



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PIAUÍ
CAMPUS TERESINA ZONA SUL
CURSO TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA**

JARDEANI SAMARA COSTA DA SILVA

**EMPREENDEDORISMO FEMININO: Um panorama sobre o brechó como
alternativa de renda para mulheres em Teresina - PI**

**TERESINA
2026**

JARDEANI SAMARA COSTA DA SILVA

EMPREENDEDORISMO FEMININO: Um panorama sobre o brechó como alternativa
de renda para mulheres em Teresina - PI

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo científico) apresentado como exigência parcial para obtenção do diploma do Curso de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus Teresina Zona Sul .

Orientadora: Prof. Esp. Caroline Pinto Guedes Ferreira.

TERESINA

2026

JARDEANI SAMARA COSTA DA SILVA

EMPREENDEDORISMO FEMININO: Um panorama sobre o brechó como alternativa
de renda para mulheres em Teresina - PI

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo científico)
apresentado como exigência parcial para obtenção
do diploma do Curso de Tecnologia em Design de
Moda do Instituto Federal de Educação, Ciência e
Tecnologia do Piauí, Campus Teresina Zona Sul.

Aprovada em: 23/07/2026.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Esp. Caroline Pinto Guedes Ferreira. (Orientador)
Instituto Federal do Piauí (IFPI)

Prof. Ma. Tatiana Barros de Oliveira Nunes
Instituto Federal do Piauí (IFPI)

Prof. Jéssica Melo Rodrigues
Secretaria Municipal de Saúde de Capitão de Campus

EMPREENDEDORISMO FEMININO: Um panorama sobre o brechó como alternativa de renda para mulheres em Teresina - PI

Jardeani Samara Costa da Silva¹
Caroline Pinto Guedes Ferreira²

RESUMO

O empreendedorismo feminino tem sido uma importante ferramenta de autonomia financeira e inclusão social, demonstrando sua relevância para a economia do Brasil. No contexto da moda, os brechós emergem como uma alternativa de negócio acessível para mulheres, alinhada à sustentabilidade, ao consumo consciente e à economia circular. Este artigo tem como objetivo analisar o empreendedorismo feminino no setor de brechós em Teresina - PI. A pesquisa investiga como essa atividade contribui para a geração de renda, as motivações das empreendedoras e os principais desafios enfrentados. A metodologia consistiu em uma pesquisa bibliográfica e na aplicação de questionário via plataforma Google Forms com proprietárias de brechós da cidade de Teresina - PI. O referencial teórico aborda o panorama do empreendedorismo (com foco no feminino), além dos conceitos de brechó, consumo consciente e economia circular. Os dados coletados mostraram que o brechó constitui uma importante fonte de renda e contribui para a autonomia financeira das participantes. As principais motivações encontradas foram a complementação de renda, a busca por independência financeira, o interesse por moda sustentável e a realização pessoal. Entre os desafios destacaram-se a gestão do negócio, a captação de clientes, a conciliação com outras tarefas e divulgação nas redes sociais. A pesquisa mostrou que para além dos aspectos econômicos, o empreendedorismo no setor de brechós também contribui para o desenvolvimento profissional e pessoal, aumento da autoestima e das redes de relacionamento das participantes.

Palavras-chave: brechós; consumo consciente; economia circular; empreendedorismo feminino; sustentabilidade.

ABSTRACT

Women's entrepreneurship has been an important tool for financial autonomy and social inclusion, demonstrating its relevance to Brazil's economy. In the context of fashion, thrift stores are emerging as an accessible business alternative for women, aligned with sustainability, conscious consumption, and the circular economy. This article aims to analyze women's entrepreneurship in the thrift store sector in Teresina, Piauí. The study investigates how this activity contributes to income generation, the

¹ Graduando(a) em Tecnologia de Design de Moda. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus Teresina Zona Sul. jardeanisamara@gmail.com.

² Especialista em Gestão Estratégica de Pessoas pela Universidade Federal do Piauí, Bacharel em Administração pela Universidade Estadual do Piauí. Especialista em Desenvolvimento e Meio Ambiente pela Universidade Federal do Piauí. Professora Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Campus Teresina Zona Sul. caroline.ferreira@ifpi.edu.br

motivations of female entrepreneurs, and the main challenges they face. The methodology consisted of a literature review and the administration of a questionnaire via Google Forms to thrift store owners in the city of Teresina, Piauí. The theoretical framework addresses the landscape of entrepreneurship (with a focus on women), as well as the concepts of thrift stores, conscious consumption, and the circular economy. The data collected showed that thrift stores constitute an important source of income and contribute to the participants' financial autonomy. The main motivations identified were supplementing income, the pursuit of financial independence, an interest in sustainable fashion, and personal fulfillment. Among the challenges highlighted were business management, attracting customers, balancing the business with other tasks, and promotion on social media. The research showed that, beyond the economic aspects, entrepreneurship in the thrift store sector also contributes to professional development

Keywords: brechós; conscious consumption; circular economy; female entrepreneurship.

