

**CENTRO PAULA SOUZA  
ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL JOSÉ MARTIMIANO DA SILVA  
CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

BIANCA CAMPOS PRIMO  
LAURA GALVÃO MONDIN  
LORAINÉ SANTOS DE ALMEIDA  
LUCAS DE OLIVEIRA MOURO  
LUCAS RODRIGUES DA SILVA  
LUIZA GONÇALVES DA SILVA CARMO  
MARCELLY ALVES RAMOS

**GESTÃO AMBIENTAL E ECONÔMICA DE PEÇAS USADAS EM  
MICROEMPRESAS E INFORMALIDADES, EM RIBEIRÃO PRETO**

Ribeirão Preto - SP

2022

**CENTRO PAULA SOUZA  
ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL JOSÉ MARTIMIANO DA SILVA  
CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

BIANCA CAMPOS PRIMO  
LAURA GALVÃO MONDIN  
LORAINÉ SANTOS DE ALMEIDA  
LUCAS DE OLIVEIRA MOURO  
LUCAS RODRIGUES DA SILVA  
LUIZA GONÇALVES DA SILVA CARMO  
MARCELLY ALVES RAMOS

**GESTÃO AMBIENTAL E ECONÔMICA DE PEÇAS USADAS EM  
MICROEMPRESAS E INFORMALIDADES, EM RIBEIRÃO PRETO**

Apresentação do Trabalho de Conclusão de Curso como requisito básico para a formação do Curso de Técnico em Administração. Orientado pelo Professor Marcelo Alves Pereira e Coorientado pelo Professor Fabio Batistella.

Ribeirão Preto - SP

2022

## FOLHA DE APROVAÇÃO

**Alunos:** Bianca Campos Primo  
Laura Galvão Mondin  
Loraine Santos De Almeida  
Lucas De Oliveira Mouro  
Lucas Rodrigues Da Silva  
Luiza Gonçalves Da Silva Carmo  
Marcelly Alves Ramos

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em \_\_/\_\_/\_\_\_\_.

**Título:** Gestão Ambiental e Econômica de peças usadas em microempresas e informalidades, em Ribeirão Preto.

---

Prof. Orientador Marcelo Alves Pereira

---

Prof. Coorientador Fabio Batistella

---

Professor  
Coordenador do Curso de Técnico em Administração

## DEDICATÓRIA

Dedicamos aos professores do curso de administração que auxiliaram em todo o processo educativo e para todos àqueles que colaboraram para a realização desse projeto.

## **AGRADECIMENTOS**

A todos os docentes da ETEC José Martimiano da Silva, sobretudo aos que contribuíram durante o estudo.

Aos proprietários do comércio de roupas usadas que nos atenderam juntamente com todos os consumidores que colaboraram para nossa pesquisa.

E ao Professor Marcelo Alves Pereira por guiar o caminho, nos orientando e facilitando o processo durante o projeto.

## RESUMO

O tema proposto, gestão Ambiental e econômica de peças usadas em microempresas e informalidades, desenvolvido na cidade de Ribeirão Preto, SP, tem como princípio, estudar o espaço que os brechós ocupam no mercado têxtil em relação às lojas de departamento, e suas vantagens sustentáveis e financeiras, através de pesquisas de como os brechós conseguem se destacar no mercado de maneira alternativa as lojas de departamento bem como análises da logística, rotatividade dos produtos dentro de uma cadeia econômica, incorporação desses estabelecimentos no mercado e investigação da qualidade dos produtos oferecidos para a venda. Neste trabalho, foram utilizadas pesquisas acadêmicas e entrevistas, tanto para clientes quanto para os proprietários de brechós. A partir das informações concluídas, foram concluídos pontos diante da ressignificação que os brechós vêm tendo ao longo das décadas e o aumento significativo da consciência sobre os impactos ambientais da indústria têxtil, que tem, por consequência, colaborado com o aumento do consumo neste ramo do mercado.

**Palavras-chaves:** brechó; economia; mercado têxtil.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 3. 1 - Dificuldades gerais dos estabelecimentos.....	26
Figura 3. 2 - Ressignificação dos brechós. ....	27
Figura 3. 3 - Influência da conscientização no aumento de vendas. ....	27
Figura 3. 4 - Aumento da demanda no contexto pandêmico. ....	28
Figura 3. 5 - Aumento de vendas nos últimos anos.....	28
Figura 3. 6 - Opinião sobre a abertura de um negócio na área. ....	29
Figura 3. 7 - Diferença de gerações na criação de brechós. ....	29
Figura 3. 8 - Processo de garimpagem dos donos. ....	30
Figura 3. 9 - Relação entre garimpagem e lixo têxtil.....	30
Figura 3. 10 - Doação e venda entre brechós.....	31
Figura 3. 11 - Concorrência entre os estabelecimentos.....	31
Figura 3. 12 - Processo de checagem das peças.....	32
Figura 3. 13 - Garantia e troca nos estabelecimentos. ....	32
Figura 3. 14 - Conhecimento dos donos quanto ao artigo do CDC. ....	33
Figura 3. 15 - Qualidade das peças fornecidas. ....	33
Figura 3. 16 - História e motivação do estabelecimento. ....	34
Figura 3. 17 - Conhecimento dos donos quanto ao descarte de peças.....	34
Figura 3. 18 - Custo inicial para abertura de um brechó.....	35
Figura 3. 19 – Motivos das pessoas não comprarem em brechó. ....	36
Figura 3. 20 – Pessoas que compram em brechó. ....	36
Figura 3. 21 – Motivação para comprar em brechó. ....	37
Figura 3. 22 – Conhecimento dos consumidores sobre o descarte de peças.....	37
Figura 3. 23 - Compras segundo a tendência.....	38
Figura 3. 24 - Relevância na compra de roupas. ....	38
Figura 3. 25 - Diminuição do risco de consumismo na compra em brechós...39	
Figura 3. 26 - Ressignificação dos brechós na visão dos consumidores.....	39
Figura 3. 27 - Investimento nos brechós na visão dos consumidores. ....	40

## Sumário

1. INTRODUÇÃO .....	9
1.1. Justificativa .....	9
1.2. Questões de pesquisa .....	10
1.3. Objetivos .....	10
1.3.1. Objetivo geral .....	10
1.3.2. Objetivos específicos .....	10
1.4. Métodos e técnicas de pesquisa .....	10
2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	12
2.1. A origem do brechó e como ele é visto nos dias atuais .....	12
2.2. Como os brechós conseguiram se destacar no mercado.....	13
2.3. Os brechós no contexto da sustentabilidade.....	15
2.3.1. A importância da sustentabilidade .....	15
2.3.2. Impacto da indústria têxtil .....	15
2.3.3. O brechó como alternativa sustentável .....	17
2.3.4. A logística empregada nos brechós.....	17
2.4. Como os brechós são acessíveis economicamente.....	18
2.5. Dos fornecedores aos consumidores finais.....	20
2.5.1. Como os brechós realizam suas compras .....	20
2.5.2. Fontes de fornecedores para os brechós .....	20
2.5.3. Consignação mercantil .....	21
2.5.4. Após a aquisição de mercadorias.....	22
2.6. Brechó como fonte de renda alternativa para os trabalhadores autônomos .....	22
2.7. Condições atuais dos brechós: do preconceito a ressignificação .....	24
3. PESQUISA DE CAMPO.....	26
3.1. Entrevista com donos de brechós .....	26
3.2. Entrevistas com os consumidores.....	35
4. CONCLUSÃO .....	41
REFERÊNCIAS:.....	43



## **1. INTRODUÇÃO**

No Brasil há um grande preconceito com os comércios de roupas usadas, popularmente conhecidos como brechós. É comumente tido como um lugar onde as roupas não são de boa qualidade e não se há um bom retorno. Contrário a esse estigma, os brechós se provam uma excelente alternativa às lojas de departamento; não só do quanto pesa para o bolso do consumidor, como também sua variedade em peças e artigos que se adaptam e agradam cada vez mais o público-alvo. Fatos estes dados em uma atualidade onde o consumidor busca por um equilíbrio entre a sua renda e a necessidade de se manter na moda. Assim, os brechós ocupam um espaço exclusivo e inédito no mercado de roupas e moda.

Ano após ano, a indústria têxtil é responsável pelo uso exponencial de recursos e matérias-primas que são gastas para sustentar o mercado da moda no mundo atual. Em contrapartida a isto os brechós proporcionam rotatividade dos produtos, uma solução mais sustentável e econômica mediante à produção desmesurada.

Tendo em vista também o contexto pandêmico recente, o espaço comercial de roupas usadas se mostrou ser uma ótima alternativa de renda, tendo em vista a taxa de desemprego crescente devido questões de saúde e econômicas. Logo, com o crescimento dos propriamente ditos, analisaremos: o porquê os brechós se mostram ser uma alternativa fácil e eficiente para trabalhadores autônomos, o impacto do seu crescimento no mercado e na rotatividade de produtos e de capital dentro deste mercado interno, e a sua diferença às lojas de departamento quanto a sustentabilidade em seus meios de comércio.

### **1.1. Justificativa**

Uma vez que no mercado este comércio não tenha tanta visibilidade este se torna um tópico relevante para discussão e pesquisa, devido à queda da renda das famílias em todo o mundo que levou a uma mudança de olhar da população para com o consumismo. Analisando o capital e novas estratégias para a gestão e a propagação do mercado de roupas e artigos usados, a fim de compartilhar os benefícios e mudanças que o consumo de tais peças podem trazer a quem adquirir o produto, ao vendedor e também ao meio ambiente, notou-se a possibilidade da elaboração de um

projeto de pesquisa sobre a gestão Ambiental e Econômica em microempresas e comerciantes de peças usadas, em Ribeirão Preto.

## **1.2. Questões de pesquisa**

- i. Como os brechós conseguiram se destacar no mercado?
- ii. De que modo os brechós proporcionam sustentabilidade ambiental em seus processos?
- iii. Como os brechós podem ser acessíveis economicamente?
- iv. De que maneira os brechós geram a circulação de produtos?
- v. Como o brechó se tornou uma fonte de renda para os trabalhadores autônomos?
- vi. Em que condições se encontram os produtos oferecidos pelos brechós?

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo geral**

Estudar o espaço que os brechós ocupam no mercado têxtil em relação às lojas de departamento, e suas vantagens sustentáveis e financeiras.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- i. Estudar como os brechós conseguem se destacar no mercado de maneira alternativa as lojas de departamento.
- ii. Analisar a logística sustentável dos brechós em relação ao mercado têxtil.
- iii. Verificar como os brechós são mais acessíveis para o bolso da maioria da população.
- iv. Examinar como os brechós proporcionam mais rotatividade dos produtos.
- v. Avaliar a facilidade da incorporação de um brechó.
- vi. Investigar a qualidade dos produtos oferecidos pelos brechós.

## **1.4. Métodos e técnicas de pesquisa**

Este projeto é uma análise de mercado de roupas reutilizadas de Ribeirão Preto – SP. Será utilizado o método de pesquisa básica, o qual objetiva gerar conhecimentos

novos para a população e a economia. Uma vez que no mercado este comércio não tenha tanta visibilidade isso se torna um tópico relevante para discussão e pesquisa, devido ao seu crescimento em razão da deterioração da renda da população.

Para proporcionar maior familiaridade com a situação, a pesquisa será exploratória envolvendo um levantamento de dados, entrevistas e análise para saber o crescente engajamento do público-alvo. Tendo o propósito da coleta de dados e a transformação desses em informações, a pesquisa será quantitativa e qualitativa por estudar o espaço que os brechós ocupam na sociedade.

A pesquisa será realizada pelo levantamento documental e bibliográfica, em que a primeira fornecerá bases restritas e a segunda em contexto mais amplo. As entrevistas serão padronizadas e realizadas com os representantes legais do estabelecimento e o público geral, que terá maior liberdade de responder às perguntas e haverá a execução de um questionário com a maioria das questões fechadas com os consumidores e colaboradores.

Consoante a isso, serão examinados os espaços de estabelecimento de roupas e artigos usados, prevendo analisar a situação na qual estes comércios se encontram atualmente e o público-alvo vigente.

## 2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

### 2.1. A origem do brechó e como ele é visto nos dias atuais

Não é possível descobrir quando a prática de revender peças de roupas usadas teve início, porém, há registros na cidade de Saint Quen na França em 1900, onde pessoas se reuniam e montavam suas barracas para venderem itens diversos. Essas feiras aconteciam normalmente ao ar livre e as peças revendidas não eram higienizadas pelos vendedores, sendo comum encontrarem insetos como pulgas, desse acontecimento surge o termo “mercado de pulgas”.

