

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO  
GRANDE DO SUL CAMPUS CANOAS CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM  
LOGÍSTICA

**ANÁLISE DO CONHECIMENTO DO CONSUMIDOR E SUA INTENÇÃO DE  
COMPRA EM BRECHÓS NO MUNICÍPIO DE CANOAS-RS**

DANIEL JACQUES

CANOAS - RS

2023

DANIEL JACQUES

**ANÁLISE DO CONHECIMENTO DO CONSUMIDOR E SUA INTENÇÃO DE  
COMPRA EM BRECHÓS NO MUNICÍPIO DE CANOAS-RS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado junto ao Curso Superior de Tecnologia em Logística do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Tecnólogo em Logística.

Orientador: Prof. Dr.Sérgio Almeida Migowski.

CANOAS - RS

2023

DANIEL JACQUES

**ANÁLISE DO CONHECIMENTO DO CONSUMIDOR E SUA INTENÇÃO DE  
COMPRA EM BRECHÓS NO MUNICÍPIO DE CANOAS-RS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado junto ao Curso Superior de Tecnologia em Logística do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Tecnólogo em Logística.

Orientador: Prof. Dr.Sérgio Almeida Migowski.

Aprovado em novembro de 2023.

---

Prof. Sergio Almeida Migowisk – Orientador

---

Prof. Jaqueline Terezinha Martins Corrêa Rodrigues – Banca avaliadora

---

Prof. Ana Clara Aparecida Alves de Souza – Banca avaliadora

CANOAS – RS

2023

## RESUMO

O presente trabalho objetiva analisar a relação entre o conhecimento do consumidor sobre economia circular e sua intenção de compras de roupas em brechós na cidade de Canoas-RS. Para tal, foi realizado um estudo de casos múltiplos de caráter qualitativo, sendo aplicado, junto aos consumidores de brechós, um questionário, a fim de identificar suas principais motivações para a compra. Outro questionário foi aplicado com representantes da Prefeitura de Canoas para identificar alternativas para lidar com a geração de resíduos, enquanto, para os proprietários de brechós, foram realizadas entrevistas semiestruturadas, a fim de identificar sua percepção acerca da sustentabilidade e economia circular. A análise dos dados evidenciou que o consumidor de brechós em Canoas-RS é fortemente influenciado por aspectos relacionados à sustentabilidade e à economia circular, sendo estes os grandes motivadores para a compra em brechós, assim como a economia e o gosto pessoal. Também foi possível identificar que o consumidor de brechós procura tomar atitudes conscientes, reduzindo a geração de lixo, contribuindo com a sustentabilidade e economia circular. Com relação aos proprietários de brechós, pode-se evidenciar a motivação para abrir o negócio estava, inicialmente, voltada à geração de renda, sendo o tema sustentabilidade incorporado com o tempo. Os dados obtidos junto à Prefeitura Municipal sugerem a preocupação ambiental em virtude dos eco pontos para descarte criados, além do Projeto de lei para qualificação dos grandes geradores, com um sistema de gestão de resíduos de todas as pessoas jurídicas da cidade.

**Palavras-chave:** Economia circular. Sustentabilidade. comportamento do consumidor.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Resíduos têxteis.....	14
Figura 2 - Diferença entre economia linear e circular.....	16
Figura 3 - Diagrama sistêmico da economia circular.....	18
Figura 4 - Ambições para a nova economia têxtil.....	22
Figura 5 - Ciências que contribuem para o comportamento do consumidor .....	24

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Fator economizar comprando em brechhós .....	34
Gráfico 2 - Reduzir os impactos gerados pelo setor de moda .....	35
Gráfico 3 - Fator contribuir para a sustentabilidade.....	35
Gráfico 4 - Contribuir para a economia circular .....	35
Gráfico 5 - Sinto-me a vontade para fazer minhas compras .....	36
Gráfico 6 - Contribuir para o comércio local .....	36
Gráfico 7 - Procuo por peças diferentes.....	37
Gráfico 8 - Frequência de compra em brechós .....	38
Gráfico 9 - Frequência de compra em outras de lojas.....	39
Gráfico 10 - Preocupação ambiental dos consumidores .....	40
Gráfico 11 - Estaria disposto a reduzir meu consumo de roupas para reduzir os impactos ambientais e sociais.....	40
Gráfico 12 - Procuo evitar comprar roupas de empresas que não busquem caminhos sustentáveis em sua produção.....	41
Gráfico 13 - Quando não utilizo mais uma roupa a descarto no lixo comum.....	41
Gráfico 14 - Procuo doar ou vender roupas que não vou mais utilizar.....	42
Gráfico 15 - Gênero.....	42
Gráfico 16 - Idade dos consumidores.....	43
Gráfico 17 - Escolaridade .....	43
Gráfico 18 - Renda familiar dos consumidores.....	44

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>9</b>
1.1	OBJETIVO GERAL	10
1.1.1	Objetivos Específicos	10
1.2	JUSTIFICATIVA	11
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b>	<b>13</b>
2.1	SUSTENTABILIDADE	13
2.2	ECONOMIA CIRCULAR	15
2.2.1	Princípios da Economia Circular	17
2.3	SETOR DE MODA	19
2.3.1	Moda Circular	20
2.4	COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	23
<b>3</b>	<b>PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b>	<b>26</b>
3.1	DELIMITAÇÃO E DESIGN DA PESQUISA	26
3.1.1	População e Amostra	26
3.1.2	Delineamento e etapas da pesquisa	27
3.1.3	Procedimentos de coleta, tratamento e análise dos dados	27
<b>4</b>	<b>ANALISE DOS RESULTADOS</b>	<b>29</b>
4.1	MOTIVAÇÃO PARA A COMPRA EM BRECHÓS	29
4.2	Como é feita a seleção das roupas para o brechó a destinação final das peças não vendidas	30
4.3	Motivações para abrir um brechó	32
4.4	Relação entre os brechós e o consumo sustentável	32
4.5	Relação entre o posicionamento sustentável e o engajamento de clientes	33
4.6	Fatores Motivadores para a compra em Brechós	34
4.7	Frequência de compra dos consumidores	38
4.8	Preocupação ambiental dos consumidores	39
4.9	Perfil do respondente	42
4.10	Destinação final de resíduos têxteis gerados na cidade de Canoas	45
4.11	Medidas para combater o descarte incorreto e a poluição gerada por resíduos têxteis	45
4.12	Projetos para combater o descarte incorreto e a poluição gerada por resíduos têxteis	46
<b>5</b>	<b>CONCLUSÃO</b>	<b>48</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>49</b>
	<b>APÊNDICE 1</b>	<b>53</b>
	<b>APÊNDICE 2</b>	<b>59</b>

<b>APÊNDICE 3.....</b>	<b>60</b>
------------------------	-----------



## 1 INTRODUÇÃO

O mundo atual enfrenta diversos problemas ambientais, ocasionados, em grande parte, pela geração de resíduos sólidos e extração de matéria prima de modo desenfreado. Essa situação tornou-se possível graças ao atual modelo econômico linear, o qual é baseado na extração de matéria prima da natureza, produção e descarte, sem uma preocupação pós-descarte (SILVA et al, 2019; VIER et al, 2021)

A economia linear é caracterizada pela extração de matéria prima da natureza, transformação da matéria prima em produtos e seu descarte, após o fim de sua vida útil (SILVA et al., 2019). Como se percebe, trata-se de um modelo insustentável diante da finitude dos recursos do planeta, como também em capacidade de lidar com a poluição gerada pelo modelo econômico linear (HOLANDA; POMPEU, 2022).

Este modelo impulsionou diversas indústrias. Uma delas, em específico, é a indústria da moda que, após a Revolução Industrial, ganhou espaço no mercado e contribuiu para a economia de maneira global através do *fastfashion* (moda rápida), proporcionando a geração de emprego e renda. Baseado no modelo linear, o *fastfashion* é caracterizado pela moda passageira, na qual as roupas são produzidas pela indústria em larga escala e de forma acelerada, tornando as peças mais acessíveis, dessa forma, aumentando o consumo (CARDOSO, 2020; GARCIA; HELANA, 2019).

Entretanto, com o passar do tempo, tornou-se perceptível também os impactos ambientais e sociais negativos oriundos do modelo linear caracterizado pela extração, produção e descarte, tornando a indústria da moda a segunda maior geradora de resíduos sólidos no mundo, contribuindo com a poluição do ambiente e esgotamento de recursos naturais (CARDOSO, 2020). Dados divulgados pela Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais (ABRELPE) apontam que o Brasil descarta mais de 4 milhões de toneladas de resíduos têxteis por ano, representando 5% dos resíduos produzidos no país (CNN BRASIL, 2022).

Os principais impactos socioambientais gerados pela indústria em questão são a poluição do solo, ar, água, destinação inadequada de resíduos e uso intenso de recursos naturais (COSTA; BROEGA, 2023). Apenas a indústria da moda é responsável por 8% dos gases de efeito estufa e 20% do total de desperdício de água globalmente, além de contribuir para a formação de lixões clandestinos onde são descartados resíduos têxteis de forma inadequada. Um exemplo é o deserto do

Atacama no Chile, afetando uma área de 300 hectares, equivalente a 420 campos de futebol (BBC NEWS BRASIL, 2022).

Devido à grande quantidade de resíduos têxteis que se acumula na região em questão (cerca de 60 mil toneladas de roupas) já é possível visualizar a área afetada, do espaço via satélite. Dessa forma, a Organização das Nações Unidas (ONU) classifica o local como uma “emergência ambiental e social” (O GLOBO, 2023). Nesse sentido, para lidar com a geração de resíduos e descarte irregular, surgiram diversas práticas para contribuir com o desenvolvimento sustentável, sendo uma delas a economia circular (SILVA et al., 2019).

A Economia Circular é baseada nos conceitos dos 3 R’s da sustentabilidade: reduzir, reutilizar e reciclar. Recentemente, outro “R” vem sendo acrescentado e se refere à ideia de “recuperar” (OSTERMANN; NASCIMENTO, 2020). Diferente do modelo linear, a economia circular contribui para a sustentabilidade e o desenvolvimento sustentável, visto que visa preservar e regenerar o ambiente e os recursos naturais, como também propor mudanças nos padrões de consumo e produção, dando um novo significado aos resíduos, que retornam como matéria-prima de novos produtos (CARDOSO, 2020).

Especificamente, no segmento da moda, uma forma de contribuir para a sustentabilidade, se dá através das trocas e aquisições realizadas em brechós, evitando que o destino das roupas não mais desejadas sejam destinadas a um aterro. E isso implica em compreender o comportamento do consumidor como uma mudança de paradigma de consumo (CARNEIRO, 2022).

Diante do contexto apresentado, o presente estudo buscará responder à seguinte pergunta de pesquisa: Qual a relação entre o conhecimento do consumidor sobre economia circular e sua intenção de compras de roupas em brechós na cidade de Canoas-RS?

E para operacionalizar este estudo, foram elaborados os seguintes objetivos:

## **1.1 OBJETIVO GERAL**

Analisar a relação entre o conhecimento do consumidor sobre economia circular e sua intenção de compras de roupas em brechós na cidade de Canoas-RS.

### **1.1.1 Objetivos Específicos**

Verificar o comportamento do consumidor sobre a intenção de compras do setor de vestuário na cidade de Canoas (RS);

Descrever como ocorrem os negócios dos brechós na cidade de Canoas (RS).

Propor ações para ampliar a conscientização a respeito da economia circular no setor de vestuário em Canoas (RS).

## 1.2 JUSTIFICATIVA

Atualmente, descartam-se cada vez mais peças que poderiam ser reutilizadas devido à cultura do *fastfashion*. O consumo de roupas por pessoa é, atualmente, em média 60% superior do que 15 anos atrás (UN.NEWS, 2022), sendo perceptível como o comportamento do consumidor impacta no resultado atual de geração de resíduos (CARNEIRO, 2022).

O setor têxtil representa um dos nichos mais lucrativos da economia mundial, possuindo grande influência na maneira de organização social (RUSSI, 2022). Como descrito, devido ao modelo linear, essa indústria contribui de forma significativa para a poluição ambiental, através da geração de resíduos (TSUI, 2021). Diante da divulgação, pela mídia, sobre os impactos causados por esta indústria, ficou evidente o quanto esse sistema poderia causar danos irreparáveis à natureza e esgotar os recursos essenciais para a vida, surgindo a necessidade de repensar o modo de produção, para que os impactos sejam minimizados (CARNEIRO, 2022). Por esta razão, o setor da moda passou por mudanças, pretendendo deixar de lado o modelo *fastfashion*, baseado na produção e consumo rápido das peças, para adotar o modelo *slowfashion* que visa diminuir a produção acelerada e consumo (TSUI, 2021).

Em relação ao mercado de roupas, a sociedade caminha gradativamente para um consumo mais sustentável, cada vez mais conscientes dos impactos advindos do consumo exagerado, graças à quantidade cada vez maior de informação e discussões a respeito da preservação dos recursos naturais. Novas formas de consumo são experimentadas, preferencialmente as menos agressivas ao meio ambiente, como o de peças de segunda mão, encontradas nos brechós (CARNEIRO, 2022).

Não por acaso, empresas baseadas em economias compartilhadas, como brechós e lojas de aluguel de roupas, calçados entre outros, vêm ganhando cada vez mais visibilidade na sociedade. Essas empresas possibilitam que os produtos sejam utilizados pelo maior tempo possível e, por maximizar seu uso, evita-se a necessidade

de consumo de novas peças, descarte inadequado e produção de novas peças com o uso de recursos naturais (TSUI, 2021). De acordo com dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), os brechós possuíram um crescimento de 48,58%, entre os anos de 2020 e 2021 (CNN, 2022).

Por outro lado, a prática de compra em locais que contribuem para estender o tempo de uso das roupas não é, ainda, a preferência de diversos consumidores, sendo necessária uma mudança de comportamento que vise cada vez mais um consumo sustentável para ampliar a vida útil das roupas (RUSSI, 2022). Por isso, novos estudos que analisem o comportamento do consumidor são necessários para identificar suas preferências e formular melhores estratégias de negócios (CARNEIRO, 2022; MATIAS 2022).

