

Pesquisa de comportamento nas redes socias

#MODA FITNESS:

Tendência além das academias

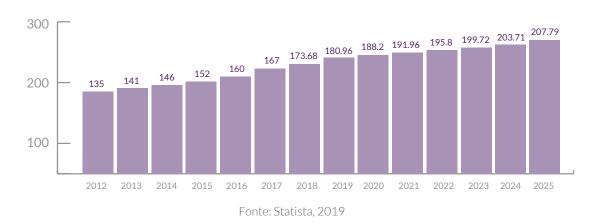




CONTEXTO

O mercado global de roupas esportivas deve apresentar um crescimento expressivo nos próximos anos. De acordo com estimativas da Statista para 2019, o segmento atingirá US\$ 207,79 bilhões em todo o mundo até 2025, um aumento de aproximadamente 2% ao ano.

RECEITA TOTAL DO MERCADO GLOBAL DE ROUPAS ESPORTIVAS (EM BILHÕES DE DÓLARES)



Esse crescimento é impulsionado principalmente pelo aumento da conscientização e do interesse da população com questões relativas a saúde, beleza e bem-estar e por outros três fatores:



Maior participação das mulheres nos esportes e em academias, decorrente de uma maior independência social e financeira. A busca contempla desde atividades que ganham maior aderência delas, como dança, ioga, aeróbica, até práticas que outrora eram predominantemente masculinas: futebol, corrida, lutas marciais etc.



Aumento de renda, que no Brasil, nos últimos anos, foi similar à correção do salário mínimo – cerca de 30% (dados PNAD, IBGE 2018¹). Esse aumento da renda incentivou as pessoas a comprarem mais roupas fitness, favorecendo também o mercado premium, que disponibiliza roupas de melhor qualidade e modernas.



Propagação das tecnologias vestíveis, que estão muito relacionadas ao mundo esportivo e, consequentemente, ao vestuário fitness. As tecnologias permitem associar às roupas funções que ajudam, por exemplo, a monitorar a frequência cardíaca de uma pessoa, a profundidade da respiração, as calorias gastas e o total percorrido em determinada atividade, entre outros elementos. Com essa união – de moda com tecnologia –, as roupas fitness ficam em evidência, favorecendo o consumo dos produtos e aumentando a demanda por inovação no segmento.

Quem é o consumidor de moda fitness no Brasil?

Diante dessa perspectiva de crescimento mundial do segmento, o SIS monitorou nas redes sociais quem está falando sobre esse mercado, a fim de identificar relações de interesse, mercados impactados, comportamentos e tendências e, dessa forma, traçar estratégias para quem já atua ou deseja atuar no segmento.

¹ Disponível em: https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/04/15/veja-historico-dos-ultimos-reajustes-do-salario-minimo.ghtml

METODOLOGIA

Etapas

- 1. Realização de pesquisa netnográfica: análise de como as pessoas se expressam
- 2. Análise do ambiente digital com diferentes ferramentas: Google Trends, Google AdWords e Facebook Audience.
- 3. Análise da tendência de consumo de vestuários relacionados ao mercado esportivo.
- 4. Levantamento do perfil das pessoas que falam sobre o assunto em ambientes digitais.
- **5.** Identificação de oportunidades de negócios e indicação de estratégias para os

Detalhamento do monitoramento nas redes sociais

→ Canais analisados monitorados:









→ Período de monitoramento:

6 de setembro a 13 de setembro de 2019

→ Total de ocorrências coletadas:

15.717



*Em pesquisas qualitativas, dados homogêneos (que possuem igual natureza ou semelhança) demandam amostras menores. Em contrapartida, dados heterogêneos (desiguais, diferentes, diversificados) exigem amostras maiores. Para estabelecer o tamanho da amostra desta pesquisa, foram utilizados dois fundamentos:

Saturação de categorias: avaliamos que, em dado momento da análise das menções, não apareceram categorias diferentes e os novos posts coletados se encaixavam nas categorias já existentes.

Aparecimento de regularidades: semelhante à saturação de categorias, entendemos que a amostra já era relevante quando foram identificadas regularidades nas respostas. Por exemplo, ao analisar 50 ou 100 publicações, os cenários e padrões já estabelecidos não se alteravam.



