



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA DA
INDÚSTRIA DO
VESTUÁRIO

ESTUDO SETORIAL E DIAGNÓSTICO:
Desafios e Oportunidades para o
Polo da Moda e Confecções
do Bom Retiro – SP

Novembro | **2025**



Inteligência
de Mercado

 **Posicionamento**
www.iemi.com.br



Quem somos

O IEMI é uma empresa privada, com **40 anos** de atuação, com larga experiência e altamente reconhecida nos mercados em que atua, incluindo projetos **na indústria, no varejo e no consumo.**

O que fazemos

Detentora do mais completo e atualizado banco de dados sobre os principais mercados de **bens de consumo, insumos e setores industriais no Brasil**, a empresa é especializada no desenvolvimento de **pesquisas de consumo, inteligência de mercado e estudos setoriais**, voltados ao embasamento de estratégias empresariais e políticas setoriais.



INDUSTRIA | VAREJO

Mercado de vestuário no Brasil

Tamanho da indústria de vestuário em geral | 2024



Produção Local (sell-in)

R\$ 170,7 bilhões

Em 2024

+6,5%
sobre
2023



20,8 mil unidades produtivas (-1,3%)

937,7 mil de pessoas ocupadas (+0,2%)



5,4 bilhões de peças produzidas no país (+4,0%)

1,4 bilhão de peças importadas (+8,5%)

37 milhões de peças exportadas (-0,7%)

6,7 bilhões de peças consumidas (+4,9%)



Tamanho do varejo de vestuário em geral | 2024



Consumo no varejo (sell-out)

R\$ 294,9 bilhões

Em 2024

+5,8%
sobre
2023



213 milhões de habitantes (+0,8%)

R\$ 1.387 é o consumo *per capita* ano (+4,9%)



6,2 bilhões de peças vendidas (+3,4%)

79% delas confeccionadas no Brasil

154,9 mil PDVs especializados (+1,0%)

R\$ 27,0 bilhões pelo e-commerce (9,6% do total)

