

“Do conhecimento acadêmico à transformação sustentável: inovação com validação científica”**MODELO DE NEGÓCIO CIRCULAR COMO ESTRATÉGIA DE EMPODERAMENTO SOCIAL: UMA ANÁLISE DA SUSTENTABILIDADE DOS BRECHÓS**

Bruno F. Nasar (IC)¹, Natalian M. Pereira (PQ)¹, Jeniffer de Nadae (PQ)²
Universidade Federal de Itajubá¹.

Palavras-chave: economia circular; modelo de negócio; brechós; gênero; empoderamento social.

Introdução

A sustentabilidade busca atender às demandas atuais sem comprometer as gerações futuras (CMMAD, 1987), articulando aspectos sociais, econômicos e ambientais no conceito de *triple bottom line* (Elkington, 1998). A economia circular vem como alternativa ao modelo linear, propondo regenerar o valor do capital por meio de reutilização, redução e reciclagem, preservando recursos e evitando a geração de resíduos (Gonçalves, 2019).

O objetivo da economia circular é tornar os materiais os mais eficientes possíveis, o que significa que os ativos e os produtos podem durar mais tempo durante e após o uso (EMF, 2017).

Segundo Leitão (2015), este modelo de crescimento reforçou a ideia de que os recursos fossem abundantes e disponíveis, resultando assim na falta de preocupação com a recuperação de resíduos ou partes de produtos em fim de vida. Como resultado, os recursos foram desperdiçados e os resíduos aumentaram. Nessa vertente, como os produtos são projetados para aumentar o consumo, sua durabilidade é muito baixa, o que significa que os produtos são subutilizados, o que resulta em uma maior quantidade de resíduos e danos ambientais. Esse cenário destaca a iminente necessidade de reformular os modelos de negócios, que muitas vezes se alicerçam em uma abordagem linear e insustentável de consumo (Leitão, 2015).

A questão do gênero desempenha um papel crucial neste contexto, uma vez que as mulheres, historicamente, têm se envolvido de forma significativa em iniciativas sustentáveis e de economia circular. Um exemplo prático da inter-relação entre o modelo de negócio circular e o gênero é o mercado de brechós. Esses estabelecimentos, geralmente dirigidos por mulheres, não apenas estimulam a economia circular ao dar uma nova vida às roupas usadas, como também empodera mulheres ao oferecerem oportunidades de empreendedorismo e emprego em um setor que se alinha a valores sustentáveis (Bardzell e Bardzell, 2011).

Assim, a Economia Circular pode ser considerada como uma ferramenta que pode ser utilizada por diferentes países, agentes sociais e instituições para alcançar alguns ODS (Rodríguez-Anton *et al.*, 2019). Além disso, esta pesquisa contribui para as metas da ODS relacionadas à Economia Circular e principalmente à ODS 5 – Igualdade de gênero.

O objetivo desta pesquisa é analisar a sustentabilidade, a percepção contextual das mulheres e alinhamento com as ODSs dos modelos de negócios circulares do tipo brechó, localizados no Sudeste do Brasil. A pesquisa justifica-se pela necessidade de integrar sustentabilidade e empoderamento feminino, investigando brechós como exemplos de economia circular capazes de reduzir resíduos, frear a crescente do *Fast Fashion*, gerar renda e empoderar mulheres. A análise do *triple bottom line* evidencia o equilíbrio entre impacto positivo e viabilidade, enquanto a compreensão da percepção das mulheres sobre seu papel social e econômico permite identificar barreiras e potencialidades para políticas e ações de fortalecimento do empreendedorismo feminino. Adebajji *et al.* (2021) examinam a preferência de gênero na motivação dos empreendedores informais na região sudoeste da Nigéria para abordar a questão de gênero. Ele destaca as diferenças de motivação entre homens e mulheres no mercado de eletrônicos, evidenciando que a participação feminina é essencial para reduzir a pobreza. O estudo também enfatiza a importância de entender o que motiva ambos os gêneros a praticar o empreendedorismo informal, enfatizando a importância de promover a igualdade de gênero e a inclusão nos ambientes de empreendedorismo.

Já Shastri *et al.* (2020) discorrem ainda que as mulheres desempenham um papel significativo nas atividades empreendedoras, mesmo considerando que seu envolvimento no empreendedorismo é ainda incipiente, quando comparado com o envolvimento de homens. O estudo será desenvolvido por meio de entrevistas com as empreendedoras proprietárias de brechós da região Sudeste. O procedimento inclui levantamento de

“Do conhecimento acadêmico à transformação sustentável: inovação com validação científica”

informações, organização e interpretação dos resultados, visando contribuir para práticas mais inclusivas e sustentáveis na economia contemporânea.