O ato de revender roupas já utilizadas se tornou mais popular durante a Primeira Guerra Mundial, e as diversas crises que a sucederam, movimentos que auxiliam pessoas em situações vulneráveis como, por exemplo, a Cruz Vermelha, recolhiam doações de peças de vestuário e as revendiam por um menor preço para as pessoas mais afetadas pela crise.

No Brasil, a primeira casa que vendia peças de segunda mão foi criada por um homem chamado de Belchior no Rio de Janeiro. Surge, assim, a palavra “brechó”, que, de acordo com Santos (2019):

“A crescente popularidade do local fez com que o nome Belchior fosse associado a estabelecimentos que vendiam produtos usados e antigos, sendo conhecido como “Casa de Belchior”. Devido ao fato de que muitas pessoas tinham certa dificuldade em pronunciar o nome do vendedor, o nome de Belchior foi adaptado, foi daí que nasceu o termo “brechó”.

Por muito tempo, a ideia de frequentar brechós foi severamente banalizada pelas pessoas que ainda assimilavam o ato de revender peças de roupas que já foram usadas por alguém algo pouco higiênico ou aceito socialmente. Porém, há alguns anos o pensamento sobre consumir itens de segunda mão vem se tornando cada vez mais aceito e visto com outros olhos pela sociedade.

Um motivo que faz as pessoas procurarem roupas em brechós, são as peças vintage, itens que por si só carregam ou remetem elementos de épocas passadas. E, outra motivação muito abordada, é que o brechó consegue colaborar com a causa sustentável, visto que, comprar peças que provavelmente seriam descartadas e as

ressignificar, fazendo uso delas novamente e um meio de consumo menos destrutivo para o meio ambiente. De acordo com o site Moms do ABC (2022):

“Os brechós e oficinas de customização de roupas estão crescendo a cada dia e caminhando juntos a conscientização dos clientes. Pensando nisso, empresas e consumidores começam a apostar na economia circular, um movimento que pretende acabar com o desperdício de material têxtil e que envolve desde a confecção de peças com materiais renováveis, até mesmo a transformação de peças em novos itens ou reuso delas. ”

Percebe-se que ao decorrer dos séculos os brechós mudaram de maneira drástica, sendo antigamente nomeado mercado de pulgas até os dias atuais, onde existem brechós de luxo, local que marcas de grife são o produto principal. Sua mudança também serviu para se adaptar ao mercado consumidor que estamos inseridos nos dias de hoje e os diversos gostos que cada cliente possui, atingindo tanto aqueles que buscam por alternativas mais baratas até aquelas que veem o brechó como um local para conseguir peças únicas que atendem ao seu estilo.

## **2.2. Como os brechós conseguiram se destacar no mercado**

Os brechós sempre foram alvos de preconceito por parte das pessoas quanto a qualidade e a procedência dos produtos vendidos. Contudo, cada vez mais esse paradigma tem sido quebrado devido a fatores sustentáveis, econômicos e sociais.

Fatores ambientais tem sido cada vez mais discutidos e tido impacto no nosso dia a dia. Com isso, há um crescimento na procura de meios alternativos sustentáveis para compra de produtos, e o brechós se destacam nessa questão. Segundo PORFIRIO (2020), “Comprar roupas usadas não é mais um hobby alternativo: é um manifesto contra o desperdício e pelo consumo consciente”.

Quanto a questões econômicas, tendo em vista o contexto pandêmico e suas repercussões mundiais, também é de suma importância citar o aumento exponencial nas compras de roupas e peças de segunda mão, tendo em vista a inflação e o desemprego, que fizeram os clientes optarem por uma opção mais acessível ao bolso deles. Sendo esse aumento no comércio de itens usados na pandemia de 48,5% segundo o Sebrae e dados da Receita Federal.

Devido a estes fatores, os brechós têm se destacado das lojas de departamento do ramo pelos próprios motivos que os fizeram se alavancar. As lojas de

departamento, muitas vezes, não proporcionam a facilidade econômica para o bolso do consumidor e podem causar um impacto negativo direto às questões sustentáveis do meio ambiente.

No mundo todo, de acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU), a indústria têxtil é responsável por 8% dos gases do efeito estufa e 20% do desperdício de água. Segundo a Abit (Associação brasileira da indústria têxtil e de confecção), cerca de 170 mil toneladas de lixo têxtil são geradas somente no Brasil. Fato este dado pela “Moda Rápida”, que, como o nome diz, busca inovar no mercado da moda de maneira rápida através de produtos que são fabricados, consumidos e descartados com pressa, sempre em busca de um produto novo. Resultando assim nas toneladas de lixo têxtil que poluem o meio ambiente.

De acordo com o IPCA (Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo), o setor de vestuário acumulou uma alta de 16,08% em maio de 2020 e no ano de 203 Número este que, de acordo com a Confederação Nacional do Comércio, é a maior inflação em um período de 12 meses nos últimos 27 anos. Tal fato traz um desincentivo para o consumidor de comprar peças novas sem ter necessidade. Ou, também, impossibilitando consumidores de condições limitadas a “se manterem na moda” com a Fast Fashion (moda rápida em português).

Situações essas, juntamente à conscientização atual quanto a sustentabilidade, que levam os consumidores a buscar por outras alternativas que atendam suas demandas. O Jornal Opção (2022) sugere, como uma opção de ideia para melhorar o consumo exagerado de roupas, justamente uma conscientização individual, onde devemos pesquisar o perfil da empresa antes de comprarmos quaisquer produtos e de parar de descartar roupas de boa qualidade. De acordo com CARBINATTO (2021):

“Usando dados da GlobalData, a ThredUp estima que o dinheiro movimentado pelo setor saltará de US\$ 28 bilhões (em 2019) para US\$ 64 bilhões em 2028. No mesmo período, o montante dos setores da fast fashion – o varejo tradicional de vestuário, com venda de peças novas que rapidamente perdem seu uso – terá um crescimento muito menor: de US\$ 36 bilhões para US\$ 43 bilhões”.

Assim, temos nas lojas de vendas de peças de segunda mão uma solução que se adequa às soluções sustentáveis e econômicas, onde cada vez mais tem sido procurada e popularizada como uma alternativa contra às lojas de departamento.

### **2.3. Os brechós no contexto da sustentabilidade**

#### **2.3.1. A importância da sustentabilidade**

Com o avanço tecnológico das últimas décadas, o acesso à informação ganhou novas aparências e como consequência, é possível ter oportunidade de obter conhecimento sobre diversos assuntos correlacionados com o nosso cotidiano. Um exemplo é a sustentabilidade, tema bastante utilizado em discussões atualmente em que se sobressai conhecer a importância de preservar o meio ecológico em que vivemos. Como destaca PREFEITURA DE VÁREZEA PAULISTA, 2017 é preciso preservar o meio ambiente, pois nele estão todos os recursos naturais necessários para nossa sobrevivência como água, alimentos e matérias primas. A afirmação de João de Lima, gestor municipal de meio ambiente, completa, que o principal obstáculo para mudanças de comportamento sobre a importância do meio é a sensação de que isso não é urgente e não nos afeta de imediato.

O fato é, que cada pequena ação pode contribuir para um desenvolvimento melhor do planeta, executando aos poucos melhorias para que o problema seja resolvido ou ao menos tenha seus impactos minuídos.

#### **2.3.2. Impacto da indústria têxtil**

O modo de se vestir sempre foi presente no cotidiano dos seres humanos, é a essência de uma forma essencial de expressão. Ela representa culturas, estilos, mesmo religiões e diferentes outros aspectos da sociedade.

Yara AGUIAR, C. N. et al., 2010 apud Karyne Simões de Freitas, 2015 “desde que o homem começou a se vestir na pré-história, um ciclo de mudanças sociais expressivas passou a acompanhar a evolução da moda e seus significados dentro da sociedade”, reforçando assim a importância da moda para a sociedade.

E foi a partir das transformações tecnológicas aprimoradas desde principalmente a revolução industrial que a indústria têxtil passou a ser tão importante

para uma sociedade, e têm ficado cada vez mais no protagonismo da produção. A moda *fast fashion* é o maior exemplo de como essa indústria se desenvolveu desenfreadamente.

O *Fast Fashion* pode ser definido como basicamente, um incentivo planejado pela indústria, ao comportamento consumista no âmbito da moda. Esse movimento teve início na década de 1970 e se mantém até os dias atuais.

Esse consumo, é incentivado pelas tendências, que vemos extremamente presentes no mundo na moda por meio das redes sociais. A alteração de tendências é feita de forma rápida o que diminui o ciclo de vida de um produto, intensificando a produção e as vendas de mais produtos. Com o princípio *Fast Fashion*, todo o processo da vida útil das peças dura no máximo seis meses, e por ser muito rápido, este ciclo de produção recomeça fazendo com que mais pessoas comprem peças no mundo todo. Segundo o relatório anual da Modifica (2021) “Anualmente no Brasil são confeccionados cerca de 8,9 bilhões de peças, o equivalente, em média, a 42,5 peças/hab./ano” Quantidade que devido as suas proporções exacerbadas causa acúmulo desnecessário de lixo têxtil todos os anos.

“Além do consumo exacerbado Peças *fast fashion* são utilizadas menos de cinco vezes e geram 400% mais emissões de carbono do que peças comuns, que são utilizadas 50 vezes. E a produção de roupas não polui apenas com emissão de carbono. Para produzir fibras têxteis é preciso desmatar, utilizar fertilizantes, agrotóxicos, extrair petróleo e transportar, entre outras formas de poluição.” (LEGNAOLI, 2021).

Outra grande questão relacionada a essa indústria é o descarte feito de forma incorreta, no qual as peças acabam sendo destinadas, podendo causar grandes estragos no ecossistema por conta do tipo de material usado. Por exemplo, a fibra têxtil mais utilizada nas confecções das roupas, é o poliéster, um tipo de plástico, o qual demora cerca de 200 anos para se decompor.

A pesquisadora e diretora do Instituto Modifica COLETRATO MARINA em entrevista dada ao PORTAL R7 (LETÍCIA SEPÚLVEDA, PORTAL R7, 01/12/2021) afirma que para solução desta realidade, deve-se apoiar a economia circular. Esta economia é capaz de reduzir o desperdício de materiais, a poluição, os resíduos tóxicos e ao mesmo tempo, aumentar o tempo de uso e materiais.

Para solucionar essa realidade nociva do processo de produção e de descarte dos produtos têxteis, Marina Colerato aposta na economia circular. De acordo com o relatório MODEFICA, 2021 Fios da Moda, o modelo econômico é baseado em “separar crescimento e desenvolvimento da extração, produção e consumo de recursos finitos”. Desta maneira, deve-se refletir sobre as maneiras de alternativa a superprodução, aumentando a circulação de produtos. “A economia circular não é sobre reciclar, antes de tudo precisamos reduzir a produção, e isso não tem sido feito. Na lógica do *fast-fashion* não existe circularidade” (COLERATO, 2021).

### **2.3.3. O brechó como alternativa sustentável**

Paralelamente aos problemas ambientais causados pelo mercado têxtil desde sua produção até sua destinação final, atualmente está crescendo a preocupação da população em geral para com o consumo sustentável e alternativas para diminuição dos efeitos negativos ao meio ambiente.

Pode-se dizer que uma ótima ferramenta sustentável para diminuir os impactos da indústria é o brechó, justamente pela circulação de produtos que poderiam ser considerados como lixo e conseqüentemente, serem descartados de forma incorreta. Esse processo é referido como logística reversa.

### **2.3.4. A logística empregada nos brechós**

Os brechós como sendo ambientes físicos ou não, de comércio de roupas/peças usadas são capazes de retornar ao consumidor, produtos que seriam descartados. Isto é, ao contrário das lojas convencionais, prolongam a vida útil desses produtos. Temos como logística reversa na Constituição Federal:

Lei 12.305, 2010, art. 3 “XII - logística reversa: instrumento de desenvolvimento econômico e social caracterizado por um conjunto de ações, procedimentos e meios destinados a viabilizar a coleta e a restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial, para reaproveitamento, em seu ciclo ou em outros ciclos produtivos. ” (BRASIL, 2010).

Por este motivo, o brechó apresenta uma grande circularidade de produtos. A logística reversa obtida pela venda de produtos usados nesses estabelecimentos

permite gerenciar e minimizar os impactos obtidos, em parceria com o consumidor, diminuindo as produções e o material descartado incorretamente.

Desta maneira, os brechós são uma alternativa adequada para os consumidores que possuem responsabilidade ambiental sobre consumo consciente e a destinação de suas peças após o período de vida útil, gerando de uma forma unânime, variadas ações positivas, ambientalmente e socialmente.

#### **2.4. Como os brechós são acessíveis economicamente**

No início da história desse comércio, um dos objetivos de criá-lo era disponibilizar peças com um preço mais acessível do que em lojas convencionais, como roupas, sapatos e acessórios, e essa cultura se expande até os dias de hoje. Isso possibilita que pessoas de baixa renda e pessoas que tem pouco poder de compra, possa adquirir peças que normalmente não tinham capacidade.

