

ÁREA TEMÁTICA: [Gestão Socioambiental]

**O FUTURO É CIRCULAR? A VISÃO DOS CONSUMIDORES SOBRE
BRECHÓS NO OESTE PAULISTA**



Resumo

O presente estudo teve como objetivo entender como consumidores e não consumidores percebem os brechós no Oeste Paulista, especialmente sob a ótica da economia circular. A pesquisa, de caráter quantitativo, foi realizada com 117 participantes por meio de um questionário *online*. Os resultados demonstram que, embora muitos reconheçam o impacto ambiental causado pela indústria da moda e entenda, mesmo que superficialmente, o que é economia circular, esse conhecimento não se reflete nas suas escolhas de consumo. A maioria das pessoas que compram em brechós o faz pelo valor acessível e pela qualidade das peças e não necessariamente por motivos ligados à sustentabilidade. Além disso, questões como higiene, praticidade e preferência por roupas novas ainda afastam muitos consumidores desse tipo de comércio. No entanto, observa-se um reconhecimento do papel dos brechós na redução do desperdício e na ampliação do ciclo de vida das roupas. O estudo aponta, ainda, a necessidade de repensar a imagem dos brechós e superar certas barreiras culturais e práticas que limitam sua adesão. Por fim, sugere-se ampliar o olhar para além da perspectiva do consumidor, incluindo os próprios brechós e suas estratégias, e considerar outros contextos regionais e sociais em pesquisas futuras.

Palavras-chave: Economia Circular; Sustentabilidade; Brechós; Oeste Paulista.

Abstract

This study aimed to understand how consumers and non-consumers perceive secondhand clothing stores (brechós) in the Western region of São Paulo, especially through the lens of the circular economy. The research, of a quantitative nature, was conducted with 117 participants via an online questionnaire. The results show that although many respondents are aware of the environmental impact of the fashion industry and have at least a basic understanding of circular economy concepts, this knowledge does not necessarily influence their consumption habits. Most people who shop at secondhand stores do so because of the affordable prices and quality of the items, rather than for sustainability-related reasons. Moreover, concerns about hygiene, convenience, and a preference for new clothing still discourage many from buying secondhand. Nevertheless, there is a general acknowledgment that these stores contribute to reducing waste and extending the life cycle of clothing. The study highlights the need to rethink the public image of secondhand stores and address cultural and practical barriers that limit broader acceptance. Finally, it suggests that future research should go beyond consumer perspectives and include the point of view of store owners, while also exploring other regional and social contexts.

Keywords: Circular Economy; Sustainability; Thrift Stores; West Paulista.

1. Introdução

O movimento do consumismo é resultado de uma sociedade industrializada que produz em massa. Desde a Revolução Industrial, esse modelo acompanha o crescimento econômico, impulsionando o poder de compra de grupos com menor concentração de renda. Como resultado, estímulos são deferidos à sociedade para que adquira novos produtos. Tal aspecto, influencia diretamente o modo de vida do consumidor e o consumo, muitas vezes, desenfreado. De forma complementar, nota-se uma compulsão pelo consumo, reforçada por propagandas onipresentes e insistentes, sob uma ideia de que haverá melhorias com mais e melhores recursos à disposição (Panizzut *et al.*, 2021).

Nesse cenário capitalista, as organizações se deparam com uma responsabilidade fundamental. Desde as consequências das legislações sustentáveis até o esgotamento de recursos foi preciso a adoção de estratégias para reduzir os riscos provocados em resposta de produções descontroladas. Esse tipo de modelo é conhecido como linear, resumido em extrair, produzir, utilizar e descartar, não considerando os fatores degradantes. Diante disto, é necessária a implantação de medidas sustentáveis favoráveis (Lima, 2022), como o desempenho ambiental que se relaciona à redução de riscos futuros.

As estratégias adotadas vão além da obrigatoriedade legislativa, estendendo-se igualmente aos aspectos de imagem da empresa, além de harmonizar atividades e descartes. Com isto, as corporações são capazes de atender todas as emergências climáticas e compor os fatores financeiros, adotando estratégia de otimização de recursos ao reutilizarem materiais de forma reintegrativa (Kirchherr, 2022).

Nesse sentido, se torna relevante para a organização o aprimoramento de seu patrimônio, de modo que possa se adequar às mudanças, mantendo a sua proposta de valor para seus consumidores. Assim, é necessário construir um relacionamento para que a implementação da economia circular seja estrategicamente positiva (Leitão, 2024).

A economia circular fundamenta-se no reaproveitamento de recursos dispostos no fim de sua vida útil, propondo que estes itens finais tenham seu ciclo prolongado em algum aspecto de seus elementos, se transformando em matéria-prima secundária que futuramente será reintegrada à sociedade. Logo, em uma ponta nota-se o descarte de materiais e, no lado oposto, a sua reintegração na economia, de forma a complementar este ciclo. Este modelo de economia, desse modo, defende um sistema mais sustentável a partir do qual se reduz o desperdício e se estende o ciclo, inspirado em otimização e preservação, por meio da conscientização das organizações, aplicável em todos os níveis de corporações: produtos, empresas, parques eco industriais, cidades e regiões (De Angelis, 2021).

No que tange ao cenário do setor têxtil, o conceito de economia circular surge como uma opção sustentável voltada ao ramo da moda, cada vez mais inovador e dinâmico. Neste ramo os consumidores são bombardeados com novas lojas, novas coleções e expansão de itens de uma mesma coleção. Trata-se de uma das maiores áreas industriais do planeta, movida em torno da fabricação de roupas (Harsanato *et al.*, 2023). Nesse sentido, o consumismo é inevitável, movido por novas tendências que automaticamente desprezam as anteriores.

Como alternativa de modelo de negócio sustentável no segmento têxtil, observa-se o surgimento dos brechós, empreendimentos colaborativos que tem a finalidade de buscar peças que podem ser reaproveitadas, evitando o descarte, especialmente àquele ocorrido de maneira incorreta (Salvalaio; Ashton, 2017).

