

PESQUISA

Consumidores de moda PLUS SIZE



Unidade de Gestão Estratégica (UGE)

Sebrae Nacional

Junho de 2016



Objetivo

- Identificar o comportamento do consumidor Plus Size como forma de melhorar o ambiente de negócio dos pequenos negócios que atuam do segmento de moda Plus Size;
- Conhecer a percepção do consumidor sobre o mercado atual e sua expectativa para este segmento;
- Mapear perfil do público consumidor de moda Plus Size;
- Conhecer aspectos atitudinais do público consumidor de moda Plus Size.



Método

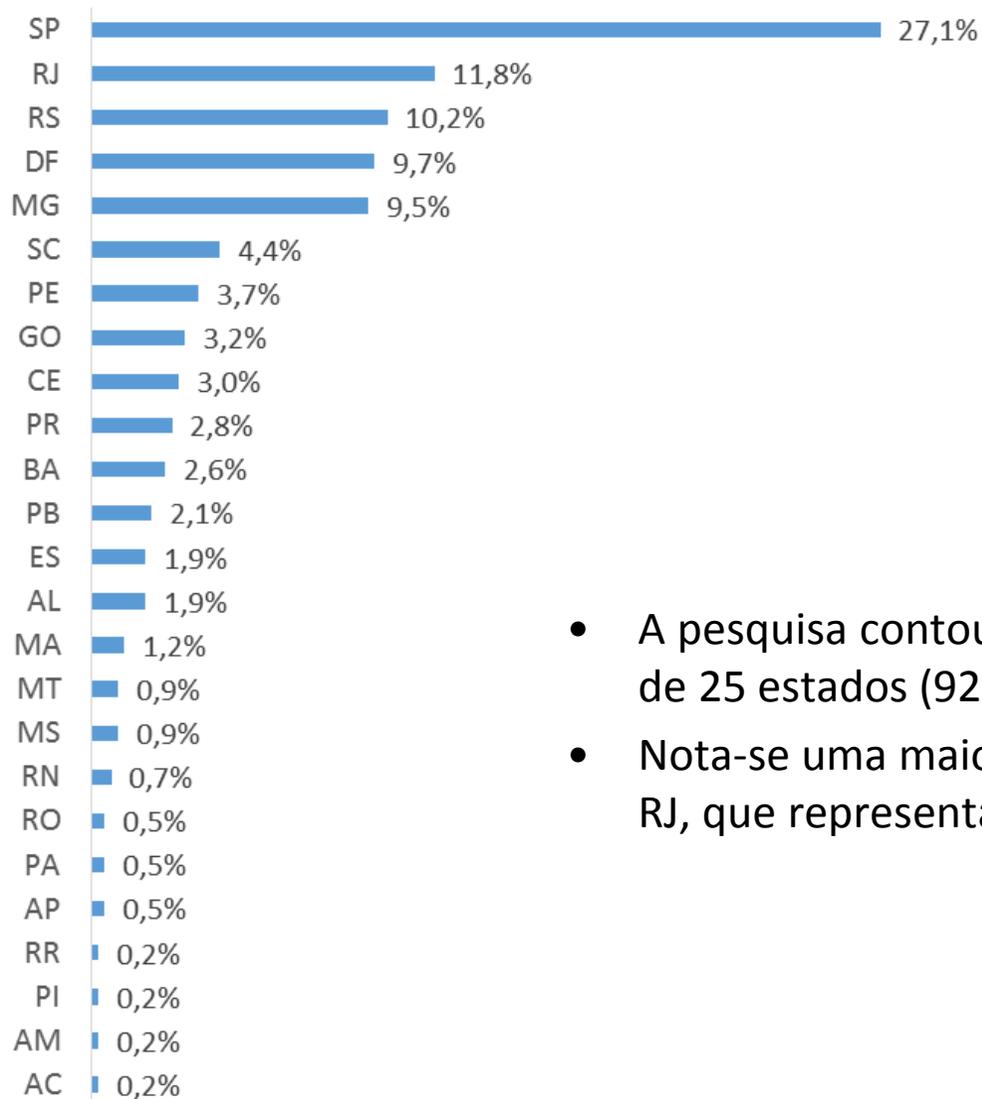
- Tipo de Pesquisa: Quantitativa.
- Aplicação: Via formulário Online (Web).
- Público: Consumidores de moda Plus Size.
- Período de Realização: 01 a 19 de Junho de 2016.
- Quantidade de Respondentes: 431.



PERFIL DEMOGRÁFICO

Perfil Demográfico

UF

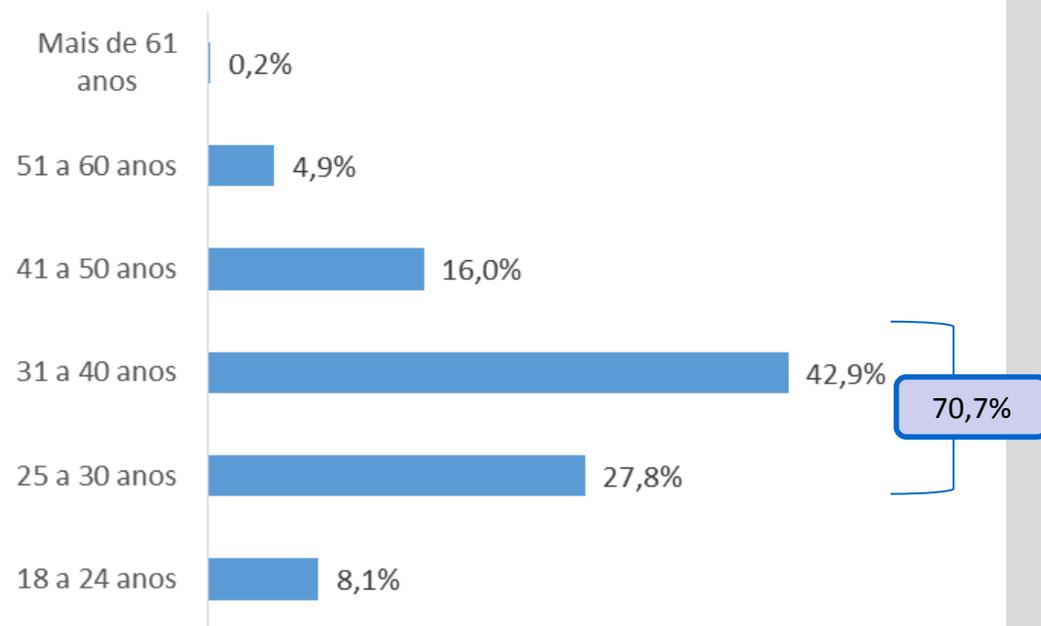
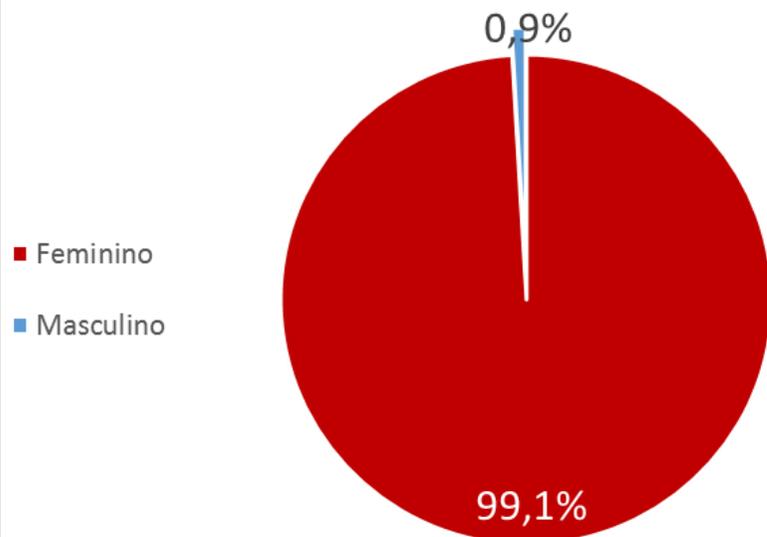


- A pesquisa contou com a participação de respondentes de 25 estados (92% dos estados brasileiros).
- Nota-se uma maior proporção de respondentes de SP e RJ, que representam 38,9% da amostra.



Perfil Demográfico

Sexo e Idade

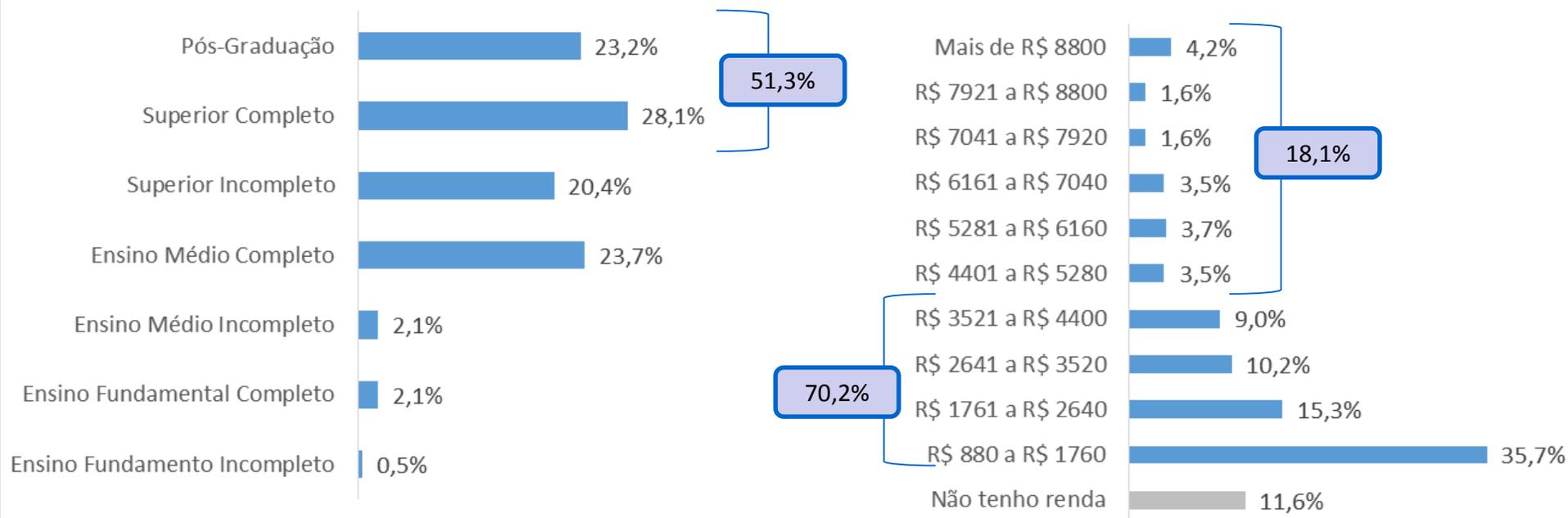


- A maioria dos respondentes é do sexo feminino.
- 70% dos respondentes possuem de 25 a 40 anos de idade, apontando para a predominância de um perfil jovem-adulto.
- Importante destacar que nessa faixa-etária geralmente os indivíduos encontram-se no auge da sua atividade econômica.



