

Estudo realizado pela SBVC revela que a quantidade de lojas de vestuário cresceu 6,8% no Brasil, após a pandemia.

A Região Sudeste que concentra 42% da população do país, representa 46% do consumo de vestuário, afirma Estudo da SBVC.

São Paulo, dezembro de 2022 – Segundo dados do Ranking 300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro 2022 da SBVC, 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.

Pensando neste cenário, a **SBVC – Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo** e a **Cognatis Inteligência Aplicada** desenvolveram um Estudo com base no banco de dados sobre demografia, consumo e empresas e que reúnem mais de 3 mil variáveis, além da utilização de sua ferramenta de georreferenciamento, Nettool®. “Realizamos este estudo com o objetivo de dar 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.”, **comenta Eduardo Terra, Presidente da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo.**

O estudo mostra que as Classes socioeconômicas A e B, totalizam 24,7% do total de domicílios no Brasil, porém consomem 42,2% do consumo de vestuário no país. Já para 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. Além disso a Região Sudeste que concentra 42% da população do país, representa 46% do consumo de vestuário.

O estudo também avaliou as categorias de vestuário, e concluiu que a participação do gasto com vestuário feminino decresce com a classe social e o gasto com vestuário infantil aumenta com o decréscimo da classe social, ou seja, a participação é inversamente proporcional ao poder aquisitivo das famílias.

Metodologia

O estudo avaliou mais de 3.000 variáveis de consumo, demográficas e de empresas do mercado varejista de moda no Brasil.

O Estudo está disponível no site: <https://sbvc.com.br/estudo-geografia-do-varejo-de-moda-no-brasil/>

Sobre a SBVC – Fundada em maio de 2014, a Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC) é uma organização sem fins lucrativos, aberta, multissetorial e com atuação complementar às demais entidades de classe do varejo. Sua missão é contribuir para o aumento da competitividade do varejo, por meio de conteúdos e estudos de mercado, promovendo networking entre executivos do varejo de todos os segmentos. A entidade tem como objetivo defender os interesses do segmento através do fornecimento de estudos e pesquisas. A SBVC é sustentada por quatro pilares fundamentais: conteúdo, relacionamento, responsabilidade social e apoio técnico. Acesse: www.sbvc.com.br

Sobre a Cognatis - 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. Acesse: www.cognatis.com.br