



VAREJO DE
MODA

Boletim Inteligência & Tendências de Mercado

Abril/2019





O segmento de Varejo de Moda é um dos principais mercados de consumo do país e é atendido, primordialmente, por lojas especializadas, que se dividem em lojas de departamento, redes especializadas e as lojas independentes. A loja independente é caracterizada por possuir apenas um estabelecimento, a exemplo de boutiques e lojas de bairro – esta modalidade representa grande parte do varejo de moda no Brasil, com 36,5% dos volumes comercializados (Fonte: IEMI, 2018).

O comércio varejista no Rio Grande do Norte teve um crescimento no volume de vendas de 6,8% em 2018, – movimento que terá possíveis reflexos também no segmento de vestuário (Fonte: IBGE, 2019).

Com a rápida evolução do consumidor, que está muito bem informado, antenado e engajado, o empresário de moda se vê diante de grandes desafios para se antecipar, atender às expectativas de inovação e se destacar entre a crescente concorrência.

Confira neste Boletim um retrato atual do segmento de Varejo de Moda e dicas importantes para tornar o seu negócio mais competitivo.

Retrato Atual



O brasileiro gasta 4,8% de sua renda em vestuário e calçados.

(Fonte: IPC Maps, 2018)



Em 2017, as vendas no varejo de vestuário somaram R\$ 220 bilhões

(Fonte: IEMI, 2018)



O mercado *plus size* tem participação de apenas 3,5% do mercado total de vestuário e movimentou 5,6 bilhões em 2017. A expectativa de crescimento em volume de vendas é de 4%.

(Fonte: IEMI, 2018)



A categoria Moda e Acessórios tem 13,6% de participação nas compras *online*.

(Fonte: Webshoppers-Ebit, 2018)



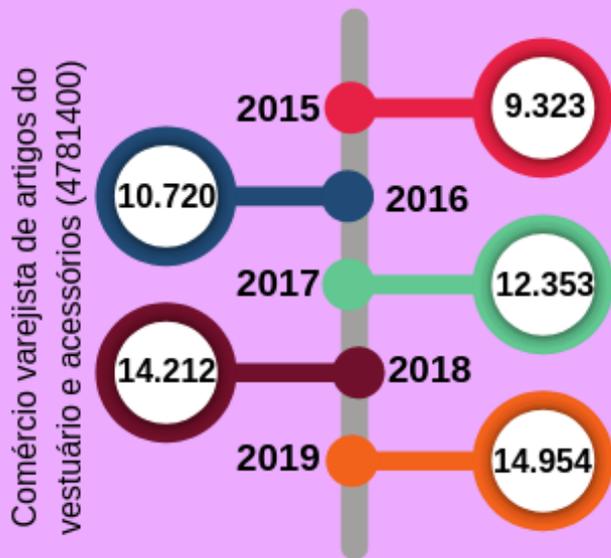
Importância na atração de consumidores para o estabelecimento

(Fonte: IEMI, 2017)



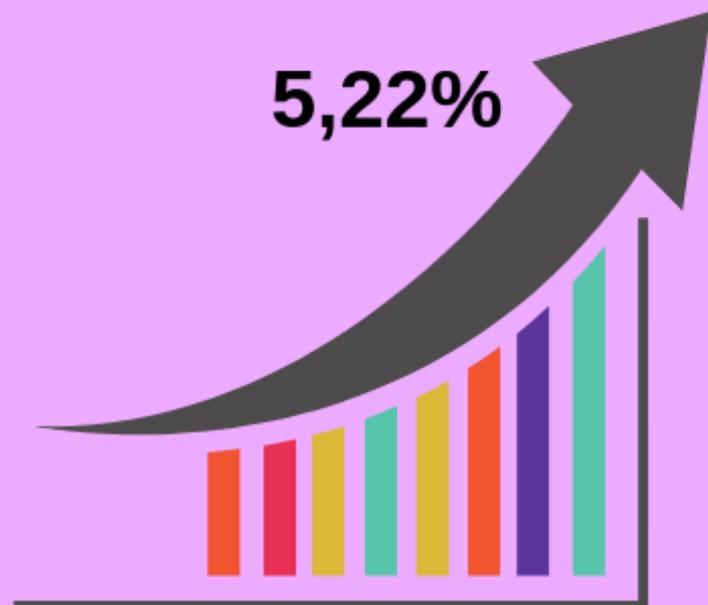
Panorama Rio Grande do Norte

Número de estabelecimentos no estado, 2015 a 2019 (até abril)