Diante do contexto apresentado, a presente pesquisa teve como objetivo analisar a percepção dos consumidores (e não consumidores) sobre os brechós à luz da economia circular. Já os objetivos específicos foram: (i) realizar um levantamento bibliográfico sobre economia circular e brechós; (ii) elaborar um instrumento de coleta de dados para analisar a percepção dos consumidores (e não consumidores); (iii) identificar os motivos pelas quais os consumidores realizam suas compras em brechós; (iv) identificar os motivos pelos quais os consumidores não realizam ou evitam comprar em brechós; (v) discutir a percepção dos consumidores do Oeste Paulista sob a ótica da economia circular.

O presente artigo está organizado da seguinte forma: na primeira seção foi apresentada a contextualização acerca da temática, juntamente com os objetivos propostos; na segunda seção, é apresentado o arcabouço teórico que direcionou a construção do instrumento de coleta de dados; na próxima seção, são apresentados os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa; na quarta seção, são apresentados os resultados juntamente com as discussões e; por fim; na última seção, são apresentadas as considerações finais do estudo juntamente com suas limitações e insights para pesquisas futuras.

2. Fundamentação Teórica

As empresas extraem materiais da natureza para transformá-los em produtos que serão disponibilizados na sociedade e, quando não possuírem mais utilidade, serão descartados. A economia circular é um sistema fundamentado em reintegração, um modelo econômico que propõe que este ciclo de produtos prestes a serem condenados à descartes definitivos sejam reaproveitados em todos os aspectos, enfatizando a eliminação de poluentes e a interrupção de desperdícios desnecessários (Ellen MacArthur Foundation, 2013).

Um ciclo que propõe transformar os bens de hoje em novos recursos para o amanhã, promovendo prosperidade em um planeta de recursos termináveis. Impacta, assim, não só diretamente sobre a matéria prima, mas também sobre a energia do trabalho destinada às fabricações desenfreadas. Neste cenário, o desperdício não existe, sendo evitado desde a fase de seu design, estendendo-se para as matérias primas biológicas, desenvolvidas de forma segura e não tóxica, e que, conseqüentemente, reduzirá emissões de novas substâncias nocivas (Ellen MacArthur Foundation, 2013).

De forma complementar tem-se o conceito de logística reversa, um processo pertencente à economia circular, a partir do qual se realiza o planejamento e a implementação de medidas para retorno de resíduos finais à cadeia produtiva, visando o seu reaproveitamento e descarte adequado. Consiste, assim, em reintegrar produtos que voltam às empresas por inúmeros motivos, tais como devoluções de clientes, erros de pedidos, defeitos, insatisfação, danificação e contaminação (Guarnieri, 2011).

Dentre as inúmeras indústrias produtoras de resíduos, direciona-se, no referido artigo, o olhar para o setor têxtil, o qual apresenta problemáticas significativas ao meio ambiente. Nota-se que, para que seja considerado têxtil, um material deve ter em sua composição fibras, sejam elas naturais ou artificiais, extraídas da natureza ou originadas em sua maioria por meio do petróleo. Este setor é comumente conhecido por seus descartes de resíduos, pois passa por inúmeras etapas em que todas elas resultam na utilização excessiva de algum componente (Santos *et al.*, 2023).

A fabricação de produtos têxteis é complexa, um processo sequencial e linear em que uma etapa é dependente da outra estendendo-se até mesmo para setores agrícolas, pecuários e petroquímicos, estruturado da seguinte maneira: (1) produção de matérias-primas; (2) obtenção dos recursos fibrosos, (3) fiação – esticam-se as fibras para que os fios sejam formados (tecelagem/malharia) e, depois, entrelaçados para compor os tecidos ou tricotados –, (4) beneficiamento – os tecidos são submetidos a procedimentos, como tingimento, estamparia e acabamentos –, por fim, (5) confecção (produtos finais transformados em vestimentas, acessórios ou decoração por meio dos processos de corte, costura e acabamento) (Isoton *et al.*, 2022).

Embora a indústria têxtil seja voltada para a produção em larga escala como resposta ao alto consumo do setor da moda, surgem alternativas que contrapõem esse consumo massivo e degradante em vários aspectos, como é o caso dos brechós. Brechós são organizações com ou sem fins lucrativos que adquirem e comercializam peças com preços mais acessíveis. Esse modelo de negócio desempenha um papel fundamental na economia circular, uma vez que incentiva o consumo mais consciente e sustentável, amenizando, assim, os efeitos negativos do *fast-fashion* (Penke; Gomes, 2024).

Antes considerado um estabelecimento desorganizado com produtos fora de moda e antiquados, com peças sem qualidade, hoje, o termo “brechó” passa por um processo de ressignificação, passando a serem reconhecidos como locais que comercializam roupas/itens por preços acessíveis, disponibilizando ao seu público, até mesmo, itens de luxo (Martins, 2021).

De fora complementar à questão econômica, os itens de brechó, como aqueles confeccionados entre 1920 e 1960, podem remeter ao consumidor uma época específica de sua vida, interligando-o a um valor emocional que vai, até mesmo, além da sustentabilidade. Numa nova perspectiva, esses empreendimentos são alternativas econômicas para adquirir peças com melhores preços dentro do padrão de qualidade buscado, incluindo até mesmo itens de luxo (Salvalaio; Ashton, 2017).

A mudança também se estende à forma de comercialização dos itens, de modo que esse modelo de negócio se faz presente também nas plataformas digitais em forma de vitrines virtuais (Ramm, 2022). Nesse sentido, torna-se relevante a compreensão de fatores motivacionais que levam as pessoas a comprar em brechós.

Para Lourenço (2017), as motivações econômicas prevalecem na compreensão do comportamento do consumidor neste tipo de negócio se comparadas a práticas sustentáveis e ambientais.

Segundo Tavares (2024), o referido ramo caminha para expansão como resultado da procura por melhores preços e peças de qualidade, sendo motivado por questões de custo-benefício e não prioritariamente por sustentabilidade. Estudos também apontam desmotivações e percepções

negativas quanto à itens de brechós, relacionados à possíveis más experiências com o item, como morte, doença, sujeira e, até mesmo, presença de energia negativa (Zampier *et al.*, 2023).