Data de aprovação: 23/07/2026 (data de apresentação do TCC)

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo feminino no Brasil possui raízes históricas ligadas à busca por autonomia financeira e à superação de barreiras impostas pelo mercado de trabalho tradicional, que, por muito tempo, limitou as oportunidades para as mulheres. A inserção feminina no mercado de trabalho foi impulsionada por fatores como a necessidade de complementar a renda familiar, bem como pela busca por realização pessoal e profissional (COUTINHO *et al.*, 2022, p. 228).

Segundo o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços e o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (2024), o empreendedorismo feminino tem desempenhado um papel essencial na geração de renda, inclusão social e independência financeira de mulheres em todo o país, consolidando-se como um importante meio de transformação econômica e social. Nesse contexto, o SEBRAE (2023) destaca que o mercado de brechós vem se firmando como uma oportunidade de geração de renda para microempreendedores individuais, sendo a maioria composta por mulheres.

No Piauí, o empreendedorismo feminino vem se destacando em diversas áreas, incluindo o setor de moda. O mercado de brechós — lojas de venda de artigos usados, como roupas e acessórios — tem ganhado popularidade não apenas pela questão econômica, mas também por estar alinhado a práticas de consumo consciente e à lógica da economia circular, contribuindo para a redução do descarte têxtil e o prolongamento do ciclo de vida das peças.

O fortalecimento dos brechós também está relacionado ao uso das redes sociais, que ampliou o alcance dos empreendimentos e facilitou a divulgação dos produtos.

Esse crescimento do empreendedorismo feminino também pode ser observado na prática. Durante visita ao evento “Encontro de Brechós Teresina”, realizado no

Parque da Cidadania, foi possível identificar a forte presença feminina à frente desses empreendimentos, o que despertou o interesse em compreender mais profundamente esse fenômeno.

Diante disso, surge o seguinte problema de pesquisa: qual o impacto do empreendedorismo feminino no setor de brechós para a geração de renda e autonomia financeira das proprietárias desses empreendimentos em Teresina - PI?

A justificativa deste estudo está na relevância do tema. Do ponto de vista social, a pesquisa pode contribuir para dar visibilidade ao protagonismo feminino em atividades empreendedoras. Do ponto de vista econômico, permite compreender como os brechós se configuram como alternativa de geração de renda.

Do ponto de vista científico, a pesquisa contribui para ampliar a produção de conhecimento sobre o empreendedorismo feminino no segmento de brechós, especialmente no contexto local de Teresina – PI.

Diante disso, o objetivo da pesquisa é analisar como o empreendedorismo feminino no setor de brechós contribui para a geração de renda e autonomia financeira das mulheres em Teresina – PI, bem como identificar as motivações e os desafios enfrentados por essas empreendedoras.

Para alcançar esses objetivos foi realizada uma pesquisa de campo, de natureza descritiva e abordagem qualitativa e quantitativa. A coleta de dados ocorreu por meio da aplicação de questionário eletrônico elaborado na plataforma Google Forms com as proprietárias de brechós atuantes na cidade de Teresina – PI.

O trabalho está estruturado em quatro seções, além desta introdução. Na segunda seção, apresenta-se o referencial teórico, abordando o empreendedorismo feminino, o contexto econômico de Teresina, sustentabilidade e economia circular e o segmento de brechós. Na terceira seção, são apresentados os procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa. Na quarta seção, são apresentados e discutidos os resultados obtidos. Por fim, na quinta seção, são apresentadas as considerações finais, destacando as principais contribuições do estudo, suas limitações e possibilidades para pesquisas futuras.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo no Brasil e o protagonismo feminino.

O empreendedorismo pode ser compreendido como a capacidade de transformar ideias em oportunidades de negócio, assumindo riscos de forma planejada (DORNELAS, 2012, p.27 - 28).

Um dado importante apresentado pelo GEM (2024) é o fato de o empreendedorismo por necessidade continua sendo uma das principais razões para a abertura de negócios, o que sinaliza possíveis fragilidades estruturais no mercado de trabalho.