742
novos estabelecimentos abertos nos primeiros 4 meses de 2019

Taxa média de crescimento do segmento de 2018 para 2019 (até abril)



Principais desafios

E-commerce

Ainda que a loja não tenha um *e-commerce* estruturado, é essencial manter uma presença digital e implantar ferramentas para consolidar vendas feitas por outros meios, como telefone e pagamento online para retirada na loja.

Gestão de Estoques

A falta de produtos compromete as vendas e o excesso de itens sem saída é sinal de falta de conhecimento do perfil de clientes da loja e dinheiro perdido. É fundamental saber dosar os pedidos e fazer o acompanhamento do giro através de alguma ferramenta de controle para a tomada de decisão.

Atendimento

Este aspecto é fundamental, pois a efetivação da venda e fidelização do cliente depende muito do conhecimento, disposição e simpatia do profissional de vendas - um cliente que não é bem atendido simplesmente sai da loja! Oriente os funcionários, organize treinamento de venda e pós-venda, apresente as tendências e novidades da loja e oriente em relação aos looks que podem ser ofertados aos clientes.

Fast Fashion

Para renovar constantemente as peças ofertadas de modo que acompanhem as tendências e o que o consumidor deseja, é necessário contar com uma rede de fornecedores de produção e logística com capacidade de entregar novos artigos com agilidade, fora do calendário convencional de coleções. Atrasos nesse processo significam perder o *boom* de determinada peça, que ficará encalhada por não ser mais modinha.

Padronização

Os vestuários masculino e infantil possuem normas ABNT que padronizam os tamanhos, mas a versão para vestuário feminino está em elaboração. Ainda assim, é importante cobrar que a indústria acompanhe e observe estas diretrizes, pois uma peça com numeração fora do padrão pode levar a realização de um pedido que não condiz com o perfil do seu público.

Tendências para seu negócio



Consumo Consciente: cresce a parcela de consumidores que valoriza a atuação dos negócios junto ao meio ambiente e comunidade. Iniciativas como reciclagem, embalagens ecológicas, parcerias com produtores locais, apoio a trabalhos comunitários, dentre outros, são oportunidades para criar e fortalecer laços com clientes e gerar engajamento com a marca.



Experiência: o consumidor está cada vez mais conectado e a interação com a marca, muitas vezes, inicia-se nas redes sociais. Com a grande concorrência de lojas físicas e *online*, é fundamental aprimorar sua experiência em todos os pontos de contato com a marca, tanto nas redes sociais (com fotos atualizadas, informações precisas e atenção para as mensagens recebidas), quanto na loja física (com a disponibilidade dos produtos divulgados e atualização da equipe de vendas).



Personalização: os clientes têm buscado opções e experiências para se sentirem especiais e valorizados. As iniciativas de personalização no varejo de moda são possíveis a partir do produto, com a customização de peças sob demanda, e no atendimento diferenciado, com ações que valorizam os seus clientes: promoções exclusivas para clientes VIP, brindes em datas comemorativas e distribuição diferenciada (envio de mala com roupas no estilo do cliente, por exemplo).



Nichos de mercado: explorar um nicho, oferecendo soluções para os seus anseios e demandas, é uma oportunidade para aumentar o valor agregado do produto e gerar receita. É fundamental conhecer o público, investir na comunicação e preparar a estrutura da loja e a equipe para atender com empatia, propondo composições e opções de estilo.



