

ANÁLISE DA LOGÍSTICA DE COMPRA E VENDA EM BRECHÓS DA CIDADE DE TERESINA - PI

Elane Raquel Araújo Lopes da Silva (Universidade Federal do Piauí - UFPI)
elane.silva@ufpi.edu.br

Gabriela Brandão Campelo (Universidade Federal do Piauí - UFPI)
gabriela.campelo@ufpi.edu.br

Sofia Maria da Silva Martins (Universidade Federal do Piauí - UFPI)
sofia.martins@ufpi.edu.br

Nayara Cardoso de Medeiros (Universidade Federal do Piauí - UFPI)
nayaramedeiros@ufpi.edu.br

Resumo

A indústria da moda vem crescendo ao longo dos anos, de modo a ser uma das mais poluentes do mundo. Tendo isso em vista, é imprescindível a busca por práticas que atenuem resultados tão bruscos ao meio ambiente, com isso surge empreendimentos denominados brechós. Diante do exposto, este trabalho tem como objetivo analisar como acontece a logística de compra e venda de roupas usadas em brechós de Teresina-Pi. No primeiro momento é posto conceitos ambientais e sobre brechós, de maneira a relacioná-los para introduzir a pesquisa realizada. Assim sendo, por meio de um estudo de caso, foram feitas três entrevistas com as proprietárias de três brechós distintos sediados na cidade de Teresina-Pi. O trabalho encontrou as etapas de compra e venda de um brechó que consiste em captação dos fornecedores, entrega das roupas, bem como sua divulgação em redes sociais e fidelização de clientes e fornecedores.

Palavras-Chaves: *brechó, economia circular, moda, sustentabilidade*

1. Introdução

O processo logístico apresenta um papel fundamental nas empresas, é responsável por toda a movimentação, armazenamento, transporte e entrega dos equipamentos e materiais para a fabricação dos produtos e/ou serviços até o consumidor final. Seguindo essa definição, a logística possui a responsabilidade de distribuir a matéria prima e o produto de forma organizada. Durante anos, o modelo linear de negócios, baseado em extrair, transformar, produzir e descartar (Giddens, 1991; Prieto-Sandoval, 2018), foi a base para a construção da economia mundial (Braungart *et al.*, 2003; Fiskel, 2009). Com o crescimento do consumo nas últimas quatro décadas, o número de matéria prima retirada da natureza triplicou (UNEP, 2016),

gerando o questionamento sobre a eficiência desse modelo de negócio. Logo, torna-se essencial buscar um modelo econômico que tenha uma abordagem distinta, que tenha a racionalidade ambiental e econômica como fatores essenciais (Leitão, 2015).

O conceito de Economia Circular enquanto proposta inovadora de implementação de um novo sistema de processo produtivo, propõe profundas modificações estruturais e assume um maior protagonismo ao contradizer o sistema usual da Economia Circular. A Economia Circular visa, portanto, possibilitar um ideal aproveitamento e reaproveitamento sistemático de produtos industrializados, bens duráveis, desde a etapa de concepção de projeto, até mesmo após a sua reutilização (ciclo de vida útil) (Abdalla; Sampaio, 2018). Dentro do cenário do setor têxtil o descarte incorreto de resíduos têxteis causa uma série de prejuízos à saúde humana e ao meio ambiente, devido a produção elevada de dióxido de carbono, substância tóxica e bastante nociva ao meio social. Segundo a organização Global Fashion Agenda (2022), a indústria da moda é a segunda mais poluente do mundo, com mais de 92 milhões de toneladas de resíduos têxteis descartado nos últimos anos.

Diante das atuais preocupações ambientais e do cenário das indústrias têxteis, é crucial analisar além da fase de comercialização de produtos de moda. Para um descarte consciente, a venda e troca de peças em brechós, físicos e virtuais, emerge como alternativa viável. Essa prática não apenas contribui para uma economia circular, prolongando a vida útil das peças, mas também reduz o descarte precoce em aterros sanitários, impactando positivamente nos aspectos ambientais, sociais e econômicos (Fernandes; Colares-Santos; Jardim-Neto, 2018, Moraes; Calvi, 2020).

O mercado de brechós em Teresina-PI tem experimentado um notável avanço nas últimas décadas, causando uma mudança significativa nos padrões de consumo dos teresinenses, além de impulsionar uma crescente conscientização ambiental. Embora, muitas pessoas ainda consomem peças de segunda mão apenas pela oferta acessível, sem pensar no consumo consciente gerado. De acordo com o Portal O Dia (2020), o mercado de brechós de peças de roupas, bolsas e calçados estão presentes em diversas áreas de Teresina, abrangendo tanto o centro quanto os bairros periféricos da cidade. Nesse cenário, os brechós se tornam uma ótima alternativa para quem busca produtos mais baratos, além de está associado com a sustentabilidade. Conforme dados do Portal Luneta (2022), a procura por peças usadas se tornou um novo hábito do público teresinense, através desse modelo, todas as peças de roupas e acessórios que são comercializadas dentro do brechó, ganham um novo ciclo de uso.

