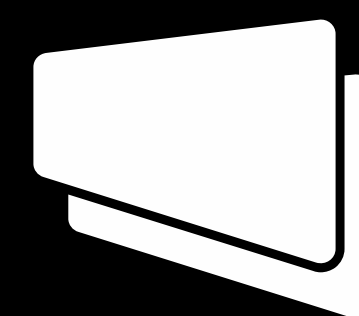




INSIGHTS



negócios SC

ESTUDO DE MERCADO:

CALÇADOS E ACESSÓRIOS

INDÚSTRIA & VAREJO

O polo calçadistas de **São João Batista** é um dos maiores do Brasil, representando 3/4 do mercado estadual e colocando Santa Catarina como o **9º maior produtor** do país.

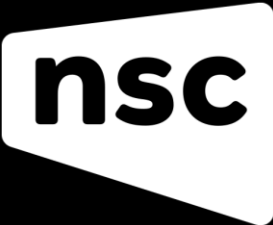
Estabelecimentos em Santa Catarina:

371

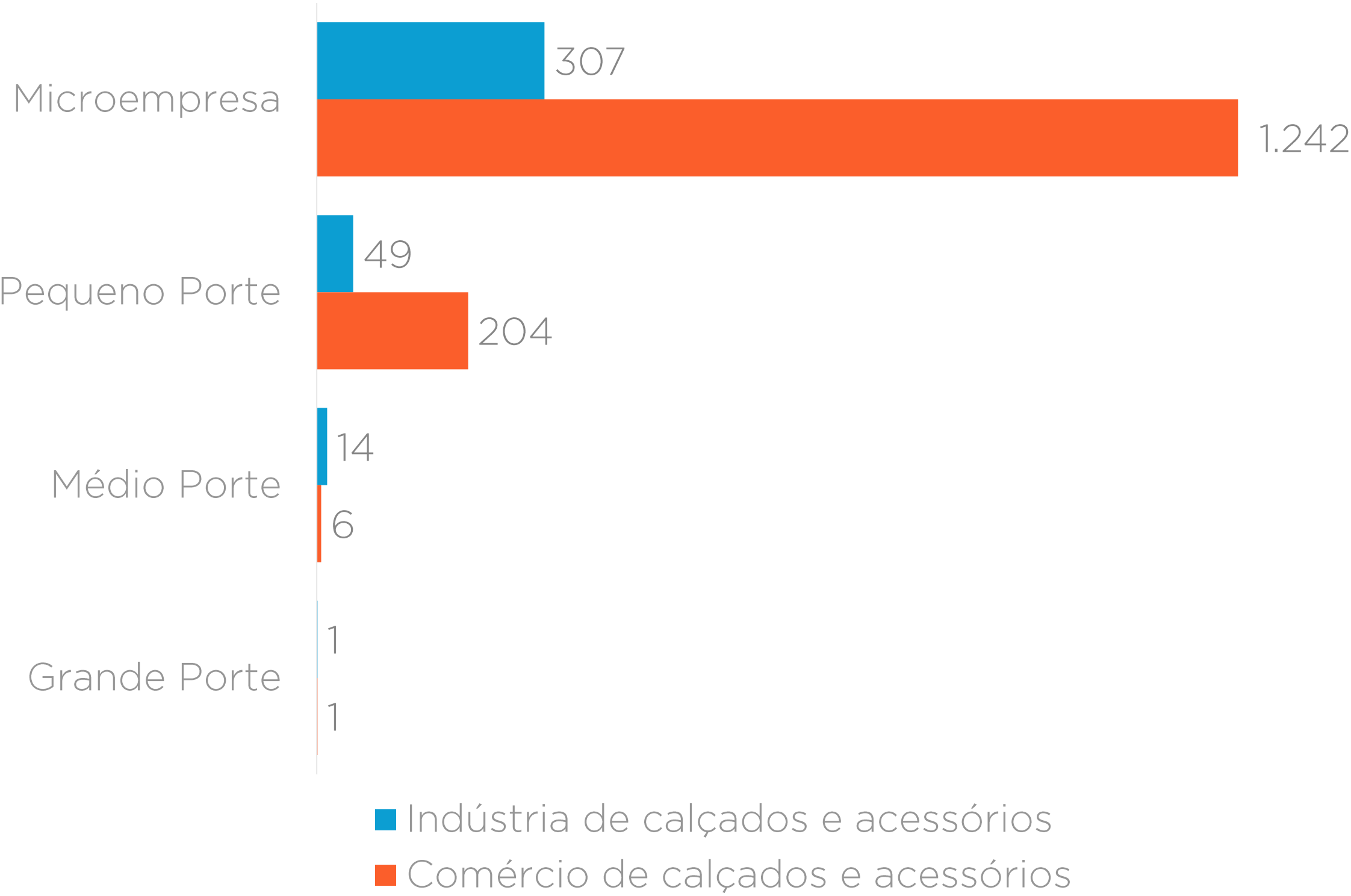
Indústrias

1.451

Lojas



Número de estabelecimentos em Santa Catarina por setor e porte



Fonte: RAIS - Estabelecimentos (2020), com base na classificação do Sebrae.

SENSIBILIDADE À RENDA

Como bens não-duráveis, calçados e acessórios são produtos cujo consumo depende direta e proporcionalmente da renda disponível pelas famílias. Eles estão entre os primeiros a serem cortados quando o dinheiro fica mais curto, mas também entre as prioridades de consumo quando o 13º salário cai na conta ou quando as famílias encontram uma nova fonte de renda.

Esse é um atributo importante para os nossos negócios, pois quando há mais dinheiro circulando na economia, a publicidade é uma forma de expandir o mercado, oferecendo meios para alcançar novos consumidores. Já quando a renda está pressionada, serve como uma forma de ampliar a participação das marcas no mercado, garantindo a continuidade das vendas.



CONSUMO REPRIMIDO

Apesar dos desafios da conjuntura, uma coisa é certa: os consumidores querem renovar seu guarda-roupa. Artigos de vestuário são a segunda categoria de produtos que os brasileiros mais pretendem ampliar o consumo em 2022.

44%

desejam consumir mais roupas, calçados e acessórios neste ano.



Fonte: Latam Retail Expo.

Como os consumidores catarinenses de calçados e acessórios pensam que estará sua situação econômica nos próximos 12 meses?