Perfil Demográfico

Escolaridade e Renda Mensal

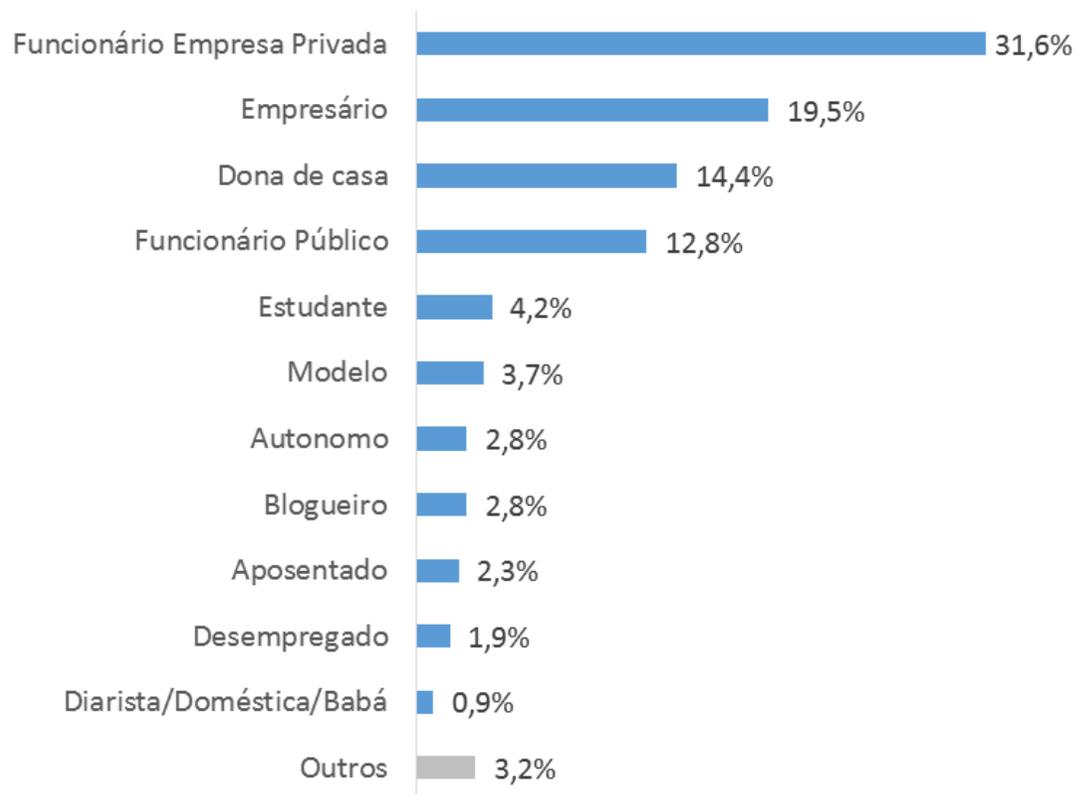


- Nota-se um alto nível de escolaridade entre os respondentes, onde 51% possuem superior completo ou Pós-graduação.
- 70% possuem renda mensal inferior a 5 salários mínimos.



Perfil Demográfico

Ocupação



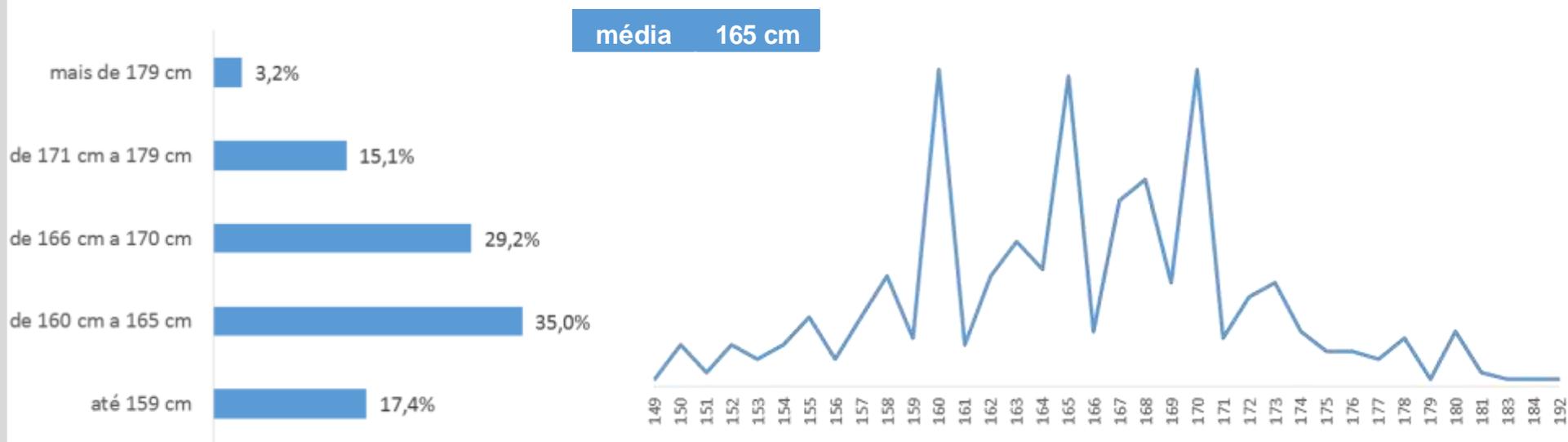
- A maioria dos respondentes é trabalhador de empresa privada.
- Empresários , Donas de Casa e Funcionários Públicos, representam 46,7% dos respondentes.



PERFIL CORPORAL

Perfil Corporal

Qual a sua altura aproximada?

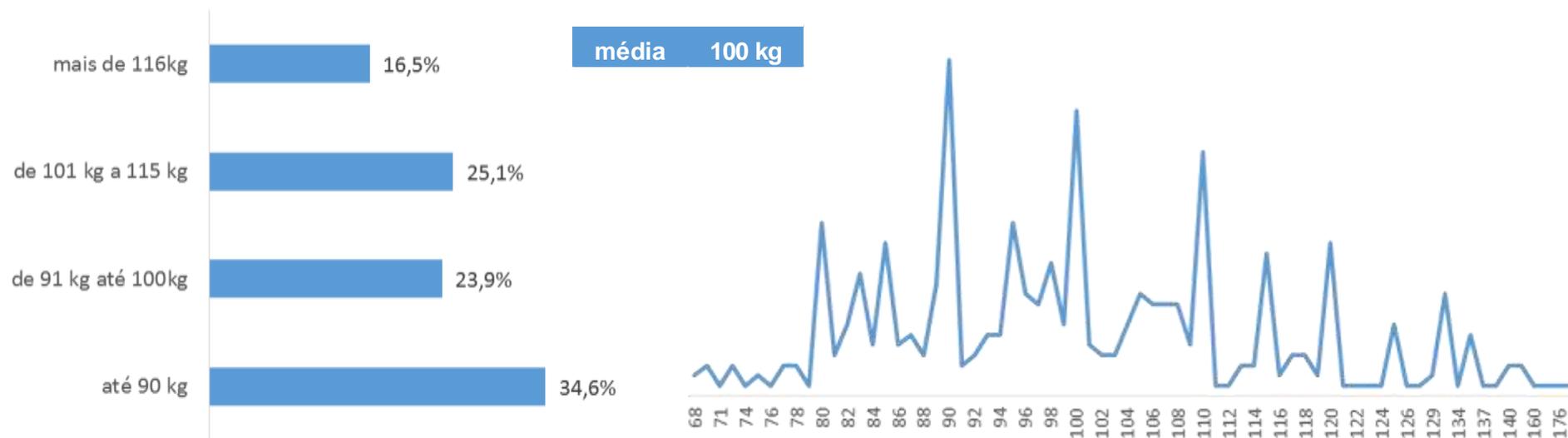


- No que tange a estatura dos respondentes, é possível perceber que os respondentes concentram-se em três grupos: 1,60m a 1,65m ; 1,66m a 1,70m e maiores que 1,70m.
- A estatura média dos respondentes é de 1,65m.



Perfil Corporal

Qual o seu peso aproximado?



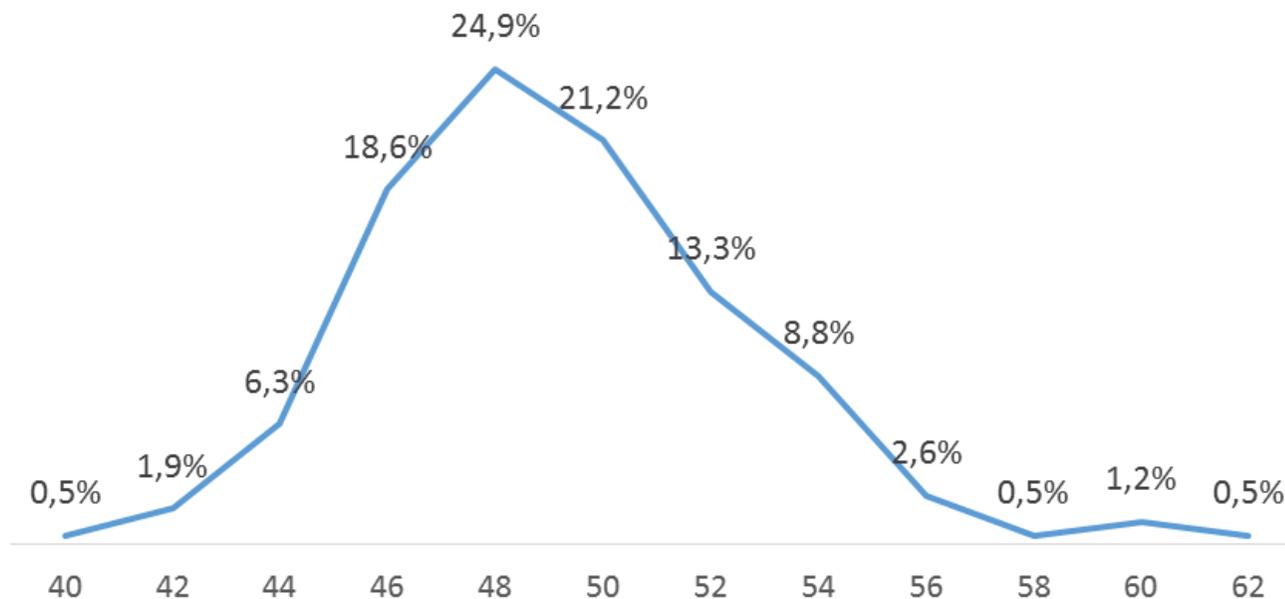
- No que tange ao peso dos respondentes, é possível perceber que os respondentes concentram-se em três grupos: até 90kg , 91kg a 100kg e 101kg a 115kg.
- O peso médio dos respondentes é de 100kg.



