



Estudo

A Geografia do varejo de moda no Brasil



Dezembro de 2022

Índice

1

Contexto

2

Objetivo e Método

3

Consumidores

4

Varejo

5

Indústria

6

Pontos de atenção

A Geografia do varejo de moda no Brasil



Contexto

O mercado de moda no Brasil em 2021 foi de cerca de **US\$ 48 bilhões (algo como R\$ 249 bilhões)** e representa o **9º maior mercado mundial** neste segmento, enquanto os EUA possuem um mercado de US\$ 359 bi, a China US\$ 324 bi e o Japão US\$ 84 bi.

Segundo levantamento realizado pela Nuvemshop, provedora de serviços para lojas virtuais, apenas no primeiro trimestre de 2021 foram vendidos **US\$ 134 milhões no e-commerce de vestuário**. Apesar do bom desempenho, considerando o tamanho total do mercado, isso nos leva a considerar o quão importantes são as lojas físicas para este mercado.

Segundo o **Ranking SBVC 2022**, em 2021 as 38 maiores redes de venda de Moda e que ainda incluem Calçados e Acessórios somaram cerca de R\$ 73 bi, ou seja, algo como US\$ 14 bi e que chegariam perto de 30% do mercado total. Isso apenas reforça também a **importância das lojas individuais e pequenas redes** na composição do mercado.



Objetivos do Estudo e Método

Objetivo do Estudo e Método

O objetivo fundamental deste estudo é apresentar **como acontece o consumo de moda no Brasil**, segundo suas **regiões geográficas** e classes socioeconômicas. Por moda entende-se o conjunto formado por vestuário e calçados.

O estudo foi desenvolvido pela **Cognatis** em parceria com **SBVC**, com base em seus bancos de dados sobre demografia, consumo e empresas e que reúnem mais de **3 mil variáveis**, além da utilização de sua ferramenta de georreferenciamento, **Nettool®**.

Foram analisados aspectos relacionados aos **consumidores**, ao **varejo** de lojas físicas, bem como as **indústrias** que fabricam estes produtos.

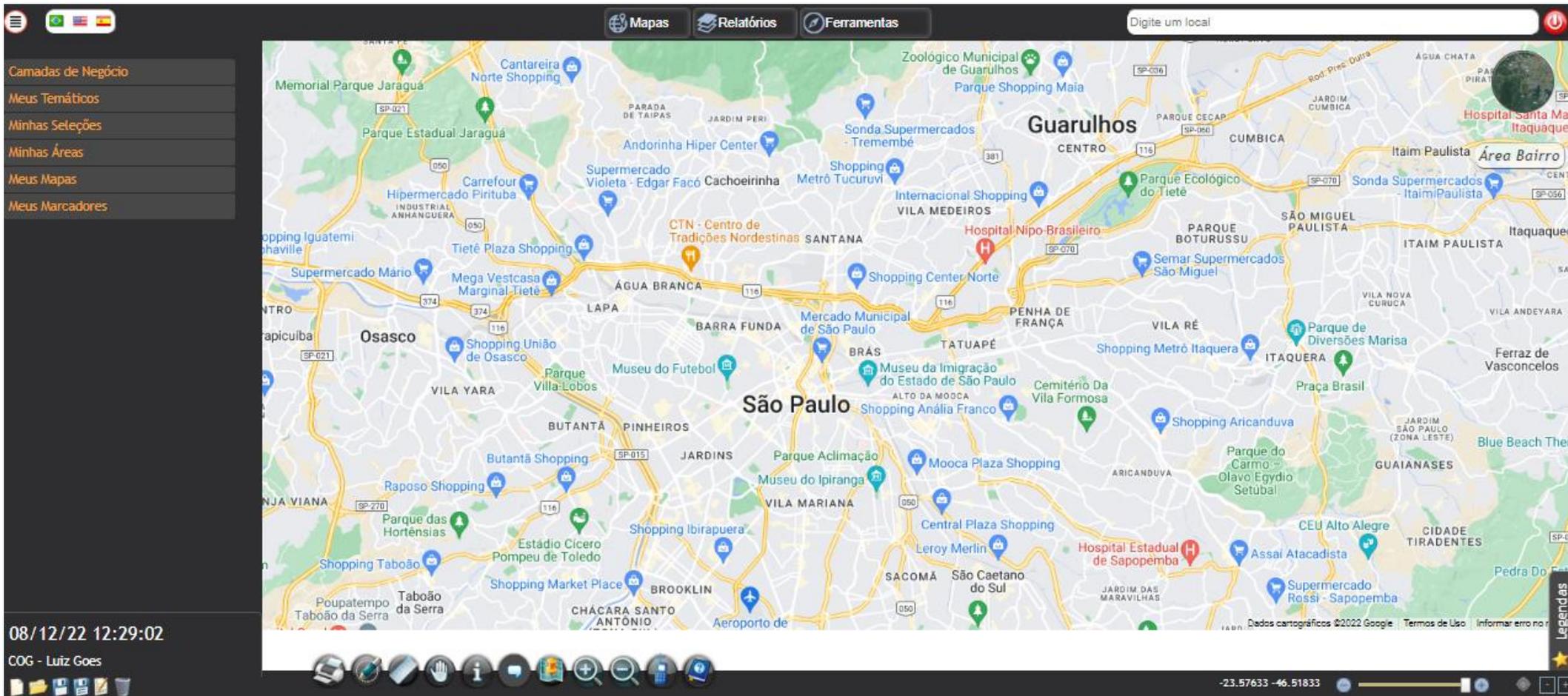
Objetivo do Estudo e Método

O resultado final foi uma **visão geral de como se comporta a cadeia de consumo de moda no Brasil**, assim como o que os consumidores compram e quanto gastam.

As variáveis referentes aos gastos e ticket médio apresentadas no estudo, referem-se àqueles feitos na categoria, nos domicílios que consumiram estes produtos.

O **Geomarketing é uma ferramenta poderosa** com inúmeras aplicações para o varejo, para os prestadores de serviços e para a indústria e pode ajudar significativamente na **minimização de riscos** e na **potencialização de recursos**.

O Nettool® pode ser operado de forma simples após um rápido treinamento sendo acessado diretamente através de um endereço web