Para Dornelas (2012, p.18), o empreendedorismo pode ser classificado em duas principais modalidades: empreendedorismo por oportunidade (quando o indivíduo que identifica uma possibilidade de negócio e planeja sua atuação) e empreendedorismo por necessidade (quando o indivíduo ingressa nesse caminho por ausência de alternativas no mercado formal de trabalho, por estar desempregado, por exemplo). Nesse último, os negócios tendem a ser pouco estruturados e, muitas vezes, informais, o que aumenta as chances de encerramento precoce e reduz sua contribuição para a economia.

O empreendedorismo tem ganhado destaque no Brasil como um importante instrumento de geração de renda, inclusão social e desenvolvimento econômico. Segundo dados do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2025, a taxa de empreendedorismo total no Brasil atingiu 31,6% da população adulta. De acordo com a pesquisa realizada pela Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (Anegepe) em parceria com o SEBRAE, esse percentual corresponde a cerca de 43,8 milhões de brasileiros já envolvidos com algum tipo de empreendimento (formal ou informal) e/ou que fizeram alguma ação para empreender futuramente.

Mas esse movimento começou a se intensificar no país ainda na década de 1990:

O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas. Os ambientes político e econômico do país não propícios, e o empreendedor praticamente não encontrava informações para auxiliá-lo em sua jornada empreendedora (Dornelas, 2012, p. 14).

No Brasil, o empreendedorismo também pode ser analisado sob a perspectiva de gênero. De Freitas, Da Costa e Visentin (2023), em pesquisa realizada com mulheres proprietárias de brechós no município de Luziânia, Goiás, observaram que a busca por independência financeira, realização pessoal e maior flexibilidade na rotina estão entre as principais motivações para o empreendedorismo feminino nesse segmento. O estudo também apontou desafios relacionados à gestão do negócio e a consolidação dos empreendimentos no mercado.

As motivações identificadas por De Freitas, Da Costa e Visentin (2023) refletem as mudanças sociais que ampliaram a participação feminina no mercado de trabalho, embora ainda persistam muitos obstáculos como a desigualdade salarial, dificuldade de acesso ao crédito e sobrecarga de tarefas domésticas como aponta (CORDEIRO et al., 2020).

Nesse contexto, é fundamental que, além da iniciativa das próprias empreendedoras, existam também políticas e programas que fortaleçam o empreendedorismo feminino.

O estudo MDIC/PNUD 2024 destaca que políticas públicas estão sendo intensificadas para apoiar o empreendedorismo feminino. Por exemplo, a estratégia nacional “Elas Empreendem”, com quatro eixos principais: acesso ao mercado, tecnologia e inovação, crédito e educação empreendedora. Essas políticas têm como objetivo reduzir desigualdades e promover ambientes mais favoráveis para negócios liderados por mulheres.

Mesmo com todos os desafios, os estudos mostram que a presença feminina no empreendedorismo continua em expansão, impulsionada pela digitalização dos negócios, pelo uso de redes sociais e pela valorização de iniciativas sustentáveis, como é o caso dos brechós.

2.2. Contexto econômico e empreendedor de Teresina – PI

Teresina, capital do estado do Piauí, possui historicamente um potencial comercial. Conforme aponta Santos (2022), desde sua fundação planejada em 1852 e, especialmente, a partir da década de 1940, a cidade se consolidou como o principal centro urbano e de serviços do estado. Essa centralidade econômica foi impulsionada pela oferta de serviços e pelo comércio, e estruturou o desenvolvimento urbano da capital, as atividades comerciais e favoreceu a absorção de novos modelos de negócio, especialmente aqueles vinculados ao pequeno comércio (SANTOS, 2022).

Economicamente, a capital possui uma forte presença de micro e pequenos empreendimentos. Segundo dados do Sebrae Piauí (2025), Teresina concentra expressivos 39.374 registros de Microempreendedores Individuais (MEI), representando quase 44% de todos os empreendedores formais do estado. Essa expansão reflete tanto a busca por formalização quanto a necessidade de geração de renda em um mercado de trabalho marcado pela informalidade e pela escassez de vagas formais.

Dentro desse cenário, pode-se observar um crescente protagonismo feminino. Relatórios do SEBRAE Piauí apontam que as mulheres já representam cerca de 43,7% dos registros de MEI no estado (BATISTA, 2025), evidenciando a importância do empreendedorismo feminino para economia do estado.

Entre os setores com maior concentração de MEIs no estado, o Comércio de Vestuário e Acessórios lidera as atividades, respondendo por cerca de 20% de todos os registros (BATISTA, 2025). Esses dados nos mostram como segmentos relacionados à moda e ao varejo, incluindo os brechós, encontram terreno fértil em Teresina.