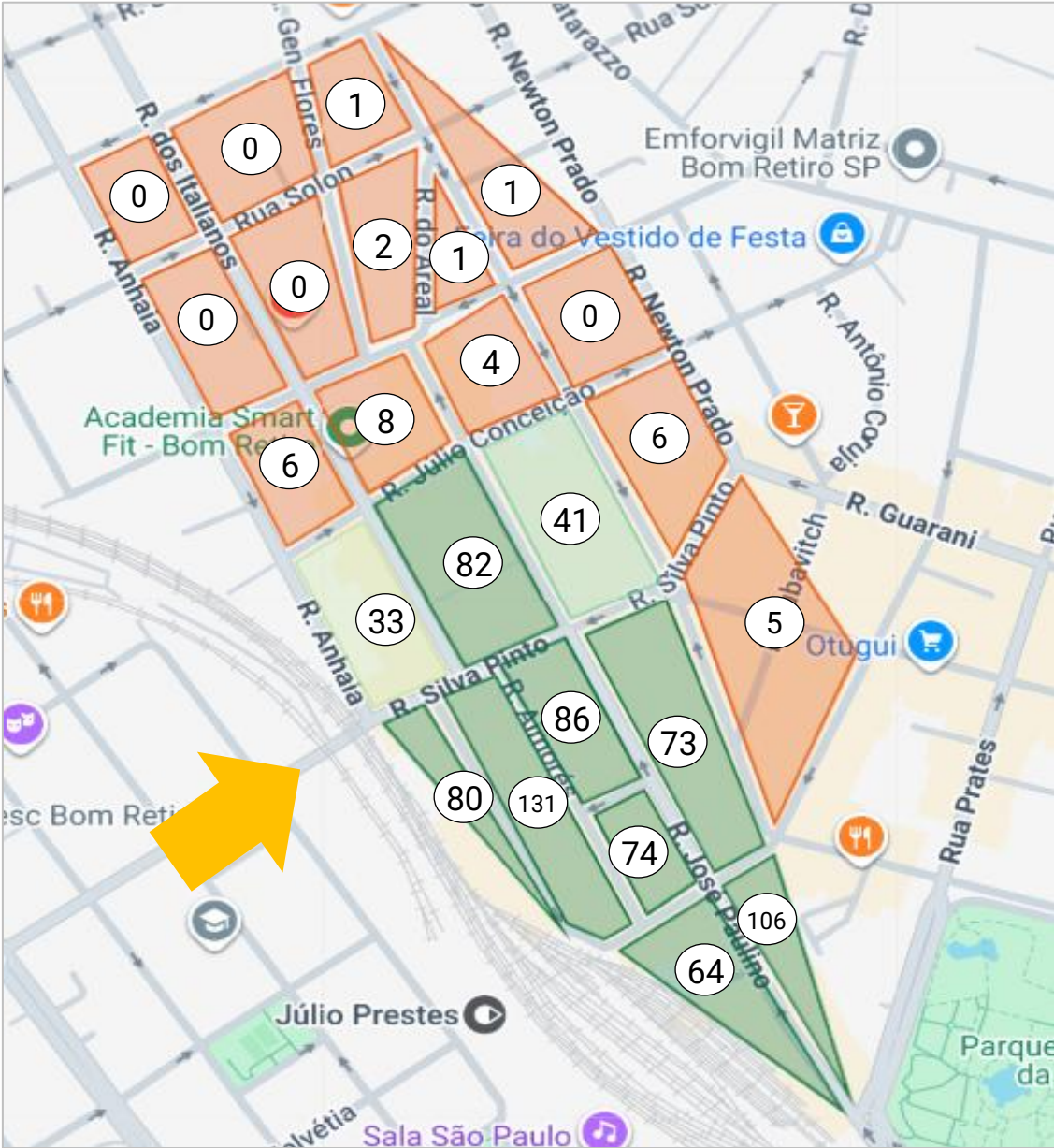




CENSO | BOM RETIRO

visão geral das empresas instaladas no Polo
(indicadores auditados "in loco" | 804 lojas)

Mapa Geral da
Região Auditada:



Fonte: IEMI

Lojas de Vestuário:

757 Empresas

804 PDVs

86,6% das lojas de vestuário do bairro do Bom Retiro se concentram em 8 setores (verde mais escuro)

- Acima de 8% dos PDVs
- 5% dos PDVs
- 4% dos PDVs
- Abaixo de 1% de PDVs

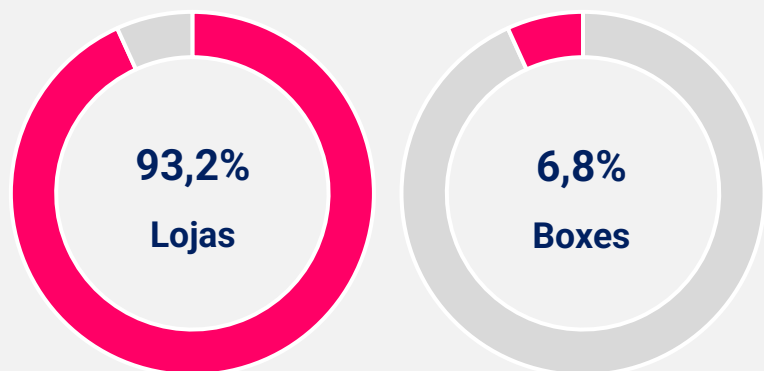


Lojas de Vestuário:

757 Empresas

804 PDVs

Tipo de estabelecimento comercial:

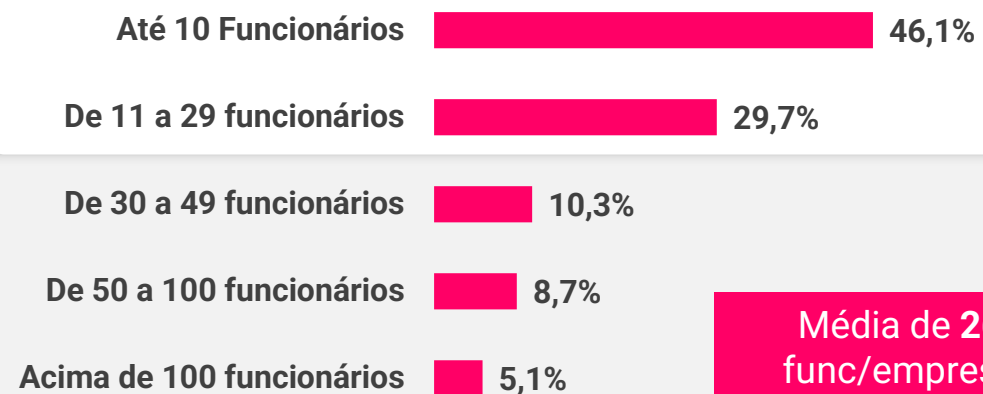


Nº Lojas = 804
pesquisadas

Perfil do negócio:



Funcionários:



Média de 26
func/empresa

Censo | Linhas de vestuário fabricadas | Polo confeccionista do Bom Retiro



% das empresas que fabricam a linha

Moda Feminina 87,3%

Moda Casual 20,9%

Moda Masculina 7,8%

Moda Social 7,3%

Moda Festa 7,1%

Moda Íntima 2,4%

Moda Bebê 2,0%

Moda Infantil 2,0%

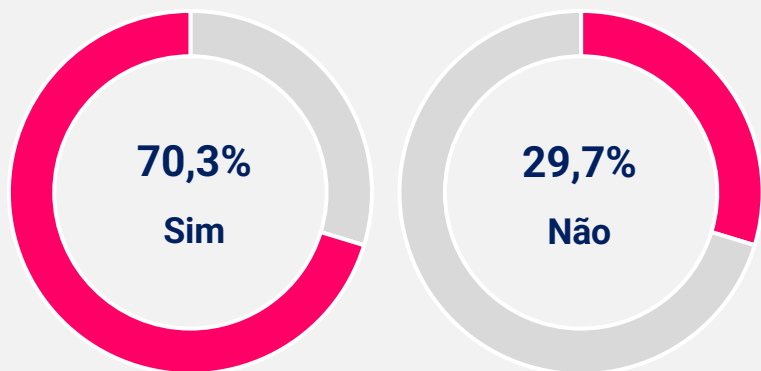
Outras linhas 7,7%

Nº Lojas = 804
pesquisadas



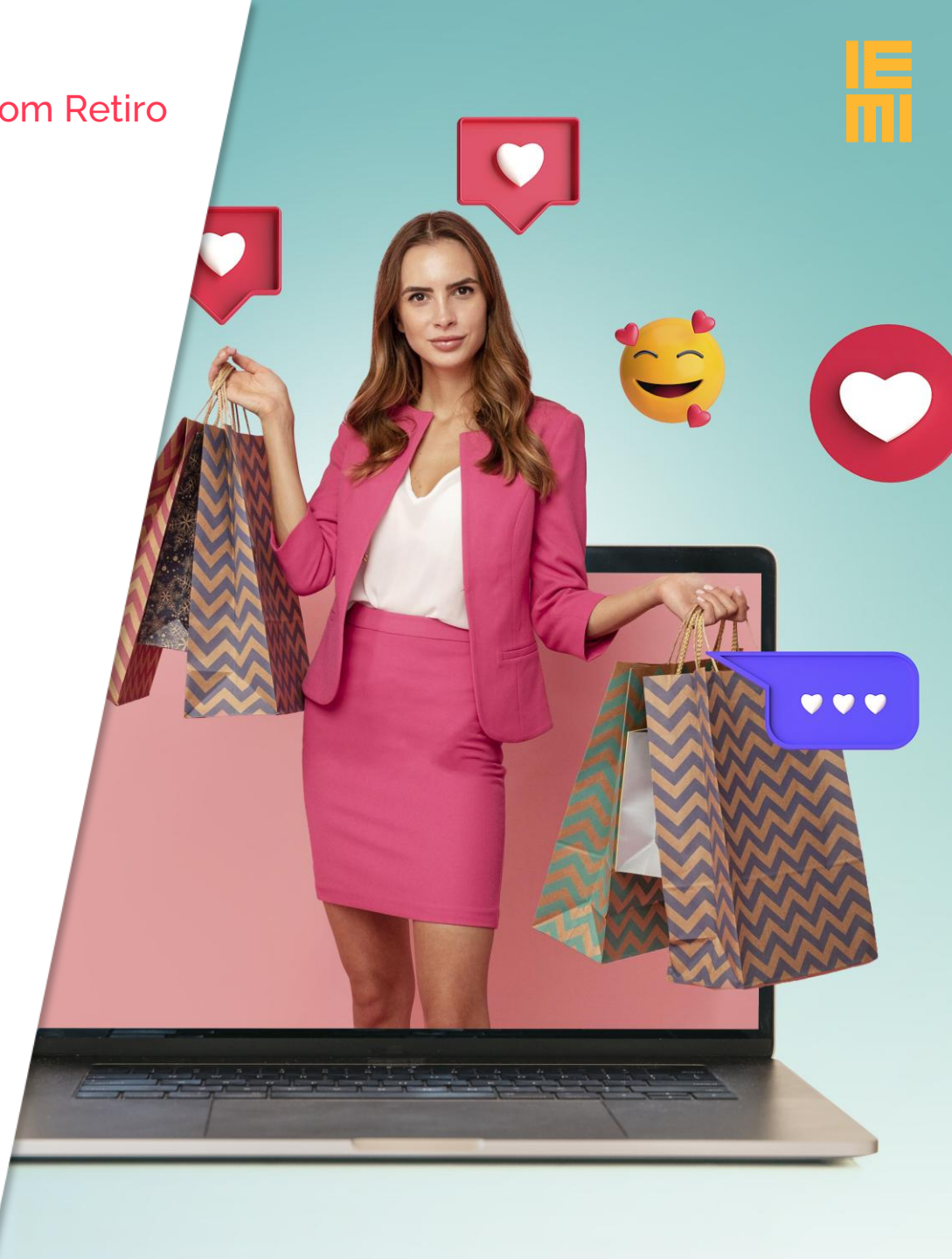
E-commerce das lojas de vestuário | Polo confeccionista do Bom Retiro

Possui e-commerce:



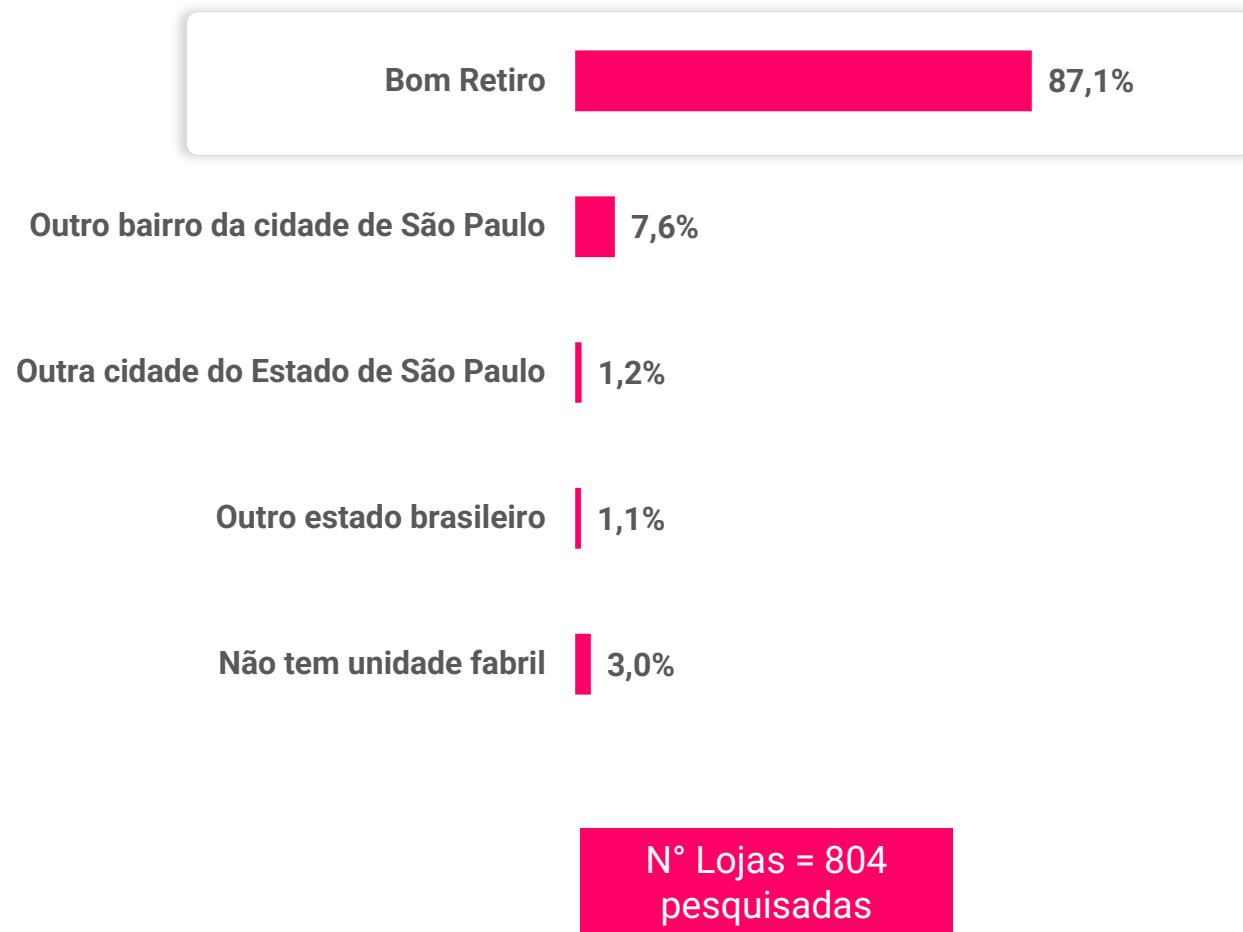
Grande parte das lojas de vestuário do bairro do Bom Retiro afirma já operar no comércio digital: **70,3%** delas diz vender seus produtos via internet, enquanto que **29,7%** ainda não o faz.