Sabendo disso, esse trabalho visa analisar como acontece a logística de compra e venda de roupas usadas em brechós de Teresina-Pi. Para isso, serão realizados estudos de caso em brechós de Teresina a fim de descrever o processo de aquisição e vendas de roupas usadas além de identificar os fatores que motivam a permanência no mercado de brechó.

2. Referencial Teórico

2.1 Economia Circular

Ao longo da história, a busca pelo avanço nos meios de produção fez com que as pessoas buscassem um desenvolvimento constante e acelerado, frequentemente ignorando questões de suma importância, como à degradação do meio ambiente e à escassez dos recursos naturais (Ferreira, 2017). Durante muito tempo os resíduos gerados pelos meios de produção não eram vistos como algo ofensivo ao meio ambiente, uma vez que eram tratados como algo sem valor agregado, seguindo a ideia da economia linear. Sob esse viés, Alexandra Leitão (2015) defende que, devido a redução da disponibilidade de recursos e o aumento dos preços dos insumos, fez com que despertasse a necessidade da criação de um novo modelo econômico, unindo racionalidade ambiental e econômica. Desse modo, em contrapartida à economia linear, surge a ideia de economia circular.

A economia circular tem como principal objetivo aumentar o ciclo de vida e o valor dos produtos e materiais ao longo do tempo, evitando desperdícios e geração de resíduos (MacArthur; Zumwinkel; Stuchtey, 2015). Seguindo essa lógica, observa-se que a economia circular busca sempre o reaproveitamento dos materiais utilizados nos processos produtivos, produzindo novos produtos ou matéria-prima a partir deles, fazendo com que o material continue sendo útil por mais tempo. Portanto, a economia circular engloba as etapas desde a criação do produto até seu ciclo pós-consumo, possibilitando um ideal aproveitamento e reaproveitamento da mais ampla variedade de produtos, sejam eles duráveis ou não (Abdalla; Sampaio, 2018).

Para isso, a economia circular constitui-se, segundo a Fundação Ellen MacArthur (2019), em três fundamentos: “a eliminação de resíduos e poluição; a preservação de materiais em ciclos de utilização; e, por fim, a regeneração de sistemas naturais”. O conceito abordado distingue entre ciclos técnicos e biológicos, nos quais os recursos são regenerados no ciclo biológico e recuperados no ciclo técnico. Sendo assim, nessa perspectiva sua aplicação proporciona a minimização da quantidade de descarte de resíduos, bem como, alternativas significativas para

minimizar a demanda pela extração dos recursos naturais com o propósito de serem matéria prima para diversos modos de fabricação (Abdalla; Sampaio, 2018).

De modo geral, a principal transformação que requer reflexão no setor de vestiário reside no princípio de otimizar a produção e prolongar ao máximo a circulação dos produtos, visando potencializar sua vida útil. Para a Fundação Ellen MacArthur, o compartilhamento amplia a utilização dos produtos. Logo, um exemplo de economia circular na indústria têxtil é a prática dos brechós, uma vez que ocorre a venda e troca de peças que já tiveram outros donos.

2.2 Brechós

A indústria têxtil é uma das mais poluentes do mundo, isso ocorre pelo fato das pessoas consumirem as tendências de modo muito acelerado, o que resulta em um significativo aumento de descarte de produtos (Bouzan; Govidan, 2015). Nesse sentido, diante do cenário atual das indústrias têxteis e dos crescentes problemas ambientais, é necessário tornar cada vez mais essa produção sustentável. A análise da sustentabilidade no âmbito do setor têxtil está se tornando cada vez mais frequente, tanto em pesquisas acadêmicas como nas operações empresariais, o que demonstra transformações no setor (Nishimura, 2018).

Um dos caminhos para mudar a narrativa de que o setor têxtil é um dos maiores produtores de resíduos é a venda e troca de peças de moda já usadas, prática denominada como brechó. Desse modo, os brechós aderem novo valor as peças, se tornando o principal meio de distribuição de vestimentas que seriam descartadas. Convergindo com o Martins (2018), no qual afirma que o consumo de peças de segunda mão de brechós pode ter associação com o movimento de consumo consciente, pois contribui para evitar o descarte de roupas ainda em bom estado e acúmulo de estoque.