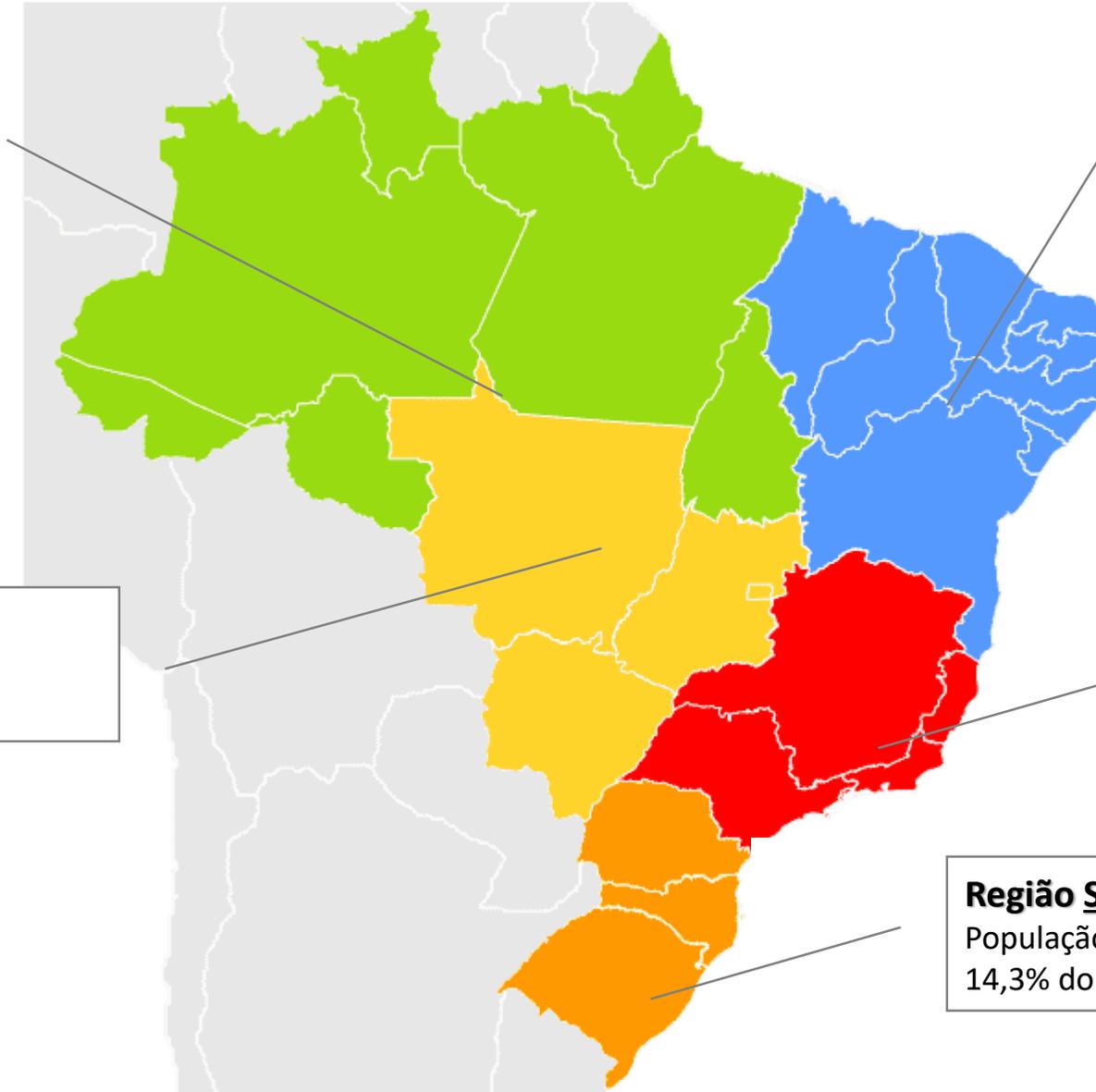


Consumidores

Uma visão geral da estrutura populacional brasileira

Região Norte

População: 18.906.962
8,9% do Total



Região Nordeste

População: 57.667.842
27,0% do Total

Região Centro-Oeste

População: 16.707.336
7,8% do Total

Região Sudeste

População: 89.632.912
42,0% do Total

Região Sul

População: 30.402.587
14,3% do Total

A classificação socioeconômica utilizada neste estudo é aquela definida pela **ABEP – Associação Brasileira das Empresas de Pesquisa através do Critério Brasil - Versão 2022** e que classifica os domicílios brasileiros segundo variáveis relativas aos itens de posse, grau de instrução do chefe do domicílio e acesso a serviços públicos. A renda média estimada para cada estrato socioeconômico com base na PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua do IBGE é a seguinte:

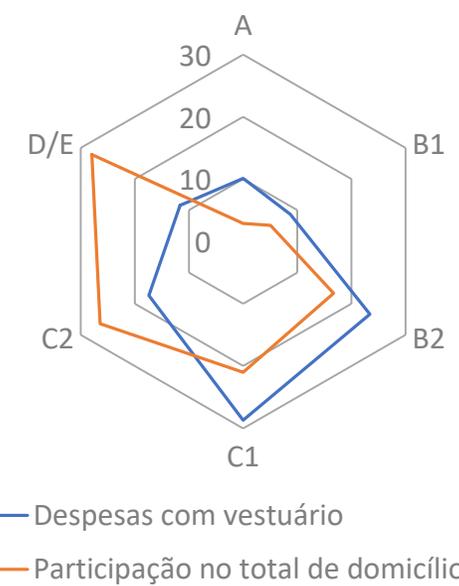
Estrato Socioeconômico	Renda Média Domiciliar (R\$)
A	21.826
B1	10.361
B2	5.755
C1	3.276
C2	1.965
D/E	900

Gastos com vestuário por Classe Social no Brasil

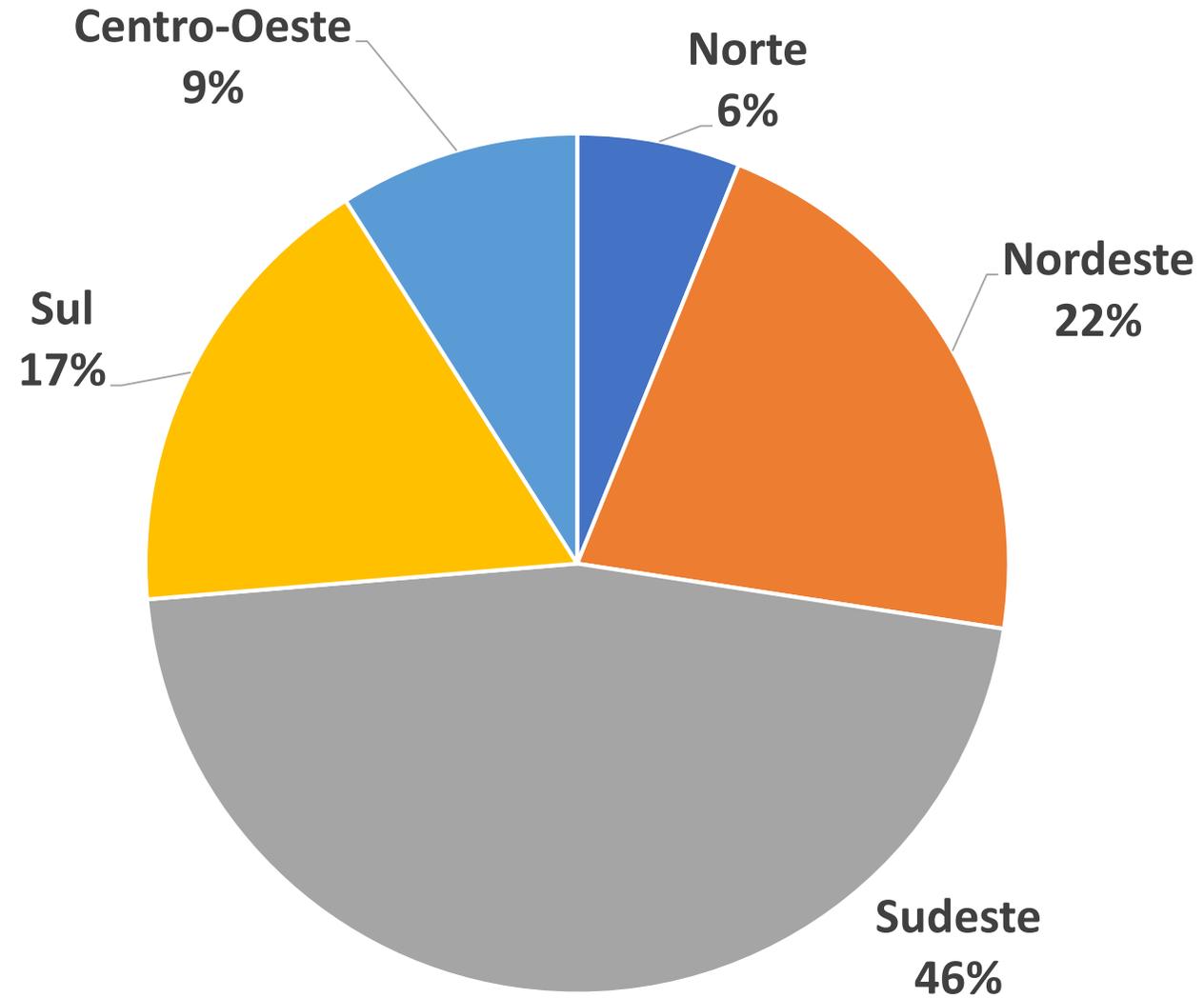
Classe Social*	Participação no total das despesas mensais dos domicílios com Vestuário (%)	Participação estimada no Brasil (%)
A	10,1	2,9
B1	8,7	5,1
B2	23,4	16,7
C1	28,7	21,0
C2	17,4	26,4
D/E	11,6	27,9

As Classes socioeconômicas A e B, totalizam 24,7% do total de domicílios, porém consomem 42,2% do consumo de vestuário no país.

As Classes C, D e E, por sua vez totalizam 75,3% do total de domicílios, porém participam com apenas 57,7% no consumo de vestuário



Distribuição regional de gastos totais com vestuário no Brasil



Distribuição de gastos com vestuário por Classe Social no Brasil

Gastos com Vestuário (Total por Classe Social)				
Classe Social*	Masculino** (%)	Feminino** (%)	Infantil ** (%)	Calçados** (%)
A	27,0	37,2	10,6	25,2
B1	26,3	36,9	11,3	25,5
B2	25,1	34,8	12,6	27,6
C1	26,4	30,1	13,6	29,9
C2	25,7	29,7	15,6	29,0
D/E	22,7	27,4	20,4	29,5
Total	25,5	32,7	14,0	27,8

Vestuário feminino é o maior gasto independentemente da classe social

Participação do gasto com Vestuário feminino decresce com a classe social

O gasto com vestuário infantil aumenta com o decréscimo da classe social

Ticket Médio por Classe Social no Brasil

O ticket médio é a despesa média mensal por domicílio dentre aqueles que consumiram a categoria

Classe Social*	Gastos com Vestuário			
	Masculino** (%)	Feminino** (%)	Infantil ** (%)	Calçados** (%)
A	395	470	260	310
B1	139	168	95	114
B2	110	131	89	100
C1	87	89	69	80
C2	72	74	60	62
D/E	53	54	49	46

Em média, para todas as categorias, os gastos da Classe A são cerca de 170% maiores do que os da Classe B1