Metodologia

Para esta pesquisa de campo, a estratégia é de natureza qualitativa e o método selecionado é o estudo de caso. Neste método o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos, foca em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real e busca responder questões complexas (Yin, 2001).

A pesquisa foi realizada por meio de um roteiro de pesquisa, composto por 29 questões abertas e fechadas. As questões fechadas são apresentadas e propõem a escala Likert de 5 pontos. O roteiro é composto por 5 blocos de perguntas agrupadas e intituladas como:

1. Informações pessoais: identificação da idade, nível educacional, estado civil, composição familiar e renda familiar;
2. Sobre a empresa: localização do empreendimento, idade da empresa, tipo de brechó, motivação para criação do empreendimento, fonte de capital e número de trabalhadores permanentes na empresa;
3. As Motivações: Motivação pessoal e para empreender, motivação social e econômica, desafios gerais e desafios de ser mulher;
4. Sustentabilidade: impacto do empreendimento na sociedade e contribuição para a sustentabilidade;
5. Motivação para abrir o brechó, quais vantagens o brechó proporcionou para a empreendedora e questionamentos sobre qual outro tipo de empreendimento teria se não fosse o brechó.

As questões foram baseadas nas metas da ODS 5, Sebrae (2017), Shastri et al. (2020) e Adebajji et al. (2021). O roteiro de entrevista foi validado por duas especialistas, sendo elas uma empreendedora formal e uma pós-doutoranda do programa de pós-graduação em Desenvolvimento, Tecnologias e Sociedade (DTECS) no mês de janeiro de 2024. A amostra foi selecionada por conveniência, de acordo com a localização dos brechós na região sudeste, mais especificamente em Itajubá, em São Paulo e sua região metropolitana, sendo 12 no total. Estender a São Paulo se deu pois na capital paulista houve uma grande crescente no modelo de negócio “Brechó Vintage”. As entrevistas foram gravadas e

transcritas. E por fim elaborou-se uma análise e interpretação dos resultados obtidos através dessa pesquisa.

Resultados e discussão

Seguindo a estrutura da metodologia iniciemos pelos dados pessoais das participantes. Suas idades foram variadas, porém a faixa com quantidade mais significativa foi a faixa etária de 51 a 60 anos.

Suas escolaridades não variaram significativamente, tendo como valores: 0% nunca frequentou a escola, 0% no ensino básico, 16,7% no fundamental, 66,7% no ensino médio e 16,7% na graduação. Abordando dados referentes às suas famílias obteve-se como resultado que a maior parte das mulheres participantes tem baixa porcentagem de participação na composição da renda familiar com a grande maioria participando apenas 25%, isso pode estar alinhado com o histórico desestímulo da ascensão profissional das mulheres e as limitações sociais estruturais do patriarcado, assim como dito por Freitas *et al.*, 2023. Tratando da quantidade de membros na família tem-se como máximo 5 integrantes considerando todas as respostas, isso representa fortes indícios de múltiplas jornadas (Bartley *et al.*, 1992).

Levantou-se que o estado civil a maior parte casada, podendo destacar que essa porcentagem pode ser complementada por variações desse laço matrimonial (Viúva e Divorciada). Isso pode justificar a indução ao afastamento da carreira formal (Aveni *et al.*, 2012).

Sobre as empresas, suas idades (em anos), na amostra obteve-se como limite inferior 1 ano e limite superior 10 anos. O tipo de vestuário comercializado é majoritariamente feminino. As origens de criação foram integralmente autorais, com investimento inicial vindo de suas poupanças e em apenas um caso vindo de empréstimos. E também metade sem participar das figuras jurídicas “MEI” e “ME”, isso teve justificativas como insegurança, falta de interesse, falta de recursos financeiros e desconhecimento do programa.

A análise das respostas qualitativas revelou que o principal achado da pesquisa foi o engajamento das mulheres entrevistadas com a mudança. Quando questionadas em relação à sua motivação na abertura do brechó as respostas foram variadas, mas sempre convergindo na identificação de uma oportunidade de realizar esta mudança, mas houve respostas que envolviam feição pelo modelo de negócio e consciência ambiental, algo que, na prática, sustenta o que Olga (2023) afirmou.