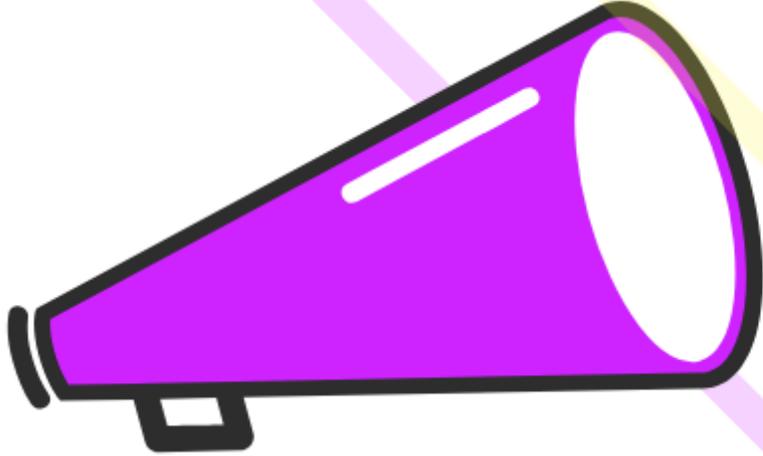
Moda plus / Moda GG: mercado crescente, este público busca roupas modernas, detalhes diferenciados, caimento apropriado e modelagem que valoriza o corpo.



Moda para Gestantes: é um consumo que tem prazo, mas é possível incorporar outras possibilidades como a venda de conjuntos mãe-filha, roupinhas de recém-nascido, dentre outros.



Moda Religiosa: artigos que seguem as tendências da moda, com modelagem que respeita os costumes da crença.



Fique atento!



Contratações temporárias no período de fim de ano: é importante definir o modelo de contratação e agir em concordância com as leis específicas que entraram em vigor recentemente: Trabalho Temporário (Lei 6.019/1974 e alterações pela 13.429/2017) e Trabalho Intermitente (CLT e alterações pela 13.467/2017). O empresário deve avaliar junto com o seu contador itens como prazos, pagamento, flexibilização de horários, recolhimento de INSS, dentre outros.



Compras à vista: A Lei 13.455/2017 permite que o varejo ofereça preço diferenciado de acordo com o meio de pagamento, seja dinheiro ou cartão (débito/crédito). Também obriga o lojista a colocar, em lugar visível, a informação sobre esta modalidade.



Segurança da informação: Grandes redes de varejo em todo o mundo vêm aumentando os seus investimentos para impedir o vazamento de informações do negócio e da base de clientes, protegendo dados confidenciais da atuação dos *hackers*. Com a projeção de aumento contínuo do uso do smartphone para efetivar a compra no varejo físico, é importante que o pequeno varejo se antecipe a eventuais ataques cibernéticos a seus sistemas de gestão.



E-commerce: O Instagram está testando o serviço *Checkout*, no qual o público poderá comprar diretamente dentro do aplicativo, ao invés de ser direcionado para o site de comércio eletrônico da marca ou para *marketplaces*. Com um processo simplificado, tanto para o empresário quanto para o cliente, essa funcionalidade terá grande impacto na entrada de empresas no *e-commerce*. Ainda assim, é recomendado que o varejista avalie a sua capacidade de atendimento e estruture sua logística de forma a não prejudicar a reputação do seu negócio.

Impulsione o seu negócio

❖ **Visual Merchandising:** prepare a loja para melhorar a experiência do cliente, troque a vitrine regularmente, estimule os sentidos com um aroma e música adequada, facilite o acesso aos produtos, estimule a experimentação. Padronize *tags*, etiquetas e embalagens para o cliente sempre reconhecer e lembrar da marca.

❖ **Presença digital:** use a tecnologia para estimular o engajamento com o público, crie um calendário de postagens e conteúdos para as redes sociais, ambiente os *looks* e mostre detalhes das peças, realize parcerias com microinfluenciadores da região e divulgue seus produtos em *marketplaces*.

❖ **Crie relacionamentos:** registre e utilize as informações sobre os seus clientes e potenciais clientes (CRM), personalize a comunicação divulgando novidades e produtos que são de interesse, responda com agilidade as dúvidas sobre produtos e preços enviados nas redes sociais e convide o consumidor para a loja.

