

Motivações para a compra de roupas de segunda mão pelos consumidores em situação de vulnerabilidade

Aryadne da Rosa Pereira¹, Andressa da Cruz de Oliveira¹, Iuri Aguiar Rodrigues¹, Luiza Bortoli Foschiera^{1*}

Orientador(a)*

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

O conceito de economia circular tem o foco na redução de desperdícios, buscando promover a reciclagem de materiais e estendendo o ciclo de vida dos produtos. No setor da moda, a aquisição de roupas de segunda mão está crescendo como uma prática ordenada a esses princípios. Diante desse panorama, o presente estudo visa examinar os fatores motivacionais, entre os consumidores em vulnerabilidade social, para o uso de roupas de segunda mão, que é uma conduta que está diretamente ligada com a sustentabilidade e a economia circular. A pesquisa foi realizada a partir de uma coleta de dados com 120 participantes, que possuem de 18 a 75 anos, sendo que a maioria deles possui renda familiar de até um salário mínimo. Para o levantamento de dados, foi utilizado um questionário estruturado que permitiu coletar dados de maneira padronizada, facilitando a análise comparativa das respostas e a identificação das principais motivações dos consumidores em vulnerabilidade social para a compra de roupas de segunda mão. O estudo adotou a escala Likert de 5 pontos, sendo 1 discordo totalmente e 5 concordo totalmente. As principais motivações para o uso de roupas de segunda mão pela população vulnerável são o valor mais baixo do que novas e por não conseguirem comprar roupa nova. As doações por uma instituição ou pessoa também aparecem como grandes motivadores desse consumo. A maior parte dos respondentes não concorda que adquira roupas usadas para ocasiões especiais. A aquisição como uma boa prática para o meio ambiente aparece como motivação, mas não possui grande concordância. Quase a totalidade dos respondentes discorda totalmente que o consumo dessas roupas seja motivado por serem roupas de marca famosa. Com esses resultados, fica claro que, para o consumidor vulnerável, o uso de roupas de segunda mão é, sobretudo, uma questão relacionada à situação financeira. Já a consciência ambiental não foi tão mencionada como uma motivação para a busca por roupas de segunda mão. Os resultados da pesquisa demonstram a importância desse consumo como uma estratégia de sobrevivência para o consumidor vulnerável. Os resultados levam a reflexão de que, a partir do momento em que não exista dificuldade financeira, os indivíduos poderiam adquirir menos roupas de segunda mão, o que reduziria suas contribuições para a prática da economia circular. Os dados preliminares reforçam a relevância de continuar explorando essa prática como uma forma eficaz de promover a economia circular no setor da moda, estimulando tanto os consumidores quanto as indústrias a seguirem nessa proposta. A criação de políticas públicas seriam relevantes para incentivar o consumo consciente e o investimento em modelos de negócios circulares, auxiliando na construção de um futuro mais sustentável.

Palavras-chave: Economia circular; Moda; Consumidor vulnerável.