2.3 BRECHÓS: UM BREVE HISTÓRICO

Os brechós são estabelecimentos voltados à comercialização de roupas, calçados e acessórios de segunda mão, permitindo que esses produtos tenham seu ciclo de vida prolongado por meio da reutilização. Além de oferecerem uma alternativa economicamente acessível para os consumidores, esses estabelecimentos contribuem para práticas de consumo mais sustentáveis, reduzindo o descarte têxtil e incentivando o reaproveitamento de peças (CARNEIRO, 2022).

No Brasil, os brechós ganharam maior visibilidade a partir das últimas décadas, acompanhando mudanças no comportamento dos consumidores e o crescimento do interesse por práticas de consumo consciente. Nesse contexto, esses estabelecimentos deixaram de ser associados exclusivamente à economia financeira e passaram a atrair consumidores em busca de exclusividade, autenticidade e sustentabilidade (CARNEIRO, 2022; BERLIM, 2012).

Atualmente, os brechós ocupam um espaço significativo dentro da moda sustentável, oferecendo produtos com apelo estético, econômico e ambiental. Com a expansão das redes sociais e do comércio eletrônico, surgiram os brechós online, administrados com maior frequência por mulheres empreendedoras, que utilizam plataformas digitais para divulgar produtos, atender clientes e construir marcas alinhadas à identidade e ao propósito (SEBRAE, 2023).

Martins (2020), em estudo realizado com proprietárias de brechós do bairro Mocambinho, em Teresina-PI, verificou que os brechós constituem uma importante alternativa de geração de renda para mulheres. Segundo a autora, o baixo

investimento inicial exigido para abertura do negócio e a crescente valorização do consumo de peças de segunda mão contribuem para a inserção feminina nesse mercado, possibilitando oportunidades de autonomia financeira e empreendedorismo.

2.4 ECONOMIA CIRCULAR E A RESSIGNIFICAÇÃO DO BRECHÓ

Antes associados principalmente à busca por economia, os brechós passaram por um processo de ressignificação nas últimas décadas. Atualmente, esses estabelecimentos atraem consumidores não apenas pelos preços acessíveis, mas também pela busca por exclusividade, autenticidade e práticas de consumo mais sustentáveis (CARNEIRO, 2022).

Nesse contexto, a compra de roupas de segunda mão passou a ser percebida como uma escolha alinhada a valores ambientais e ao consumo consciente (CARNEIRO, 2022). Consumir produtos de brechós pode resultar em uma economia de até 80% em comparação com as compras em lojas tradicionais, conforme os dados apresentados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae, 2021).

Essa transformação está relacionada ao conceito de economia circular, que propõe o prolongamento do ciclo de vida dos produtos por meio da reutilização, reciclagem e reaproveitamento, reduzindo a geração de resíduos e o desperdício de recursos (ELLEN MACARTHUR FOUNDATION, 2015).

No setor da moda, esse conceito se destaca como uma alternativa sustentável ao modelo fast fashion, caracterizado pela produção acelerada e pelo descarte frequente de roupas. Nesse contexto, os brechós desempenham papel relevante ao promover a reutilização das peças e contribuir para a redução dos impactos ambientais gerados pela indústria têxtil, atribuindo novos significados aos produtos já existentes (BERLIM, 2012).

3. METODOLOGIA

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa de campo, de abordagem qualitativa e quantitativa. Segundo Gil (2002), a pesquisa de campo possibilita a coleta de informações diretamente junto aos participantes envolvidos com o fenômeno investigado. Quanta a natureza, a pesquisa é descritiva, que de acordo com Gil (2002), tem como objetivo primordial descrever as características de uma determinada população ou de um fenômeno.

Além da pesquisa de campo, realizou-se uma revisão bibliográfica com o objetivo de fundamentar teoricamente as discussões relacionadas ao empreendedorismo feminino, aos brechós, ao consumo consciente e à economia circular.

A coleta de dados foi realizada por meio da aplicação de um questionário eletrônico elaborado na plataforma Google Forms, direcionado a mulheres proprietárias de brechós na cidade de Teresina-PI. Para a identificação dos empreendimentos, foi realizado um levantamento por meio da rede social Instagram. Foram identificados brechós que apresentavam atividade recente em seus perfis, principalmente por meio de publicações e stories.

Embora tenham sido identificados mais empreendimentos que atendiam a esse critério, foram selecionados 12 estabelecimentos para o envio dos convites de

participação na pesquisa. Os convites foram enviados diretamente aos 12 perfis de brechós por meio do Instagram. Desses, sete participaram da pesquisa após o contato realizado pela rede social.

Além disso, com autorização da coordenadora do Encontro de Brechó de Teresina, o link do questionário também foi divulgado no grupo de participantes do evento. Ao final da coleta, nove proprietárias responderam ao questionário e constituíram a amostra analisada neste estudo.

