



VAREJISTA DE MODA

Relatório de Pesquisa
2021

Apresentação

O SEBRAE possui uma atuação direcionada em vários setores que congregam um volumoso número de micro e pequenas empresas.

Um destes segmentos é o da Beleza e Estética, onde o Sebrae possui projetos específicos, bem como produtos e serviços direcionados.

Para aperfeiçoar esta atuação e continuar desenvolvendo ferramentas que efetivamente auxiliem na sustentabilidade das micro e pequenas empresas, foi desenvolvida esta pesquisa com as empresas do segmento.

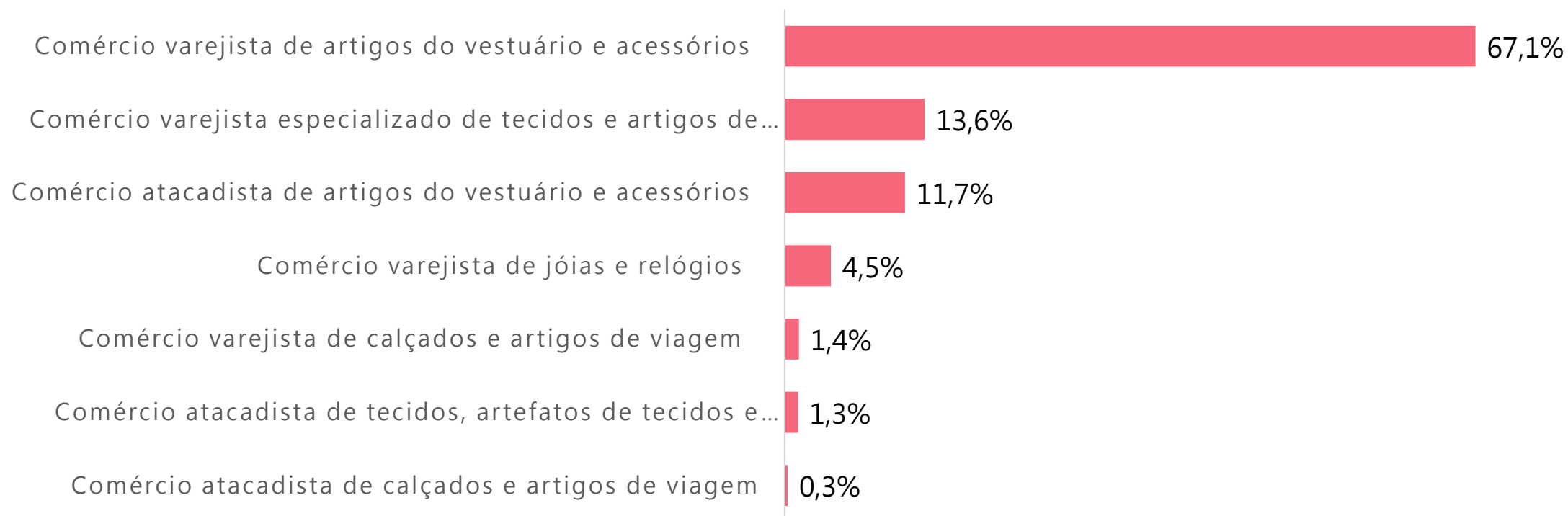
A metodologia utilizada foi Quantitativa, por e-mail. Foram realizadas 980 entrevistas, no período de 13 a 24 de setembro, considerando o universo de- 1.260.405 empresas de micro e pequeno porte dos segmentos:

- 4641-9 - Comércio atacadista de tecidos, artefatos de tecidos e de armarinho
- 4642-7 - Comércio atacadista de artigos do vestuário e acessórios
- 4643-5 - Comércio atacadista de calçados e artigos de viagem
- 4755-5 - Comércio varejista especializado de tecidos e artigos de cama, mesa e banho
- 4781-4 - Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios
- 4782-2 - Comércio varejista de calçados e artigos de viagem
- 4783-1 - Comércio varejista de jóias e relógios

A abrangência foi nacional e os resultados estão sendo apresentados por regiões geográficas.



Principal atividade do estabelecimento

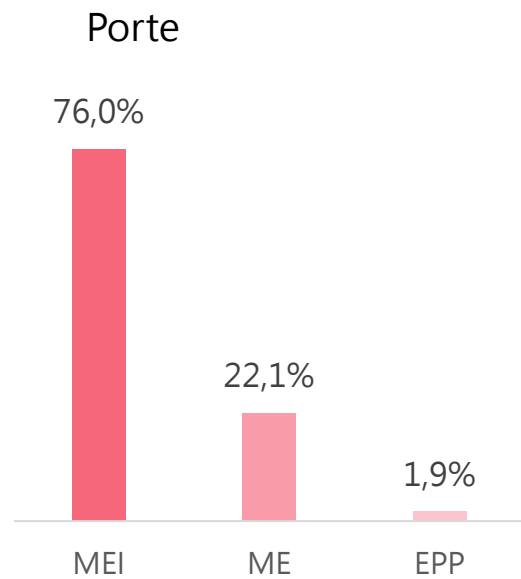


Principal atividade do estabelecimento

	Brasil	Norte	Nordeste	Centro Oeste	Sudeste	Sul
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	67,1%	65,9%	65,5%	71,3%	65,2%	72,8%
Comércio varejista especializado de tecidos e artigos de cama, mesa e banho	13,6%	17,4%	15,9%	5,6%	14,7%	10,8%
Comércio atacadista de artigos do vestuário e acessórios	11,7%	10,2%	12,9%	14,4%	11,2%	11,1%
Comércio varejista de joias e relógios	4,5%	2,9%	4,4%	4,6%	5,5%	2,5%
Comércio varejista de calçados e artigos de viagem	1,4%	1,3%	0,8%	1,6%	1,3%	2,3%
Comércio atacadista de tecidos, artefatos de tecidos e de armarinho	1,3%	0,9%	0,0%	1,6%	2,2%	0,5%
Comércio atacadista de calçados e artigos de viagem	0,3%	1,3%	0,5%	1,0%	0,0%	0,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Base	980	196	196	196	196	196

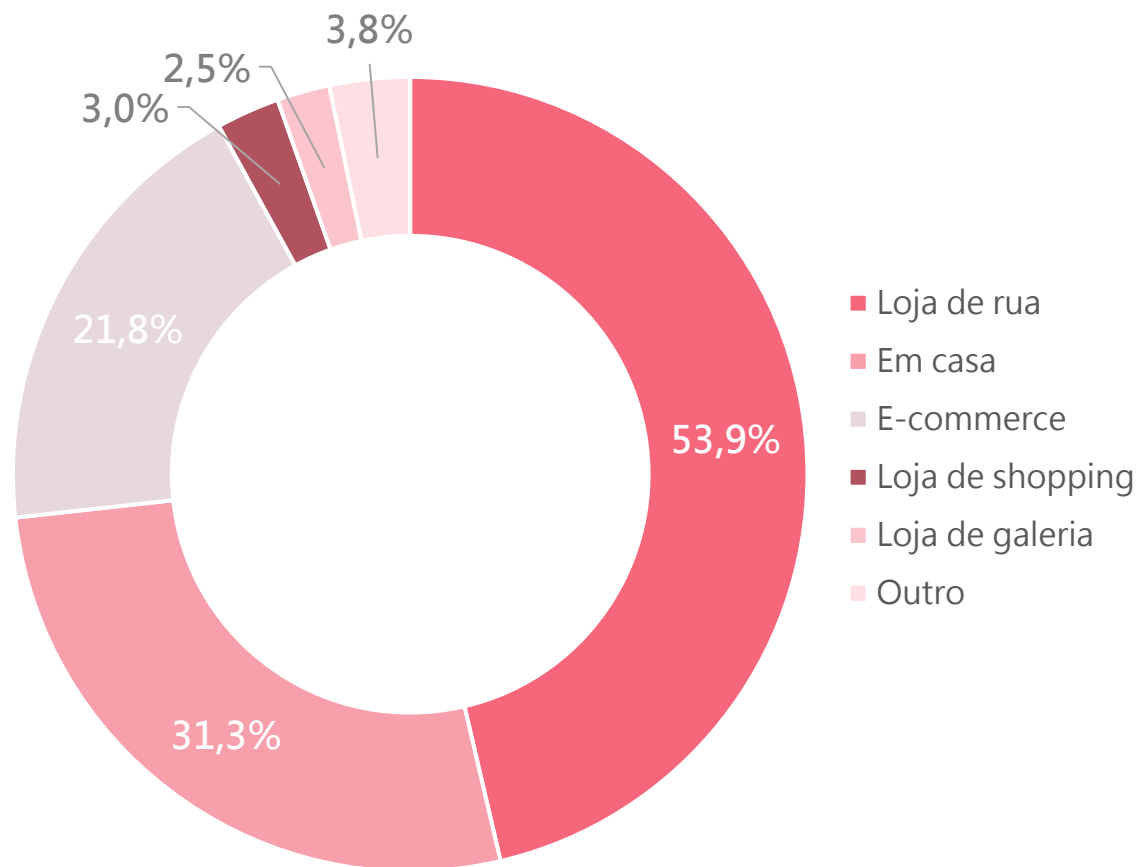


Empresa



Regiões	Amostra
BRASIL	980
Norte	196
Nordeste	196
Centro Oeste	196
Sudeste	196
Sul	196

Está estabelecido em...

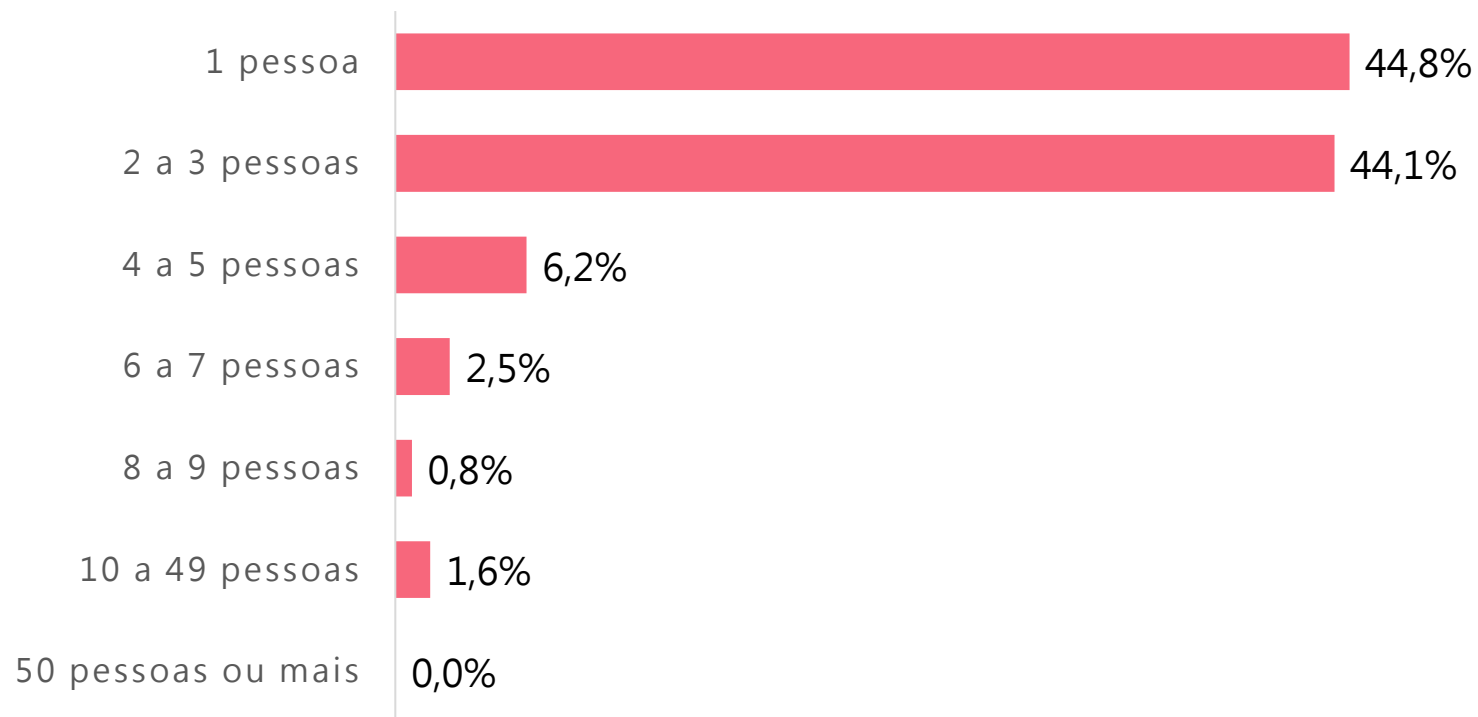


Está estabelecido em...