Perfil Corporal

Qual o seu manequim?

média 49



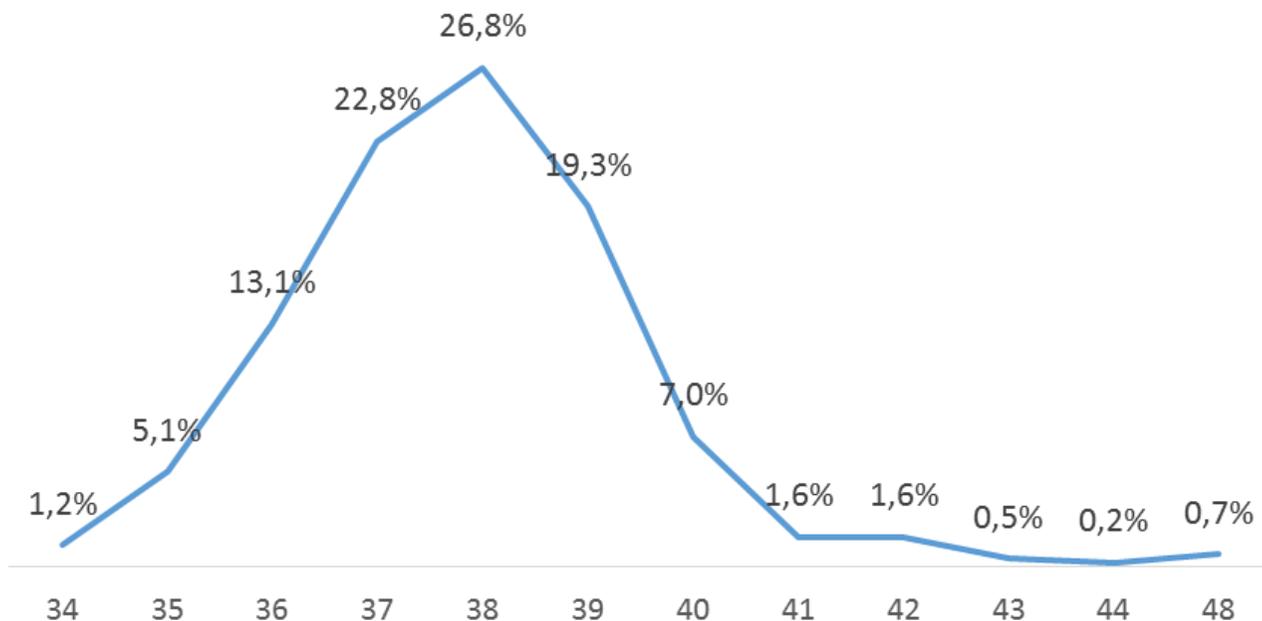
- Em relação ao manequim dos respondentes, nota-se que os número entre 46 e 50 são os mais típicos.
- Na média, o manequim dos respondentes é 49.



Perfil Corporal

Qual o seu número de calçado?

média 38



- Em relação ao número de calçado dos respondentes, nota-se que os números entre 37 e 39 são os mais típicos.
- Na média, os respondentes calçam 38.

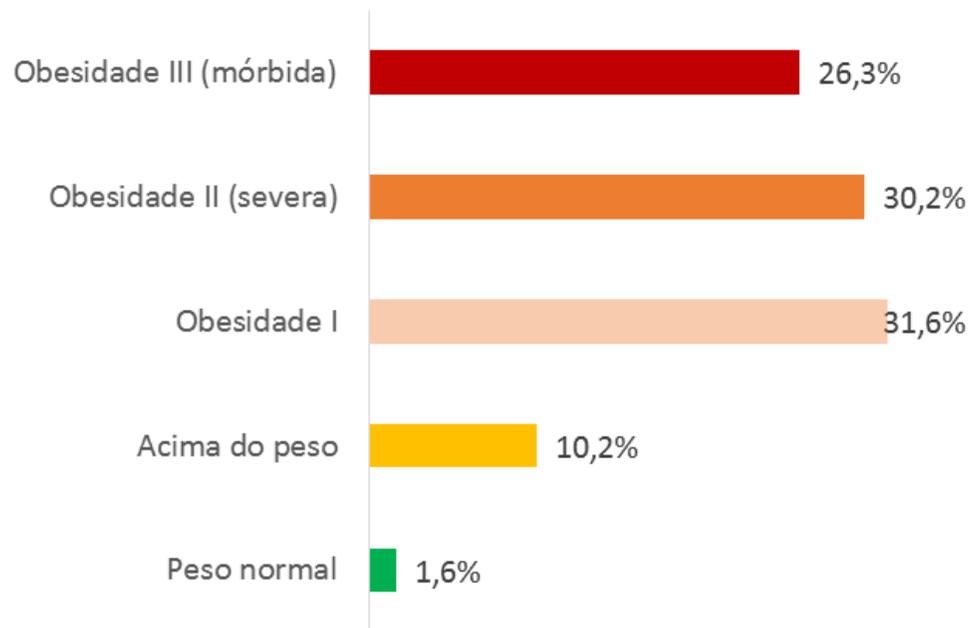


Perfil Corporal

Cálculo do IMC

IMC
Médio: 36

Abaixo de 17	Muito abaixo do peso
Entre 17 e 18,49	Abaixo do peso
Entre 18,5 e 24,99	Peso normal
Entre 25 e 29,99	Acima do peso
Entre 30 e 34,99	Obesidade I
Entre 35 e 39,99	Obesidade II (severa)
Acima de 40	Obesidade III



- Com base nas informações de peso e altura dos respondentes, realizou-se o cálculo do IMC.
- Nota-se que entre aqueles que responderam a pesquisa, apenas 11,8% não possuem algum grau de obesidade.
- Esse dados indicam que os respondentes são consumidores potenciais de moda Plus Size.

SEBRAE

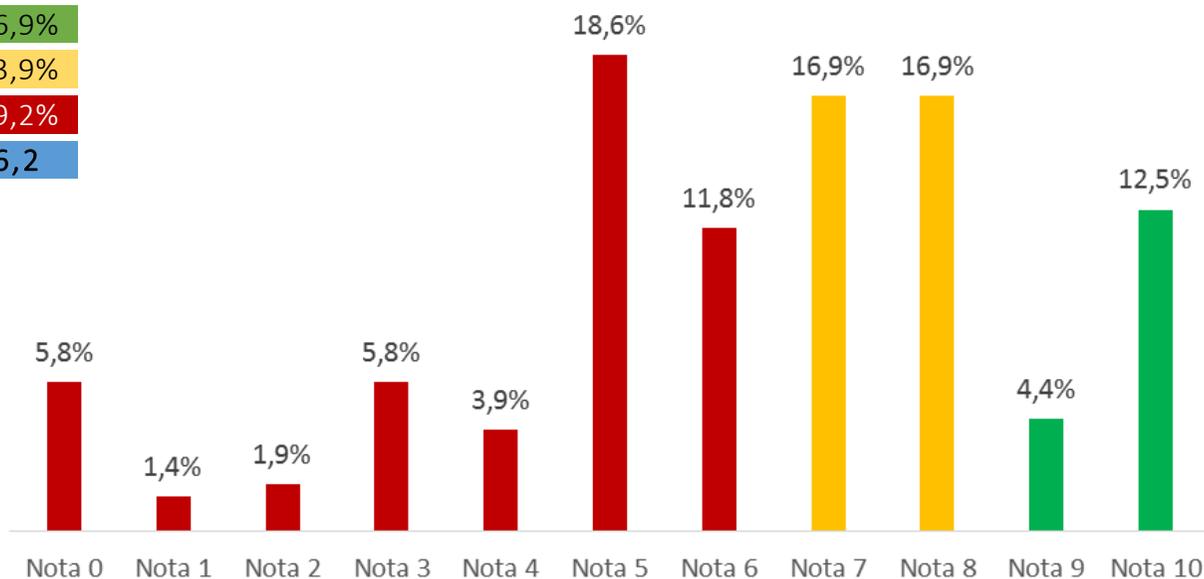
AUTOIMAGEM



Autoimagem

Você segue as tendências da moda? Dê uma nota de 0 a 10, onde 0 significa “não sigo nada” e a nota 10 significa “sigo perfeitamente”.

Notas Altas	16,9%
Notas Mediana	33,9%
Notas Baixas	49,2%
Média	6,2



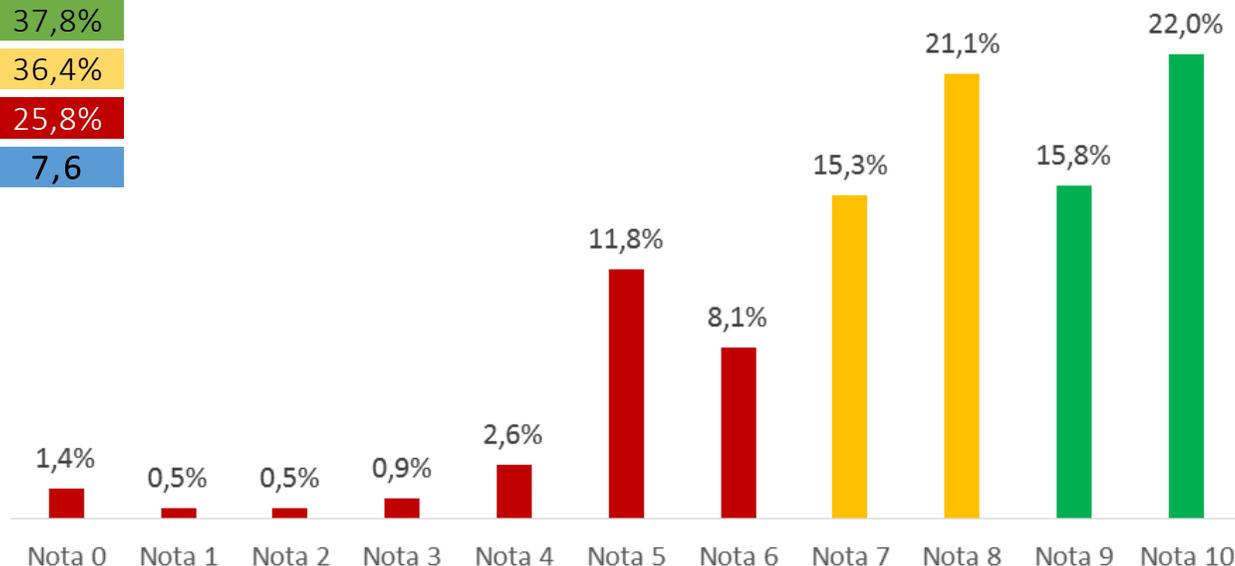
- Quando questionados sobre o quanto seguiam as tendência de moda, a maioria dos respondentes avaliou que não segue muito as tendências de moda (83,1%).
- Na média, os respondentes entendem que seguem de pouco a moderadamente as tendências de moda.
- Uma questão a ser investigada em futuras pesquisa é se esse público não segue as tendências pois não tem interesse, ou porque não consegue com o que é ofertado pelo mercado.



Autoimagem

Você se considerar uma pessoa vaidosa? Dê uma nota de 0 a 10, onde 0 significa “não tenho vaidade nenhuma” e a nota 10 “sou extremamente vaidoso”.

