

Vestuário

RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA

DEZEMBRO | 2014



SEBRAE

SIS

Moda Masculina Mercado em crescimento

O grande consumo de moda no Brasil impulsiona o surgimento de muitas oportunidades para os negócios do setor de vestuário. Cada vez mais os homens estão interessados em moda, o que tem feito desse segmento um mercado com grande potencial de expansão e lucratividade. O aumento da tecnologia e a maior circulação de publicidade específicas para este público estão entre as principais causas de crescimento. Nesse contexto, o Relatório de Inteligência apresentará o perfil do consumidor masculino e as oportunidades de mercado que podem ser exploradas pelos pequenos negócios do setor de vestuário.



Com um faturamento de **US\$ 42 bilhões** em vendas, o Brasil é o maior mercado de vestuário da América do Sul.



US\$ 23 bilhões

é o que o mercado nacional de moda masculina movimentará até 2017.



44% de crescimento

no mercado de moda masculina entre 2007 e 2012.

Fonte: Moda para público masculino impulsiona mercado brasileiro de roupas. Diário Catarinense. 2014.

Fontes: Gabriel Viana. Brasil é o quinto país mais atrativo para varejo de roupas. Economia IG. 2013. Guilherme Dicosi. Mercado de moda masculina está em pleno crescimento. Finissimo. 2014.

Consumidor masculino

Comportamento de compra

Os consumidores masculinos preocupam-se em adquirir roupas que transmitam o seu estilo de vida. Confira abaixo essa e outras características do comportamento de compra desse público:

OBJETIVIDADE

Tendem a ser mais objetivos e racionais no momento da compra, unindo agilidade e praticidade.

FREQUÊNCIA DE COMPRA

A cada três meses realizam, ao menos, uma aquisição de artigos de vestuário.

INFLUÊNCIA

Procuram opiniões sobre produtos na Internet antes de perguntarem a aos amigos e família.

ESTILO

As peças básicas ainda são as mais procuradas por esse público.

E-COMMERCE

Tendem a comprar mais on-line do que as mulheres. Além disso, eles têm o costume de manifestar a sua opinião sobre o produto na rede.

FIDELIDADE À MARCA

São fiéis e se arriscam menos na experimentação de marcas novas.

PREÇO E QUALIDADE

O mais importante para eles é que o produto possua qualidade, aliada a um preço acessível.

FUNCIONALIDADE DO PRODUTO

Outro aspecto muito considerado no momento da compra.

IDENTIDADE

Gostam de comprar roupas e acessórios que transmitam a sua personalidade.

RELAÇÃO COM O PÚBLICO

As mulheres ainda são responsáveis pela compra de roupas para os homens.

Os homens, entre **25 e 44 anos**, são responsáveis por **42% do consumo** de artigos de moda no Brasil.

Fonte: Estudo setorial comércio varejista de acessórios. Sebrae. 2014.

Fontes: Ibope divulga pesquisa com hábitos de consumo da mulher brasileira. Portal no varejo. 2014. Homens compram roupas a cada 3 meses, diz levantamento. Economia IG. 2014. Camila Rosa Travi, et al. Comportamento de consumo masculino. Slideshare. 2013.

Preferências de compra do consumidor masculino

PREFERÊNCIAS MASCULINAS

Os negócios de moda precisam estar atentos às preferências de compra do público masculino para que as suas necessidades de consumo sejam atendidas.



ASPECTOS TRADICIONALMENTE OBSERVADOS

Os homens ainda prezam muito pela funcionalidade e dimensão social dos produtos que adquirem. Por isso, sempre procuram roupas que evoquem o seu estilo e nelas observam aspectos como: suficiência do número de bolsos, a forma de abertura das peças, o acabamento e as propriedades dos tecidos.



TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

Os homens valorizam muito a tecnologia e inovação aplicadas aos artigos de moda, a exemplo dos [Wearables Devices](#). Nesse contexto, o “estar conectado” representa para eles um símbolo de status.



BIJUTERIA E JOALHERIA MASCULINA

Os acessórios masculinos estão em alta. Desde o prendedor de gravata ao *piercing* é possível notar o crescente consumo desses artigos que quebram o visual clássico e tradicional para o segmento masculino.