Considerando que a discussão sobre o conceito de Economia Circular vem crescendo no Brasil e, como pesquisas que relacionam esse tema com o comportamento do consumidor e o setor de moda ainda são muito recentes (TSUI, 2021). O presente trabalho se justifica por buscar contribuir com a discussão a respeito da importância de o consumidor adotar os conceitos da sustentabilidade e da economia circular nos seus hábitos de consumo.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção serão abordados e aprofundados os conceitos relacionados à Sustentabilidade, Economia Circular, Setor de Moda e Comportamento do consumidor, para auxiliar no desenvolvimento do trabalho.

### 2.1 SUSTENTABILIDADE

O ser humano buscou se desenvolver a partir do meio ambiente desde a antiguidade. No entanto, com o avanço do desenvolvimento das sociedades o mesmo vem trazendo um desequilíbrio ao meio ambiente. Consumindo cada vez mais, assim, as indústrias utilizam mais recursos naturais e conseqüentemente há um aumento na geração de resíduos, impactando de forma negativa no ambiente (MIGOWSKI, 2021).

Por isso a Sustentabilidade e o desenvolvimento sustentável são conceitos que com o passar das décadas se revelam mais relevantes, no entanto ainda é necessário mais aceitabilidade e prática em relação a eles (CARDOSO, 2020). São alguns dos desafios para a sustentabilidade as mudanças climáticas, a escassez de recursos naturais, a geração de resíduos e as desigualdades sociais (ABADIA, 2019).

A sustentabilidade representa o conjunto de processos e ações que objetivam preservar os recursos necessários para vida, atender as necessidades do presente de maneira que as futuras gerações sejam capazes de atender às suas, e que permitam a evolução do potencial humano (BOFF, 2017). A mesma remete a ideia de equilíbrio, visando uma sociedade justa e harmoniosa com relação a qualidade de vida e os recursos do planeta. Sendo de responsabilidade coletiva, dessa forma as empresas também devem zelar pelos recursos naturais (MIGOWSKI, 2021)

As definições acerca do desenvolvimento sustentável recebem um maior destaque na década de 1980 (CARDOSO, 2020). De acordo com o documento intitulado *Our common future* (Nosso futuro comum) de 1987, também conhecido como Relatório Brundtland, o desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades das gerações atuais sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atenderem a suas necessidades e aspirações (BOFF, 2017)

A sustentabilidade passou a ser discutida, oficialmente, na década de 1990 e, com o passar dos anos, ganhou cada vez mais destaque em discussões políticas. O

termo surgiu em 1992, a partir do momento em que a Organização das Nações Unidas pôs a sustentabilidade em sua agenda global. (CARNEIRO, 2022; CARDOSO, 2020).

De acordo com Chagas e Pires (2019) para se alcançar a sustentabilidade é necessária uma mudança de paradigma, que contemple a educação ambiental, políticas públicas e a adoção de um modelo circular para substituir o atual modelo linear, baseado em extrair, produzir e descartar. Pois a dependência do modelo linear, movido pela extração de recursos não renováveis, os torna escassos, causando alterações nos preços das commodities, gerando instabilidade na economia (VIER et al, 2021). Além disso, o sistema linear afeta a sustentabilidade em dois aspectos, o social, considerando casos de trabalho escravo dentro do setor têxtil e, no aspecto ambiental, devido a geração, descarte inadequado de resíduos e a ideia de preservar a natureza para as gerações futuras (CARDOSO, 2020; VIER et al, 2021).

Como citado anteriormente, os impactos no meio ambiente causados pelas indústrias da moda que segue a lógica linear de produção, se mostram preocupantes. Um exemplo do impacto da indústria da moda é o grande lixão no Deserto do Atacama, no Chile, que recebe cerca de 59 mil toneladas por ano de resíduos têxteis de países como Estados Unidos, Europa e Ásia (G1, 2021; BBC NEWS, 2022), como demonstra a figura 1 a seguir:

Figura 1 - Resíduos têxteis



Fonte: Paúl (2022).

Estas roupas em sua maioria podem chegar a levar 200 anos para se desintegrarem na natureza, pois grande parte delas possuem em sua composição o

poliéster, uma resina plástica derivada do petróleo que em relação ao algodão, torna as peças mais baratas. No entanto, as peças em algodão levariam cerca de 2 anos e meio para se decompor, para lidar com as montanhas de resíduos têxteis são realizadas queimadas irregulares (G1, 2021; BBC News, 2022)

Por esses motivos, atitudes como o consumo sustentável, reaproveitamento de materiais, processos que visem o mínimo de recursos naturais para a produção de produtos vêm sendo estimuladas através da gestão de resíduos produzidos na sociedade (CARNEIRO, 2022). Nesse cenário, o ato de reutilizar peças de vestuário e acessórios contribuem para evitar o desperdício, descarte e a poluição. Por isso os brechós assumem um papel relevante na economia como modelo de negócio sustentável, sendo uma forma de reaproveitar as roupas e acessórios (CARNEIRO, 2022).

A poluição do ambiente, esgotamento de recursos naturais e problemas relacionados ao bem-estar de trabalhadores são alguns dos problemas causados pela indústria têxtil e de vestuário. Isso leva ao questionamento acerca de como a Indústria se desenvolve (CARDOSO, 2020), o que leva ao tópico seguinte, enquanto uma forma de solucionar tais problemas.

## **2.2 ECONOMIA CIRCULAR**

Diferente das ideias relacionadas à sustentabilidade que defendem fazer mais com menos, a economia circular sugere maximizar o uso dos recursos. Pois esta, objetiva que componentes e materiais sejam projetados para adicionar, recriar e preservar valor de forma constante. Na perspectiva da economia circular não há desperdício no descarte, em virtude de que se pode reciclar e regenerar o material, dando origem a uma nova produção ou consumo (MIGOWSKI, 2021).

Trata-se de um conceito estudado desde a década de 1970, que deu origem a diversos conceitos como ciclo de vida, reuso, reciclagem e reaproveitamento (RUSSI, 2022), e tem em sua concepção a substituição do modelo linear de produção (extrair, transformar e descartar), caracterizando-se por uma economia restauradora e regenerativa, com foco em manter os produtos, componentes e materiais em seu nível mais elevado de valor, contemplando assim ciclos tecnológicos e biológicos (MIGOWSKI, 2021; COSTA; AMORIM, 2022). No caso dos ciclos tecnológicos é necessário inovação e investimento para o desmonte e recuperação do material para

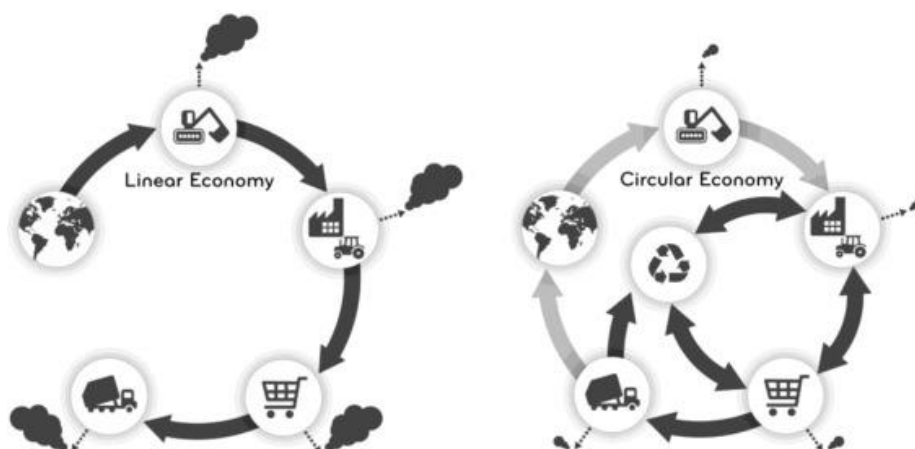
que este possa ser reutilizado, e o biológico é pensado para que após o consumo os nutrientes retornem à natureza (ELLEN MACARTHUR FOUNDATION, 2015).

Atualmente, a maioria dos produtos são pensados na lógica linear, seguindo os processos de, produzir, utilizar e descartar, fazendo com que os resíduos que poderiam ser reutilizados, convertam-se em lixo, prejudicando o planeta (RUSSI, 2022). O foco dado apenas ao desenvolvimento econômico, sem preocupação com a preservação ambiental é o que gera grande parte dos impactos ambientais (VIER et al, 2021). Nesse sentido, a economia circular apresenta-se como uma alternativa que visa evitar o desperdício desde o princípio (RUSSI, 2022)

A Economia Circular é um modelo regenerativo e restaurativo que proporciona um maior tempo de uso para os produtos e materiais, sendo capaz de conservar recursos e preservar o meio ambiente, dando um novo destino aos resíduos (CARDOSO, 2020). A mesma apoia-se no funcionamento da natureza, onde a geração de resíduos é inexistente. Ou seja, nesse modelo os recursos são constantemente reutilizados, dessa forma reduzindo o consumo de matéria prima e a geração de resíduos (VIER et al, 2021).

Chagas e Pires (2019) definem a economia circular como um sistema no qual os resíduos, emissões e energia são reduzidos pelo fechamento e estreitamento dos circuitos de material e energia, podendo ser alcançada através do projeto, manutenção, reutilização, remanufatura e reciclagem (CHAGAS; PIRES, 2019). A Figura 1, a seguir, apresenta a diferença entre o modelo de economia linear e circular:

Figura 2 - Diferença entre economia linear e circular



Fonte: Sauv e, Bernard e Sloan (2016, p.5)



Como se percebe, a diferença entre a economia circular e a economia linear está na forma como são pensados os produtos, serviços e processos na economia circular, de modo a possuir um maior ciclo de vida, podendo ser reparados, atualizados ou remanufaturados. Na perspectiva da economia circular, ao final do ciclo de vida do produto ou serviço, estes tornam-se matéria prima para outras indústrias (COSTA; AMORIM, 2022).

A economia circular, por se tratar de um ciclo fechado, enquadra-se na filosofia *cradle to cradle* (do berço ao berço), na qual os resíduos são vistos como matéria prima e, ao fim do seu ciclo de vida, retorna à natureza. É diferente do modelo linear voltado ao pensamento *cradle to grave* (do berço ao túmulo), onde, após o consumo, os resíduos são descartados, em sua maioria, em aterros sanitários (VIER et al, 2021). Indústrias que seguem o pensamento do berço ao berço, consideram um *design* de produto que permita seu retorno a um novo ciclo de produção e seu valor durante todo o tempo (TSUI, 2021).

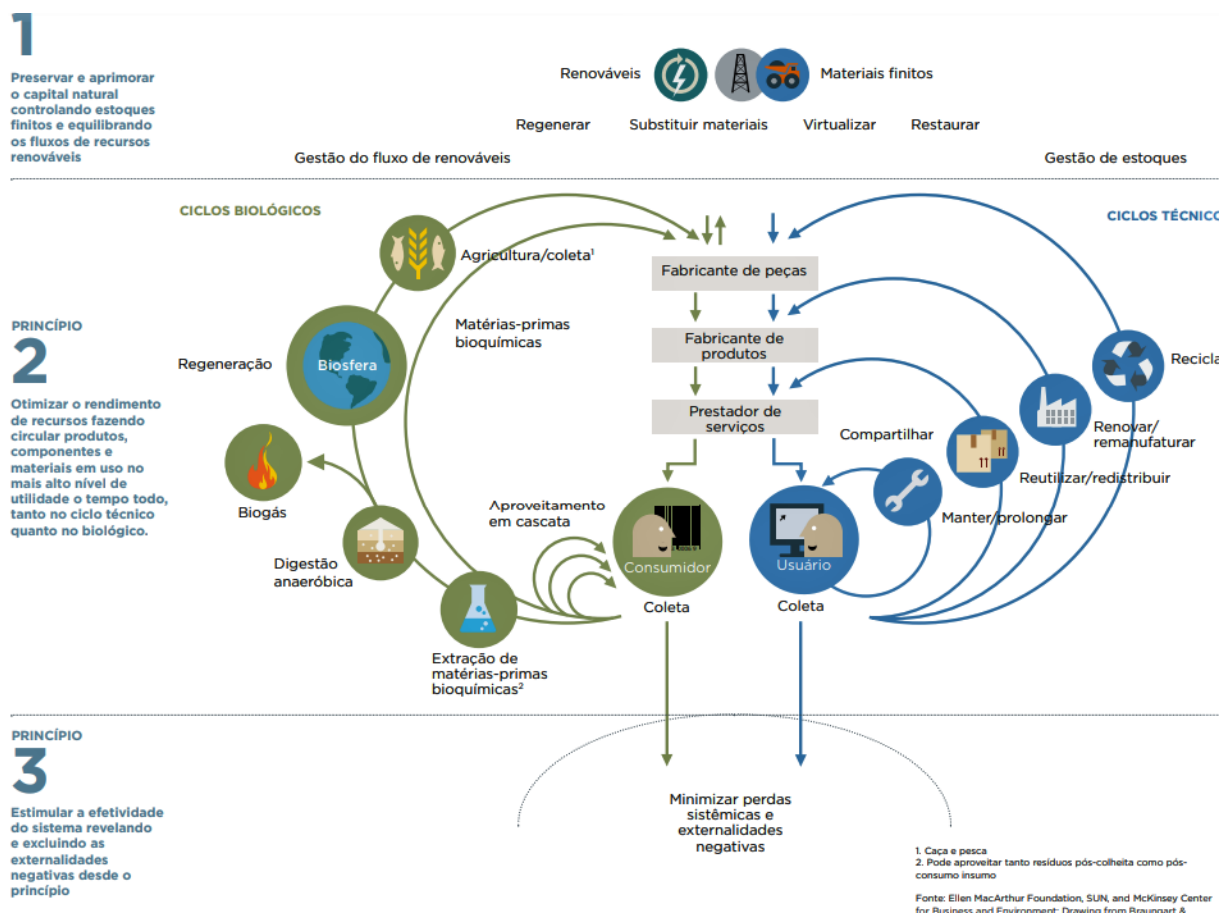
A economia circular possui alguns objetivos como reduzir custos, necessidade de matéria prima para produção e consumo, além de auxiliar na gestão de resíduos, inovar em produtos e possibilitar novas oportunidades para organizações. Também leva em consideração o *design* do produto, de modo a reduzir ou eliminar o uso de produtos tóxicos nos processos, permitindo uma vida útil mais longa e mais valor ao produto (TSUI, 2021). Para realizar tais feitos, ela segue alguns princípios, como a regeneração e restauração da natureza, redução de desperdícios e maximização da utilização de recursos naturais, e circulação de processos e produtos (RUSSI, 2022).