Notas Altas	37,8%
Notas Mediana	36,4%
Notas Baixas	25,8%
Média	7,6



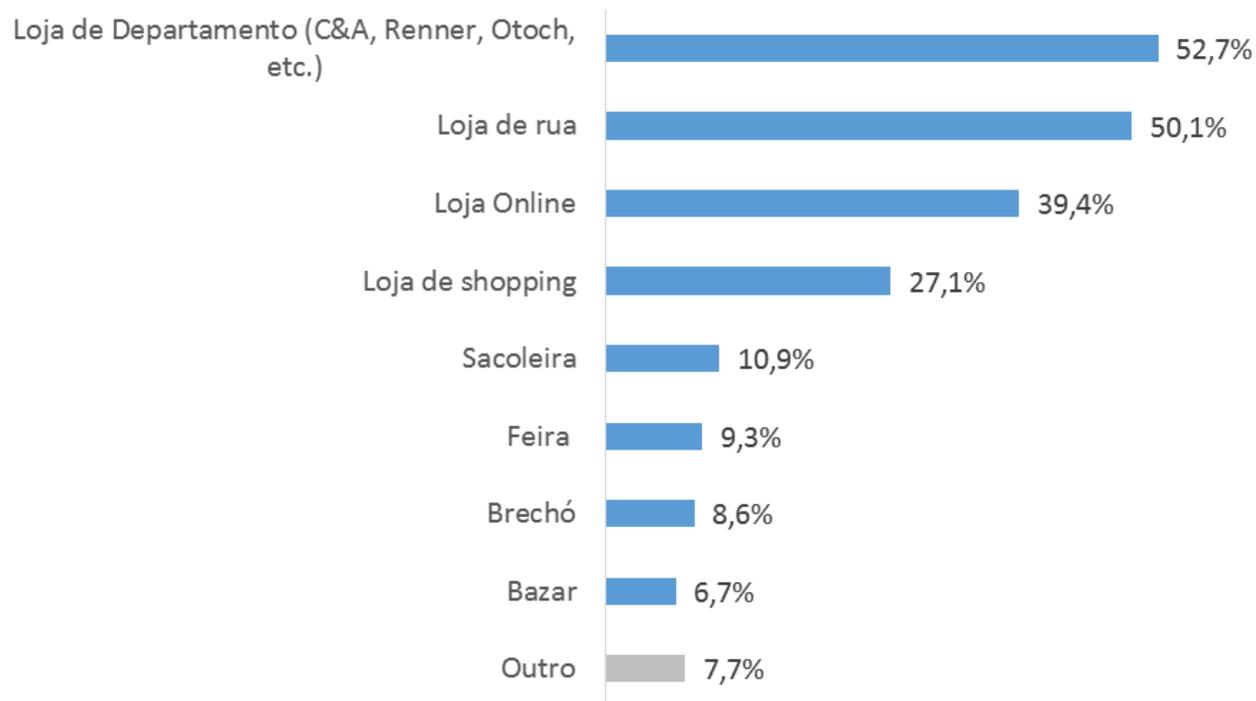
- Quando questionados sobre o quanto se consideravam vaidosos, a maioria dos respondentes percebeu-se como sendo vaidoso (74,2%).
- Na média, os respondentes percebem que são muito ou moderadamente vaidosos.
- Comparando esse resultado com o da avaliação sobre seguir tendências de moda, nota-se que há uma diferença significativa.
- Essa diferença pode indicar que: o fato desse público não seguir as tendências de moda pode estar relacionado com fatores externos.



HÁBITOS DE COMPRA

Hábitos de Compra

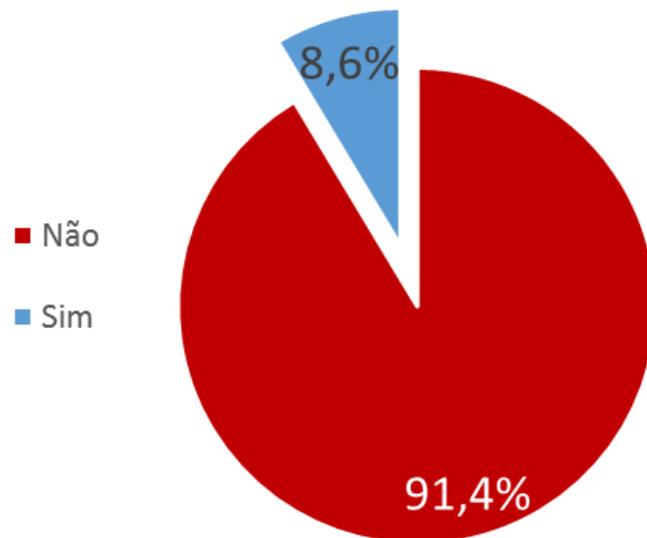
Onde você costuma comprar suas roupas? (Múltipla)



- Em relação aos locais de compra de roupa, nota-se que lojas de departamento e lojas de rua são os locais mais comuns.
- Chama atenção a proporção significativa de pessoas que compram roupas online.

Hábitos de Compra

Você acredita que os vendedores das lojas de roupa estão preparados para vender roupas Plus Size?



- Quase a totalidade dos respondentes acredita que os vendedores das lojas de roupa não estão preparados para vender roupas Plus Size.
- Esse resultado aponta para uma grande oportunidade para aqueles que pretendem investir em moda Plus Size.



Hábitos de Compra

O que você considera importante (ou fundamental) encontrar no ambiente de uma loja?
(Múltipla)

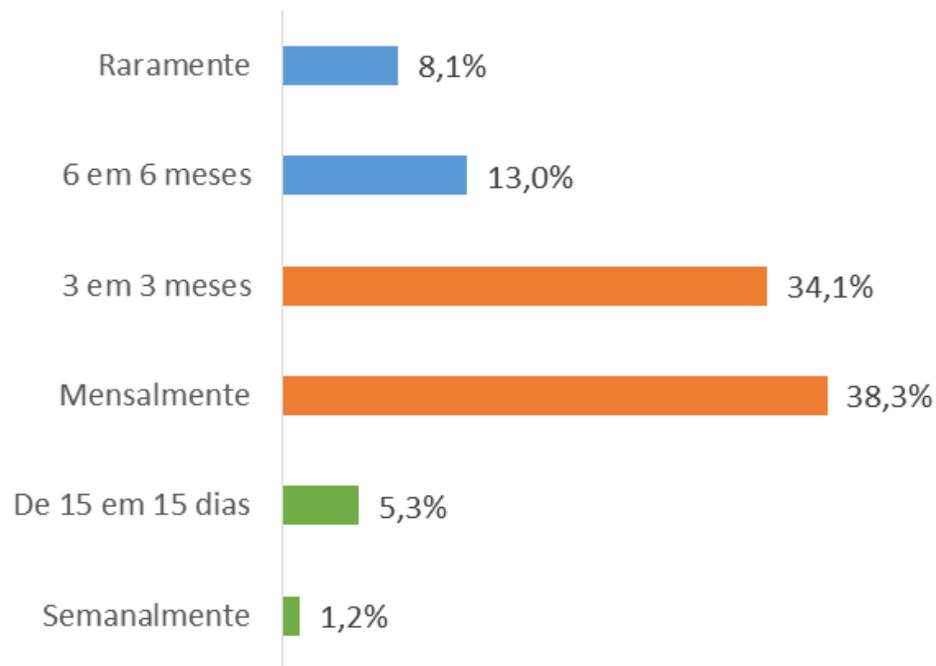


- Para os consumidores de moda Plus Size, Provadores espaçosos é o item mais importante no ambiente de uma loja.
- Várias formas de pagamento figura como sendo o segundo item mais importante, no entanto, não se caracteriza como sendo uma demanda específica desse público.



Hábitos de Compra

Com que frequência você compra roupas?

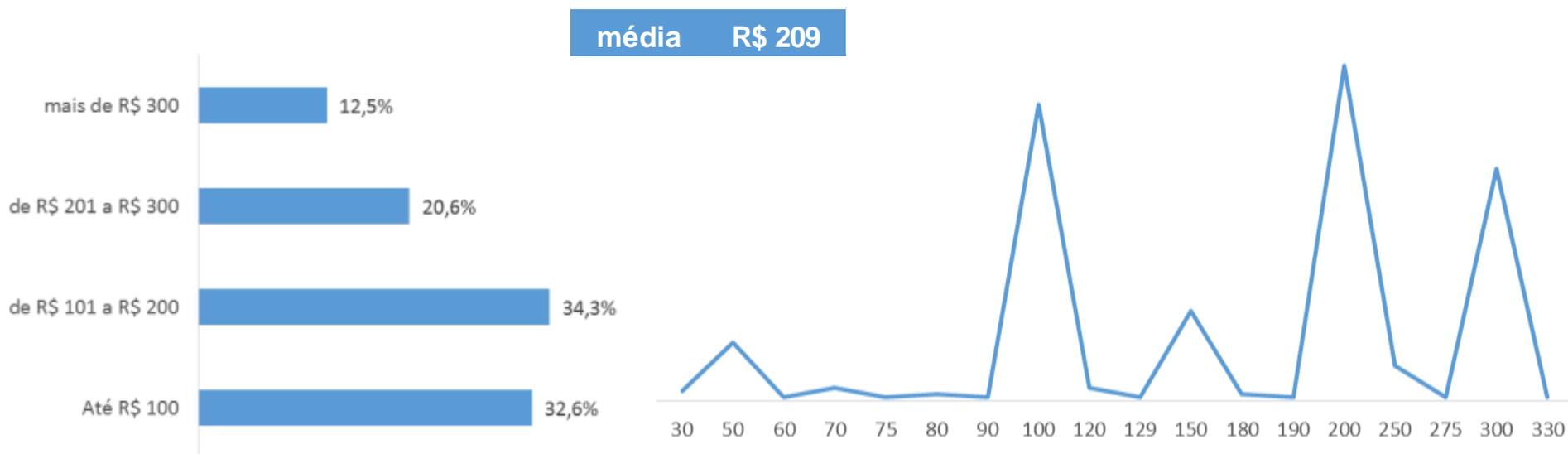


- A maioria dos respondentes compra roupas mensalmente ou trimestralmente (72,4%).
- Aqueles que compram roupa com grande frequência somam 6,5%.



Hábitos de Compra

Aproximadamente quanto você gasta com roupa em um mês?