Pouca variação entre os gastos para cada categoria

Ticket Médio de Vestuário por Classe Social e por Região

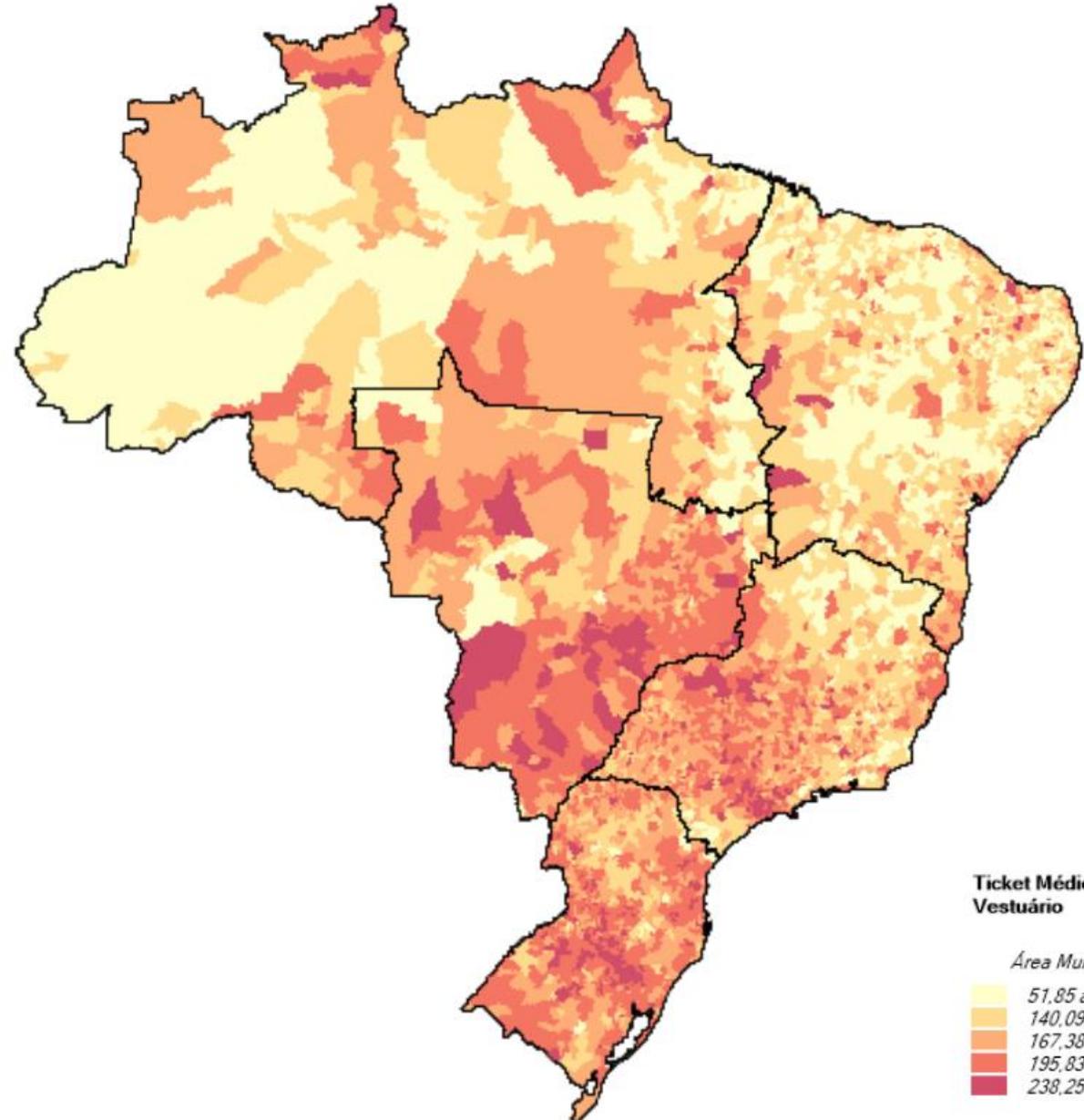
Região Geográfica	Classe Sociais ** (R\$)					
	A	B1	B2	C1	C2	D/E
Norte	886	305	315	261	168	125
Nordeste	1.199	466	354	227	156	103
Sudeste	1.039	369	265	198	160	133
Sul	843	331	280	189	175	136
Centro-Oeste	994	376	299	197	154	127
Brasil	1.012	375	285	206	161	118

O Nordeste apresenta os mais altos tickets médios para os domicílios que compraram vestuários, das Classes A e B1

O ticket médio dos domicílios do Nordeste que compraram vestuário de Classes D/E são os mais baixos do país

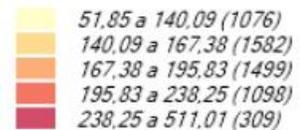
Ticket Médio gastos com vestuário no Brasil

O mapa ao lado mostra através da intensidade de cores o **ticket médio domiciliar de gastos com vestuário**, permitindo verificar os maiores gastos nas regiões **Sudeste, Sul** e também parte do **Centro-Oeste**, com destaque para **Brasília**.



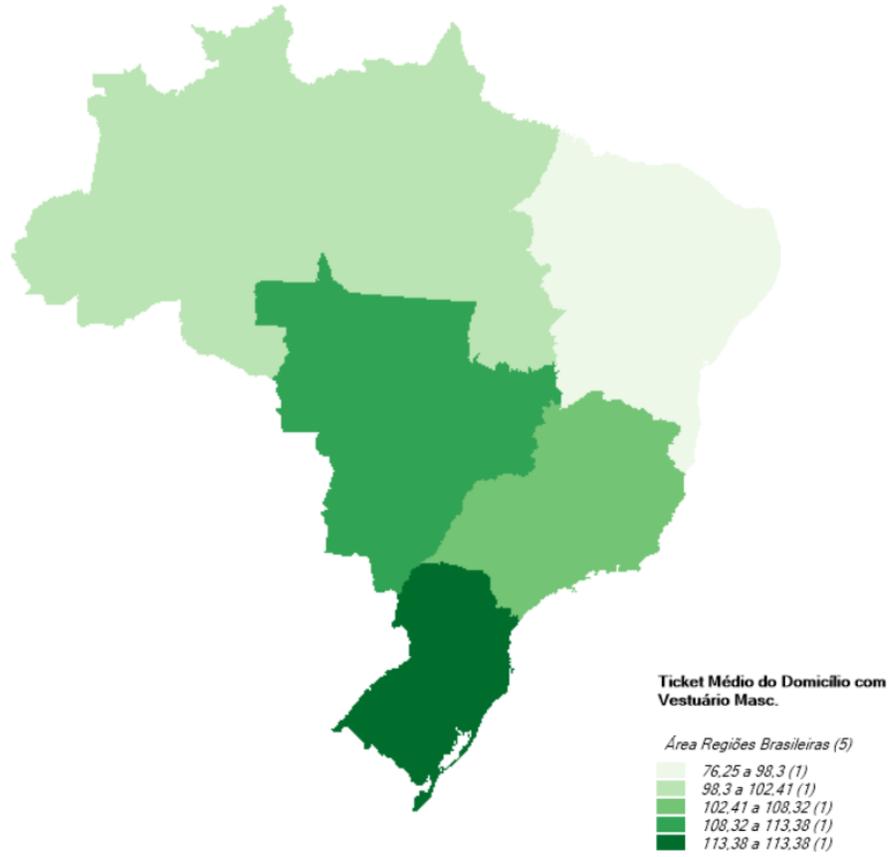
Ticket Médio do Domicílio com Vestuário

Área Municípios (5564)