### **2.2.1 Princípios da Economia Circular**

Seguindo a ideia de sustentabilidade e alternativa ao modelo linear, foi criado em 2010, a Ellen MacArthur Foundation (EMF), sem fins lucrativos, para estimular a prática da economia circular através de ciclos de vida circulares, do uso de energias renováveis, da eliminação de químicos tóxicos e a partir de novos designs de produtos para reduzir resíduos (RUSSI, 2022). De acordo com Tsui (2021) esta é uma das grandes contribuidoras para o conceito do tema em questão, e apresenta como principais objetivos da economia circular alcançar a dependência dos recursos renováveis, reduzir, reutilizar e eliminar a geração de lixo, durante os processos de produção e consumo.

O processo circular traz grande potencial para inovação referente a design de produtos, serviços e modelos de negócios, e se aplicado com sucesso, pode contribuir nos três aspectos do desenvolvimento sustentável, o econômico, ambiental e social (OLIVEIRA, 2020). De acordo com a Ellen MacArthur Foundation (2015) a economia circular sustenta-se em 3 princípios:

Figura 3 - Diagrama sistêmico da economia circular



Fonte: Ellen MacArthur Foundation (2015).

1º Princípio: Preservar e aprimorar o capital natural controlando estoques finitos e equilibrando os fluxos de recursos renováveis. Para isso, deve-se evitar sempre que possível o uso de produtos e serviços físicos, substituindo-os pelo digital, quando isso não for possível, priorizar produtos que envolvam tecnologias oriundas de recursos renováveis, assim podendo criar condições para a recuperação do ambiente como exemplo o solo.

2º Princípio: Otimizar o rendimento de recursos fazendo circular produtos, componentes e materiais no mais alto nível de utilidade o tempo todo, tanto no ciclo

técnico quanto no biológico. O segundo princípio visa a ideia de projetar os produtos pensando em como será o fim de seu ciclo de vida, de modo a mantê-lo mais tempo circulando, assim como facilitar os processos de manutenção, renovação, reciclagem, remanufatura e compartilhamento, para assim usufruir o máximo de aproveitamento dos recursos envolvidos.

3° Princípio: Estimular a efetividade do sistema revelando e excluindo as externalidades negativas desde o princípio. Busca redução de danos e impactos a sistemas e áreas como alimentos, habitação, educação, saúde e entretenimento. Também visa a gestão de externalidades que prejudiquem o sistema circular, como o uso do solo, ar, água e liberação de substâncias tóxicas.

Por meio da economia circular é possível alcançar alguns dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) estabelecidos pela ONU em 2015, pertencentes à Agenda 2030 no Brasil. Em específico o Objetivo 9, que intenciona construir a infraestruturas resilientes, promover a industrialização sustentável e inclusiva e incentivar a inovação; e o Objetivo 12 que busca garantir padrões de consumo sustentáveis (TSUI, 2021; NAÇÕES UNIDAS BRASIL, 2023, COSTA; AMORIM, 2022).

Dessa forma, de acordo com Costa e Amorin (2022), a economia circular deve ser aplicada principalmente em setores que demandam grandes quantidades de matéria prima e que geram uma grande quantidade de resíduos em seu processo produtivo. Nesse sentido, o próximo tópico abordará o setor de moda e seus modelos na indústria e como a economia circular poderia beneficiá-lo.

## **2.3 SETOR DE MODA**

O setor de moda, é um dos que geram mais empregos e renda na economia mundial. No entanto, esta mesma indústria provoca diversos impactos ambientais, como a extração de matéria prima, descarte inadequado de têxteis, além de estar relacionada a condições de trabalho análogas a escravidão (COSTA; AMORIM, 2022). Esse contexto acontece, porque a indústria da moda desempenha suas atividades através do modelo linear, no qual recursos não renováveis são extraídos da natureza para a produção de roupas em larga escala e ao fim do uso descartadas em aterros ou incinerados (OLIVEIRA, 2020).

Por operar seguindo a lógica linear, a indústria da moda representa a segunda mais poluente do mundo, na sequência da indústria do petróleo (OLIVEIRA, 2020). A indústria da moda é conhecida não só por seu intenso uso de recursos naturais, como também por necessitar em seus processos de produção, de grande quantidade de água, produtos, químicos e energia (CARDOSO, 2020). Segundo a Akatu (2022) para fabricar uma calça jeans, são utilizados 5196 litros de água.

As tendências temporais e a moda, de certa forma, incentivam o conceito de descartável, visto que a cada temporada são apresentados novos produtos, incentivando o consumo e descarte. Tornando o setor um dos que mais gera impacto ambiental (COSTA; BROEGA, 2023).

Segundo a Ellen MacArthur Foundation, de maneira global, a indústria de vestuário emprega mais de 300 milhões de pessoas e possui um faturamento de \$1,3 trilhão. No Brasil, a indústria têxtil emprega cerca de 1,34 milhão de empregados formais, obtendo um faturamento de 190 bilhões em 2021 (ABIT, 2023).

A moda e sua cadeia de produção é uma das mais importantes, extensas e complexas indústrias, pois envolve diversos segmentos para sua organização (COSTA; BROEGA, 2023). A cadeia têxtil brasileira é a mais completa do ocidente, pois contém desde a produção das fibras à plantação de algodão, passando por fiações, tecelagens, confecções, desfiles de moda e até o varejo (ABIT, 2023).

Não por acaso, o país é considerado referência mundial em design de moda praia, *jeanswear* (roupas em jeans) e *homewear* (roupas para ficar em casa), tendo crescido também nos segmentos de fitness e lingerie (ABIT, 2023). Por outro lado, as indústrias do setor de moda brasileiras podem buscar novas oportunidades para atenderem a pauta da sustentabilidade, como um sistema de produção circular (COSTA; AMORIM, 2022).

### **2.3.1 Moda Circular**

A ideia de estender a vida útil das roupas por meio de negócios como brechós e lojas de aluguel de roupas, ao mesmo tempo que diminui a exploração dos recursos do planeta, também reduz o descarte e consumo de resíduos sólidos. Essa estratégia pode ser entendida como “moda circular” e vem conquistando espaço na indústria têxtil de maneira global (TSUI, 2021; MIRANDA, 2022).

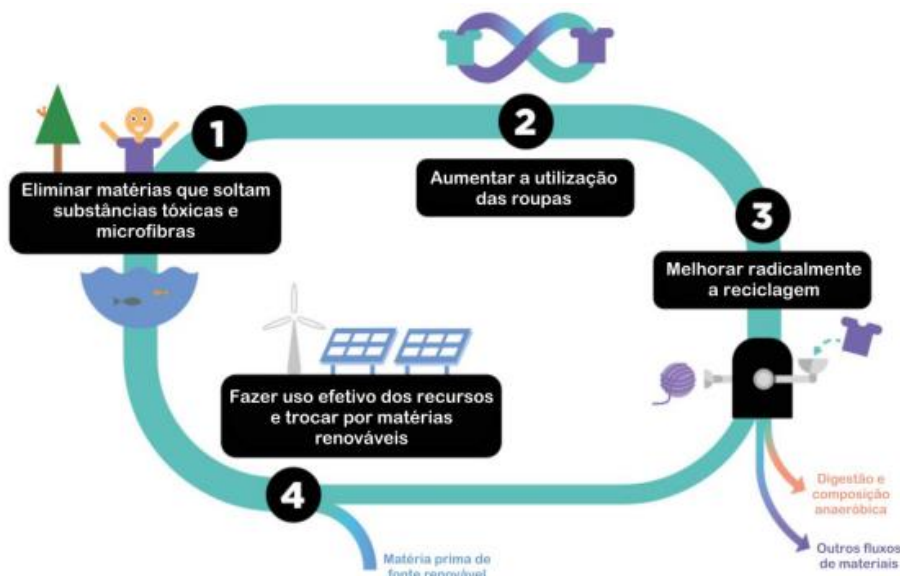
A indústria da moda segue o modelo *fast fashion* baseado no modelo linear, no qual os produtos possuem um ciclo de vida reduzido e um preço mais acessível, estimulando o consumo e o descarte rápido das roupas (GOUVEIA, 2020). Dessa forma a superprodução gerada pela indústria da moda evidencia a necessidade de pesquisar novas formas de produzir (OLIVEIRA,2020).

Tendo em conta o impacto negativo no meio ambiente e o desperdício de matéria prima, a indústria da moda vem buscando alternativas para se distanciar dessa realidade. Uma alternativa viável para reduzir o lixo e desperdício no setor em questão seria a prática da moda circular, que representa a união dos conceitos relacionados a sustentabilidade no setor da moda com a economia circular (TSUI, 2021)

Esse novo sistema de moda circular, idealiza a reinserção de resíduos têxteis na cadeia produtiva da moda, diminuindo o lixo e aumentando o reaproveitamento dos materiais (TSUI, 2021). Para Queiroz (2022), a nova economia têxtil deve estar alinhada aos princípios da economia circular, de forma a ser restauradora e regenerativa desde o design, para fornecer benefícios para empresas, sociedade e meio ambiente (QUEIROZ, 2022). Dessa forma, roupas, tecidos e fibras mantêm seu valor mais alto durante o uso e após o uso retornam para a economia, nunca terminando como lixo (ELLEN MACARTHUR FOUNDATION, 2017).

No relatório “*A new textiles economy: redesigning fashion’s future*”, a Ellen Macarthur Foundation (2017) apresenta quatro ambições para a nova economia têxtil, seguindo os princípios da economia circular no setor, apresentados na figura 3:

Figura 4 - Ambições para a nova economia têxtil



Fonte: Ellen MacArthur Foundation (2017) apud Tsui (2021, p.27)

1 - Eliminar matérias que liberam microfibras ou substâncias tóxicas: o novo sistema deve eliminar estas substâncias de modo garantir que após o uso as mesmas não impactem de forma negativa o meio ambiente ou a sociedade;

2 - Transformar a maneira como as roupas são produzidas e consumidas: Aumentar a qualidade das roupas tornando-as mais duradouras, conseqüentemente aumentando seu tempo de uso são as melhores formas de reduzir a poluição gerada pelos resíduos têxteis. Seguindo a Ellen Macarthur Foundation caso o número de vezes que as roupas utilizadas fossem duas vezes maior, seriam reduzidas em 44% as emissões dos gases de efeito estufa (GEE);

3 - Melhorar radicalmente a reciclagem de maneira: Isto por meio de diversas áreas em conjunto, como o design do produto, sua coleta após uso, incentivar a demanda por materiais reciclados e inovação tecnológica. Dessa forma a indústria captura valor em roupas que seriam descartadas;

4 - Realizar o uso eficaz dos recursos e optar pelos renováveis: o uso eficaz se refere a ideia de maximizar o uso da roupa, ou mesmo estender o seu uso se possível, além de priorizar os materiais reciclados. Essas ações contribuem para diminuir a extração de matéria prima nas produções, diminuindo os resíduos. No entanto, quando forem necessários recursos, deve-se optar pelos renováveis, produzidos de forma regenerativa (ELLEN MACARTHUR FOUNDATION, 2017).

A moda apresenta-se em um estado de transição que vai do passageiro, descartável a uma moda sustentável, baseada na preservação do ambiente, qualidade de vida, e relações humanas (ALENCAR et al, 2022). Nesse sentido, a moda circular apresenta-se como uma resposta ao atual modelo produtivo da moda, possuindo diversos modelos de aplicabilidade, como o *upcycling*, economia colaborativa, e reciclagem de tecidos. (TSUI, 2021).

O *upcycling*, no setor da moda, o trabalho de transformar peças de roupas que não serão mais utilizadas em outra peça nova, seja por meio de recortes ou adicionar novos detalhes na mesma, entre outras formas (TSUI, 2021). Seguindo a ideia de moda circular, o *upcycling* pode ser compreendido como uma maneira de ressignificar a roupa, evitando o seu descarte, sem passar por um processo de reciclagem (ALENCAR et al, 2022).

Já o processo de reciclagem de tecidos pode ser realizado pré ou pós consumo. No primeiro caso, trata-se de subprodutos da produção de tecidos e fibras, os quais podem ser redistribuídos para outras indústrias e os pós consumo são as peças que já não possuem mais utilidade (TSUI, 2021).

De acordo com a Ellen Macarthur Foundation, apenas 13% do material utilizado para a produção de roupas é reciclado após o uso. Geralmente esse material reciclado, passa para outras indústrias ou recebe uma nova utilidade de menor valor, como panos de limpeza, enchimento para colchões, entre outras formas (ELLEN MACARTHUR FOUNDATION, 2017).

Por fim, a economia compartilhada ou colaborativa no segmento da moda tem por objetivo o compartilhamento de peças de roupas, por meio de troca ou aluguel. Um modelo de negócio que segue esta ideia são os “brechós”, visto que o consumo de peças de segunda mão faz parte do consumo colaborativo (TSUI, 2021).

Uma parte crucial na mudança para a economia circular é o comportamento do consumidor. Pois tendo o poder de escolha pode contribuir para a mudança, se aceitarem as alterações do novo modelo, ou mesmo dificultar caso não aceitem (GOUVEIA, 2020). Nesse sentido, o próximo tópico abordará o comportamento do consumidor.

## **2.4 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR**

De acordo com Limeira (2008), o ser humano está, a todo momento, consumindo e, para as empresas, conhecer o consumidor é uma prioridade desde a segunda metade do século XIX. Os estudos relacionados ao comportamento do consumidor e ao entendimento dos motivos que levam ao consumo são fundamentais, visto que permitem o desenvolvimento de estratégias de marketing mais direcionadas e precisas (TSUI, 2021).

Trata-se de uma área multidisciplinar, envolvendo um grupo de ciências, a exemplo a Psicologia, Sociologia, Antropologia, Política, Economia, dentre outras. Os estudos sobre Psicologia contribuem com seus estudos sobre percepção, emoções, motivação, atitudes. A Sociologia, com suas pesquisas sobre fatos sociais; a antropologia, através de seus estudos culturais; e a economia, com estudos relacionados à produção, distribuição e consumo (BANOV, 2020).

Figura 5 - Ciências que contribuem para o comportamento do consumidor



Fonte: adaptado de Banov (2020).