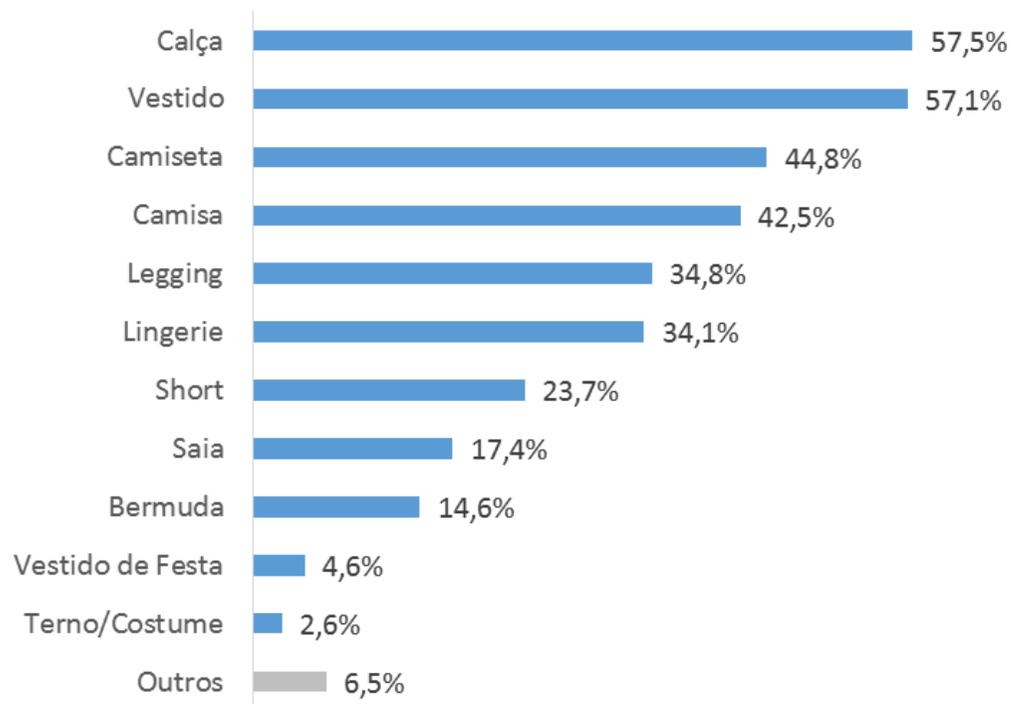


- Em relação ao gasto mensal com roupas é possível perceber que os respondentes concentram-se em dois grupos: gastos de até R\$ 100 e gastos de R\$ 101 a R\$ 200.
- O gasto mensal médio dos respondentes é de R\$ 209.



Hábitos de Compra

Quais são as peças de roupa que você compra com mais frequência? (Múltipla)



- Nota-se que calça, vestido e camisa/camisetas são as peças de roupas compradas com mais frequência.
- Importante destacar que duas variáveis devem interferir nesse resultado : necessidade e oferta de produtos.

OFERTA MODA PLUS SIZE

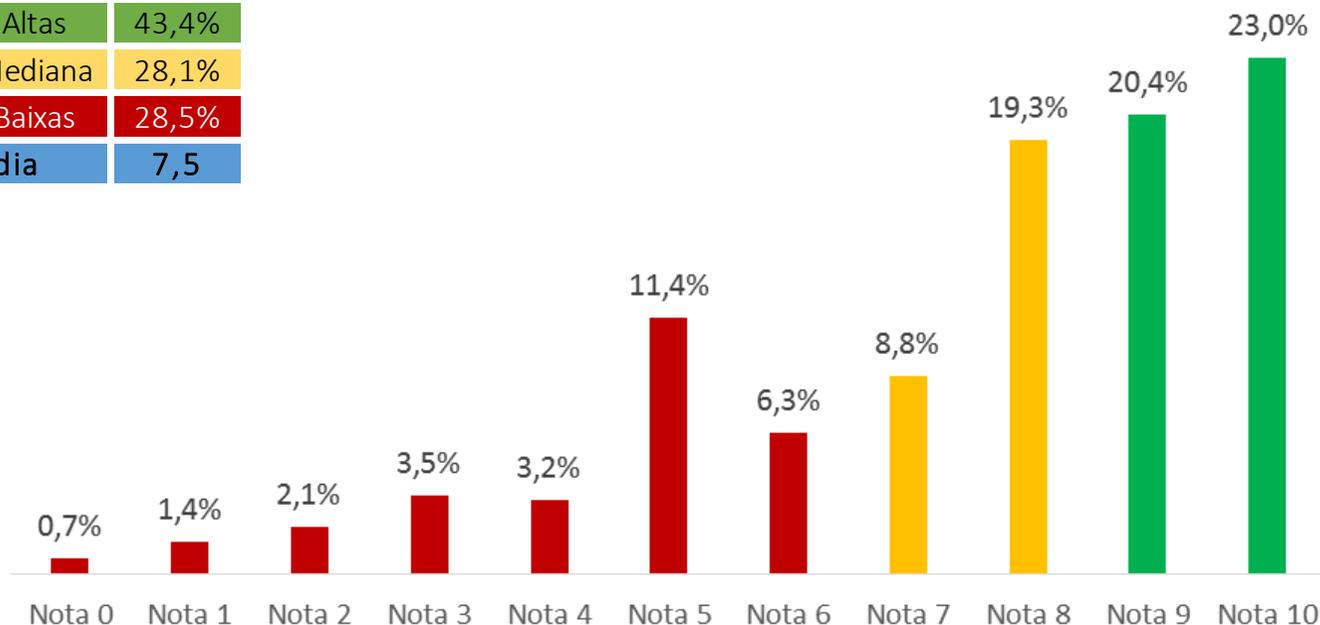


Oferta Moda Plus Size

Qual é o nível de dificuldade em encontrar roupas Plus Size?

Dê uma nota de 0 a 10, onde 0 significa “muito fácil” e a nota 10 significa “muito difícil”.

Notas Altas	43,4%
Notas Mediana	28,1%
Notas Baixas	28,5%
Média	7,5

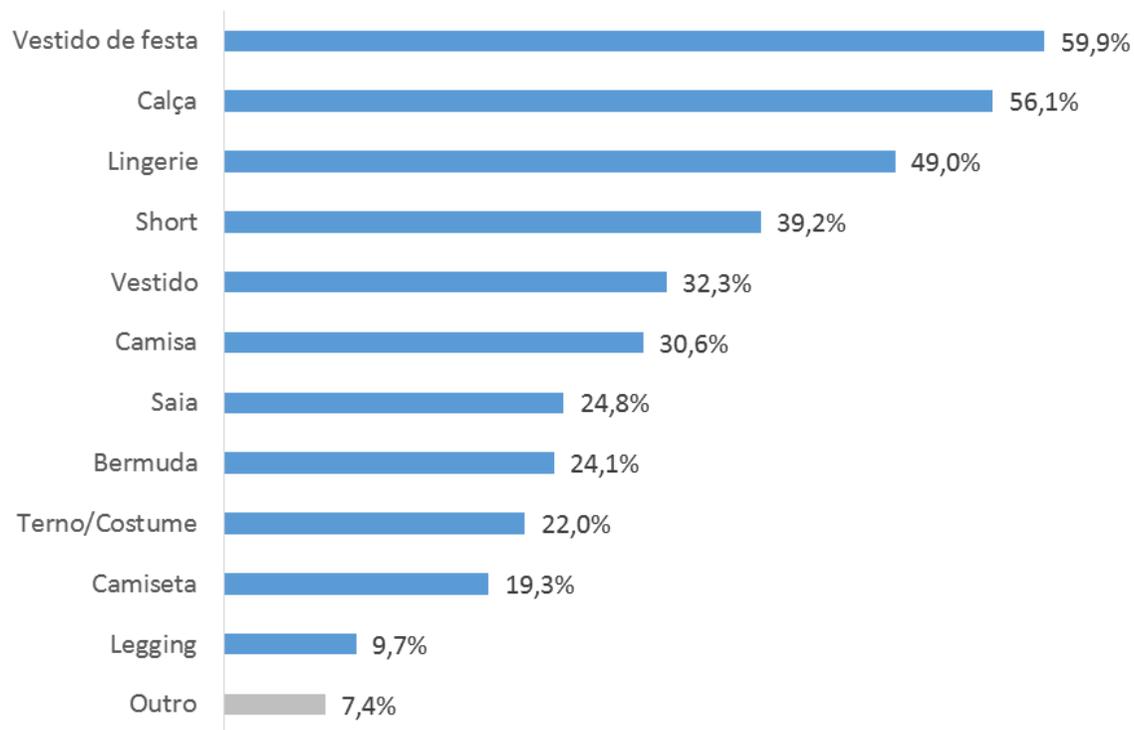


- Quando questionados sobre a dificuldade de encontrar roupas Plus Size, a maioria dos respondentes avaliou como sendo difícil (71,5%).
- Na média, os respondentes percebem que é muito ou moderadamente difícil encontrar roupas Plus Size.



Oferta Moda Plus Size

Quais peças de roupa você tem mais dificuldade de encontrar em tamanhos Plus size (tamanho grande)? (Múltipla)



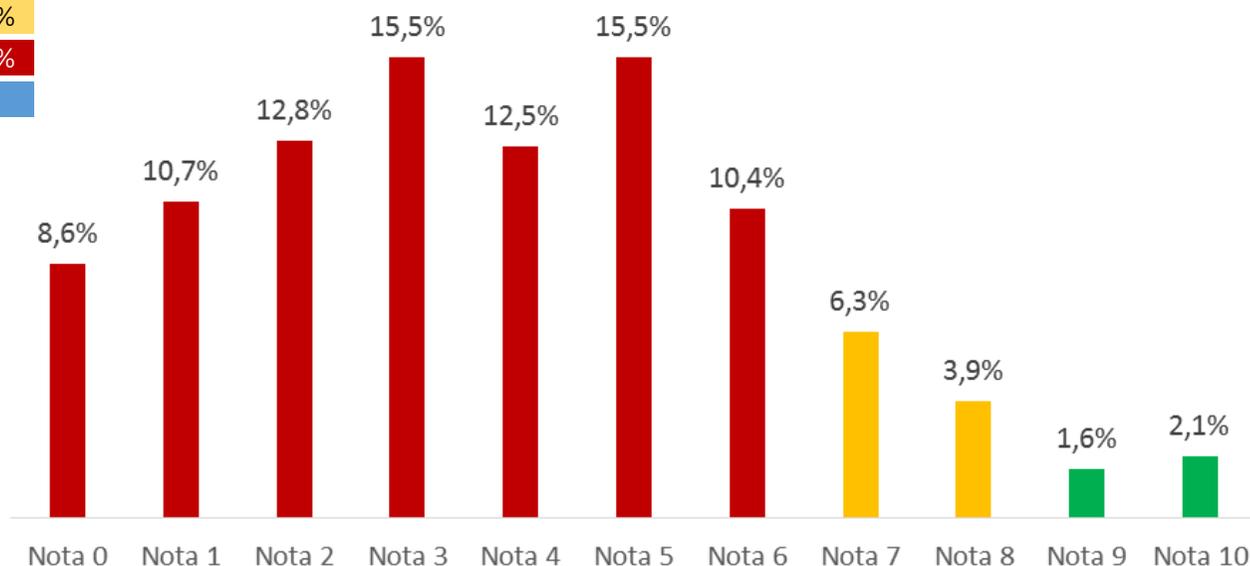
- Segundo os respondentes, as peças mais difíceis de serem encontradas em tamanho Plus Size são os Vestidos de Festas, as Calças e as Lingeries.
- Por outro lado, as mais fáceis de serem encontradas são as Leggings e as camisetas.



Oferta Moda Plus Size

Qual o seu nível de satisfação com as opções de roupas para o seu manequim?
Dê uma nota de 0 a 10, onde 0 significa “totalmente insatisfeito” e a nota 10 significa “totalmente satisfeito”.