	Brasil	Norte	Nordeste	Centro Oeste	Sudeste	Sul
Loja de rua	53,1%	50,8%	53,0%	58,7%	57,4%	39,9%
Em casa	32,3%	44,0%	36,2%	22,6%	27,3%	41,6%
E-commerce	22,3%	15,1%	16,7%	23,8%	22,5%	30,0%
Loja de galeria	2,4%	0,9%	2,3%	4,0%	2,4%	2,4%
Loja de shopping	2,9%	1,6%	0,9%	2,8%	4,2%	1,9%
Outro	3,8%	4,3%	3,0%	8,9%	2,5%	5,9%
Total %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Base	980	196	196	196	196	196



Número de pessoas que estão trabalhando no estabelecimento



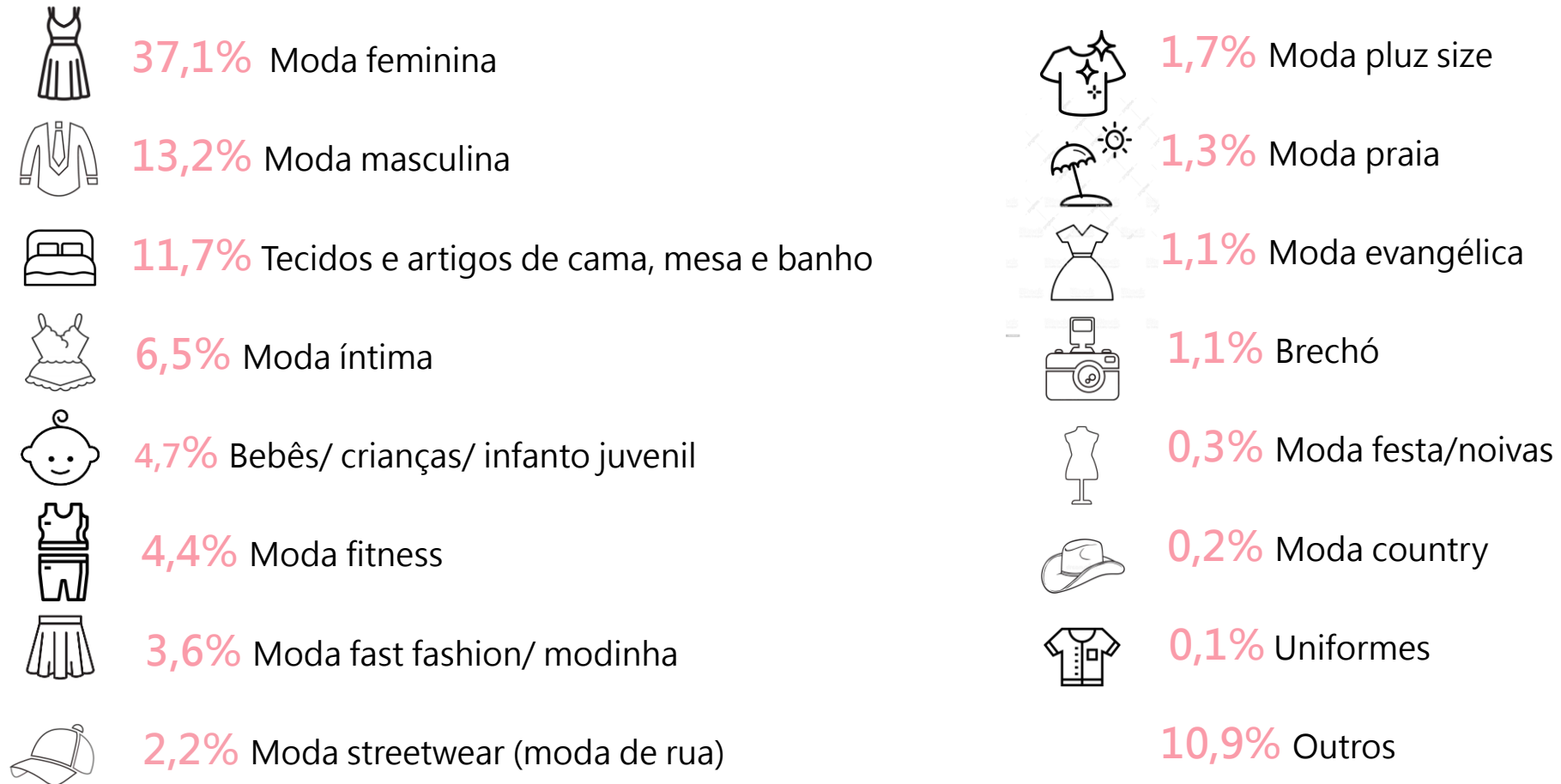


Número de pessoas que estão trabalhando no estabelecimento

	Brasil	Norte	Nordeste	Centro Oeste	Sudeste	Sul
1 pessoa	44,8%	43,3%	46,2%	41,0%	43,0%	50,5%
2 a 3 pessoas	44,1%	49,8%	46,0%	47,3%	44,3%	37,6%
4 a 5 pessoas	6,2%	4,3%	4,5%	7,1%	6,9%	6,3%
6 a 7 pessoas	2,5%	0,9%	0,9%	2,0%	3,8%	2,0%
8 a 9 pessoas	0,8%	0,4%	0,5%	1,4%	0,8%	0,9%
10 a 49 pessoas	1,6%	1,4%	1,9%	1,3%	1,2%	2,8%
Mais de 50 pessoas	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Média	2,2 pessoas	2,1 pessoas	2,0 pessoas	2,3 pessoas	2,2 pessoas	2,4 pessoas
Base	980	196	196	196	196	196



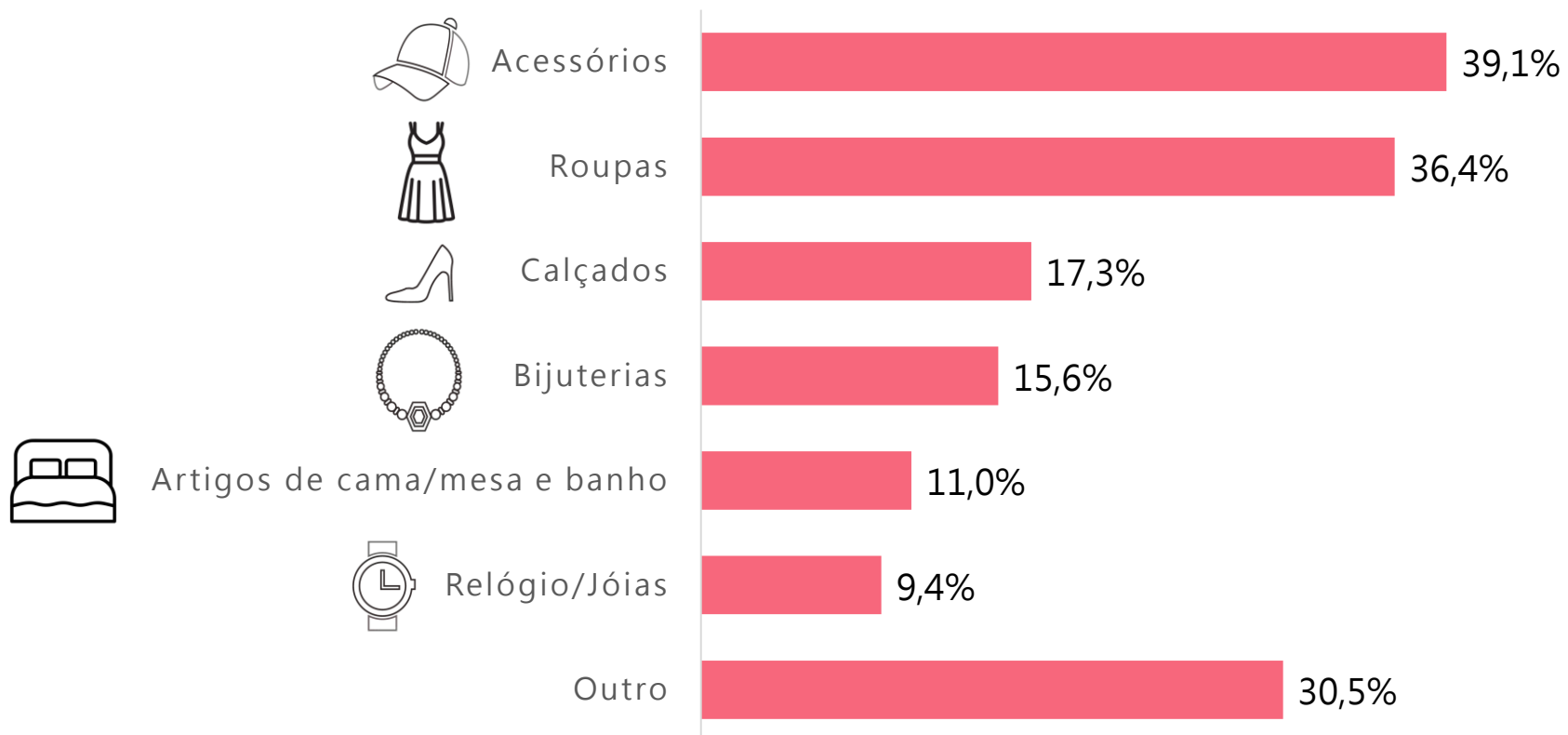
Principal tipo de moda que vende



Principal tipo de moda que vende

	Brasil	Norte	Nordeste	Centro Oeste	Sudeste	Sul
Moda feminina	37,1%	38,8%	27,7%	42,5%	37,6%	43,1%
Moda masculina	13,2%	5,0%	14,7%	17,2%	14,6%	9,0%
Tecidos e artigos de cama, mesa e banho	11,7%	17,4%	12,6%	4,3%	11,9%	11,7%
Moda íntima	6,5%	5,4%	8,4%	10,0%	5,9%	4,4%
Bebês/ crianças/ infanto juvenil	4,7%	6,2%	4,4%	4,7%	4,6%	4,6%
Moda fitness	4,4%	1,8%	3,2%	1,5%	5,9%	4,0%
Moda fest fashion/ modinha	3,6%	6,9%	4,5%	4,7%	2,3%	4,3%
Moda streetwear (moda de rua)	2,2%	0,9%	1,4%	0,4%	2,6%	3,4%
Moda plus size	1,7%	1,3%	1,8%	1,0%	1,6%	2,3%
Moda praia	1,3%	1,7%	3,9%	0,4%	0,3%	1,4%
Moda evangélica	1,1%	1,7%	2,3%	0,9%	0,5%	1,5%
Brechó	1,1%	1,7%	0,5%	1,0%	1,0%	1,9%
Moda festa/noivas	0,3%	0,0%	0,5%	0,0%	0,5%	0,0%
Moda country	0,2%	1,3%	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%
Uniformes	0,1%	0,4%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%
Outro	10,9%	9,6%	14,3%	9,6%	10,9%	8,3%
Base	980	196	196	196	196	196