Termos de coleta

Foram utilizadas estratégias de buscas contendo termos de moda, vestuário e roupa associados a outros termos, como fitness, esportivo, academias, musculação, treino, entre outros afins.

Também foram monitoradas hashtags comumente utilizadas por influenciadores, marcas e consumidores em geral nas postagens sobre o assunto. As principais foram: #ModaFitness, #ModaFitnessPlusSize, #ModaFitnessMasculina, #ModaFitnessFeminina, #ModaEsportiva, entre outras.





Tags utilizadas

Para classificar as informações coletadas, dividimos a amostra em grupos menores, classificados por tags. Segue abaixo a descrição do que foi considerado para o estabelecimento de cada tag:

Moda fitness feminina: assunto relacionado a moda fitness para o público feminino. **Moda fitness masculina:** assunto relacionado a moda fitness para o público masculino **Empresas/marcas:** empresas/marcas que fazem divulgação nas redes sociais.

Look: divulgação de conjuntos completos de roupas fitness, ou

- → **Legging:** parte do vestuário esportivo.
- → Top: parte do vestuário esportivo.
- → Camiseta: parte do vestuário esportivo.
- → Regata: parte do vestuário esportivo.
- → Shorts: parte do vestuário esportivo.
- → Macacão: parte do vestuário esportivo.
- → Calça masculina: parte do vestuário esportivo.
- → Calçado: parte do vestuário esportivo.
- → Blusa: parte do vestuário esportivo.

Consumidor: pessoas que comentam sobre o assunto e trazem insights sobre consumo/demanda e oportunidades.

Menção a roupa de academia: quando a citação não está relacionada a compra ou venda de vestuário, mas sim a alguma ação. Por exemplo: "tenho que lavar minha roupa de academia".

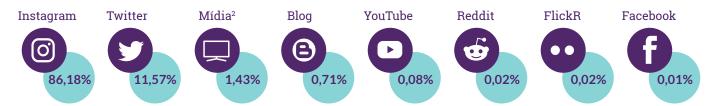
Assédio: posts e menções que relatam assédios, sofridos principalmente por mulheres, ao fazerem uso de roupas de academia.

Tendência: aborda algum tipo de novidade relacionada à moda fitness.

RESULTADOS DA PESQUISA

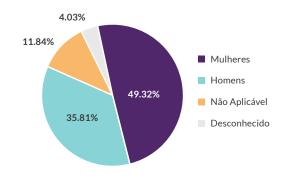
Com base nas análises das publicações coletadas nas redes sociais, **foi possível identificar alguns comportamentos e tendências**. Confira abaixo.

Canais analisados -





Quem mais comenta sobre moda fitness no Brasil









Dia de pico de menções

Os dias com maiores picos de menções ocorreram na terça, quinta e quarta-feira, respectivamente. Já os menores picos ocorreramaos sábados e domingos. Esses números estão bem relacionados também aos dias de funcionamento das academias e à cultura do brasileiro, que realiza as atividades físicas predominantemente antes ou após o expediente de trabalho.



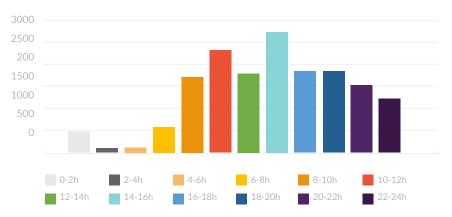


Destaque

Conheça mais sobre o potencial do mercado de academias. Acesse o conteúdo aqui.

² Abrange um conjunto de meios de comunicação cuja finalidade é transmitir informações e conteúdos variados. Na pesquisa foram considerados jornais, revistas e portais que publicaram sobre ao assunto.



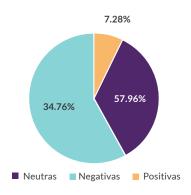


Já o pico de menções ocorreu em maior número entre 14h e 16h, à frente inclusive do horário das 18h às 20h, revelando que as pessoas estão buscando horários alternativos para prática de exercícios.