DRESSING UP

As novas gerações preocupam-se muito com a elegância, essa preocupação é traduzida no termo em inglês *Dressing up* (se aprontar com capricho). O *Dressing up* remete a um estilo mais informal, esportivo e casual, no qual as marcas e peças de roupa são cuidadosamente escolhidas e combinadas com diferentes acessórios.

Principais mercados de moda masculina

Segmentos e tendências

Estar atento ao tipo de mercado que se deseja alcançar e ao público de cada segmento é primordial para o sucesso. Confira as principais tendências de cada segmento:



MERCADO DE MODA LUXO

os itens de alfaiataria como paletós, calças e gravatas feitos de forma artesanal e com tecidos finos pertencem aos segmentos mais representativos deste mercado.

Tendência

A tendência para a moda luxo masculina é a renovação do estilo clássico, por meio de cortes novos e tecidos diferenciados. Além disso, este mercado está focando em consumidores mais jovens, os *Yummies*.

Dica

Para aproveitar este aquecimento, o negócio de moda luxo masculina deve investir em atendimento personalizado, além de ter um portfólio com as melhores e mais famosas marcas do segmento.

Fontes: Ana Marta Moreira Flores e Victor Pereira. [Especialistas traçam tendências para o mercado de luxo no Brasil e em SC.](#) Diário Catarinense. 2013. Matthew Schneider. [Depois do "metrosexual", marcas da moda masculina agora miram o "Yummy".](#) Portal IG. 2014.

Em 2012 o mercado masculino de moda luxo teve um faturamento de US\$ 234 bilhões e um crescimento de 14% ao ano, quase o dobro da expansão do mercado feminino.

Fonte: [A vez deles: o mercado masculino de luxo está crescendo o dobro do feminino.](#) Harpersbaazar. 2012.



MERCADO DE MODA CASUAL

itens como jeans, camisetas, camisas, jaquetas, *blazers* e bermudas pertencem aos segmentos mais representativos desse mercado.

Tendência

As principais tendências da moda casual masculina para 2015 são: a combinação de bermuda e blazer, calças estampadas, blusas com transparências, tecidos brilhantes para artigos de alfaiataria e peças esportivas como o *shorts runner* e jaquetas *bomber*.

Dica

Uma oportunidade para ampliação das vendas dos negócios de moda casual é o investimento em canais diversificados de venda, a exemplo do *e-commerce*.


Fontes: [Top 5 moda masculina: saiba o que bombou na passarela do Fashion Rio e SPFW.](#) Puretrend. 2014. [Estilo casual.](#) Designxestilo. 2011.

Fonte: Maria Alice Rocha. [Consumo de moda masculina: mudanças de hábitos.](#) Audaces. 2013.

E-commerce

Preferência do consumidor masculino

O e-commerce é uma grande tendência para os negócios do varejo de vestuário. Esta forma de comercialização permite que o consumidor tenha mais autonomia e agilidade no momento da compra, além de que no varejo on line o empresário não possui gastos com o aluguel do ponto comercial e com a contratação de atendentes. No entanto, é preciso estar atendo às especificidades desse modelo para garantir o sucesso da experiência de compra do cliente.



Em 2013 o setor de moda foi o 6º segmento de maior penetração no e-commerce, motivado pelo crescimento do número de jovens que fazem compras on-line.

Fonte: Estudo setorial comercio varejista de acessórios. Sebrae. 2014.

83%

dos homens entrevistados já realizaram alguma compra on-line.

R\$ 146,00

é o ticket médio para compra de roupas feitas pelos homens na Internet.

Economia

Os homens entrevistados se consideram racionais e econômicos na compra de artigos de moda on-line.

Outro estudo realizado por alunos de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC/RS), revelou que a praticidade e as facilidades na forma de pagamento são consideradas pelos homens como as principais vantagens do e-commerce.

🔍 Em contraponto, os consumidores masculinos também apontaram que a possibilidade de experimentar o produto é a principal vantagem do modelo tradicional de compra, em lojas físicas.

Fonte: Camila Rosa Travi, et al. *Comportamento de consumo masculino*. Slideshare. 2013.

