumo de dado produto e moldar as tendências que daí poderiam surgir, ou seja, a indústria tinha uma certa capacidade de criar a futura tendência no mercado (Bhardwaj & Fairhurst, 2010). Por norma, esta era incutida aos consumidores através dos *fashion runaways*, cuja essência era baseada na exclusividade de audiência, em especial a *designers* e compradores (Mintle, 2008; Barnes & Lea-Greenwood, 2006).

Aliado ao secretismo que envolvia a promoção dos modelos de vestuário, do ponto de vista produtivo, o sucesso da estratégia estava alicerçado tanto na produção em massa de modelos padronizados, vantagem esta decorrente do desenvolvimento tecnológico já implementado na época, como nas Economias de Escala, permitindo às empresas reduzir os custos de produção<sup>4</sup>. Logo, e como na época os consumidores eram pouco sensíveis à moda, a frequência com que se trocava de coleção nas superfícies comerciais não era sistemática.

No decurso dos anos seguintes, a indústria sofreu transformações profundas resultantes das mutações do panorama económico global. Nos anos 90, os *fashion shows*, contrariamente ao paradigma anterior, começaram a ser um fenómeno público, acessível à generalidade dos *media* e, conseqüentemente, à internet, levando, como diz Mintle (2008), à sua desmistificação.

O romper do cânone deriva da interação microeconómica entre consumidores e produtores, que se adaptaram às mudanças de comportamento recíprocas.

---

<sup>4</sup> Economias de Escala e Produção em Massa são dois conceitos intimamente conectados entre si no *Fast Fashion*, na medida em que, em prol de diminuir os custos de produção, as empresas aumentam o volume de produção (custo marginal diminui com mais unidades produzidas) e adotam processos automáticos e estandardizados, que permitem a especialização e reduzem significativamente possíveis perdas de eficiência. A convergência dos dois permitiu o sucesso da indústria têxtil na segunda metade do século XX (Duguay *et al*, 1997).

## 2. A interação consumidor-produtor no modelo *Fast Fashion*

Em prol de as empresas continuarem competitivas no mercado e a absorver mais consumidores, estas começaram a estimular intensivamente ao consumo, através da investigação do perfil do consumidor (Bhardwaj & Fairhurst, 2010; Guercini, 2001). Esta análise passava pela pesquisa de dados e índices que permitissem descortinar quais os seus desejos e necessidades, tornando-se essencial, para o desenvolvimento do negócio, a incorporação das preferências no processo produtivo (Jackson, 2001; Fan & Chang, 2023; Christopher *et al*, 2004).

Assim, foi imperativo criar mecanismos para as empresas estarem intimamente ligadas ao consumidor, estratégia que não é nova na literatura, mas que tem sido impulsionada pela crescente digitalização e acesso às redes sociais (Wheelright and Clark 1992). Hodiernamente, as empresas de vestuário agilizam para estarem ativamente presentes na vida dos consumidores através da promoção dos seus produtos nas redes sociais ou até através de figuras públicas<sup>5</sup>.

Doravante, e dado o nível de competitividade, o produtor adaptou-se do lado da oferta, ao ter a constante necessidade de atualizar os modelos propostos ao público. O resultado é uma outra característica factual do *Fast Fashion*: A periodicidade das estações<sup>6</sup>. Primeiramente, era recorrente haver duas estações fixas por ano: Outono- Inverno e Primavera-Verão. Atualmente, estas estão subdivididas em inúmeras microestações. A título de exemplo, a Zara, gigante retalhista no setor, apresenta vinte-e-quatro novas estações a cada ano (Nguyen *et al*, 2020). Este marketing estratégico, e a suprarreferida compressão dos ciclos produtivos com vista à redução dos preços unitários, incita os consumidores a ir às lojas mais frequentemente e, com a impulsividade de corresponder às tendências, compactuam com os incentivos gerados e contribuem para a prática de desperdício (Nguyen *et al*, 2020).

Denota-se, assim, que para que as empresas fossem lucrativas face a esta alteração nas interações entre agentes económicos, estas tiveram de capitalizar a moda. Para isso, e uma vez que tinham de ser céleres na apresentação de novas coleções, as empresas do

---

<sup>5</sup> Este fator foi essencialmente importante durante a pandemia do COVID-19, que, através deste método, permitiu que o feroz consumo de *Fast-Fashion* não fosse suspenso, apenas alterou a modalidade preferencial com que este era conduzido.

<sup>6</sup> A frequência com que a coleção era substituída, no seu todo, dentro de um estabelecimento comercial.

setor, em detrimento da própria criação, recorriam à inovação de outras marcas e adotavam “interpretações”, capturando ainda os efeitos da disseminação da tendência (Barnes & Lea-Greenwood, 2006). Esta é reconhecida pela literatura como outra das estratégias do setor. Visto que o público-alvo das marcas de luxo e dos grandes retalhistas nem sempre é o mesmo, os consumidores veem nas réplicas uma possibilidade de conseguir peças semelhantes às dos *fashion shows* a preços acessíveis e atempadamente de corresponder com a tendência vigente. Desta forma, a dissolução do oligopólio<sup>7</sup> dos *designs* começou a tornar-se cada vez mais rápida: algo que era anteriormente exclusivo e que nele estava o segredo da indústria, é agora o antagónico, e até de fácil perceção pelo público em geral, que os diversos espaços comerciais possuem estilos de roupa idênticos entre si (Christopher *et al*, 2004). Sintetiza-se, portanto, que mudanças estruturais na cadeia produtiva induziram à celeridade na construção de *designs* e à intensificação dos fatores Marketing e Capital, identificados como vetores da competitividade na indústria (Fan & Chang, 2023).

Outro aspeto a ter em conta na convergência entre o processo evolutivo do modelo e o consumidor é o comportamento geracional do mesmo. Segundo Bhardwaj & Fairhust (2010), a faixa etária mais jovem da Geração Y<sup>8</sup> tendencialmente preferirá adquirir um maior número de peças de baixa qualidade e a preços baixos – conceito denominado de Obsolescência Programada por Piucco *et al*, (2022) -, enquanto os *Babies Boomers*<sup>9</sup> irão preferir um número reduzido de peças com alta qualidade (Crewe and Davenport, 1992). A tónica da sustentabilidade prende-se com esta mesma questão: Parte dos consumidores prefere comprar múltiplas peças de qualidade baixa, muitas das quais sem necessidade, e deixar de parte roupa que ainda serve o propósito, do que comprar um menor número de peças com utilização múltipla (Mintle, 2008). Já a Geração Z<sup>10</sup>, com as consequentes crises em que está incluída, está mais ciente de questões que envolvem a sociedade como um todo, seja tanto ao nível dos direitos humanos, como na sustentabilidade, mas também muito mais propensas a distrações a esses mesmos objetivos, dado o sofisticado nível de persuasão desenvolvido pelo capitalismo<sup>11</sup>.

---

<sup>7</sup> O uso do termo “oligopólio” decorre do facto de que a quota de empresas da moda estava centralizada num número reduzido de *players*, sendo que já não representa fielmente a atualidade.

<sup>8</sup> Indivíduos cujo nascimento remete para o período entre 1982 e 1994 (Iberdrola, 2023).

<sup>9</sup> Indivíduos cujo nascimento remete para o período entre 1945 e 1964 (Iberdrola, 2023).

<sup>10</sup> Indivíduos cujo nascimento remete para o período entre 1994 e 2010 (Iberdrola, 2023)

<sup>11</sup> A título de exemplo mencionaria as redes sociais ou o *Greenwashing*.

Salienta-se, neste âmbito, que o consumidor apresenta um papel preponderante no modelo de *Fast Fashion*, na medida em que o seu comportamento tem influência no comportamento do produtor. Desta forma, a literatura parece não abordar, de forma suficiente, o papel que a informação e investigação, ao ser corretamente disponibilizada aos consumidores, pode ter na criação de uma indústria socialmente mais responsável.

### **3. O *Outsourcing* da cadeia produtiva**

Existem também outras abordagens teóricas ao *Fast Fashion*, que enquadram o conceito diretamente com a cadeia de valor. Guercini (2001) expressa que dentro da cadeia de valor do *Fast Fashion*, os retalhistas se integram diretamente com os fornecedores com o objetivo de desenvolver um serviço temporalmente mais amplo, não se restringindo meramente a interações sazonais. Por sua vez, a abordagem de Christopher *et al.* (2004) destaca a eficiência e a flexibilidade da cadeia. Não em desarmonia com a posição dos anteriores autores, Doeringer & Crean (2004) referem que as redes de informação estão impulsionadas pela estrutura contemporânea da cadeia de valor, o que leva a que um possível choque a montante (procura do consumidor) se possa propagar rapidamente ao longo de toda a extensão da cadeia (Barnes & Lea-Greenwood, 2006).

Contudo, há autores que não compactuam com a mesma opinião. Jones & Hines (2000) mencionam que os mecanismos que compõem a cadeia de valor têm sido longos, complexos e inflexíveis. O resultado são ciclos produtivos extensos e inapropriados para a exigência da indústria da moda moderna (Barnes & Lea-Greenwood, 2006). É possível justificar que aquando da posição dos autores, a indústria tinha diferentes contornos e os autores anteviam uma modernização da cadeia para fazer face às exigências do consumidor. Desta forma, esta não representa uma posição absolutamente antagónica para com os demais autores, mas sim enquadrada numa fase transicional entre paradigmas.

Na realidade, e em complemento com a posição de Guercini (2001), é possível inferir que, de forma que as empresas sobrevivessem ao ambiente competitivo, muitas desenvolveram alianças<sup>12</sup> com fornecedores de diferentes mercados e países,

---

<sup>12</sup> Alianças são, sinteticamente, acordos colaborativos entre duas ou mais empresas que, externamente a esse acordo, permanecem com a sua atividade de forma independente, e que resultam em operações no estrangeiro (Welch L. *et al.*, 2007).

diversificando o seu portfolio, e promovendo a sua marca junto dos mercados onde atuavam (Tyler, Heeley, and Bhamra 2006). Esta atmosfera simbiótica promovia os lucros como fruto da combinação entre os processos de *high-value research, design, vendas e marketing*, através dos diversos fornecedores e o próprio retalhista (Gereffi 1999, 43).

Contudo, alianças não constituem a única estratégia de internacionalização alcançável para as empresas multi e transnacionais do setor, onde a literatura em Economia Internacional revela a existência de uma panóplia de estratégias internacionais de teor cooperativo<sup>13</sup>. Uma das práticas mais comuns é o *Outsourcing*, que se define como: “the act of transferring some of a company’s recurring interval activities and decision rights to outside providers, as set in a contract” (Greaver, 1999 reported in WTO, 2005: 266). De notar que o *Outsourcing*, no seu enquadramento teórico, pode ocorrer dentro de um país ou entre diferentes países (IETTO-GILLIES, 2019). Porém, o processo normativo no *Fast Fashion* é que este ocorra com um certo grau de externalização das atividades e com o envolvimento de empresas estrangeiras, para poder captar as vantagens competitivas inerentes a cada uma (IETTO-GILLIES, 2019). O seguinte capítulo pretende ilustrar, sumariamente, o processo produtivo na indústria do *Fast Fashion*.

