BOLETIM

CONSUMO DE MODA PRAIA

Nesse Boletim, o empreendedor encontrará informações sobre o mercado de moda praia e, ainda, sobre os turistas e visitantes decorrentes dos megaeventos esportivos de 2014 e 2016. As informações ajudarão os pequenos negócios a aproveitar as oportunidades geradas durante e após o período dos jogos.

Brasil como um referencial em moda praia

Com um litoral enorme, clima tropical na maior parte do país e concentração geográfica nas regiões litorâneas, o Brasil tem muitos motivos para consumir a moda praia.

É o país que mais consome moda praia no mundo. Por ano são movimentados US$ 1,5 bilhão somente no mercado interno, segundo a Associação Brasileira da Indústria Têxtil (Abit) (Revista Criativa, 2012).

Com grande experiência em usar moda praia, o Brasil se tornou bom entendedor do assunto e referência mundial no segmento. Com isso, a moda praia tem movimentado as exportações e se tornado um importante setor para economia nacional. É o carro chefe das exportações de moda brasileira (Terra, 2012).

Em 2013 o Brasil exportou em torno de 700 mil peças de moda praia, segundo dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC).

E dentro dessa imensidão litorânea brasileira, quando falamos da cidade que se destaca como principal representante desse *lifestyle*, e grande influenciador da moda praia para o Brasil e para o mundo, o Rio de Janeiro é a referência. As principais marcas de moda praia, com representatividade nacional e internacional, nasceram em terras cariocas. O Rio de Janeiro sempre foi o templo da moda praia, com lançamentos históricos, como o ousado "asa delta" e o biquíni cortininha na década de 90 (Revista Donna, 2014).

Segundo a revista inglesa *No Cigar*, distribuída em mais de 15 países, o Brasil é quem mais lança tendências de moda praia, sendo as praias do Rio de Janeiro as principais passarelas, onde as novidades desfiladas são logo seguidas pelo resto do mundo (No Cigar Magazine, 2013).

E uma das grandes forças da moda praia brasileira é a capacidade de ser original, dentro da autoestima, segurança, amadurecimento e a relação com o corpo que o brasileiro tem, o chamado "culto ao corpo". A valorização do brasileiro pelo corpo perfeito é percebida pela mídia internacional como um dos elementos responsáveis pelo preciosismo desse segmento.

O Rio de Janeiro apresenta o maior preço médio entre os estados brasileiros exportadores de moda praia, R$ 73/kg entre 2009 e 2013, confirmando a vocação para produzir moda praia de alta qualidade e com diferenciação, valor 41% maior que a média brasileira (Sistema Firjan, 2014).

Perfil do turista estrangeiro durante o Mundial

Conhecer o público que se deseja alcançar é fundamental para aumentar as chances de vendas. O Ministério do Turismo (MTur) traçou o perfil do turista estrangeiro que vai assistir a Copa do Mundo FIFA 2014, baseado nos dados do megaevento na África do Sul em 2010 e da Copa das Confederações da FIFA 2013

83% dos turistas estrangeiros são homens

45% dos turistas têm entre 25 e 34 anos

86% dos turistas têm nível superior, pós-graduação ou especialização

28% passarão entre 15 e 20 dias no país

83% pretendem fazer turismo dentro do país

75,8% pretendem voltar para o Mundial após a Copa das Confederações da FIFA 2013

O lojista que vendeu durante o período da Copa da Confederações da FIFA 2013 pode ter uma referência do que foi vendido para basear seu planejamento de estoque, já que grande parte desses visitantes tinha intenção de voltar para o Mundial de 2014. Outra análise possível dos dados está na intenção de fazer turismo dentro do Brasil, e esse desejo do consumidor pode ser explorado para campanhas e promoções. Por fim, os dados revelam um turista que poderá se tornar um potencial consumidor para o período posterior ao Mundial, seja visitando novamente o país, seja importando os produtos de moda praia.