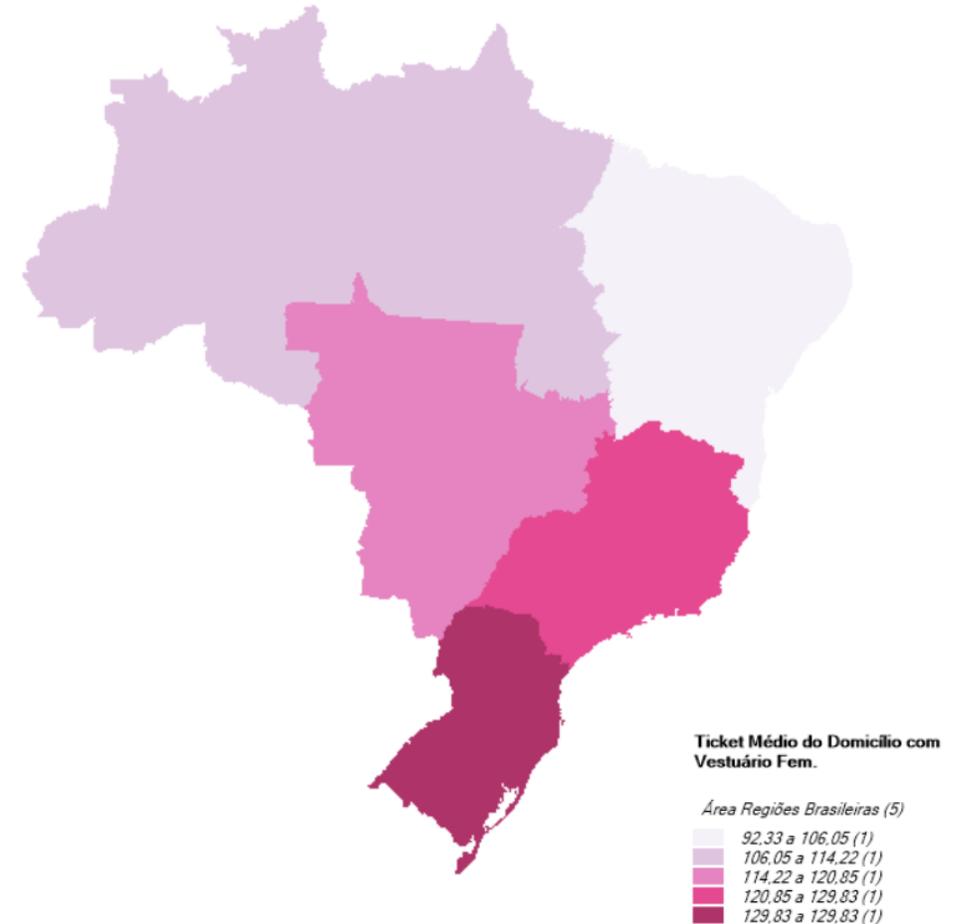


Ticket Médio por Região

Ticket Médio Domiciliar Vestuário Masculino*



Ticket Médio Domiciliar Vestuário Feminino*

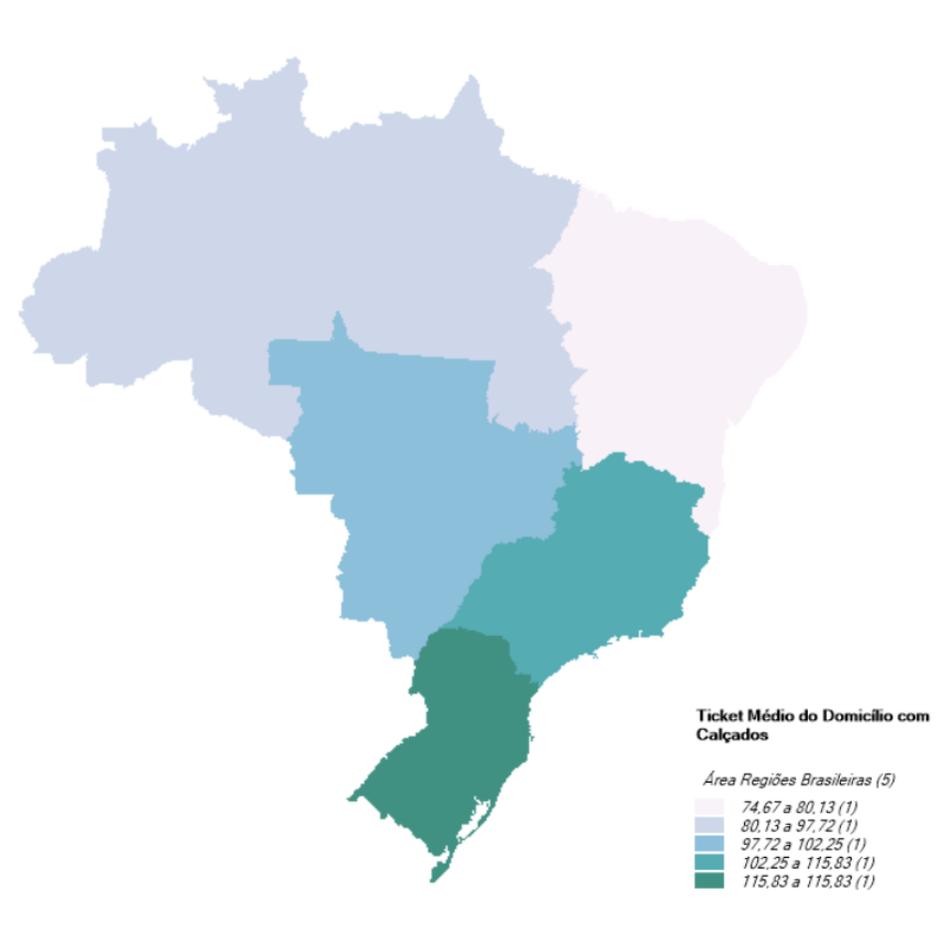


Ticket Médio por Região

Ticket Médio Domiciliar Vestuário Infantil*



Ticket Médio Domiciliar Calçados*

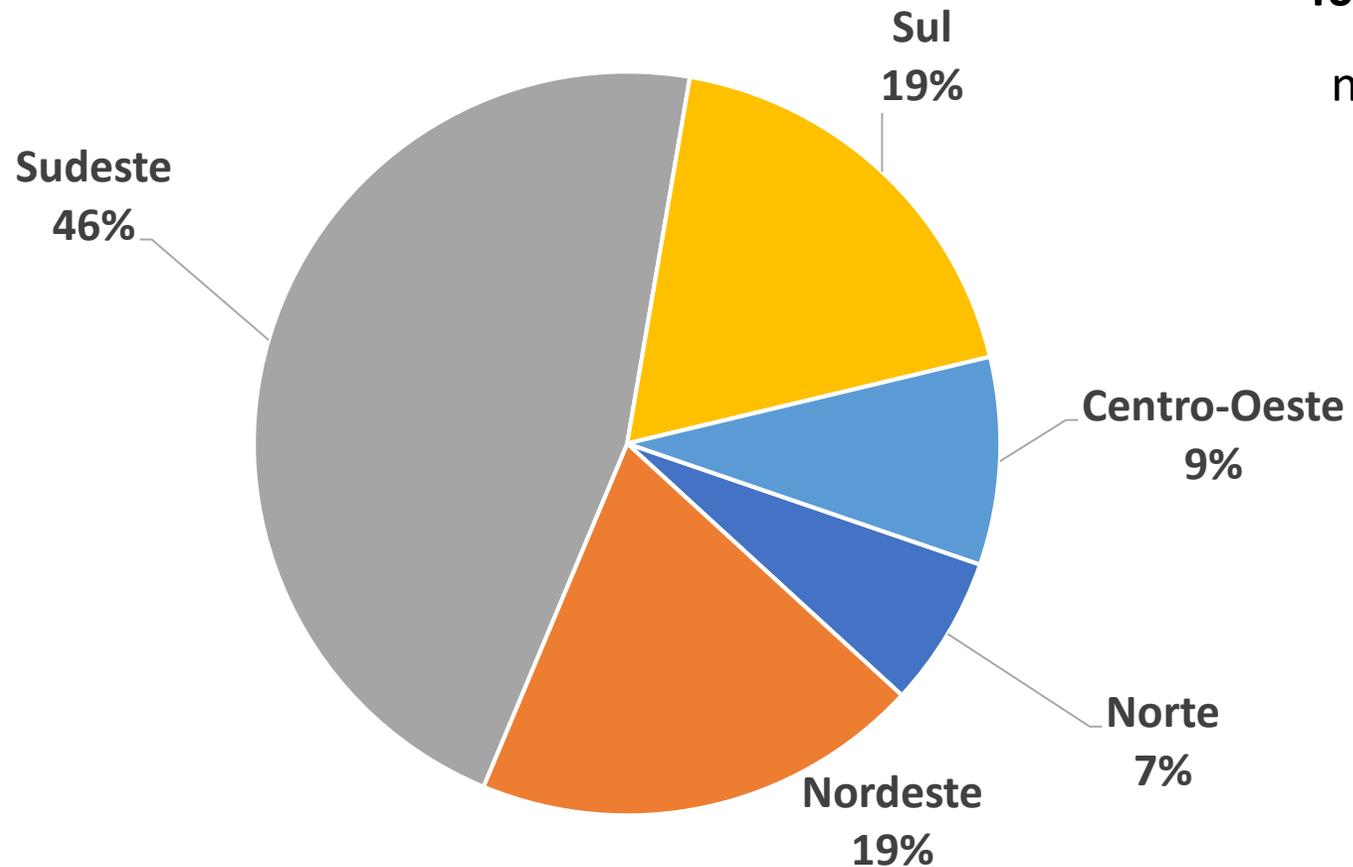




Varejistas

Estrutura de lojas de Vestuário