Além dos produtos que vende, quais também vende



Além dos produtos que vende, quais também vende

	Brasil	Norte	Nordeste	Centro Oeste	Sudeste	Sul
Acessórios	39,1%	36,0%	38,3%	38,9%	39,8%	39,1%
Roupas	36,4%	41,4%	41,6%	30,5%	31,2%	45,4%
Calçados	17,3%	21,7%	15,5%	17,0%	18,0%	15,9%
Bijuterias	15,6%	17,3%	14,8%	11,4%	15,6%	17,8%
Artigos de cama/mesa e banho	11,0%	11,8%	17,7%	6,6%	8,1%	13,0%
Relógio/Jóias	9,4%	11,3%	13,8%	9,0%	7,0%	10,5%
Outro	30,5%	31,3%	30,9%	37,3%	32,1%	22,1%
Base	RM 980	RM 196	RM 196	RM 196	RM 196	RM 196

Valor do ticket médio no estabelecimento

**Alguns segmentos apresentam base menor do que 30 e não apresentam base suficiente para leitura estatística*



R\$ 40,20* Moda plus size



R\$ 365,68* Moda festa/noivas



R\$ 315,15 Moda fitness



R\$ 309,39* Moda country



R\$ 293,76* Moda evangélica



R\$ 211,60* Moda praia



R\$ 195,06 Moda fast fashion/modinha



R\$ 177,10 Tecidos e artigos de cama, mesa e banho



R\$ 175,18 Moda feminina



R\$ 170,22 Moda íntima



R\$ 153,70 Bebês/crianças/infanto juvenil



R\$ 143,54 Moda masculina



R\$ 128,45* Moda streetwear (moda de rua)



R\$ 98,56 * Brechó

R\$ 152,63 Outros



Gestão do negócio

Dificuldades que enfrenta para CONDUZIR O NEGÓCIO

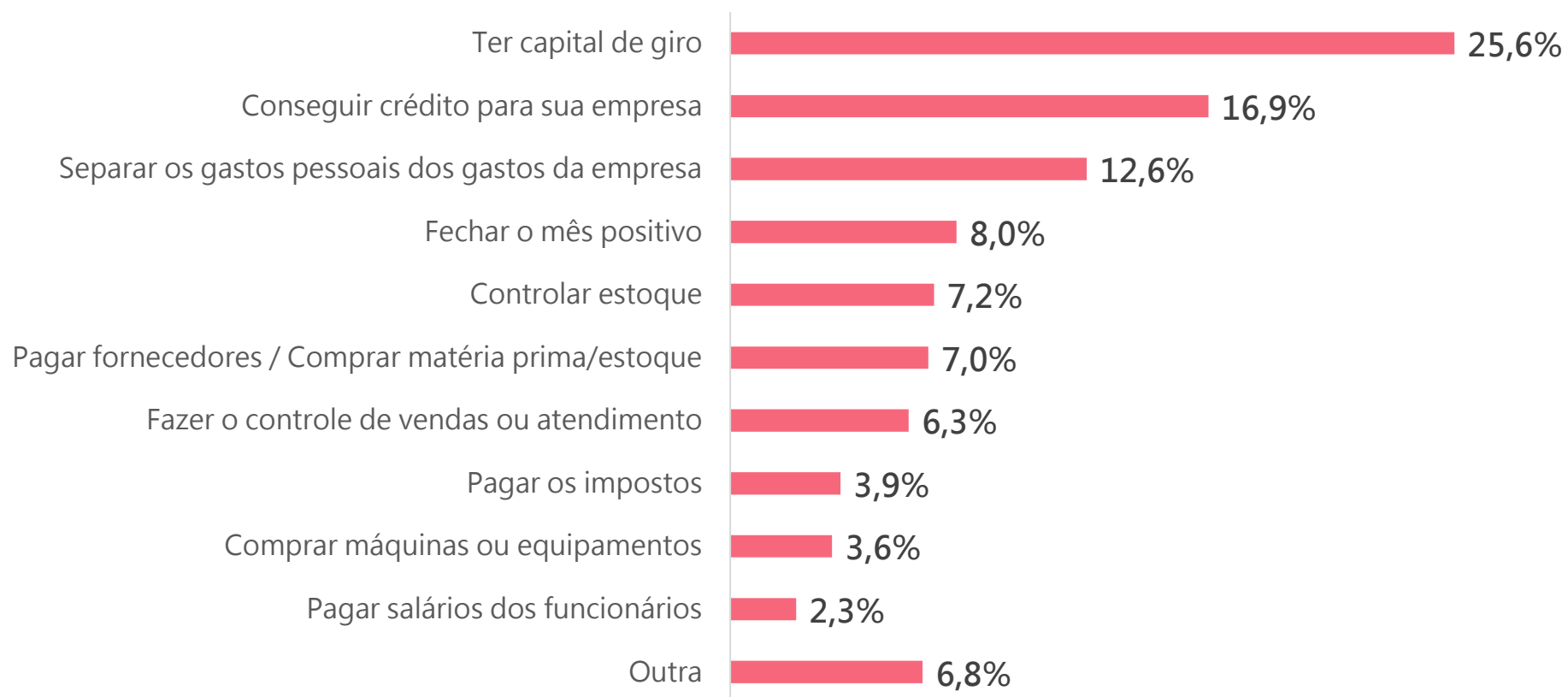


	Brasil
A situação econômica atual	34,7%
Não saber elaborar preços de venda dos produtos	33,0%
Contexto do Coronavírus	28,1%
Obter capital de giro	22,6%
Diminuição da frequência dos clientes	17,2%
Excesso de concorrentes	12,0%
Dificuldade em ter bons fornecedores	11,5%
Dificuldade de atrair novos clientes	11,2%
Dificuldade de conter a inadimplência dos clientes	8,6%
Dificuldade para manter atualizados os controles financeiros	7,8%
Carga tributária	8,0%
Concorrência predatória ou desleal	5,9%
Repor o estoque	6,4%
Falta de mão de obra qualificada para contratar	5,2%
Mudanças específicas no mercado em que atua	2,7%
Dificuldade em administrar a empresa	3,0%
Cumprimento das normas obrigatórias	1,6%
Dificuldade de relacionamento com os empregados	1,1%
Outros motivos	3,5%
Total %	RM
Base	980

Dificuldades que enfrenta para CONDUZIR O NEGÓCIO

	Brasil	Norte	Nordeste	Centro Oeste	Sudeste	Sul
A situação econômica atual	34,7%	36,6%	26,4%	32,6%	37,3%	37,5%
Não saber elaborar preços de venda dos produtos	33,0%	26,9%	37,2%	35,7%	31,3%	33,4%
Contexto do Coronavírus	28,1%	31,2%	27,2%	36,0%	27,7%	25,4%
Obter capital de giro	22,6%	24,1%	19,0%	29,2%	21,7%	25,7%
Diminuição da frequência dos clientes	17,2%	17,1%	16,9%	11,8%	17,0%	20,8%
Excesso de concorrentes	12,0%	14,2%	12,0%	11,9%	10,0%	16,7%
Dificuldade em ter bons fornecedores	11,5%	13,7%	16,5%	10,6%	7,9%	15,3%
Dificuldade de atrair novos clientes	11,2%	10,1%	8,3%	9,7%	9,9%	19,3%
Dificuldade de conter a inadimplência dos clientes	8,6%	13,1%	5,4%	7,1%	8,9%	10,4%
Dificuldade para manter atualizados os controles financeiros	7,8%	12,6%	8,4%	9,2%	6,2%	9,2%
Carga tributária	8,0%	3,1%	7,4%	6,5%	9,3%	8,0%
Concorrência predatória ou desleal	5,9%	3,7%	2,7%	5,0%	6,2%	10,3%
Repor o estoque	6,4%	8,1%	6,2%	5,7%	6,6%	5,7%
Falta de mão de obra qualificada para contratar	5,2%	3,1%	3,3%	5,2%	5,6%	7,0%
Mudanças específicas no mercado em que atua	2,7%	2,2%	0,5%	1,6%	4,1%	2,0%
Dificuldade em administrar a empresa	3,0%	2,2%	4,1%	2,8%	3,4%	0,9%
Cumprimento das normas obrigatórias	1,6%	0,9%	0,0%	1,5%	2,6%	0,8%
Dificuldade de relacionamento com os empregados	1,1%	0,4%	1,3%	0,9%	1,3%	0,8%
Outros motivos	3,5%	1,8%	6,5%	2,1%	2,2%	5,3%
Total %	RM	RM	RM	RM	RM	RM
Base	980	196	196	196	196	196

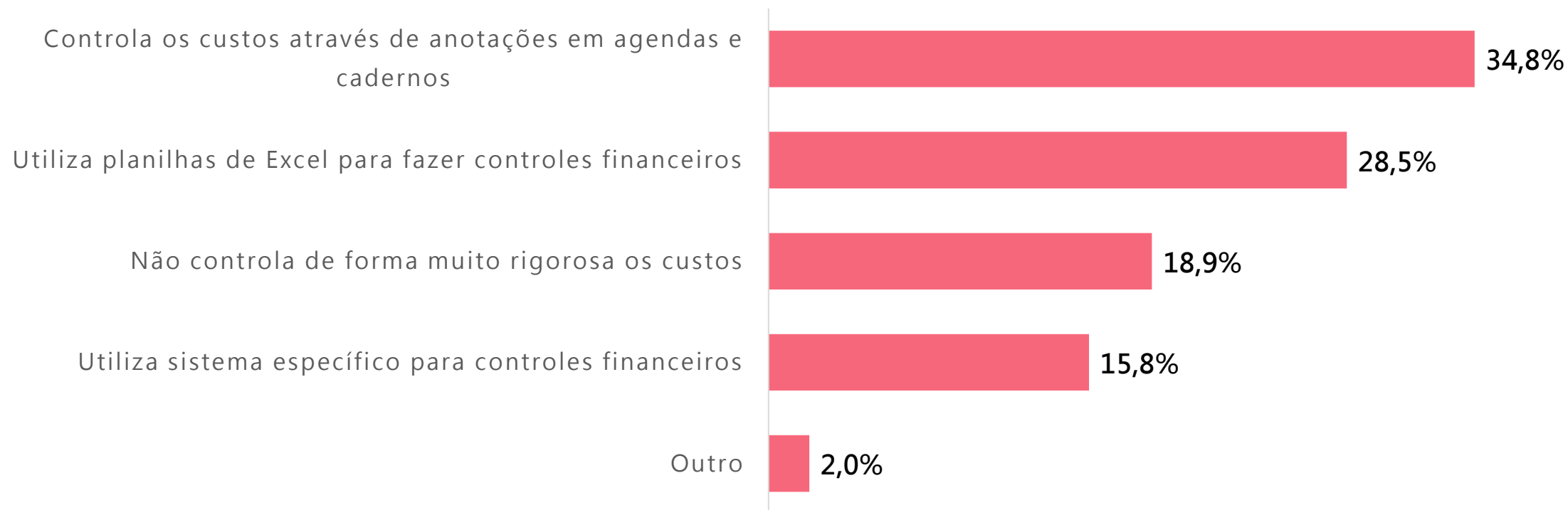
Principal dificuldade relacionada às FINANÇAS DA EMPRESA