82% ACREDITAM QUE ESTARÁ MELHOR

7% ACREDITAM QUE ESTARÁ PIOR

11% ACREDITAM QUE ESTARÁ IGUAL

Fonte: TGI Kantar Ibope Media 2021, RM Florianópolis

MERCADO POTENCIAL

R\$25B

É o potencial de consumo de calçados
e acessórios em Santa Catarina



Classe A

170 MI



Classe B

1,1 BI



Classe C

1 BI

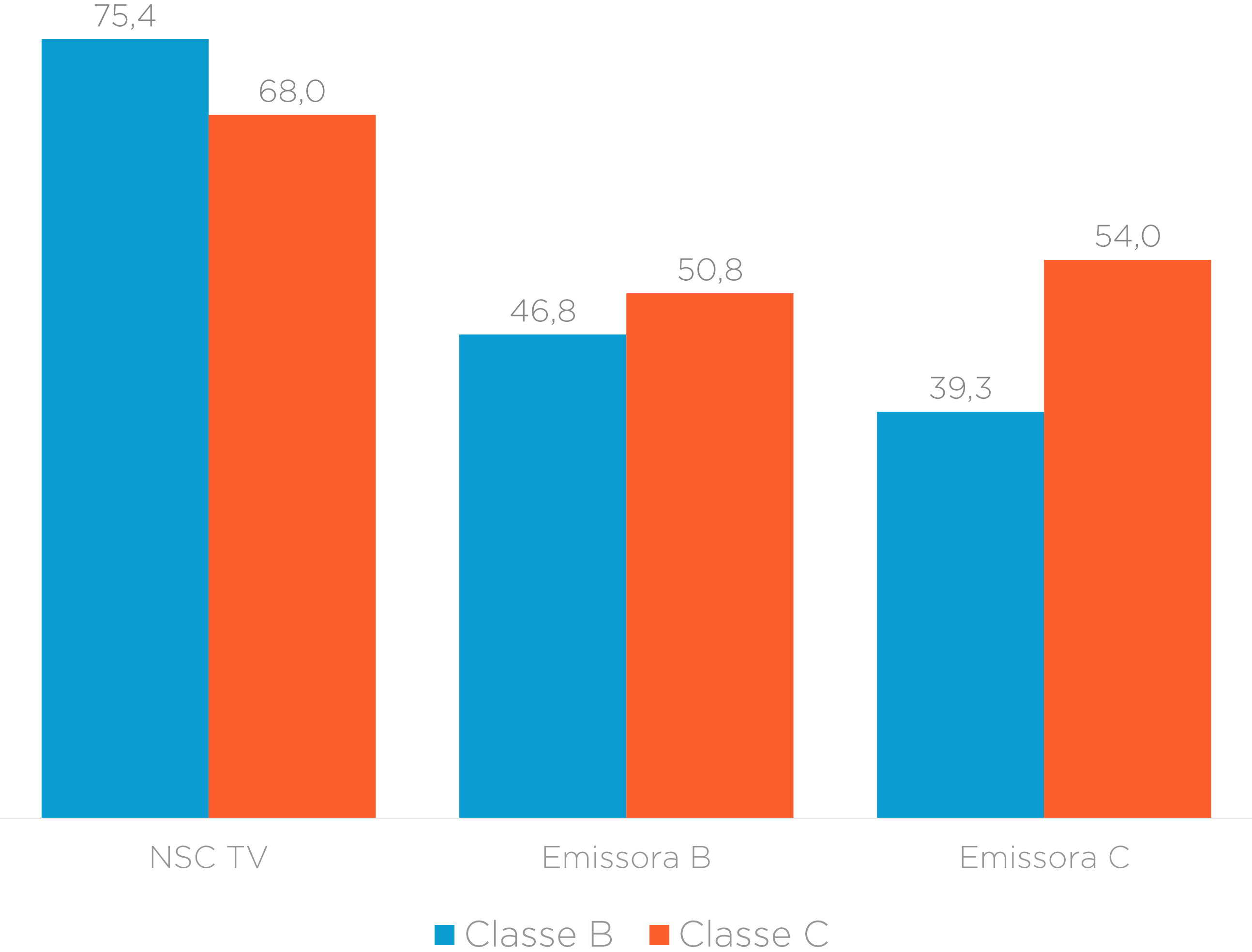


Classe D/E

140 MI

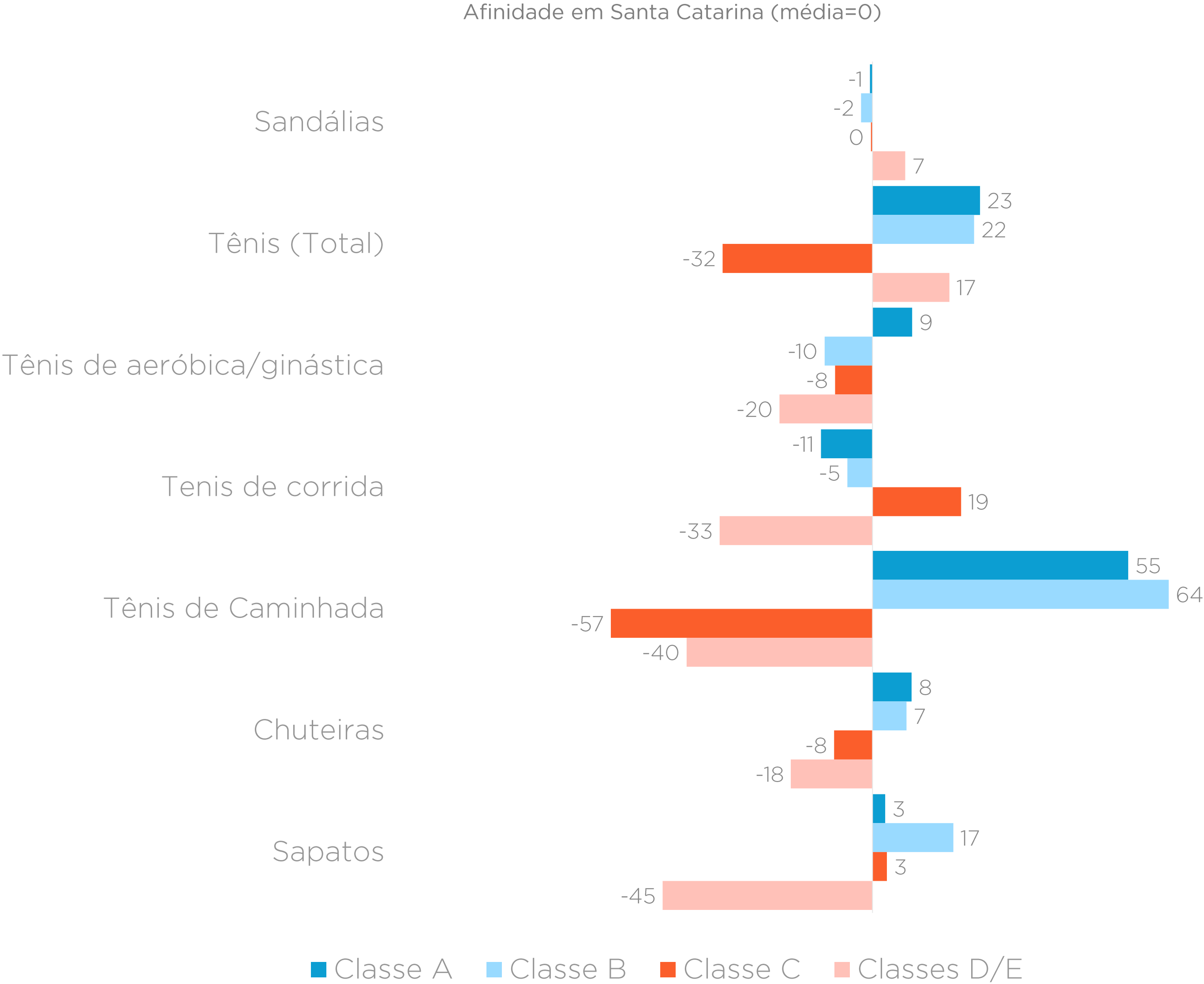
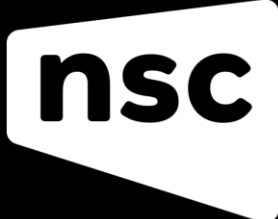
A **NSC TV**
É A EMISSORA
QUE MAIS
CONVERSA
COM AS
CLASSES B E C.

Alcance mensal das principais emissoras de TV entre as classes B e C (%)