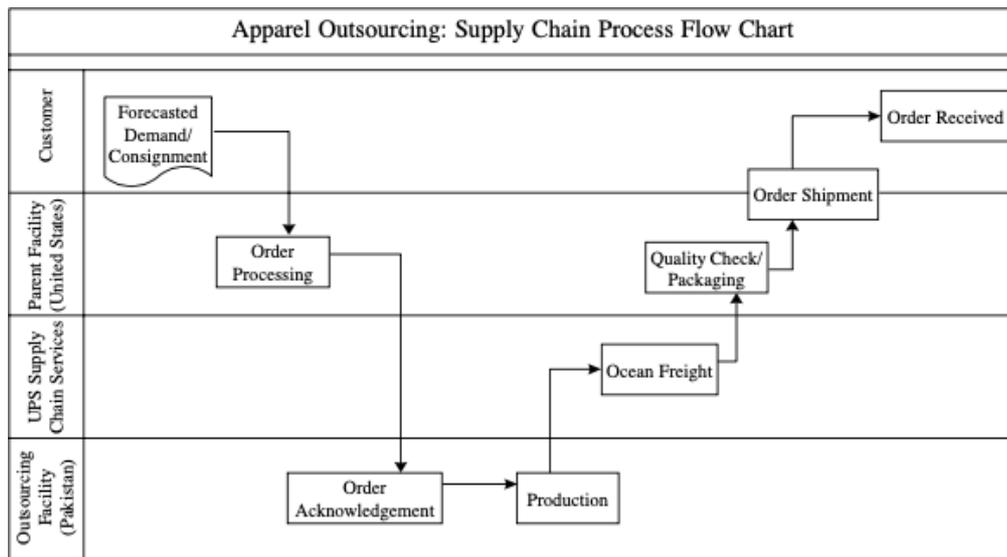
---

<sup>13</sup> Que podem assumir diferentes moldes: *franchising, joint-ventures*, subcontratação, etc.

### 3.1. O processo produtivo na indústria do *Fast Fashion*

No seu aspeto teórico, as empresas do setor seguem habitualmente um processo linear de *Outsourcing*, que pode ser definido da seguinte forma:

**Figura 1-*Outsourcing*** do setor do vestuário: A Cadeia de Valor



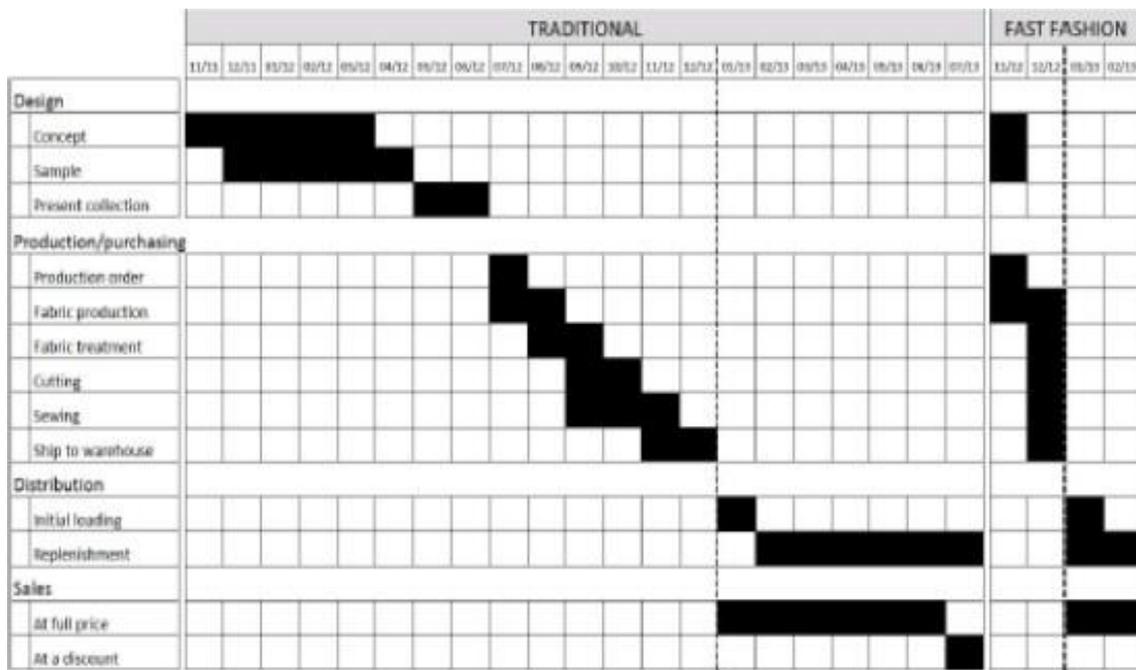
Fonte: Retirado de (Kumar & Arbi, 2007).

A primeira fase, que consiste na procura por parte do consumidor, serve como ignição para o desenrolar da cadeia de valor, através do pedido inicial. Este ocorre no espaço comercial físico ou através de *E-Commerce*. A etapa seguinte compreende a logística para satisfazer o pedido e dá-se, por norma, na empresa-mãe, ainda dentro de dado país. Esta irá transferir a informação contida na encomenda para as entidades externas contratualizadas no decurso de uma estratégia de *Outsourcing* (terceira fase), de maneira que estas iniciem o seu processo produtivo. Uma vez construído o produto final, ativo tangível, este requer o transporte para a empresa-mãe, para que depois seja distribuído ao cliente final (Kumar & Arbi, 2007).

É ainda possível desdobrar a Figura 1 em processos minuciosos, que clarificam a complexidade da cadeia de valor. A Figura 2 pretende comparar, de forma sintética, as diversas fases de fabrico de uma peça de roupa, confrontando a modalidade dita tradicional com a produção sob o modelo de *Fast Fashion*.

Rafael Vicente Correia- A inserção do dever de diligência em matéria de sustentabilidade na indústria do *Fast Fashion: Modern Slavery* nas cadeias globais de valor e o contexto europeu

**Figura 2**-Ciclo de vida do produto no *Fast Fashion*



Fonte: Retirado de (World Bank Group Trade & Competitiveness, s.d.).

Importa referir que, em geral, ambos apresentam os mesmos processos de fabrico: *Design*, Produção/ Compra, Distribuição e Venda ao Público. A diferença é que, em prol de o ciclo produtivo ser mais curto sob o modelo de *Fast Fashion*, há, por um lado, a supressão integral de diversas fases, tal como a apresentação de coleções - recorrente nos *Fashion Shows*-, como, por outro lado, o encurtamento dos tempos de produção na grande maioria das fases.

### 3.2. Contexto socioeconómico como vetor para o *Outsourcing*

De um ponto de vista socioeconómico, o fenómeno de *Outsourcing* resulta da transferência de parte do processo de produção para países onde as legislações trabalhistas são mais flexíveis e os salários baixos, com a recorrente contratualização de trabalhadores menos-qualificados. A adoção desta estratégia permite às empresas a diminuição dos custos de produção, não só através das remunerações, mas também através da qualidade das peças, que é reduzida para que estas sejam fabricadas num curto espaço de tempo (Bhardwaj & Fairhurst, 2010). Resume-se, portanto, que o alvo das multinacionais são países menos desenvolvidos económica e legislativamente. É ainda possível auferir que as fases que usufruem da mão de obra qualificada, como o *Design*,

permanecem no país da empresa-mãe (países desenvolvidos), enquanto todo o processo produtivo passa, por norma, por países abundantes em mão de obra não qualificada (países em desenvolvimento).

Este dinamismo do *Outsourcing* veio trazer um incremento de complexidade nas cadeias produtivas, em grande parte devido à extensão geográfica e ao faseamento das mesmas, o que sofisticou diversos procedimentos de importação e exportação (Bhardwaj & Fairhurst 2010; Birtwistle *et al*, 2003; Bruce and Daly 2006). À luz de Christopher *et al* (2004), houve mesmo uma dissolução dos efeitos positivos da estratégia de internacionalização quando confrontados os valores da poupança (ao mover a produção para países menos desenvolvidos e a consequente redução dos custos de produção) com a utilização de tecnologia obsoleta, custos de manutenção de stock e possíveis custos de transporte. A empresa contratante deve contrabalançar diversos fatores<sup>14</sup> antes da sua adoção, dado que a internalização das atividades pode efetivamente ser mais barato do que inserir-se numa estratégia de *Outsourcing*.

Não obstante, a complexidade das cadeias *upstream*<sup>15</sup> permite também ocultar a exploração dos direitos humanos no cerne da mesma (Shilling *et al*, 2021). Embora uma empresa possa não estar diretamente implicada no ato de exploração, este pode estar oculto nas fases produtivas a montante. Desta forma, é importante que, aquando do *Outsourcing* da atividade produtiva, as empresas e os países não restrinjam a sua abordagem aos direitos humanos apenas às operações domésticas (Shilling *et al*, 2021). Perante isto, pretende-se abordar a atuação da nova proposta de diretiva europeia em matéria de *Due Diligence* com o objetivo de inferir em que medida os produtores, os fornecedores e todos os agentes envolvidos na produção do *Fast Fashion*, devem assegurar que a sua cadeia produtiva seja socialmente responsável, e como isso pode ser alvo de imposição por parte da União Europeia.

---

<sup>14</sup>Fases produtivas com maior *ratio* de perda de eficiência, custos com remunerações, matérias-primas, benefícios fiscais, entre outros.

<sup>15</sup> Um fornecedor *upstream* (montante) exporta bens intermediários para um produtor a jusante (*downstream*) que acrescenta valor ao bem para que posteriormente seja exportado novamente. Estes conceitos permitem caracterizar as cadeias de valor e as respetivas posições que os países ocupam dentro da mesma (European Central Bank, 2013)

#### 4. *Modern Slavery*: Contornos conceptuais

O setor do *Fast Fashion* tem sido repetidamente alvo de alegações no que toca ao seu cumprimento com direitos fundamentais ao ser humano<sup>16</sup>. Este é um fator indissociável aos diversos riscos que as empresas, consumidores e nações estão sujeitas, entre os quais reputacionais, financeiros e legais (Mehra & Shay, 2016; New, 2015). Desta forma, a não contribuição para valores elementares aos olhos dos consumidores, pode levar a que estes riscos se tornem uma realidade para as empresas. As consequências, podem também elas ser repercutidas sob diversas formas: *brand damage*, desinvestimento por parte dos investidores e boicotes por parte dos consumidores (Shilling *et al*, 2021). A título exemplificativo, a envolvimento de uma empresa do ramo do *Fast Fashion* num alegado esquema de escravidão, tendo, portanto, fracassado na adoção de medidas apropriadas de identificação, mitigação e ação perante o problema, pode levar a custos avultados na empresa, iniciando-se na sua reputação (Shilling *et al*, 2021). Os consumidores, tendo em conta as alegações, podem modificar o seu consumo, e a empresa perder, em último caso, diretamente nas vendas.

