

## **A vulnerabilidade do consumidor de baixa renda no mercado da moda**

Anna Lidia Fel De Oliveira<sup>1</sup>, Luísa Spadoni Souza<sup>1</sup>, Luiza Venzke Bortoli Foschiera<sup>1\*</sup>

\*Orientador(a)

<sup>1</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) - *Campus*  
Viamão. Viamão, RS

O mercado da moda é um dos mais poluentes do mundo. O consumo está sendo excessivo, as indústrias não param de produzir, o meio ambiente está sendo muito atingido pelas atitudes de produtores e consumidores. Dentre as diversas vulnerabilidades que o consumidor pode ter, a sua experiência no consumo de moda é uma delas. Nesta pesquisa objetiva-se aprofundar a compreensão sobre como o consumidor vulnerável de baixa renda se relaciona com a moda. O projeto também visa estudar a economia circular, as mudanças que os produtores e vendedores estão aplicando em seus negócios como alternativa de se diferenciar no mercado, ganhar influência, tornar a moda mais sustentável e dar a oportunidade de o consumidor adotar escolhas mais sustentáveis. Para a realização deste trabalho, desenvolveu-se pesquisa bibliográfica sobre os temas de consumo vulnerável, moda e economia circular. Para o aprofundamento da pesquisa, prevê-se uma pesquisa com os consumidores vulneráveis, que são o público-alvo do projeto. Após as leituras, verifica-se que, no momento da compra, há diversas características em comum entre os consumidores de baixa renda. Identifica-se uma procura maior por produtos que estão em alta e são de marcas famosas. A vulnerabilidade é mais expressiva no momento de decisão de compra, o que ocorre devido às influências originadas pelas tendências de mercado e a busca pelo desenvolvimento de uma imagem pessoal a partir do consumo. Na economia circular, analisou-se alternativas para os consumidores comprarem roupas mais sustentáveis. A presente pesquisa possibilitou a melhor compreensão do consumidor vulnerável no processo de compra. Ao entender quais são as motivações e influências de compra do consumidor de baixa renda e o quanto ele é vulnerável na hora de decidir o que vai comprar, busca-se contribuir para a conscientização e decisão de compra no mercado da moda.

Palavras-chaves: consumidor vulnerável; moda; baixa renda.