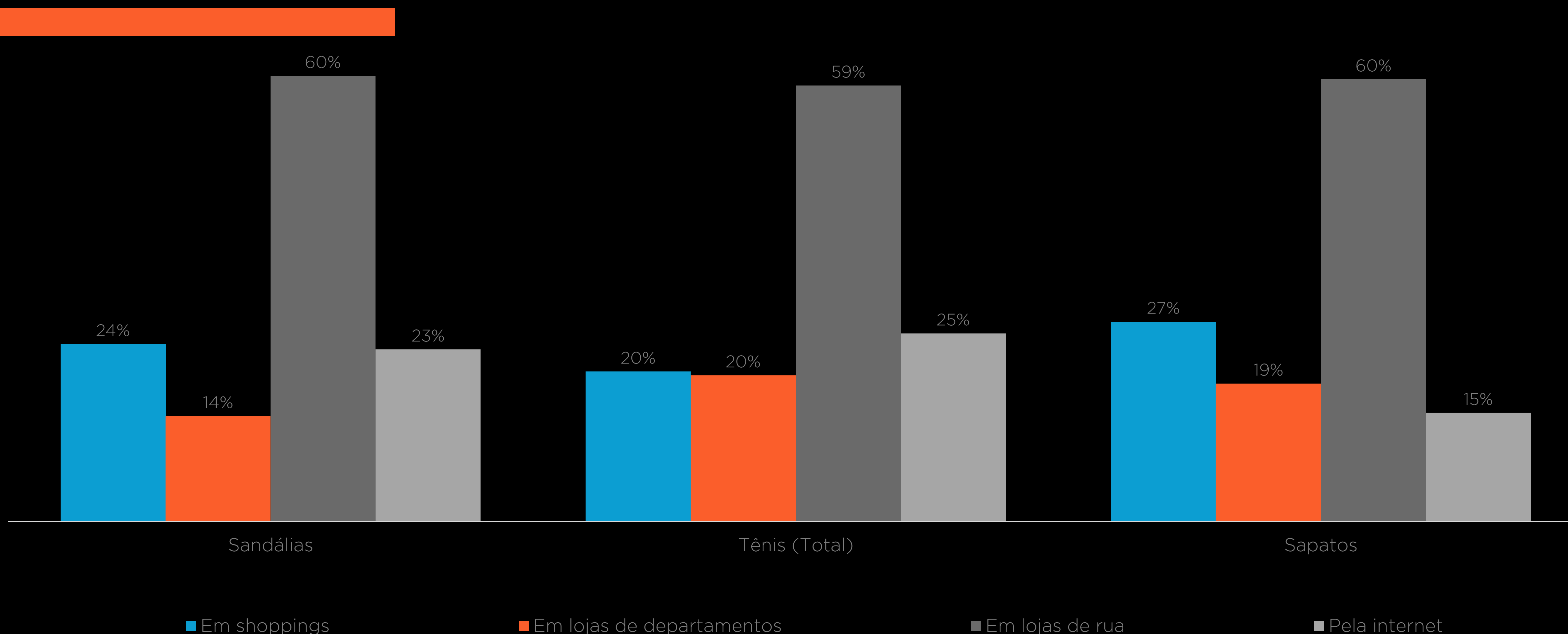
Fonte: Kantar Ibope Media Instar Analytics, RM Florianópolis – Fev/2022. Total individual

AFINIDADE POR TIPO DE CALÇADO E CLASSE.