Notas Altas	3,7%
Notas Mediana	10,2%
Notas Baixas	86,1%
Média	3,8

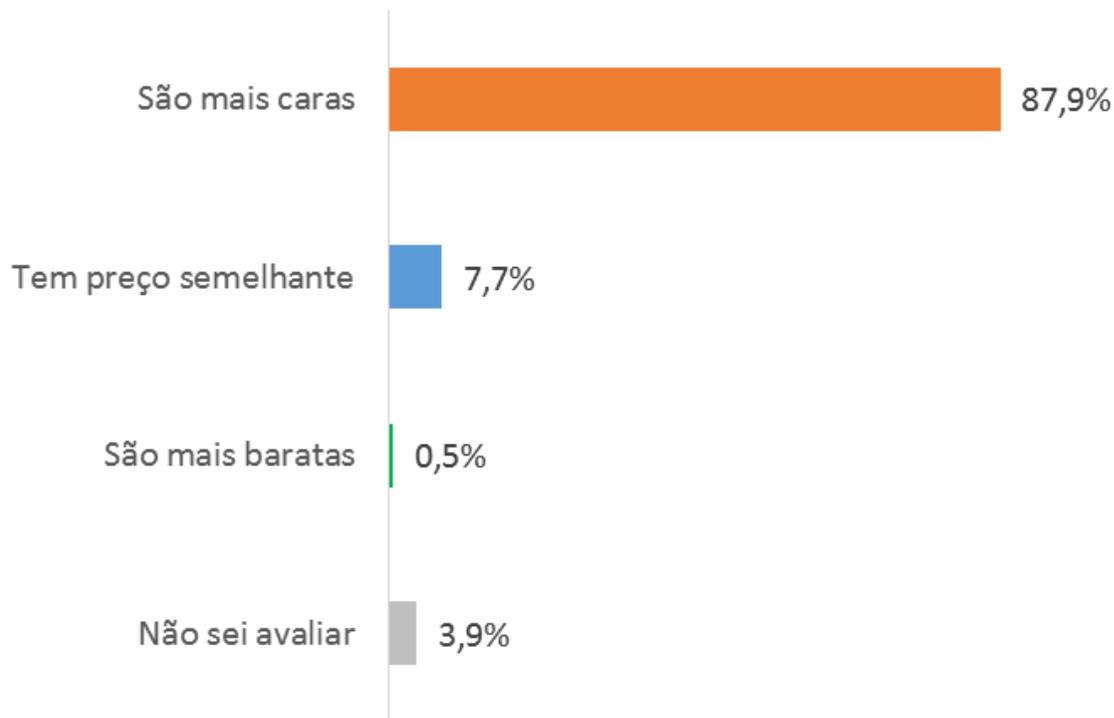


- O nível de satisfação dos consumidores com as opções de roupas adequadas ao seu manequim se mostrou muito baixa (86,1%)
- Na média, os respondentes estão muito insatisfeitos com as opções disponíveis.



Oferta Moda Plus Size

Como é o preço das roupas Plus size em comparação às roupas de tamanhos convencionais?



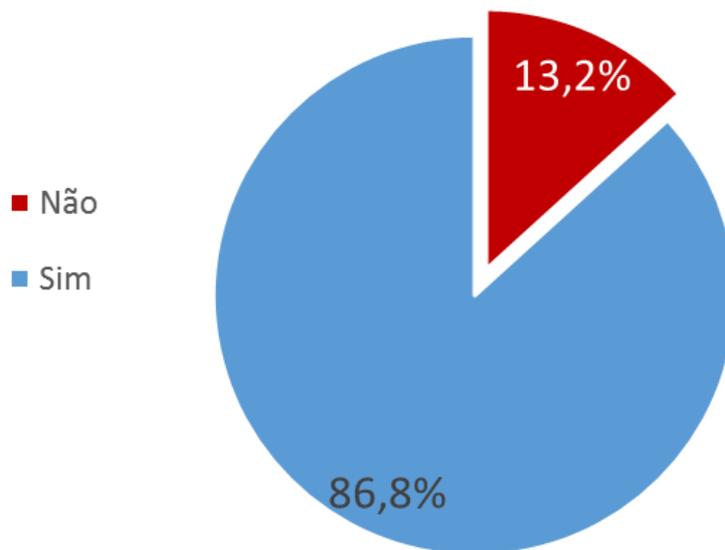
- Na opinião dos respondentes, comparando-se o preço das roupas Plus Size com as roupas de tamanhos convencionais, as roupas Plus Size são na maioria das vezes mais caras.



LOJAS ESPECIALIZADAS EM MODA PLUS SIZE

Lojas Especializadas

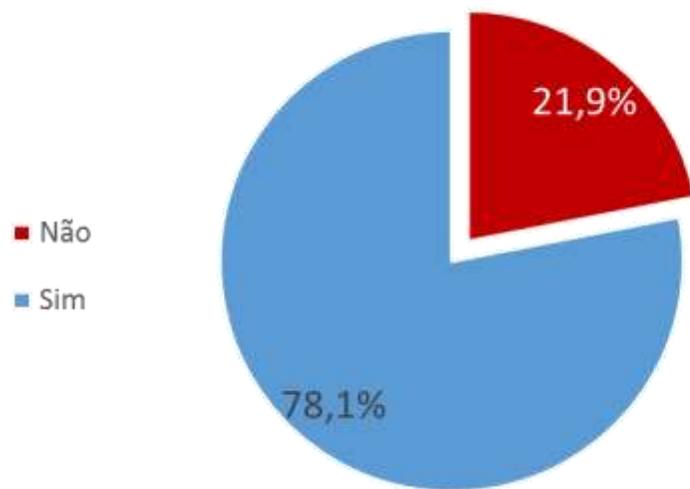
Você conhece alguma loja (física ou online) especializada em moda Plus Size?



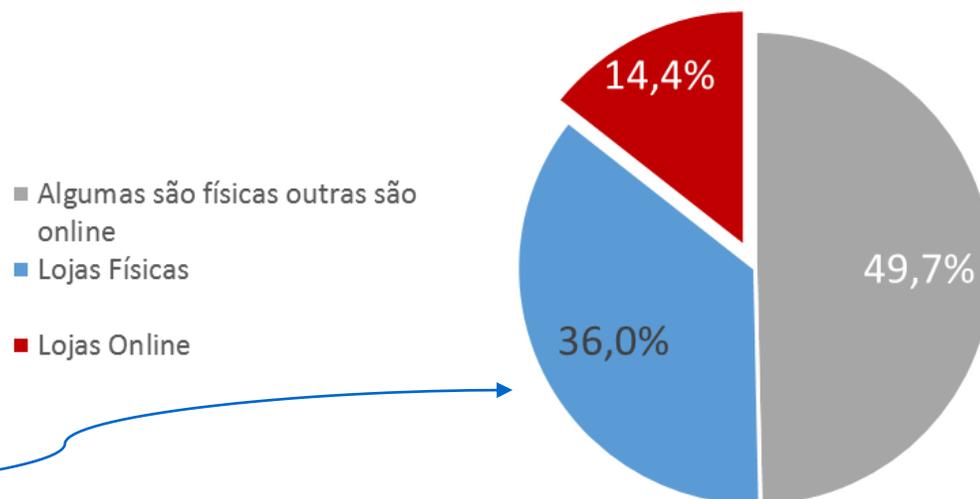
- A maioria dos respondentes afirma conhecer alguma loja especializada em Moda Plus Size.
- Tendo em vista que a Pesquisa de Vestuário (Sebrae, 2015) apontou que apenas 3,5% das lojas de roupa são especializadas em Plus Size, nota-se que este perfil consumidor é bem informado acerca das opções existentes.

Lojas Especializadas

Você compra roupa em lojas especializadas em moda Plus Size?



As lojas especializadas em moda Plus Size que você compra são:



- Apesar de a maioria dos respondentes comprar roupa em lojas especializadas, nota-se que há uma diferença na proporção de consumidores que conhecem e de consumidores que compram nessas lojas.
- Esses dados indicam que há uma parcela importante de consumidores que compra roupas em lojas convencionais.
- A maioria dos consumidores que compram em lojas especializadas, compra tanto em loja física quanto online.



Lojas Especializadas

Cite o nome de pelo menos 3 lojas especializadas em Plus Size que você compra ou conhece.

Nome	Citações
Posthaus	90
Program	36
Flaminga	31
Palank	23
Julia Plus Size	20
Kauê Plus Size	20
Pandora	19
Chica bolacha	16
Leader	12
Melinde	11
Rouge Marie Plus size	11
Moda maior	9
Charmosa	8
Eveiza	8
Xica Vaidosa	7

- Foram computados um total de 788 citações de 385 lojas especializadas.
- As lojas mais citadas foram Posthaus, Program e Flaminga.



Lojas Especializadas

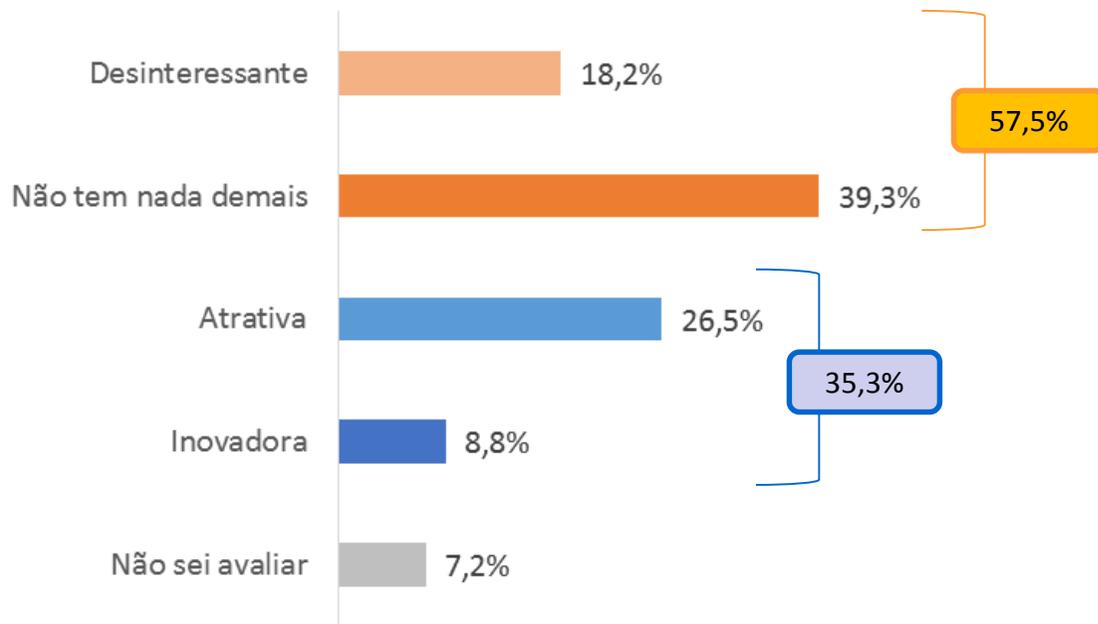
Avalie o espaço físico das lojas especializadas em moda Plus Size que você conhece .
Quais características essas lojas possuem? (Múltipla)



- Nota-se que os principais atributos das lojas especializadas são os Provadores Confortáveis, a Capacidade de entender as necessidades dos clientes e Vitrines atrativas.
- Por outro lado, a utilização de programas de fidelização foi a característica menos citada.