Complementando os fatores supracitados, Zampier *et al.* (2023) aponta para a influência de fatores sociais como aspectos positivos ao aumento da comercialização e do consumo de itens de luxos via brechós, com destaque para exclusividade, poder, composição da imagem pessoal, design refinado e autenticidade.

Ferraz e Ferreira (2022) relatam que preço acessível consiste em uma característica marcante desse tipo de negócio, todavia o foco deve ocorrer também na qualidade do atendimento e na familiaridade do empreendimento com o público a que se destina, levando a diferenciação.

No que tange ao público, nota-se esforços para buscar compreender a motivação intrínseca ou influenciada por fator externo para que seja possível analisar suas preferências por peças novas ou de segunda mão, comparando-as em inúmeros aspectos (Ferraz; Ferreira, 2022).

3. Metodologia

O presente estudo é caracterizado como uma pesquisa quantitativa, além de ser enquadrada como exploratória e descritiva. A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário elaborado no *Google Forms*, a amostra é não probabilística e por conveniência e a análise de dados ocorreu por estatística descritiva.

A pesquisa quantitativa utiliza a quantificação para coletar informações sociais que validem ou rejeitem hipóteses, tanto no momento da apuração quanto no manuseio destes dados. Com isto, seus resultados tendem a atender as necessidades de forma mais assertiva evitando possíveis distorções uma vez que oferecem uma maior margem de segurança (Dalfovo *et al.*, 2008).

Já a pesquisa exploratória objetiva-se em propor mais familiaridade ao problema em questão e com isto permite que o pesquisador tenha insights. É amplamente utilizada na fase de estudos iniciais, nas quais as informações disponíveis são escassas, pois auxilia no desenvolvimento de abordagens e estratégias para formulação de hipóteses (Gonçalves, 2014).

Quanto à pesquisa descritiva, esta concentra-se em caracterizar um fenômeno ou população, descreve as variáveis sem necessariamente estabelecer relação de causa e efeito, permite, assim, especificar e retratar com precisão o que está em questão sem interferência intrínseca direta do pesquisador, possibilitando uma visão ampla sobre as características do estudo (Barros; Lehfeld, 2007).

A coleta de dados se deu por meio de questionário, sendo uma ferramenta para coletar dados, estruturado por perguntas – em tópicos ou não – pertinentes ao tema, com embasamento teórico (Oliveira, 2016). O questionário, conforme Quadro 1, abordou perguntas sobre hábitos de compra e motivações para aquisição de roupas em brechós, assim como identificação de práticas sustentáveis relacionadas a este tipo de consumo.

Perguntas	Base Teórica
Perfil dos Respondentes da Pesquisa	
Com que frequência você costuma comprar em brechós? - Frequentemente (várias vezes ao mês) - Ocasionalmente (uma ou duas vezes ao mês) - Raramente (menos de uma vez por mês) - Nunca comprei em brechós	(Martins, 2021; Ramm, 2022)
Quais são os principais motivos que fariam você comprar em um brechó? - Preço acessível em peças de qualidade - Peças únicas e estilos diferenciados (exemplo: <i>vintage</i>) - Consumo sustentável e ecológico - Valor sentimental (item específico ou nostalgia de uma época) - Curiosidade e experiência de "garimpar" peças únicas - Interesse por moda e estilo próprio - Marcas de luxo por preços mais acessíveis - Preferência por determinado estilo de roupa - Contribuir para a redução do desperdício de roupas	(Salvalaio; Ashton, 2017; Martins, 2021; Ferraz, Ferreira, 2022; Zampier, Farias, De Rezende Pinto, 2023; Penke; Gomes, 2024; Tavares, 2024)
Quais são os principais motivos que fazem você não comprar ou evitar compras em brechós? - Acho os preços altos para peças de segunda mão - Dificuldade em encontrar peças no meu tamanho - Prefiro comprar roupas novas - Tenho dúvidas sobre a qualidade das peças vendidas - Preocupações com higiene e limpeza das roupas - Superstição ou crença pessoal (exemplo: medo de usar peças de falecidos) - Falta de tempo ou paciência para procurar peças nos brechós - Dificuldade ou impossibilidade de provar as roupas antes da compra - Já tive experiências negativas comprando em brechós - Prefiro comprar roupas online por praticidade e rapidez - Aparência e organização da loja não me agradam - Formas de pagamento limitadas (exemplo: não aceitam Pix/cartão de crédito) - Não conheço brechós próximos ou não sei onde encontrá-los	(Martins, 2021; Ferraz; Ferreira, 2022; Zampier, Farias, De Rezende Pinto, 2023; Penke; Gomes, 2024; Tavares, 2024)
Você conhece os impactos ambientais causados pela indústria da moda? - Sim, conheço bem o assunto e isso influencia minhas escolhas de compra - Tenho alguma noção, mas não costumo pensar nisso ao comprar roupas - Já ouvi falar, mas não sei muitos detalhes sobre o impacto ambiental da moda - Não, nunca ouvi falar sobre isso	(Santos, et al., 2023)
Qual é o seu nível de conhecimento sobre economia circular? - Sim, conheço bem e tento aplicar no meu dia a dia - Sei um pouco, mas ainda não aplico esse conceito nas minhas escolhas de consumo - Já ouvi falar, mas não entendo muito sobre o assunto - Nunca ouvi falar sobre isso	(Ellen MacArthur Foundation, 2013; De Angelis, 2021)
Você acredita que os brechós contribuem para a economia circular? Se sim, de que forma? - Sim, porque ajudam a reduzir o desperdício de roupas e incentivar o reuso - Sim, porque tornam a moda mais acessível e sustentável - Sim, porque prolongam a vida útil das peças, diminuindo a necessidade de produção de novas roupas - Não, porque a economia circular depende de mudanças mais amplas na indústria - Não sei dizer, nunca parei para pensar nisso	(Santos et al., 2023; Lourenço, 2017; Tavares, 2024)

Quadro 1 - Percepção sobre brechós e seu impacto na economia circular.

Fonte: elaborado pelos autores (2025).

Os dados coletados são primários, pois foram coletados pelo pesquisador. Esses dados são originais e específicos para o estudo em

questão, procuram, assim, refletir e compreender de forma aprofundada o fenômeno investigado (Sayao; Sales, 2020).