Quando questionadas em relação ao que fariam se não tivessem o brechó as respostas também convergiam, mas

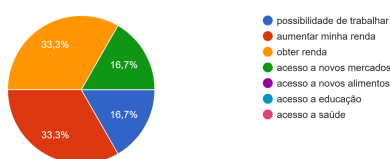
“Do conhecimento acadêmico à transformação sustentável: inovação com validação científica”

para cargos em subempregos, no ramo de vendas de produtos alimentícios, tecidos/roupa, comércios no geral e serviços domésticos e até atividades criminosas, o que reforça a ideia de segregação horizontal existente ainda na nossa sociedade (Oliveira *et al.* 2021). Fundamentando autores que destacam a invisibilidade e desmotivação em alcançar grandes cargos em empregos formais. Ocorre que as mulheres não se sentem capazes de alcançarem cargos elevados de gerência, diretoria, coordenação e presidência de empresas, até mesmo em níveis legislativos e executivos, o que pode mostrar correlação com as disparidades de gênero e o quanto isso reflete na autoestima, o lugar que a mulher ocupa e o seu papel na sociedade. Sendo assim, as motivações individuais, como a busca pela realização pessoal e a identificação de oportunidades, são fundamentais para entender o comportamento empreendedor. Além disso, os desafios e oportunidades específicos enfrentados pelas mulheres empreendedoras, influenciam tanto suas motivações quanto sua autoestima.

O empoderamento social entre as mulheres empreendedoras de brechós pode ser analisado através de uma lente qualitativa que destaca as transformações pessoais e sociais resultantes de suas atividades empreendedoras. Esta análise considerou não apenas os aspectos econômicos, mas também os impactos mais amplos na comunidade e na percepção de si mesmas. As mulheres que decidem abrir brechós frequentemente buscam não apenas uma fonte de renda, mas também uma forma de exercer autonomia econômica e social. Essa autonomia é crucial, pois permite que essas empreendedoras tomem decisões financeiras independentes, reduzindo sua dependência de estruturas tradicionais e ampliando suas possibilidades de influência e participação no mercado local. Além disso, o empreendedorismo de brechós desafia normas de gênero arraigadas ao demonstrar que mulheres podem participar ativamente do mercado de trabalho, liderar negócios e influenciar comunidades. Sendo um meio de inserção social como mostrado na figura abaixo:

Figura 1- Evidências das oportunidades proporcionadas pelos brechós.

O brechó te proporcionou
12 respostas



Sobre suas percepções sociais, aproximadamente 90% das empreendedoras entrevistadas acreditam que ser mulher impacta nas oportunidades de trabalho e concordam que os desafios maiores são voltados para a falta de reconhecimento dessas trabalhadoras como empreendedoras e que o ambiente social, cultural e econômico, não são propícios para elas, pois falta educação empreendedora e treinamento. 50% delas concordam que as mulheres sofrem discriminação com base em seu gênero no trabalho ou em quaisquer contextos profissionais e enxergam que precisam se esforçar mais do que os seus colegas homens para mostrar que são tão competentes quanto eles.

Ainda, os resultados mostram que mais da metade das mulheres entrevistadas acreditam que possuem qualidades e que são capazes de fazer as coisas tão bem quanto a maioria das outras pessoas e se apresentam satisfeitas e com atitudes positivas em relação a si mesmas, mesmo tendo que enfrentar todas as dificuldades no mercado de trabalho, como a desvalorização financeira, a sobrecarga de trabalho e as disparidades de gênero.

Também foi possível evidenciar a consciência sustentável das mulheres, trazendo de maneira concreta, quando uma participante foi questionada sobre sua motivação para abertura do brechó teve-se como resposta “Porque eu gosto da cultura de desapego e porque eu me importo com o meio ambiente.”. Ainda tratando da sustentabilidade, quando questionadas sobre se achavam que seu negócio impactava positivamente a sustentabilidade, as respostas foram positivas e convergem para o contexto social, crendo que ajuda a comunidade e traz acesso para pessoas com menor poder aquisitivo.

Conclusões

Os resultados obtidos permitiram responder ao objetivo norteador do estudo. Os resultados evidenciaram que os modelos de negócios do tipo brechó são um forte meio de atender as propostas das ODSs sobre igualdade de gênero, pois as mulheres percebem que seus brechós impactam na facilidade do acesso a roupas devido aos preços serem mais acessíveis e além disso, elas acreditam que a geração de renda retorna para os empreendimentos locais, o que pode gerar uma maior valorização de pequenos e médios negócios.

Foi possível concluir que a predominância da moda feminina pode proporcionar ambientes de acolhimento, identificação e convívio social para mulheres, sendo um meio de fortalecer o empoderamento por outras óticas.