O estudo do comportamento do consumidor tem por finalidade entender por qual razão as pessoas consomem certos produtos e outras não, podendo, dessa forma, fornecer, às empresas, informações que lhes permitam elaborar melhores estratégias quanto à divulgação ou desenvolvimento de produtos e marcas (BANOV, 2020). Solomon (2016) sugere que o comportamento do consumidor dá atenção aos processos envolvidos no momento em que uma ou mais pessoas escolhem,



selecionam, compram, usam ou desfazem-se de produtos, serviços, ideias ou experiências que satisfazem suas necessidades ou desejos.

Necessidade representa um estado de privação, ou sensação de falta de algo necessário para o indivíduo, podendo ser classificada como necessidades inatas ou adquiridas. A inata pode ser representada pelas necessidades fisiológicas, como se alimentar. Já as necessidades adquiridas representam as desenvolvidas no contexto cultural e a partir de interações sociais (LIMEIRA, 2008).

O desejo representa um estado psicológico em que há uma vontade de obter a satisfação através do consumo sem uma justificativa prévia ou necessidade. Ambos, necessidade e desejo, estão relacionados, visto que um desejo de comprar algo pode se aliar a uma necessidade, como de desejar comprar algo e necessitá-lo ao mesmo tempo (LIMEIRA, 2008)

O ambiente recebe mais relevância, à medida que os consumidores passam a procurar formas para deixar de prejudicar o ambiente através de suas compras, buscando por produtos que tenham um baixo impacto ambiental. Estes consumidores são denominados como consumidores verdes ou ecologicamente conscientes (GOUVEIA, 2020).

De acordo com Mattar (2022), é possível perceber uma mudança no comportamento dos consumidores, indicando um avanço para um futuro mais sustentável. Isso fica mais perceptível através do relatório das 10 Principais Tendências Globais de Consumo 2022, elaborado pela Euromonitor International, revelando que 67% dos consumidores mundiais buscaram, durante o ano de 2021, causar um impacto positivo no meio ambiente através de suas ações (MATTAR, 2022).

Outra pesquisa que evidencia mudanças no comportamento do consumidor, esta realizada pelo Datafolha, indica que 77% do público do Rock in Rio de 2022 afirma estar disposto a mudar seus hábitos de consumo, em razão de proteger o meio ambiente. A pesquisa ainda aponta que 59% do público, antes de comprar um produto, considera que o mesmo seja sustentável. (FOLHA DE SÃO PAULO, 2022).

Percebe-se que os consumidores passaram a optar por produtos ou serviços “verdes ou ecológicos”, com menor impacto ambiental, tornando-se este um requisito cada vez mais decisivo na hora da compra. Nesse sentido as empresas deparam-se com a necessidade de repensar seus processos visando reduzir os impactos de suas atividades no ambiente (GOUVEIA, 2020).

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Neste capítulo, é descrita a metodologia utilizada para a realização da pesquisa, assim como todos os elementos necessários para atingir os objetivos definidos. Para este trabalho, o método de pesquisa adotado foi o estudo de casos múltiplos, pois este é o caminho a ser seguido quando se pretende analisar acontecimentos atuais, não podendo manipular comportamentos significativos (YIN, 2010). Este método também proporciona abordar diversas evidências. No caso em questão foi utilizado, observação direta, questionários para consumidores, Prefeitura de Canoas-RS e entrevistas semiestruturadas para proprietários de brechós no município de Canoas. Outra razão que o justifica é a possibilidade da análise cruzada, auxiliando na melhor compreensão dos dados. No trabalho, foram realizados os estudos de caso para identificar a relação entre o conhecimento do consumidor sobre economia circular e sua intenção de compra de roupas em brechós, no município de Canoas (RS).

Esta pesquisa possui caráter qualitativo. Nesse sentido, a pesquisa qualitativa, possui diversas características como a qualidade em manter o fluxo cronológico e de identificar quais situações geraram consequências e a partir disso, se criar explicações proveitosas. Ela permite que o pesquisador se desenvolva durante a realização do trabalho, pois pode envolver um período longo de contato com o objeto de pesquisa (MILES; HUBERMAN, 1994). Em uma pesquisa qualitativa, o pesquisador deve procurar estar atento, ser empático e desprender-se de seus conhecimentos anteriores a respeito do tema abordado ao coletar dados advindos de entrevistas. Por esta razão o pesquisador deve possuir uma visão ampla acerca do tema de estudo (MILES; HUBERMAN, 1994). O presente estudo busca descrever os fatos e fenômenos de certa realidade. Dessa forma caracteriza-se como uma pesquisa descritiva (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009).

#### **3.1 DELIMITAÇÃO E DESIGN DA PESQUISA**

Este tópico aborda a apresentação do modo como a pesquisa foi realizada, população, amostra, assim como os procedimentos de coleta de dados.

##### **3.1.1 População e Amostra**

Por se tratar de uma pesquisa qualitativa e descritiva, foi realizado a busca da opinião dos consumidores durante o período de julho e setembro de 2023. Devido a importância que os impactos gerados pelo setor de moda e as novas tendências em relação a um consumo mais sustentável, foram escolhidos 3 brechós da cidade de Canoas-RS, que possuem relevância em suas redes sociais, por conveniência do autor. Sendo representados por nomes fictícios “Brechó 1” (B1), “Brechó 2” (B2), “Brechó 3” (B3).

Buscou-se também através da prefeitura de Canoas-RS, alternativas para lidar com os resíduos têxteis. Onde foi obtido duas fontes de respondentes, de um servidor público da prefeitura (P1) e da Secretaria Municipal do Meio Ambiente (SMMA).

### **3.1.2 Delineamento e etapas da pesquisa**

O questionário aplicado junto aos consumidores foi adaptado de Tsui (2021); Gouveia (2020); e Marco (2019). Para a análise utilizou-se a escala de diferencial semântico e de intensidade, pois apresenta melhores condições de medir a variação da intensidade da ação ou o sentimento do sujeito pesquisado. Este tipo de escala consiste em um par de adjetivos ou frases antônimas com espaços entre si (Discordo Totalmente até Concordo Totalmente para este estudo). Sua vantagem é a versatilidade e sua desvantagem é o uso de dados intervalares. Em contrapartida, este tipo de escala pode suportar cálculos mais sofisticados, tais como, média, desvio padrão e coeficiente de correlação (HAIR et al., 2005).

Para as entrevistas em brechós foi elaborado um questionário adaptado de Leal (2020). Este foi aplicado com o objetivo de perceber como cada entrevistado descreve a sua realidade. Dessa forma é possível levantar informações valiosas para compreender as relações que se firmaram ao longo de sua participação no projeto (DUARTE, 2004; KLEIN; SILVA; MACHADO, 2015).

Já o questionário para a Prefeitura de Canoas-RS foi elaborado pelo autor, com o objetivo de identificar alternativas para lidar com os resíduos têxteis.

### **3.1.3 Procedimentos de coleta, tratamento e análise dos dados**

Buscou-se acumular o maior número de respostas junto aos consumidores durante o período de julho a setembro de 2023. A coleta de dados foi realizada através

das redes sociais *LinkedIn*, *Facebook* e *Twitter*, com a disponibilização de um *link* da ferramenta *Google forms*. O instrumento de pesquisa encontra-se no Apêndice 1.

Os dados foram separados de acordo com as seguintes categorias: conhecimento do consumidor sobre economia circular, moda circular e setor de moda; frequência de compra: preocupação ambiental dos consumidores; motivação para comprar roupas em brechós; e intenção de compra de roupas em brechós. Além disso, buscar-se identificar uma relação entre os dados demográficos dos respondentes e sua preocupação com a sustentabilidade. Todos os dados foram analisados em gráficos, com a utilização da ferramenta *Google forms*.

Nos meses de agosto e setembro de 2023, foram aplicadas as entrevistas semiestruturadas junto aos brechós selecionados por conveniência do autor, diante de sua relevância nas redes sociais. Os dados foram inseridos em uma planilha *Excel* e foram analisados com base na análise de conteúdo, buscando as convergências e divergências das respostas dadas (BARDIN, 2005). Bardin (2005) define esta análise como um conjunto de técnicas das comunicações que visa obter, por meio de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo dos dados, indicadores que permitam a descrição do conteúdo das mensagens.

## **4 ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Nesta seção são apresentados os resultados obtidos por meio da aplicação do questionário destinado aos consumidores de brechós, entrevistas semiestruturadas com os proprietários de brechós de Canoas e através do questionário destinado a Prefeitura de Canoas (RS), assim como a análise dos dados.

### **4.1 MOTIVAÇÃO PARA A COMPRA EM BRECHÓS**

Por meio dos resultados obtidos com os três brechós entrevistados, percebe-se que principal motivação percebida pelos empreendedores para o consumidor comprar em brechós é o preço praticado no negócio a prática do consumo sustentável. Segundo o entrevistado B1:

“[...] acho que o primeiro fator é o financeiro. O poder aquisitivo hoje está mais baixo. As pessoas estão restringindo mais o consumo, hoje em dia as pessoas dão muito uma prioridade pra alimentação e aluguel, são as duas coisas básicas. E pra roupas calçado, sempre sobra menos do orçamento. Eu acredito que o primeiro seria o financeiro, em função da queda do poder aquisitivo [...]”.

O relato de B3 vai de encontro com o de B1, sinalizando uma das motivações o preço praticado, mas também a prática do consumo sustentável. Segundo B3:

“O consumo sustentável com certeza, redução de água, energia. Tudo tu consegue dar um novo significado para as peças, [...] e além da economia que tu tem comprando em brechós, porque o teu custo de vida se reduz muito, quando comparado com lojas. [...]”.

Já o depoimento de B2 sugere um dos principais motivos para os consumidores comprarem em brechós o preço das peças e a qualidade. De acordo com B2:

Relação de custo benefício, porque em brechós tu pode consegue comprar peças de marca a um preço bem acessível. [...]. Outra marca nossa, é a qualidade, nós não vendemos nada manchado, nada rasgado, nada sujo. Nós temos um padrão de curadoria e tudo isso tem um custo.

A visão de B2 de que a relação preço e qualidade são a motivação para compra em brechós enfrenta uma importante barreira como aponta Gouveia (2020), já que, diante da escala de produção, a indústria atual já produz com um preço acessível, o

que coincide com a falta de uma preocupação pós-descarte como destacam diversos autores (SILVA et al, 2019; VIER et al, 2021).

#### **4.2 COMO É FEITA A SELEÇÃO DAS ROUPAS PARA O BRECHÓ A DESTINAÇÃO FINAL DAS PEÇAS NÃO VENDIDAS**

A partir das entrevistas realizadas com os proprietários, pode-se evidenciar diversas formas para os dois aspectos em questão, a seleção de roupas para estoque e a destinação das peças que não são vendidas. De acordo com os relatos de cada proprietário, entre as maneiras mais citadas para se adquirir roupas para estoque são através de doações de clientes ou não clientes, trocas, e compra de cliente ou por lote de atacados de roupas.

O depoimento de B3 retrata a situação onde as roupas para estoque são adquiridas através de doações. Segundo B3:

“[...] As nossas peças aqui dentro são todas de clientes, e tem gente que acaba não acreditando tanto nisso porque a gente tem 7000 peças expostas, [...] são 14000 peças no total, [...] E é tudo de cliente, a gente não vai a nenhum outro lugar atrás de roupa, nossos clientes que fornecem são uma quantidade de roupa absurda que as pessoas se desfazem principalmente mulher, homem não tanto. Então nossos fornecedores são só clientes, a gente faz muito por troca por produto, então entra muito essa coisa do giro. ”

Já o entrevistado B1 apresenta outras formas de como adquirir suas peças, como a compra de roupas em trocas de estação de lojas de marcas mais estabelecidas no mercado, onde é possível comprar lotes. Segundo B1:

“[...] Bom, como eu busco as peças, as vezes a gente pega, final de estação de lojas por exemplo Renner, ficaram várias peças em uma loja. Eles montam alguns lotes e oferecem e vários brechós, grandes brechós vão e buscam e os pequenos também, a gente as vezes pega a rebarba, mas as vezes a gente pega coisa boa.”

Outra maneira citada por B1 são as trocas, onde o cliente pode trazer uma peça e negociar com o brechó uma possível troca por uma peça nova. De acordo com B1:

“[...] Às vezes a gente faz negociações, eu, por exemplo faço trocas, então eu tenho algumas peças aqui, as pessoas chegam com outras peças, a gente negocia e as pessoas trocam por outra peça que agrade a elas, dando uma nova oportunidade para as roupas.”

Ainda de acordo com B1 outra forma é a compra em atacados de brechós ou em um “garage sale” (venda de garagem). Segundo B1:

“[...] Existem atacados de brechós também, a gente busca muita coisa de São Paulo, compramos lotes fechados. Tem também uma garage sale onde as pessoas vendem tudo que tem dentro de casa. ”

Indo ao encontro com as situações já citadas por B1 em relação as trocas onde é realizada uma negociação com o cliente, o depoimento de B2 descreve com mais detalhe as possibilidades de negociações. De acordo com B2:

“[...]. Eu trabalho de 3 formas. Eu posso fazer uma avaliação e eu te dou um vale compras, exemplo, essa avaliação aqui eu vou te pagar 200 reais em vale compras, aí a pessoa pode escolher no brechó. A gente chama isso de troca. Ou então eu compro as peças, exemplo, eu avalio em 200 reais e eu de dou 200 reais em dinheiro por essas peças. Agora são peças boas, são peças de marca, estão limpas, estão perfeitas, estão sem nada de avaria a gente coloca como consignado. Quando eu vender eu dou um percentual para a pessoa e fico com um outro percentual para mim. Não vendi, devolvo para a pessoa [...]. ”

Em relação à destinação das peças não vendidas, a doação foi a prática mais citada no depoimento dos proprietários. De acordo com B1:

“[...] eu já trabalhei aqui no brechó com coisas renomadas, [...], mas aqui especificamente onde eu estou hoje, não existe potencial de consumidor pra esse tipo de peça, por isso eu não trago mais. Eu trago quando alguma cliente me pede especificamente. Todo lojista seja de novo, seminovo, ele vai ter que fazer essa análise porque senão ele vai ficar com o estoque encalhado.