Principal dificuldade relacionada às FINANÇAS DA EMPRESA

	Brasil	Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Ter capital de giro	25,6%	21,6%	29,3%	25,9%	23,2%	29,0%
Conseguir crédito para sua empresa	16,9%	31,2%	19,8%	16,7%	14,9%	13,8%
Separar os gastos pessoais dos gastos da empresa	12,6%	9,7%	7,9%	8,8%	15,6%	12,7%
Fechar o mês positivo	8,0%	5,9%	5,4%	7,1%	9,6%	7,5%
Controlar estoque	7,2%	3,0%	6,5%	5,7%	8,5%	6,3%
Pagar fornecedores / Comprar matéria prima/estoque	7,0%	7,2%	5,5%	10,3%	7,0%	7,0%
Fazer o controle de vendas ou atendimento	6,3%	7,7%	2,0%	9,1%	8,4%	3,7%
Pagar os impostos	3,9%	4,8%	7,1%	5,2%	2,0%	4,3%
Comprar máquinas ou equipamentos	3,6%	2,6%	4,0%	2,9%	2,7%	6,1%
Pagar salários dos funcionários	2,3%	1,7%	1,6%	5,1%	1,5%	4,1%
Outra	6,8%	4,6%	10,8%	3,1%	6,6%	5,6%
Total %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Base	980	196	196	196	196	196

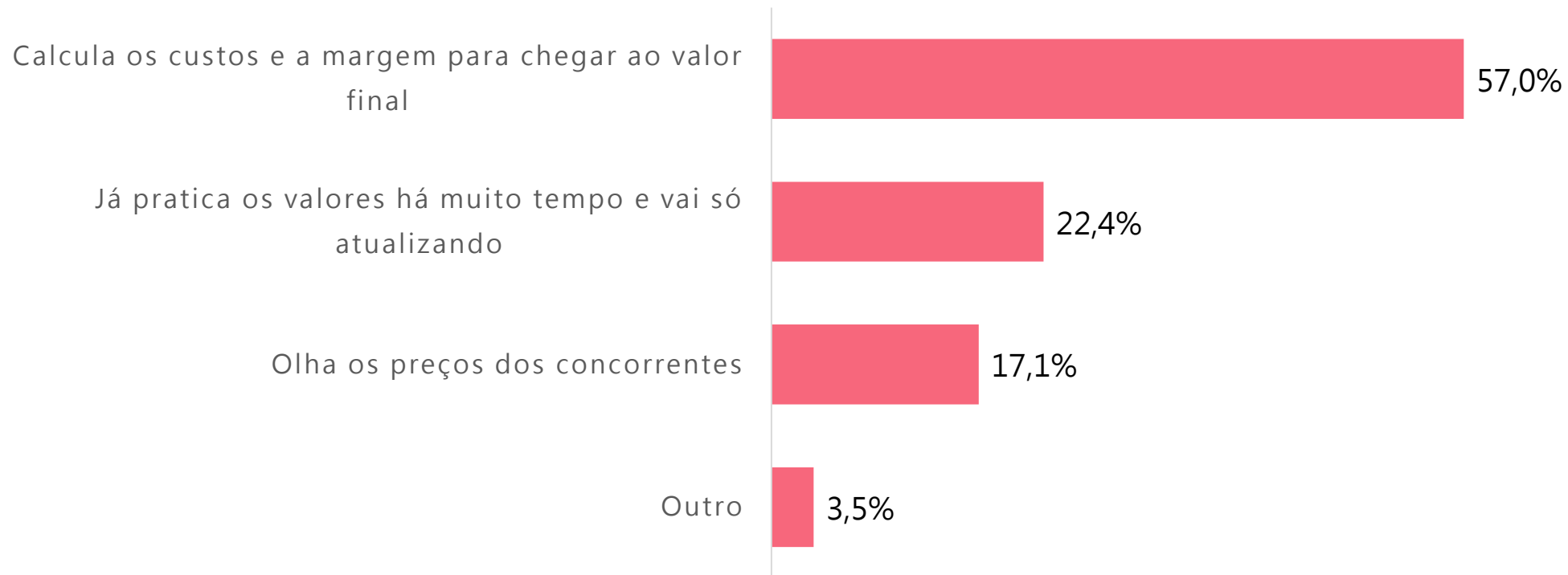
Como faz o CONTROLE FINANCEIRO DO ESTABELECIMENTO



Como faz o CONTROLE FINANCEIRO DO ESTABELECIMENTO

	Brasil	Norte	Nordeste	Centro Oeste	Sudeste	Sul
Controla os custos através de anotações em agendas e cadernos	34,8%	46,9%	40,4%	37,1%	28,7%	39,6%
Utiliza planilhas de Excel para fazer controles financeiros	28,5%	20,3%	24,4%	30,3%	32,1%	25,5%
Não controla de forma muito rigorosa os custos	18,9%	13,7%	25,2%	14,2%	19,8%	13,4%
Utiliza sistema específico para controles financeiros	15,8%	17,5%	8,4%	16,6%	17,1%	20,0%
Outro	2,0%	1,6%	1,7%	1,9%	2,3%	1,5%
Total %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Base	980	196	196	196	196	196

Como calcula os PREÇOS DOS PRODUTOS oferecidos pelo estabelecimento



Como calcula os PREÇOS DOS PRODUTOS oferecidos pelo estabelecimento

	Brasil	Norte	Nordeste	Centro Oeste	Sudeste	Sul
Calcula os custos e a margem para chegar ao valor final	57,0%	49,0%	55,1%	47,0%	58,7%	62,1%
Já pratica os valores há muito tempo e vai só atualizando	22,4%	28,9%	24,0%	27,9%	20,2%	21,3%
Olha os preços dos concorrentes	17,1%	19,6%	14,5%	23,0%	18,6%	12,3%
Outro	3,5%	2,6%	6,3%	2,1%	2,4%	4,2%
Total %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Base	980	196	196	196	196	196

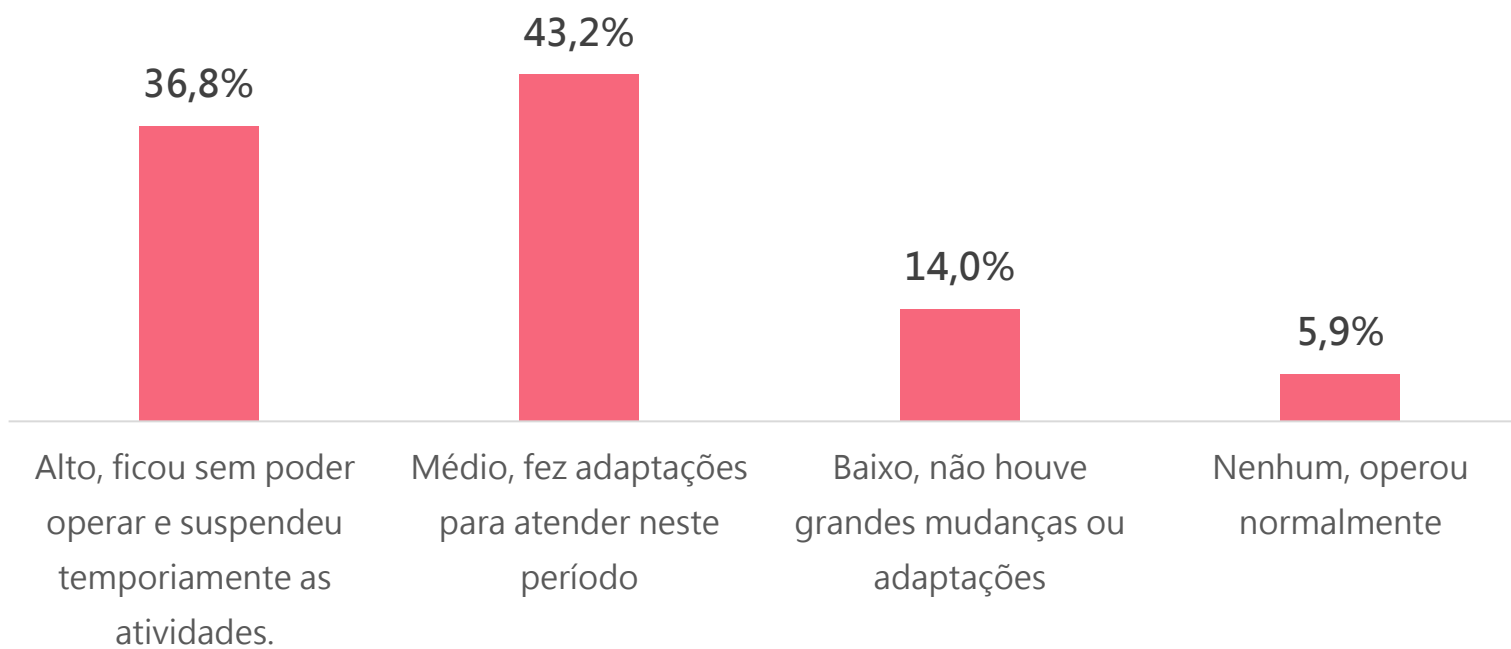


Gestão do negócio

- **Pandemia**

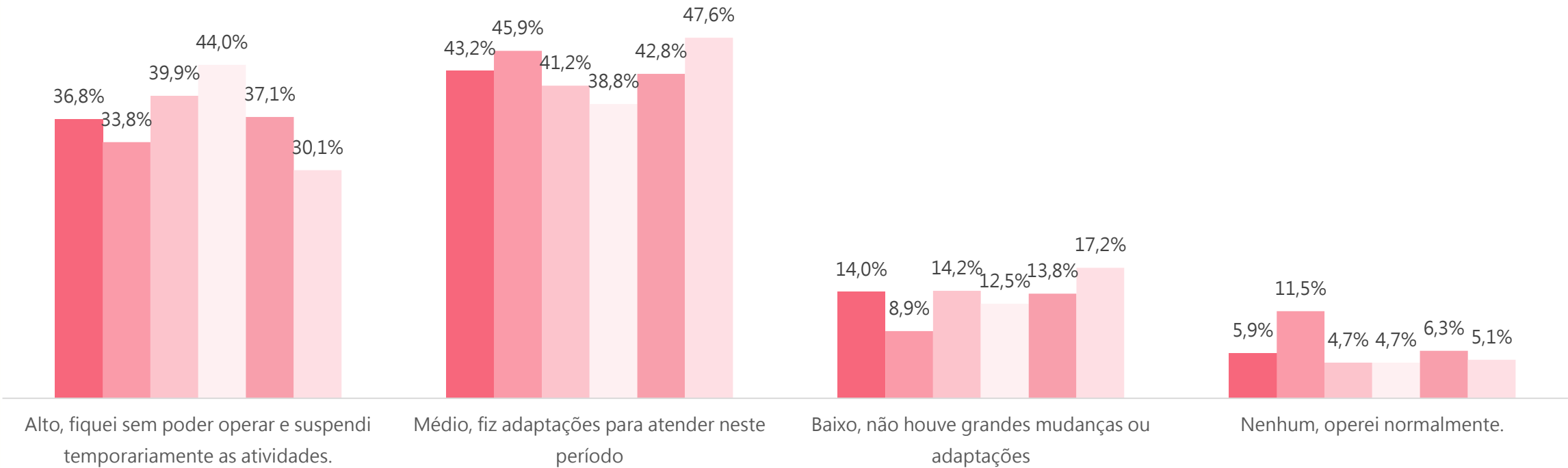


Como foi o impacto da pandemia na empresa em 2020



Como foi o impacto da pandemia na empresa em 2020

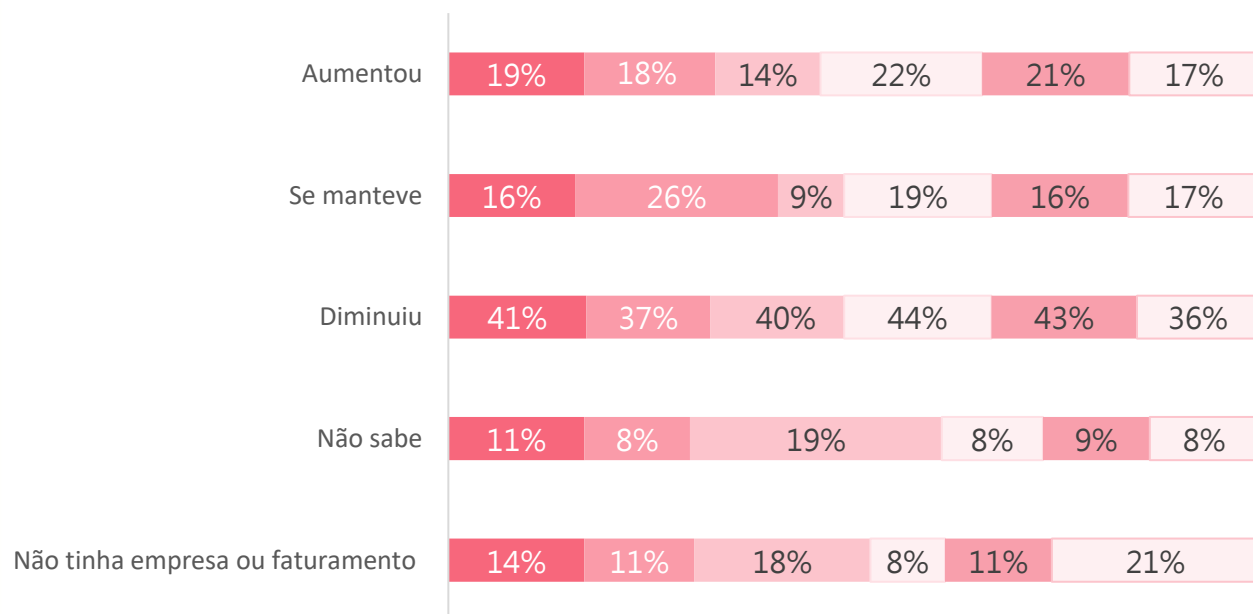
■ Brasil ■ Norte ■ Nordeste ■ Centro Oeste ■ Sudeste ■ Sul