Contudo, o espectro destes riscos não se restringe somente ao suprarreferido. Passa também pelo facto de que com uma cadeia de valor intimamente ligada entre si, estes não dizem respeito só ao retalhista, mas a todos os operadores económicos que contribuem para o normal desenvolvimento do produto. Shilling *et al* (2021) materializam esta lógica – *Today, it is recognized that the scope of implication for an organization extends to its supply chains. As such, consumers expect CSR initiatives to respond to human exploitation occurring throughout the entire life cycle of a product* – mesmo para as empresas que aplicam esforços em processos de *Due Diligence*, a literatura demonstra que há uma falta de indicadores, dados, ferramentas e sistemas eficazes para permitir a deteção de violações aos direitos humanos (Shilling *et al*, 2021). Desta forma, a interação entre consumidor e produtor, assim como a dependência com as diversas fases produtivas de uma cadeia de valor, não pode ser algo descartável na filosofia corporativa que assumem, e, por desprezarem tais fatores, podem sofrer repercussões negativas. Depreende-se, assim, que não é plausível a existência de uma verdadeira democratização nestas interações entre agentes.

---

<sup>16</sup> Ver (Jornal Oficial da União Europeia, 2016)

Esta dissertação pretende basear parte da sua estrutura nesta problemática: No processo de implementação de medidas em matéria de *Due Diligence*, tanto no plano micro como macroeconómico, o tópico da exploração laboral tende a ser considerado apenas para as operações domésticas, negligenciando a responsabilidade indireta que assumem na cadeia produtiva (Shilling *et al*, 2021). Neste âmbito, é importante compreender o papel que a União Europeia pode ter ao regulamentar o setor, o que se pode suceder através da nova proposta de diretiva, baseando-se na premissa de que é necessário haver mais transparência nas operações das empresas para que o consumidor possa tomar decisões fundamentadas.

## O Saldo da Balança

A discussão em torno da *Modern Slavery* é ainda limitada, dado que a eficiência e impacto das medidas de *Due Diligence*, que têm o propósito de identificar e mitigar esta e outras práticas na cadeia produtiva, são de difícil quantificação.

Segundo a Walk Free Foundation (2018), a escravidão, no seu sentido lato, é “praticamente ilegal” em todo o mundo, mas a sua prática está longe de ser abolida<sup>17</sup>. O reconhecimento da *Modern Slavery* como uma diferente modalidade da escravidão, cujos contornos podem ser enumerados entre a redução parcial ou total do pagamento dos salários aos trabalhadores, privação de necessidades básicas, apreensão de documentos de identificação e condições deficientes de segurança, levou a que o conceito renascesse no âmbito da literatura em Direitos Humanos (Walk Free Foundation, 2018). Erradicar a prática de *Modern Slavery* é, assim, um dos objetivos da Agenda das Nações Unidas 2030, onde se estima que 40 milhões de pessoas sejam ainda vítimas de escravidão (ONUNews, 2020).

De um ponto de vista económico, e como explicado anteriormente, o *Outsourcing* dirige-se, por norma, de países desenvolvidos para países em desenvolvimento, dadas as vantagens competitivas que lhe estão inerentes. Já o fluxo decorrente da *Modern Slavery* apresenta a direção contrária, com os países desenvolvidos a importar ativos

---

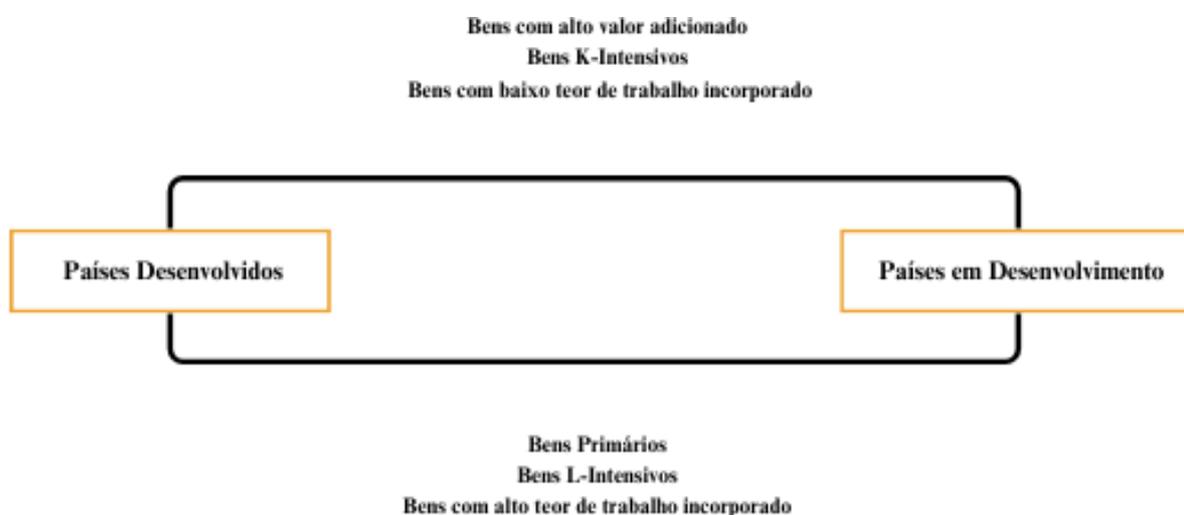
<sup>17</sup>Juridicamente, a prática encontra-se abolida pelo Direito Internacional. Esta proibição resulta de uma regra geral imperativa, *jus cogens*, que obriga qualquer Estado, independentemente de o ter aceite expressamente ou de ter legislação interna na matéria, a cumprir. Contudo, um estudo efetuado em 2020, revela que 94 estados não possuem legislação proibitiva em matéria de escravatura (University of Nottingham, 2020).

Rafael Vicente Correia- A inserção do dever de diligência em matéria de sustentabilidade na indústria do *Fast Fashion: Modern Slavery* nas cadeias globais de valor e o contexto europeu

manufaturados com recurso à prática (Alsamawi *et al*, 2014; García-Alaminos *et al*, 2020; Simas *et al*, 2014; Xiao *et al*, 2017a).

Como evidência científica, Simas *et al* (2014), na sua investigação<sup>18</sup>, reconheceu que o trabalho forçado incorporado nos diversos bens foi maior nos países onde o Produto Interno Bruto (PIB) era menos expressivo, na medida em que estes exportam, em grande nível, produtos primários, com pouco valor adicionado e trabalho-intensivos. Em oposição, os países desenvolvidos, exportam, tradicionalmente, bens de grande valor adicionado, por recurso ao *Outsourcing*, e importam produtos trabalho-intensivos<sup>19</sup>.

**Figura 3**-Fluxo de exportação de bens com trabalho forçado incorporado



— Fluxo de Exportação

Fonte: Elaboração própria baseada em Simas *et al* (2014).

A título de exemplo, e atendendo ao suprarreferido estudo, as quantidades mais significativas de trabalho forçado incorporado nos produtos ocorrem nos continentes Africano e Asiático, regiões onde o PIB é mais baixo (Ver Figura 3 em anexo) (Shilling *et al*, 2021). Tendo em conta que o continente asiático é um dos principais continentes a albergar a produção têxtil, o setor do *Fast Fashion* torna-se um dos setores mais propensos à *Modern Slavery*. A explicação prende-se que com o facto de haver uma

<sup>18</sup>Retirado de (Simas *et al*, 2014)

<sup>19</sup>O estudo conclui que a importação, para os países desenvolvidos, de produtos incorporados com trabalho forçado contribui entre 61-78% para a sua pegada, enquanto a importação por parte de países desenvolvidos é de 1-11%, comprovando o fluxo da Figura 3.

grande abundância de trabalho pouco qualificado no continente, assim como de matérias-primas e estruturas fabris, todos fatores reconhecidos como vantagens competitivas e que motivam o recurso ao *Outsourcing* (Shilling *et al*, 2021). Conclui-se, então, que o estilo de vida dos países ricos é construído à base dos países em desenvolvimento, ilustrando como os impactos sociais também podem ser transacionáveis e constatando, uma vez mais, as desigualdades presentes nas regiões mundiais.

## **Capítulo III- A indústria do *Fast Fashion* no dever de diligência em matéria de sustentabilidade**

### **1. As Práticas Europeias: Antecedentes**

A União Europeia tem sido reconhecida, por diversas vezes, como pioneira em matéria de Direitos Humanos. Numa primeira instância, importa denotar que a conceptualização de Direitos Humanos, neste trabalho, apresenta-se restringida aos atos que são alegadamente objeto de violação por parte da indústria do *Fast Fashion*, porém a sua extensão conceptual assume uma abrangência maior no âmbito do Direito Internacional. Assim, segundo a revisão de literatura efetuada, foi possível perceber que, neste contexto, estão em causa essencialmente direitos laborais, tal como o trabalho forçado.

O presente capítulo prende-se com a análise crítica de práticas regulatórias que visam o tema, tanto no seio da União Europeia como um todo, como individualmente nas jurisdições francesa e alemã, dado serem os primeiros protótipos de uma linguagem comum dentro do bloco regional e que podem ter levado à inspiração da recente proposta de diretiva comunitária: *Corporate Sustainable Due Diligence*.

### **1.1. A Legislação Francesa- *LOI n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre***

De forma a dar continuidade às medidas de *soft law* adotadas pelas diversas organizações internacionais<sup>20</sup>, França, através do enquadramento legislativo doméstico, quis providenciar às práticas internacionais caráter jurídico vinculativo, com o intuito de aumentar a Responsabilidade Social Corporativa<sup>21</sup> (Jouvenel & Duthilleul, 2020). O culminar é a criação da Lei n° 2017-399, que veio modificar cláusulas já convencionadas no *Code de Commerce*<sup>22</sup>. As emendas celebradas apresentam-se de seguida.

Em concordância com o Art.1° da suprarreferida Lei, o Art. L225-102-4 do *Code de Commerce* sofre alterações no sentido de garantir que qualquer empresa que empregue, por dois anos consecutivos, pelo menos cinco mil funcionários em território francês ou mais de dez mil no conjunto do território nacional e no exterior, se compromete a implementar efetivamente um plano de vigilância. Infere-se, portanto, que a abrangência da medida se restringe às empresas com uma dimensão considerável.

Este “Plano de Vigilância”, que pretende ser pluripartidário, visa identificar riscos e prevenir graves violações dos direitos humanos e das liberdades fundamentais. Neste âmbito, saúde, segurança e o ambiente são evidenciados como fatores preponderantes na consideração das atividades da própria empresa, das filiais ou empresas que controla<sup>23</sup>, e respetivos subcontratantes e fornecedores, todos agentes abrangidos pelo documento jurídico.

A grande tónica nesta lei é o facto de as subsidiárias diretas e indiretas se encontrarem incluídas na contabilização do capital humano da empresa. Para tal, a sede social tem de ser, à semelhança da empresa-mãe, estabelecida em território francês, e também estas terão de seguir o plano de vigilância. Torna-se, desta forma, importante, salientar o papel que a empresa-mãe exerce sobre as empresas que controla, na medida

---

<sup>20</sup> Organização Internacional do Trabalho, Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico ou Organização das Nações Unidas são algumas das organizações internacionais com análise mais exaustiva no âmbito deste tema.

<sup>21</sup> A Responsabilidade Social Corporativa pode ser definida como o compromisso de uma organização em gerir os impactos sociais das suas operações de forma responsável (SGS, 2022).

<sup>22</sup> Ver (Légifrance, s.d.)