O questionário foi composto por oito questões, sendo cinco fechadas e três abertas. As questões fechadas abordaram a faixa etária das participantes, o tempo de atuação como proprietárias de brechós, o formato do empreendimento, a importância da renda do brechó para a vida financeira e a percepção sobre a contribuição do negócio para a autonomia ou independência financeira. As questões abertas abordaram as motivações para a abertura do brechó, os principais desafios encontrados na criação e manutenção do negócio e os impactos do empreendimento na vida pessoal e profissional das participantes.

A participação das entrevistadas ocorreu de forma voluntária, mediante aceite do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), garantindo o anonimato e a confidencialidade das informações fornecidas. Para preservar a identidade das participantes, os relatos apresentados na seção de resultados foram identificados como "Participante 1", "Participante 2" e assim sucessivamente, de acordo com a ordem de resposta ao questionário.

Os dados coletados foram organizados e analisados de forma descritiva. As respostas às questões abertas foram organizadas por temas, definidos com base nos objetivos da pesquisa, facilitando a análise, a discussão e a comparação dos resultados com a literatura consultada.

Como limitação da pesquisa, destaca-se a dificuldade de obtenção de respostas de parte dos brechós contatados diretamente pelo Instagram, uma vez que nem todos os empreendimentos que receberam convites participaram da pesquisa.

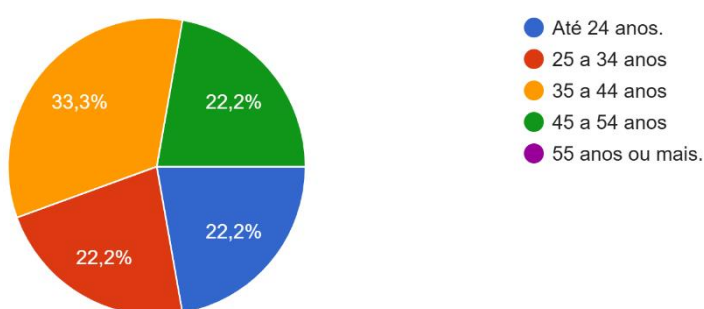
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

No total, participaram da pesquisa nove proprietárias de brechós localizados em Teresina-PI. Quanto ao perfil, as participantes apresentaram idades entre 24 e 54 anos, mostrando que o empreendedorismo no setor de brechó atravessa várias faixas etárias.

Figura 1 – Faixa etária

1. Qual a sua faixa etária?

9 respostas



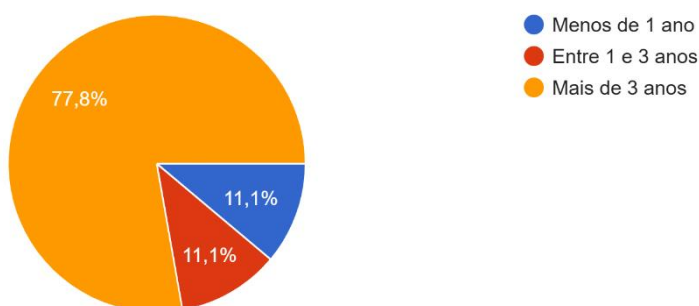
Fonte: Dados da pesquisa

Em relação ao tempo de atuação, observou-se que a maior parte das participantes (77,8%) possuem seus negócios a mais de três anos. Esse resultado mostra que a maioria das empreendedoras possui experiência consolidada no setor o que torna suas percepções sobre os desafios e o impacto do empreendedorismo em suas vidas ainda mais relevantes para a pesquisa.

Figura 2- Tempo de atuação

2. Há quanto tempo você atua como proprietária de brechó?

9 respostas



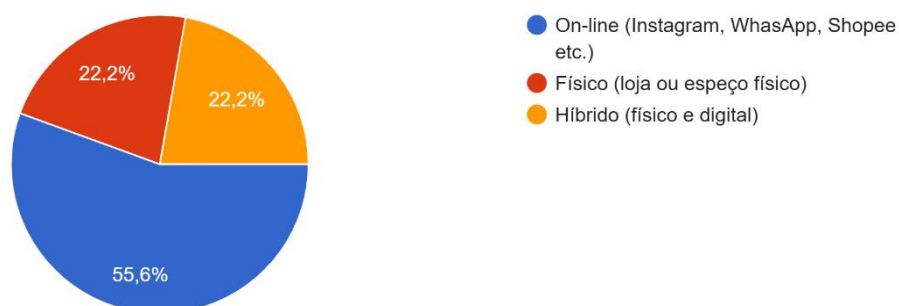
Fonte: dados da pesquisa

Também foi identificado que a maior parte dos empreendimentos adotam um modelo on-line (55,6%). Além disso, dois brechós funcionam no modelo híbrido conciliando vendas presenciais e por meio de plataformas digitais, enquanto outros dois possuem apenas a loja física.