O surgimento dos brechós em território brasileiro foi tardio e de origem desconhecida. De acordo com Dutra e Miranda (2013), existe a possibilidade que seu surgimento tenha acontecido por meados do século XIX, no Rio de Janeiro, por meio de um mascate, denominado Belchior, que possuía um comércio que vendia objetos e roupas usadas, além de outros artefatos. O contínuo surgimento de empreendimentos, os brechós, acontece por meio do desejo de mulheres de procurar uma nova utilidade para suas peças e acessórios, e tal forma de comércio tornou-se uma bela oportunidade de negócio, pois possui uma baixa concorrência, um público variado e custo de investimento baixo (Beltrame, 2015).

Os brechós são conhecidos como comércios nos quais existe uma elevada movimentação de mercadorias. De acordo com Sanches e Cerqueira (2012), os clientes colaboram comprando,

trocando e vendendo as próprias roupas, de forma que conseguem alimentar tal comércio. A logística de compra das peças acontece por meio de variados canais, passando por vários requisitos, no qual as roupas são doadas, compradas por clientes, ou até mesmo utilizadas como crédito de compra (Levi; Queiroz, 2013). Logo, segundo Freitas (2015), os brechós são uma ótima opção sustentável de investimento, pois reduzem os impactos ambientais ocasionados pelo descarte e acúmulo de resíduos.

Parte fundamental para o funcionamento de um brechó, é a logística, desde a aquisição da peça até a chegada ao consumidor final, por isso cabe ressaltar que segundo Miyata (2019) há vários tipos de logística no mercado, podendo ser “Logística de produção; Logística reversa; Logística de abastecimento e Logística de distribuição”, sobre as quais serão expostas no quadro a seguir. Nas quais no decorrer da leitura serão relacionadas com o objeto principal deste estudo.

Quadro 1 – Tipos de Logística

Tipo	Conceito
Logística de produção	Abrange desde o recolhimento da matéria-prima até sua transformação no produto final. Controle da fabricação, montagem, transporte entre etapas da produção, e armazenamento da matéria-prima e produto final.
Logística reversa	Processo de planejamento, execução e controle eficiente do fluxo de matérias-primas, produtos finalizados ou não, bem como informações, de maneira a relacionar o ponto de consumo ao ponto de origem de toda a cadeia logística, envolvendo conceitos de sustentabilidade, reciclagem e reaproveitamento.
Logística de abastecimento	Compreende a aquisição de matéria-prima e/ou um produto final, relacionando suas características, armazenamento, preços, embalagens e demais particularidades, para atender as necessidades de provisão empresa.
Logística de distribuição	Administração do centro de distribuição, localização de endereços, roteiro de transportes e monitoramento de estoques são algumas de suas funções.

Fonte: Elaboração própria

3. Metodologia

A pesquisa científica envolve a aplicação prática de métodos sistemáticos por parte de um pesquisador, com o propósito de responder a questões específicas formuladas durante o desenvolvimento de um estudo. Sua execução segue procedimentos formais e é caracterizada por um método de pensamento reflexivo, exigindo uma abordagem científica. Conforme destacado por Marconi e Lakatos (2017), essa abordagem é essencial para configurar a pesquisa como um caminho para compreender a realidade. A pesquisa relatada neste artigo é predominantemente qualitativa, adota uma abordagem menos estruturada e utiliza, em relação aos procedimentos, o estudo de caso para analisar como acontece a logística de compra e venda de roupas usadas em brechós.

O critério de seleção das empresas para o desenvolvimento do estudo de caso foi o trabalho de compra e venda de roupas e acessórios em brechós. Dessa forma foram selecionadas três empresas de brechós localizadas em Teresina, no Piauí.

A pesquisa foi desenvolvida em duas etapas, como pode ser observado no Quadro 2.

Quadro 2 – Etapas da pesquisa

1ª Etapa: Revisão de literatura	O quê?	Como?
Economia circular	Conceituar a economia circular	Levantamento bibliográfico
Brechós	Revisar conceitos e a literatura sobre brechós	
2ª Etapa: estudo de caso	O quê?	Como?
Brechós	Caracterização das empresas	-Entrevistas semiestruturadas - Observação direta
Logística de compra e venda de brechós	Identificar as etapas de compra e venda de brechós	

Fonte: Elaboração própria

Os instrumentos de coleta de dados utilizados foram entrevistas semiestruturadas com gestores das empresas. Além das entrevistas, foram feitas observação a fim de identificar e confirmar características das empresas relevantes à pesquisa. As entrevistas e observações foram realizadas no início do ano de 2024 e foram gravadas e posteriormente transcritas. Posteriormente, analisaram-se as informações e foram identificadas as conexões e relações entre as respostas.