A coleta de dados foi direcionada a consumidores e não especificamente a consumidores de brechós na Região Oeste Paulista, buscando obter uma amostra não probabilística e por conveniência.

Uma amostra não probabilística é coletada por meio de um processo intencional levando em consideração os critérios do pesquisador, utilizada em vista da necessidade de informações precisas em um ambiente específico (Bolfarine; Bussab, 2005).

A amostragem por conveniência é um tipo de amostragem não probabilística que tem como objetivo a busca por amostras convenientes, ou seja, seus participantes são selecionados mediante a facilidade de acesso e sua disponibilidade, o pesquisador elege aqueles que estão mais acessíveis para o que está sendo proposto (Fontanella *et al.*, 2011).

A coleta dos dados ocorreu por meio de pesquisa de opinião, o que dispensa o encaminhamento ao Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) de acordo com a resolução nº 510/2016.

No que tange a especificidade do presente estudo, foi realizada a pesquisa quantitativa por meio de um questionário *on-line*, desenvolvido no *Google Forms*, o qual foi compartilhado via redes sociais com pessoas residentes na região do Oeste Paulista. O questionário ficou disponível no período de 25 de fevereiro até 10 de março de 2025. Foram coletadas um total de 125 respostas, sendo excluídas 8 – um dos respondentes possuía menos de 18 anos e sete respondentes responderam à pesquisa, porém, não moram em uma cidade localizada no Oeste Paulista. Após a exclusão dos dados, foram consideradas 117 respostas.

Para a análise de dados se utilizou da estatística que é um método matemático que utiliza dados para verificar a veracidade, possibilitando a compreensão dos resultados por meio da organização deste material. Além disso, se utilizou da estatística descritiva que apresenta os dados de forma estruturada por meio de números ou medidas, exatamente como foram coletados, de forma que seus leitores possam igualmente compreendê-los (Barbosa *et al.*, 2017).

4. Análise e Discussão dos Resultados

Inicia-se a seção dos resultados a partir dos dados coletados na pesquisa. Na Tabela 1 consta a distribuição dos participantes que, em sua maioria, são do sexo feminino (68,4%) e estão entre 18 e 30 anos (77,8%).

Idade / Sexo	Feminino	Masculino	Total Geral
18 a 30 anos	54,7%	23,1%	77,8%
31 a 45 anos	12,8%	5,1%	17,9%
46 a 60 anos	0,0%	3,4%	3,4%
Acima de 60 anos	0,9%	0,0%	0,9%
Total	68,4%	31,6%	100,0%

Tabela 1 - Distribuição dos Participantes por Idade e Sexo

Fonte: dados da pesquisa (2025).

A renda dos participantes concentra-se em uma faixa salarial de até R\$ 2.640,00 (54,7%) e seus gastos mensais com roupas encontram-se entre o intervalo de R\$ 50,00 à R\$ 150,00 (41%).

Gastos do Roupas / Renda Mensal	Menos de R\$1.320	De R\$1.321 a R\$2.640	De R\$2.641 a R\$5.280	De R\$5.281 a R\$13.200	Acima de R\$13.200	Total Geral
Menos de R\$50	5,1%	6,8%	6,8%	1,7%	0,9%	21,4%
De R\$50 a R\$150	9,4%	16,2%	12,8%	2,6%	0,0%	41,0%
De R\$151 a R\$300	2,6%	9,4%	9,4%	2,6%	0,0%	23,9%
De R\$301 a R\$500	0,0%	3,4%	3,4%	0,0%	2,6%	9,4%
Acima de R\$500	0,9%	0,9%	0,9%	1,7%	0,0%	4,3%
Total Geral	17,9%	36,8%	33,3%	8,5%	3,4%	100,0%

Tabela 2 - Relação entre Renda Mensal e Gasto Mensal com Roupas

Fonte: dados da pesquisa (2025).

Os participantes da pesquisa foram questionados sobre a quantidade de brechós que eles conheciam, conforme figura 1, e nota-se que os participantes da pesquisa não costumam comprar em brechós (42,74%). Já aqueles que conhecem apenas um brechó corresponde a 19,66%.

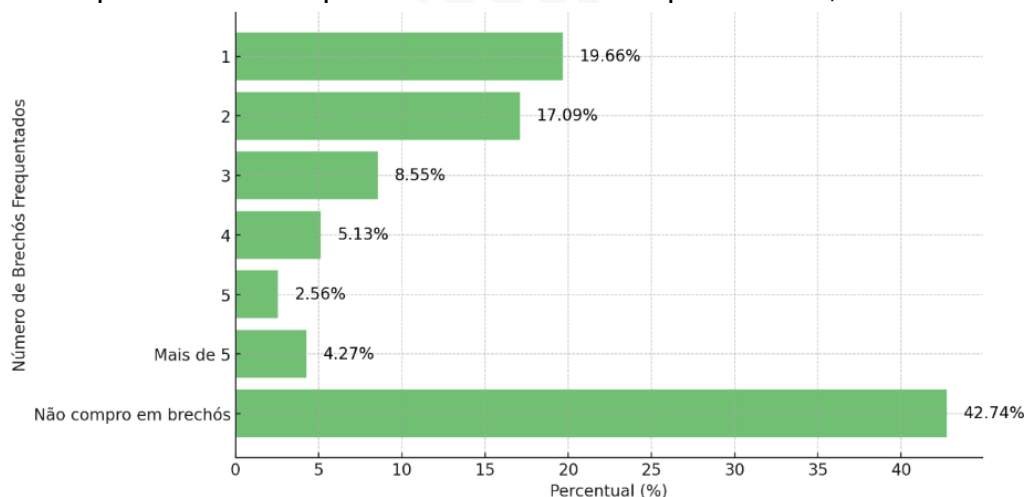


Figura 1 - Quantidade de Brechós Diferentes Conhecidos pelos Participantes

Fonte: dados da pesquisa (2025).