<sup>23</sup> A definição jurídica francesa para o controlo de empresas encontra-se estipulado na alínea II do artigo L. 233-16.

em que ao pôr em prática um plano conducente aos objetivos almejados pelo governo francês, as subsidiárias<sup>24</sup>, como estão ligadas à mesma, poderão igualmente implementar um que siga os mesmos moldes. Porém, esta pode ser uma das vulnerabilidades na eficácia da medida, no sentido em que cada subsidiária tem a possibilidade de estabelecer, de forma autónoma, o seu plano, e, desta forma, haver abordagens heterogênicas para a responsabilidade social corporativa dentro de um mesmo grupo. Conclui-se que a lei horizontal é suscetível de perder força á medida que se dirige a montante na cadeia de valor. Nesse sentido, é necessário que a medida se estenda a toda a cadeia de valor.

Como forma de especificar quais os requerimentos necessários para serem consideradas medidas de vigilância “raisonnable”, como estipula o artigo supramencionado, e controlar a heterogeneidade que poderia estar associada à lei, os agentes económicos devem considerar os seguintes procedimentos, que de forma a assegurar a transparência, serão do domínio público (Légifrance, 2017):

- Um mapeamento de riscos para adequada identificação, análise e priorização;
- Avaliação regular da relação contratual com as subsidiárias, subcontratados e fornecedores;
- Processos para a mitigação de riscos ou prevenção de danos graves;
- Mecanismos de alerta e recolha de denúncias relativas à existência de riscos;
- Um dispositivo para monitorizar as medidas implementadas e avaliar a sua eficácia.

O não cumprimento das obrigações previstas na alínea I por parte da empresa e dos restantes agentes implicados, que pode ser assinalado e materializado a pedido de qualquer pessoa que demonstre interesse em agir para esse fim, será alvo de apreciação por parte do tribunal competente. Este, agirá em conformidade, estando salvaguardada a possibilidade de pena de prisão. Esta é a interpretação retirada do Art. 2º da Lei nº 2017-399, cuja correspondência no *Code de Commerce* se traduz no Art. L225-102-5, e que

---

<sup>24</sup> É importante definir qual é, em termos gerais, a grande diferença entre uma subsidiária e uma filial. A primeira é considerada como legalmente separada da empresa-mãe. Tratam-se, portanto, de duas empresas, porém a empresa-mãe detém participação social, o que lhe concede controlo. Numa filial, esta é intimamente ligada à empresa-mãe, pelo que se rege pelas mesmas atividades corporativas (Donald Reid Group, 2023).

Rafael Vicente Correia- A inserção do dever de diligência em matéria de sustentabilidade na indústria do *Fast Fashion: Modern Slavery* nas cadeias globais de valor e o contexto europeu

prevê que o incumprimento das obrigações estipuladas origine a imputação da responsabilidade ao autor e o obrigue a reparar<sup>25</sup> os danos que o cumprimento destas obrigações teria evitado.

Neste âmbito, a abordagem francesa à responsabilidade social das empresas parece não se restringir meramente a sucessivas reparações aquando de uma violação jurídica. De facto, a abordagem parece assumir uma tónica vocacionada para a prevenção, que, através do recurso à jurisdição, cativa força jurídica para o seu eficaz cumprimento. É também importante evidenciar que a criação da lei por parte da França, que exerce um poder considerável no seio da União Europeia e nos restantes Estados-Membros, torna-se fulcral para estimular a criação de outras medidas deste foro. Igualmente se poderá afirmar para a Alemanha, cuja lei poderá já ser uma externalidade gerada pelo quadro legislativo francês.

## **1.2. A Legislação Alemã – Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG)**

A lei alemã, efetiva desde 1 de janeiro de 2023, apresenta contornos semelhantes à supramencionada. Em primeiro lugar, para que as empresas sejam elegíveis pela lei, propõe um limiar de colaboradores: três mil no decorrer do primeiro ano de aplicação (2023), sendo minorado para mil colaboradores no ano seguinte. Outro fator transversal às duas legislações é a estrutura da participação social. A legislação alemã especifica que a empresa-mãe tem de apresentar sede social no país para estar elegível. Na eventualidade de ser uma subsidiária de uma empresa com sede social na Alemanha, esta também estará abrangida, desde que a empresa-mãe apresente um “controlo significativo” sobre a primeira. Igualmente estarão contempladas as filiais (Ver anexo II para esquematização das relações contratuais segundo o ato alemão).

Contudo, existem também algumas disparidades decorrentes do confronto entre as duas legislações. A primeira é a de que na alemã, também as empresas estrangeiras com filiais no país estão abrangidas pela lei, mesmo que a empresa-mãe não tenha sede social no país. Outra é o facto de que a lei relativa ao dever de vigilância francês inclui, no Art.2º da Lei n° 2017-399, uma disposição relativa à responsabilidade civil. A jurisdição alemã

---

<sup>25</sup> A reparação, visando o prejuízo causado às vítimas, pode incluir, entre outros, “a restituição de bens, uma indemnização pelo dano ou prejuízo sofrido, o reembolso das despesas realizadas em consequência da vitimização (...) e o restabelecimento de direitos.” (Gabinete de Documentação e Direito Comparado, s.d.)

não o prevê especificamente nesta sede, obrigando a que se afira da aplicabilidade de outros mecanismos de ordem geral <sup>26</sup>.

A criação da lei deve-se a uma iniciativa civil datada de 2019, a Initiative Lieferkettengesetz, que, para além de constituir um argumento a favor do perfil democrático na Alemanha, se propunha a cumprir com dois objetivos primários (Initiative Lieferkettengesetz.DE, 2021):

- 1) As empresas, através da adoção de medidas preventivas, podem evitar danos às pessoas e ao ambiente.
- 2) As partes afetadas devem poder aceder a mecanismos em que facilmente poderão obter reparação, aquando violados os seus direitos.

De forma a refletir os direitos e princípios que pretende ver reforçados no seu território e poder, assim, gerar externalidades perante os demais países através do seu tecido empresarial, a lei alude aos princípios das Nações Unidas como base para construir a sua argumentação jurídica.

Expressa-se, portanto, que a elaboração destas duas medidas do foro doméstico serviu como base crítica para a criação de legislação à escala da UE. Dado ser uma matéria de grande importância para o bloco regional e que contribui para a construção de uma sociedade mais justa, pretende-se explorar, no seguinte segmento, a eficiência das legislações no seu enquadramento teórico e apurar quais as possíveis expectativas para a diretiva europeia, assumindo aspetos que devem ser, de forma imperativa, transportados para a mesma e quais os aspetos que requerem uma melhoria significativa.

### **1.3. O que esperar da nova diretiva europeia?**

As duas leis vieram alterar um paradigma em que a maioria das ações governamentais em matéria de responsabilidade corporativa se assumia como voluntária, e, como não acarretava obrigações para as empresas e lhe estavam inerentes alguns custos<sup>27</sup>, estas tendencialmente não atuavam de forma proativa.

---

<sup>26</sup> Ver diretiva europeia 2022/0051 e secção 3, alínea (3) Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz.

<sup>27</sup> Há inúmeros custos associados ao respeito pelos Direitos Humanos. Primeiramente, para que os fornecedores se sintam tentados a respeitar e a valorizar os direitos humanos, é preciso que os retalhistas no *Fast Fashion*, que é classificado como um setor *price-sensitive*, remunerem um valor superior. Também o investimento em segurança e bem-estar do trabalhador contribuem para a análise do custo-benefício de cumprir com a lei (Zahn & Bremer, 2022).

A assimilação, por parte das empresas, do caráter obrigatório da lei, faz com que estas procedam a uma avaliação do custo-benefício de adotarem o procedimento internamente, contribuindo para a eficácia da mesma. Não obstante, no caso alemão, está prevista a possibilidade<sup>28</sup> de criar um regulador independente, sob a alçada do Ministério Federal dos Assuntos Económicos e da Energia, que, aliado à obrigatoriedade da lei, confere força jurídica e contribui para a homogeneização regulatória no país (Initiative Lieferkettengesetz.DE, 2021). Nesse âmbito, se as empresas não cumprirem o que lhes é exigido, arriscam-se a multas avultadas e a riscos reputacionais e legais. Infere-se, portanto, que na lei europeia devem estar presentes elementos de supervisão e obrigatoriedade de cumprimento integral do estipulado no documento jurídico.

Em segundo lugar, e como mencionado anteriormente, as medidas assumem um posicionamento vocacionado para a prevenção, em detrimento da reparação efetiva. Isto inclui, à luz da Initiative Lieferkettengesetz, estabelecer mecanismos de gestão de risco e análise do mesmo, com o intuito de mitigar violações que possam contextualizar a empresa no centro das adversidades. Porém, a atenção deve também estar focalizada nos restantes membros da cadeia de valor. Neste aspeto, destacam-se os fornecedores indiretos como possível ponto de ineficácia, dado que as empresas apenas são obrigadas a cimentar uma análise de risco sobre estes agentes económicos quando haja “conhecimento substancial” de uma prática potencialmente violadora dos direitos humanos.

Denota-se, portanto, que para que a lei europeia seja eficaz, a sua aplicação deve ser assegurada em toda a extensão da cadeia de valor, na medida em que a maior parte das violações nos direitos humanos se proporciona nas fases iniciais da mesma. Aqui atuam essencialmente fornecedores indiretos, e o trabalho é, na grande maioria, não qualificado e em países com legislações laborais mais flexíveis (Initiative Lieferkettengesetz.DE, 2021). Contudo, este não é o único prisma para garantir a universalidade das medidas: O número de empresas abrangidas deve ser alargado. Apesar de numa fase inicial ainda estarem a ser testados os efeitos das medidas e que estas vão sendo progressivamente ajustadas com o tempo<sup>29</sup>, é também sabido que no seio da UE 99% das empresas são

---

<sup>28</sup> Ver secção 9, alínea (4) Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz.

<sup>29</sup>No caso da legislação alemã, após um ano de aplicação da lei, o capital humano da empresa será reduzido em um terço.

PME<sup>30</sup>. A manter-se, só grandes multi e transnacionais seriam descortinadas pela lei. Para além disso, o leque de empresas abrangidas é também ele genérico, no sentido em que não há foco em setores de risco. Conclui-se assim, que não devia, nestes moldes, haver lugar à discriminação segundo a dimensão da empresa, já que as PME podem ter um grande impacto nos direitos humanos se operarem num setor onde o risco de violação dos mesmos é acrescido pela natureza da indústria. Esta combinação de fatores – menção aos setores propícios ao risco e relativização da dimensão da empresa- deve estar complementada na diretiva europeia, de forma a garantir que os efeitos são capturados de forma substancial.

Outro fator relevante é o de que a lei alemã garante às partes violadas um mecanismo de defesa. Caso a empresa sofra alegações, por parte de terceiros, de que as suas ações empresariais produziram violações aos direitos humanos, os implicados podem exercer os seus direitos junto do BAFA<sup>31</sup>, que tomará as devidas precauções. Está previsto que as partes afetadas possam recorrer também a organizações internacionais, para que atuem em seu nome junto dos tribunais alemães. Isto garante o anonimato, caso este seja necessário, e que os custos, que podem ser avultados, não possam constituir um entrave à justiça (Initiative Lieferkettengesetz.DE, 2021). Transposto para o bloco regional, as vítimas devem conseguir aceder a um mecanismo europeu cujas valências possam proteger empresas e cidadãos de violações aos seus direitos.