Figura 3 - Modalidade do brechó

3. Seu brechó é?

9 respostas



Fonte: dados da pesquisa

Quando questionadas sobre as motivações que as levaram a empreender nesse setor, as participantes apresentaram respostas variadas. Fazer uma renda

extra ou complementar a renda, foram as motivações mais recorrentes. Porém também foram mencionados fatores como o interesse pela moda sustentável, o desejo de trabalhar de forma autônoma e até a continuidade de um empreendimento familiar.

Quadro 1 – Principais motivações para abrir um brechó

Principais motivações	Participantes
Geração/complementação de renda	5
Afinidade com moda e brechós	5
Sustentabilidade/moda sustentável	3
Desejo de empreender/trabalhar por conta própria	2
Continuidade de empreendimento familiar	1
Apoio a uma associação	1

Nota: Uma mesma participante pode ter apresentado mais de um motivo.

Fonte: dados da pesquisa

Esses resultados demonstram que o empreendedorismo feminino no setor de brechós em Teresina não está relacionado apenas à questão econômica, mas também à identificação com o segmento e à busca por realização profissional. Isso pode ser observado na reposta de uma das participantes: "Sempre gostei e apoiei a

moda sustentável. [...] Eu tinha vontade de abrir meu próprio negócio. Então, por que não abrir um brechó? Trabalhar com uma coisa que eu amo, que é garimpar, e ainda fazer uma renda extra" (Participante 5).

Esses dados conversam com a classificação de empreendedorismo de Dornelas (2012) que destaca que ele pode surgir tanto por necessidade quanto pela identificação de oportunidades de negócio. Os resultados também se aproximam dos achados dos autores De Freitas, Da Costa e Visentin (2023), que identificaram a independência financeira, a realização pessoal e a flexibilidade de horários entre as principais motivações para o empreendedorismo feminino em brechós.

Quanto aos desafios enfrentados na criação e manutenção dos brechós, as respostas mostraram dificuldades relacionadas à gestão do negócio, como custos operacionais, precificação das peças, gestão do tempo. Além disso, a criação de conteúdo para as redes sociais também representa um obstáculo para parte das empreendedoras, como destacou uma das participantes: "meu maior desafio é a criação de conteúdo e de posts, pois não tenho muita afinidade com isso. Ainda hoje, esse é um desafio para mim" (Participante 6).

Quadro 2 – Principais desafios relatados pelas participantes

Principais desafios	Nº de participantes
Redes sociais e criação de conteúdo	4
Gestão e organização do negócio	6
Curadoria, seleção e aquisição de peças	3
Preconceito/desvalorização do brechó	2
Espaços para exposição	3
Conciliar Funções/gestão de tempo	1

Nota: Uma mesma participante pode ter apontado mais de um desafio.

Fonte: dados da pesquisa

Também foram mencionados desafios relacionados à desvalorização do brechó como um negócio sério e ao preconceito ainda existente em relação às roupas de segunda mão, aspecto este que também foi observado por Martins (2020), ao destacar os desafios enfrentados por mulheres empreendedoras no segmento de brechós no bairro Mocambinho em Teresina.

Em relação aos impactos do empreendedorismo na vida das participantes, verificou-se que o brechó representa um importante instrumento de geração de renda e autonomia financeira. Para a maioria das participantes, o empreendimento atua como complemento da renda familiar. No entanto, para parte delas, o brechó se tornou a principal fonte de renda, mostrando seu potencial como alternativa de sustento e independência financeira. Esse resultado pode ser observado na fala de uma das participantes, que afirmou: "O brechó é hoje minha única fonte de renda e a base da minha estabilidade financeira" (Participante 1).

Quadro 3 – Importância da renda do brechó para a vida financeira

Principais motivações	Nº de participantes
Complementa a renda	5
Principal fonte de renda	3
Pouca importância financeira	1

Fonte: dados da pesquisa

Além dos aspectos econômicos, as participantes relataram benefícios relacionados ao desenvolvimento profissional, como a busca por conhecimentos em marketing, experiência do cliente e moda circular, bem como benefícios pessoais, entre eles o fortalecimento da autoestima, o desenvolvimento da resiliência, a criação de redes de contatos e a superação da timidez.

De modo geral, os resultados evidenciam que os brechós representam uma importante alternativa de empreendedorismo para mulheres em Teresina, favorecendo a geração de renda, a autonomia financeira e o desenvolvimento de competências pessoais e profissionais.

