

CONSUMO CONSCIENTE E ECONOMIA CIRCULAR: o comportamento do consumidor de brechós de Belo

Horizonte.

RESUMO

Introdução

A moda é o principal meio para os indivíduos se expressarem, mostrando não somente sua personalidade e cultura, mas também sua posição na sociedade. Embora a indústria da moda apresente coleções frequentes e propostas de valorização da identidade e cultura dos indivíduos, a crise ambiental e o consumismo na indústria da moda impulsionam o consumo consciente e a economia circular. Neste contexto, os brechós surgem como um modelo de negócio sustentável ao prolongar o ciclo de vida dos produtos, representando uma alternativa ao modelo linear de produção e consumo na moda.

Problema de Pesquisa e Objetivo

O consumo consciente surge não só de pesquisas científicas, mas também dos frequentes noticiários e vivências das mudanças no meio ambiente, como fortes alterações climáticas e desastres ambientais. Nesse contexto, a indústria da moda se esforça para manter o consumo da sociedade e busca alinhar suas estratégias às tendências do comportamento dos consumidores, reconhecendo as importantes mudanças no consumo com foco na sustentabilidade e ética. Diante disso, o trabalho busca entender a relação entre consumo consciente e economia circular considerando o modelo de negócios dos brechós.

Fundamentação Teórica

A literatura aborda conceitos de comportamento do consumidor, os movimentos fast e slow fashion, consumo consciente e a evolução da economia circular. Nesse sentido, as seis práticas da economia circular incluem: regeneração, compartilhamento, otimização, reciclagem, virtualização e troca. Os brechós se inserem nesse modelo ao promover a reutilização e o compartilhamento de produtos, prolongando seu ciclo de vida e reduzindo o descarte. Além dos impactos ambientais, a economia circular gera empregos e novos modelos de negócios, estimulando o crescimento econômico sustentável.

Metodologia

Pesquisa descritiva-exploratória, de abordagem quantitativa, com coleta de dados por meio de questionário semiestruturado online aplicado a uma amostra não probabilística de 70 consumidores, majoritariamente de Belo Horizonte. Para melhor compreensão e entendimento sobre o consumo consciente e economia circular nos brechós, realizou-se um questionário com 25 perguntas fechadas e 3 perguntas abertas, divididas em seções sendo elas: dados socioeconômicos, influência no processo de compra, perfil de consumo, consumo em brechós e pós compra.

Análise e Discussão dos Resultados

Embora uma parcela considerável de consumidores se considere consciente e veja o consumo em brechós como sustentável, a preferência por produtos novos ainda é alta, e muitos não se engajam com iniciativas e sustentabilidade na moda. A qualidade e o preço são os fatores mais decisivos para a escolha de roupas, tanto em lojas convencionais quanto em brechós. Apesar da mudança na percepção de que brechós vendem apenas peças antigas, a motivação de compra é mais impulsionada por preço acessível e estilo vintage do que por conceitos de economia circular.

Considerações Finais

Embora o modelo de negócio dos brechós contribuam para a economia circular lastreado em uma operação mais sustentável, a principal motivação dos consumidores para comprar em brechós continua sendo o preço e o estilo, em vez de uma decisão puramente de consumo consciente. A imagem dos brechós está em processo de transformação, passando de uma percepção negativa para uma mais aceita e valorizada no mercado. O estudo sugere a importância de investimentos e estratégias de marketing para promover o consumo consciente através desses modelos de negócios.

Referências

BANDEIRA, Marília Vieira. Comportamento de consumo de roupas em segunda mão: estudo comparativo transcultural entre Brasileiros e Portugueses. 2020. BONATTI, Gisele Alves; MARTÍN, María José Corchete. Reflexões Sobre o Desenvolvimento Sustentável e a Indústria da Moda. Revista internacional CONSINTER de direito, p. 443-469, 2017. LEITÃO, Alexandra. Economia circular: uma nova filosofia de gestão para o séc. XXI. Portuguese Journal of Finance, Management and Accounting, v. 1, n. 2, p. 149-171, 2015. PORTILHO, Fátima. Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania. São Paulo: Cortez, 2005.

Palavras-Chave: Economia Circular / Consumo Consciente / Comportamento Consumidor