Os brechós vendem roupas de baixo custo, pois são peças usadas e por isso perdem o valor. Durante a pandemia causada pelo Covid-19, houve uma grande crise econômica, e o gasto com roupas tornou-se desnecessário, e também outro fator que influenciou além da crise, foi o isolamento social, as pessoas não sentiam necessidade de comprar roupas novas, pois não saiam de casa. Com isso, a busca pelos brechós para comprar roupas aumentou consideravelmente com a volta do convívio social. Como declarou Knoth (2022) “Segundo dados da ferramenta de buscas do Google, as pesquisas por peças de segunda mão cresceram 572% no Brasil entre os primeiros semestres de 2019 e de 2022”. Portanto, a necessidade de comprar mais barato aumentou, e os brechós são uma boa opção para quem quer economizar, ou seja, grande parte dos brasileiros.

Nos chamados “brechós de luxo”, a ideia é vender peças que normalmente tem preços muito elevados por um custo mais baixo. Esses comércios, ajudam com que pessoas que querem adquirir uma peça de uma empresa específica, mas não tem dinheiro para comprá-la, possam procurar nesses brechós por um custo mais acessível. Ajudando com que elas tenham mais liberdade no que escolher, sem se preocupar com o preço do produto que desejam. Como acontece no site Repassa, que é um brechó online que possui roupas, sapatos e acessórios de marcas populares por um preço mais barato, em 2020 houve uma parceria com a loja C&A, a ação

chamada “C&A + Repassa” consistia em estimular pessoas que queriam vender suas peças de roupas usadas, levar em uma loja da C&A e ganhar desconto em ambos os comércios, ajudando assim, a população à vender suas peças usadas e ainda ganhar desconto em uma nova, facilitando a venda e compra dessas peças.

Esse tipo de comércio, contribui com a redução do preconceito que clientes dos brechós sentem, sejam diminuídos, pois apesar de estarem comprando roupas de segunda mão, são roupas de marcas populares na sociedade, diminuindo o impacto do preconceito sobre a peça. E isso influencia nas pessoas de baixa renda, que também podem adquirir essas peças e serem mais incluídas na sociedade, em relação ao preconceito que sofreriam em estar usando peças de brechó e sem marca popular. Como descreveu GAMA (2018, p4), “a marca serve para esses consumidores como um elemento de diferenciação social tanto dentro de sua própria classe social quanto em relação a sociedade como um todo”. Ou seja, as pessoas buscam se adequar na população e podem fazer isso com um baixo custo monetário usando os brechós como facilitador.

Outro fator que a economia do brechó proporciona, é para os jovens. Esse grupo gosta de se destacar e as roupas vintage do brechó são uma opção, e o baixo custo faz com que essas peças sejam mais atrativas. Segundo ESTEVÃO (2020) “Entre os motivos que conquistam a geração Z, estão a vantagem de preços mais acessíveis, a exclusividade e a preocupação com o meio ambiente”. Os Jovens não possuem uma fonte de renda estável, muitos estão ainda em sua fase educacional e não trabalham. Por isso, o brechó se torna uma ótima opção, pois tem preços acessíveis ajudando no consumismo, eles podem adquirir muitas roupas por um preço acessível, objeto este que é usado por eles como forma de expressão e identidade, e não somente algo para vestir. Portanto o brechó é uma ferramenta que facilita a vida desses jovens, dando oportunidade de adquirirem roupas por um baixo preço.

Assim, os brechós proporcionam um benefício econômico para as pessoas de baixa renda, que procuram roupas de marcas populares e para os jovens que se adequam-se em ambas as situações, facilitando a vida destes grupos em suas compras de peças, seja no intuito de comprar uma roupa, sapato ou acessório que precisa ou de apenas querer uma peça usual, de marca ou para um uso específico.

## **2.5. Dos fornecedores aos consumidores finais**

### **2.5.1. Como os brechós realizam suas compras**

Com uma boa procura é possível encontrar peças que podem trazer sofisticação e valor ao seu brechó, como peças vintage, peças de coleções passadas de alguma marca reverenciada e até peças de luxo. “Os brechós podem abranger a venda de artigos de moda feminina, infantil, masculina, vintage, móveis e decoração, e até produtos premium. É importante identificar o público-alvo para buscar os fornecedores corretos e dar uma identidade ao negócio” (SEBRAE, NA [2019?], pg. 2). De acordo com SEBRAE ([201?] p.9):

“A aquisição dos produtos pode ser feita por intermédio de pessoas comuns que desejam se desfazer de peças já sem uso, ou através da compra de mercadorias novas em liquidações, bazares, pontas de estoque ou leilões”.

Pode-se avaliar que possuir uma grande gama de contatos é de extrema importância para esse mercado. Para a aquisição de peças em bom estado e lucrativas GEORGIANE, BÁRBARA, (2019) apresenta passos para não cometer graves erros “Verifique se tais produtos são rentáveis, se vão oferecer uma margem de lucro que seja favorável para seus os negócios e se sua comissão paga as despesas relacionadas com todo o processo”.

### **2.5.2. Fontes de fornecedores para os brechós**

Analisando as opções de investimento antecipado, ou seja, compra e revenda podemos dizer que geralmente elas proporcionam a oportunidade de adquirir peças em ótimo estado, em grande quantidade e a um preço com uma boa margem de lucro. São elas:

- Mercadorias em liquidações - “As grandes confecções normalmente vendem produtos com defeitos, mas em perfeitas condições de uso a preços baixos” (NA, SEBRAE, [2019?] p.8 ) o que possibilita exclusividade para sua loja.

- Bazares - “é possível encontrar peças de coleções passadas a preços competitivos” (NA, SEBRAE, 2019? p.8).

- Leilões - As empresas geralmente leiloam seus produtos que possuem alguma falha no processo de confecção, mas que estão em perfeito estado ou produtos de coleções passadas que não possuíam uma demanda satisfatória. GESTORA DE LEILÕES, LUT (2017) diz: “Para que as empresas não tenham um prejuízo tão grande, é preferível que elas ofereçam tais itens em um leilão, para que possam obter algum lucro com isso”.

Existem também, as fontes que normalmente não requerem um investimento prévio para adquirir suas peças, o que proporciona aos brechós um asseguramento do lucro e maior dinamização na aquisição desses produtos, uma vez que basta uma negociação com as fontes. São elas:

- Pessoas comuns – são as pessoas que desejam se desfazer de seus pertences não mais utilizados e que encontram uma oportunidade de fazer negócios com o empreendimento de peças usadas. É uma ótima alternativa para aquisição rápida.

- Pontas de estoque – quando uma empresa acumula peças em seu estoque e não consegue vendê-las, por excesso de oferta, essa empresa precisa se desfazer de seus produtos estocados o que a leva a vendê-los por um menor preço, “quanto menor o preço de um produto, maior é a quantidade da demanda.” (PINHEIRO, MARCONI, 2021) ou a negociar com os brechós. Nos dois casos os brechós podem se beneficiar com esse excesso de produção das indústrias e/ou comerciantes.

### **2.5.3. Consignação mercantil**

De acordo com OASEN, (2012) consignação comercial é: “operação em que um estabelecimento consignante, nesta matéria, industrial ou equiparado à indústria, remete a mercadoria a um estabelecimento consignatário, para que este procure efetuar a revenda destas mercadorias a preço previamente pactuado entre estes e firmado em contrato” Ou seja, o dono do estabelecimento de peças usadas faz um contrato com o fornecedor estabelecendo que a partir das vendas realizadas por ele, uma porcentagem previamente definida ficará com os fornecedores e as peças que não foram vendidas retornarão para o mesmo. Esse é um dos principais ‘segundo GEORGIANE, (2019) “Uma vantagem competitiva para os vendedores é a liberdade de ter um estoque maior com um investimento pequeno e com risco quase zero de

prejuízo” Além de reduzir os riscos de perda de estoque e não ter que arcar com prejuízos relacionados a isso, fazendo com que haja um maior capital de giro. Portanto, a praticidade e a segurança dessa modalidade de negociação fazem com que a consignação mercantil seja tão utilizada.

#### **2.5.4. Após a aquisição de mercadorias**

Aqui se encontra o famoso termo entre os brechós chamado “garimpo”, que nada mais é o processo de triagem do estoque, agindo na separação, distinção e classificação das peças para a revenda. Nesse processo é feita uma inspeção de qualidade e a identificação de peças que precisam de reparos ou limpeza, feito todos os ajustes necessários a peça estará pronta para ser exibida e vendida.

#### **2.6. Brechó como fonte de renda alternativa para os trabalhadores autônomos**

O segmento da moda é um mercado que teve um crescimento gigantesco na criação de produtos novos, à parte das questões ambientais, nunca antes se viu tantos acessórios, roupas, vestimentas e etc... Tudo isso decorrente da nova tendência de negócios que se chama Fast Fashion, onde os designers percebendo que o público geral estava cada vez mais interessado em se vestir bem, e de forma variada, começaram a implementar designs mais fáceis de serem produzidos, abrangentes no quesito gosto e com tecidos mais baratos.

Esse fenômeno foi observado pelo mundo inteiro desde 1990, e foi apontado por diversos especialistas:

“As empresas que trabalham no modelo fast fashion observam o que as pessoas estão consumindo das marcas renomadas e fabricam em larga escala modelos parecidos, porém com qualidade inferior. Desse modo, há uma maior garantia de que as peças serão consumidas. Essas empresas praticam a chamada moda globalizada, que permite que os mesmos tipos de produtos circulem por toda a rede de lojas ao redor do mundo, sem produzir peças com particularidades locais, o que barateia muito o produto final.” (LEGNAIOLI, 2021)

Sendo assim, como houve uma expansão de produtos, com diminuição no preço, as roupas estão se tornando cada vez mais descartáveis para os consumidores que a todo momento desejam peças novas. Portanto há um mercado claro para os empreendedores que pretendem começar um brechó, já que tanto a obtenção de produtos novos por parte do comércio se torna mais simples, como o desejo de peças de baixo custo aumentam.

Porém, não só de Fast Fashion se vive o brechó, este tipo de estabelecimento cresce exatamente por sua diversidade de produtos, já que não só possui esses produtos feito para consumo fácil, como também apresenta diversas peças de luxo. De boa qualidade, duradouras, e que normalmente seriam disponíveis apenas por preços exorbitantes, mas graças a sua natureza de segunda mão, os preços se tornam muito mais acessíveis para o consumidor médio.

O comércio de roupas usadas se torna particularmente interessante para trabalhadores autônomos nesse período pós-pandêmico no qual nos encontramos, onde muitas pessoas, afetadas pela crise, estão desempregadas, e viram a necessidade de se reinventar em novos negócios, um deles sendo o brechó. De acordo com levantamento realizado pelo Sebrae, baseado em dados da Receita Federal, houve um aumento na abertura de estabelecimentos que comercializam produtos de segunda mão, como os brechós, de 48,58% nos primeiros semestres de 2020 e 2021.

Esse crescimento se deve por diversos fatores, primeiro pela conscientização do público, que opta por um mercado menos danoso ao meio-ambiente, ao aumento de preços em diversos setores da moda, ou até simplesmente pelo público em potencial que não consumia em brechós pelo preconceito, e começou a consumir após a quebra de algum paradigma ou recomendação de algum conhecido. Como constado por Hortelã (2021), “Com um crescimento de 30,97% nos últimos 5 anos. Na pandemia cresceu 11,08%, números expressivos, e que confirmam a tendência do negócio. Representa 0,49% de empresas ativas no país, e somente esse ano gerou 343.197 vagas de emprego.”

No geral, os brechós provaram seu valor no mercado, e finalmente se tornaram um ótimo investimento para os trabalhadores autônomos formarem suas MEIs e MEs.

As vendas de produtos de luxo de segunda mão, vêm crescendo em média 12% ao ano em nível global, contra 3% dos produtos novos (Boston Consulting Group, 2022), provando que também é um negócio em evidência, e que tende a crescer cada vez mais com o passar do tempo, com um investimento mínimo, e grande variedade de produtos.

## **2.7. Condições atuais dos brechós: do preconceito a ressignificação**

Uma das causas para a ressignificação dos brechós nos dias atuais, deve-se as melhorias nos estabelecimentos que historicamente eram julgados por serem lugares escuros, empoeirados e pouco higiênicos, tendo uma grande danificação nas peças por conta de insetos e assim afastando os clientes. Atualmente, estes estabelecimentos estão atraindo um público de diversas faixas etárias, atendendo a maioria das classes sociais e diversos interesses.