Apesar dos desafios relacionados à gestão e à consolidação dos empreendimentos, as participantes demonstraram perceber o negócio como uma oportunidade de crescimento e realização, confirmando o que foi observado na literatura apresentada ao longo deste trabalho.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo buscou analisar o panorama do empreendedorismo feminino no setor de brechós em Teresina-PI, investigando a sua relevância como alternativa de geração de renda e autonomia financeira para as mulheres.

Os resultados obtidos com a pesquisa, permitiram confirmar a hipótese de que o empreendedorismo feminino no segmento de brechós constitui um importante meio de geração de renda e de autonomia financeira, ainda que, para a maioria das participantes, o negócio represente uma atividade que complementa a renda.

A partir da análise das respostas obtidas por meio do questionário aplicado às proprietárias de brechós, foi possível constatar que esse tipo de empreendimento representa uma importante alternativa de inserção e permanência no mercado, contribuindo para a complementação ou constituição da principal fonte de renda das participantes. Além disso, foram identificadas diferentes motivações para empreender, bem como desafios relacionados à gestão dos negócios.

Os resultados obtidos também sugeriram que o empreendedorismo no setor de brechós vai além da geração de renda. As participantes relataram que administrar um negócio nesse segmento trouxe impactos relacionados à aquisição de novos conhecimentos, ao fortalecimento da resiliência, à criação da rede de contatos e da superação de desafios pessoais, mostrando que o empreendedorismo também promove o crescimento pessoal.

Diante disso, reforça-se a importância da implementação de políticas públicas que favoreçam a criação, a manutenção e o fortalecimento de negócios liderados por mulheres, bem como de iniciativas voltadas à capacitação em gestão, formação de

preço, em marketing digital e à valorização da moda e da economia circular na cidade de Teresina-PI.

Nesse sentido, esta pesquisa contribui para a compreensão do empreendedorismo feminino no segmento de brechós e para os estudos que relacionam moda, geração de renda e empreendedorismo. Os resultados também indicam a necessidade de novos estudos que ampliem o número de participantes e aprofundem aspectos relacionados à trajetória das empreendedoras, aos impactos da atividade sobre seu desenvolvimento pessoal e profissional e às estratégias utilizadas para a gestão e permanência dos negócios.

Nesse contexto, sugere-se para pesquisas futuras, que investiguem de que maneira o profissional de Design de Moda pode contribuir para o fortalecimento e a profissionalização dos brechós, considerando os desafios identificados pelas participantes. Entre as possibilidades de atuação, destacam-se a assessoria de moda, a curadoria de peças, a composição de produtos e looks, o visual merchandising e o desenvolvimento de estratégias relacionadas à identidade visual e ao posicionamento do negócio.

Dessa forma, os brechós mostram-se não apenas como uma alternativa de geração de renda para mulheres, mas também como espaços de valorização da moda circular e de estímulo ao consumo consciente em Teresina-PI.

REFERÊNCIAS

BATISTA, Graça. Perfil do MEI no Piauí revela avanço da formalização entre jovens e força do setor de serviços. **Agência Sebrae de Notícias Piauí (ASN PI)**. 2025. Disponível em: <https://pi.agenciasebrae.com.br/dados/perfil-do-mei-no-piaui-revela-avanco-da-formalizacao-entre-jovens-e-forca-do-setor-de-servicos/>. Acesso em: 28 jan. 2026.

BERLIM, Lilyan. **Moda e sustentabilidade**: uma reflexão necessária. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

CARNEIRO, Júlia Gabriela Lourenço. **A ascensão do mercado de brechós no Brasil**: uma análise do comportamento do consumidor frente ao pensamento sustentável. 2022. 27 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) – Centro Universitário Sagrado Coração (UNISAGRADO), Bauru, 2022.

CORDEIRO, Alexandra Inês da Silva et al. Mulher empreendedora: desafios e oportunidades. **Revista Caribeña de Ciencias Sociales**, set. 2020. Disponível em: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2020/09/mulher-empreendedora.html>. Acesso em: 4 set. 2024.

COUTINHO, Weslanya Fernandes et al. O empreendedorismo feminino no polo cerâmico de Teresina/PI. **Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec**, v. 2, pág. 224-239, 2022.

DE FREITAS, Rodrigo Cardoso; DA COSTA, Ana Júlia Lisboa; VISENTIN, Izabela Calegário. Empreendedorismo feminino: um estudo sobre as mulheres empreendedoras do ramo de brechó na cidade de Luziânia-Goiás. **Revista Multidisciplinar Humanidade e Tecnologias (FINOM)**, v. 39, n. 2, p. 1-22, 2023.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 6. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **Towards the circular economy**. Londres, 2015.