	Brasil	Norte	Nordeste	Centro Oeste	Sudeste	Sul
Base	980	196	196	196	196	196

Comparando o faturamento de 2019, como ficou o faturamento em 2020

■ Brasil ■ Norte ■ Nordeste ■ Centro Oeste ■ Sudeste ■ Sul



Aumentou em média

Brasil	Norte	Nordeste	Centro Oeste	Sudeste	Sul
34,7%	34,3%	41,1%	34,9%	33,0%	34,1%

Base 181 11 28 18 95 29

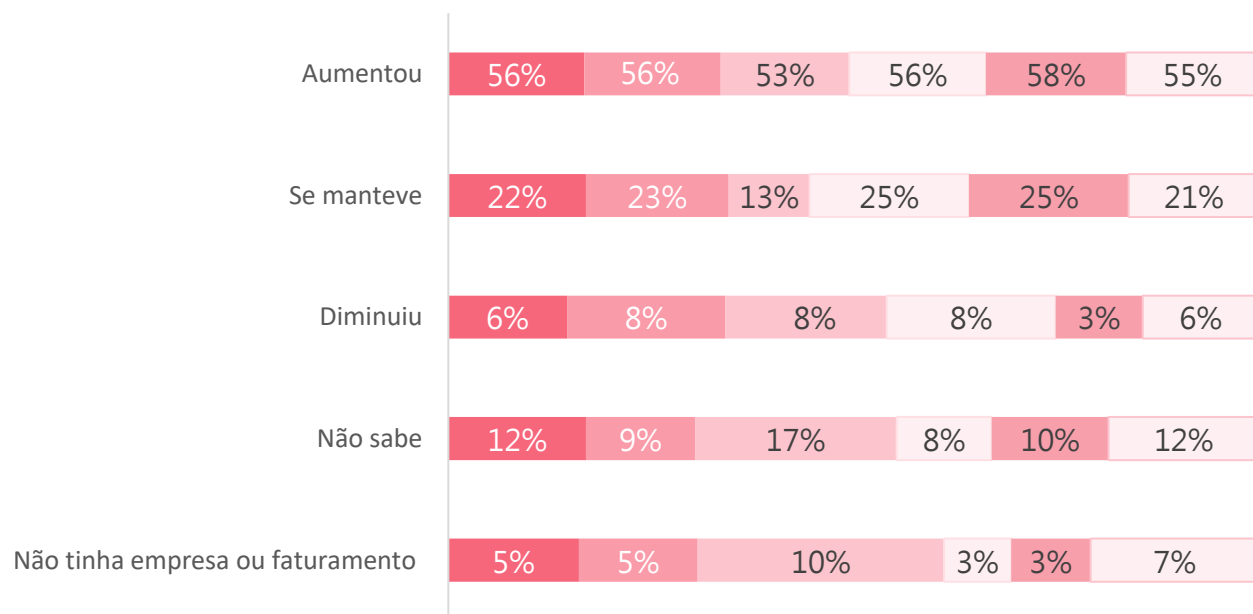
Diminuiu em média

Brasil	Norte	Nordeste	Centro Oeste	Sudeste	Sul
44,5%	47,2%	45,5%	49,3%	43,3%	43,7%

Base 406 74 85 89 83 75

Comparando o faturamento de 2020, como ficou o faturamento em 2021

■ Brasil ■ Norte ■ Nordeste ■ Centro Oeste ■ Sudeste ■ Sul



Aumentou em média

Brasil	Norte	Nordeste	Centro Oeste	Sudeste	Sul
31,0%	29,5%	31,5%	30,6%	30,6%	32,4%

Base 548 108 114 108 111 107

Diminuiu em média

Brasil	Norte	Nordeste	Centro Oeste	Sudeste	Sul
28,0%	25,5%	26,1%	31,6%	27,1%	31,3%

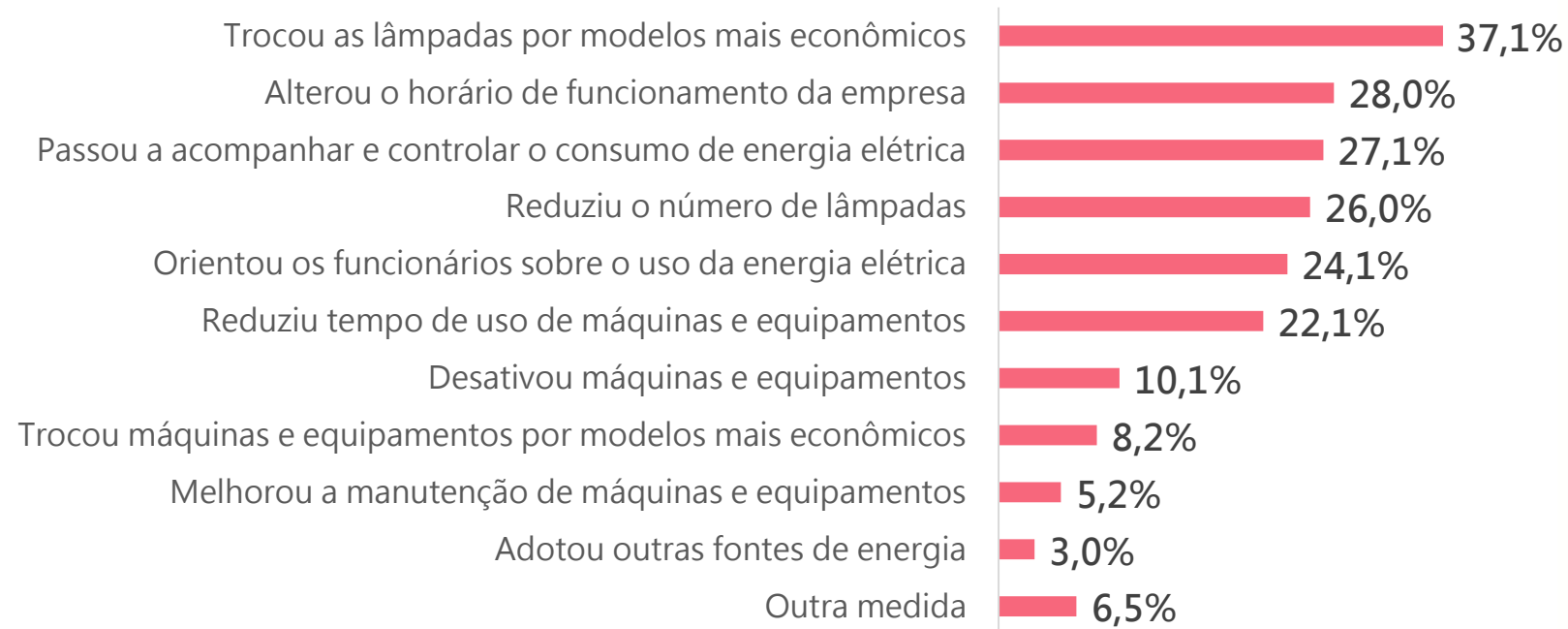
Base 50 5 15 7 14 9

Neste ano, **62,2%** tomou alguma medida para reduzir o consumo de energia elétrica



59% declarou que as ações para reduzir o consumo de energia elétrica resultaram em alguma economia de custos na empresa

Ações que a empresa realizou para reduzir o consumo de energia elétrica



Ações que a empresa realizou para reduzir o consumo de energia elétrica

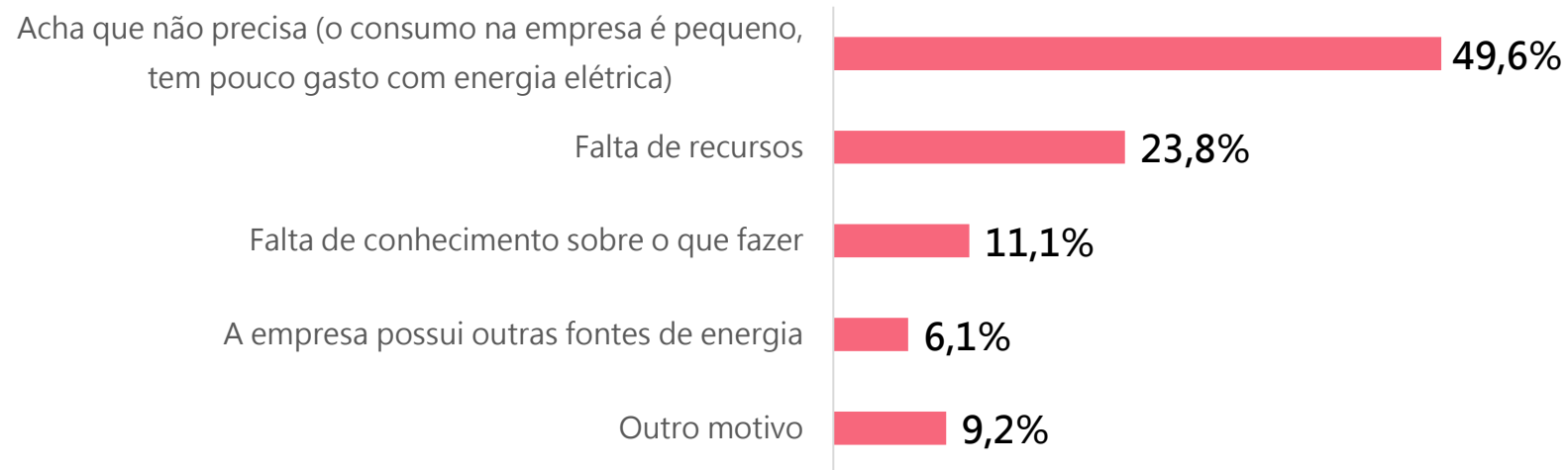
	Brasil	Norte	Nordeste	Centro Oeste	Sudeste	Sul
Trocou as lâmpadas por modelos mais econômicos	37,1%	32,0%	35,3%	36,2%	36,1%	45,0%
Alterou o horário de funcionamento da empresa	28,0%	29,8%	21,8%	31,7%	29,6%	29,3%
Passou a acompanhar e controlar o consumo de energia elétrica	27,1%	25,4%	16,8%	28,5%	27,3%	40,0%
Reduziu o número de lâmpadas	26,0%	40,7%	22,7%	26,4%	24,9%	27,4%
Orientou os funcionários sobre o uso da energia elétrica	24,1%	19,9%	18,4%	33,4%	23,4%	30,6%
Reduziu tempo de uso de máquinas e equipamentos	22,1%	23,6%	21,6%	21,7%	22,3%	22,0%
Desativou máquinas e equipamentos	10,1%	11,1%	7,4%	11,6%	11,0%	10,1%
Trocou máquinas e equipamentos por modelos mais econômicos	8,2%	8,7%	10,3%	6,0%	7,3%	9,0%
Melhorou a manutenção de máquinas e equipamentos	5,2%	2,2%	9,6%	7,0%	2,9%	6,1%
Adotou outras fontes de energia	3,0%	2,8%	2,5%	7,2%	2,1%	4,3%
Outra medida	6,5%	8,2%	7,2%	4,4%	6,3%	6,6%
Total %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Base	566	112	118	114	108	108