Um dos pontos principais que define o progresso do brechó é onde o comércio se localiza e as mercadorias que ele fornece. Considera-se o público-alvo, local, visibilidade, segurança e higiene do local. Uma das outras formas para que isso ocorra é a situação em que se encontra as peças fornecidas para os clientes. Segundo Albarello; Barreto; Gomes (2020 apud Valéria Cardoso, 2021 p. 2):

Assim sendo, partindo do entendimento de que o consumo de moda em brechó aumentou e ganhou visibilidade nas mídias de moda, acreditamos que os produtos vendidos em brechó estejam passando por uma ressignificação. Seu consumo ultrapassou aspectos que levavam em consideração o custo de aquisição baixo e acrescentou aspectos sustentáveis e de estilo que os produtos de segunda mão possuem.

Os provedores dos produtos de segunda mão têm uma responsabilidade sobre os vestuários que podem possuir algum defeito ou problema que deve ser informado ao cliente antes da compra. Caso ocorra uma compra online fora do estabelecimento comercial, o cliente possui sete dias com o produto para verificar qualquer defeito e o trocar.

Diversas pessoas possuem peças que nunca foram utilizadas ou utilizaram uma vez, nem todas são velhas ou danificadas estando em perfeita condições para uso. Um dos maiores preconceitos em relação aos brechós é a questão da limpeza das peças, entretanto, este preconceito vem se encerrando, pois para que o lojista ganhe clientela é necessário que mantenha suas peças em boas condições, fazendo com que os produtos passem por uma verificação antes de serem enviados para as prateleiras, sendo lavados, dobrados e organizados. De acordo com a consultora de imagem e estilo Mariella Fassanaro em entrevista dada ao site MT, 2020:

“Eu sempre aconselho que, além da aparência externa, a gente vire a peça ao avesso e verifique as condições de costura, zíperes, botões e fechos. Tudo precisa estar funcionando ou, se não estiver, tem que haver o compromisso com o reparo, senão vai ser só mais uma peça com potencial, mas que continuará encostada [...]. Se a etiqueta ainda estiver lá, o que recomendo é a leitura dela e o cumprimento das instruções. Aqui a máquina de lavar é super vilã: vai acelerar qualquer desgaste. Porém, também é preciso entender e aceitar que algumas peças de brechó podem ter mesmo uma vida útil mais curta – a depender da idade que já têm”.

Diversos consumidores não possuem conhecimento sobre seus direitos em relação a peças de segunda mão. Estes produtos também possuem garantia conforme estabelece o artigo 24 do código de defesa do consumidor, mesmo que o fornecedor tenha fornecido informação que o consumidor adquiriu o produto naquele estado. É deverás importante que o fornecedor descreva algum defeito que a peça possui, uma vez que a informação é direito básico.

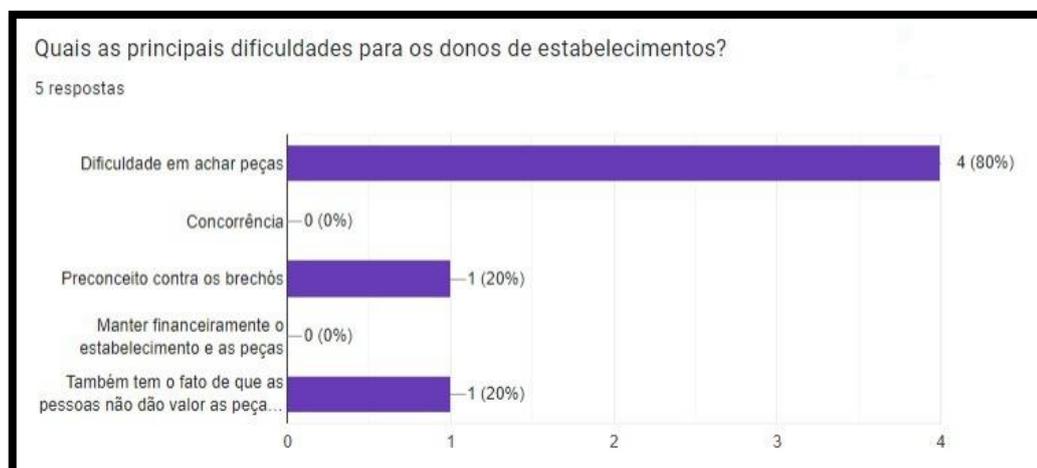
### 3. PESQUISA DE CAMPO

#### 3.1. Entrevista com donos de brechós

O modelo proposto foi realizado através de entrevistas efetuadas presencialmente com 5 donos de brechós de Ribeirão Preto. As respostas foram transcrevidas para um formulário para facilitação da coleta de dados.

O questionário continha 18 perguntas, sendo 16 questões de múltipla escolha e 2 questões abertas, que buscam entender os processos que envolvem a compra e venda de peças usadas, o conhecimento dos donos dos estabelecimentos quanto a questões sustentáveis e seus impactos, e sobre sua atuação e suas dificuldades no mercado.

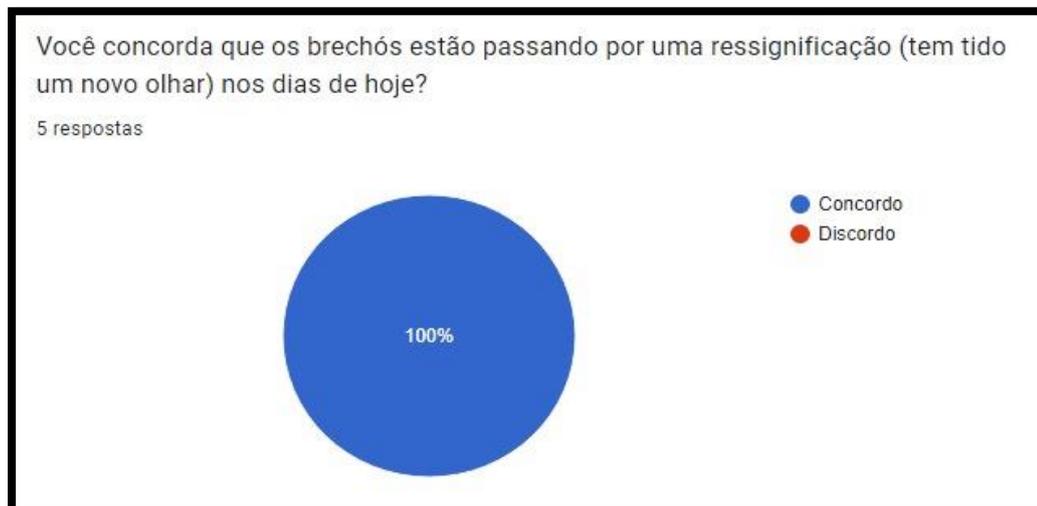
Nota-se em relação às principais dificuldades, como diz a imagem 3.1, que 80% (4) dos entrevistados apontam a dificuldade em encontrar peças para comprarem e comercializarem. E apenas 20% (1) problematiza a questão do preconceito contra brechós.



**Figura 3. 1 - Dificuldades gerais dos estabelecimentos.**

**Fonte:** Elaborado pelos Autores (2022).

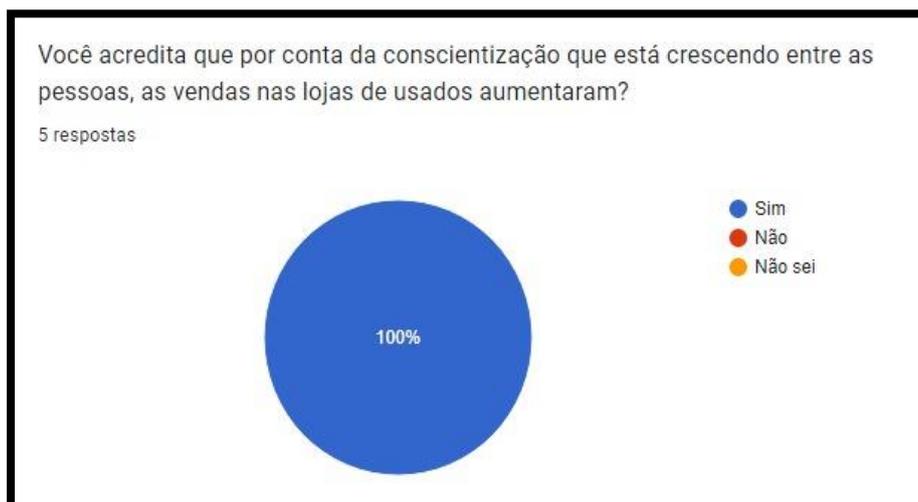
Em contrapartida, todos os entrevistados (100%) concordam que brechós tem passado por uma ressignificação nos dias de hoje (figura 3.2). Fato que mostra que a problematização do preconceito contra brechós, mesmo que ainda presente como visto na figura 3.1, tem, aos olhos dos donos, se quebrado em meio a ressignificação que vem se construindo.



**Figura 3. 2 - Ressignificação dos brechós.**

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Também 100% dos entrevistados apontam que as vendas em suas lojas de usados cresceram devido à ressignificação propriamente dita.



**Figura 3. 3 - Influência da conscientização no aumento de vendas.**

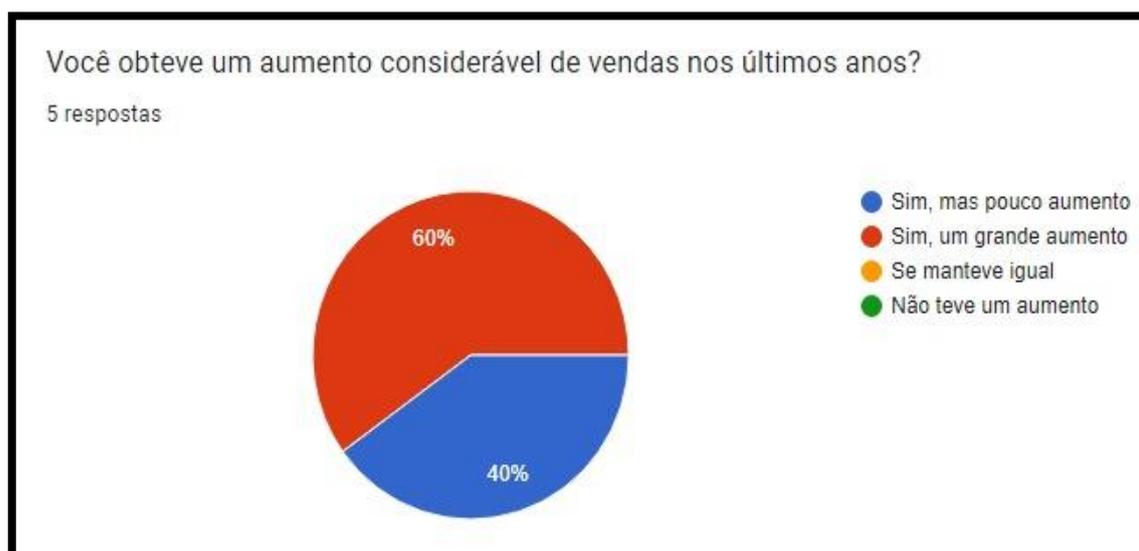
Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Já quanto à procura dos estabelecimentos de peças usadas no contexto pandêmico (figura 3.4), a maioria dos entrevistados (60%) diz que a procura pelo seu comércio aumentou. Enquanto os outros 40% estão divididos entre: procura se manteve igual (20%) e houve uma queda na procura (20%). Mostrando como a pandemia foi motivo de crescimento na procura dos comércios entrevistados, superior ao número de perda de procura.



**Figura 3. 4 - Aumento da demanda no contexto pandêmico.**

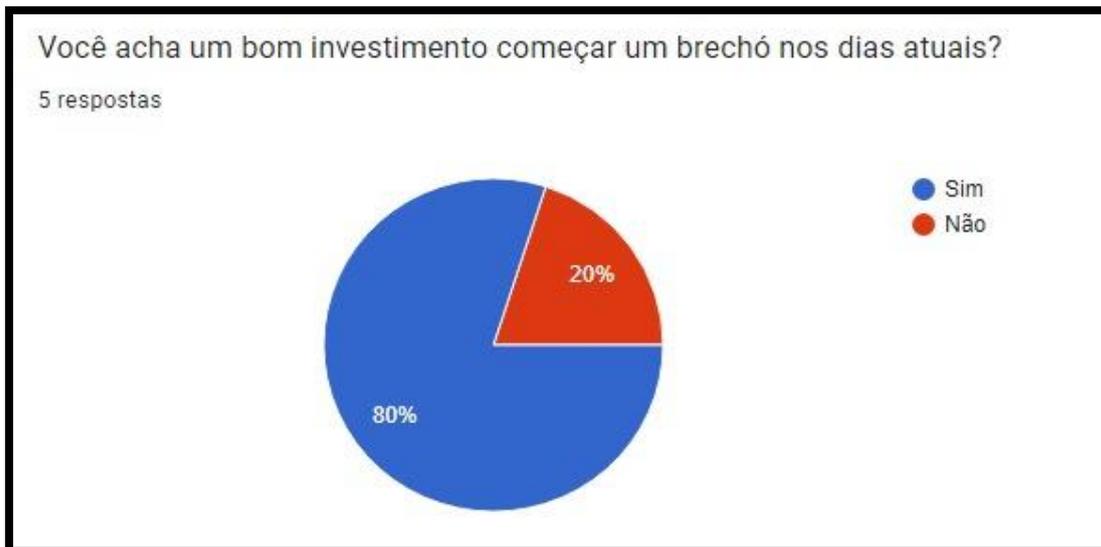
Fonte: Elaborado pelos autores (2022).