Qualificação das repostas

Em maior número, as postagens de moda fitness estavam relacionadas com o mercado de compra e venda – divulgação de produtos por lojas, influenciadores e consumidores –, tendo repercussão de forma neutra nas redes sociais. No entanto, houve uma grande proporção de posts com teor negativo, decorrentes principalmente de críticas sobre o preço das peças e os assédios ocorridos quando mulheres estavam fazendo o uso de vestuário fitness. Já as qualificações positivas referiam-se ao prazer que algumas pessoas demonstravam em fazer atividade física vestindo roupas fitness ou exclusivamente usando roupas fitness, mesmo não sendo no momento da prática da atividade física – puramente pelo fato de apreciar esse estilo.

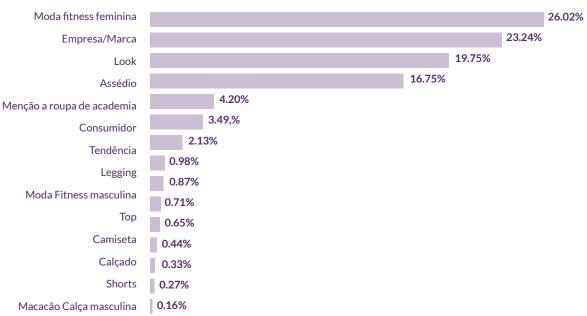


















Destaques

Quando avaliamos a nuvem de assuntos mais comentados nas redes sociais, é notável o surgimento de algumas práticas, como o uso do WhatsApp nos negócios, a moda praia relacionada com fitness e o crossfit como atividade bem influente para o segmento. Mas, além desses, outros comportamentos e tendências foram identificados. Conheça-os a seguir!

COMPORTAMENTOS E TENDÊNCIAS



Instagram é vitrine para a moda fitness

A rede tem sido utilizada como um canal de divulgação e de vendas de vestuário esportivo. Muitos empresários já estão, inclusive, ampliando seus negócios por meio da plataforma, oferecendo tecidos para quem deseja criar as suas próprias peças fitness. Outro comportamento que ficou evidente também no Instagram foi a comercialização de roupas por pessoas que não possuem loja e fazem as negociações de maneira informal.



Estilo de vida fitness

A adesão à moda fitness vem geralmente ligada a uma rotina que inclui exercícios físicos e alimentação saudável. Então, para obter melhores resultados no segmento, é preciso acompanhar, conhecer e disseminar esse estilo de vida. Muitas das postagens tinham essa relação, unindo à divulgação de determinada atividade física a exposição de uma roupa propícia para aquele momento e movimentos. O mesmo ocorreu em relação à alimentação, em que influenciadores e marcas se tornaram, muitas vezes, parceiras de empresas de comidas saudáveis.



Conforto e rendimento, mas sem perder a beleza

Essa é a expectativa das pessoas que buscam roupas fitness, conforme visto nas redes sociais. As citações sugerem demandas por roupas que melhorem a performance, mobilidade, segurança e resistência na prática dos exercícios. Contudo, esses benefícios precisam estar associados ao conforto e às tendências da moda.



Autoestima

A moda fitness também surge como um estímulo à autoestima, visto que muitas pessoas demonstraram que se sentem belas fazendo uso desse vestuário. Algumas empresas, já de olho nesse comportamento, associam a divulgação de seus produtos e serviços a influenciadores e campanhas que adotam esse movimento do "amor-próprio".



Uso no dia a dia

Já que moda fitness é associada a conforto e muitas pessoas se sentem bem ao usálas, além de serem esteticamente bem aceitas, as peças passaram a fazer parte da rotina das pessoas, sendo utilizadas também fora das academias. Nas redes sociais foram identificadas citações sobre vestuário fitness em momentos de lazer, compras, viagens e até mesmo no trabalho. No entanto, esse comportamento que expande o uso de roupas esportivas para além das academias foi motivo de algumas críticas também nas redes sociais, por pessoas que recriminavam o uso das roupas esportivas em qualquer circunstância.





Constrangimento: assim como muitas pessoas mencionaram que se sentem bem ao usar roupas fitness, existem também aquelas que apontaram desconforto, principalmente porque muitos modelos das roupas são justos, curtos ou decotados. Essa reação pode ser suavizada com um portfólio mais diversificado de roupas, que ofereça estilos, modelos, estampas e recortes diferenciados para atender a variados públicos.