Na Tabela 3 analisa-se o fenômeno por meio de duas perspectivas: aqueles que gastam com roupas novas e aqueles que compram em brechós. O público que nunca adquiriu nenhum tipo de peça repassada predomina com 52,1%. Já aqueles que gastam de R\$ 50,00 a R\$ 150,00 mensais com roupas (41%), apenas cerca de 17,1% frequentam menos de uma vez por mês os brechós.

Gastos / Frequência	Menos de R\$50	De R\$50 a R\$150	De R\$151 a R\$300	De R\$301 a R\$500	Acima de R\$500	Total Geral
Nunca comprei em brechós	10,3%	23,1%	11,1%	5,1%	2,6%	52,1%
Raramente (menos de uma vez por mês)	9,4%	17,1%	8,5%	4,3%	1,7%	41,0%
Ocasionalmente (uma ou duas vezes ao mês)	0,9%	0,9%	4,3%	0,0%	0,0%	6,0%
Frequentemente (várias vezes ao mês)	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,9%
Total Geral	21,4%	41,0%	23,9%	9,4%	4,3%	100,0%

Tabela 3 - Relação entre Frequência de Compras em Brechós e Gastos Mensais com Roupas

Fonte: dados da pesquisa (2025).

Em concordância se os brechós contribuem para economia circular, conforme figura 2, 62% dos participantes entendem que os brechós ajudam a reduzir o desperdício de roupas e incentivam o reuso. Já 20% dos respondentes nunca pararam para pensar em como os brechós contribuem com a economia circular. É possível notar que a perspectiva sustentável não é o principal motivo para adesão de peças em brechós (Barbosa; Matos, 2016).

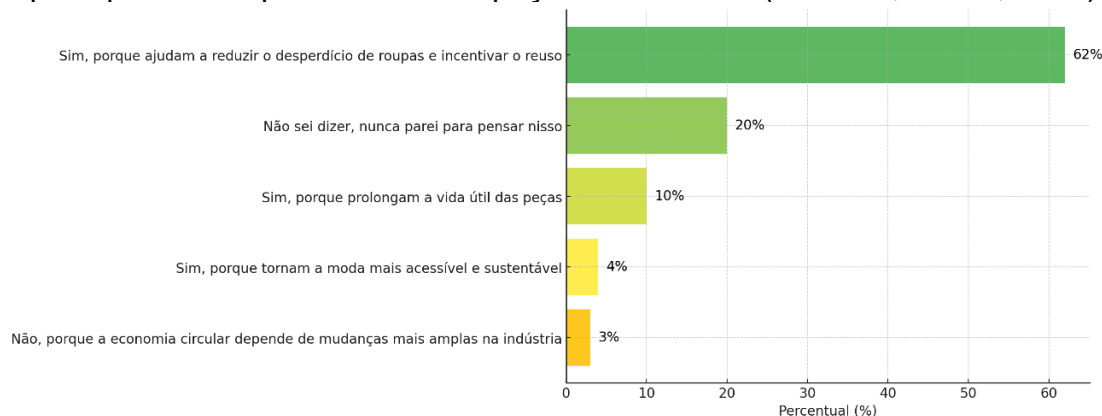


Figura 2 - Percepção dos Participantes sobre a Contribuição dos Brechós para a Economia Circular

Fonte: dados da pesquisa (2025).

A relação da percepção de contribuição para economia circular disposta na tabela 4 é de que as pessoas estão conscientes do desperdício de roupas, no entanto, estes mesmos participantes não compram em brechós, totalizando 32,5%. Com esses achados é possível observar que mesmo que os consumidores estejam conscientes de que os brechós possam contribuir com a economia circular, eles não têm os hábitos de comprar em brechós.

Frequência de compras em Brechós / Se os participantes acreditam que os brechós contribuem para a Economia Circular	Nunca comprei em brechós	Raramente (menos de uma vez por mês)	Ocasionalmente (uma ou duas vezes ao mês)	Frequentemente (várias vezes ao mês)	Total Geral
Não sei dizer, nunca parei para pensar nisso	10,3%	7,7%	1,7%	0,0%	19,7%
Não, porque a economia circular depende de mudanças mais amplas na indústria	2,6%	0,9%	0,0%	0,0%	3,4%
Sim, porque ajudam a reduzir o desperdício de roupas e incentivar o reuso	32,5%	24,8%	4,3%	0,9%	62,4%
Sim, porque prolongam a vida útil das peças, diminuindo a necessidade de produção de novas roupas	4,3%	6,0%	0,0%	0,0%	10,3%
Sim, porque tornam a moda mais acessível e sustentável	2,6%	1,7%	0,0%	0,0%	4,3%
Total Geral	52,1%	41,0%	6,0%	0,9%	100,0%

Tabela 4 - Relação entre a Percepção da Contribuição dos Brechós para a Economia Circular e a Frequência de Compras

Fonte: dados da pesquisa (2025).

A motivação principal do possível consumo em brechós é, em sua maioria, voltada para o preço acessível em peças de qualidade, com 39%, o que se alinha ao que foi apresentado por Salvalaio e Ashton (2017). Somente 10% dos participantes responderam que o consumo sustentável e ecológico é motivo para realizar a compra em brechós.

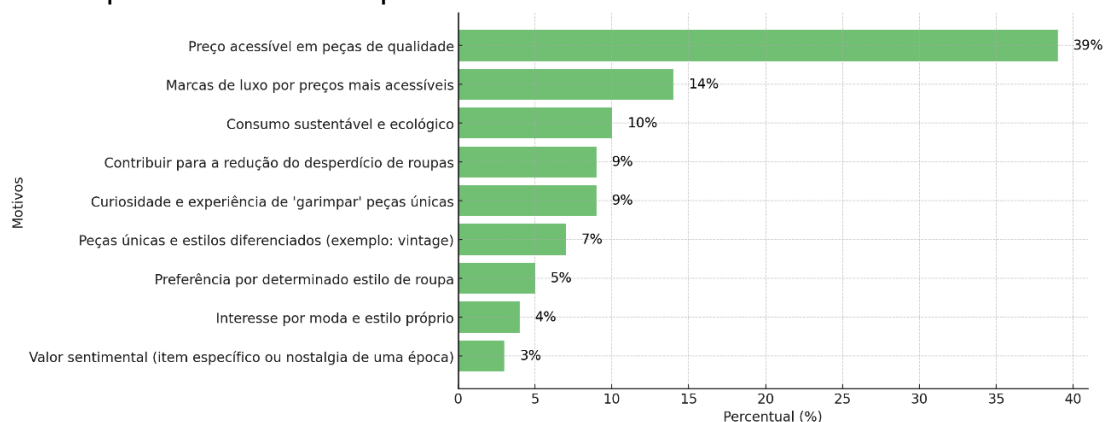


Figura 3 - Principais Motivos que Incentivariam os Participantes a Comprar em Brechós
Fonte: dados da pesquisa (2025).