## **2. *Corporate Sustainable Due Diligence*: Futura diretiva?**

A proatividade na elaboração de legislações por via da ação isolada dos Estados-Membros, embora contributivas para a externalização do problema social aos demais países, exercendo pressão para que estes celebrem semelhantes iniciativas, podem conter elementos que não são compatíveis com o mercado único europeu. Por outro lado, a ação voluntária das empresas não parece ter solucionado<sup>32</sup> a problemática, e não se reflete em segurança jurídica para as empresas e para as vítimas (*ibid.*). É com o objetivo de eliminar

---

<sup>30</sup> PME são definidas como micro, pequenas e médias empresas com menos de 250 colaboradores e um volume de negócios não superior a 50 Milhões de Euros (Eurostat; European Parliament, 2023).

<sup>31</sup> Ministério Federal para os Assuntos Económicos e Controlo das Exportações (Federal Office for Economic Affairs and Export Control, 2023)

<sup>32</sup>“Observaram-se externalidades negativas da produção e do consumo da UE, tanto dentro como fora da União”. Ver diretiva europeia 2022/0051.

esta ambiguidade, e agindo em prol de garantir um ambiente concorrencial equitativo no mercado interno, que a nova proposta de diretiva emerge, após recomendações do Conselho<sup>33</sup>.

A crescente pressão do mercado para que as empresas atuem de forma sustentável, eliminando potenciais riscos reputacionais por parte dos consumidores e investidores, e com a possibilidade de adquirir uma vantagem competitiva face às empresas concorrentes, tem precipitado muitas empresas a internalizar processos inseridos no dever de diligência. Contudo, e apesar de baseadas nas normas internacionais existentes, a iminência da criação de regras nacionais divergentes pode provocar fragmentação, o que tem implicações diretas no funcionamento do mercado interno e é suscetível de comprometer a segurança jurídica e o ambiente concorrencial.

Em primeiro lugar, as empresas, principalmente aquelas que estão inseridas em cadeias de valor transfronteiriças, já estão sujeitas a inúmeros panoramas legislativos. Não obstante, na iminência de dentro do mercado único haver também nele diversas fragmentações legislativas, irá criar distorções na concorrência, na medida em que as empresas irão estruturar as suas operações consoante as legislações que lhe forem mais benéficas. Por outro lado, poderá haver empresas, que por não terem ligações com determinada jurisdição de um Estado Membro, estarão isentas de qualquer obrigatoriedade, constituindo uma vantagem perante os demais<sup>34</sup>. A diretiva europeia, através da harmonização dos requisitos, pretende eliminar o enviesamento que a produção e a circulação de bens e serviços poderia sofrer em detrimento das jurisdições mais flexíveis, promovendo “condições de concorrência equitativas para as empresas exercerem o dever de diligência nas suas próprias atividades, nas suas filiais e cadeias de valor (...)” (*ibid.*).

Importa, portanto, perceber o âmbito de aplicação da diretiva e em que medida esta se aproxima das legislações nacionais vigentes. Numa primeira instância, empresas e respetivos fornecedores e filiais, bem como relações empresariais diretas e indiretas estabelecidas ao longo da cadeia de valor e que não representem uma parte acessória da mesma, estão abrangidas pela diretiva<sup>35</sup>. Neste tópico, a diretiva europeia vai além da

---

<sup>33</sup> *Ibid.*

<sup>34</sup> *Ibid.*

<sup>35</sup> Há reservas em relação a empresas financeiras reguladas que concedem serviços financeiros, assim como os agregados familiares e pessoas singulares que não atuem a título profissional ou empresarial.

franja abrangida pelas legislações nacionais, uma vez que existia ambiguidade na abordagem perante os fornecedores indiretos. Esta divergência fragilizava a eficácia da medida já que seria expectável que as empresas de maior dimensão repercutissem parte dos custos decorrentes da legislação nos fornecedores<sup>36</sup>. A presente diretiva “estabelece medidas destinadas a limitar a transferência dos encargos dessas grandes empresas para os fornecedores mais pequenos da cadeia de valor e a aplicar requisitos justos, razoáveis, não discriminatórios e proporcionados em relação às PME.”, eliminando possíveis distúrbios na eficácia.

As PMEs, à semelhança de nas legislações nacionais, estão excluídas do dever de diligência, dado que os encargos financeiros e administrativos a que estas estariam sujeitas seriam elevados (*ibid.*). A justificação prende-se com o facto de que a grande maioria não dispõe de mecanismos pré-existentes, nem de *know-how* suficiente (como é o caso das grandes empresas, em que já há legislação aplicável e com efeitos práticos). No entender dos legisladores, embora a exposição de uma PME a efeitos negativos não seja a mesma que uma empresa de grandes dimensões, não é possível inocentar a composição empresarial da UE, fortemente densa em empresas de menor dimensão. Este fator acarreta indubitavelmente um grande peso na obtenção do objetivo proposto pela diretiva<sup>37</sup>, pelo que este terá de ser objeto de discussão futura.

Em termos de critérios de elegibilidade, a definição de “grande empresa”, com base na proposta de diretiva, encontra-se subdivididas em duas categorias:

1. Grandes empresas europeias, de responsabilidade limitada, integradas em um ou mais setores de grande impacto, com mais de 250 trabalhadores<sup>38</sup> e um volume de negócios líquido superior a 40 milhões de euros a nível mundial, no exercício anterior ao último exercício financeiro;
2. Grandes empresas europeias que excedam simultaneamente os limites de 500 trabalhadores em média, e de 150 milhões de euros de volume de negócios líquido a nível mundial, são abrangidas pelo âmbito de aplicação, independentemente dos seus setores de atividade económica.

---

<sup>36</sup> *Ibid.*

<sup>37</sup> *Ibid.*

<sup>38</sup> Os trabalhadores temporários e destacados estão incluídos no cálculo do número de trabalhadores da empresa utilizadora.

A diferenciação entre setores de impacto vem preencher uma das lacunas presentes nas legislações nacionais, dado que estes não constituíam um requisito, e que, com base nas Diretrizes da OCDE para as Empresas Multinacionais, abarcam, em sentido lato, os setores do vestuário e calçado, onde se inclui, entre outros, o *Fast Fashion (ibid)*.

De forma a reproduzir a legislação aplicável às empresas de países terceiros já presente nas esferas nacionais da Alemanha e França, a proposta de diretiva promove igualmente a sua inclusão:

- Empresas de países terceiros, que tenham um estatuto jurídico comparável com um volume de negócios líquido gerado na UE compreendido entre 40 e 150 milhões de euros no exercício anterior ao último exercício financeiro, num ou mais setores de grande impacto.

É possível verificar que, nesta categoria, não se distingue consoante o número de trabalhadores, o que é justificável com o facto de que o conceito de “trabalhador”, nos moldes em que a UE o coloca, não pode ser transposto para o exterior, elemento que poderia constituir uma escapatória para muitas empresas e que poderia levar a diretiva a cair em incerteza jurídica.

A grande problemática centra-se no número de operadores na União, que em conjugação com os relativos aos países terceiros e à complexidade das cadeias globais de valor, podem acarretar dificuldades em identificar e atenuar os riscos associados ao respeito pelos direitos humanos. A presente diretiva pretende colmatar esses efeitos negativos derivados das operações empresariais, mas esta visão não pode ser inerte, no sentido em que as empresas só deverão adotar as medidas em que se possa razoavelmente esperar que resultem na prevenção ou minimização do efeito negativo, nas circunstâncias do caso específico. Neste sentido, para além de se compactuar com a modalidade legislativa adotada - diretiva, em que há obrigação de meios-, no decurso da proposta da mesma exemplifica-se que quando o efeito negativo resulte da ação do Estado, ou a empresa não tenha o poder de influência suficiente sobre as suas relações contratuais, esta pode não ter as condições para alcançar o resultado que lhe é requerido<sup>39</sup>. Não é possível garantir, em momento algum, que os efeitos negativos nunca ocorrerão ou que serão travados na sua totalidade.

---

<sup>39</sup> *Ibid.*

Como método de garantir alguma eficácia incremental, é possível verificar, através da avaliação de impacto efetuada na diretiva, que a supervisão pelas autoridades nacionais competentes, associadas a um mecanismo de cooperação a nível da UE, é a opção preferencial dos *stakeholders*. Desta forma, a supervisão, ao ser efetuada pelas autoridades existentes, não implica custos significativos para as estruturas atuais. Tendo por base essa análise pública, a Comissão criará uma Rede Europeia de Autoridades de Supervisão, com vista a garantir a “supervisão, a coordenação, a investigação e o intercâmbio de informações”. No caso das empresas estrangeiras, esta deverá estar alocada à autoridade de supervisão do Estado-Membro onde gerou a maior parte do seu volume de negócios líquido ou onde o representante legal da mesma está domiciliado ou estabelecido.

Resume-se, portanto, que a proposta de diretiva europeia comporta uma dimensão maximizada das legislações alemã e francesa, em que corrige diversos elementos de fragmentação e possíveis distorções de mercado. Contudo, é possível prever que este será um documento legislativo que necessitará de diversas modificações regulares, dado o objeto da regulação estar assente numa conjuntura complexa e incerta. A complexidade das cadeias de valor e as ramificações que a mesma pode assumir, tornam difícil condensar num único documento legislativo todos os cenários possíveis, ao que acresce um panorama económico em constante transformação.

### **3. A perceção do consumidor: Uma análise microeconómica**

A dimensão do problema das violações de direitos humanos na indústria do *Fast Fashion* é extensa e intrínseca. Paralelamente à legislação, que deve ser forte e precisa, há um outro panorama, que, embora mencionado na proposta legislativa, merece especial aprofundamento.

Dado o consenso, na literatura, de que um dos agentes que promove ativamente a perpetuação das violações é o consumidor, ao longo dos anos, a crescente preocupação com os Direitos Humanos levou à criação de inúmeras plataformas de consciencialização. Entre estas, serão exploradas, no âmbito deste trabalho, duas plataformas cujo público-alvo, embora não mutuamente exclusivo, não tem, no seu cerne, propriamente a mesma índole. Este tópico, torna-se imprescindível na medida em que o consumidor, como interveniente na cadeia produtiva, tem um papel preponderante no funcionamento da

mesma, pelo que está igualmente na sua posse o poder para que o círculo virtuoso seja contrariado, e, através da mudança nas suas escolhas, dirigir-se em prol de opções mais sustentáveis. Contudo, muitos dos consumidores não estão ativamente preocupados em descobrir mais sobre as práticas que estão inerentes ao *Fast Fashion*, e também não há uma suficiente sensibilização e mobilização para que o assunto seja aprofundado. A literacia nesta matéria, torna-se, portanto, fulcral, e deve ser objeto de consciencialização pública.

### 3.1. Good on You

A plataforma parte do pressuposto de que o consumidor é um agente dotado de capacidade para fazer os seus próprios juízos de valor e aplica essa máxima como base para o seu ativismo social.