“Do conhecimento acadêmico à transformação sustentável: inovação com validação científica”

Confirmou-se também que os brechós trazem acesso e geram poder de compra para pessoas com menor poder aquisitivo e pensando em larga escala podendo impactar até em outras ODS referentes às condições dignas de existência.

No que diz respeito às limitações deste estudo, é imprescindível levar em conta que os achados foram obtidos a partir de uma amostra específica de mulheres empreendedoras de brechós, o que pode restringir a aplicabilidade para outros tipos de empreendedorismo feminino ou ambientes culturais diversos. Além disso, a pesquisa não explorou detalhadamente os obstáculos específicos enfrentados por mulheres pertencentes a diferentes grupos étnicos, socioeconômicos ou geográficos, o que poderia contribuir para uma compreensão mais ampla dos desafios enfrentados por essas empreendedoras. Para estudos futuros, sugere-se a realização de pesquisas longitudinais que acompanhem a evolução dos negócios liderados por mulheres ao longo do tempo, assim como investigações que aprofundem os impactos das políticas públicas destinadas a promover o empoderamento econômico das mulheres empreendedoras.

Um grande condicionante percebido quando se trata do uso de brechós como alternativa ao tão comum *fast fashion*, é possível notar a conotação negativa que a palavra “brechó” carrega. Muitos consumidores não têm ciência dos processos de gestão desse negócio. Assim como qualquer outro empreendimento, os brechós também têm suas características próprias, como, por exemplo, a curadoria, o nicho e o tipo de peças. Isso, de fato, afasta o público, limitando a operacionalidade do negócio e podendo impactar todos os aspectos ambientais e sociais citados anteriormente.

Por fim, é necessária a implementação de políticas públicas que viabilizem a atuação das mulheres no mercado de trabalho através da configuração de seus direitos econômicos, jurídicos e trabalhistas, bem como desconstruir a concepção de inferioridade, submissão, incapacidade, dependência dentre tantos outros adjetivos que são atrelados à figura feminina. Ao validar esse papel desconstruído e ressignificado à mulher, seria possível estabelecer uma igualdade entre os gêneros frente ao mercado de trabalho.

Esta oportunidade de pesquisa se fez transformadora no aprendizado através da exploração de novas metodologias de estudo, escrita acadêmico-científica, análise de dados, estudo de contextos e geopolítica.

Agradecimentos

Agradeço à Universidade Federal de Itajubá, ao CNPq e

à minha orientadora Jeniffer de Nadea pela oportunidade de desenvolver novas competências referentes à pesquisa, desenvolvimento e estudos bibliográficos.

Referências

COMUNIDADE SEBRAE. Novos negócios. **Sebrae em Dados- Brechós**, Brasília, 2021.

SEBRAE, Negócios de impacto social e ambiental sob a perspectiva de clientes SEBRAE, Brasília: **SEBRAE**, 2017.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2005.

ADEBANJI et al. Understanding the gender preference on the motivation of informal entrepreneurs: the southwest, nigerian scenario. **International Journal of Entrepreneurship**, v.25, 2021.

AVENI, A. et al.. Um estudo do comportamento de mulheres empreendedoras no distrito federal. 2012.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **Uma economia circular no brasil: Uma abordagem exploratória inicial**. 2017. Disponível em.

BANDEIRA, P. B.; AMORIM, M.; de OLIVEIRA, M. Z. Empreendedorismo feminino: estudo comparativo entre homens e mulheres sobre motivações para empreender. **Revista Psicologia: Organizações e Trabalho**, v. 20, n. 3, 2021.

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.

ELKINGTON, J. **Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business**. Oxford: New Society Publishers, 2002.

BARTLEY, M.; POPAY, J.; PLEWIS, I. Domestic conditions, paid employment and women's experience of ill-health. **Sociology of Health and Illness**, United States, v.14, n.3, p.313-343, 1992

THINK, O. **Empoderamento Feminino no Empreendedorismo**. 2023

GONÇALVES, T.; MARTINS; BARROSO, A. A economia circular como alternativa à economia linear. **Ufs.Br.**; 2019.

CMMAD (Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento). **Report of the World Commission on Environment and Development**.

RODRIGUEZ-ANTON et al. Analysis of the relations between circular economy and sustainable development goals, **International Journal of Sustainable Development e World Ecology**, v. 26, n. 8, p. 708-720, 2019.

BARZELL, S., BARZELL, J. Towards a Feminist HCI Methodology: Social Science, Feminism, and HCI. **Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems**, p. 675-684, 2011.