De forma complementar, cerca de 16% é por experiência em busca de peças únicas e estilos diferenciados, achado que corrobora com as ideias de Fernandes, Colares-Santos e Jardim Neto (2018) de que os clientes de brechós buscam adquirir peças diferentes.

Com relação a gastos, 42,6% das pessoas que compram em brechós gastam entre R\$50,00 e R\$150,00, seguido de 24,5% de pessoas que consomem entre R\$151,00 e R\$300,00, conforme se vê na tabela 5.

Quanto gastam por mês em roupas / Os motivos pelos quais os participantes da pesquisa compram em Brechós	Menos de R\$50	De R\$50 a R\$150	De R\$151 a R\$300	De R\$301 a R\$500	Acima de R\$500	Total Geral
Preço acessível em peças de qualidade	8%	16%	10%	4%	2%	39%
Marcas de luxo por preços mais acessíveis	4%	4%	4%	2%	1%	14%
Consumo sustentável e ecológico	2%	4%	3%	1%	0%	10%
Contribuir para a redução do desperdício de roupas	2%	4%	2%	2%	0%	9%
Curiosidade e experiência de "garimpar" peças únicas	1%	5%	2%	1%	1%	9%
Peças únicas e estilos diferenciados (exemplo: vintage)	2%	4%	2%	0%	0%	7%
Preferência por determinado estilo de roupa	2%	2%	1%	0%	0%	5%
Interesse por moda e estilo próprio	1%	2%	1%	0%	0%	4%
Valor sentimental (item específico ou nostalgia de uma época)	0%	2%	1%	0%	0%	3%
Total Geral	19,7%	42,6%	24,5%	8,4%	4,8%	100,0%

Tabela 5 - Relação entre os Motivos para Comprar em Brechós e os Gastos Mensais com Roupas

Fonte: dados da pesquisa (2025).

Quando questionados pelos motivos nas quais evitam ou não compram em brechós, os principais motivos que impedem o consumo, conforme figura 4, 15% afirma preferir comprar roupas novas, enquanto 14% apontam

questões de preocupação com higiene e limpeza dos repasses e 10% preferem comprar as roupas *online* por praticidade e rapidez.

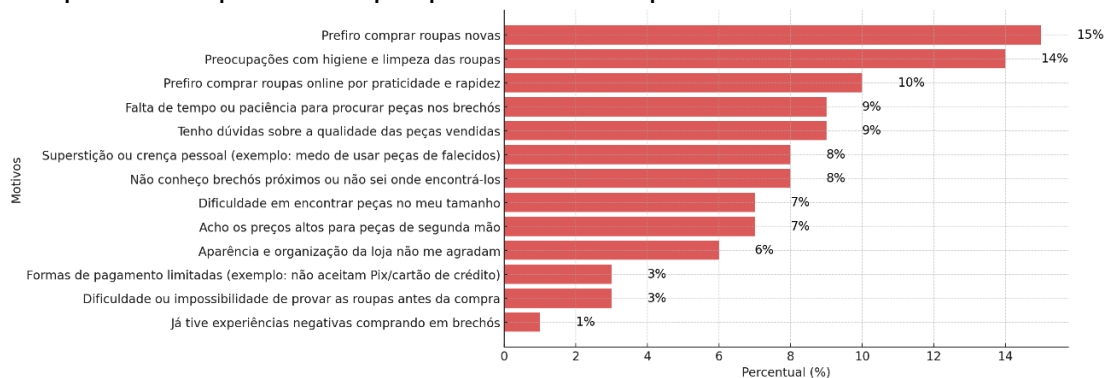


Figura 4 - Principais Motivos para Evitar ou Não Comprar em Brechós
Fonte: dados da pesquisa (2025).

O conhecimento dos participantes demonstra a noção da importância ambiental e seu impacto, mas não tal aspecto não constitui um critério relevante na aquisição de itens de brechós. Dentre os motivos que distanciam os consumidores das compras em brechó, destaca-se 14% que demonstram preocupações com higiene.

Se os participantes conhecem os impactos ambientais causados pela indústria da moda / Os principais motivos que fazem os participantes da pesquisa evitam ou não compram em Brechós	Não, nunca ouvi falar sobre isso	Já ouvi falar, mas não sei muitos detalhes sobre o impacto ambiental da	Tenho alguma noção, mas não costumo pensar nisso ao comprar roupas	Sim, conheço bem o assunto e isso influencia minhas escolhas de	Total Geral
Prefiro comprar roupas novas	4%	5%	5%	1%	15%
Preocupações com higiene e limpeza das roupas	2%	6%	6%	1%	14%
Prefiro comprar roupas online por praticidade e rapidez	2%	3%	5%	1%	10%
Tenho dúvidas sobre a qualidade das peças vendidas	3%	2%	4%	1%	9%
Falta de tempo ou paciência para procurar peças nos brechós	2%	3%	5%	0%	9%
Não conheço brechós próximos ou não sei onde encontrá-los	2%	2%	4%	1%	8%
Superstição ou crença pessoal (exemplo: medo de usar peças de falecidos)	1%	2%	4%	1%	8%
Acho os preços altos para peças de segunda mão	1%	2%	4%	1%	7%
Dificuldade em encontrar peças no meu tamanho	1%	2%	3%	1%	7%
Aparência e organização da loja não me agradam	0%	2%	3%	1%	6%
Dificuldade ou impossibilidade de provar as roupas antes da compra	0%	1%	2%	0%	3%
Formas de pagamento limitadas (exemplo: não aceitam Pix/cartão de crédito)	1%	1%	1%	0%	3%
Já tive experiências negativas comprando em brechós	0%	0%	1%	0%	1%
Total Geral	17%	30%	44%	9%	100%

Tabela 6 - Relação entre os Motivos para Evitar Brechós e o Conhecimento sobre os Impactos Ambientais da Indústria da Moda
Fonte: dados da pesquisa (2025).