Caso de sucesso

Stantt - Nova Jersey

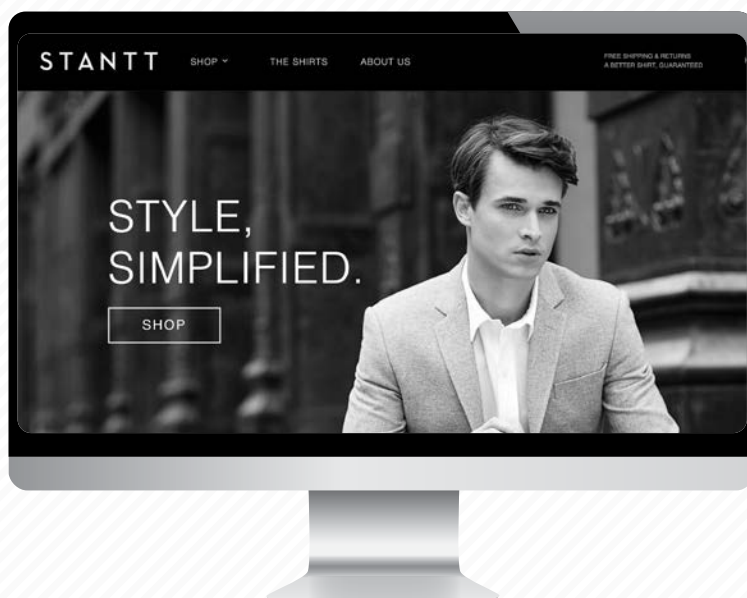
A startup americana [Stantt](#) lançou uma ideia inovadora para o mercado de moda. Atenta às necessidades dos homens, a empresa decidiu acabar com as restrições de tamanho P, M e G para as camisas masculinas.

A Stantt reuniu diferentes formas de manequins masculinos e, utilizando a modelagem em 3D, desenvolveu um sistema para criar roupas que se adequam ao tamanho de cada consumidor.

As camisas custam em média US\$ 88 e são comercializadas no site da startup nas cores: azul quadriculado, azul claro, branco, rosa, preto e cinza.

Acesso a loja virtual

Ao acessar à loja virtual da marca, o cliente informa as medidas da sua cintura, peitoral e comprimentos dos braços para que o sistema informe qual é o melhor tamanho de camisa, dentro das 50 variações disponíveis.



Fonte: Adriana Fonseca. [Startup americana oferece camisas masculinas em 50 tamanhos diferentes](#). Revista PEGN. 2013.



AÇÕES RECOMENDADAS



Atualize-se participando dos eventos do setor de vestuário. Confira o [calendário](#) das principais semanas de moda de 2015;



Conheça as [dicas](#) do [Sebrae/SC](#) para abrir uma loja de roupas masculina;



Conheça algumas [estratégias para a gestão do e-commerce](#), disponíveis no Relatório do SIS/SC;



Acesse os [vídeos](#) do [Sebrae](#) com dez dicas para o *e-commerce*;



Conheça o [Programa Negócio Certo](#) do [Sebrae/SC](#) que pode ajudar você a gerenciar melhor a sua empresa e ser mais competitivo;



Defina estratégias corretas de publicidade para atrair o consumidor de moda masculina. Leia o [artigo](#) do [Sebrae](#) sobre os dez erros mais comuns em campanhas publicitárias;



Aproveite a tendência de consumo de acessório masculino e invista na produção e venda de bijuterias para esse público. Conheça as [dicas](#) do [Sebrae/SC](#) para abrir uma fábrica de bijuterias.

 **Vestuário**
RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA
DEZEMBRO | 2014



Coordenador: Marcondes da Silva Cândido
Gestor do Projeto: Douglas Luís Três
Conteudista: Laís Cristina Paggi

SEBRAE Santa Catarina
Endereço: SC 401, KM 01, Lote 02
Parque Tecnológico Alfa - João Paulo
CEP: 88030000 - Florianópolis - SC
Telefone: 48 3221 0800

Dúvidas ou sugestões sobre o conteúdo do relatório envie um e-mail para:
atendimento.sis@sebrae.sc.com.br

Faça também suas contribuições para o SEBRAE-SC enviando um e-mail para:
falecom.sis@sebrae.sc.com.br

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610). Fotos: Banco de imagens.