Lojas Especializadas

Como é a divulgação das lojas especializadas em Plus size?

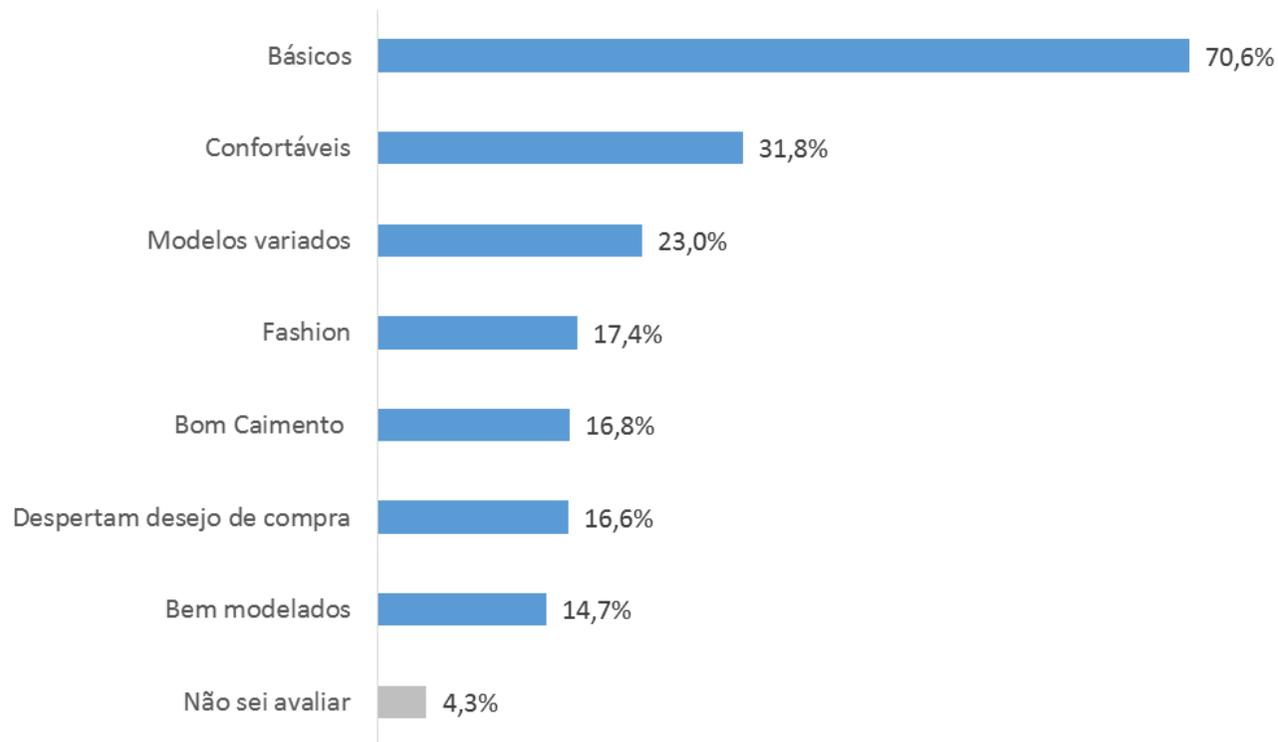


- Quando questionados acerca da divulgação das lojas especializadas, a maioria dos respondentes a avaliou de forma negativa (57,5%).
- Para uma parcela importante dos respondentes a divulgação das lojas especializadas “não tem nada demais”.



Lojas Especializadas

Geralmente, como são os produtos de moda para Plus size? (Múltipla)

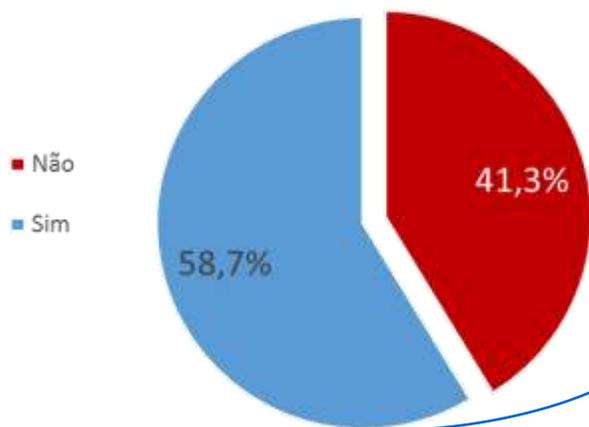


- Para os consumidores de moda Plus Size, geralmente os produtos são Básicos.
- Por outro lado, aspectos relacionados a alta costura (bem modelados, bom caimento, Fashion) foram os menos citados.

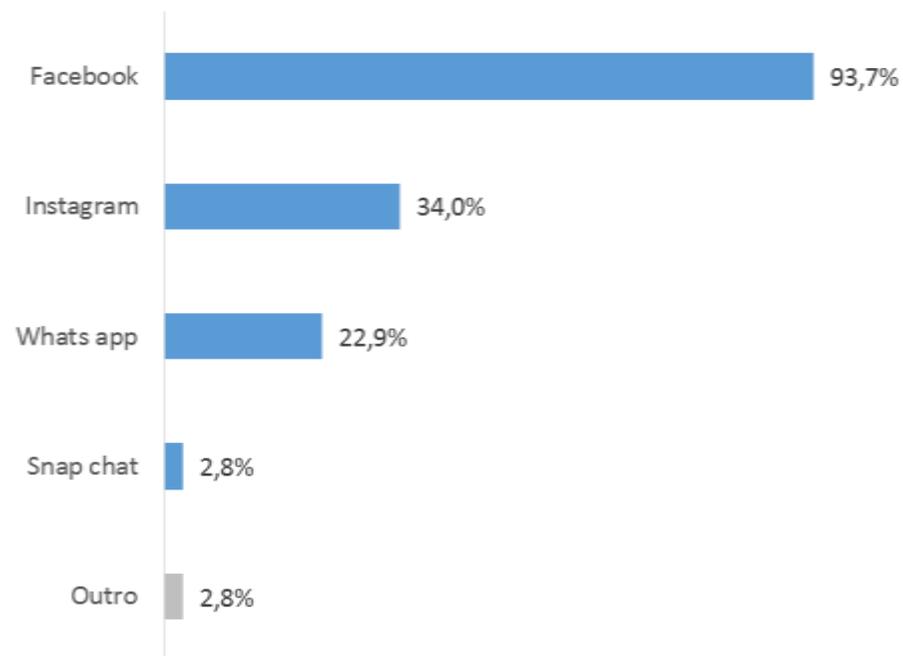
EVENTOS DE MODA PLUS SIZE

Eventos

Você participa de algum grupo de moda Plus Size em redes Sociais?



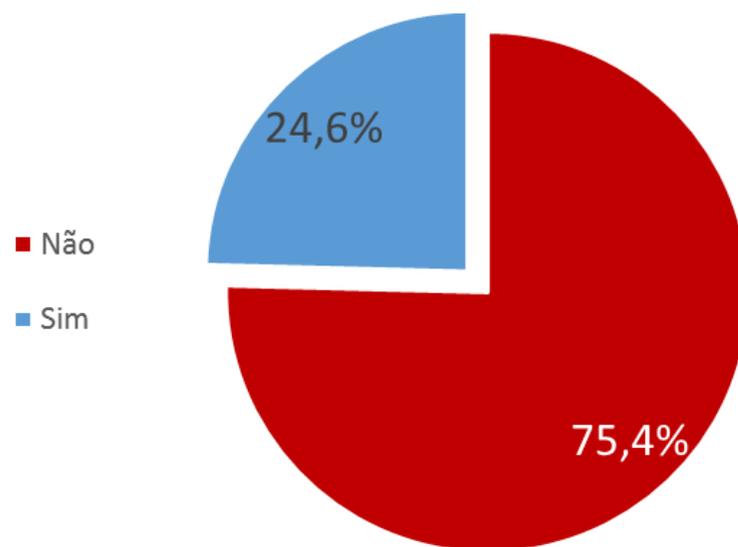
Onde esses grupos estão organizados? (RM)



- Um pouco mais da metade dos respondentes afirma que participa de algum grupo de moda Plus Size nas redes sociais.
- Apesar de esses resultados apontarem uma boa inserção desses grupos nas redes sociais, indica também que ainda há muito espaço para o crescimento.
- Dentre as redes sociais o Facebook foi a ferramenta mais citada.

Eventos

Você já participou de eventos de moda de Plus Size (feiras, desfile, etc)?



- Em relação a participação em eventos de moda Plus Size nota-se uma adesão ainda pequena, apenas 24% dos respondentes afirmaram já ter participado de algum.