4. Resultados e discussões

Para essa pesquisa foram analisadas três empresas de brechós, que aqui serão chamadas de empresa A, B e C. As entrevistas foram realizadas com as gestoras dos brechós que aqui também serão denominadas A, B e C respectivamente por preservar as suas identidades.

As empresas A e B funcionam exclusivamente de forma online, enquanto a empresa B funciona de forma on-line mas também apresenta pontos físicos nas cidades de Teresina/PI, São Luís/MA, São Paulo/SP e Recife/PE.

4.1 Características gerais dos brechós

O começo de tudo, é importante, por isso logo no primeiro contato com empresárias foi debatido sobre o estopim que as levou a começar o seu próprio negócio. Os brechós B e C afirmaram que a ideia inicial surgiu aleatoriamente.

Fazer o perfil no Instagram era bem simples mesmo, era só para desapegar aquelas peças, sabe? Não foi nem pensado em continuar mais pra frente, e aos poucos a gente foi exemplo que foi dando certo, sabe? E também uma questão de sustentabilidade que a gente foi aprendendo mais (Entrevistada B, uma das proprietárias do Brechó B).

Começou até de uma forma engraçada, porque eu trouxe todos os meus eletrodomésticos e eu não sabia que aqui era 220v. Então vieram tudo novo, né? Então, como eu sempre mudava muito, aí eu falei, vou criar o Instagram como se fosse uma vitrine, porque como eu sou de São Paulo, né? Minhas mães, tias, primas, verem o que elas querem ali, porque eu vou ter que comprar tudo novo, né? [...] Então fiz ali o Instagram bem de uma forma formal, uma frase que eu falava brincando, que na verdade era um bordão que eu sempre falava: aí gente, Desapega que a Vida Carrega. Então foi tudo muito despretensioso. Aí no meio de tudo isso eu comecei a colocar algumas roupas. Comecei a vender, sem conhecer ninguém em Teresina. Conheci uma pessoa que viu, ela divulgou e aí foi indo. (Entrevistada C, proprietária do Brechó C).

Através dos relatos delas é perceptível que uma ideia que surgiu ao acaso, foi se desenvolvendo e tornando-se um empreendimento com um alcance econômico considerável. Já a entrevistada A, proprietária do brechó A, tem um relato diferente, seu modo de início foi com um objetivo claro.

O brechó A tem 4 anos de existência, comecei em 2019 (um pouquinho antes da pandemia), por uma necessidade financeira mesmo, foi buscando uma alternativa de negócio para poder ganhar um extra, atualmente é o meu negócio principal.

Como se pode notar, o início das atividades das três empresas entrevistadas se deu por meio on-line a partir do uso de redes sociais concordando com Recuero (2009) que ressalta que as redes sociais representam uma inovação que propicia agilidade e praticidade na comunicação e relações sociais. Desse modo, tem-se um espaço aberto para todos os tipos de publicação com alcances pelo mundo inteiro, permitindo que seja utilizado para geração de renda. Costa e

Freitas (2019) afirmam que fazer brechó através do Instagram se tornou popular, tendo em vista que com pouco dinheiro, uma pessoa é capaz de vender artigos que foram ou não utilizados, ou ainda estavam guardados sem uso.

Apesar de começos distintos, os brechós aqui citados têm características semelhantes, a exemplo seu próprio público-alvo, que não vem a ser necessariamente apenas de pessoas que já comprem roupas usadas. Buscam alcançar nova clientela trabalhando a partir da profissionalização do negócio e da quebra de preconceitos estabelecidos nesse mercado. A entrevistada B afirma que percebia em clientes “aquele pensamento de: “roupa de bazar é roupa de gente morta”, sabes? Tinha muito desses pensamentos, e hoje em dia eu vejo que já não tem”, logo é implícito uma quebra de paradigmas e pensamentos que distorcem a imagem desse tipo de negócio. Da mesma maneira, a entrevistada C remete que fornecedoras, que normalmente apresentam maior poder aquisitivo, anteriormente não adquiriam peças de vestuário usadas, optando por apenas doar ou revender suas próprias peças. Contudo, atualmente, observa-se uma mudança nesse comportamento, onde essas fornecedoras utilizam seus próprios créditos para efetuar compras no mercado de peças usadas. Esse fenômeno sugere uma alteração nas atitudes, indicando uma maior conscientização das pessoas em relação à possibilidade de adquirir itens a preços mais acessíveis. A percepção de que é possível obter uma peça desejada a um custo inferior, especialmente quando não disponível em outros locais, reflete uma transformação notável nesse mercado em evolução.