Distribuição das lojas de vestuário
Regiões Brasileiras 2022

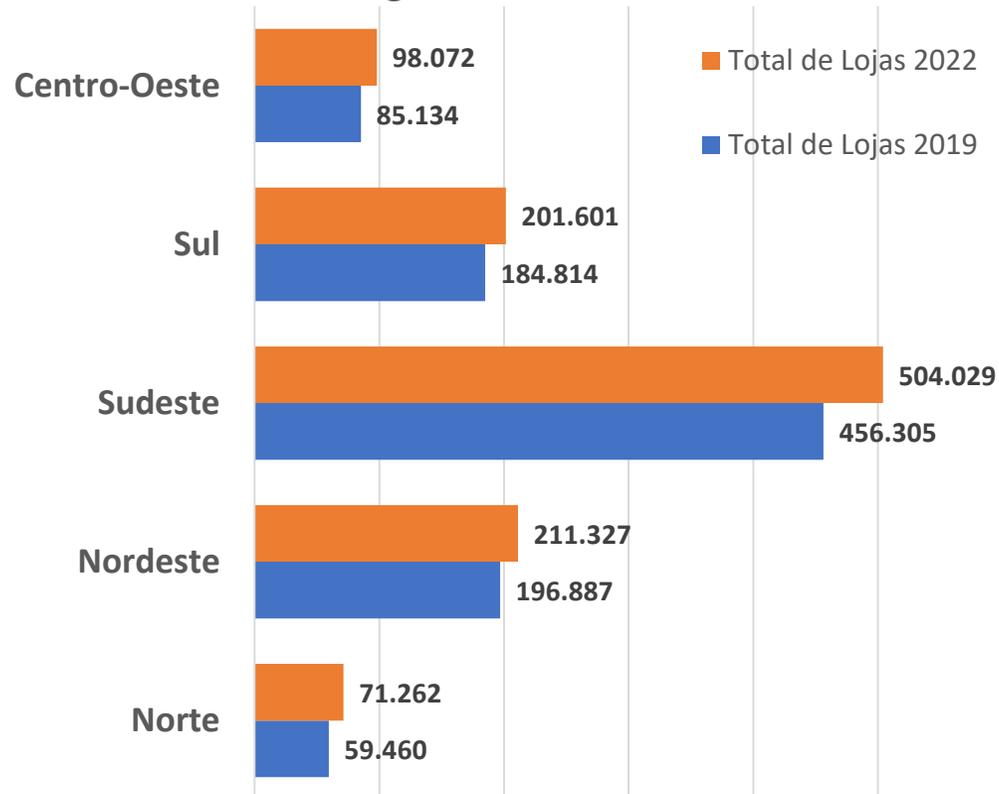


46% das lojas de vestuário estão localizadas na **Região Sudeste** que concentra 42% da população

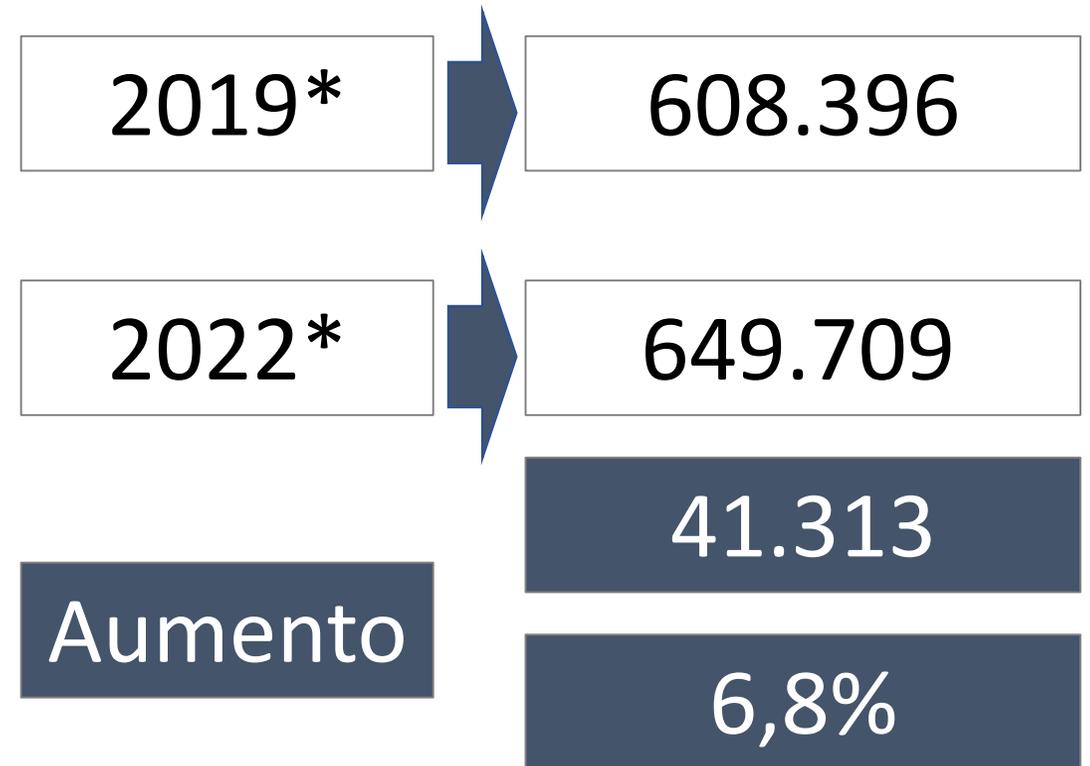
Estrutura de lojas de Vestuário

Durante a **Pandemia** o número de lojas de venda de vestuário **creceu** em todas as regiões