No que tange as implicações gerenciais, com o presente estudo é possível notar algumas barreiras para que o consumo em brechós aumente. Uma das barreiras é a preocupação com a higiene e limpeza dos produtos comercializados, de modo que os estabelecimentos poderiam realizar ações para que essa barreira seja superada. Ademais, existe barreira em relação ao desconhecimento de brechós na região e, também, em relação a melhoria na aparência dos brechós, de modo que seja mais atrativo para os potenciais clientes.

Por fim, sob as implicações sociais, nota-se que os participantes do estudo estão cientes da importância dos brechós para a sustentabilidade, porém a maioria não consome neste tipo de estabelecimento.

5. Conclusão e Contribuições

A ascensão de práticas sustentáveis vem ganhando relevância mediante a necessidade de posicionamento das empresas perante seus consumidores e legislações. Tais práticas devem ser consideradas para que todo um sistema possa fluir de forma harmônica em torno do mesmo propósito (Cerqueira-Streit *et al.*, 2021).

A presente pesquisa concentrou-se no levantamento de dados para obter informações que permitissem uma análise sob a ótica dos consumidores (e não consumidores) de brechós, como uma alternativa sustentável. Sob a ótica dos consumidores (e não consumidores) identificou-se que a maioria dos consumidores deste modelo de negócio não são movidos por temáticas sustentáveis, mesmo entendendo sobre o assunto, demonstrando que suas motivações são voltadas principalmente ao preço acessível em peças de qualidade.

Além disso, os participantes da pesquisa questionam sobre a higiene e limpeza das roupas vendidas nos brechós, além de enfatizar a preferência em comprar roupas. Essas são barreiras a serem superadas para que se fomente o consumo em brechós localizados na região do Oeste Paulista, o que contribuiria para a sustentabilidade.

O presente estudo apresentou as seguintes limitações: (i) a quantidade de participantes, visto que é amostra não-probabilística; (ii) foi considerada somente a região do Oeste Paulista; (iii) a pesquisa foi realizada sob a ótica dos consumidores, não sendo considerada a ótica dos donos dos estabelecimentos.

A partir das limitações supracitadas, surgem as sugestões de trabalhos futuros: (i) considerar outras regiões para realizar a mesma pesquisa; (ii) realizar pesquisas que abordem os donos dos estabelecimentos; (iii) realizar um estudo de caso em uma empresa específica com seu público específico; (iv) desenvolver um estudo que aborde fatores sociais além dos dados materiais.

Espera-se que tais investigações contribuam, não apenas para ampliar o conhecimento acadêmico sobre o consumo sustentável, mas também para fomentar práticas e políticas que fortaleçam os brechós como agentes ativos na promoção da economia circular e do consumo consciente.

Referências Bibliográficas

AGUIAR PENKE, L. S.; GOMES, V. C.; Logística em brechós: um estudo de múltiplos casos no Distrito Federal. **REMIPE-Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco**, v. 10, n. 1, p. 40-63, 2024.

ANGELIS, R. Circular economy and paradox theory: A business model perspective. **Journal of Cleaner Production**, v. 285, p. 124823, 2021.

BARBOSA, J. G. P.; MATOS, M. L. **Um estudo sobre o perfil dos consumidores de brechós da Cidade do Rio de Janeiro**. 2016.

BARROS, A. J. S.; LEHFELD, N. A. S. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Pearson, 2007.

CERQUEIRA-STREIT, Jorge *et al.* Sustainable Supply Chain Management in the Route for a Circular Economy: an integrative literature review. **Logistics**, [S.L.], v. 5, n. 4, p. 81, 17 nov. 2021. MDPI AG.
<http://dx.doi.org/10.3390/logistics5040081>.

DALFOVO, M. S.; LANA, R. A.; SILVEIRA, A. Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v. 2, n. 4, p. 01-13, jul./dez. 2008.

DE OLIVEIRA, S.; GUIMARÃES, O. M.; LIMA FERREIRA, J. As entrevistas semiestruturadas na pesquisa qualitativa em educação. **Revista Linhas**, v. 24, n. 55, p. 210-236, 2023.

FERNANDES, A. S.; COLARES-SANTOS, L.; NETO JARDIM, Á. C. Logística Reversa: um estudo sobre os brechós de uma cidade do interior de São Paulo. **Periódico Eletrônico Fórum Ambiental da Alta Paulista**, v. 14, n. 5, 2018.

FERRAZ, M. C.; FERREIRA, F. L. Uma revisão sistematica sobre o slow fashion e o seu consumo. *In*: XLVI ENCONTRO DA ANPAD, 46., 2022. **Anais [...]**. ANPAD, 2022. Disponível em:
https://anpad.com.br/pt_br/event/details/120. Acesso em: 08 maio 2025.

FONTANELLA, B. J. B.; LUCHESI, B. M.; SAIDEL, M. G. B.; RICAS, J.; TURATO, E. R.; MELO, D. G. Amostragem em pesquisas qualitativas: proposta de procedimentos para constatar saturação teórica. **Cad Saúde Pública**, v. 27, n. 2, p. 388–394, fev. 2011. DOI:
<https://doi.org/10.1590/S0102-311X2011000200020>.

GEORGE, G.; SCHILLEBEECKX, S. J. D. Digital transformation, sustainability, and purpose in the multinational enterprise. **Journal of World Business**, v. 57, n. 3, p. 101326, 2022.

GONÇALVES, J. R. **Metodologia científica**: pesquisa, métodos e técnicas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

GONÇALVES, T. M.; BARBOSO, A. F. F. A economia circular como alternativa à economia linear. *In*: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE

PRODUÇÃO DE SERGIPE, 11., 2019, São Cristóvão, SE. **Anais [...]**. São Cristóvão, SE, 2019. p. 265-272.