A entrevistada A complementa considera que, historicamente, brechós eram percebidos como estabelecimentos que comercializavam roupas desgastadas, por vezes deterioradas. No entanto, a entrevistada destaca uma transformação notável nesse cenário, observando a profissionalização crescente dos brechós. Porém, o investimento em apresentação de negócio, atendimento ao cliente eficiente e práticas de curadoria e higienização resultam em uma experiência positiva para as clientes, que expressam satisfação e até mesmo surpresa ao perceberem a qualidade das peças. A entrevistada destaca ainda que a profissionalização do setor contribui não apenas para superar preconceitos, mas também para o aumento expressivo no número de brechós, indicando uma mudança cultural e uma aceitação mais ampla dessa forma de comércio.

Outro fator a ser considerado sobre público é justamente a questão da idade e classe social dos compradores. Essa indagação foi respondida de maneira similar pelas entrevistadas, que buscam sempre expandir seus consumidores e atender diversos públicos, com peças mais

acessíveis como mais requintadas, da mesma forma desde pessoas mais jovens às mais experientes, demonstrando a diversidade de público do setor.

A entrevistada A relata que a clientela do estabelecimento inclui tanto mulheres com condições financeiras mais favoráveis quanto aquelas com recursos mais limitados, indicando uma diversidade socioeconômica. A adesão a marcas de prestígio dentro do segmento de brechó atende tanto aos consumidores que possuem recursos financeiros mais substanciais quanto àqueles que, embora possuam limitações financeiras, nutrem uma preferência por determinadas marcas, possibilitando que adquiram produtos de marcas reconhecidas sem recorrer à aquisição direta em lojas tradicionais, ampliando assim a democratização do acesso a essas marcas.

O relato da entrevistada A salienta algo que, tanto em brechós como em outros negócios do gênero moda, faz-se importante, ter uma cartela variada de clientes, tendo em vista principalmente a volatilidade do mercado. Ademais conhecer seu público, torna-se uma característica competitiva entre empresas. Além disso, demonstra uma crescente de público com rendas mais altas, o que demonstra que o setor não se limita mais apenas a público de baixa renda. Outra similaridade que pode ser observada é o direcionamento ao público feminino, em que nenhuma das entrevistadas citou essa prática para o mercado masculino, podendo ser uma oportunidade esse nicho de mercado.

4.2 Logística de Compra e Venda

Por ser um serviço de suporte, desprovido do glamour da estratégia bélica e da notoriedade das vitórias em batalhas, os grupos logísticos militares operavam discretamente nos bastidores. Essa perspectiva carregou consigo a ideia de que a atividade logística consiste em um conjunto de ações coordenadas realizadas na retaguarda, muitas vezes sem grande visibilidade nos processos administrativos operacionais. No entanto, isso não implica em menor importância; pelo contrário (Novaes, 2015; Neto, 2022). Analogamente, em um empreendimento do setor de moda, a definição e exatidão desse processo é fundamental, e em especial no caso dos brechós, a logística precisa ser bem estabelecida desde a coleta da peça à sua chegada nas mãos do consumidor final.

Os brechós entrevistados, foram explícitos nesse quesito, esclareceram desde a aquisição dos artigos, sua avaliação e curadoria, até a entrega ao destinatário. E semelhantemente, aos outros pontos já percorridos, há certas similaridades em seus processos.

A entrevistada A, evidencia que no contexto da Logística de Compra e Venda, a abordagem adotada envolve o trabalho com consignação. Nesse método, o profissional recebe peças das

fornecedoras e as retém por um prazo de 30 dias. Durante esse período, ocorre todo o processo logístico de venda, incluindo a separação das peças, curadoria, avaliação de possíveis defeitos, precificação em colaboração com as fornecedoras, fotografia, divulgação no Instagram, atendimento ao cliente, gestão da entrega e pós-venda. O repasse financeiro para as fornecedoras é realizado quinzenalmente, nos dias 1º e 15º, abrangendo apenas as peças efetivamente vendidas. Destaca também que o prazo de 30 dias pode ser prorrogado, mediante interesse mútuo, possibilitando a continuidade das tentativas de venda, promoções ou, alternativamente, a devolução das peças. Em casos em que as fornecedoras não manifestam interesse nas peças remanescentes, estas são direcionadas para doação, evidenciando a prática frequente de contribuição social por meio da doação de peças.

Assim como afirma a entrevistada A, a entrevistada B também elucida que as fornecedoras constituem um grupo de mulheres que expressam o desejo de se desfazer de peças de vestuário que não estão mais em uso, porém, além disso o garimpo de roupas em promoção também é empregado, ampliando assim a diversidade do estoque disponível para comercialização.

Assim como as entrevistadas A e B, a entrevistada C também apresenta processo similar ao que já foi relatado, porém, no quesito distribuição das peças aos consumidores apresenta um público mais amplo sendo feito para todo o Brasil por meio de plataformas de entregas, além de lojas físicas em Teresina, São Luís, São Paulo e Recife, permitindo ampliar o alcance. Vale ressaltar que a principal plataforma de vendas continua sendo a rede social Instagram, que é atualizada constantemente de maneira a atualizar os clientes e fidelizá-los.