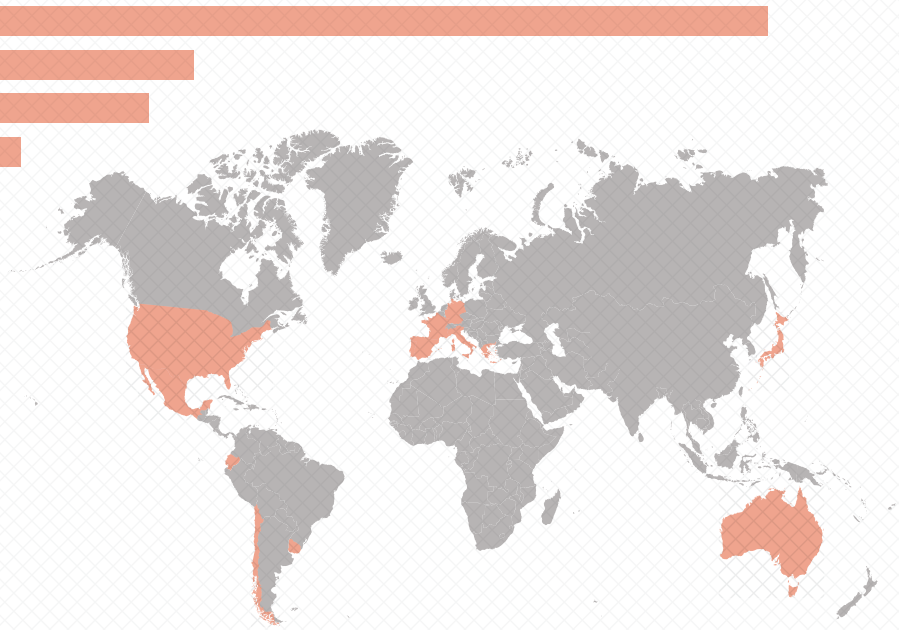
Moda praia e as oportunidades durante o Mundial

Conhecer quais os principais mercados compradores internacionais de moda praia internacional e quais destes enviarão turistas ao Brasil para assistir aos jogos é um diferencial competitivo. Assim, possibilitará que o empresário direcione seus esforços para esse público durante e após o megaevento.

Com base em informações do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, sobre as exportações de moda praia brasileira, foi detalhado o resultado das importações de moda praia brasileira pelos países participantes da Copa do Mundo da FIFA 2014, em que estão destacados os 15 maiores importadores presentes durante o Mundial:

Países participantes do Mundial. Valores em US$

Estados Unidos	3.080.127
França	939.112
Portugal	765.934
Grécia	281.066
Espanha	175.752
Japão	167.851
Chile	133.873
Uruguai	116.351
México	97.165
Itália	92.381
Suíça	65.499
Austrália	63.098
Alemanha	51.199
Costa Rica	44.052
Equador	31.753



FONTE: ALICEWEB – MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR

/ Cidades-sede que receberão jogos dos países importadores da moda praia brasileira

Essa informação poderá auxiliar o empreendedor nas definições de novos locais de venda, no período durante o Mundial, e para aproveitar o legado do megaevento, como forma de aproveitar as oportunidades com os turistas que retornarão ao país:

Estados Unidos

NATAL
RECIFE

França

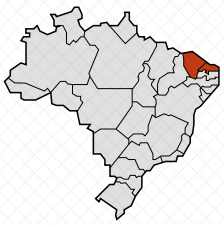
SALVADOR
RIO DE JANEIRO

Portugal

SALVADOR

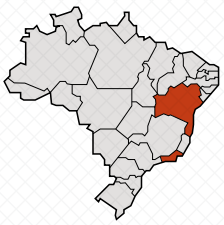
Grécia

NATAL
FORTALEZA



Espanha

SALVADOR
RIO DE JANEIRO



Japão

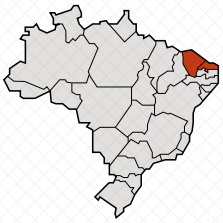
NATAL
RECIFE

Chile

RIO DE JANEIRO

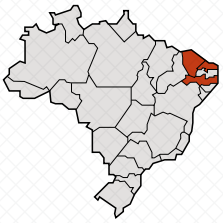
Uruguai

NATAL
FORTALEZA



México

NATAL
FORTALEZA
RECIFE



Itália

NATAL
RECIFE

Fatores de sucesso da moda praia brasileira nas exportações:

DNA Próprio

Estilo ousado

Criatividade

Qualidade

Modelagem própria reconhecida

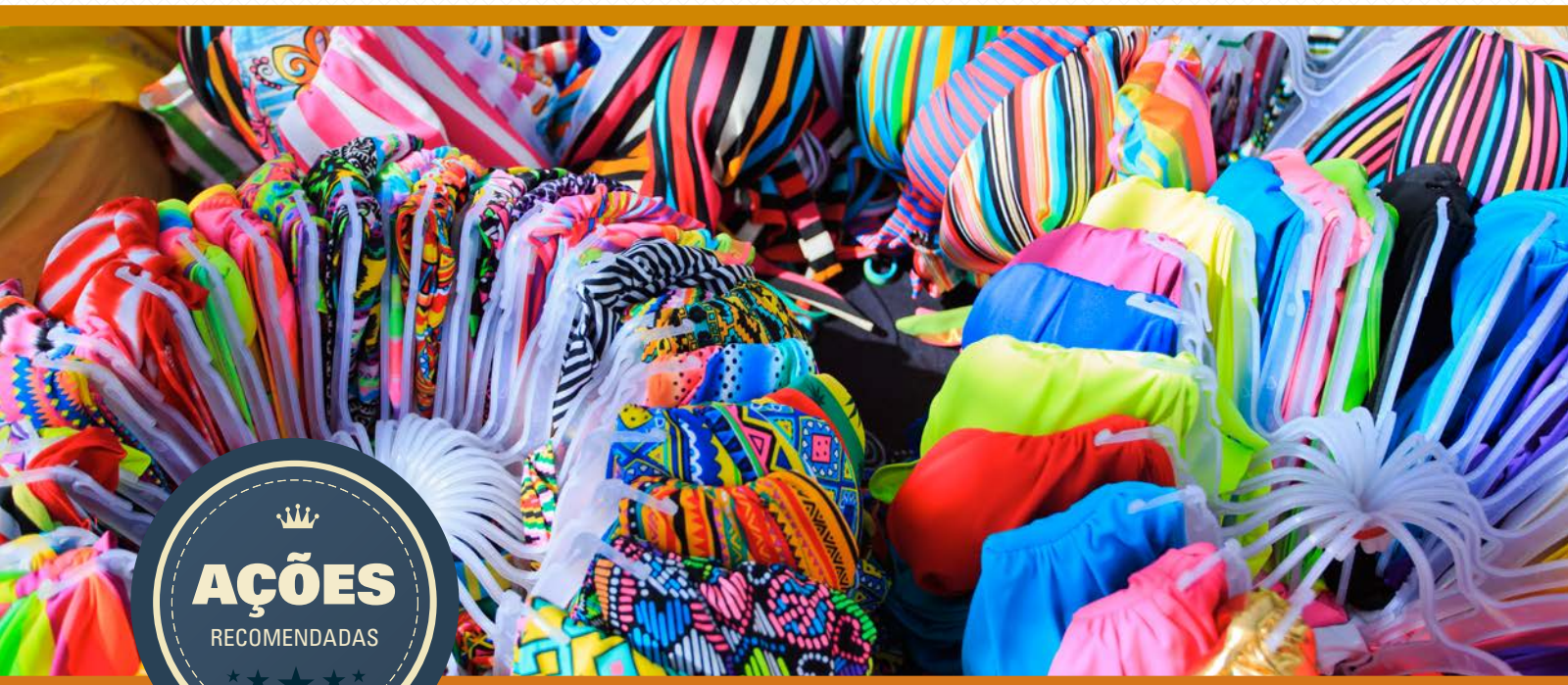
Variedades de cores e estampas

Variedade de matérias-primas

Tecnologia avançada

Para o empresário ficar de olho: a venda de moda praia pela internet tem gerado casos de sucesso. O *e-commerce* é uma maneira de aproveitar o legado deixado pelo Mundial, atendendo clientes de outras regiões que visitaram seu estabelecimento durante o megaevento. Para mais informações sobre como montar um site de vendas, acesse: primeiroecommerce.com.br A marca de moda praia Sunthrice, como exemplo de sucesso, iniciou suas atividades em 2012 e, devido ao sucesso das vendas dos produtos, o foco agora é nas vendas pela internet, em que busca aumentar o alcance da marca em outras regiões do Brasil e também do exterior. Outro caso de sucesso é a marca Cia das Águas, há 15 anos no mercado, situada no Polo Industrial de Santa Inês, no Espírito Santo. A marca alcança clientes em todo o Brasil através de sua loja virtual.