**Figura 3. 5 - Aumento de vendas nos últimos anos.**

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Não só no contexto pandêmico, mas, segundo a figura (3.5), nos últimos anos a maioria dos entrevistados (60%) disseram que tiveram um aumento grande de vendas. Enquanto os outros 40% também passaram por um aumento, mas um aumento pequeno.



**Figura 3. 6 - Opinião sobre a abertura de um negócio na área.**

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

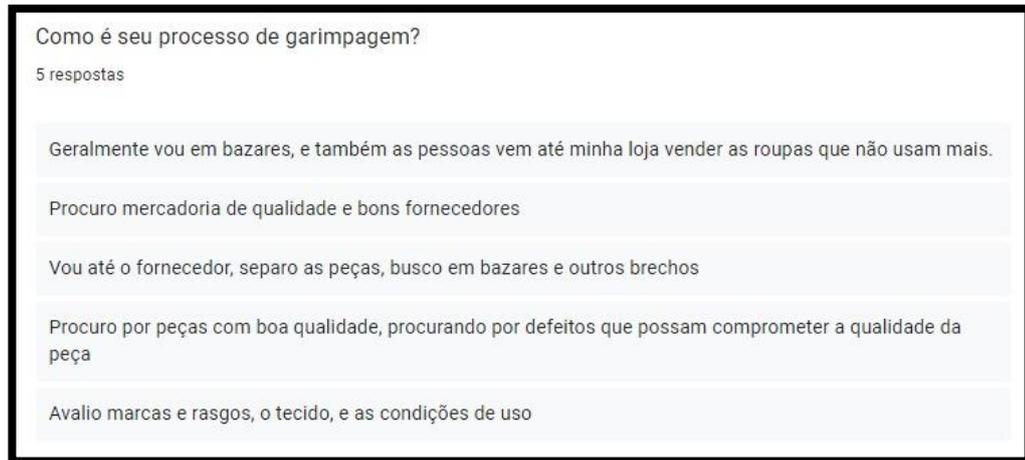


**Figura 3. 7 - Diferença de gerações na criação de brechós.**

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Tendo em vista a ressignificação e o aumento na procura por estabelecimentos de peças de segunda mão, 80% dos entrevistados concordam que é um bom investimento começar um brechó hoje em dia (figura 3.6), e os mesmos 80% concordam que é mais fácil abrir um negócio na área hoje em dia do que antigamente.

Já sobre o processo de garimpagem realizado por cada um dos donos de estabelecimentos, nota-se uma semelhança entre os métodos na questão de os próprios donos buscarem pelas peças e verificarem a sua qualidade antes de colocá-las à venda (figura 3.8).



**Figura 3. 8 - Processo de garimpagem dos donos.**

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2022).



**Figura 3. 9 - Relação entre garimpagem e lixo têxtil.**

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2022).

Tem-se, também, a concordância dos 5 entrevistados (100%) que há uma diminuição do lixo têxtil com a prática de garimpagem como visto na figura 3.9.

Quanto a relação dos estabelecimentos, é visto que a maioria (60%) não doa ou vende peças para outros brechós (figura 3.10), reforçado pela presença de competitividade entre o ramo que é dada em seu total 80% (40% pouca, e 40% muita competitividade), e com apenas 20% dizendo que não há competitividade no seu comércio, como visto na figura 3.11.

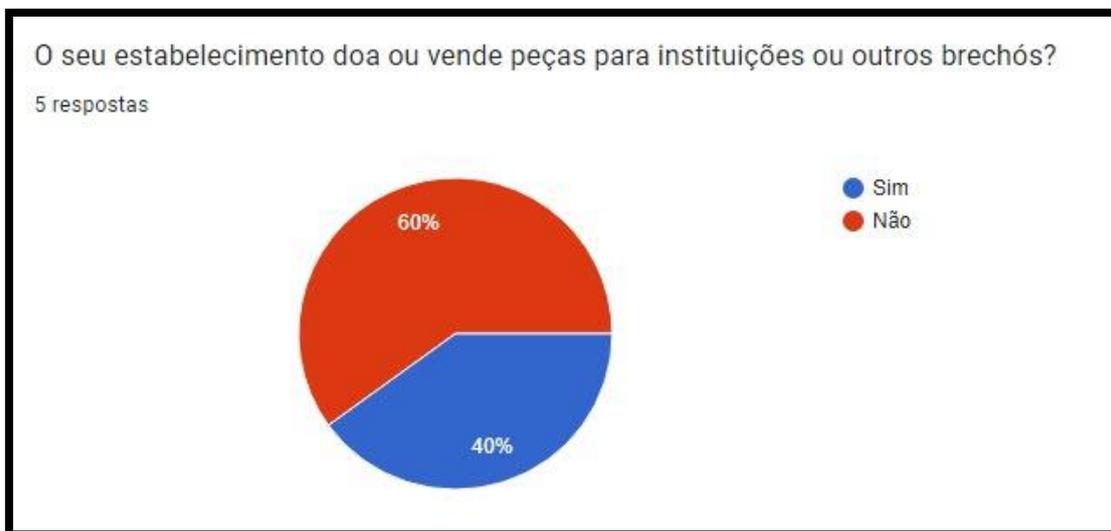


Figura 3. 10 - Doação e venda entre brechós.

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

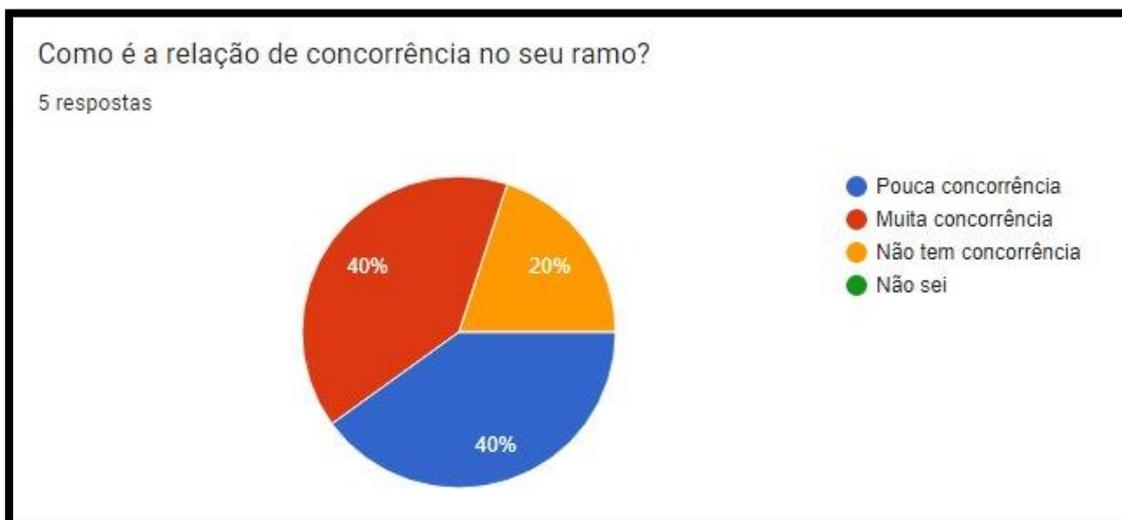
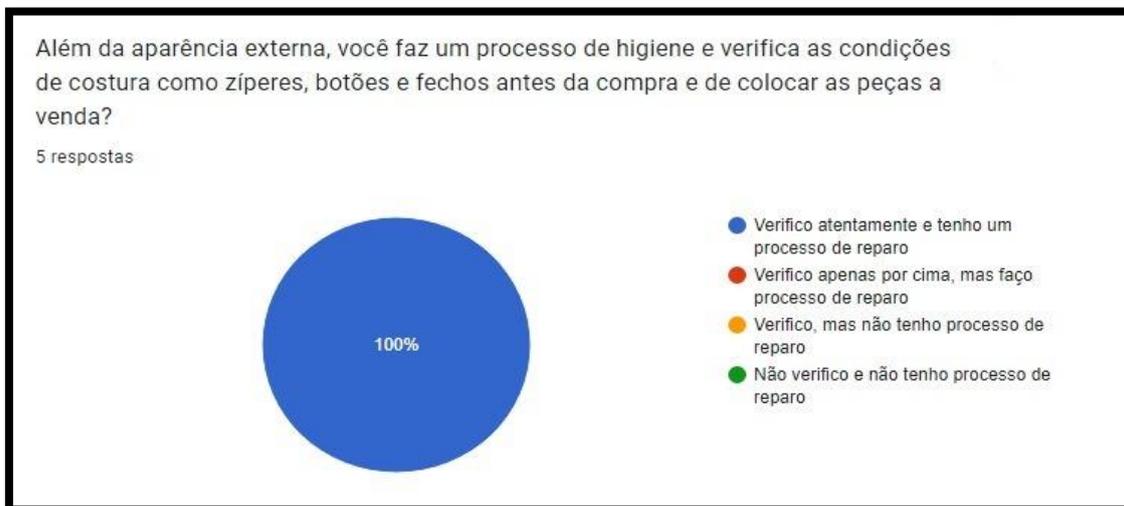


Figura 3. 11 - Concorrência entre os estabelecimentos.

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

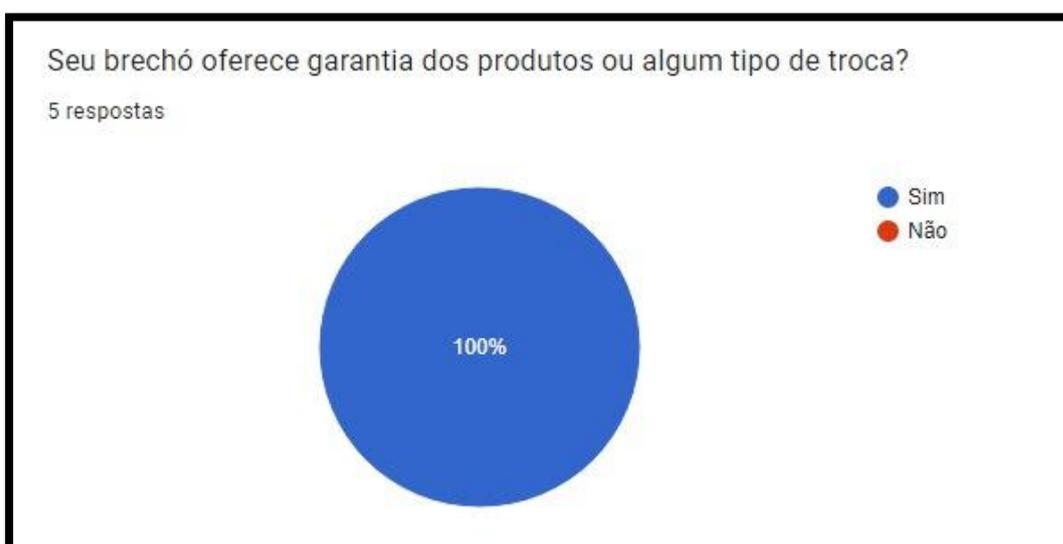
Em todos os estabelecimentos entrevistados, é visto 100% de concordância quanto a verificação atenta e processos de reparo feitos nas peças garimpadas antes de pô-las a venda. (Figura 3.12)



**Figura 3. 12 - Processo de checagem das peças.**

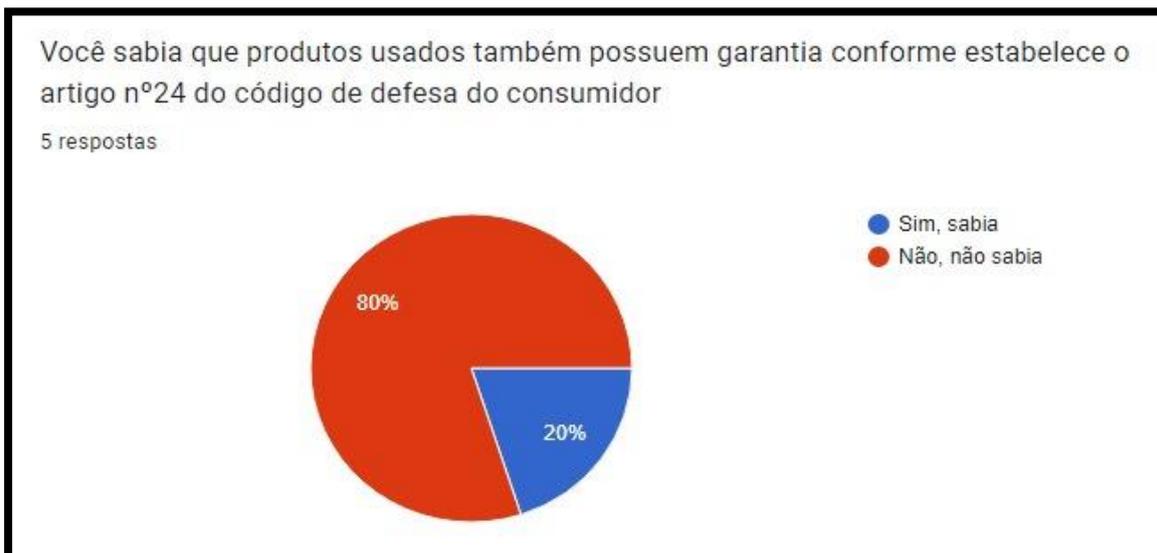
Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Os 5 donos afirmaram que oferecem algum processo de troca de peças em seus estabelecimentos (figura 3.13). Contudo, apenas 4 (80%) possuem conhecimento do artigo do código do consumidor que garante esse direito dos consumidores, como visto na figura 3.14.