No quadro 1 desta escrita, foi exposto quatro tipos de logística, dentre os quais a predominante em brechós é a Logística Reversa, por relacionar o produto de consumo final de alguém ao ponto de origem de toda uma cadeia, assim sendo, uma peça de uma pessoa que não a utiliza mais torna-se algo a ser vendido para outro consumidor, voltando ao início da cadeia. Outro ponto importante é a Logística de Distribuição que é encarregada de conectar o produto ao cliente final, como os brechós aqui apresentados, funcionam em sua maioria de forma prioritariamente remota, estabelecer uma boa logística de distribuição é fundamental. Com isso, apesar da Logística Reversa prevalecer em um sistema de brechó, o bom uso da Logística de Distribuição torna-se uma particularidade essencial e de característica competitiva para esse tipo de empreendimento.

A Logística Reversa, traz o conceito de sustentabilidade ao mundo da moda, permitindo a criação e crescimento desse tipo negócio. Com isso, a entrevistadas foram indagadas sobre essa

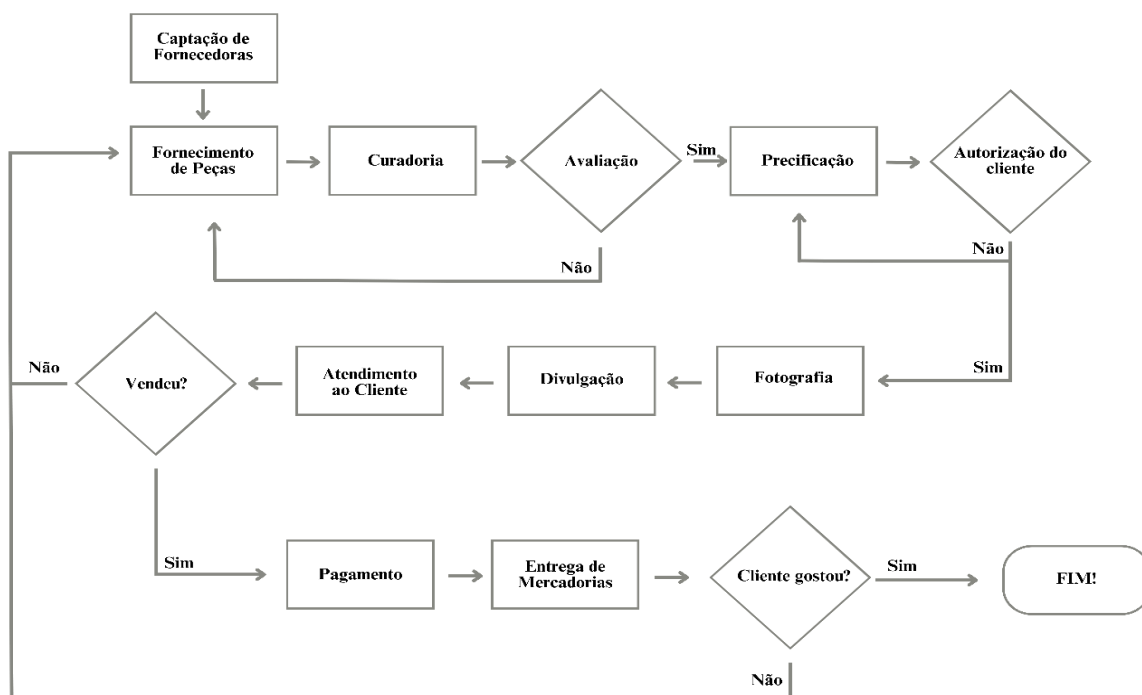
ótica ambiental em seus empreendimentos e como é transmitido aos seus consumidores. A empreendedora B afirma que busca trabalhar cada vez mais essa consciência ambiental, porém não é o traço principal da sua estratégia. A entrevistada C concorda com a entrevistada B expressando seu desejo de incorporar aspectos de sustentabilidade e complementa que aproximadamente 90% dos consumidores não orientam suas compras com base na ideia de moda circular. Em vez disso, explica que a motivação predominante está associada à busca por oportunidades financeiras. Porém, destaca a relevância dessa abordagem, considerando que o setor de moda é reconhecido como um dos principais poluidores no mercado.

Já a entrevistada A enxerga a presença da sustentabilidade e da melhoria ambiental, porém, acredita que no momento ainda tem um impacto pequeno, mas que é um negócio que só tem a crescer e o impacto vai ser cada vez maior sobre a questão ambiental.