CRUZAMENTOS

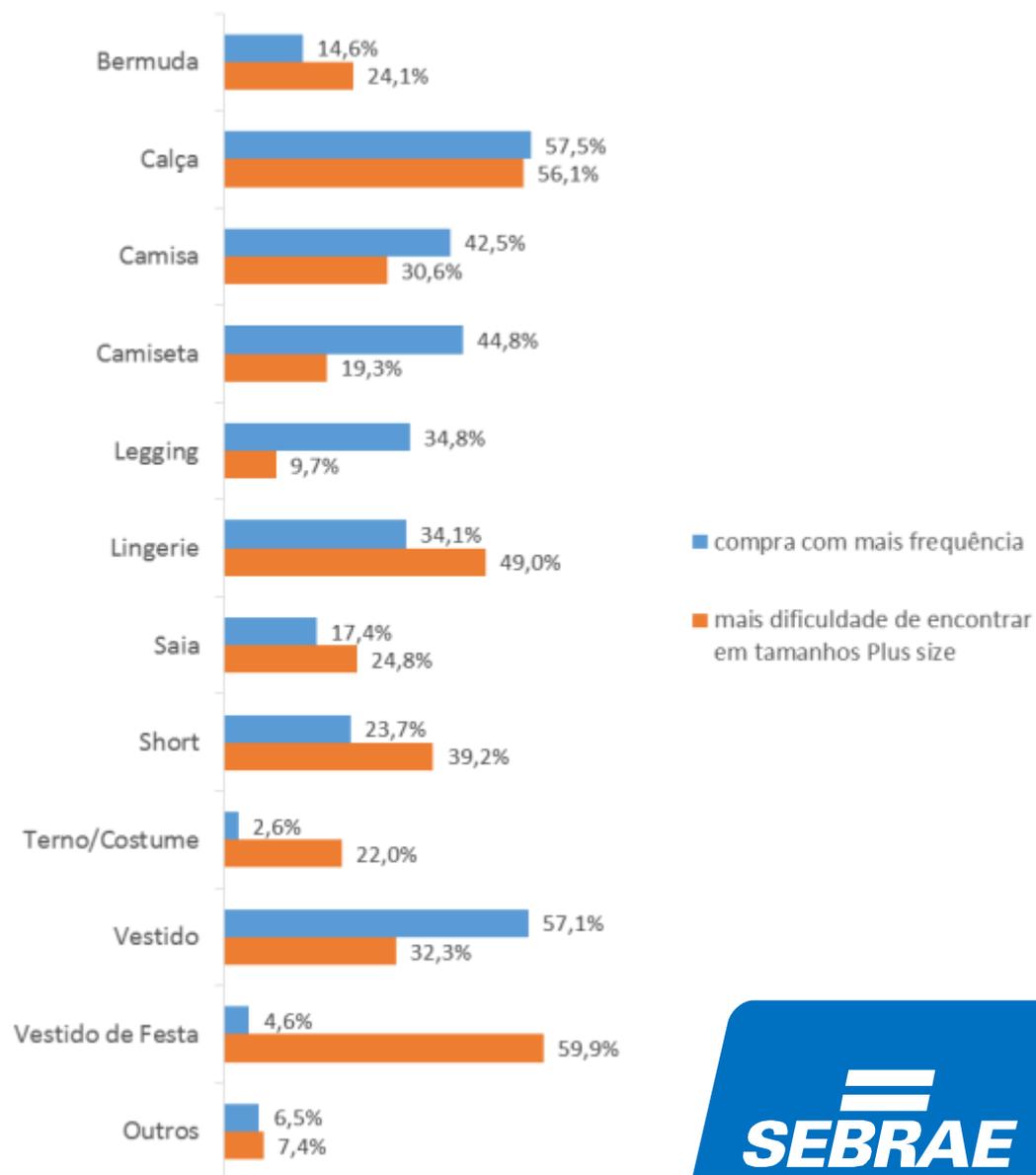
Cruzamentos

Compra

X

Dificuldade de Encontrar

- Ao cruzar a informação acerca das peças de roupa compradas frequência com as peças de roupa mais difíceis de serem encontradas, nota-se que algumas tem pouca compra, não por falta de interesse (demanda), mas por serem difíceis de serem encontradas (oferta).
- As peças de roupa onde há uma grande diferença entre o que é comprado e o que é difícil de encontrar, sinalizam uma demanda não atendida, e portanto, uma oportunidade de negócio.



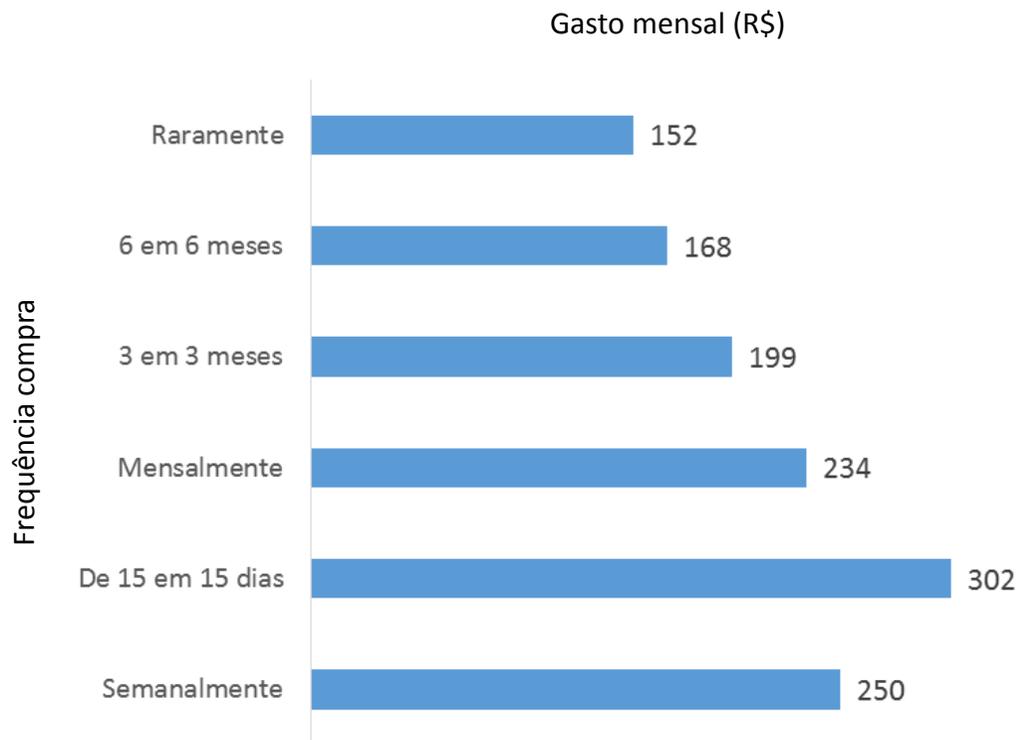
SEBRAE

Cruzamentos

Frequência compra de roupas

X

Gasto Mensal



- Outra relação observada foi a frequência de compras e gastos mensais com roupas.
- Nota-se que há uma tendência : aqueles que compram com mais frequências gastam mais.

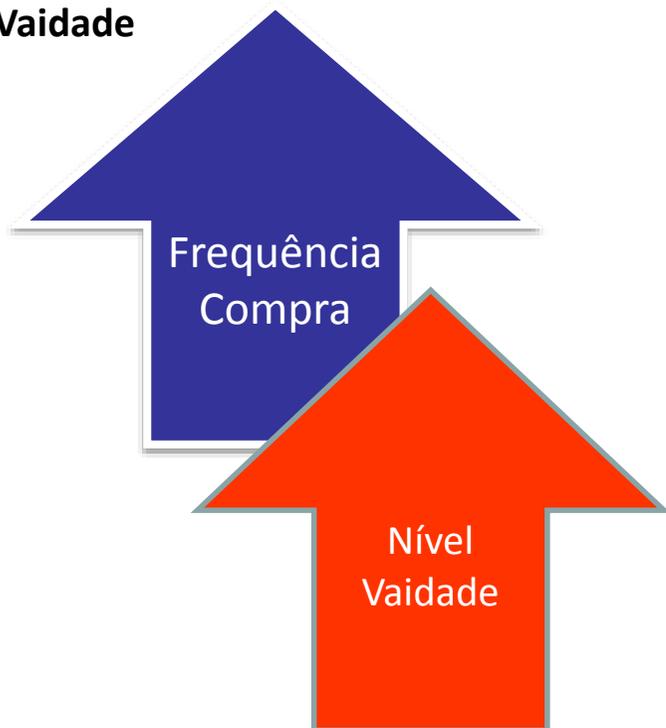


Cruzamentos

Frequência Compra

X

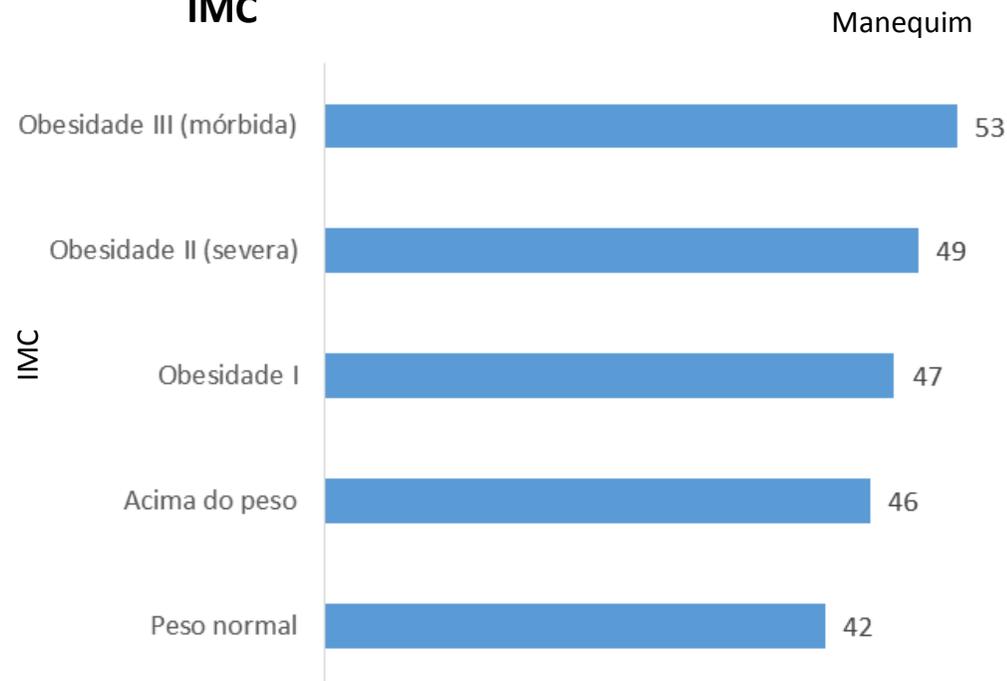
Vaidade



Manequim

X

IMC



- Foi possível notar uma relação positiva entre nível de vaidade e frequência de compra, ou seja, aqueles que compram com mais frequência são mais vaidosos.
- Outra relação observada foi entre o IMC e o número de manequim.

SEBRAE

Considerações Finais

- O perfil demográfico dos respondentes da pesquisa é composto essencialmente por mulheres (99,1%) jovens (25 a 40 anos) com alto grau de instrução (51,3% nível superior ou pós) e com renda mensal de até 5 salários mínimos (70,2%).
- O perfil corporal dos respondentes é de pessoas com altura média de 1,65m, peso de 100 kg, que vestem em média manequim 49 e que calçam em média 38.
- O cálculo do Índice de massa corporal (IMC) apontou um IMC médio de 36 entre os respondentes da pesquisa.
- Em relação a autoimagem dos participantes da pesquisa, nota-se que esse público não se considera seguidor das tendências de moda (6,2), porém, se considera moderadamente vaidoso (7,6). Esse dado pode indicar que as pessoas não seguem as tendências de moda em decorrência da falta de oferta de roupas e não por falta de vaidade.
- Quando avaliaram o nível de dificuldade em encontrar roupas Plus Size, os entrevistados atribuíram em média um dificuldade moderada (7,5), quando avaliaram a satisfação com as opções de roupa Plus Size, os entrevistados atribuíram em média uma baixa satisfação(3,8). As peças onde se enfrenta a maior dificuldade são os vestidos de festas, calças e lingerie.



Considerações Finais

- As lojas de departamento e lojas de rua são os principais locais de compra de roupa, porém, chama atenção a proporção de pessoas que afirmaram realizar compra em lojas online.
- Esse resultado é coerente com a pesquisa "E-commerce Index", divulgada pela Rakuten que aponta que cerca de 34% dos brasileiros compram roupas on-line.
- A maioria dos respondentes realiza compras de roupa mensalmente ou trimestralmente (72,4%) e gastam em média R\$ 209 por mês.
- Para a maioria dos entrevistados (87,9%) as roupas Plus Size são mais caras em comparação às roupas de tamanho convencional.
- Em relação as lojas especializada em moda Plus Size, a maioria dos respondentes afirma conhecer alguma e ser cliente delas. Apesar de serem clientes, possuem críticas à forma como essas lojas realizam suas divulgações e aos produtos comercializados, por serem muito básicos, com pouco elementos de moda.



SEBRAE/NA UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA - UGE

**Equipe Unidade de Gestão Estratégica - UGE
Kennyston Lago (Coordenação e Análise)
61-3348-7783**

**Unidade de Atendimento Setorial Comércio- UACC
Wilsa Sette Morais Figueiredo
61-3348-7114**