**Figura 3. 13 - Garantia e troca nos estabelecimentos.**

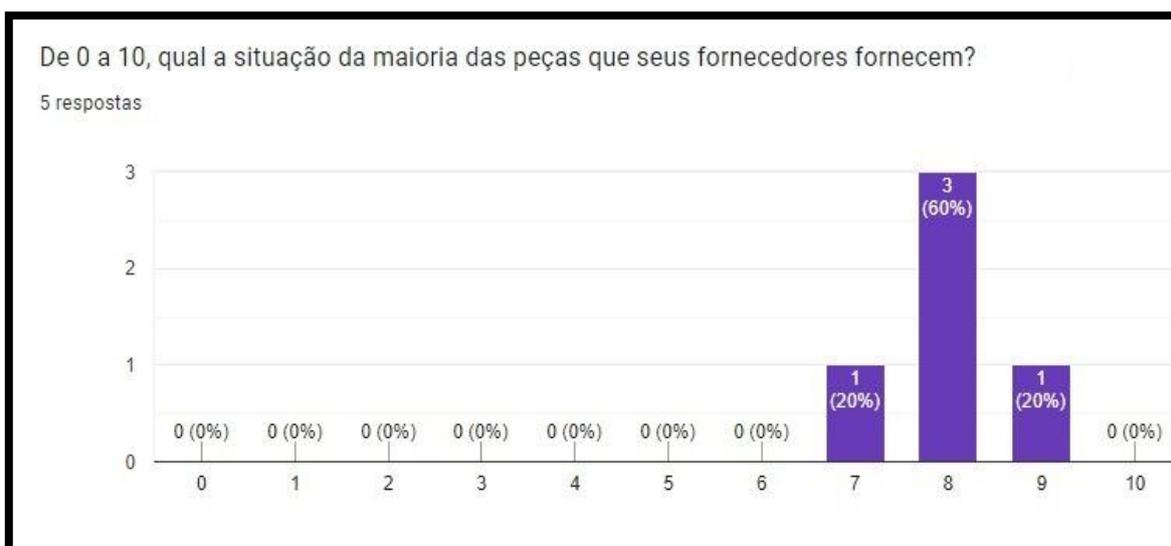
Fonte: Elaborado pelos autores (2022).



**Figura 3. 14 - Conhecimento dos donos quanto ao artigo do CDC.**

Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

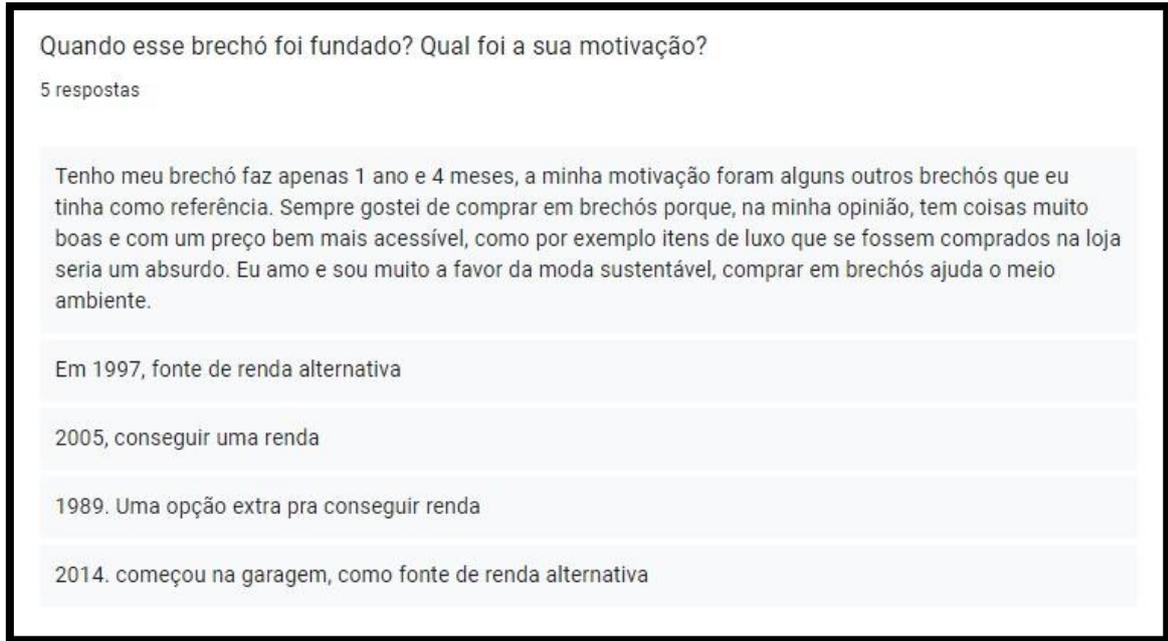
Em relação à qualidade das peças entregues pelos fornecedores, os donos afirmam em sua maioria que as peças possuem uma qualidade 8 (de 0 a 10), visto na figura 3.15.



**Figura 3. 15 - Qualidade das peças fornecidas.**

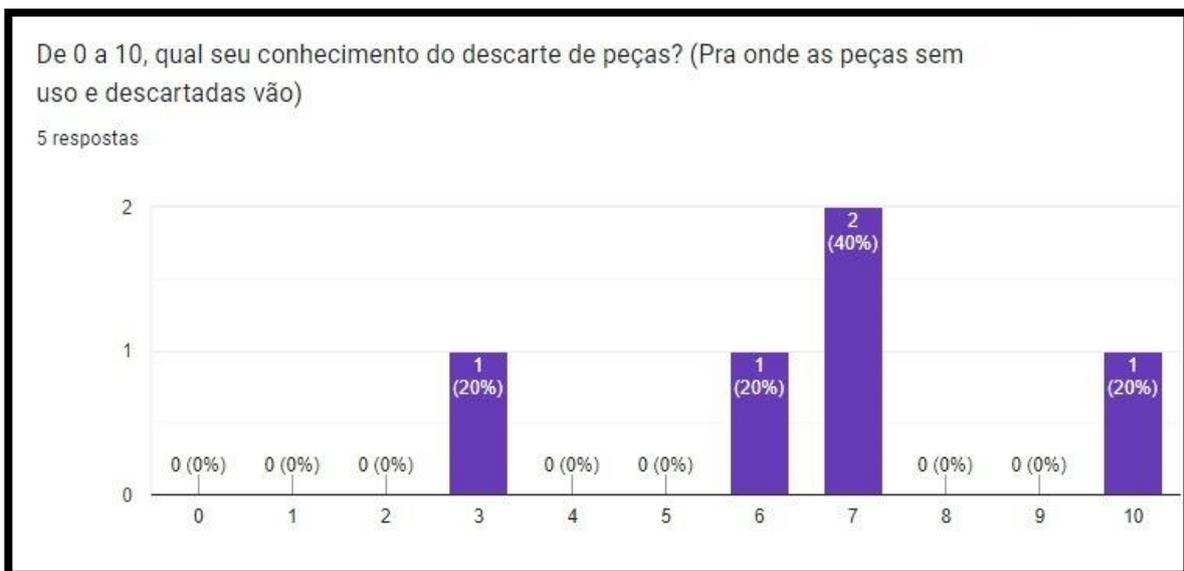
Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Sobre a motivação dos donos para a abertura do seu negócio de peças de segunda mão, observa-se uma semelhança entre todas as respostas no que diz respeito à procura de renda alternativa como motivação. (Figura 3.16)



**Figura 3. 16 - História e motivação do estabelecimento.**  
**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Como observado na figura 3.17, foi levantado que o conhecimento dos donos dos estabelecimentos quanto ao descarte de peças é variado, sendo 20% de nível 3, 20% de nível 6, 40% de nível 7 e 20% de nível 10. Com níveis de conhecimento entre 0 e 10.



**Figura 3. 17 - Conhecimento dos donos quanto ao descarte de peças.**  
**Fonte:** Elaborado pelos autores (2022).

Por fim, na figura 3.18, 40% dos entrevistados afirmam que seria necessário um baixo custo (até 5 mil) para a abertura de um brechó. 40% afirmam necessário um custo médio (até 10 mil) e somente 20% aponta que o custo seria alto (mais de 10mil).

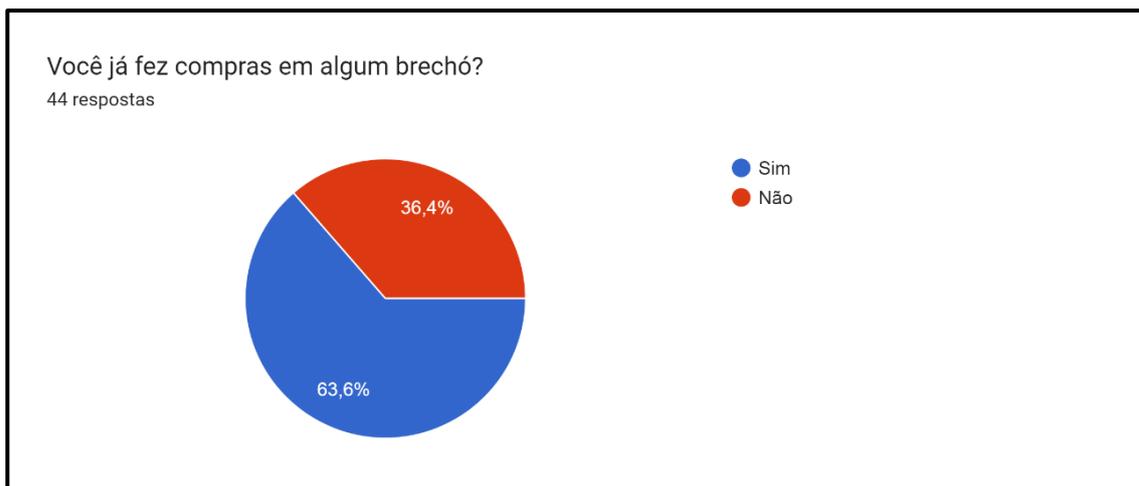


**Figura 3. 18 - Custo inicial para abertura de um brechó.**

**Fonte:** Elaborado pelos alunos (2022).

### 3.2. Entrevistas com os consumidores

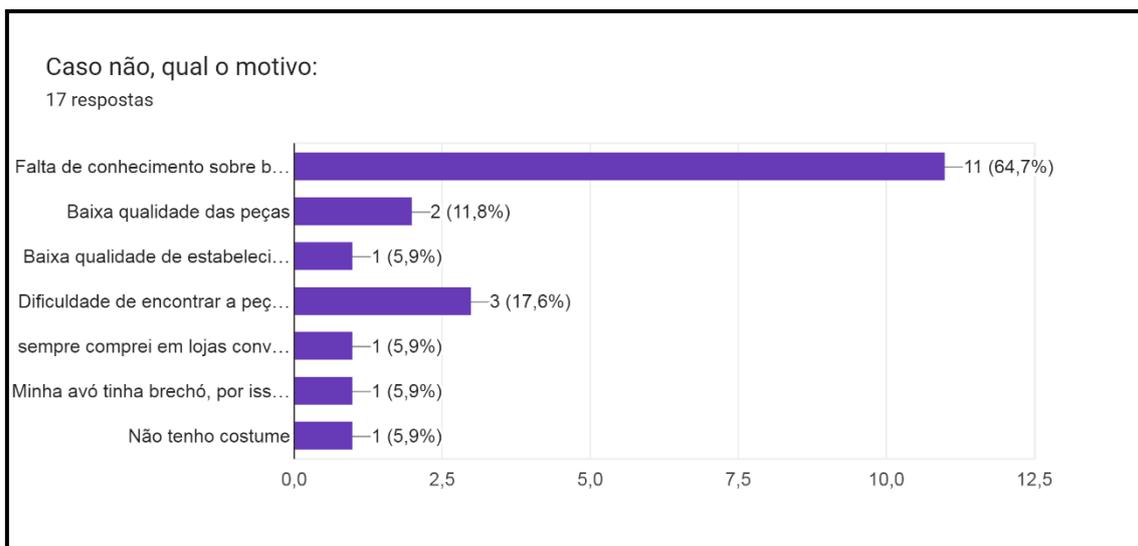
O modelo de formulário proposto (Apêndice C) continha 18 perguntas de múltiplas escolhas e visou identificar o perfil dos consumidores de peças usadas, além de identificar a população não consumidora e seus motivos para não adquirirem tal peças. Esta pesquisa foi distribuída por WhatsApp e divulgada em redes sociais como o Instagram, e obteve participação de 44 pessoas, sendo 63,6% de respostas do público feminino, 29,5% de respostas do público masculino e 6,8% de respostas do público de outros gêneros. Se tratando da faixa etária, as maiores participações foram de consumidores menores de 18 anos, representados percentualmente por 56,8%. As menores participações foram obtidas entre o público de 25 a 50 (4,6%), e a contribuição das pessoas de 18 a 25 foi de 38,6%.