❖ **Datas comemorativas:** faça uma vitrine e decoração especial, dispare convites para os clientes anteciparem as compras, realize promoções direcionadas, avalie a possibilidade de reduzir a margem de lucro em alguns produtos para atrair os clientes para a loja e reforce a divulgação nas redes sociais.

❖ **Moda praia:** diversifique a oferta de produtos para ampliar o movimento na loja o ano inteiro – acessórios, bolsas, cangas, moda *resort*, *loungewear* e roupa *fitness*.

❖ **Moda masculina:** O interesse deste público por moda é crescente. Com um perfil de consumo mais racional e objetivo, é importante oferecer um atendimento ágil e com dicas de estilo a este cliente.

Abra seu negócio



Para quem deseja empreender no segmento de Varejo de Moda, seguem dicas práticas para serem observadas antes de abrir o negócio.



Planejamento: antes de abrir um negócio, é fundamental conhecer o seu público-alvo, avaliar a região onde deseja se instalar e a facilidade de acesso, estudar a concorrência, definir o seu diferencial competitivo, ter clareza do *mix* de produtos e pesquisar fornecedores. Além disso, levar em consideração um planejamento financeiro eficiente, com previsão de custos fixos e variáveis, expectativa de vendas e de retorno do investimento. A formação de preço deve ser feita de forma criteriosa para atender às metas financeiras e, também, o perfil do seu público.

Estrutura física: o espaço da loja deve possuir uma área para exposição e venda das peças, espaço para experimentar as roupas, caixa, embalagem e entrega, além da área administrativa – estoque, escritório e banheiro. É importante lembrar que o ambiente da loja tem muito impacto na percepção do cliente e pode estimular a permanência, assim, atenção deve ser dada ao *layout*, espaço para circulação, decoração, conforto e iluminação.



Pessoas: busque profissionais com boa comunicação, que saibam ouvir e com paciência para entender o desejo do cliente. Além de treinamentos relacionados ao atendimento, atente para outros aspectos do negócio, como tendências de moda, segurança, prevenção de perdas e Código do Consumidor. As convenções de sindicatos de empregados do comércio são negociadas periodicamente, logo, o empresário deverá observar as regras de funcionamento aos sábados, domingos e feriados antes de determinar as escalas de trabalho.

Sebrae ao seu lado



Capacitações: Através de cursos e oficinas presenciais, traz aprendizado prático em temas e áreas específicas, capacitando o empresário para gerir de maneira mais eficiente o seu negócio, além de proporcionar o desenvolvimento de *networking* com os demais participantes.



Cursos *online*: Os cursos e soluções *online* do Sebrae se adaptam à rotina intensa do empresário, com flexibilidade e qualidade. São mais de 120 (cento e vinte) cursos, com diversas temáticas, como Planejamento, Finanças, Mercados, Vendas, Inovação, Leis, dentre outras.



Consultorias: Para o negócio que precisa de um atendimento diferenciado realizado por um especialista, temos a Gestão de Indicadores de Resultados, o Plano de Marketing e Análise de Georreferenciamento, além de outras consultorias para apoiar a tomada de decisão e trazer soluções específicas e adequadas.



Inovação: O Sebraetec oferece serviços customizados e especializados, focados na Inovação para a empresa, abrangendo 7 (sete) áreas: Design, Produtividade, Propriedade Intelectual, Qualidade, Inovação, Sustentabilidade e Serviços Digitais.



Boletim Inteligência &
Tendências de Mercado

Unidade de Acesso a
Mercados
www.rn.sebrae.com.br

Superintendente: José Ferreira de Melo Neto
Diretor Técnico: João Hélio Costa da Cunha Cavalcanti Junior
Diretor de Operações: Marcelo Saldanha Toscano
Gerente: David Xavier de Souza Gois

Fale com o Sebrae: 0800-570-0800
mercados@rn.sebrae.com.br