“[...] E algumas peças a gente faz doação mesmo, outras peças a gente revende a um custo bastante acessível, eu tenho por exemplo lá na frente uma arara onde as peças são dez reais, possibilita o público alvo aqui adquirir. Então são várias formas da gente, vamos dizer assim consumir com esse estoque. ”

Da mesma forma, as peças que não são vendidas segundo o depoimento de B3 são destinadas em forma de doação para quem necessita. De acordo com B3:

“[...] a gente faz outras doações para pessoas que necessitam, passa aqui um morador de rua, principalmente no inverno, a gente pega uma sacola de casacos e entrega pra eles. Teve uma época que a gente ia até Porto Alegre de carro e a gente distribuía casaco, blusão, porque a gente acha muito melhor tu entregar direto pra pessoa, a gente prefere, muito mais, dar direto pra pessoa do que por exemplo doar

pra igrejas, porque igrejas elas revendem muito pra brechós, vendem a peça por 1 real para outros brechós, então a gente acredita muito nessa coisa de entregar direto pra pessoa que tá precisando. E agora a gente está separando uma sacola pra Muçum (RS), eles estão arrecadando aqui na praça do Avião um caminhão e a gente tá levando pra lá também. ”

Essa prática de doação implica de certa forma no prolongamento da utilização das roupas e reduzindo o descarte incorreto visto que é destinado a doação, indo de encontro com os princípios da moda circular, descritas por Tsui (2021) e Miranda (2022). De acordo com os autores a ideia de estender a vida útil das roupas por meio de negócios como brechós, ao mesmo tempo que diminui a exploração de recursos do planeta, também reduz o descarte e o consumo de sólidos, sendo essa prática conhecida como “moda circular”.

#### **4.3 MOTIVAÇÕES PARA ABRIR UM BRECHÓ**

A partir das entrevistas, pode-se evidenciar diferentes motivações para abrir o Brechó. De acordo com o depoimento de B1, os principais motivos para abrir o negócio foram ter passado por problemas de saúde, estresse no trabalho anterior e o incentivo de familiares e amigos para abrir o Brechó. Para B2, foi o fato da proprietária estar desempregada gerando uma necessidade financeira e por não requerer muito investimento para começar o negócio. Já para B3, a razão informada foi uma nova oportunidade de negócio, uma vez que, durante o período da Pandemia do Covid-19, o proprietário teve de fechar seu negócio anterior.

Diante dos depoimentos colhidos, não se pode evidenciar uma preocupação com sustentabilidade e economia circular por parte dos empreendedores. A opção por brechós parece estar relacionada com uma mistura de empreendedorismo por necessidade aliada a oportunidade.

#### **4.4 RELAÇÃO ENTRE OS BRECHÓS E O CONSUMO SUSTENTÁVEL**

De acordo com os entrevistados, os pontos que mais se destacam entre a relação de brechós e o consumo sustentável são a redução do uso de água, energia e matéria-prima ao se estender a vida útil das roupas, assim como diminuir o descarte incorreto e a poluição. De acordo com B3:



“[...] Os brechós contribuem para a redução do uso de água, energia que seria utilizada na produção de uma peça nova. Além de aumentar a circulação das peças”.

O depoimento de B3 vai ao encontro com as ideias de Carneiro (2022), de forma a enfatizar a importância dos brechós como um negócio sustentável e que ajuda a evitar o descarte incorreto e a poluição.

Já o depoimento de B2 complementa o de B3 ao trazer os impactos socioambientais do brechó, como a redução do consumo de água, poluição, desmatamento de forma a seguir a linha da moda circular. De acordo com B2:

“[...] Uma peça que está ali dentro do roupeiro e tu não usa mais, tu coloca para o brechó e ela circula mais e dessa forma diminui a fabricação de novas peças, diminui o desmatamento, poluição, enfim. Na própria utilização da água, porque pra fazer uma calça jeans gasta, a lavagem da água né. ”

Práticas como as já citadas que visem uma maior circulação de roupas antes do descarte final, encaixam-se nos princípios da moda circular (TSUI, 2021). De acordo com a Akatu (2022), são necessários 5.196 litros de água para se fabricar uma calça jeans. Dessa forma, alternativas que ajudem a reduzir o consumo de água são importantes.

#### **4.5 RELAÇÃO ENTRE O POSICIONAMENTO SUSTENTÁVEL E O ENGAJAMENTO DE CLIENTES**

A partir das entrevistas, foi possível evidenciar uma divergência entre as opiniões dos proprietários de brechós em relação a um posicionamento sustentável nas redes sociais. B3 acredita que manter um posicionamento sustentável auxilia a atrair mais clientes, enquanto B2 entende que o posicionamento sustentável nas redes sociais não contribui para atrair e engajar novos clientes. De acordo com B3:

“[...] a gente tenta fazer uma grande propaganda em relação a isso. A gente mostra a quantidade de peças que a gente tem, a quantidade de pessoas que trazem, que fazem essa circulação de roupas pro consumo sustentável. Então a gente mostra também todo processo de higienização, o cuidado que a gente tem com a peça, em dar um novo significado pra ela. Então acho que tu consegue atrair muitas pessoas. ”

A afirmação de B3 corrobora com a ideia de que os consumidores passaram a optar por produtos ou serviços “verdes ou ecológicos”, com menor impacto

ambiental, tornando-se este um requisito cada vez mais decisivo na hora da compra (GOUVEIA, 2020).

Já B2 acredita que um posicionamento sustentável não contribui muito para atrair novos clientes, indo divergindo de B3. Segundo B2:

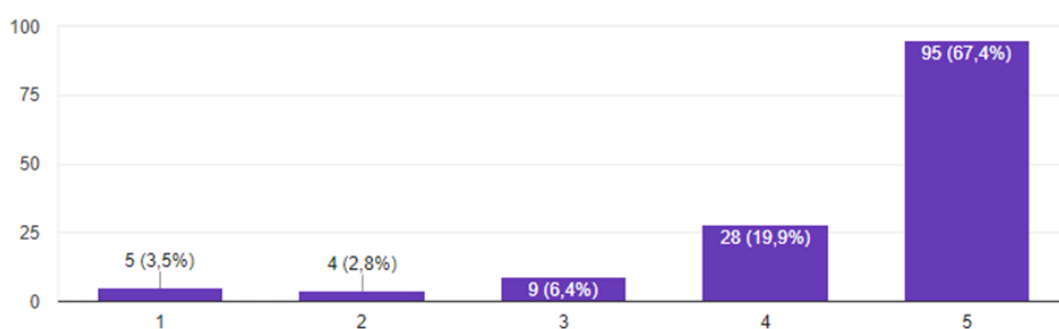
“[...] não gera consciência nas pessoas, gera “vou pagar menos”. A gente até faz alguns posts sobre o porquê comprar em brechós, motivos e tudo. Todo mundo acha legal mas o foco mesmo é o valor.”

#### 4.6 FATORES MOTIVADORES PARA A COMPRA EM BRECHÓS

De acordo com os dados coletados por meio do questionário junto aos consumidores de brechós, pode-se evidenciar diversos fatores que o motivam a comprar em brechós. Dentre eles, economizar, reduzir os impactos gerados pelo setor de moda, contribuir para sustentabilidade, economia circular, contribuir para o comércio local, sentir-se à vontade para realizar suas compras, além da procura por peças de roupas diferentes.

Para cada um desses fatores foi aplicado uma escala de “1” a “5”, considerando 1 como pouco motivador e 5 como muito motivador para comprar em brechós. O gráfico abaixo apresenta a relação de fator “economizar comprando em brechós”:

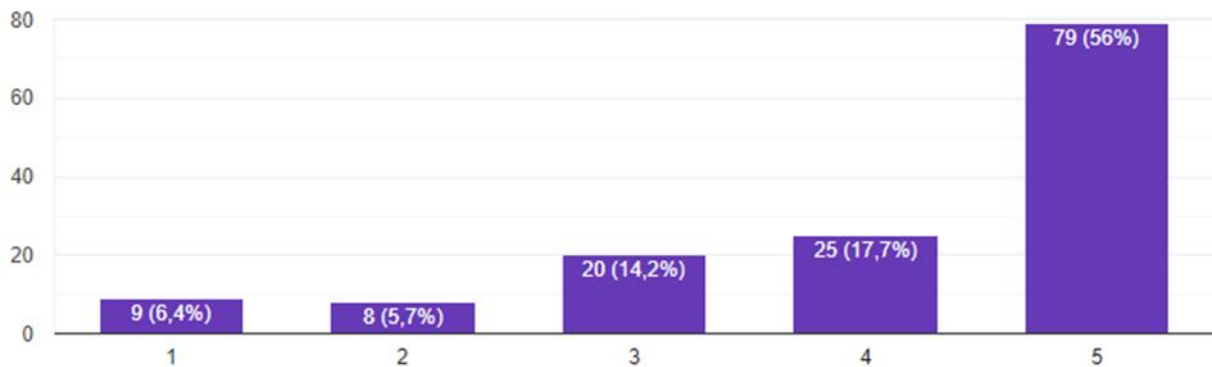
Gráfico 1 - Fator economizar comprando em brechós



Fonte: Google forms (2023)

Percebe-se que 95 respondentes (67,4%) do total de 141, considera o fator economizar como muito motivador para comprar em brechós. Por outro lado, 5 (3,5%) acham esse fator pouco motivador para a compra. O gráfico abaixo apresenta os resultados do fator, “reduzir os impactos no meio ambiente gerados pelo setor de moda”:

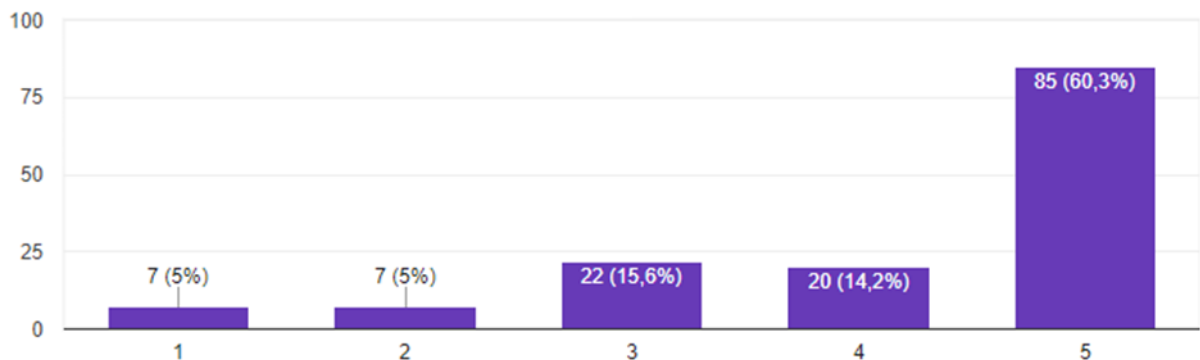
Gráfico 2 - Reduzir os impactos gerados pelo setor de moda



Fonte: Google forms (2023)

Em relação ao fator anterior, percebe-se que aumentou o número de respondentes para 9 (6,4%) que considera esse fator como pouco motivador para a compra em brechós. Por outro lado, a maioria dos respondentes, 79 (56%) considera este um fator muito motivador. O próximo gráfico apresenta o fator “contribuir para a sustentabilidade”:

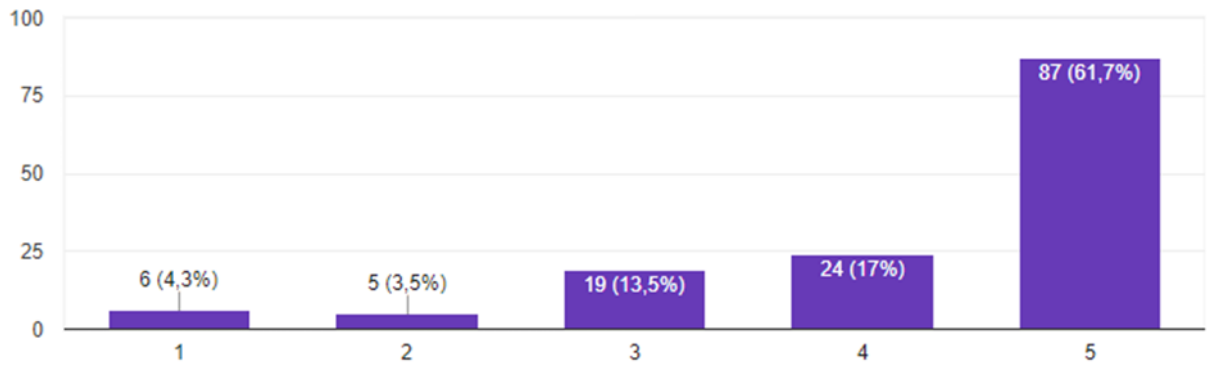
Gráfico 3 - Fator contribuir para a sustentabilidade



Fonte: Google forms (2023)

Oitenta e cinco respondentes (60,3%) consideram este um fator muito motivador para comprar roupas em brechós, o que é referendado por Mattar (2022) que destaca que uma mudança no comportamento dos consumidores indica um avanço para um futuro mais sustentável. Já o gráfico seguinte apresenta o fator “contribuir para a economia circular”:

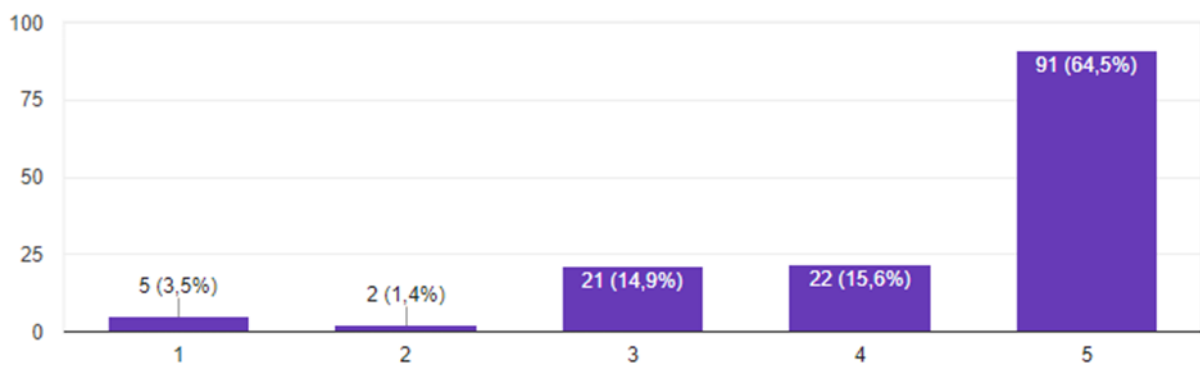
Gráfico 4 - Contribuir para a economia circular



Fonte: Google forms (2023)