Através da plataforma, é possível inferir que a metodologia utilizada tem como premissa as *United Nations Sustainable Development Goals*, em especial ao que concerne aos objetivos 12,13,14 e 15<sup>40</sup>. Ao recorrer ao convencionado pela organização intergovernamental, esta pretende dotar o público de informação credível e de fácil acesso, classificando as diversas marcas de vestuário. Para isso, esta avalia consoante três polos distintos: Pessoas, medindo o impacto das empresas nos trabalhadores ao longo da cadeia de valor; Planeta, com a temática do carbono e do desperdício em constante recorrência na esfera da opinião pública; e Animais, onde se enquadram as práticas *cruelty-free* como fator de valorização da marca.

Através do uso de fontes de informação credíveis, como é caso, refere a plataforma, da *Fashion Transparency Index* e a *CDP Climate Change*, a mesma quis fazer convergir nos seus ratings dois pressupostos:

- 1) Transparência - A informação que serve de base para a análise qualitativa advém somente de fontes públicas. Este método é contributivo para a credibilidade do conteúdo da plataforma na medida em que esta pode ser escrutinada pelo público em geral;
- 2) A cadeia produtiva é avaliada na sua totalidade e extensão.

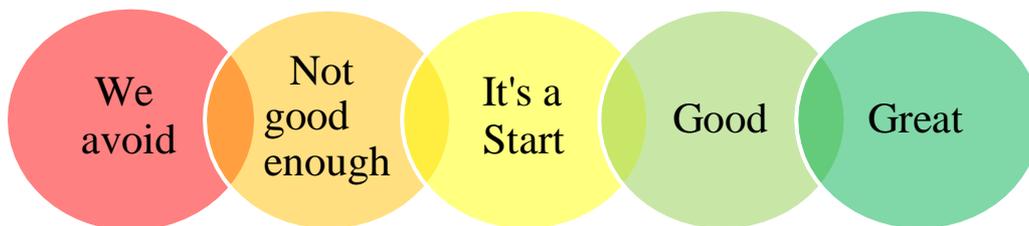
---

<sup>40</sup> Objetivo 12: Consumo e produção responsáveis; Objetivo 13: Ação climática; Objetivo 14: Vida subaquática; Objetivo 15: Vida terrestre (United Nations Department of Economic and Social Affairs, 2023)

Para além disso, a plataforma distingue pequenas e grandes empresas, introduzindo uma metodologia mais exigente para as de grande dimensão, com o intuito de incluir, na ponderação, a capacidade superlativa que estas têm de influenciar e causar efeitos adversos, mas também de aplicar procedimentos adicionais para reverter e prevenir os riscos (Good on You, 2023).

A classificação varia entre *Great*, assim categorizado quando é notável o empenho nas três áreas de interesse e onde se espera que as empresas se destaquem pela transparência e por políticas fortes; e *We Avoid*, onde é plausível que as ações corporativas possam impactar substancialmente, de forma negativa, uma ou várias das áreas de interesse, e que haja nenhuma ou residual divulgação de informação (Good on You, 2023). A qualificação final é a média ponderada entre os resultados obtidos em cada uma das áreas de análise, que será posteriormente convertida em um dos rótulos da Good on You.

**Figura 4-** Rótulos classificativos Good on You



Fonte: Elaboração Própria baseada em (Good on You, 2023).

A exatidão do cálculo da plataforma pode, contudo, criar experiências dúbias nos leitores e, portanto, há alguns elementos a ter em conta aquando da leitura dos resultados:

- 1) A origem da informação é pública, o que pode causar algum enviesamento dos resultados. A atualização da informação deve ser refletida nos períodos em que essa mesma informação se altera, sem prejuízo de que poderá haver um período de carência em que a informação da plataforma pode não corresponder à realidade.
- 2) A abrangência de que é dotada a avaliação também pode ser limitada, na medida em que será mais frequente que as grandes empresas sejam alvo do estudo: as

Rafael Vicente Correia- A inserção do dever de diligência em matéria de sustentabilidade na indústria do *Fast Fashion: Modern Slavery* nas cadeias globais de valor e o contexto europeu

PMEs não emitirão, à partida, tanta informação pública, assim como não estão sujeitas a tantos mecanismos de *due diligence*<sup>41</sup>.

- 3) A complexidade das cadeias de valor é outro fator relevante. Os dados podem não conter elementos reais da cadeia de valor em toda a sua extensão, dado que muitas das práticas ocorrentes ao nível dos intermediários são suscetíveis de ser ocultadas. Contudo, presenteia os consumidores com uma base qualitativa para construir as suas escolhas. A informação torna-se menos relativa quando os consumidores cruzam a informação com outras plataformas de semelhante índole.

### 3.2. FARFETCH *Conscious Luxury*:

Como dito anteriormente, dada a subjetividade que pode estar inerente a estas plataformas e do grau de precisão dos dados que constroem os *ratings*, é importante cruzar a informação com outras plataformas de igual índole. A FARFETCH, unicórnio português e plataforma de *E-Commerce* líder na indústria da moda de luxo, criou um segmento de cariz social que visa fomentar a consciência social nos seus consumidores - a FARFETCH *Conscious Luxury* (FARFETCH, 2023). Esta faz parte da responsabilidade corporativa da empresa e condensa resultados<sup>42</sup> retirados de “milhões de interações de consumidores de luxo a nível mundial” (FARFETCH Luxury Trends, 2023).

A grande diferença entre as duas plataformas está no público-alvo: Enquanto a Good on You é uma plataforma criada exclusivamente com o propósito de contribuir pedagogicamente para o tópico, absorvendo, para isso, uma panóplia de marcas para a sua análise e, portanto, vários tipos de consumidores, a FARFETCH é um *marketplace* inserido na indústria da moda de luxo e tem como objetivo primário o lucro.

Esta oposição, faz com que tenhamos diferentes tipos de consumidor, mas também diferentes tipos de consumo. O consumidor inserido na indústria da moda de luxo é, à partida, antagónico do consumidor que está inserido na indústria do *Fast Fashion*. Isto porque o *Slow Fashion*, onde se inclui a moda de luxo, preza pela sustentabilidade, apresentando, para isso, uma planificação do produto mais lenta e trabalho qualificado (Pookulangara & Shephard, 2013). De acordo com o relatório

---

<sup>41</sup> A proposta de diretiva explorada no capítulo anterior reflete este tópico.

<sup>42</sup> No relatório relativo a 2023, o inquérito contou com 467 inquiridos de 38 países distintos, o que representa um aumento de 21% no número de inquiridos e de 66% na abrangência de países.

publicado pela FARFETCH<sup>43</sup>, após a pandemia, 38% dos seus consumidores dizem ter comprado mais moda de luxo por acreditarem ser mais sustentável do que o *Fast Fashion*, onde se classifica o primeiro modelo como sendo de qualidade superior e duradouro (FARFETCH Conscious Luxury 22). Para além disso, 19% revelam estar a reduzir o consumo e a investir em peças de melhor qualidade (79% diz que este é o fator primário ao investir em peças de luxo). Não obstante, 30% considera que isso promove políticas de salários justos para os trabalhadores e tratamento digno.

Estes dados demonstram, por parte do consumidor, a consciência de que o *Fast Fashion* não representa, de todo, os seus valores atuais, e que se está a despoletar a transição para um novo paradigma. Em primeiro lugar, ao reconhecerem que não devem comprar tanta quantidade, vão contra a compra desmesurada de vestuário. Em segundo, o fator “preço” também terá impacto nesta decisão, daí o setor do *Fast Fashion* optar por qualidade mais fraca e preços baixos, o que leva o consumidor, para além de comprar em volumes maiores, a contribuir para uma prática de desperdício.

Aliada à retórica do desperdício e a uma possível fase transicional para o *Slow Fashion*, um dado pertinente é o reforço do mercado da venda de roupa em segunda mão, com 22% dos consumidores a revelar ter adotado a prática após a pandemia. Este mercado tem vindo a crescer notoriamente, pelo que, em prol de continuar o legado de responsabilidade social corporativa, a FARFETCH criou também um segmento de mercado de peças de luxo em segunda mão. Importa, no entanto, perceber o contexto em que estamos inseridos. A razão pela qual os consumidores da FARFETCH adquirem produtos na plataforma está relacionado com a exclusividade das peças, dado estarmos na indústria da moda de luxo. Ainda assim, ao adquirir uma peça, é-lhe dada uma segunda vida, o que irá contribuir para um menor desperdício.

Neste ponto, importa perceber se os consumidores da moda de luxo veem a sustentabilidade como fator preponderante para a decisão de comprar o produto sustentável em detrimento de outro. Neste aspeto, apenas 17% dos consumidores admitiram ter comprado intencionalmente um produto qualificado como sustentável, verificando-se uma certa indiferença perante o atributo, valorizando outros aspetos, como a estética. Contudo, o “consumidor consciente” tem vindo a aumentar, com a pandemia a constituir um fator disruptor para a mudança de hábitos. A título exemplificativo, França,

---

<sup>43</sup> Ver a secção “The Conscious Consumer” em FARFETCH Conscious Luxury 22.

país com grande mobilização para a indústria da moda de luxo, verificou um aumento de 149% nos consumidores que optaram por comprar uma peça de roupa de luxo sustentável (FARFETCH Conscious Luxury 22). Já o relatório de 2023 expõe um crescimento em países do continente asiático, altamente predominantes na manufatura de produtos integrados no *Fast Fashion*. De notar também que há um aumento para a escolha de materiais sustentáveis por parte dos consumidores, com um incremento da procura em 790% para as peças feitas com materiais orgânicos.

A FARFETCH, ciente de que a Good on You é vista como “uma fonte fiável de classificações em matéria de sustentabilidade” estabeleceu uma relação simbiótica com a plataforma, de maneira a prosseguirem com o objetivo comum (FARFETCH Conscious Luxury 22). Assim, uniram o *rating* instituído pela Good on You e aplicaram diretamente no mercado, através da FARFETCH. Do resultado surgem evidências como, por exemplo o facto de que um quarto das marcas de luxo presentes na Good on You aumentaram a sua classificação em pelo menos uma das áreas de interesse, no período entre 2022-2023 (FARFETCH Luxury Trends, 2023). Contudo, e como demonstra o Anexo III, apesar da melhoria, as marcas de luxo apresentam resultados pouco expressivos em termos de sustentabilidade, com 42% das marcas a inserir-se nas duas piores categorias, contrastando com 51% classificadas na categoria *Good*<sup>44</sup>. Neste âmbito, foi também efetuado o contacto com a plataforma via email, o que permitiu enquadrar os resultados no panorama global das marcas inseridas na mesma, com 62-67% a ser rotulada como *Not Good Enough*, enquanto que 18% estão divididas entre *Good* e *Great*.

Tendo estes elementos em conta, a generalidade das marcas, perante a alteração significativa dos hábitos dos consumidores, e com os reguladores a introduzir novas diretrizes em matéria de dever de diligência, tendem a adaptar-se também, sendo já visível a rotulagem de produtos e a criação de ferramentas internas para medir a performance da sustentabilidade.

---

<sup>44</sup> O Anexo III foi elaborado segundo uma mostra de 45 marcas de luxo integradas na plataforma Good on You. Nenhuma marca de luxo obteve a classificação de *Great*.