Distribuição das lojas de vestuário
Regiões Brasileiras

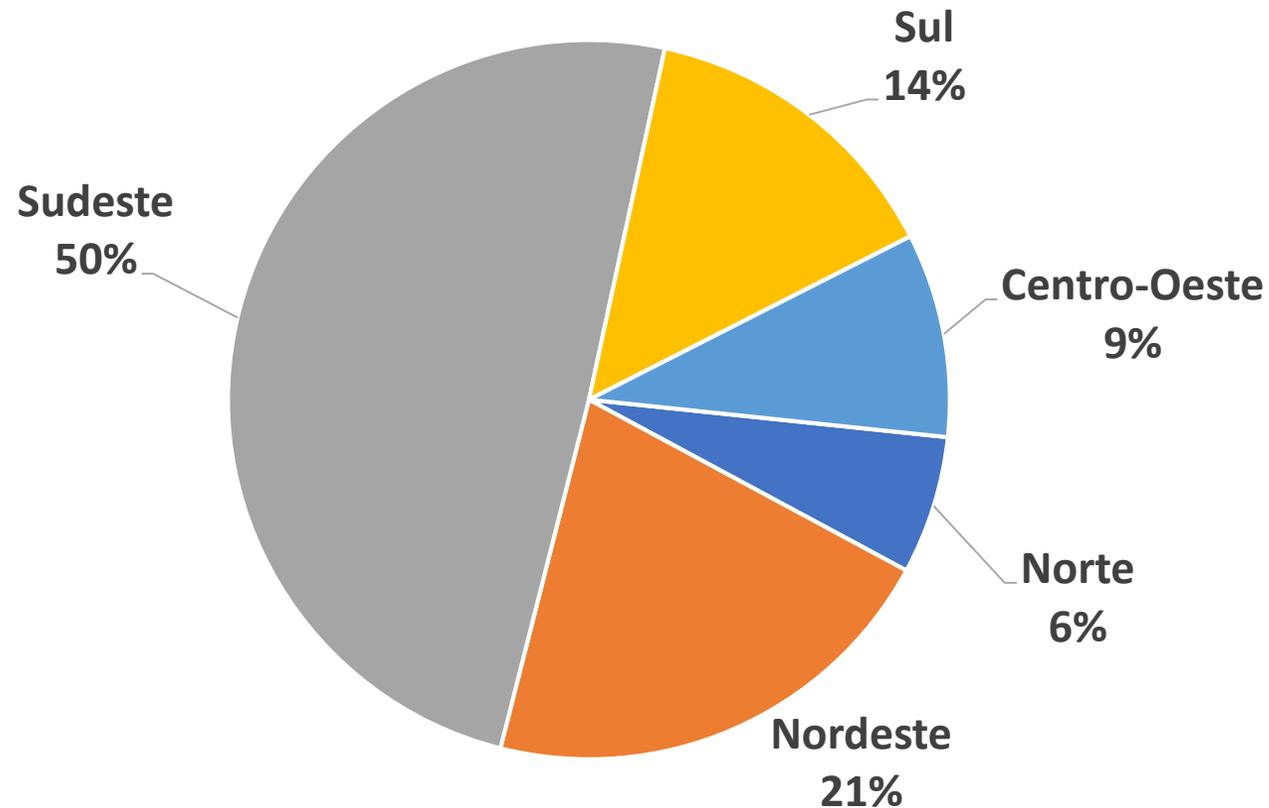


O número de funcionários **também aumentou no Pós-Pandemia**



Estrutura de lojas de Calçados

Distribuição das lojas de calçados
Regiões Brasileira 2022



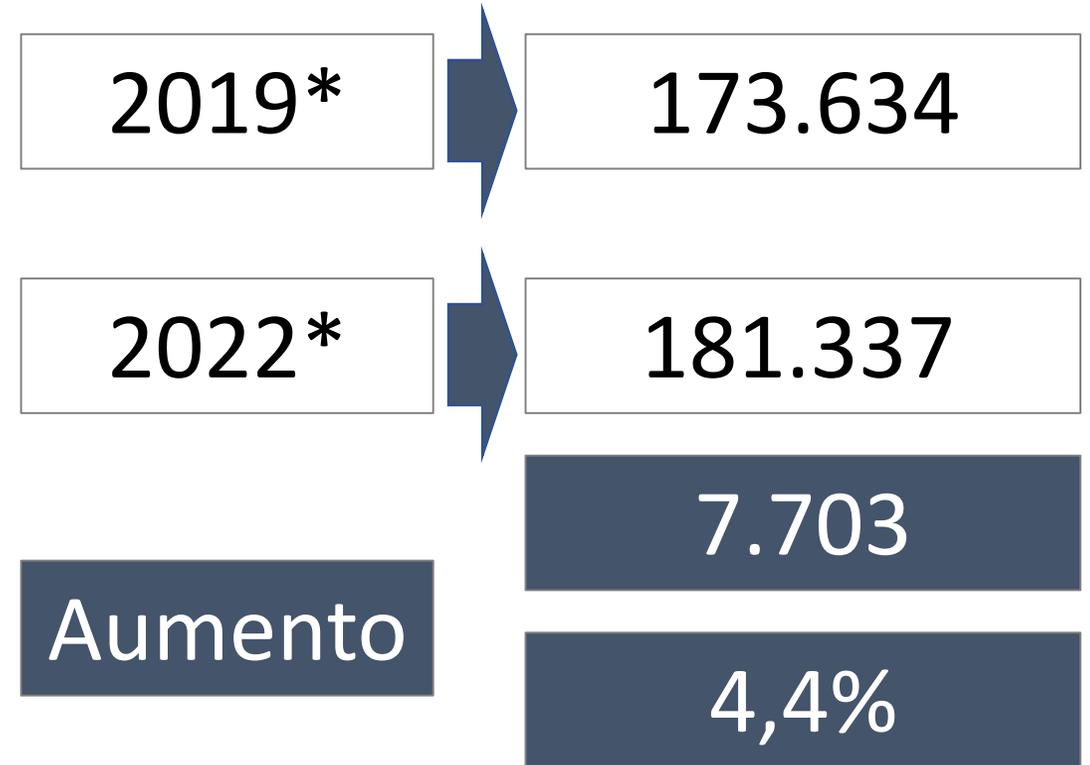
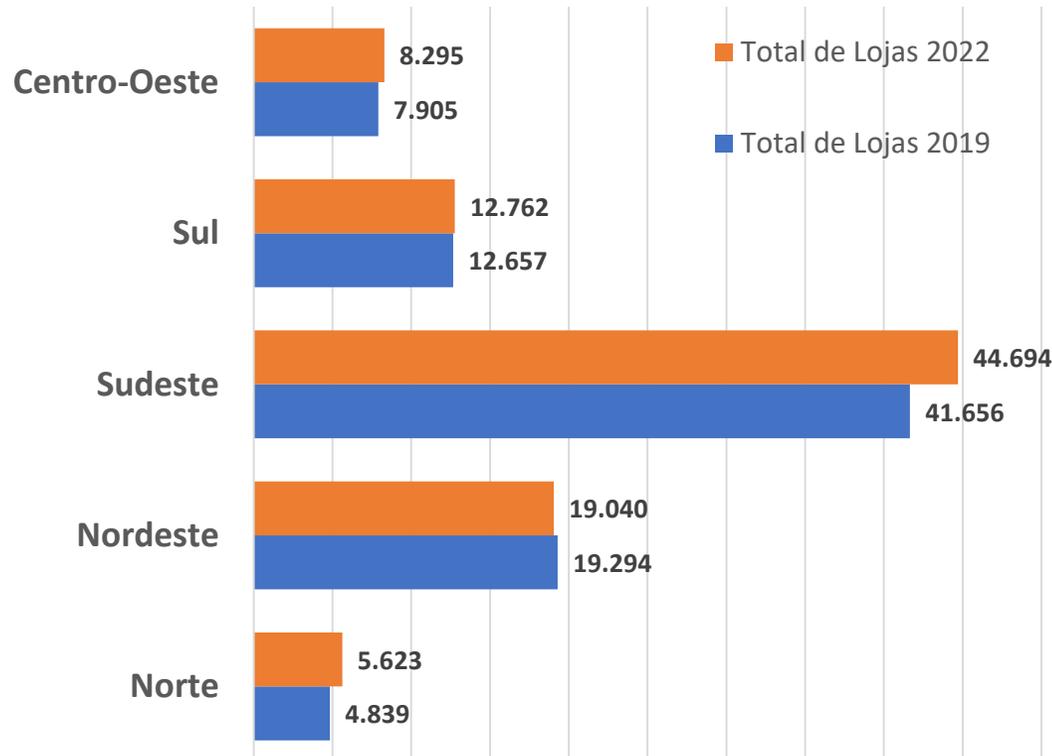
Apenas **21%** das lojas de calçados estão localizadas na **Região Nordeste** que concentra 27% da população brasileira

Estrutura de lojas de Calçados

Durante a **Pandemia** o número de lojas de venda de calçados **creceu em todas as regiões**

O número de funcionários também aumentou no Pós-Pandemia porém menos do que nas lojas de Vestuário

Distribuição das lojas de calçados
Regiões Brasileiras



Comparação com o Varejo alimentar

Para que se possa ter uma **dimensão do varejo de vestuário** é possível **compará-lo ao varejo de alimentação** formado por super, hiper e minimercados no Brasil com dados de **Outubro de 2022**.

	Varejo Alimentar	Varejo Vestuário
Número de lojas	510.541	1.066.129
Participação de Redes*	2,98%	1,85%

Estes números mostram a **forte presença de empreendedores únicos**, caracterizados ou não como MEI – Micro empreendedor Individual em ambos os setores, porém com **maior prevalência no de alimentação**