Dessa forma, percebe-se que apesar de brechós estarem relacionados a questão ambiental, fazendo com que a moda circule mais tempo, esse conceito ainda não está sendo devidamente explorado como estratégia de venda, sendo ainda o aspecto financeiro primordial nesse processo.

Para analisar objetivamente o funcionamento das empresas A, B e C foi desenvolvido um fluxograma, onde consta as etapas do processo geral das mesmas, que foram abordadas no decorrer da escrita dessa seção.

Figura 01: Fluxograma de Processo



Fonte: Elaboração própria.

5. Considerações Finais

Esse artigo teve como objetivo central analisar como acontece a logística de compra e venda de peças de roupas usadas em brechós de Teresina-Pi. Para isso, realizou-se entrevistas com três empresas de brechós, por meio de um roteiro semiestruturado.

Com base na análise dos resultados pode-se concluir que o processo de compra e venda dos brechós entrevistados convergem com os estudos apontados pelos autores da literatura sobre a logística. Teve um destaque as principais atividades relacionadas com a logística de compra e venda de vestuários usados por meio de canais reversos (Logística reversa), corroborando com a teoria de que os brechós são uma ótima oportunidade de negócio, no qual geram valor as roupas usadas aumentando seu tempo de vida útil e com isso geram a redução dos impactos negativos sofridos pelo meio ambiente.

Em relação à compra de peças, os brechós alimentam seus estoques por meio de pessoas que desejam desapegar de suas peças seminovas, por não existir mais o interesse em usá-las novamente. Baseado nas entrevistas, pode-se afirmar que as próprias consumidoras (clientes) das peças usadas que fornecem e mantêm os estoques dos brechós, indo de encontro com Sanches e Cerqueira (2012), no qual afirmam que os próprios clientes que sustentam o comércio.

A cadeia de suprimentos dos brechós tem sido considerada o fator crucial para seu sucesso econômico, pois no comércio de roupas, a remanufatura não é algo que tem a atenção necessária como acontece em outros tipos de comércio, com isso as roupas são encaminhadas de forma direta para o mercado secundário, adquirindo novamente um valor. Isso torna os brechós uma excelente forma de negócio e exercem um papel de extrema importância na diminuição do desperdício e do impacto ambiental, além de criar valor e democratizar o consumo, a todas as classes sociais, ao tornar possível a compra de roupas de boa qualidade a um preço acessível. Esse processo de recapturar o valor da roupa acontece por meio de uma vistoria no qual a peça passa e após isso é estabelecido um critério para a venda.

Desse modo, pode-se concluir que os brechós em Teresina-Pi possuem características da Economia Circular, pois ao somar valor as peças de roupas descartadas, faz com que o resíduo se torne novamente um produto, não gerando poluição ao meio ambiente. Dessa forma, os brechós são organizações que recebem influência ecológica, econômica e logística.



No entanto, é importante salientar que foi encontrado limitações de pesquisa acerca do tema. Como por exemplo, a ausência de literatura relacionada à brechós, bem como a falta de dados atualizado sobre brechós na cidade também são foram limitações observadas. Um exemplo disso é o número reduzido de brechós utilizados no estudo de caso.

Portanto, recomenda-se, a realização de mais estudos acadêmicos acerca do mercado de brechó, afim promover pesquisas e dados mais abrangentes para promover uma visão mais completa e precisa do cenário de brechós em Teresina-PI. Além disso, analisando dados coletados com este presente artigo, recomenda-se pesquisas com enfoque no nicho de mercado masculino em brechós para expandir a oferta à esse público, de modo a homogeneizar o tipo de consumidores, excluindo a visão de brechós prioritariamente femininos, promovendo assim a expansão da pesquisa.



REFERÊNCIAS

ABDALLA, F. A.; SAMPAIO, A. C. F. Os novos princípios e conceitos inovadores da Economia Circular. **Revista Entorno Geográfico**, n.15, p.82-102, 2018.

ABIT – Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção. **Perfil do Setor**, 2019. Disponível em: <https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>.

Bouzon, M., Govindan, K. (2015). **Logística Reversa como Prática Sustentável de Cadeia de Suprimentos para a Indústria da Moda: Uma Análise dos Motivadores e o Caso Brasileiro**. In: Choi, TM., Cheng, T. (eds) *Gestão Sustentável da Cadeia de Fornecimento de Moda*. Série Springer em Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos, vol 1. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-12703-3_5.

BRAUNGART, M.; et al. Applying the principles engineering of green cradle-to-cradle design. **Environmental Science and Technology**, p.434-441, 2003. Disponível em: <https://pubs.acs.org/doi/pdf/10.1021/es0326322>.