## Capítulo IV- Conclusão

Ao longo dos anos, o *Fast Fashion* beneficiou os consumidores com uma alargada diversidade de escolhas e preços acessíveis, com maior impacto nas famílias de menores rendimentos. Infere-se, portanto, que a estrutura da cadeia de valor e o comércio internacional permitiram o acesso a bens essenciais de vestuário a um número amplificado de consumidores. Contudo, não é possível desassociar a indústria das suas práticas negativas, com o tópico dos direitos humanos a ser recorrente nas agendas políticas e no quotidiano dos diversos agentes económicos.

No presente trabalho, apresenta-se a perspetiva da União Europeia para a problemática do dever de diligência, com a criação de uma proposta de diretiva nas suas instâncias. Esta visa, no seu projeto teórico, evitar distorções no mercado único e a contribuir para a harmonização legislativa dentro do mesmo. Não obstante, a UE, enquanto ator mundial, não pode menosprezar a sua capacidade extraterritorial, alimentada pela sua influência e poderio financeiro. Desta forma, dada a atual afetação das cadeias de valor, a criação da suprarreferida proposta de diretiva leva a que o direito europeu tenha efeitos fora do seu território. Assim, a integração da UE nas cadeias de valor do *Fast Fashion*, por um lado, legitima e perpetua a constante violação dos Direitos Humanos por parte da franja de países que se encontram na cauda da cadeia, como contribui para a distorção dos objetivos a que o bloco regional se propôs.

Foi possível concluir também que a proposta de diretiva, face às legislações alemã e francesa, parece colmatar as lacunas decorrentes das mesmas, e ainda salvaguarda que o âmbito de aplicação seja compatível com a dimensão territorial e heterogeneidade legislativa europeias. No entanto, é preciso relativizar a eficácia da mesma, dado que há dimensões ocultas nas cadeias de valor que serão de difícil enquadramento num único documento legal. Nesse aspeto, somente com a aplicação da diretiva será possível fazer emergir as diversas camadas.

Paralelamente, os consumidores estão cada vez mais conscientes das suas decisões, não se restringindo somente ao espetro financeiro das mesmas. Assim, na eventualidade de as empresas não cumprirem com determinados requisitos, irão ser criados atritos entre o consumidor e o produtor, revelando, uma vez mais, o dinamismo dos mercados.

## Referências Bibliográficas

- Alam, T. (2022). Does globalisation lead to economic convergence, divergence, or both? *SSRN*.
- Barnes, L., & Lea-Greenwood, G. (2006). Fast fashioning the supply chain: Shaping the research agenda. *Journal of Fashion Marketing and Management* .
- Bhardwaj, V., & Fairhurst, A. (February de 2010). Fast fashion: response to changes in the fashion industry. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 20, pp. 165-173.
- Committee on Economic and Monetary Affairs. (2022). 2022/0051(COD). Obtido de europarl: [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/ECON-AD-736711\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/ECON-AD-736711_EN.pdf)
- DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on Corporate Sustainability Due Diligence and amending Directive (EU) 2019/1937, 2022/0051(COD) (EUROPEAN COMMISSION 23 de February de 2022).
- Donald Reid Group. (19 de Agosto de 2023). *Setting up in the UK. Branch or subsidiary FAQs*. Obtido de Donald Reid Group: <https://www.donaldreid.co.uk/latest/blog/setting-up-in-the-uk-branch-or-subsiidiary-faqs/>
- das empresas em matéria de sustentabilidade e que altera a Diretiva (UE) 2019/1937 (COM/2022/0051 final). Retirado de: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/ALL/?uri=CELEX%3A52022PC0071>
- Duguay, C. R., Landry, S., & Federico Pasin. (1997). From mass production to flexible/agile production. *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 17, 1183 - 1195.
- European Central Bank. (Maio de 2013). *The external environment of the euro area*. Obtido de [https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/mb201305\\_focus01.en.pdf](https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/mb201305_focus01.en.pdf)
- European Comission. (14 de September de 2022). REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on prohibiting products made with forced labour on the Union market.
- European Commission. (2021). New EU guidance helps companies to combat forced labour in supply chains. *European Commission - Press release*. Brussels.
- European Commission. (2022, February 23). Proposta relativa ao dever de diligência

European Parliament. (18 de Agosto de 2023). *Small and medium-sized enterprises*.

Obtido de Thematic sheets on the European Union:

<https://www.europarl.europa.eu/factsheets/pt/sheet/63/pequenas-e-medias-empresas>

Eurostat. (18 de Agosto de 2023). *SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES*

(*SMES*). Obtido de Eurostat: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics/information-on-data/small-and-medium-sized-enterprises>

Fan, K.-K., & Chang, Y.-T. (2023). Exploring the Key Elements of Sustainable Design from a Social Responsibility Perspective: A Case Study of Fast Fashion Consumers' Evaluation of Green Projects. Switzerland: MDPI.

FARFETCH Conscious Luxury 22. The Conscious Consumer. FARFETCH Conscious Luxury 22. [Acesso em: 2023/09/03]

FARFETCH Conscious Luxury 22. (02 de September de 2023). What do we know about our conscious customers? Obtido de FARFETCH Conscious Luxury 22: <https://stories.farfetch.com/consciousluxurytrends2022/consumers> [Acesso em: 2023/09/03]

FARFETCH Conscious Luxury 22. (s.d.). METHODOLOGY. Obtido de METHODOLOGY:

<https://stories.farfetch.com/consciousluxurytrends2022/methodology> [Acesso em: 2023/09/03]

FARFETCH Luxury Trends. (02 de September de 2023). METHODOLOGY. Obtido de FARFETCH Luxury Trends:

<https://stories.farfetch.com/consciousluxurytrends2023/methodology> [Acesso em: 2023/09/03]

FARFETCH. (02 de September de 2023). FARFETCH. Obtido de About:

<https://aboutfarfetch.com/about/farfetch/> [Acesso em: 2023/09/03]

FARFETCH. (2022). Obtido de Conscious Luxury 22:

<https://stories.farfetch.com/consciousluxurytrends2022/> [Acesso em: 2023/09/03]

Feenstra, R. C., & Taylor, A. M. (2014). *International Economics*. New York: Worth Publishers.

Federal Ministry of Labour and Social Affairs. (2021, Julho 16). Bundestag. Retrieved from Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG): <https://www.csr-in->

Rafael Vicente Correia- A inserção do dever de diligência em matéria de sustentabilidade na indústria do *Fast Fashion: Modern Slavery* nas cadeias globais de valor e o contexto europeu

- [deutschland.de/SharedDocs/Downloads/EN/act-corporate-due-diligence-obligations-supply-chains.pdf? blob=publicationFile](https://www.deutschland.de/SharedDocs/Downloads/EN/act-corporate-due-diligence-obligations-supply-chains.pdf?blob=publicationFile) [Acesso em: 2023/10/07]
- Federal Office for Economic Affairs and Export Control. (2023). Tasks. [Acesso em: 2023/10/13]
- Gabinete de Documentação e Direito Comparado. (s.d.). *Ministério Público*. Obtido de Gabinete de Documentação e Direito Comparado: <https://gddc.ministeriopublico.pt/sites/default/files/decl-princjusticavitimas.pdf>
- Good on You. (2023). Good on You. Obtido de How We Rate Fashion Brands: <https://goodonyou.eco/how-we-rate/> [Acesso em: 2023/08/31]
- Good on You. (31 de Agosto de 2023). Obtido de Good On You: <https://goodonyou.eco> [Acesso em: 2023/08/31]
- Good on you. (31 de Agosto de 2023). Wear the change you want to see. Obtido de Good on you: <https://goodonyou.eco/about/> [Acesso em: 2023/08/31]
- Gygli, S., Haelg, F., Potrafke, N., & Sturm, J.-E. (2019). *The KOF Globalisation Index – revisited*. The Review of International Organizations.
- Hugo, A. d., Nadae, J. d., & Lima, R. d. (2021). Can Fashion Be Circular? A Literature Review on Circular Economy Barriers, Drivers, and Practices in the Fashion Industry's Productive Chain. *Sustainability 2021*, 13.
- Iberdrola. CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO X, Y E Z. Obtido de Iberdrola: <https://www.iberdrola.com/talentos/geracao-x-y-z> [Acesso em: 2023/08/31]
- IETTO-GILLIES, G. (2019). *Transnational Corporations and International Production*. Cheltenham, UK; Northampton, MA, USA: Elgar.
- Initiative Lieferkettengesetz.DE. (11 de June de 2021). GermanWatch. Obtido de What the new SUPPLY CHAIN ACT delivers – and what it doesn't: <https://www.germanwatch.org/en/20324>
- International Monetary Fund. (2023). GDP, current prices. Retrieved from International Monetary Fund: <https://www.imf.org/external/datamapper/NGDPD@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOORLD> [Acesso em: 2023/10/08]
- Jornal Oficial da União Europeia. (2016). CARTA DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS DA UNIÃO EUROPEIA. *Jornal Oficial da União Europeia*.
- Jouvenel, M. d., & Duthilleul, A. (15 de Janeiro de 2020). *Evaluation de la mise en oeuvre de la loi n°2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre*. Obtido de vie-publique:

Rafael Vicente Correia- A inserção do dever de diligência em matéria de sustentabilidade na indústria do *Fast Fashion: Modern Slavery* nas cadeias globais de valor e o contexto europeu

(<https://www.vie-publique.fr/rapport/275689-evaluation-loi-2017-relative-au-devoir-de-vigilance-des-societes-meres>)

- Kumar, S., & Arbi, A. (2007). Outsourcing strategies for apparel manufacture: a case study. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 73-94.
- Le Monde with AFP. (12 de July de 2023). France to pay bonus for shoes and clothing repairs to cut waste. *Le Monde*.
- Légifrance. (27 de Março de 2017). LOI n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre. *LOI n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre*.
- Légifrance, n.d. Code de commerce. [Online]  
Available at: [https://www.legifrance.gouv.fr/codes/texte\\_lc/LEGITEXT000005634379/](https://www.legifrance.gouv.fr/codes/texte_lc/LEGITEXT000005634379/)  
[Accessed 13 Outubro 2023].
- Mintle, S. (19 de December de 2008). Fast Fashion is not a Trend.
- Nguyen, H. T., Le, D. M., Ho, T. T., & Nguyen, P. M. (2020). Enhancing sustainability in the contemporary model of CSR: a case of fast fashion industry in developing countries. *Social Responsibility Journal*.
- ONU News. (2020). Mais de 40 milhões de pessoas ainda são vítimas da escravidão contemporânea. *ONU News Perspectiva Global Reportagens Humanas*.
- Peake, K., & Kenner, J. (2020). 'Slaves to Fashion' in Bangladesh and the EU: Promoting decent work. *European Labour Law Journal*, 175-198.
- Piucco, V., Sobrinho, L. L., & Zibetti, F. W. (2022). O MODELO DE VESTUÁRIO FAST FASHION E SEUS IMPACTOS: DANOS AMBIENTAIS, SOCIAIS E TRABALHO ANÁLOGO A DE ESCRAVO. *Ponto de Vista Jurídico*, 11, p. 113 - 124.
- Pookulangara, S., & Shephard, A. (2013). Slow fashion movement: Understanding consumer perceptions—An exploratory study. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 200-206.
- REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on prohibiting products made with forced labour on the Union market, 2022/0269 (COD) (EUROPEAN COMMISSION 14 de September de 2022).
- SGS. (07 de June de 2022). *Benefícios da responsabilidade social corporativa*. Obtido de SGS: <https://www.sgs.com/pt-pt/noticias/2022/06/responsabilidade-social>
- Shilling, H.-J., Wiedmann, T., & Malik, A. (2021). Modern slavery footprints in global supply chains. *Journal of Industrial Ecology*, 1-11.