É possível observar que assim como no gráfico anterior, os consumidores em sua maioria sendo oitenta e sete (61,7%) consideram o fator “contribuir para a economia circular” como muito motivador para a compra, sendo possível imaginar que os mesmos possuam certo conhecimento em relação a importância da economia circular para construir um futuro sustentável. O próximo gráfico apresenta os resultados acerca do fator “sinto-me à vontade para fazer minhas compras”:

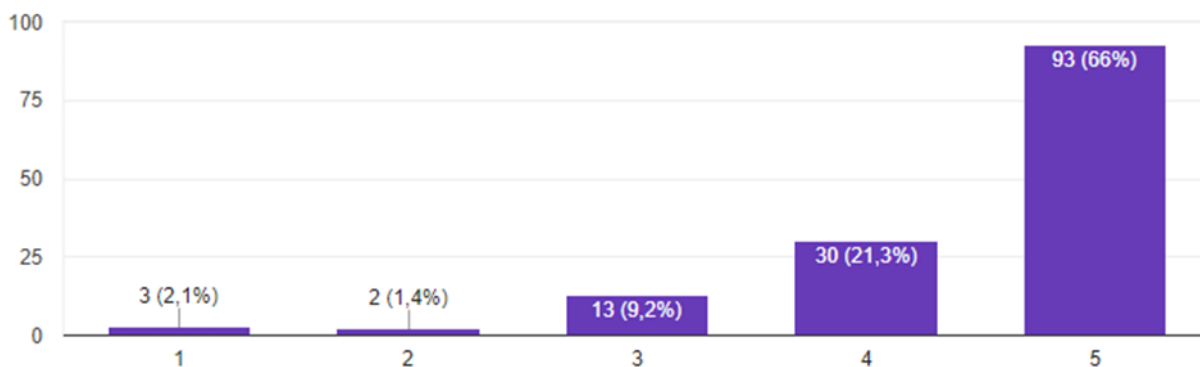
Gráfico 5 - Sinto-me a vontade para fazer minhas compras



Fonte: Google forms (2023)

De acordo com os resultados, os consumidores em sua maioria noventa e um (64,5%), consideram o fator “sinto-me à vontade para fazer minhas compras” como muito motivador para realizar a compra em brechós”. O gráfico seguinte, apresenta o fator “contribuir para o comércio local”.

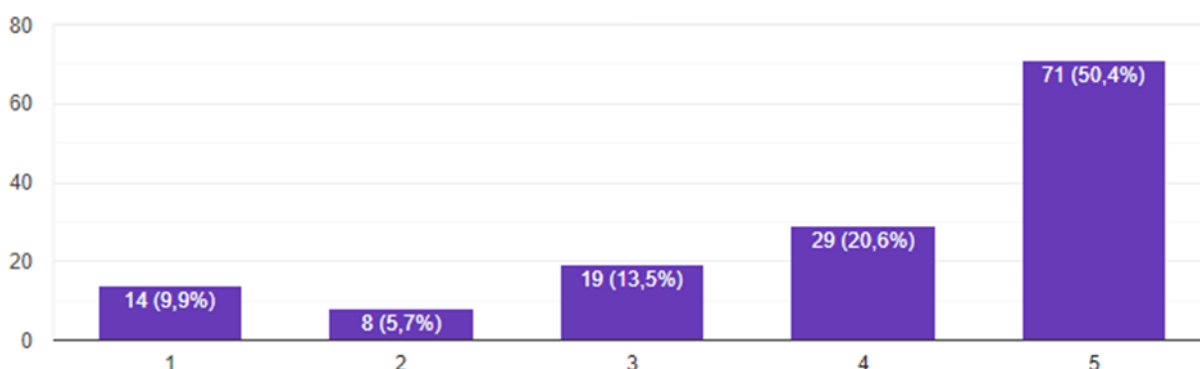
Gráfico 6 - Contribuir para o comércio local



Fonte: Google forms (2023)

Assim como no gráfico anterior, a maioria dos respondentes, noventa e três (66%) consideram o fator "contribuir para o comércio local" um fator muito motivador para a compra em brechós. O próximo gráfico apresenta o fator "procuro por peças diferentes":

Gráfico 7 - Procuo por peças diferentes



Fonte: Google forms (2023)

A partir da escala proposta, percebe-se que em relação aos demais fatores que ficaram com uma porcentagem acima de 55% no quesito muito motivador para a compra em brechós, este por sua vez, é considerado por setenta e um (50,4%) consumidores como muito motivador, sendo o fator com menos aprovação por parte dos consumidores. No entanto, este é também o fator com maior número de respondentes que o classificaram como pouco motivador, representados por um total de quatorze (9,9%) respondentes.

A partir dos dados apresentados em relação aos fatores motivadores para a compra em brechós, pode-se evidenciar que os consumidores são movidos tanto pela economia, como contribuir com a sustentabilidade e economia circular. De acordo com

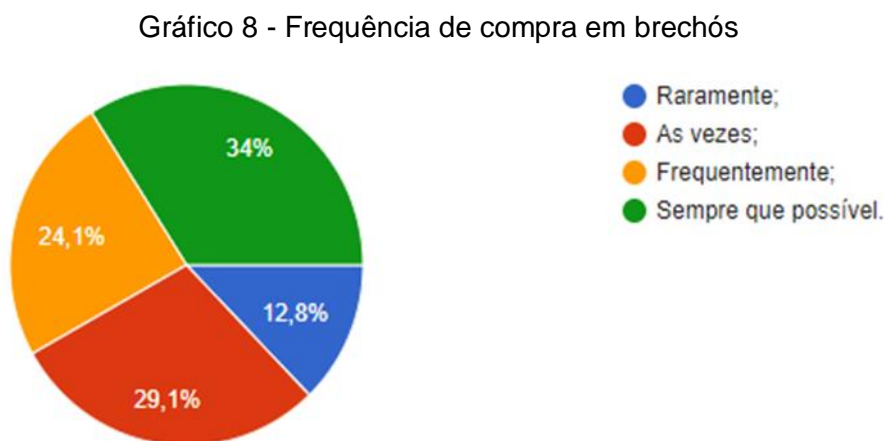
Gouveia (2020), estes consumidores são denominados consumidores verdes ou ecológicos. Além disso, estes consumidores de brechós contribuem mesmo que indiretamente ou sem perceber, com os princípios da economia circular, onde busca-se estender a vida útil dos produtos, os reinserindo na economia, evitando a geração de lixo e aumentando o reaproveitamento dos materiais (TSUI, 2021).

#### 4.7 FREQUÊNCIA DE COMPRA DOS CONSUMIDORES

A partir dos resultados encontrados, pode-se evidenciar uma preferência, por parte dos consumidores em consumir primeiramente em brechós, contribuindo assim para um futuro mais sustentável. Já em relação ao consumo em outras lojas, que não brechós, é evidenciado uma certa resistência por parte dos consumidores participantes dessa pesquisa.

A escala elaborada para medir a frequência de compra dos consumidores contempla 4 estados sendo eles “raramente, às vezes, frequentemente e sempre que possível”. O gráfico abaixo demonstra a frequência de compra em brechós:

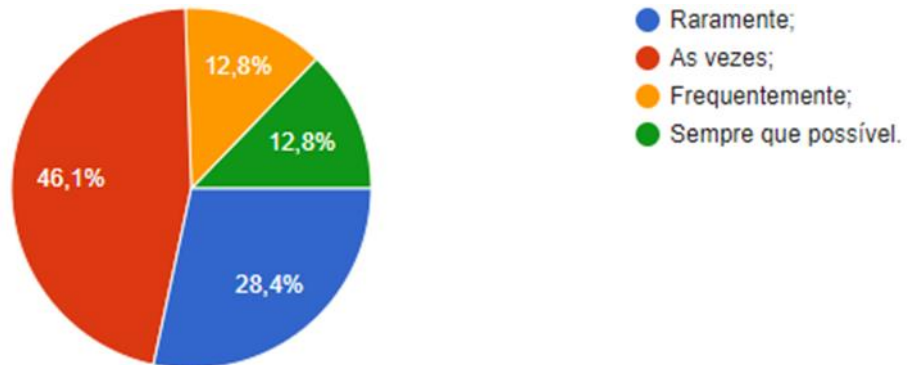
Gráfico 8: Frequência de compra em brechós:



Fonte: Google forms (2023)

Percebe-se que os consumidores, em sua maioria quarenta e oito (34%), procuram, sempre que possível, comprar em brechós; trinta e quatro (24,1%) consome frequentemente; quarenta e um (29,1%) consome as vezes e dezoito (12,8%) consome raramente em brechós. Já o gráfico abaixo, demonstra a frequência de compra dos consumidores em outras lojas, que por sua vez demonstram uma frequência menor em comprar em outras lojas de roupas:

Gráfico 9 - Frequência de compra em outras de lojas



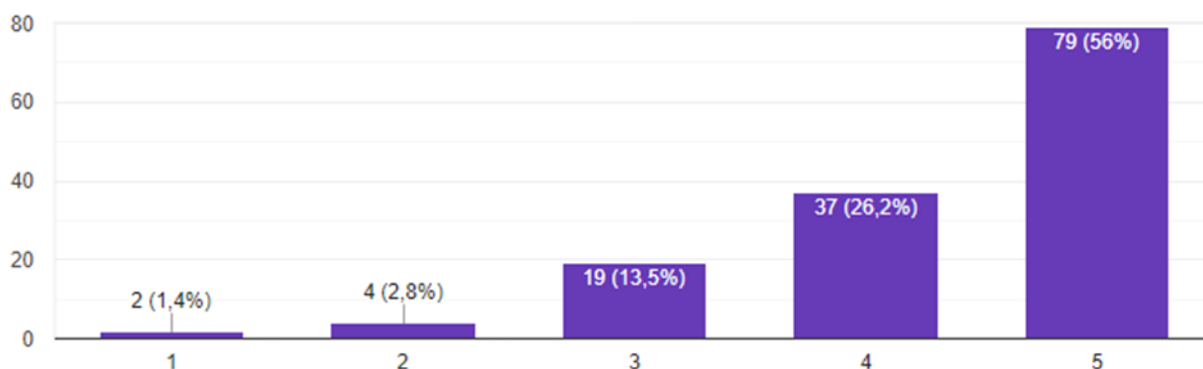
Fonte: Google forms (2023)

Percebe-se que em relação a frequência de compra em brechós, onde a maioria busca comprar sempre que possível, neste caso a maioria sessenta e cinco (46,1%) busca comprar apenas “as vezes em outras lojas”; Dezoito (12,8%) consome frequentemente; Quarenta (28,4%) consome raramente e dezoito (12,8%) consome sempre que possível. Por sua vez, pode-se imaginar o motivo desse cenário devido aos resultados dos principais motivos para a compra em brechós, onde foi evidenciado um consumidor, consciente e que procurar causar um impacto positivo em relação a sustentabilidade e economia circular, além de contribuir para o comércio local e economizar. O próximo tópico abordará a preocupação dos consumidores com as questões ambientais.

#### 4.8 PREOCUPAÇÃO AMBIENTAL DOS CONSUMIDORES

De acordo com os resultados obtidos, pode-se evidenciar que a maior parte dos consumidores de brechós participantes da pesquisa possuem certa preocupação com as questões ambientais, e procura tomar atitudes conscientes ao comprar e descartar suas roupas. Para avaliar estes aspectos foi elaborado uma escala de “1” a “5”, sendo 1 “discordo totalmente” e 5 “concordo totalmente”. O gráfico abaixo apresenta a percepção de preocupação ambiental dos próprios consumidores:

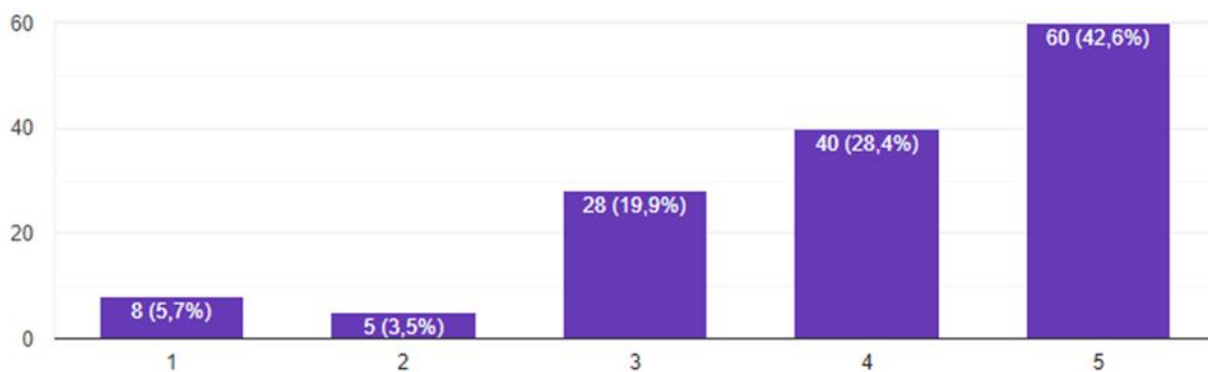
Gráfico 10 - Preocupação ambiental dos consumidores



Fonte: Google forms (2023)

De acordo com os resultados, setenta e nove (56%) dos respondentes demonstraram estarem preocupados com as questões ambientais e apenas dois (1,4%) demonstraram falta de preocupação em relação ao tema. O que apresenta coerência com os dados já discutidos. O próximo gráfico apresenta a questão de os consumidores estarem dispostos a reduzir o seu consumo de roupas para reduzir os impactos ambientais e sociais gerados pela indústria da moda:

Gráfico 11 - Estaria disposto a reduzir meu consumo de roupas para reduzir os impactos ambientais e sociais



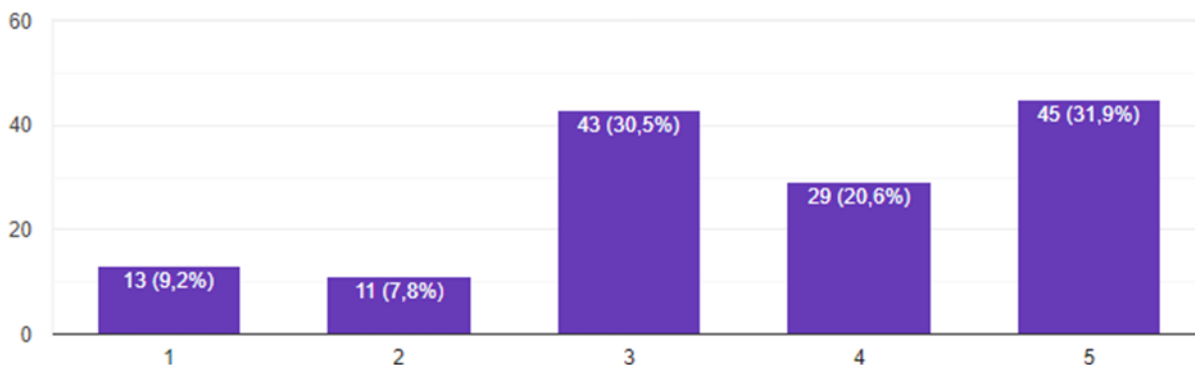
Fonte: Google forms (2023)