FUNDAÇÃO DE AMPARO À PESQUISA DO ESTADO DO PIAUÍ (PI.GOV.BR). **Com o apoio da Badespi, mulheres empreendedoras transformam o Piauí com crédito e inovação, 2026**. Disponível em: <https://www.pi.gov.br/com-o-apoio-da-badespi-mulheres-empreendedoras-transformam-o-piaui-com-credito-e-inovacao/>. Acesso em: 28 jan. 2026.

SEBRAE. Futuro do empreendedorismo no Brasil pode ser feminino, jovem e negro. **Agência Sebrae de Notícias**, 2024. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/dados/futuro-do-empreendedorismo-no-brasil-pode-ser-feminino-jovem-e-negro/>. Acesso em: 5 set. 2024.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MARTINS, Sandra Maria da Costa. **Brechó**: uma alternativa de renda para as mulheres do bairro Mocambinho, em Teresina-PI. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design de Moda) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Teresina, 2020.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS (MDIC); PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO (PNUD). **Panorama do empreendedorismo feminino no Brasil**. Brasília: MDIC/PNUD, 2024.

SANTOS, Douglas Dias dos. **Polo de Saúde de Teresina**: modificações socioespaciais na Rua Primeiro de Maio (Centro/Sul). 2022. 61 f. Monografia (Licenciatura em Geografia) – Universidade Estadual do Piauí, Teresina, 2022.

SEBRAE. O MEI tá dominando: 90% dos brechós abertos são de MEIs. **Portal Sebrae**, Brasília, 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-mei-ta-dominando-90-dos-brechos-abertos-sao-de-meis>. Acesso em: 5 sep. 2024.

SEBRAE. **Global Entrepreneurship Monitor (GEM)**: apresentação 2025. Curitiba: Sebrae Paraná, 2026. Disponível em: <https://sebraepr.com.br/wp-content/uploads/2026/04/GEM-Apresentacao-Global-Entrepreneurship-Monitor-2025.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2026.

APÊNDICE

APÊNDICE A – Questionário aplicado às proprietárias de brechós de Teresina-PI

Empreendedorismo feminino no setor de brechós em Teresina-PI.

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE).

Você está sendo convidada a participar da pesquisa intitulada "Empreendedorismo feminino: Um panorama sobre o brechó como alternativa de renda para mulheres em Teresina - PI", desenvolvida como parte do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) da graduação em Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal de Educação e tecnologia do Piauí (IFPI).

O objetivo desta pesquisa é compreender como a atuação no setor de brechós contribui para a geração de renda e autonomia financeira de mulheres empreendedoras, bem como identificar suas motivações para empreender e os principais desafios enfrentados na gestão do negócio.

Sua participação consiste em responder a um questionário composto por perguntas objetivas e discursivas, com duração aproximada de 5 minutos.

A participação é voluntária e você poderá interrompê-la a qualquer momento, sem qualquer prejuízo. Não será solicitada nenhuma informação que permita sua identificação pessoal, garantindo-se o anonimato e a confidencialidade das respostas. Os dados coletados serão utilizados exclusivamente para fins acadêmicos e para a elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso, podendo ser apresentados de forma agrupada, sem identificação individual das participantes.

Ao prosseguir com o preenchimento deste questionário, você declara que leu as informações acima, compreendeu os objetivos da pesquisa e concorda voluntariamente em participar.

Orientadora: Prof. Esp. Caroline Pinto Guedes Ferreira.

Orientanda: Jardeani Samara costa da Silva

Declaro que li e concordo em participar da pesquisa.*

Concordo em participar da pesquisa.

Não concordo em participar da pesquisa.

1. Qual a sua faixa etária?*

Até 24 anos.

25 a 34 anos

35 a 44 anos

45 a 54 anos

55 anos ou mais.

2. Há quanto tempo você atua como proprietária de brechó?*

Menos de 1 ano

Entre 1 e 3 anos

Mais de 3 anos

3. Seu brechó é?*

On-line (Instagram, WhasApp, Shopee etc.)
Físico (loja ou espaço físico)
Híbrido (físico e digital)

4. O que motivou você a abrir um brechó? * (Resposta aberta)

5. Qual a importância da renda do brechó para sua vida financeira? *

É minha principal fonte de renda

Complementa minha renda

Possui pouca importância financeira

6. Na sua percepção, o brechó contribuiu para aumentar sua autonomia ou independência financeira? *

Sim

Parcialmente

Não

7. Quais foram os principais desafios encontrados na criação e manutenção do negócio?* (Resposta aberta)

8. De que forma o brechó impactou sua vida pessoal e profissional?* (Resposta aberta)