RM = Resposta Múltipla. O somatório dos percentuais será 100% ou mais. O respondente podia apresentar mais de uma resposta

33% não tomou medidas para reduzir o consumo de energia elétrica



Principais motivos



27% não tomou medidas para reduzir o consumo de energia elétrica

Principais motivos

Acha que não precisa (o consumo na empresa é pequeno, tem pouco gasto com energia elétrica)

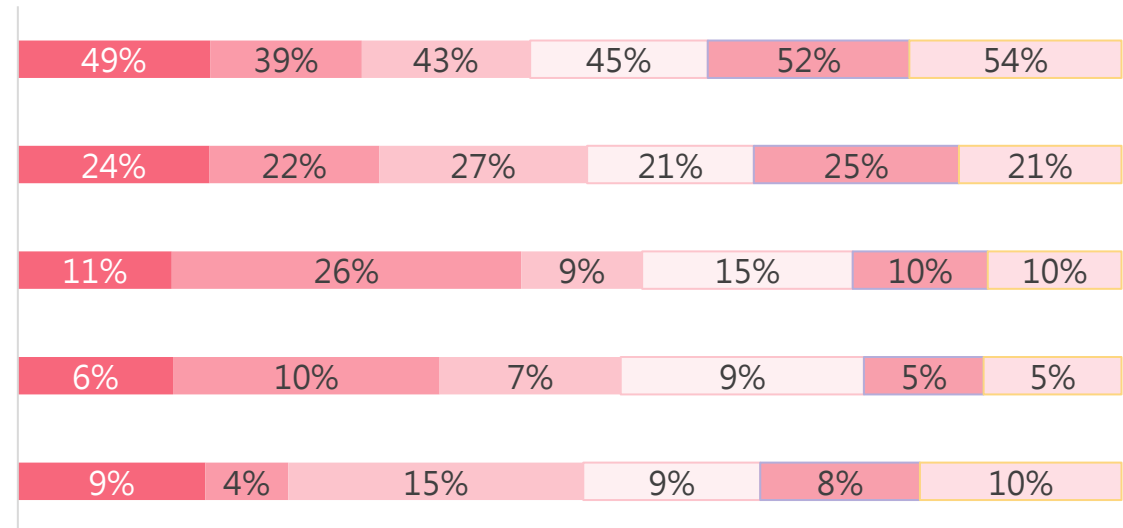
Falta de recursos

Falta de conhecimento sobre o que fazer

A empresa possui outras fontes de energia

Outro motivo

■ Brasil ■ Norte ■ Nordeste ■ Centro Oeste ■ Sudeste ■ Sul





Gestão do negócio

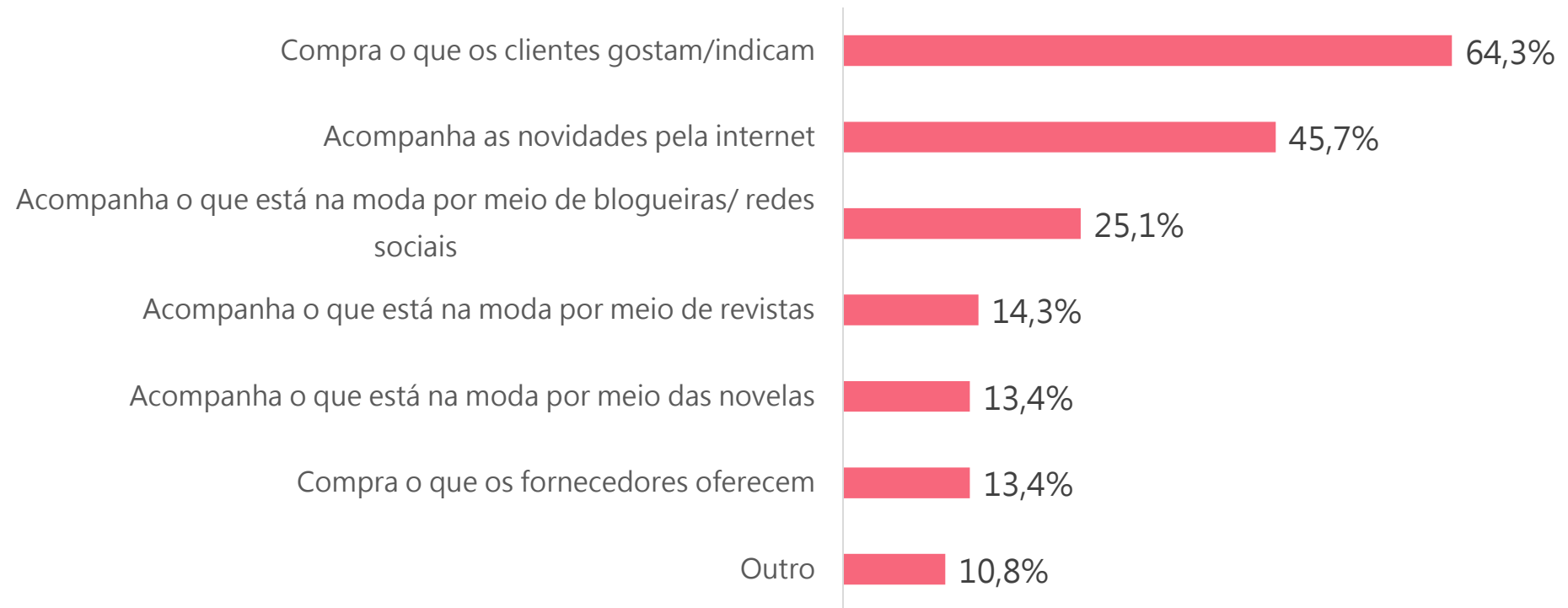
- Inovação e Tendências

Inovação e Tendências

Novos serviços ou formatos e inovações que trouxe ou pensa em trazer para o negócio

	Brasil	Norte	Nordeste	Centro Oeste	Sudeste	Sul
Atendimento híbrido (físico e online)	42,3%	44,8%	37,3%	45,8%	39,1%	54,1%
Utilizar embalagens sustentáveis	34,0%	41,8%	32,9%	33,8%	34,7%	30,5%
Oferecer peças mais confortáveis, que possam ser usadas em várias ocasiões	23,8%	22,1%	30,2%	21,6%	19,4%	29,8%
Ofertar serviços de envio de produtos para a casa do cliente	20,5%	19,5%	14,8%	16,9%	21,7%	25,9%
Acesso a informações por meio de códigos QR	16,9%	14,9%	18,6%	24,7%	15,7%	15,3%
Disponer de serviços de consultorias de compras por videoconferência no atendimento virtual	8,6%	6,1%	5,8%	8,8%	7,8%	14,8%
Trabalhar o consumo consciente e sustentável, reutilização e ressignificação de peças	8,1%	2,1%	6,9%	5,5%	8,4%	12,1%
Provedores virtuais para conferir o ajuste das peças	7,5%	10,9%	13,2%	7,3%	4,4%	8,0%
Atendimento 24 horas	7,1%	6,7%	10,7%	4,7%	6,6%	5,7%
Comunicar com transparência a cadeia de suprimentos e com quem trabalha	6,3%	3,4%	8,4%	11,0%	4,3%	7,8%
Ofertar espaços fechados e abertos, com foco na segurança sanitária.	3,1%	3,6%	4,1%	2,6%	3,1%	2,0%
Outro	5,4%	11,8%	8,4%	9,4%	8,1%	5,4%
Total %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Base	980	196	196	196	196	196