A partir do gráfico, percebe-se que sessenta consumidores (42,6%) concordam totalmente com a afirmação “Estaria disposto a reduzir meu consumo de roupas para reduzir os impactos ambientais e sociais”, indicando assim como no gráfico anterior uma preocupação com as questões ambientais. Em contraponto uma parcela de oito (5,7%) consumidores discordam totalmente da afirmação. O gráfico seguinte



apresenta o resultado para a seguinte afirmação “Procuo evitar comprar roupas de empresas que não busquem caminhos sustentáveis em sua produção”:

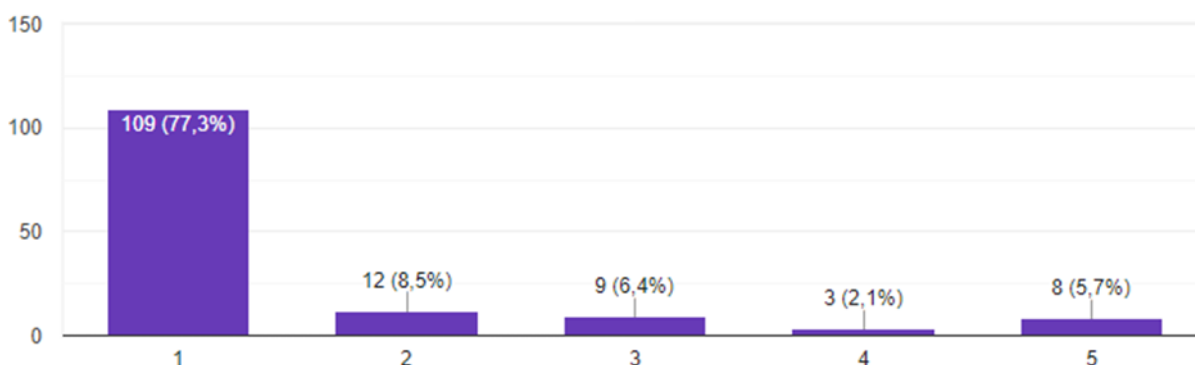
Gráfico 12 - Procuo evitar comprar roupas de empresas que não busquem caminhos sustentáveis em sua produção



Fonte: Google forms (2023)

Diferente dos outros gráficos, nos quais as respostas eram fáceis de identificar a tendência dos consumidores, neste é possível observar que muitos consumidores, quarenta e três (30,5%), não concordam e também não discordam da afirmação “procuo evitar comprar roupas de empresas que não busquem caminhos sustentáveis em sua produção”. Contudo ainda é fato que a maioria, quarenta e cinco (31,9%), concorda com a afirmação. O próximo gráfico apresenta os resultados para a afirmação “quando não utilizo mais uma roupa a descarto no lixo comum:

Gráfico 13 - Quando não utilizo mais uma roupa a descarto no lixo comum

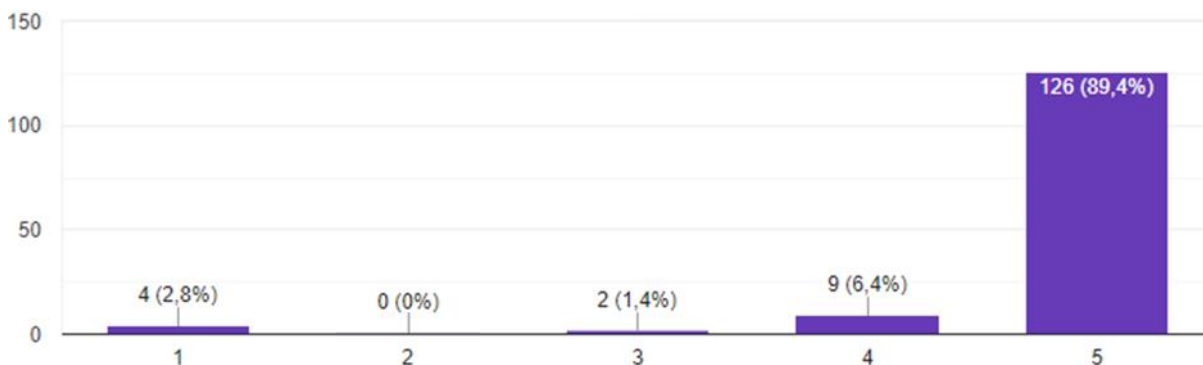


Fonte: Google forms (2023)

O resultado desse gráfico demonstra como a grande maioria, cento e nove (77,3%) dos consumidores busca evitar o descarte incorreto de suas roupas, assim

evitando a prejuízos ao meio ambiente e sociedade. O gráfico seguinte apresenta os resultados para a afirmação “procuro doar ou vender roupas que não vou mais utilizar”.

Gráfico 14 - Procuo doar ou vender roupas que não vou mais utilizar



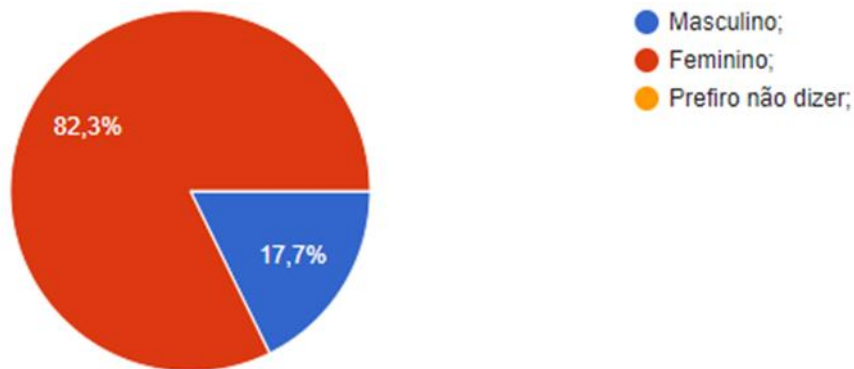
Fonte: Google forms (2023)

Complementando os resultados do gráfico anterior, este fornece informações a respeito da destinação das roupas que os consumidores não vão mais utilizar. De acordo com o gráfico, cento e vinte e seis (89,4%), procuraram doar ou vender as roupas que não vão mais utilizar. Dessa forma aumentando a vida útil das roupas, contribuindo para a sustentabilidade e economia circular como descrevem os autores Cardoso (2020), Tsui (2021).

#### 4.9 PERFIL DO RESPONDENTE

A amostra é representada em grande parte pelo gênero feminino, sendo 116 (82,3%) mulheres e 25 (17,7%) homens. Indicando uma maior participação e contribuição por parte de mulheres em relação a economia circular no setor da moda. Como é apresentado no gráfico abaixo:

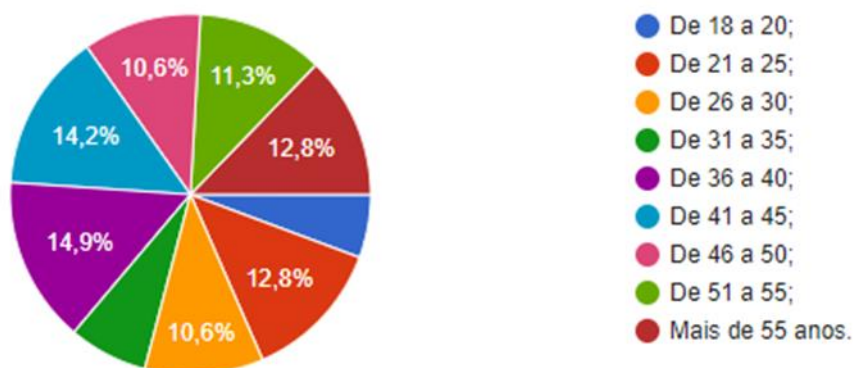
Gráfico 15 - Gênero



Fonte: Google forms (2023)

A idade dos participantes que responderam ao questionário é bastante variada contemplando pessoas de 18 anos ou mais. Como descrito pelo gráfico abaixo, não sendo possível uma relação através da idade dos consumidores.

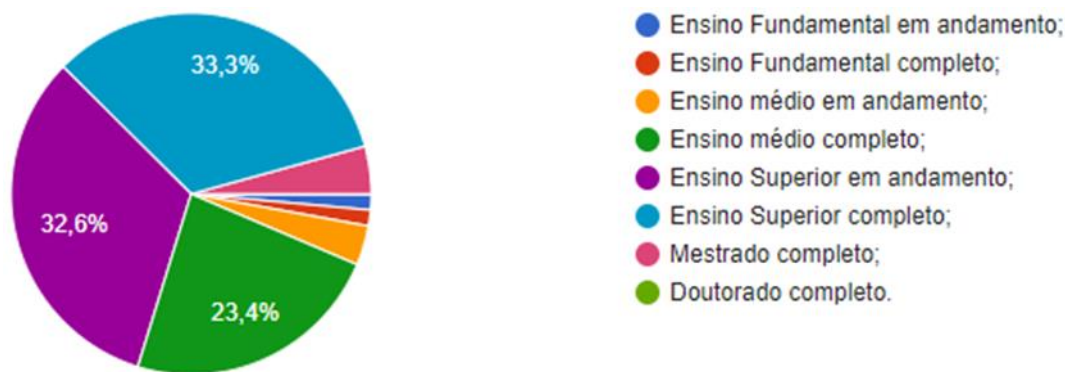
Gráfico 16 - Idade dos consumidores



Fonte: Google forms (2023)

Em relação à escolaridade, a maior parte dos consumidores, 47 (33,3%), possui o ensino superior completo, a segunda maior parte dos consumidores entrevistados, 46 (32,6%), estão com ensino superior em andamento, já a terceira maior parte, trinta e três (23,4%) possui o ensino médio completo. Dessa forma podemos associar a preocupação ambiental descrita nos gráficos anteriores ao grau de formação dos consumidores. O gráfico abaixo apresenta a distribuição em porcentagem dos dados:

Gráfico 17 - Escolaridade

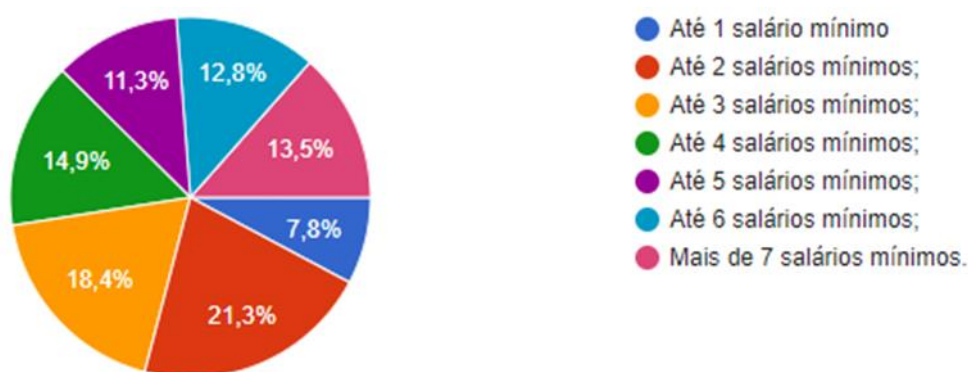


Fonte: Google forms (2023)

Por fim, também foi solicitado a renda familiar de cada respondente, com o objetivo de tentar identificar alguma relação com a renda e suas atitudes em relação a sustentabilidade e economia circular no setor da moda. O gráfico abaixo demonstra a renda familiar dos consumidores:

Gráfico 18: Renda familiar dos consumidores

Gráfico 18 - Renda familiar dos consumidores



Fonte: Google forms (2023)

De acordo com os dados obtidos, a maior parte dos consumidores, trinta (21,3%) possuem uma renda de até 2 salários mínimos; onze (7,8%) respondentes possuem uma renda de até 1 salário mínimo; vinte e seis (18,4%), renda de até 3 salários mínimos; vinte e um (14,9%), renda de até 4 salários mínimos; dezesseis (11,3%) renda de até 5 salários mínimos; dezoito (12,8%) até 6 salários mínimos e dezenove, renda superior a 7 salários mínimos. A seção seguinte aborda os resultados obtidos através da Prefeitura de canoas.

#### **4.10 DESTINAÇÃO FINAL DE RESÍDUOS TÊXTEIS GERADOS NA CIDADE DE CANOAS**

Para verificar qual a destinação dos resíduos têxteis gerados na cidade de Canoas, buscou-se contatar a Prefeitura e a secretaria municipal do meio ambiente (SMMA). De acordo com as repostas obtidas pela Secretaria municipal do meio ambiente (SMMA):

“[...] O município lida de duas formas com esse tipo de resíduo:

a) Coleta domiciliar (quando estes resíduos têxteis são acondicionados junto aos outros rejeitos domiciliares). Estes vão para a Estação de Transbordo de RSU (Resíduos Sólidos Urbanos) e depois são transportados até o Aterro Sanitário Externo;

b) Limpeza de Focos de Descarte Irregulares (descarte inadequado e clandestino de resíduos diversos). Estes são coletados pelo serviço de limpeza pública. Os resíduos que se encontram misturados aos Resíduos da Construção Civil e Demolição - RCD - vão para Central de Triagem de RCD e depois de separados vão para a Estação de Transbordo de RSU ou, se apresentarem alguma forma de contaminação, ficam acondicionados em caçambas estacionárias em área coberta, aguardando volume de transporte para Aterro Classe I. A geração industrial ou oriunda de processo de Grandes Geradores é de responsabilidade do próprio gerador, devendo ser comprovado o descarte através de MTR (Manifesto de Transporte de Resíduo) *Online*.”