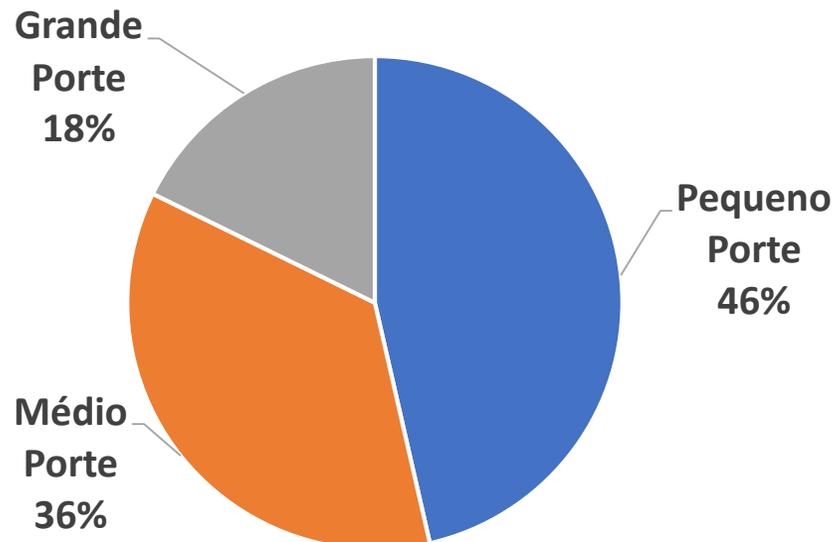


Indústria

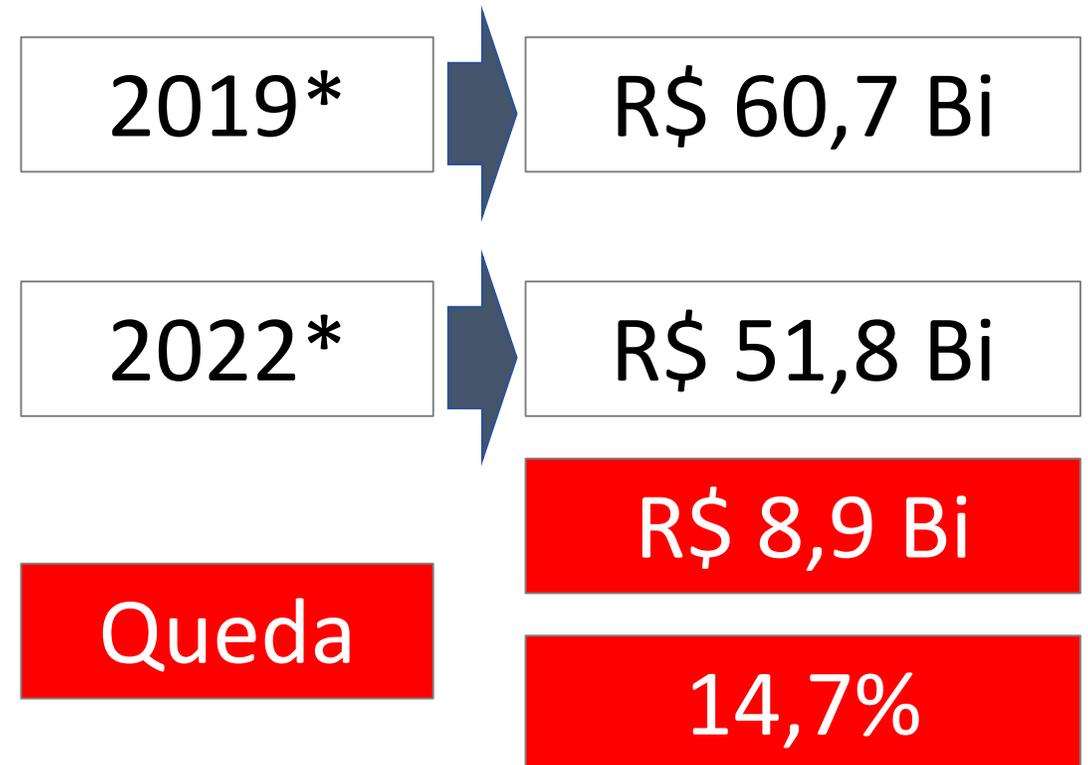
As indústrias de vestuário

As **empresas de pequeno porte** respondem por 46% do faturamento da **indústria de vestuário** no Brasil

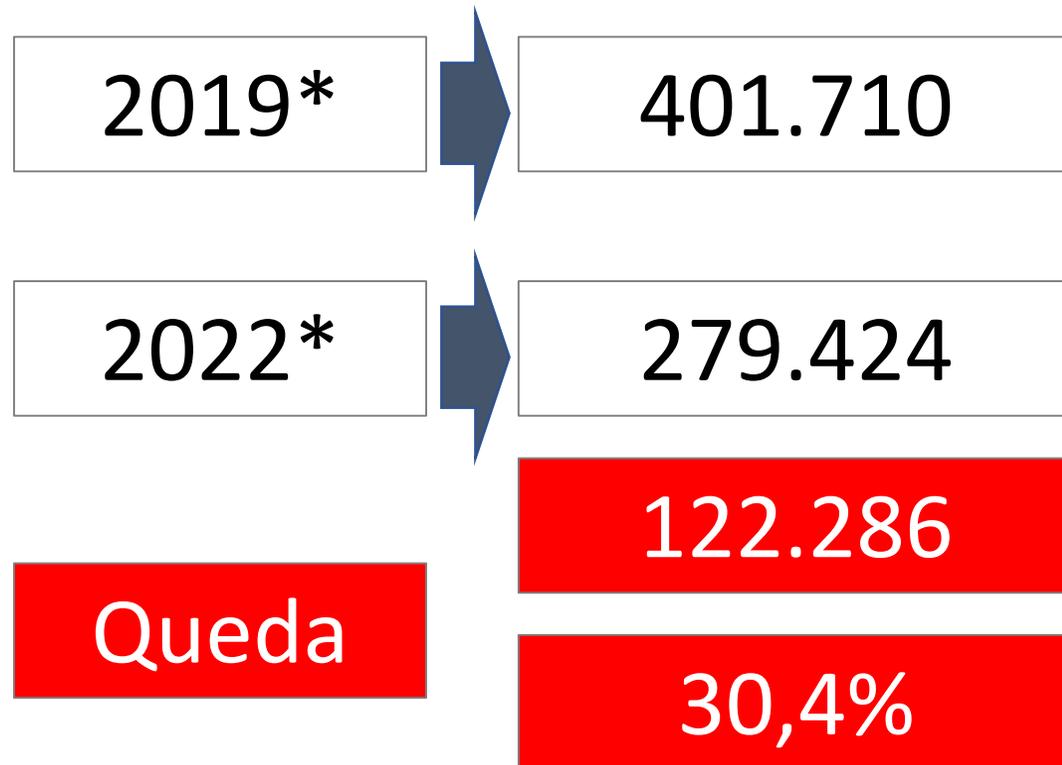
Distribuição do faturamento Indústria Vestuário
Até Outubro 2022



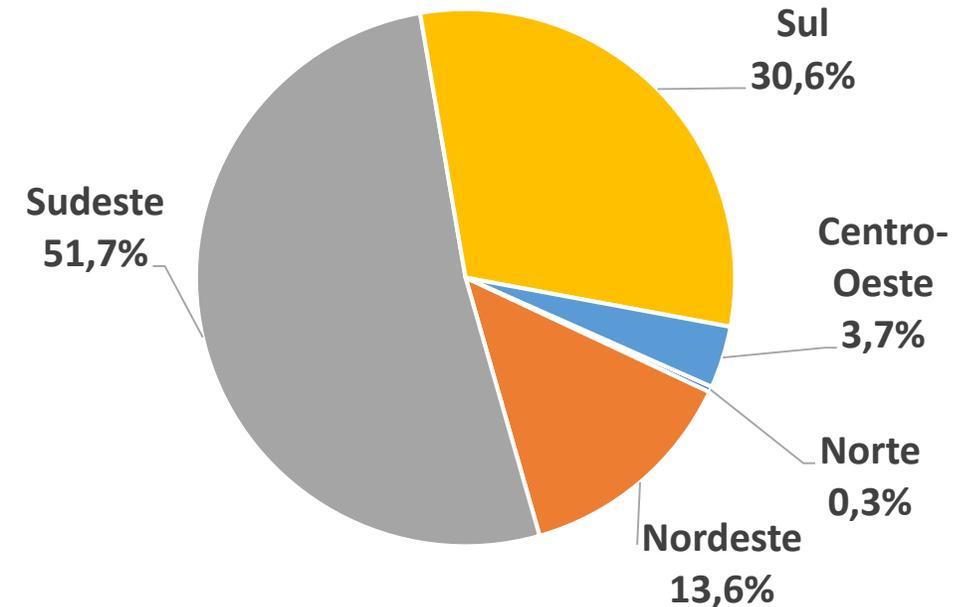
O **faturamento anual estimado** total das indústrias de vestuário **caiu** durante a **Pandemia**



Durante a **Pandemia** nas indústrias de vestuário a população empregada diminuiu cerca de 30%