Como define os produtos que irá vender

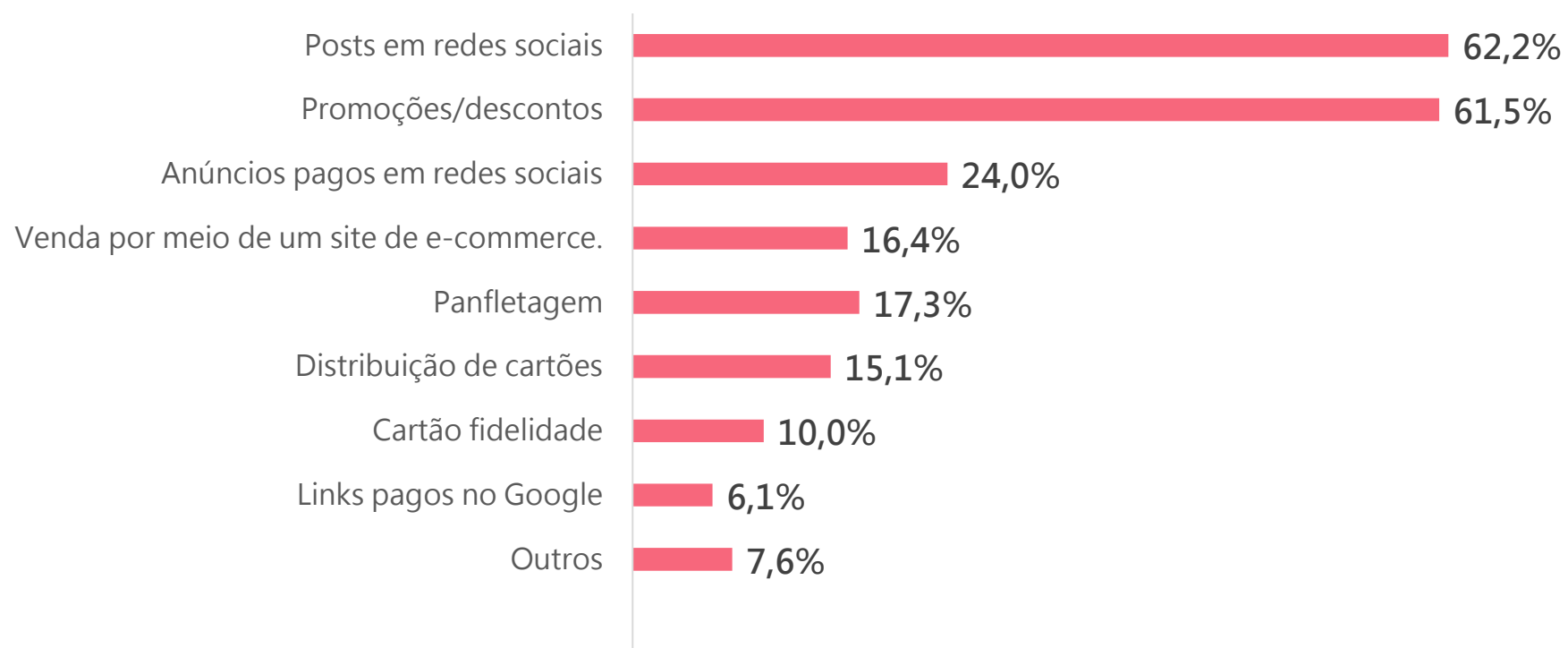


Como define os produtos que irá vender

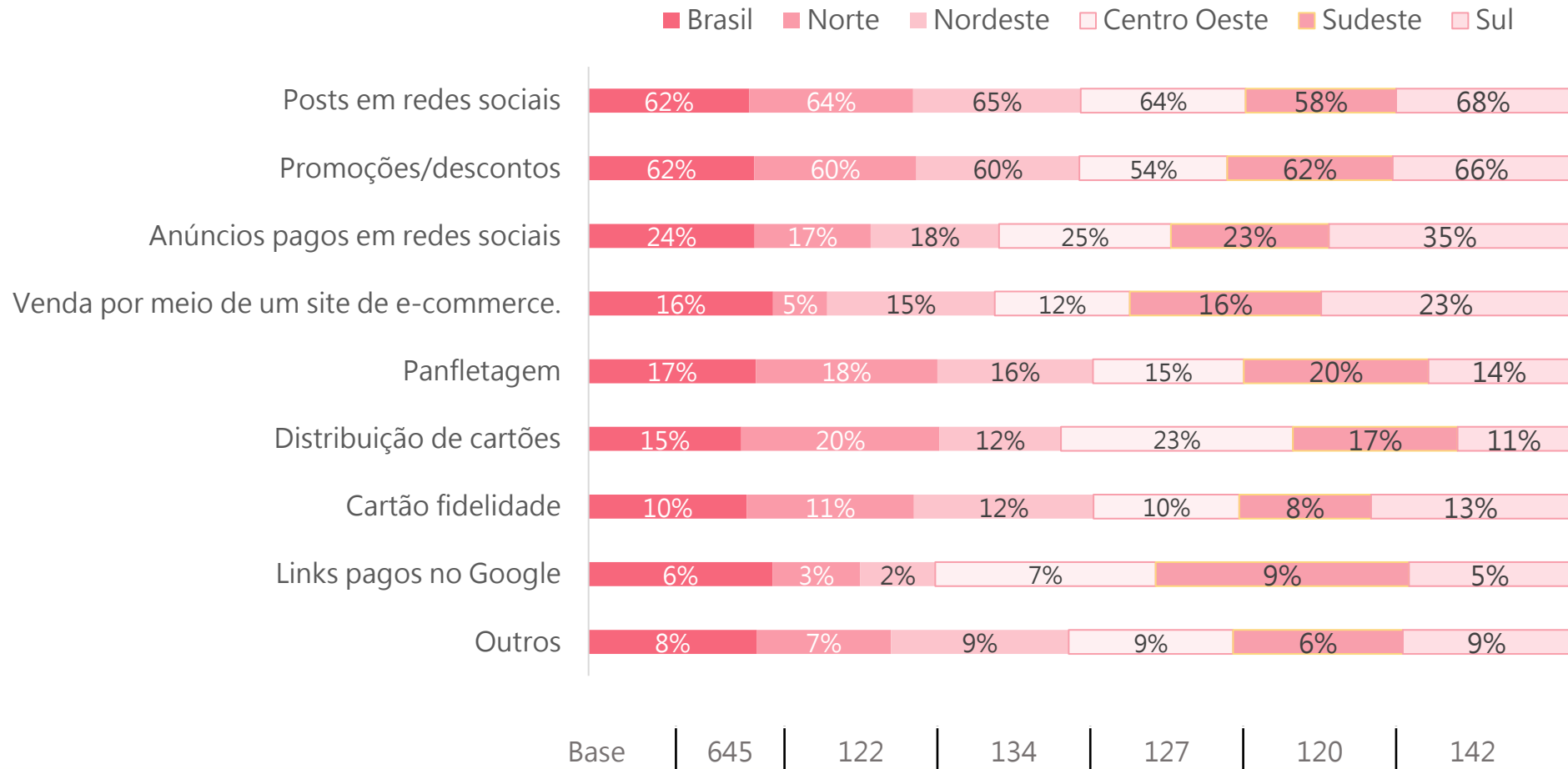


	Brasil	Norte	Nordeste	Centro Oeste	Sudeste	Sul
Compra o que os clientes gostam/indicam	64,3%	60,1%	55,4%	69,7%	66,0%	68,9%
Acompanha as novidades pela internet	45,7%	47,0%	40,9%	36,8%	46,1%	53,9%
Acompanha o que está na moda por meio de blogueiras/ redes sociais	25,1%	26,5%	27,3%	23,4%	21,2%	33,4%
Acompanha o que está na moda por meio de revistas	14,3%	9,8%	11,8%	13,0%	16,8%	12,6%
Acompanha o que está na moda por meio das novelas	13,4%	12,6%	11,8%	13,2%	14,9%	11,4%
Compra o que os fornecedores oferecem	13,4%	16,9%	16,9%	9,6%	11,9%	13,6%
Outro	10,8%	3,5%	11,3%	10,6%	12,1%	9,6%
Total %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Base	980	196	196	196	196	196

69% Faz alguma ação ativa para conquistar NOVOS clientes

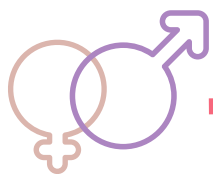


69% Faz alguma ação ativa para conquistar NOVOS clientes

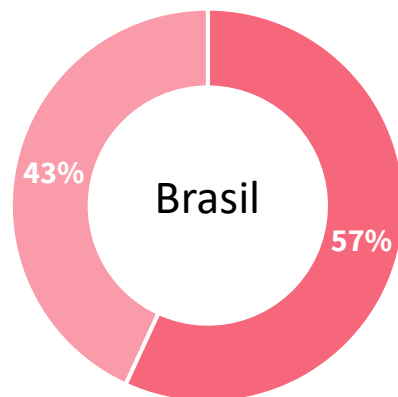




PERFIL DO RESPONDENTE



gênero



■ Feminino ■ Masculino

	Brasil	Norte	Nordeste	Centro Oeste	Sudeste	Sul
Masculino	43%	49%	40%	46%	46%	34%
Feminino	57%	51%	60%	54%	54%	66%