**Figura 3. 20 – Pessoas que compram em brechó.**

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2022).

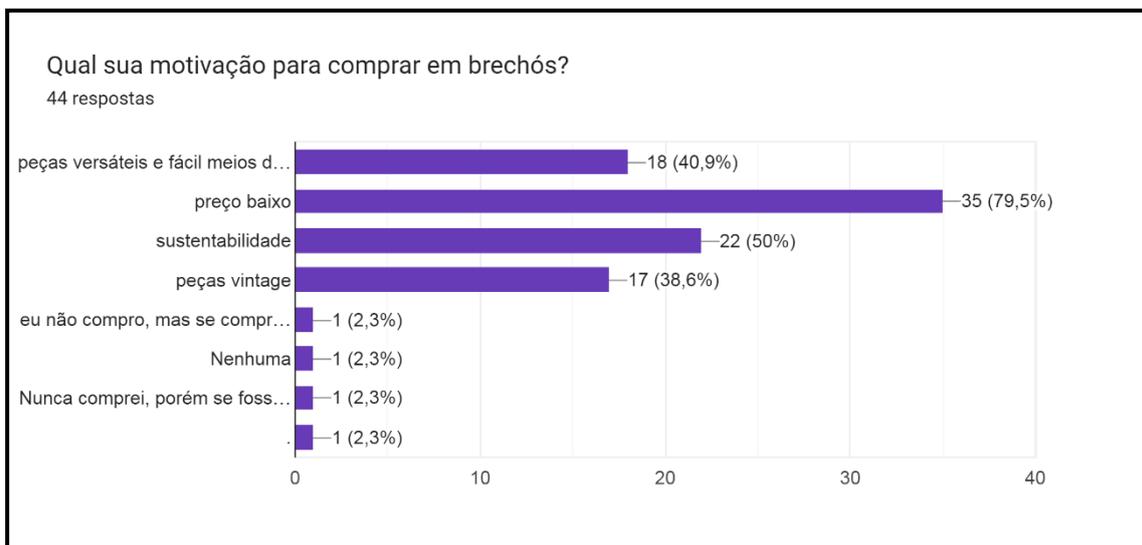
Na figura 3.19 é possível identificar que a maioria dos entrevistados já compraram em algum brechó com respectivamente 63,6% e dessa porcentagem, apenas 27,3% frequentam os brechós com uma boa regularidade e 36,4% afirmam que raramente frequentam. Dentre os que nunca compraram, fizemos o seguinte questionamento para sabermos a causa:



**Figura 3. 19 – Motivos das pessoas não comprarem em brechó.**

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Como podemos analisar, 64,7% alegaram não possuir conhecimento sobre esse tipo de estabelecimento e por isso nunca pensou nessa alternativa ao realizar suas compras. Além disso 86,4% alegaram nunca ter comprado em algum brechó online.



**Figura 3. 21 – Motivação para comprar em brechó.**

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2022).

Na figura 3.21 é possível observar a motivação para os consumidores comprarem nos brechós e a maioria dos entrevistados responderam que o preço baixo (79,5%) é o maior fator seguido da sustentabilidade (50%) que o comércio de peças usadas oferece.

Um bom fator analisado foi se os entrevistados já doaram alguma peça para brechós e 52,3% afirmaram que sim, porém quando perguntamos se eles sabem o destino de suas roupas, o resultado não foi bom como é possível ver na escala a seguir:



**Figura 3. 22 – Conhecimento dos consumidores sobre o descarte de peças.**

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2022).

20,5% afirmaram ter conhecimento “3” a respeito do descarte de peças, e em uma escala de 0 a 10 isso é preocupante, até porque somando todas as porcentagens abaixo de 5 na escala, obtivemos o resultado de 63,6%.

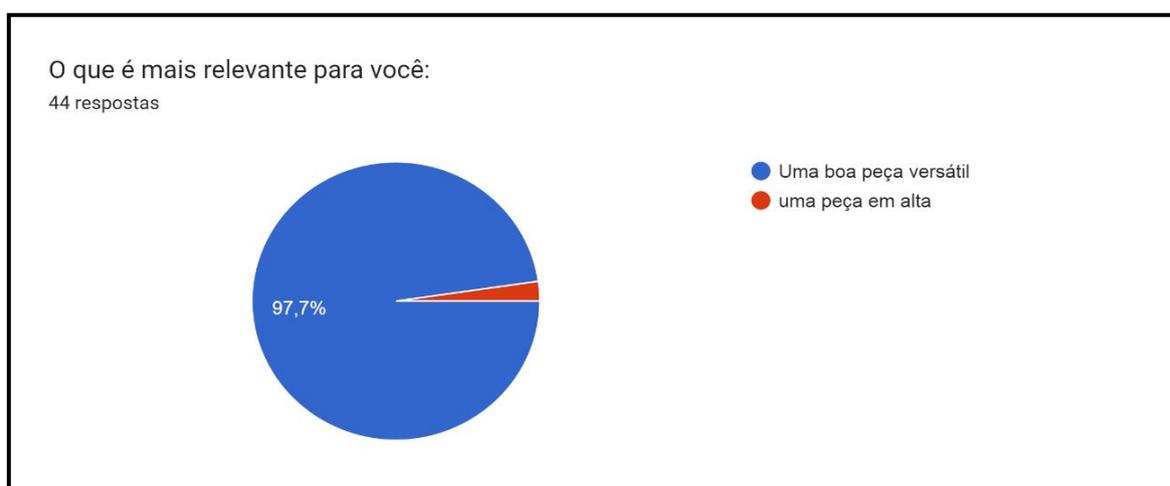
Seguindo o raciocínio montado para analisar a consciência dos entrevistados em relação a sustentabilidade, perguntamos se com base nessa conscientização crescente na sociedade, elas acreditam que as vendas nos brechós aumentaram e 86,4% responderam que sim.

Para analisarmos o impulso dos entrevistados ao irem as compras, fizemos as seguintes perguntas:



**Figura 3. 23 - Compras segundo a tendência.**

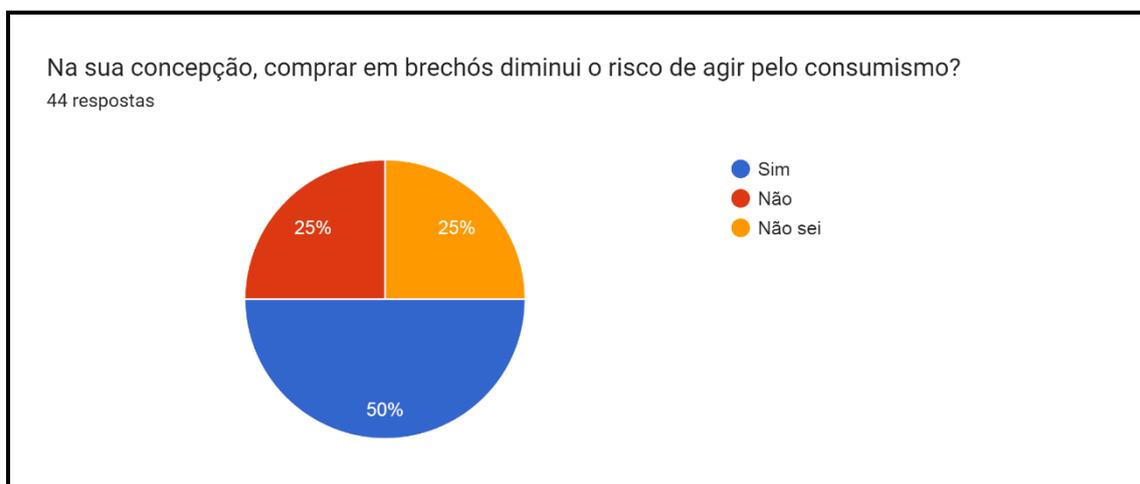
Fonte: Elaborado pelos autores (2022).



**Figura 3. 24 - Relevância na compra de roupas.**

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

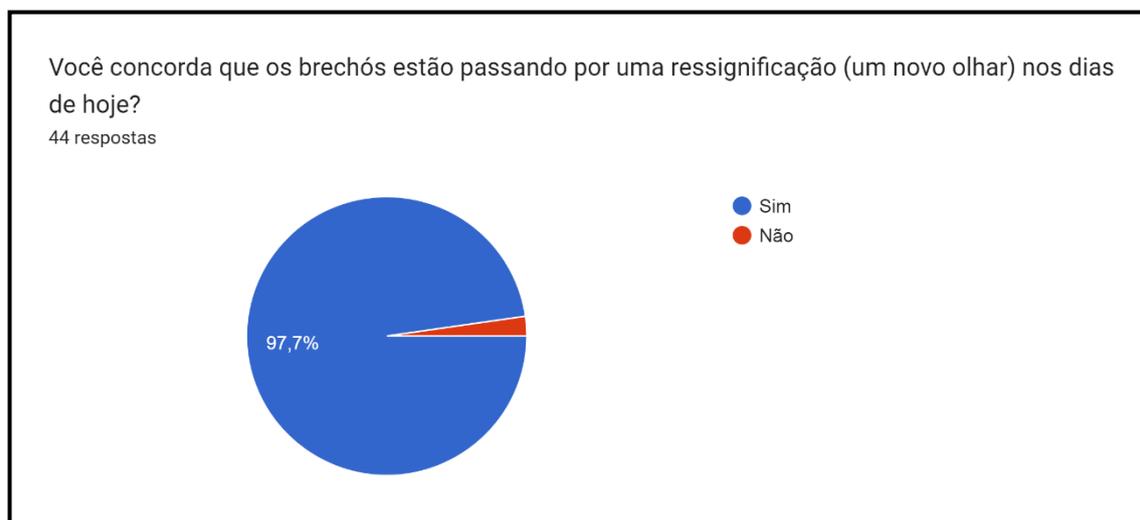
Apesar de 97,7% dos participantes responderem que preferem uma peça versátil ao invés de uma peça em alta, apenas 75% afirmaram não comprar segundo tendências.



**Figura 3. 25 - Diminuição do risco de consumismo na compra em brechós.**

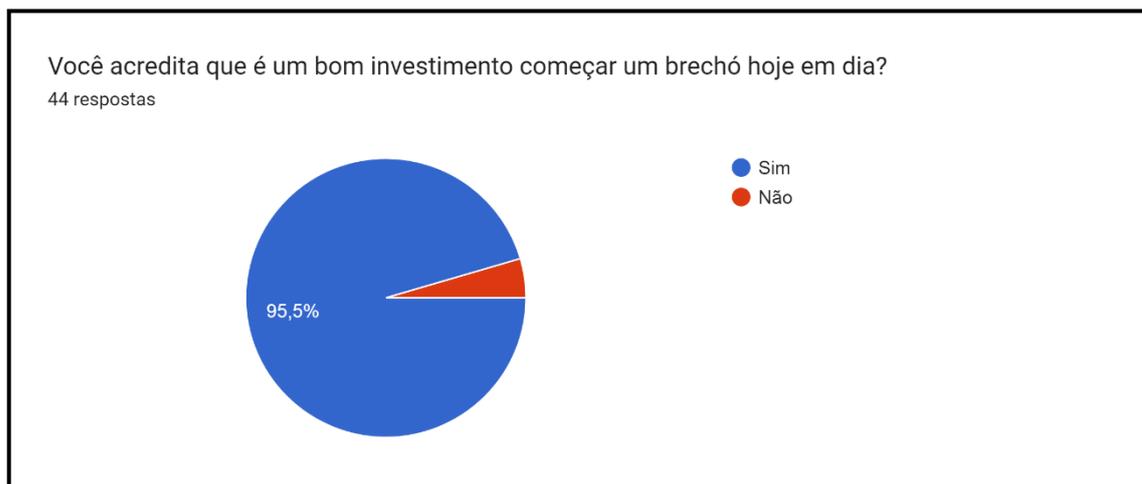
**Fonte:** Elaborado pelos autores (2022).