Assédio: amplamente presente nas postagens, o assunto "assédio" foi a repercussão negativa na pesquisa. Apareceram muitas citações feitas por mulheres que relatavam serem vítimas do ato quando faziam uso de roupas fitness, e feitas por homens que abominavam tal conduta. Para as empresas que trabalham com esse segmento, envolver-se nessa causa, com a disseminação de campanhas educativas, é uma forma de se aproximarem mais dos seus consumidores e de serem bem-vistas e lembradas no mercado.

Preço: também repercutido de forma negativa nas redes sociais, o preço das roupas fitness foi motivo de crítica, apontado como exagerado em muitas postagens. Esse fator acaba por favorecer o comércio de produtos falsificados. É ideal que as marcas projetem também produtos com estilo, mas a custos mais baixos, de forma que não sejam substituídas por produtos falsificados e, ao mesmo tempo, consigam também alcançar grupos de menor renda.



Mercados Favorecidos

A expansão da moda fitness atinge outros mercados também, que se favorecem e pegam carona no seu crescimento. Conheça e veja de que forma os integrar ao seu negócio e ampliar as vendas:



Beleza, saúde e bem-estar: esse mercado é altamente influenciado pelo de moda, e no segmento fitness isso não é diferente. Existem diversos produtos e serviços que contribuem e ajudam a potencializar os exercícios físicos. Conheça alguns exemplos:

- → Massagens desportivas, modeladoras, relaxantes
- → Nutrição esportiva

- → Fisioterapia
- → Terapia esportiva
- → Maquiagens específicas para treinos (não escorrem com o suor)
- → Cremes para cabelos e pelos que agem durante a prática esportiva
- → Produtos funcionais que aceleram e prolongam o efeito do exercício



Alimentação: diretamente ligado à prática esportiva, o setor de alimentação é um aliado fundamental aos empreendedores do mercado de moda fitness, visto que para conquistar um bom condicionamento físico, bem-estar e um corpo saudável é preciso unir a prática física à uma boa alimentação. Diante disso, surgem oportunidades com negócios integrados, que comercializam roupas fitness e alimentos, bebidas e suplementos para esse público. No entanto, ao expandir seu negócio para o mercado de alimentação, é preciso contar com nutricionistas que deem todo o suporte para cardápios balanceados.



Streaming de aulas e exercícios: a tecnologia streaming é uma forma de transmissão instantânea de vídeo por meio da internet. O serviço permite assistir diversos conteúdos, como filmes e músicas, sem a necessidade de fazer download. Uma das plataformas mais famosas desse mercado é o Netflix, provedor global de séries e filmes. Porém já existem plataformas direcionadas para o mercado fitness: um exemplo é o "Queima Diária", também conhecida como Netflix Fitness. A empresa oferece, mediante um plano pago, programas de treinamento variados para serem praticados em qualquer local e horário. Fazer parcerias com tais plataformas, oferecendo vestuário, por exemplo, é uma forma de ampliar a divulgação dos produtos.



Mercado imobiliário: mesmo que o streaming esteja se popularizando, a prática de exercício presencial ainda tem muita procura. E uma tendência deste setor é o chamado coworking – modelo de trabalho que se baseia no compartilhamento de espaço e recursos e que gera boas oportunidades aos empreendedores do mercado fitness. Esse é um bom exemplo de espaço que pode ser formado unindo moda fitness, atividades físicas, alimentação saudável, beleza, saúde e bem-estar. Mas nada impede também de serem formados coworkings somente de moda, com diversos segmentos atendidos, ou de negócios variados, em que a moda esteja inserida.



Eventos: os eventos são grandes disseminadores do mercado fitness. Por isso é ideal participar, estabelecer networking e ampliar a divulgação para seus consumidores nessas ocasiões. E a oportunidade não se limita apenas aos eventos específicos do mundo fitness: por que não associar sua marca a um festival de música? Isso ajuda a ampliar a divulgação do seu produto e a alcançar públicos diferentes.



Marketing: a moda foi uma das principais responsáveis pelo sucesso dos influenciadores digitais. E isso muito se deu pelo investimento em marketing pelas empresas. Ainda bastante favorável para a moda, é importante que os empreendedores do segmento fitness destinem parte dos seus investimentos aos canais digitais, implementando diferentes estratégias – desde influenciadores, vídeos e relacionamento com seus consumidores, até parcerias.