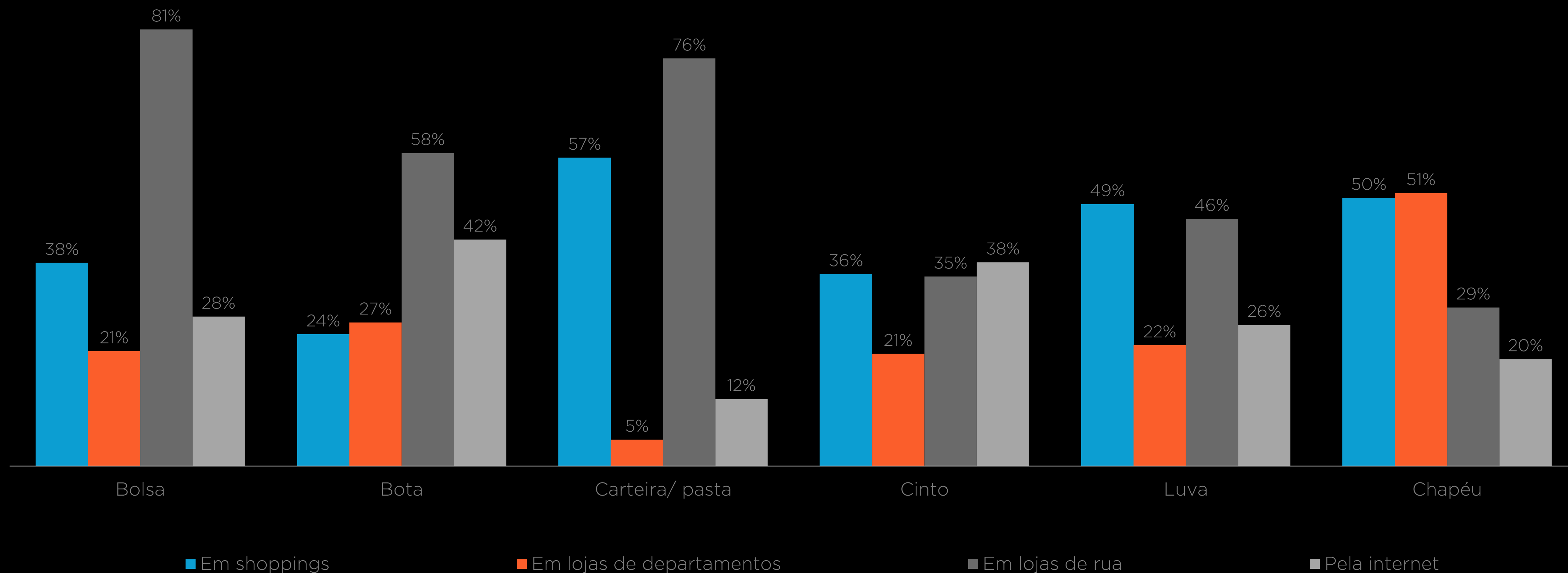


População de interesse;;
Afinidade: Percentual de pessoas da classe que pretendem comprar o tipo de calçado/ Percentual de
pessoas da classe que compraram calçados nos últimos 12 meses.
Fonte: Kantar Ibope Media TGI 2021, RM Florianópolis

LOCAIS DE COMPRA DE CALÇADOS



LOCAIS DE COMPRA DE ACESSÓRIOS



TARGETS



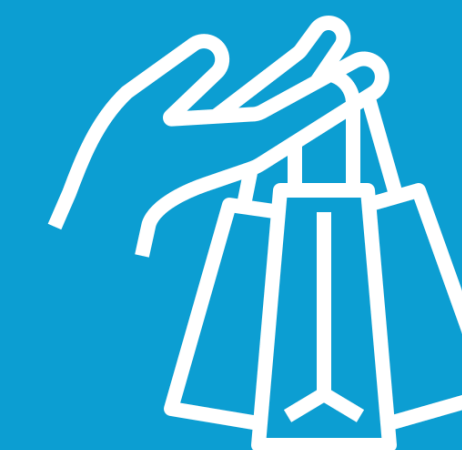
Calçados Femininos

CLASSE B
25 A 55 ANOS
CASADAS COM FILHOS
CONSUMIDORA PRÁTICA/
COTIDIANA



Calçados Masculinos

CLASSE A
25 A 44 ANOS
CASADOS COM FILHOS
CONSUMIDOR GOURMET



Acessórios

CLASSE A
20 A 24 ANOS
DESPREOCUPADA
CONSUMIDORA GOURMET

SAZONALIDADE **COMERCIAL**

- 1º** Setembro: Mudanças de coleções
(Saldos de Outono/Inverno e lançamentos Primavera/Verão)
 - 2º** Dezembro: Natal e 13º salário
 - 3º** Janeiro: Verão/Férias/Saques de final de ano.
-