Os pequenos negócios que ainda não exportam, podem aproveitar o legado do Mundial, quando a moda praia brasileira estará em evidência no cenário internacional. Como dica, busque mais informações com entidades de apoio à exportação: Sebrae, Comex Brasil e Apex Brasil.



AÇÕES RECOMENDADAS

1. Valorize a brasilidade na exposição dos produtos de moda praia de seu estabelecimento. Uma maneira de fazer essa atividade é produzir a vitrine, por exemplo, pensando nas pessoas que circulam pelas nossas praias. O empreendedor pode encontrar outras ideias no boletim sobre Vitrinismo para o Varejo de Moda no portal Sebrae 2014.
2. Aproveite o legado do Mundial através dos contatos adquiridos de turistas de outras localidades, principalmente dos mercados mais promissores, para compra de moda praia brasileira. Planeje promoções que envolvam o consumidor para além do período dos jogos e buscando a fidelização com motes que remetam as boas lembranças da visita ao Brasil. Por exemplo, após o período do Mundial, envie um e-mail com um cartão postal da cidade visitada e convidando para conhecer outras localidades similares, e junto já ofereça produtos que poderão ser usados nesses locais.

3. Desenvolva ações de PDV pontuais atraindo a atenção através dos símbolos culturais de comunicação, de cada grupo de turistas, conforme as datas dos jogos em sua cidade. Por exemplo, em Natal, acontecerão jogos com a presença de turistas dos Estados Unidos, Grécia, Japão, Uruguai, México e Itália. O lojista da região pode montar uma vitrine misturando elementos da brasilidade e da cultura do país que estará jogando no dia, apresentando biquínis que seduzem pela viabilidade cultural e pelo apelo tropical brasileiro.

4. Para saber mais detalhes sobre os turistas estrangeiros que consomem moda praia no país de origem, a Associação Brasileira de Estilistas (Abest)criou o projeto + Beach Brasil, voltado à internacionalização da moda praia com objetivo de fixar uma identidade no exterior, aumentar as exportações e firmar a imagem das marcas nacionais. E também em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) criou o projeto +B Export, voltado ao incentivo das exportações do setor de moda de valor agregado, promovendo a imagem de moda brasileira e a imagem do Brasil. Nesses portais, o empreendedor encontrará informações de mercados e as novidades e incentivos dessas instituições.

5. Aproveite o período dos jogos para divulgar seu *e-commerce* (no caso de já ter um) para outros mercados, através do contato com os turistas que estarão circulando nas proximidades e no interior de sua loja física. O Sebrae possui diversas soluções de apoio ao empreendedor, desde passo a passo na internet até consultorias personalizadas.

6. Cative o turista do Mundial para atrair atenção ao seu produto. Com os conhecimentos do perfil, suas origens e quais os mercados mais promissores, que estarão com representatividade turística no Brasil, é possível que o empreendedor formate ações personalizadas e, dessa maneira, dissemine sua mensagem, produto e negócio para outros continentes.

O Sebrae desenvolveu a publicação Ideias de Negócios para 2014 para o segmento de Moda Praia. O empreendedor encontrará informações sobre tendências e oportunidade do setor, perfil do cliente, produtos e serviços mais demandados, análise dos concorrentes e canais de comercialização. Procure uma instituição na sua cidade para conhecer mais detalhes úteis para esse período de grande demanda.

Sua opinião faz a diferença!

Por isso o Projeto de Inteligência Competitiva do Programa Sebrae 2014 quer saber mais sobre suas expectativas e satisfação. Responda a breve pesquisa que elaboramos especialmente para você e seu negócio!

PARTICIPAR

SEBRAE SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional: Roberto Simões
Diretor-Presidente: Luiz Barretto | **Diretor-Técnico:** Carlos Alberto dos Santos
Diretor de Administração e Finanças: José Claudio dos Santos | **Fotos:** banco de imagens

UAMSF – Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros
UACC – Unidade de Atendimento Coletivo – Comércio
Conteúdo: Paula Cristina Carrara Withers