GUARNIERI, P. Logística Reversa: em busca do equilíbrio econômico e ambiental. Recife: 1. ed., Clube dos autores, 2011.

GUERRA, E. L. A; "**Manual de pesquisa qualitativa 2014.**" Belo Horizonte. 2022.

HARSANTO, B.; PRIMIANA, I.; SARASI, V.; & SATYAKTI, Y. Sustainability innovation in the textile industry: a systematic review. **Sustainability**, v. 15, n. 2, p. 1549, 2023.

ISOTON, R.; GIACOMELLO, .C; FACHINELLI, A. C.; Práticas para Transição à Economia Circular em Confeções: uma revisão sistêmica da literatura. **Modapalavra e-periódico**, v. 15, n. 36, p. 113-139, 2022.

KIRCHHERR, J.; **Circular economy and growth: A critical review of "post-growth"** circularity and a plea for a circular economy that grows. *Resources, conservation and recycling*, v. 179, p. 106033, 2022.

KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. Responsabilidade social corporativa: uma contribuição das empresas para o desenvolvimento sustentável. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, [S.l.], v. 4, n. 1, p. 1-50, may 2005. ISSN 1677-7387. Disponível em: <<https://periodicosibepes.org.br/index.php/recadm/article/view/404>>. Acesso em: 08 may 2025. doi:<https://doi.org/10.5329/RECADM.20050401005>.

LEITÃO, A.; Repensar a economia futura: a Economia Circular. **Journal of finance, management and accounting**, v. 1, n. 2, 2015.

LEITÃO, F; O.; PAIVA, E. L.; GUARNIERI, P.; & MONTEIRO, L.; C Circularity as a dynamic capability: A review and future agenda for a circular transition. **Revista de Administração de Empresas**, v. 64, n. 3, p. e2023-0084, 2024.

LIMA, I. L. P.; DA SILVA, T. S.; EL-DEIR, S. Gi.; APLICAÇÃO DA ECONOMIA CIRCULAR NOS RESÍDUOS SÓLIDOS DA INDÚSTRIA TÊXTIL: BIBLIOMETRIA ENTRE 2010 E 2021: APPLICATION OF THE CIRCULAR ECONOMY IN SOLID WASTE FROM THE TEXTILE INDUSTRY; BIBLIOMETRY BETWEEN 2010 AND 2021. **Revista Brasileira de Meio Ambiente & Sustentabilidade**, v. 2, n. 2, p. 5-27, 2022.

LOURENÇO, Maria Carolina Alves. Consumo em brechó: impacto ambiental e social. **COLÓQUIO DE MODA**, v. 13, p. 1-8, 2017.

LUNA, L. C.; GUIMARÃES, G. L. O que Livros Didáticos de Matemática Propõem para a Aprendizagem de Amostragem? **Bolema: Boletim de Educação Matemática**, v. 35, p. 815-839, 2021.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **Towards the circular economy** - Vol. 2: Opportunities for the consumer goods sector. Isle of Wight: Ellen MacArthur Foundation, 2013.

MACHADO, JR. F.; Metodologias de pesquisa: um diálogo quantitativo, qualitativo e quali-quantitativo. **Devir Educação**, v. 7, n. 1, 2023.

MARTINS, Valéria Cardoso. **REFLEXÕES SOBRE O CONSUMO DE MODA EM BRECHÓS NA ATUALIDADE**. 2021. 16 f. TCC (Graduação) - Curso de Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, Instituto Federal de Santa Catarina, Araranguá, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ifsc.edu.br/handle/123456789/2303>.

OLIVEIRA, J. C. P. D.; OLIVEIRA, A. L. D.; MORAIS, F. D. A. M.; SILVA, G. M. D.; & SILVA, C. N. M. D.; O questionário, o formulário e a entrevista como instrumentos de coleta de dados: vantagens e desvantagens do seu uso na pesquisa de campo em ciências humanas. In: **III Congresso Nacional de Educação**. 2016. p. 1-13.

PANIZZUT, N.; RAFI-U-SHAN, P. M.; AMAR, H.; SHER, F.; MAZHAR, M. U.; & KLEMES, J. J.; Exploring relationship between environmentalism and consumerism in a market economy society: A structured systematic literature review. **Cleaner Engineering and Technology**, v. 2, p. 100047, 2021.

RAMM, E. F.; MORAIS, R. T. R.; Brechó: empreendimento focado no consumo sustentável da moda em constante crescimento no mercado. **Revista de Administração de Empresas Eletrônica-RAEE**, n. 16, p. 86-110, 2022.

SALVALAIO, R. D.; ASHTON, M. S. G.; O consumo de moda em brechós no contexto da indústria criativa. **Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales**, [S.l.], julho-setembro 2017.

SANTOS, J. N. S. B.; DA SILVA, V. C.; SILVEIRA, S. O.; UM FUTURO DE POSSIBILIDADES: LOGÍSTICA REVERSA E REAPROVEITAMENTO DE RESÍDUOS TÊXTEIS. **Revista Fatec Sebrae em debate-gestão, tecnologias e negócios**, v. 10, n. 19, p. 180-180, 2023.

SARIATLI, F.; Linear economy versus circular economy: a comparative and analyzer study for optimization of economy for sustainability. **Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development**, v. 6, n. 1, p. 31-34, 2017.

SAYÃO, L. F.; SALES, L. F.; Afinal, o que é dado de pesquisa?. **Biblos**, v. 34, n. 2, 2020.

TAVARES S. L. M.; CEGLIA, D.; CAVALCANTI SÁ ABREU, M.; Não precisa ser novo, basta ser incrível: fatores contextuais e práticas gerenciais no brechó para criação de valor no modelo de negócios circular. **GESTÃO. Org: Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, v. 22, n. 1, 2024.

ZAMPIER, R. L.; FARIAS, R. C. P.; REZENDE PINTO, M.; “Não é brechó, é loja”: articulações físicas e discursivas no campo de comércio de vestuário de luxo de segunda mão. **Revista Gestão & Conexões**, v. 12, n. 1, p. 27-48, 2023.