Acessórios fitness: as tecnologias vestíveis tiveram influência sobre o crescimento do mercado fitness. Chamados também de **wearables**, **os dispositivos inteligentes** possibilitam melhorar a performance na prática dos exercícios físicos. Incluí-los no seu negócio é uma boa estratégia para se manter atualizado nesse mercado.

DESTAQUES

O que descobrimos

Como visto, o mercado de moda fitness no Brasil, repetindo o comportamento global, manifesta inúmeras oportunidades.



Confira, de forma resumida, os principais resultados:

- → As mulheres são as principais influências da moda fitness. Nas redes sociais elas foram responsáveis pelo maior número de comentários (49,32%).
- → São Paulo, capital, foi a cidade que originou o maior número de publicações (8%).
- → Terça-feira foi o dia que mais repercutiu sobre o assunto na semana (25,41% das postagens).
- → Os posts publicados entre 14h e 16 horas são em maior número (16,77%).
- → As publicações, em sua maioria (57%,96%), têm conteúdos neutros.
- → Os conteúdos negativos (34,76% das publicações) envolveram críticas sobre o preço das peças de roupa e assédios ocorridos quando mulheres estavam fazendo o uso de vestuário fitness.
- → Já as qualificações positivas (7,28%) referiram-se ao prazer que algumas pessoas demonstravam em fazer atividade física vestindo roupas fitness.
- → Os conteúdos das postagens referiam-se, em maior parte, à moda fitness feminina (26,02%), empresas e marcas que se divulgam nas redes sociais (23,24%) e combinações de looks (19,75%).
- → O WhatsApp nos negócios, a moda praia relacionada com o fitness e o crossfit como atividade também foram muito influentes para o segmento.
- → O Instagram se mostrou como vitrine para a moda fitness.
- → Muitas das postagens relacionavam o uso de moda fitness com um estilo de vida.

- → Conforto e rendimento, mas sem perder a beleza: essa é a expectativa das pessoas interessadas em roupas fitness, conforme mostraram as redes sociais.
- → A moda fitness também surgiu como um estímulo à autoestima e seu uso fora das academias foi amplamente relacionado a momentos de lazer, compras, viagens e até mesmo ao trabalho.
- Com a pesquisa, foi possível identificar diversos mercados inter-relacionados e muitas vezes favorecidos pela tendência fitness, como beleza, saúde e bem-estar, alimentação, streaming de vídeos com exercícios, mercado imobiliário, eventos, marketing e acessórios fitness.

Você encontra mais detalhes sobre as perspectivas do mercado de moda, tendências e estratégias de atuação no Sistema de Inteligência Setorial.

FONTES DE APOIO

Alli Schulman. Dynamics of Sports and Fitness Market Driving Unique Growth Trends. Medium, 2019.

Ben Midgley .The Six Reasons The Fitness Industry Is Booming. Forbes, 2018.

Global Sportswear Market 2019 Share, Size Movements by Trend Analysis, Scope, Opportunities, Growth Status, Revenue Expectation to 2024: Market Reports World. Market Watch, 2019.

Market for sports apparel is expected to grow. Textile Focus, 2019.

Sports Apparel Market by End User (Men, Women, Kids) and Mode of Sale (Retail stores, Supermarkets, Brand outlets, Discount stores, Online stores) - Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2014 - 2020. Allied Market Research, 2015.

Sports Clothing Market 2018 Trends, Size, Share, Growth, Industry-News, Global Overview, Opportunities, Production-Value, Business-Strategies, Future Supply-Demand with Athletic-Fashion Brand by 2023. Reuters, 2019.

Moda PESOUISA REDES SOCIAS



Coordenador: Douglas Luís Três Gestor do Projeto: Adriano Oliveira Alves

Analista de Informação: Luana Carla de Moura dos Santos

Supervisor de Conteúdo: Luana Carvalho Baixo Período de pesquisa: 28 de agosto a 03 de setembro de 2019

SEBRAE Santa Catarina

Endereco: SC 401, KM 01, Lote 02 Parque Tecnológico Alfa - João Paulo CEP: 88030000 - Florianópolis - SC Telefone: 0800 570 0800

Dúvidas ou sugestões sobre o conteúdo do relatório fale conosco pelo endereço: https://atendimento.sebrae-sc.com.br/fale-conosco/





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.