Rafael Vicente Correia- A inserção do dever de diligência em matéria de sustentabilidade na indústria do *Fast Fashion: Modern Slavery* nas cadeias globais de valor e o contexto europeu

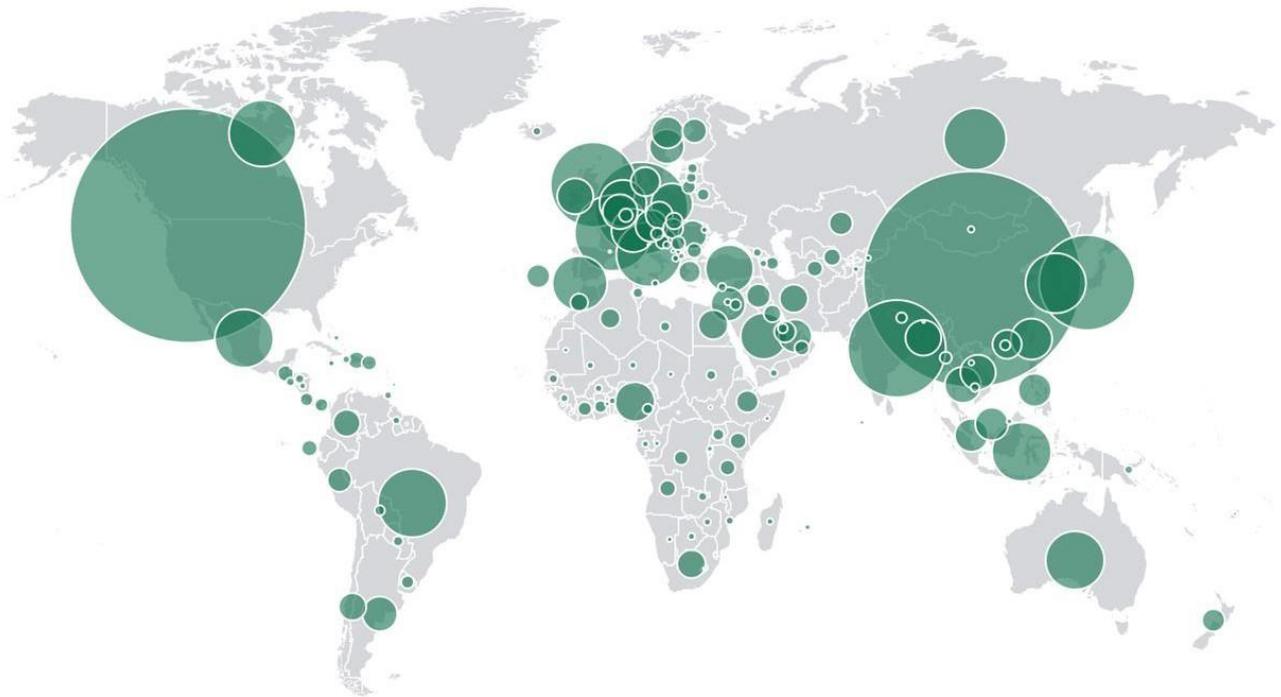
- Simas, M. G., L., H., M., W. R., & Hertwich, E. (2014). The “Bad Labor” Footprint: Quantifying the Social Impacts of Globalization. *Sustainability*(6(11)), 7514–7540.
- The Economist. (2005). The future of fast fashion. *The Economist*.
- Tidey, A., & Silva, I. M. (2023). Diretiva da UE sobre ingerência estrangeira preocupa defensores dos direitos humanos. *euronews*.
- United Nations Department of Economic and Social Affairs. (31 de Agosto de 2023). *THE 17 GOALS*. Obtido de <https://sdgs.un.org/goals>
- University of Nottingham. (12 de February de 2020). *Major new database reveals slavery is still not illegal in half the world’s countries*. Obtido de <https://www.nottingham.ac.uk/news/antislavery-legislation-global-database>
- Walk Free Foundation. (2018). *The Global Slavery Index 2018*. Global Slavery Index.
- World Bank Group Trade & Competitiveness. (s.d.). *Apparel GVC Analysis*. Obtido de World Bank: <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/766781566322052743-0130022019/render/PART3APPARELGVCANALYSIS.pdf>
- World Bank Group. (s.d.). *APPAREL GVC ANALYSIS INDUSTRY-INDUSTRY-SPECIFIC GLOBAL VALUE CHAINS*. Obtido em Fevereiro de 2023, de World Bank Group- Trade & Competitiveness: <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/766781566322052743-0130022019/render/PART3APPARELGVCANALYSIS.pdf>
- Zahn, T., & Bremer, A. (2022). Human rights come at a cost: Why an appropriate pricing policy is imperative for the implementation of the German Supply Chain Due Diligence Act. *Business & Human Rights Resource Centre*.

## Anexos

### Anexo I- Previsão do PIB per capita por região mundial

IMF Data Mapper ®

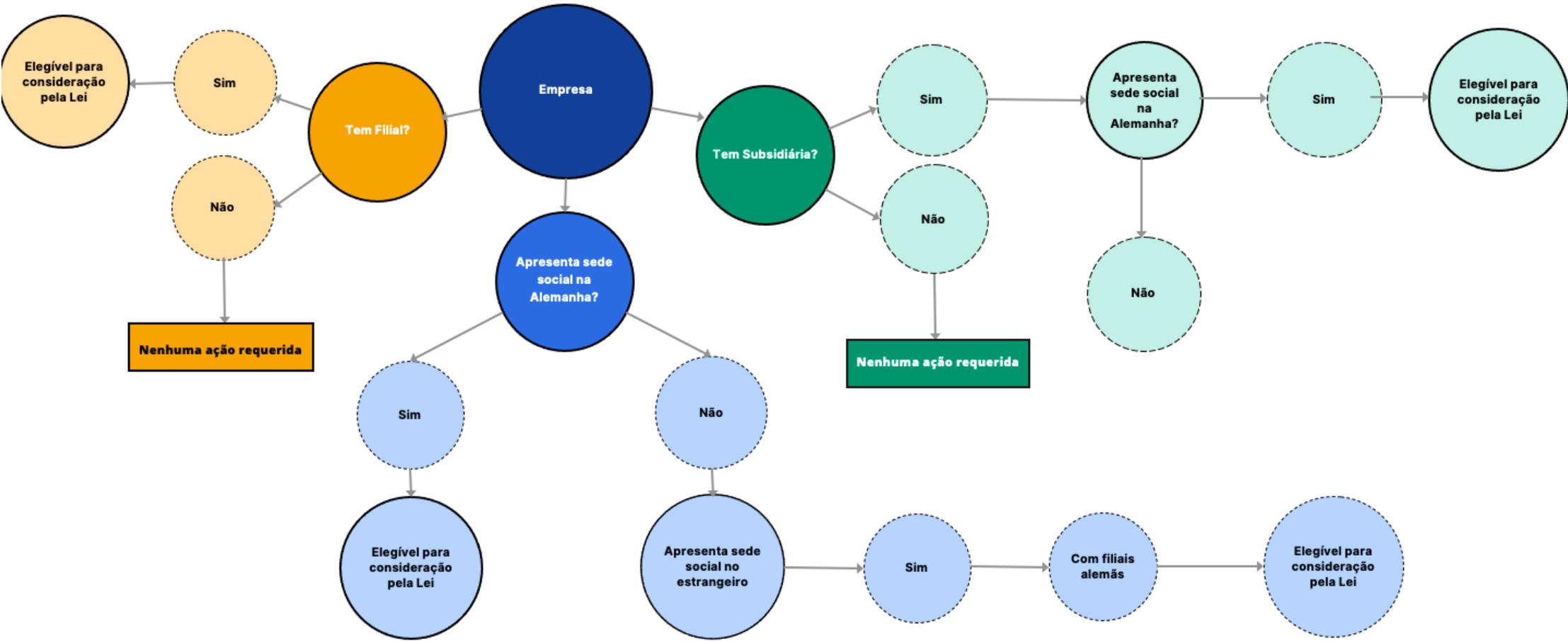
GDP, current prices (Billions of U.S. dollars, 2028)



©IMF, 2023, Source: World Economic Outlook (April 2023)

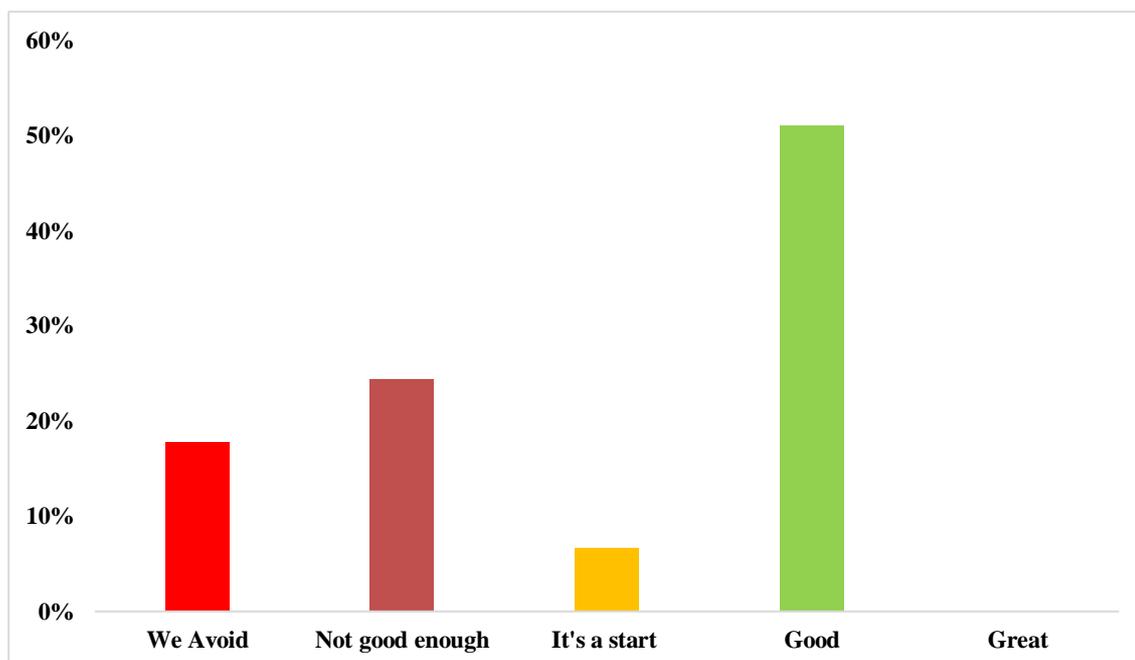
Fonte: (International Monetary Fund, 2023)

**Anexo II-** Elegibilidade de aplicação do ato Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz segundo as relações contratuais de uma empresa



Fonte: Elaboração Própria baseada no ato Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz.

### Anexo III- % de marcas de luxo por *rating* Good on You



Fonte: Elaboração Própria baseada no diretório presente em (Good on You, 2023).