De acordo com P1:

“Os resíduos têxteis podem ser reciclados para criar novos produtos têxteis ou materiais de isolamento. Podem ser doados para instituições de caridade, onde roupas em boas condições podem ser reutilizadas por pessoas necessitadas. Em alguns casos, os resíduos têxteis podem ser enviados para aterros sanitários ou incinerados, embora essas não sejam as opções mais sustentáveis. ”

O próximo tópico trata das medidas para combater o descarte incorreto e a poluição gerada por resíduos têxteis.

#### **4.11 MEDIDAS PARA COMBATER O DESCARTE INCORRETO E A POLUIÇÃO GERADA POR RESÍDUOS TÊXTEIS**

Foi questionado a Prefeitura e a SMMA a cerca de que medidas podem ser tomadas para combater o descarte incorreto e a poluição gerada por resíduos têxteis? De acordo com a SMMA:

“[...] Já está disponível para população o descarte de pequenos volumes (até 1 m<sup>3</sup>) em ECO PONTOS (cinco na cidade). O Serviço de Coleta Seletiva possui Educadores Ambientais que fazem um serviço porta à porta orientando os munícipes destas boas práticas. Mas quanto ao descarte irregular somente fiscalização constante impedirá este tipo de ação. Com punição e obrigação de comprovação de descarte regular de sua carga, quando identificado o gerador ou flagrante. ”

De acordo com P1:

“[...] Campanhas de conscientização pública para incentivar a reciclagem e a doação de roupas usadas. Estabelecimento de pontos de coleta de roupas usadas em locais estratégicos, como supermercados e centros comunitários. Promoção de técnicas de design e produção sustentáveis na indústria da moda para reduzir o desperdício. Incentivo à produção e ao consumo de roupas de alta qualidade e duráveis. Implementação de regulamentações e políticas para o gerenciamento adequado de resíduos têxteis. ”

A resposta de P1 vai ao encontro com as ideias já trazidas por Chagas e Pires (2019) que salientam que para se alcançar a sustentabilidade são necessárias mudanças em relação à educação ambiental, políticas públicas e adoção de um modelo circular que substitua o atual modelo linear de produção, baseado em extrair produzir e descartar. O tópico seguinte trata dos projetos para combater o descarte incorreto e poluição gerada por resíduos têxteis.

#### **4.12 PROJETOS PARA COMBATER O DESCARTE INCORRETO E A POLUIÇÃO GERADA POR RESÍDUOS TÊXTEIS**

Para conhecer se havia projetos para combater o descarte incorreto e a poluição gerada por resíduos têxteis, foi contatada, primeiramente, a Prefeitura de Canoas (RS), onde o servidor P1 não soube dar uma resposta em relação a este aspecto. Já a Secretaria municipal do meio ambiente (SMMA) apresentou dois Serviços prestados pela Prefeitura e um projeto de Lei. De acordo com a SMMA:

“[...] Serviço de Educação Ambiental promovido pela SMMA em escolas e pelo Serviço de Coleta Seletiva, orientando quanto aos procedimentos de separação e

destinação adequada dos resíduos domiciliares. Projeto de Lei para qualificação dos Grandes Geradores, com Sistema de Gestão de Resíduos de todas as Pessoas Jurídicas da cidade.”

## 5 CONCLUSÃO

A partir da pesquisa realizada, conclui-se que o comportamento do consumidor de brechós na cidade de Canoas (RS) é fortemente influenciado por aspectos relacionados à sustentabilidade e à economia circular, sendo estes os grandes motivadores para a compra em brechós. Em menor grau, são apontados também como fatores influenciadores para a compra a economia e o gosto pessoal. Devido aos consumidores de brechós possuírem uma preocupação com as questões ambientais, eles procuram tomar atitudes conscientes, tais como doar ou vender roupas que não serão mais utilizadas, reduzindo a geração de lixo e contribuindo para aumentar a circulação das roupas antes de receberem o seu devido descarte.

O modelo circular é extremamente necessário de ser implementado nos diversos setores produtivos e, em específico, no setor de moda. Por meio desta pesquisa, pode-se evidenciar diversos fatores que tornam o modelo linear, adotado por diversas indústrias, prejudicial à sociedade e ao meio ambiente, através da geração de resíduos, poluição e extração recursos finitos do planeta.

Nesse sentido, para ampliar a conscientização acerca da economia circular no setor de vestuário em Canoas (RS), propõe-se que os brechós e lojas já estabelecidas, sigam divulgando a importância de consumir seus produtos seguindo a lógica da economia circular. Além disso, seria interessante que a Prefeitura seguisse com projetos para conscientização desde o ensino básico sobre a importância da sustentabilidade para a sociedade e o planeta.



## REFERÊNCIAS

ABADIA, Lorena Gamboa. **Modelos de negócio alinhados aos princípios da economia circular e sustentabilidade**: estudo de múltiplos casos. 2019. Dissertação de Mestrado na área de engenharia de produção. Universidade de São Paulo. 2019. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/3/3136/tde-21082019-143152/publico/LorenaGamboaAbadiaCorr19.pdf>.

BANOV, Márcia Regina. **Comportamento do consumidor**: vencendo desafios. São Paulo. Cengage Learning, 2020.

BOFF, Leonardo. **Sustentabilidade: o que é-o que não é**. Rio de Janeiro. Editora Vozes Limitada, 2017.

CARDOSO, Katrine das Dores Feitosa. **Economia circular e sua importância para a indústria da moda**. Piauí. 2020. Trabalho de conclusão de curso. (Graduação em Tecnólogo em Design de Moda) – Instituto Federal de educação, ciência e tecnologia do Piauí. 2020.

CARNEIRO, Júlia Gabriela Lourenço. **A ASCENSÃO DO MERCADO DE BRECHÓS NO BRASIL**: Uma análise do comportamento do consumidor frente ao pensamento sustentável. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Centro Universitário Sagrado Coração - UNISAGRADO - Bauru – SP, 2022.

CHAGAS, Milton Jarbas Rodrigues; PIRES, Armando de Azevedo Caldeira. **Modelo input-output e economia circular**. CONNEXIO-ISSN 2236-8760, v. 8, n. 1, p. 19-28, 2019.

COSTA, Andreza Rodrigues; AMORIM, Larissa de Cassia Vilas Boas de. **Proposta de um modelo de maturidade em práticas de economia circular para o setor da moda**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

ALENCAR, Monica Vieira De et al. **Renda de bilro e upcycling**: uma proposta de inovação. Revista Apotheke, v. 6, n. 1, p. 1-23.

COSTA, Junior; BROEGA, Ana Cristina. **A economia circular e a sustentabilidade dos materiais na indústria da moda**. Revista de Ensino em Artes, Moda e Design, v. 6, n. 3, p. 1-26, 2023.

DE MARCO, Gabriela. **As motivações para o consumo de artigos de moda de segunda mão no oeste catarinense**. Trabalho de conclusão de curso – (Graduação em Bacharel em Administração). Universidade Federal da Fronteira do Sul. 2019.

DUARTE, Rosália. **Entrevistas em pesquisas qualitativas**. Educar em revista, n. 24, p. 213-225, 2004.

Ellen MacArthur Foundation, (2017). **A new textiles economy**: Redesigning fashion's future. Disponível em: [https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy\\_Full-Report.pdf](https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Full-Report.pdf).

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **Rumo à economia circular**: O racional de negócio para acelerar a transição. Fundação Ellen MacArthur, 2015. Disponível em: [https://archive.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/Rumo-%C3%A0-economia-circular\\_SumarioExecutivo.pdf](https://archive.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/Rumo-%C3%A0-economia-circular_SumarioExecutivo.pdf).

GARCIA, Ana Luíza Casasanta; SANTA HELENA, Thais Miranda. **ECONOMIA CIRCULAR E O MOVIMENTO SLOW FASHION**: ESTRATÉGIAS NA SOCIEDADE DE RISCO. Revista Relicário, v. 6, n. 11, p. 117-135, 2019.

GOUVEIA, Diana Redondo. **Análise da intenção de compra do consumidor de produtos baseados na economia circular**: um estudo aplicado à compra de roupa em segunda mão. 2020. Tese de Doutorado. Universidade do Minho (Portugal).  
HAIR, J. J. et al. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HOLANDA, Marcus Mauricius; POMPEU, Gina Vidal Marcilio. **A finitude dos recursos naturais e a responsabilidade social para o futuro sustentável da sociedade**. Revista Direito & Paz, v. 2, n. 47, p. 149-169, 2022.

AKATU. **Poupe água ao deixar de comprar uma calça jeans**. 2022. Disponível em: <https://akatu.org.br/dica/poupe-agua-ao-deixar-de-comprar-uma-calca-jeans/#:~:text=A%20fabrica%C3%A7%C3%A3o%20de%20uma%20%C3%BAnica,desperdi%C3%A7ar%20esse%20volume%20de%20%C3%A1gua>.

Organização das Nações Unidas. **Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável**. 2015. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/91863-agenda-2030-para-o-desenvolvimento-sustent%C3%A1vel>.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Rock in Rio: 77% do público mudaria hábitos pelo meio ambiente, diz Datafolha**. 2022. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/voceviu/2022/09/rock-in-rio-77-do-publico-mudaria-habitos-pelo-meio-ambiente-diz-datafolha.shtml>.

Organização das Nações Unidas. **ONU pede a consumidores de moda mais reflexão antes de comprar**. 2022. Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2022/10/1804067>.

O GLOBO. **'Cemitério' de roupas no deserto do Atacama já é visível do espaço; veja foto**. 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/noticia/2023/06/cemiterio-de-roupas-no-deserto-do-atacama-ja-e-visivel-do-espaco-veja-fotos.ghtml>.

PAÚL. Fernanda. **'Lixo do mundo': o gigantesco cemitério de roupa usada no deserto do Atacama**. BBC News Brasil. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional->



RUSSI, Aline Karon et al. **Etapas de desenvolvimento de produto têxtil de vestuário tendo como base a economia circular**. 2022.

SAUVÉ, Sébastien; BERNARD, Sofia; SLOAN, Pâmela. **Ciências ambientais, desenvolvimento sustentável e economia circular**: Conceitos alternativos para investigação transdisciplinar. *Desenvolvimento ambiental*, v. 17, p. 48-56, 2016. SILVA, Vander Luiz et al. Vantagens, barreiras e estratégias para economia circular: uma abordagem teórica. *Exacta*, v. 17, n. 4, p. 238-255, 2019.

SILVEIRA, Denise Tolfo; CÓRDOVA, Fernanda Peixoto. **A pesquisa científica**. Métodos de pesquisa. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. p. 33-44, 2009.

SOLOMON, Michael R. **O Comportamento do consumidor**:- comprando, possuindo e sendo. Bookman Editora, 2016.

TSUI, Cindy. **Moda circular**: uma análise do conhecimento e comportamento de compras dos consumidores. 2021.

YIN, R.K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

## **APÊNDICE 1**

### **Questionário para Consumidores**

Este questionário foi adaptado de Tsui (2021); Gouveia (2020), MARCO (2019) com o intuito de coletar dados para o trabalho de conclusão de curso do IFRS campus Canoas, orientado pelo professor Sergio Almeida Migowski.

O objetivo principal da pesquisa é analisar a relação entre o conhecimento do consumidor sobre economia circular e sua intenção de compras de roupas em brechós na cidade de Canoas-RS.

Sua participação é voluntária e todos os dados fornecidos serão mantidos em sigilo. Informações sócio demográficas serão utilizadas apenas para caracterizar a amostra da pesquisa. Caso aceite responder o questionário responda as questões seguindo as orientações para preenchimento. Poderás interromper o preenchimento do questionário a qualquer momento. Os dados coletados serão utilizados apenas para fins de pesquisa científica. Não há resposta certa ou errada, podes relatar sua opinião sincera.

Motivos para comprar roupas em brechós:

	1- Discordo totalmente	2- Discordo parcialmen te	3- Não concordo nem discordo	4- Concordo Parcialmen te	5- Concordo Totalmente
Busco por preços baixos					
Acredi to contribuir para a sustentabilid ade					
Reduz o impactos ambientais gerados pela produção de uma peça nova					
Sinto- me à vontade para fazer minhas compras					
Busco contribuir para o comércio local					
Procur o por peças diferentes					

Em relação à frequência de compra:

	1- Nunca	2- Raramente	3- As vezes	4- Frequentement e	5- Sempre
Com que frequência você compra roupas de brechós					
Com que frequência você compra roupas em outra lojas?					

Preocupação Ambiental dos consumidores:

	1- Discordo totalmente	2- Discordo parcialmen te	3- Não concordo nem discordo	4- Concordo Parcialmen te	5- Concordo Totalmente
Estou preocupado com as questões ambientais					
Estaria disposto a reduzir meu consumo de roupas para reduzir os impactos ambientais					
Procuro evitar comprar em empresas que não busquem caminhos sustentáveis em sua produção					



**Perfil do respondente:**

1-Gênero:

- Feminino
- Masculino
- Prefiro não responder
- Outro \_\_\_\_\_

2-Idade:

- 18 a 20     41 a 45
- 21 a 25     46 a 50
- 26 a 30     51 a 55
- 31 a 35     mais de 55 anos
- 36 a 40

3-Escolaridade:

- Ensino fundamental em andamento
- Fundamental completo
- Médio em andamento
- Médio completo
- Superior em andamento
- Superior completo
- Mestrado completo
- Doutorado completo

4-Renda mensal familiar:

- até 1 salário mínimo
- até 2 salários mínimos
- até 3 salários mínimos
- até 4 salários mínimos
- até 5 salários mínimos

- até 6 salários mínimos
- mais de 7 salários mínimos
- não sei

## APÊNDICE 2

Roteiro de entrevista semiestruturada, adaptado de Leal (2020), para ser aplicada aos proprietários de brechós de Canoas.

1. Como surgiu a ideia para o negócio?
2. Quais foram suas principais motivações para abrir o brechó?
3. O que você atribui como razões para os clientes realizarem compras no seu brechó?
4. Você acredita que o setor de moda incentiva um consumo consciente?
5. Qual a relação entre os brechós e o consumo sustentável?
6. De que forma um posicionamento sustentável nas redes sociais contribui para atrair novos clientes?
7. Como é feita a seleção de roupas para estoque?

### **APÊNDICE 3**

1. Qual a destinação final para resíduos têxteis gerados na cidade de Canoas?
2. Que medidas podem ser tomadas para combater o descarte incorreto e a poluição gerada por resíduos têxteis?
3. Quais projetos estão sendo desenvolvidos para combater o descarte incorreto e a poluição gerada por resíduos têxteis?