Na figura 3.25 perguntamos para os entrevistados se os brechós podem diminuir de alguma forma o consumismo na sociedade e 50% afirmaram que sim.



**Figura 3. 26 - Ressignificação dos brechós na visão dos consumidores.**

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2022).



**Figura 3. 27 - Investimento nos brechós na visão dos consumidores.**

**Fonte:** Elaborado pelos autores (2022).

Na figura 8 e 9 obtivemos altas porcentagens com 97,7% de pessoas afirmando que os brechós passaram por uma ressignificação nos dias de hoje e 95,5% alegaram que um brechó é um bom investimento de empreendimento hoje em dia.

#### 4. CONCLUSÃO

De modo geral, os brechós, desde sua origem, como casas de pulgas na Europa, ou nos primórdios do Brasil República, foram preconcebidos como um espaço insalubre, anti-higiênico e antigo, que não possui peças de qualidade, e nem garantia sobre elas. No entanto, com o passar dos anos, e com o auxílio das crises econômicas vividas em 2014 e 2020, houve o início de uma nova perspectiva exponencialmente positiva sobre essa categoria de comércio, tanto pela adaptação dos comerciantes, tanto pela maior aceitação do público.

Economicamente, o setor de moda no geral, presenciou um aumento tanto nas suas vendas quanto na sua produção, criando um fenômeno chamado “*fast fashion*”, no qual novas peças são criadas e rapidamente descartadas por benefício da moda. Tendo em vista essa nova tendência, o comércio de roupas usadas se destaca, não só por causa da deterioração do poder de compra do trabalhador médio, como pela consciência que se criou na busca de peças duradouras, sustentáveis e de boa qualidade. Todos esses fatores contribuíram para o crescimento de comércios de vestimentas usadas por todo o país.

No entanto, o fator econômico não foi o único elemento relevante para essa busca cada vez maior que vemos por brechós, na verdade, percebe-se um grande crescimento na conscientização do público a respeito das questões ambientais que cercam o mundo da produção têxtil. Nota-se que as roupas são um dos maiores poluidores do planeta, justamente pelo conceito de *fast fashion*, com as roupas sendo descartadas tão rapidamente em prol de comprar novas que estão na moda, milhares de produtos não tem a oportunidade de serem reaproveitados, apesar de estarem em boas condições. E é aí que o brechó entra, pois apresenta uma opção para consumidores que tem preferência para alternativas mais sustentáveis, e o conceito base de reutilização de roupas desse comércio é uma ótima pedida para esse público.

Tendo em vista todos esses fatores, a implementação de um brechó nos dias de hoje é extremamente favorável para microempreendedores e trabalhadores autônomos que pretendem começar a ter uma fonte de renda própria. Devido à natureza de seus produtos, que possuem um público próprio, os comerciantes não precisam se preocupar tanto em concorrer com as grandes lojas

de departamento, e nem se preocupar com a falta de espaço nesse mercado, já que a procura dessa categoria de comércio cresceu exponencialmente nos últimos tempos, e a perspectiva para o futuro é de que seja ainda maior nos próximos anos.

## REFERÊNCIAS:

AGUIAR, C. N.; MARTINS, E. P.; MATOS, R. N. **A Importância Do Consumo Consciente no Mercado De Moda.** 2010. Disponível em: [https://www.inovarse.org/sites/default/files/T\\_15\\_517.pdf](https://www.inovarse.org/sites/default/files/T_15_517.pdf) . Acesso em: 11/09/2022.

G1. **Alta de 16,08% nos preços das roupas nos últimos 12 meses é a maior em 27 anos.** 2022. Disponível em: <https://www.google.com/amp/s/g1.globo.com/google/amp/jornal-da-globo/noticia/2022/06/30/alta-de-1608percent-nos-precos-das-roupas-nos-ultimos-12-meses-e-a-maior-em-27-anos.ghtml>. Acesso em: 11/09/2022.

**A história de onde veio o Brechó e sua importância;** 2022, disponível em: <https://www.momsdoabc.com.br/blog/125/a-historia-de-onde-veio-o-brecho-e-sua->. Acesso em: 12/09/2022.

VC S/A. **Brechós atraem moderninhos e podem desbancar lojas de roupas tradicionais.** 2021. Disponível em: <https://www.google.com/amp/s/vocesa.abril.com.br/sem-categoria/a-ascensao-dos-brechos/amp/>. Acesso em: 11/09/2022.

BRASIL. **Lei 12.305, 2010, art. 3. 2010.** Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm#:~:text=\T1textsection%20o%20Respeitada%20a;civil%2C%20de%20serviços%20de%20transporte%2C](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm#:~:text=\T1textsection%20o%20Respeitada%20a;civil%2C%20de%20serviços%20de%20transporte%2C). Acesso em: 14/09/2022.

ESTEVIÃO, **Brechós conquistam cada vez mais adolescentes e jovens.** Veja dados, Metrôpoles; 2020, disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/brechos-conquistam-cada-vez-mais-adolescentes-e-jovens-veja-dados?amp>. Acesso em: 14/09/2022.

FREITAS, K. S. de. **O negócio do brechó como uma nova tendência na construção do desenvolvimento sustentável.** Xi congresso nacional de excelência em gestão, p. 4 – 5, Agosto 2015. Disponível em: [https://www.inovarse.org/sites/default/files/T\\_15\\_517.pdf](https://www.inovarse.org/sites/default/files/T_15_517.pdf). Acesso em: 14/09/2022.

GAMA, **Renovação Após o Descarte: Os Brechós na Baixa Renda**, Silo Tips; 2018, disponível em: [https://silo.tips/queue/renovacao-apos-o-descarte-os-brechos-na-baixa-renda?&queue\\_id=-1&v=1663240942&u=MjgwNDozODk6MjA0ODo5ZGFmOjA6NjA6ZTYyZjphNDAx](https://silo.tips/queue/renovacao-apos-o-descarte-os-brechos-na-baixa-renda?&queue_id=-1&v=1663240942&u=MjgwNDozODk6MjA0ODo5ZGFmOjA6NjA6ZTYyZjphNDAx). Acesso em: 05/09/2022.

GEORGIANE Bárbara, **venda consignada**, 2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/venda-consignada/>. Acesso em 14/09/2022.

KNOTH, **Busca por roupas e outros itens de 2ª mão cresce 572% no Google na pandemia**, UOL Economia; 2022, disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2022/08/15/busca-por-roupas-e-itens-de-2-mao-cresce-500-no-google-durante-a-pandemia.htm>. Acesso em: 05/09/2022.

LEGNAIOLI, S. **Fast fashion: o que é, impactos e alternativas**. Ecycle. Disponível em: <https://www.ecycle.com.br/fast-fashion/>. Acesso em: 12/09/2022.

PORTAL R7, **Moda, consumo e lixo: a onda 'fast fashion'**. 2022. Disponível em: <https://www.jornalopcao.com.br/artigo-de-opiniao-2/fast-fashion-399249/>. Acesso em: 11/09/2022.

MARTINS, VALENTINS, **Reflexões sobre o consumo de moda em brechós na atualidade**, 2021, disponível em: [https://repositorio.ifsc.edu.br/bitstream/handle/123456789/2303/tcc.valeria\\_cardoso\\_martins.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ifsc.edu.br/bitstream/handle/123456789/2303/tcc.valeria_cardoso_martins.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Acesso em: 13/09/2022.

MODEFICA, **FIOS DA MODA: Perspectiva Sistêmica Para Circularidade**. p. 9 – 81, 2021. Disponível em: <https://reports:modifica.com:br/fios-da-moda/library/downloads/modificareport-FIBRAS-TEXTEIS-2021.pdf>. Acesso em: 14/09/2022.

MÁFIA DO MERGULHADOR, **O lixo têxtil e seus impactos no meio ambiente**. 2020. Disponível em: <https://www.mafiadomergulho.com.br/o-lixo-textil-e-seus-impactos-no-meio-ambiente/>. Acesso em: 10/09/2020.

OASEN Patrícia, **consignação mercantil**, 2012. Disponível em: [https://www.econeteditora.com.br/boletim\\_icms/ipi/ipi-12/ipi\\_consigmercantil.php#:~:text=%2D%20Consigna%C3%A7%C3%A3o%20mercantil%3A%20opera%C3%A7%C3%A3o%20em%20que,estes%20e%20firmado%20em%20contrato](https://www.econeteditora.com.br/boletim_icms/ipi/ipi-12/ipi_consigmercantil.php#:~:text=%2D%20Consigna%C3%A7%C3%A3o%20mercantil%3A%20opera%C3%A7%C3%A3o%20em%20que,estes%20e%20firmado%20em%20contrato). Acesso em 14/09/2022.

DIGITAL E TÊXTIL, O que é fast fashion e quais são seus impactos?, 2020. Disponível em: <https://www.digitaletextil.com.br/blog/o-que-e-fast-fashion/>. Acesso em: 11/09/2022.

PULGA Tatiane, **como montar um brechó**, 2020. Disponível em: <https://www.minhacontabilidadeonline.com.br/post-blog/como-montar-um-brecho/>. Acesso em 11/09/2022.

PINHEIRO Marconi, **lei da oferta e demanda**. Disponível em: <https://www.politize.com.br/lei-da-oferta-e-demanda/>. Acesso em: 13/09/2022.

LUT gestora de leilões, **renove sua loja em 2018 com o leilão online de roupas**, 2017. Disponível em: <http://blog.lut.com.br/renove-sua-loja-em-2018-com-o-leilao-online-de-roupas/>. Acesso em 13/09/2022.

PREFEITURA DE VÁRZEA PAULISTA. **Preservar o meio ambiente é preservar a vida!** 2017. Disponível em: <https://portal.varzeapaulista.sp.gov.br/2017/07/07/preservar-o-meioambiente-e-preservar-a-vida/#:~:text=Preservar%20o%20meio%20ambiente%20é%20fundamental%2C%20afinal%2C%20é%20nele%20onde;vida%20do%20planeta%20poder~ao%20acabar>. Acesso em: 12/09/2022.

RICARDO, **O Passado Presente: Um estudo sobre o consumo e uso de roupas de brechó em Porto Alegre (RS)**; [202?], disponível em: [https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%2520de%2520Moda%2520-%25202008/42379.pdf&ved=2ahUKEwir7rOpoZX6AhUlpZUCHXxIA-cQFnoECBUQAQ&usg=AOvVaw3qDwymmhu\\_l-xU2Ok99oRZ](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%2520de%2520Moda%2520-%25202008/42379.pdf&ved=2ahUKEwir7rOpoZX6AhUlpZUCHXxIA-cQFnoECBUQAQ&usg=AOvVaw3qDwymmhu_l-xU2Ok99oRZ). Acesso em: 12/09/2022.

RIBEIRO, **Ressignificar: conceito e definições da palavra**, 2020, disponível em: <https://definicao.net/ressignificar-significado/> Acesso em: 12/09/2022.

Sustentabilidade; disponível em: <https://sustentabilidade.cea.com.br/pt-br/Iniciativas/Paginas/repassa.aspx>. Acesso em: 14/09/2022.

SEBRAE, **Brechós atendem às mudanças do mundo da moda**, 2015, disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/brechos-atendem-as-mudancas-do-mundo-da-moda,b3c1080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD> acesso em: 13/09/2022.

SEPÚLVEDA, L.; R7, P. **Qual é o impacto que nossas roupas causam ao meio ambiente?: Cadeia de produção e consumo resulta em montanhas de lixo têxtil que leva cerca de 200 anos para se decompor**. 01/12/2021. Disponível em: <https://noticias:r7.com/tecnologia-e-ciencia/qual-e-o-impacto-que-nossas-roupascausam-ao-meio-ambient>. Acesso em: 13/09/2022.

SANTOS, **O brechó e sua história**; 2019, disponível em: <https://medium.com/@myhsantos/o-brech%C3%B3-e-a-sua-hist%C3%B3ria-f93bd59864a6>. Acesso em: 12/09/2022.