



VAREJO DE MODA

EXPLORAÇÃO DE NICHOS MERCADOLÓGICOS *como oportunidade para as MPE*

Essencial para todo empreendedor, olhar para o mercado em que atua e identificar um nicho pouco explorado pode ser uma grande oportunidade. Parte da clientela de determinados segmentos possui características próprias e deseja produtos muito específicos. Esses consumidores, no entanto, não são atendidos por grandes empresas, que normalmente não têm interesse em atuar em pequena escala. Pensando nisso, foi criada a *Trave Underwear*, especializada em moda íntima masculina.



Localizada em Nova Friburgo/RJ, a Trave está em uma região privilegiada, conhecida como Capital Brasileira da Moda Íntima. Referência no segmento, sendo responsável por cerca de **10% da produção nacional**, segundo a [Associação Brasileira de Indústria Têxtil e Confecção \(Abit\)](#), a cidade produz aproximadamente **114 milhões de peças por ano** e é sede da [Fevest](#), feira mais conhecida dos setores de moda praia, lingerie e moda *fitness*.

PRODUTOS

Focada em buscar inovação ao cliente, a Trave oferece, além dos produtos comuns, uma gama de artigos diferenciados para atletas e pessoas com deficiência. Entre os principais produtos estão:



Cuecas (boxer, boxer longa, samba canção, *slip*)



Sungas



Camisetas, regatas



Bermudas



Acessórios (carteiras, cintos, porta-cartões, *squeeze*)

Nichos mercadológicos

Carlos Eduardo Lima, administrador, e sua irmã, Thailuce Lima, fisioterapeuta, estão à frente da *Trave Underwear* há sete anos. Atuando durante 19 anos no ramo de lingerie, Carlos identificou a oportunidade de oferecer peças diferenciadas ao consumidor. “O mercado de *underwear* masculina carecia de produtos específicos, com maior eficácia e funções especiais para esportes, práticas e funcionais para pessoas com deficiência. Por isso, decidimos criar produtos bem elaborados, com apelo de moda e de um nicho pouco explorado. Naquele momento, o mercado tinha uma produção de grande volume, mas não tinha nada específico para esse público”, afirma Carlos Eduardo. Por isso, criaram produtos específicos, como cuecas e bermudas especiais para atletas, como ciclistas, lutadores de MMA, Jiu-Jitsu e jogadores de futebol. “Para os ciclistas, criamos a bermuda de compressão, que tem espuma entre as pernas. Utilizamos muito os tecidos tecnológicos”, comenta Carlos Eduardo.

Tecidos tecnológicos

Atualmente, algumas tecnologias estão disponíveis nos tecidos utilizados em roupas íntimas, vestuário *fitness* e de praia. Alguns deles são o Dry-fit, supplex ou Amni, que conduzem o suor, oferecendo uma rápida passagem do calor; e o Supplex Power Energy, similar aos anteriores e constituído por mais elastano, proporcionando mais segurança e compressão ao corpo.

A importância do conhecimento

De suas experiências anteriores, Carlos afirma que pôde trazer o conhecimento de costura, gestão e de que para “nos manter no mercado precisamos sempre buscar alternativas de inovação e estarmos atentos a novas oportunidades. Além disso, não se deve concentrar todas as vendas em poucos clientes grandes, como magazines, e isso acontece frequentemente no segmento de fabricação de lingerie”, comenta.

Fornecedores

Por trabalhar com tecidos diferenciados, a busca por fornecedores se dá de maneira planejada, por meio da participação em feiras especializadas do setor e *workshops* de fornecedores de tecidos.



PONTOS DE ATENÇÃO

Trabalhar com um nicho específico, focado na inovação, requer atenção do empreendedor. O empresário aponta que no início das atividades o acesso aos tecidos tecnológicos era restrito, pois “as empresas só vendiam grandes volumes”. Além disso, “tivemos dificuldade de consolidar a marca, fazer o consumidor entender o diferencial do produto. Escolhemos um caminho mais lento, mas que tem maior valor agregado.”

Fatores de sucesso

FERRAMENTAS DE MARKETING

Para se consolidar no mercado, utilizar ferramentas de divulgação é essencial. Pensando nisso, a Trave investe forte nas redes sociais. Foram contratados serviços de uma empresa especializada, que faz a produção de conteúdo para [Facebook](#), [site](#) e [Instagram](#). A ideia é criar conteúdo para o homem, a fim de fazê-lo se identificar com a marca. "O consumidor está mais independente e precisa entender o que compra", destaca Carlos.

E-COMMERCE

Durante um ano e meio, com apoio do [Sebraetec](#), a Trave projetou o *site* de compras *online*. Divulgado em 2016, o *site* possibilita ao consumidor a visualização dos modelos, cores e a realização de compras. "Antes, atendíamos somente com representantes e na nossa loja própria em Nova Friburgo. Agora, abrimos um novo canal de vendas".

Para saber mais sobre o Sebraetec, visite a [página do programa](#).

DICAS DO EMPRESÁRIO

Manter-se focado, mesmo em tempos de dificuldades econômicas, é um dos fatores de sucesso destacados pelo empresário. "O mais importante é focar em inovação e não prestar atenção nas notícias ruins. Todos têm capacidade de se renovar, olhar o que está errado e consertar os erros para crescer. Não precisa se desesperar. Não paramos com os projetos. Sempre separamos tempo e recursos para buscar inovação nos produtos e no atendimento ao cliente", finaliza.

RELACIONAMENTO COM O SEBRAE

Além do Sebraetec, Carlos destaca que a participação em palestras, cursos e feiras é primordial para alcançar os resultados positivos da Trave. "Procuro participar de tudo, acessar as notícias, análises, produtos de inteligência e pesquisas do Sebrae. Ele tem um papel primordial para o empresário que precisa de informação, pois capacita a mim e meus funcionários através dos cursos", comenta. "Estamos conseguindo resultados muito bons, apesar da recessão. Nosso crescimento em 2015 foi de cerca de 7%".

FICHA TÉCNICA

EMPRESA: TRAVE UNDERWEAR / CONTATO: (22) 2522-8491 / E-MAIL: LOJAVIRTUALTRAVE@TRAVE.COM.BR / LOCALIZAÇÃO: NOVA FRIBURGO/RJ
SITE: [HTTPS://TRAVE.COM.BR](https://trave.com.br) / FACEBOOK: [HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/TRAVE-UNDERWEAR-192580207443685/TIMELINE/](https://www.facebook.com/trave-underwear-192580207443685/timeline/)

CASO DE SUCESSO
MARÇO | 2016



0800 570 0800



Inteligência de Mercados

Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros
Gerentes: **Alexandre Comin** e **Patrícia Mayana** (adjunta)
Analista técnico: **Valéria Vidal**, **Lúcio Pires** e **José Weverton**
Consultores Conteudista: **Thays Carvalho**

Unidade de Atendimento Setorial Comércio
Gerentes: **Juarez de Paula** e **Ricardo Vilella** (adjunto)
Coordenadora Nacional/Varejo de Moda: **Wilsa Sette**