base

980

196

196

196

196

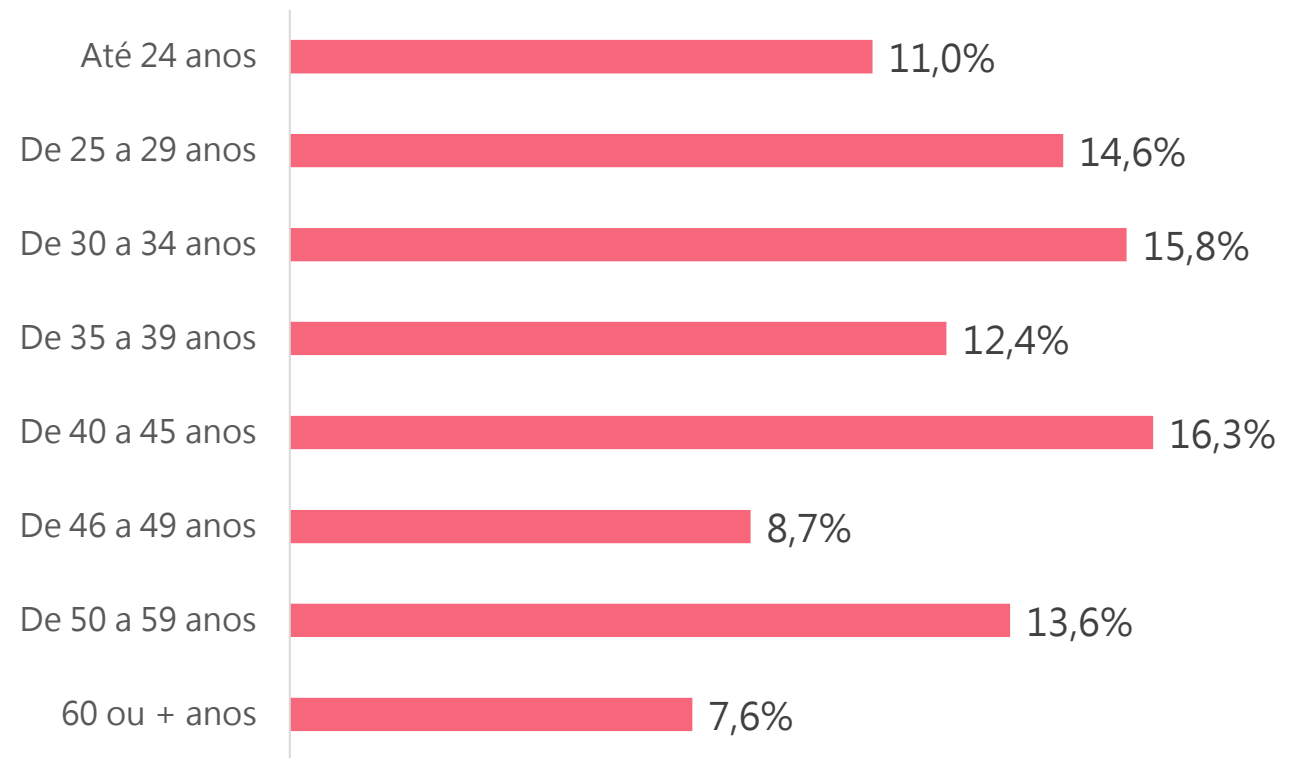
196



Faixa etária

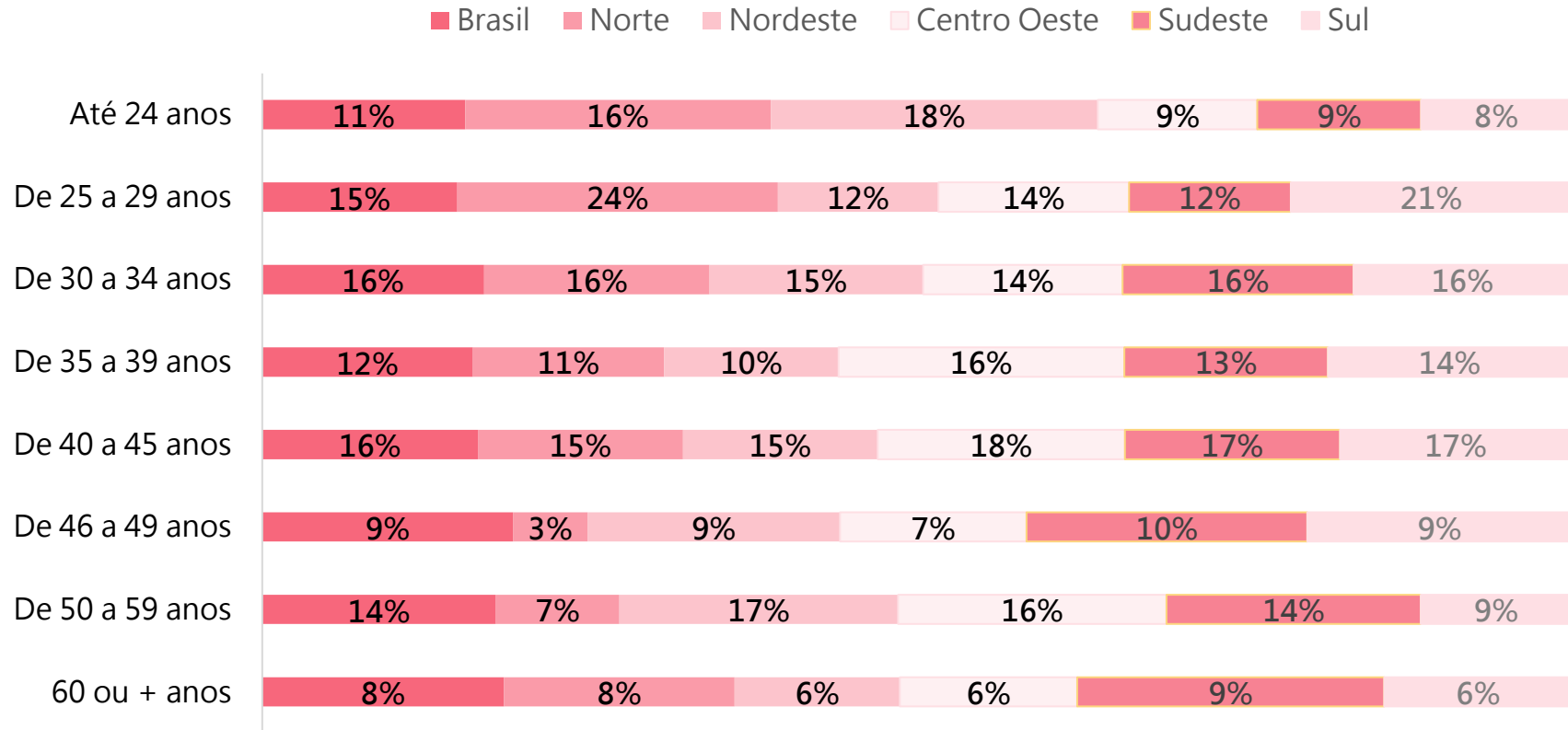


Média = **39** anos





Faixa etária

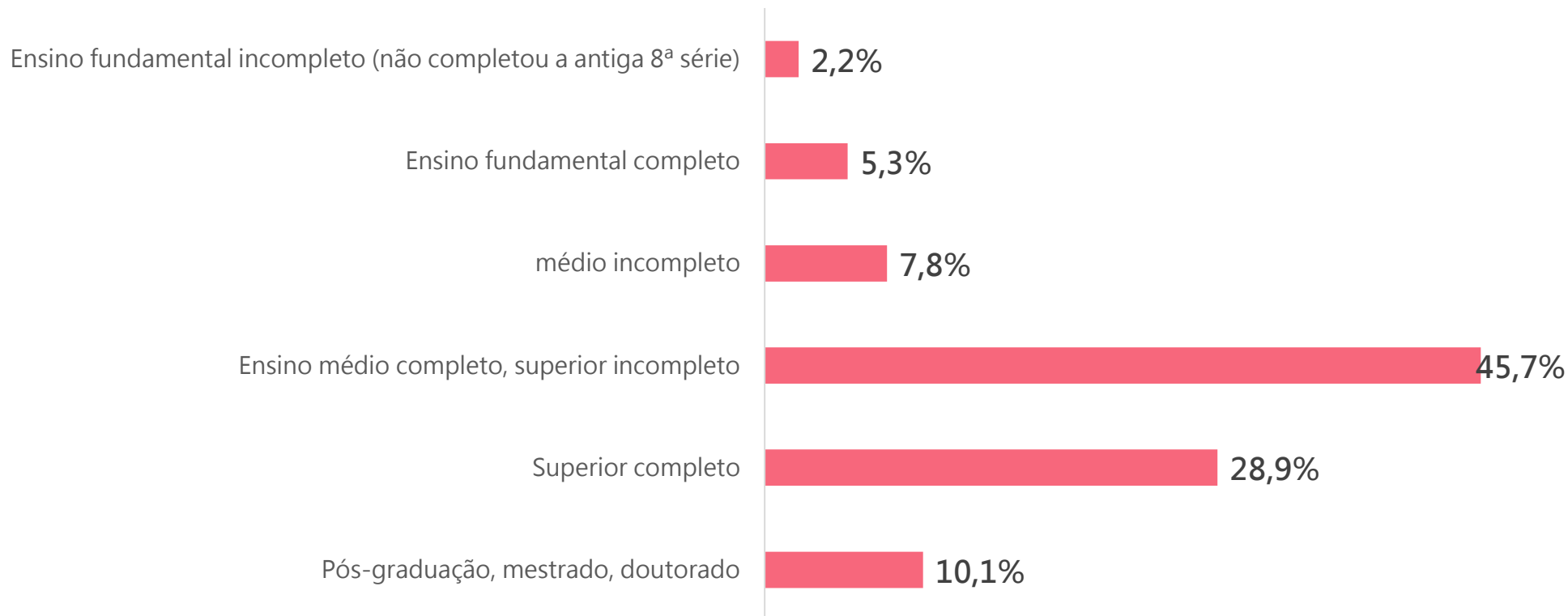


Média | 39 anos | 36 anos | 38 anos | 40 anos | 41 anos | 38 anos

Base 980 196 196 196 196 196

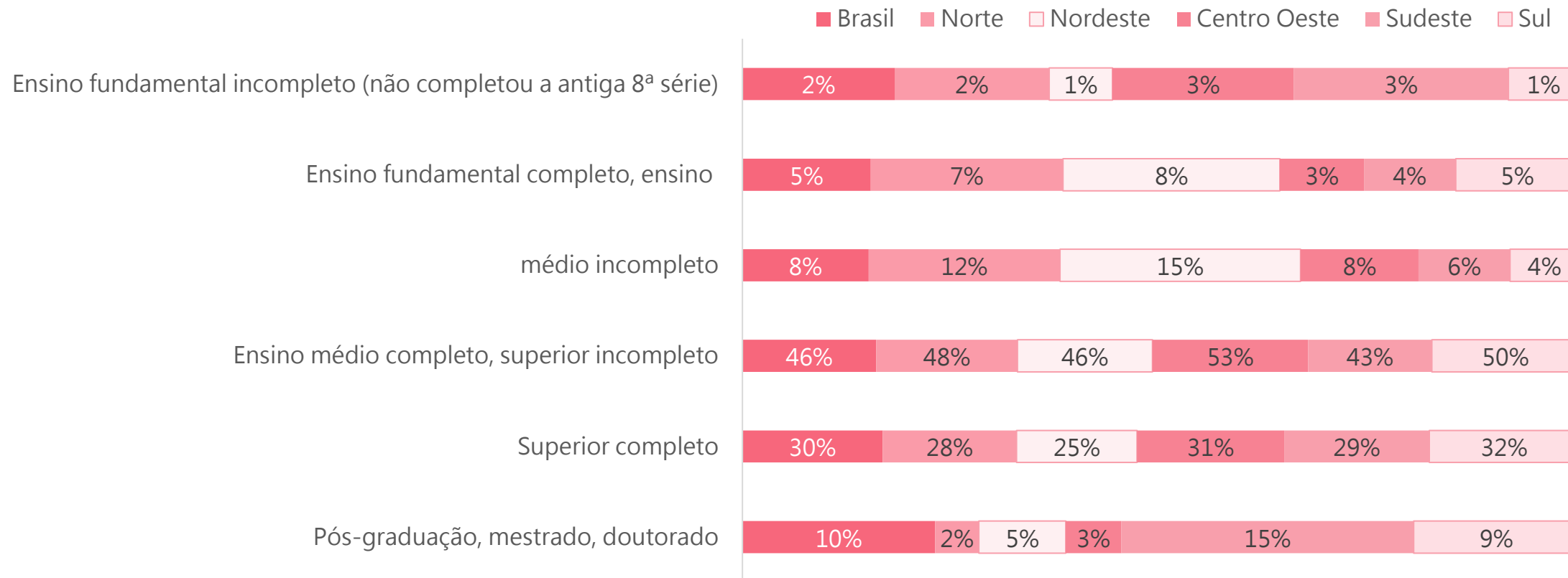


escolaridade



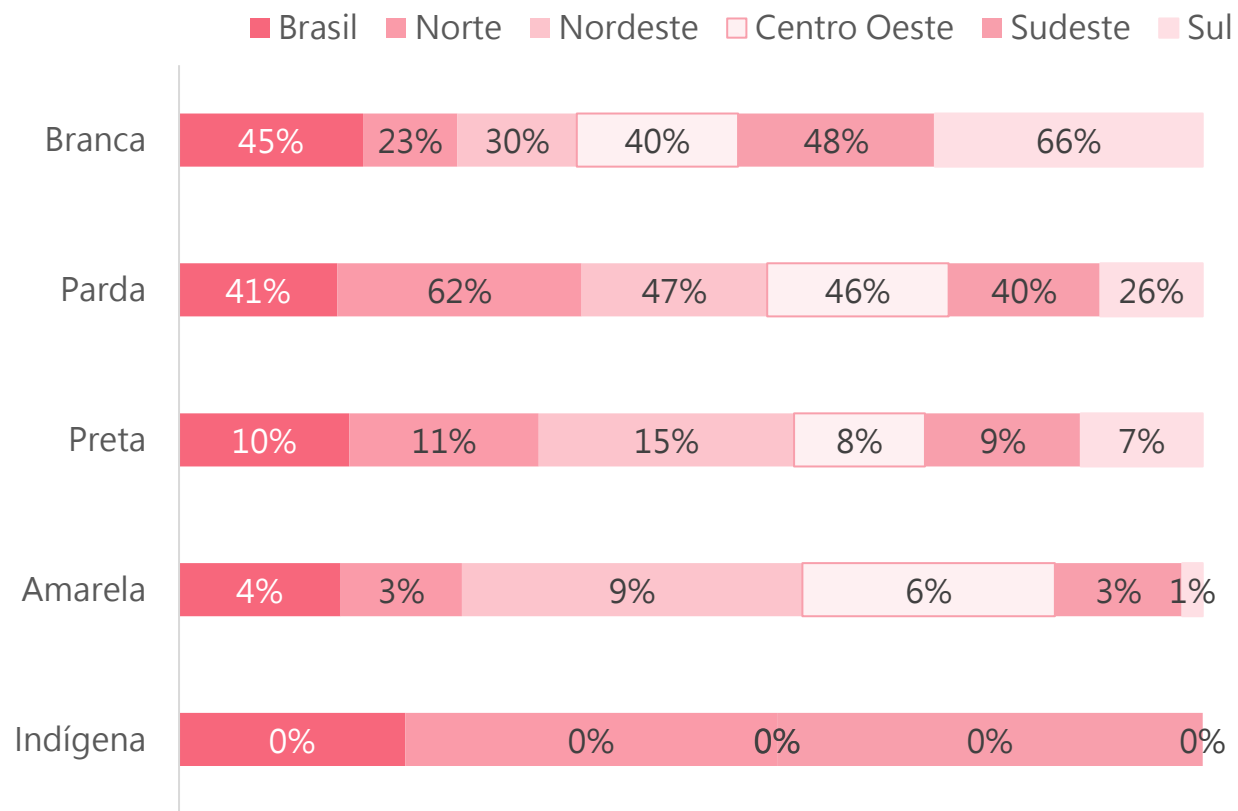
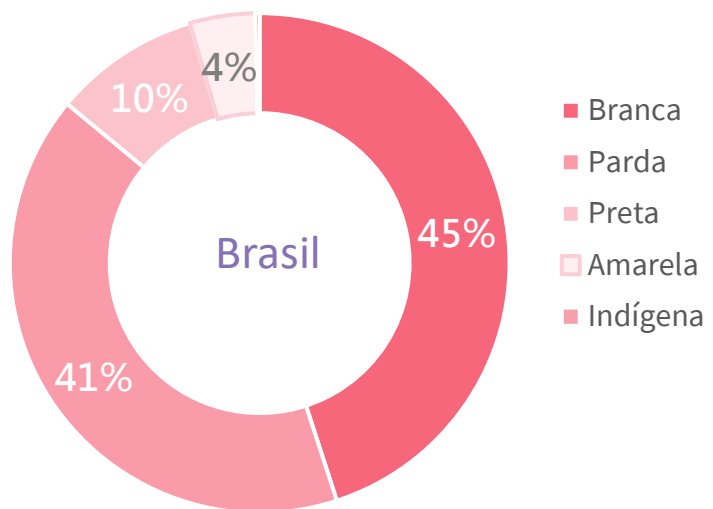


escolaridade





raça





Realização: Squad Pesquisas FE 2021