COSTA, R. B; FREITAS, R. C. Os brechós de Instagram e a economia da confiança: interação e compra de roupas de segunda mão pela rede social. **Revista e-Com**, v. 12, n.2, 2019.

EMF. Ellen Macarthur Foundation. **Economia Circular**, 2015. Disponível em: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/pt/economia-circular-1/caracteristicas-1>.

FERNANDES, Aline Silva; COLARES-SANTOS, Lechan; JARDIM NETO, Álvaro Costa. Logística reversa: um estudo sobre os brechós de uma cidade do interior de São Paulo. **Periódico Eletrônico Fórum Ambiental da Alta Paulista**, [S.l.], v. 14, n. 5, out. 2018. ISSN 1980-0827. Disponível em: http://www.amigosdanatureza.org.br/publicacoes/index.php/forum_ambiental/article/view/1963/1869.

FERREIRA, H. A. Um estudo sobre o consumo e sobre a economia circular na moda. **Dignidade ReVista**, v.2, n.3, p.12, jul.2017.

FISKEL, J. Design for environment: a guide for sustainable product development. 2ed. New York: **The McGrawHill Companies**, p.1-432, 2009. Disponível em: <https://www.accessengineeringlibrary.com/content/book/9780071605564>.

FUSARI, Gabriel. COP 27 e a presença tímida da moda. UOL. Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/materias/cop-27-e-a-presenca-timida-da-moda/>.

LEITÃO, A. Economia circular: uma nova filosofia de gestão para o séc. XXI. **Portuguese Journal of Finance, Management and Accounting**, v.1, n.2, set.2015.

MACARTHUR, E.; ZUMWINKEL, K.; STUCHTEY, M. R. Growth within: a circular economy vision for a competitive Europe. **Ellen MacArthur Foundation**, 2015.

MARCONI, M. d. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 8ª. ed. [S.l.]: Atlas, 2017. ISBN 978-85-970-1076-3.

MIYATA, Diógenes Ferreira. **Os 4 tipos de logística que você precisa conhecer!** – 2019. Disponível em: <https://academiadalogistica.com.br/tipos-de-logistica/>

NETO, Fernando Gorni. **Gestão de Suprimentos e logística**. Freitas Bastos Editora. Rio de Janeiro, p. 04, 2022.

NISHIMURA, M. D. L. **Vestuário de moda sustentável: elementos que agregam valor ao produto**. Dissertação de mestrado - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 144p., 2018.

NOVAES, Antonio Galvão. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição**. Gen Atlas. São Paulo. 4 ed. p. 52, 2015.



OLIVEIRA, Luis Carlos. Mercado de brechós: O antigo é a nova moda. Portal O Dia, 2020. Disponível em: <https://www.portalodia.com/noticias/piaui/mercado-de-brechos-o-antigo-e-a-nova-moda-374638.html>.

PEREIRA, Dionei e SILVA, Marco Aurélio. Introdução a Logística. **Revista Gestão em Foco**. nº 9, 2017. Disponível em: https://portal.unisepe.com.br/unifia/wp-content/uploads/sites/10001/2018/06/036_logistica.pdf.

PRIETO-SANDOVAL, Vanessa; JACA, Carmen; ORMAZABAL, Marta. Towards a consensus on the circular economy. **Journal of Cleaner Production**. v. 179, p. 605-615, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.224>.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet. Porto Alegre, Sulina, 2009.

SANCHES, Rachel; CERQUEIRA, Thais. Garimpo carioca - Um estudo sobre a moda de brechó. **Anais do VIII Colóquio de Moda – 5º Congresso Internacional**. SENAI/CETIQT, Rio de Janeiro, RJ, 2012.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Mercado de segunda mão: um nicho bilionário da moda**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/mercado-de-segunda-mao-um-nicho-bilionario-da-moda,06c74a08ce761810VgnVCM100000d701210aRCRD>.

SOUSA, Henrique; DE LOURDES, Maria. Brechós: uma alternativa de estilo e consumo sustentável em tempos de crise. Portal Lunetta, 2022. Disponível em: <https://portalluneta.com.br/2022/09/26/brechos-uma-alternativa-de-estilo-e-consumo-sustentavel-em-tempos-de-crise/>.

UNEP. **Global Material Flows and Resource Productivity: An Assessment Study of the UNEP International Resource Panel**. Paris - United Nations Environment Programme, 2016. Disponível em: <https://www.resourcepanel.org/reports/global-material-flows-and-resourceproductivity-database-link>.

VERISSIMO, Carlos Miguel da Silva. Logística em empresas de marketplace. Trabalho de conclusão de curso (Tecnologia em Gestão Comercial). **Faculdade de Tecnologia de Itaquaquecetuba**, Itaquaquecetuba -SP, 2021.