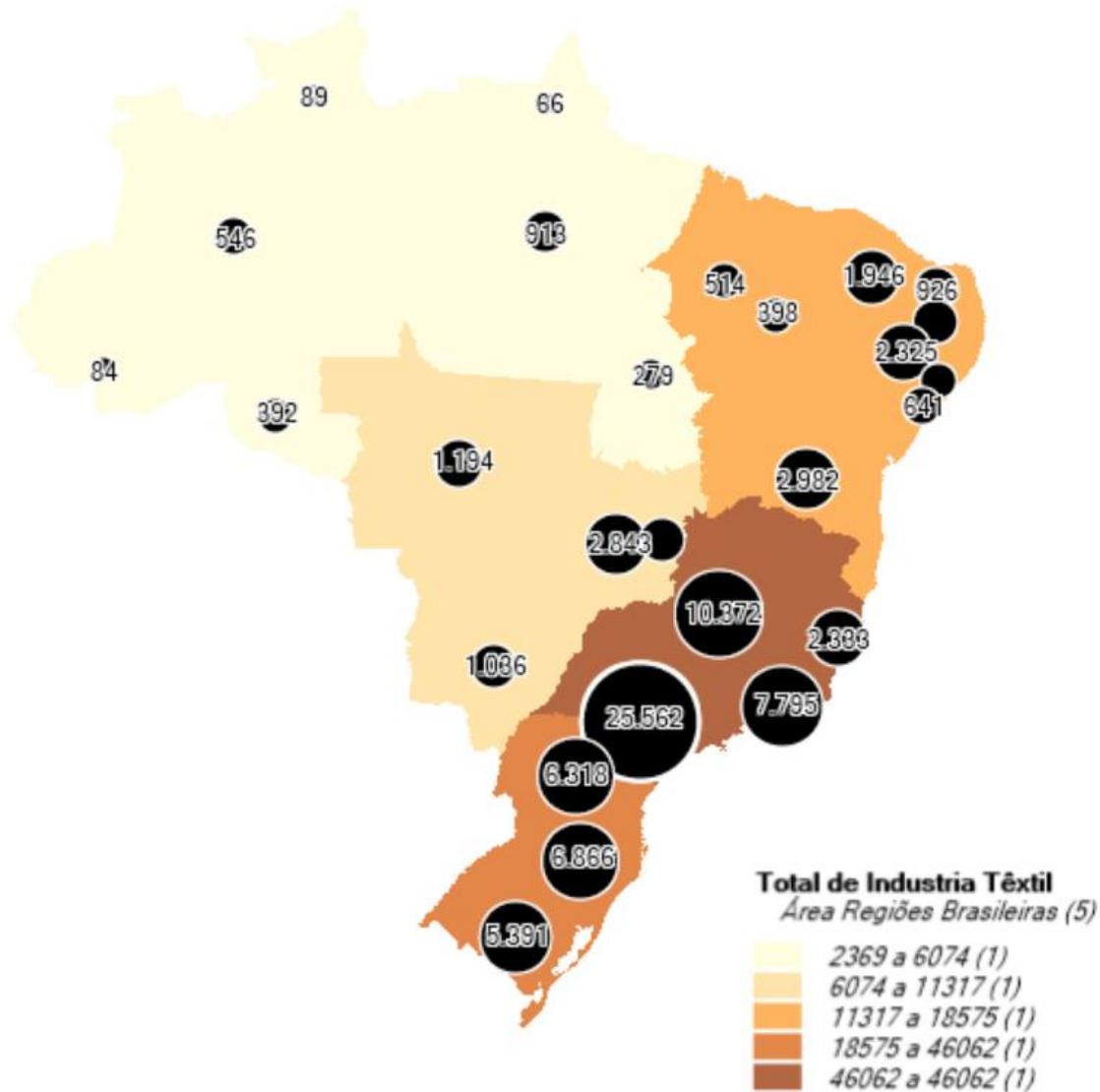


Distribuição de funcionários
Regiões Brasileiras 2022



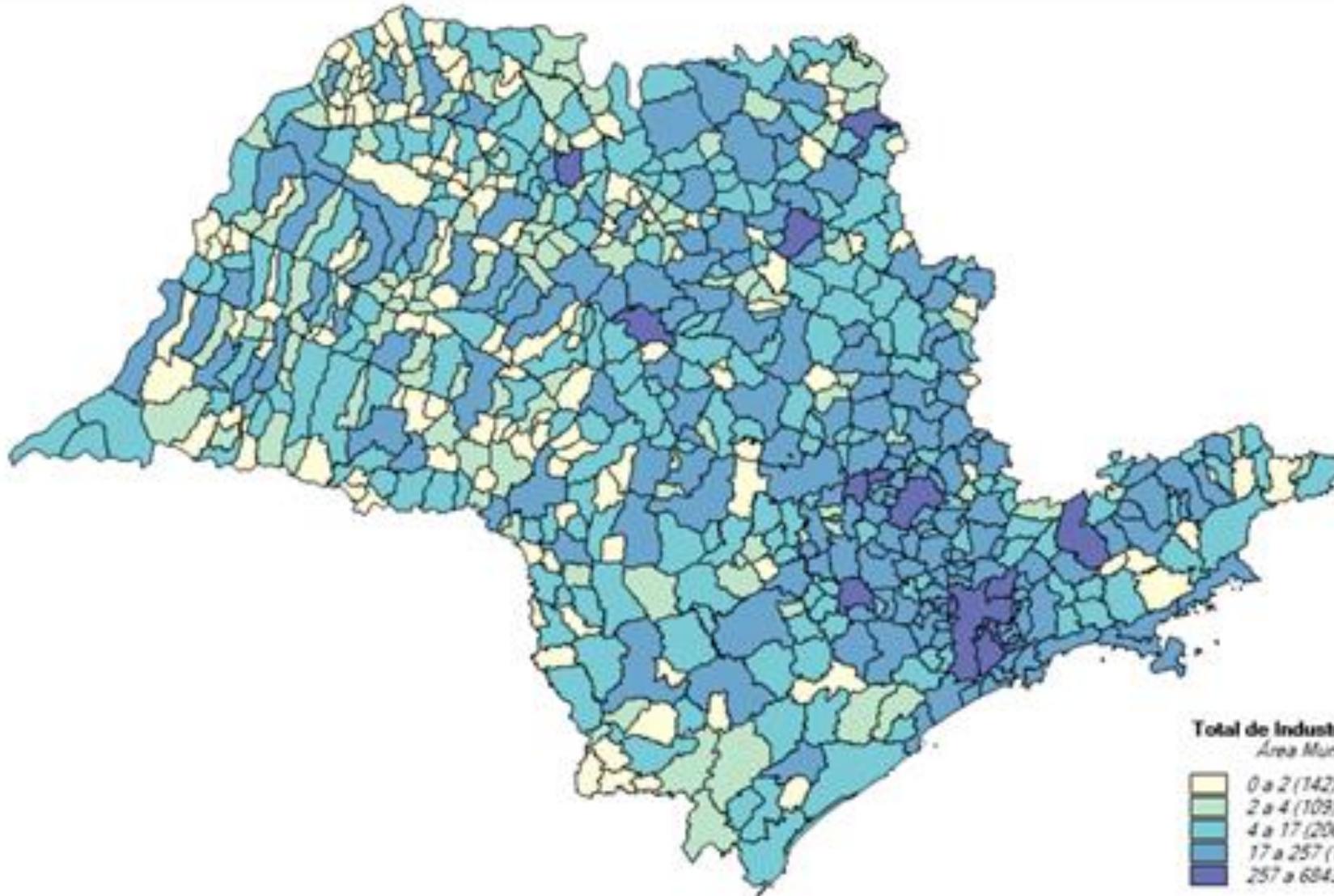
As regiões **Sul** e **Sudeste** concentram **83%** dos empregos na indústria de vestuário

Distribuição Indústria Vestuário pelo país



É possível verificar graficamente a **forte concentração** de indústrias de vestuário na Região Sudeste e especialmente no **Estado de São Paulo**

Distribuição Indústria Vestuário em São Paulo



São Paulo detém a **maior quantidade de indústrias de vestuário** e é possível verificar a **concentração** em regiões tais como a **Região Metropolitana de São Paulo, Campinas, Franca e Vale do Paraíba**.



COGNATIS
Inteligência Aplicada

Pontos de Atenção

Consumidores

- As Classes Socioeconômicas B2 e C concentram a maioria do consumo de vestuário no Brasil.
- O ticket médio com vestuário cresce à medida em que aumenta a classe socioeconômica e a diferença entre os gastos médios de domicílios de classe A com os da classe imediatamente inferior B1, chega a 170% em média.
- A Região Sudeste que concentra 42% da população do país, representa 46% do consumo de vestuário
- O Feminino é a principal categoria de vestuário nos domicílios brasileiros, seguida pelos gastos com calçados, com vestuário masculino e por fim vestuário infantil.
- A participação dos gastos com vestuário feminino nos domicílios, cresce de maneira diretamente proporcional à Classe Socioeconômica.
- Já para os gastos com vestuário infantil, a participação é inversamente proporcional ao poder aquisitivo das famílias.

Varejo

- A Pandemia significou um momento em que a quantidade das lojas físicas que vendem produtos de vestuário aumentou 6,8% de forma generalizada pelo país.
- As lojas de calçados também verificaram crescimento neste período recente entre 2019 e 2022, porém um pouco menor do que as de vestuário, registrando uma taxa de 4,4%.
- As regiões Sudeste e Sul que concentram 54,3% da população brasileira, possuem 63% do total de lojas físicas de vestuário instaladas e 71% do total de lojas de calçados.

Indústria

- Diferentemente do varejo a indústria de vestuário sofreu com a Pandemia e apresentou queda significativa em seu faturamento de 14,4% entre Outubro de 2019 e Outubro de 2022.
- As empresas de pequeno porte são responsáveis por 46% da produção de vestuário no país.
- A perda de funcionários nas indústrias de vestuário foi significativa e da ordem de 30% entre Outubro de 2019 e Outubro de 2022.
- A região Sudeste concentra 51,3% dos postos de trabalho na indústria de vestuário enquanto a região Norte conta com apenas 0,3% destes postos no Brasil.

Realização SBVC:

Eduardo Terra – Diretor-Presidente da SBVC e sócio da BTR Educação e Consultoria

Fernanda Besnosoff – Coordenadora de Pesquisas e Estudos da SBVC

Diretoria SBVC:

Eduardo Terra – Diretor-Presidente da SBVC e sócio da BTR Educação e Consultoria

Alberto Serrentino – Vice-Presidente e Conselheiro Deliberativo da SBVC e Fundador da Varese Retail

Hélio Biagi – Presidente do Conselho Deliberativo da SBVC, Sócio da BTR Educação e Consultoria e Co-Fundador do OasisLab

Maria Odete Alves – Gerente Executiva da SBVC

A **Cognatis** é o resultado de mais de 20 anos de experiência de seus sócios nas áreas de **geomarketing, inteligência de mercado, modelagem estatística, pesquisa de marketing e desenvolvimento de software para geomarketing.**

Visite: www.cognatis.com.br e conheça mais sobre os nossos produtos e serviços

Equipe Cognatis responsável pelo Estudo

Direção Geral

- Reinaldo Gregori

Coordenação

- Luiz Goes

Apoio na extração de mapas e dados

- Carlos Abdalad
- Lucas Rodrigues
- Gilberto Ferreira
- Rignaldo Carvalho