Nº Lojas = 804
pesquisadas



Localização da unidade de produção | Polo confeccionista do Bom Retiro

% das unidades produtivas



A grande maioria das lojas do polo confeccionista do Bom Retiro possui produção de seus produtos localizada no próprio bairro.

Essa concentração representa um polo de confecção consolidado, com mão de obra, infraestrutura e fornecedores locais.

Dessa forma, demonstra um modelo de negócio fortemente centralizado, com foco em agilidade, controle de qualidade e redução de custos logísticos.



POLO DO BOM RETIRO

grandes números da produção e relevância no
setor (resultados inferidos | censo + amostra)

Panorama econômico do polo Bom Retiro | 2025 - Vestuário



Produção Local (sell-in)

R\$ 5,3 bilhões

Em 2025



757 empresas



780 unidades fabris de confecção



19,4 mil funcionários²

26 funcionário por empresa (média)



50,5 milhões de peças produzidas ano

+9,2% sobre 2024 (estimativa das empresas)

66,7 mil peças por empresa ano (média)

Notas:

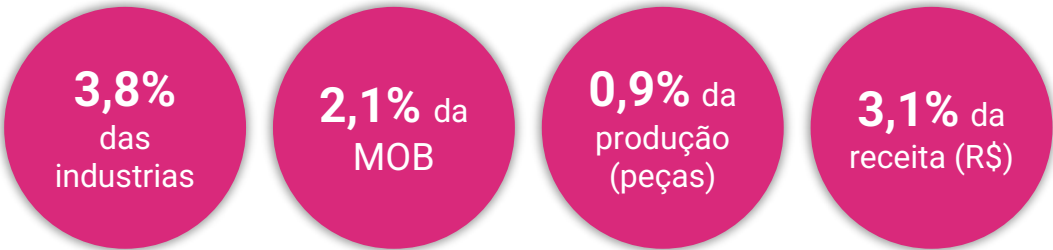
(1) Considerados os funcionários contratados em regime de CLT, temporários e terceirizados (fábrica e lojas)

Fonte: Amostra pesquisada | Elaboração: IEMI

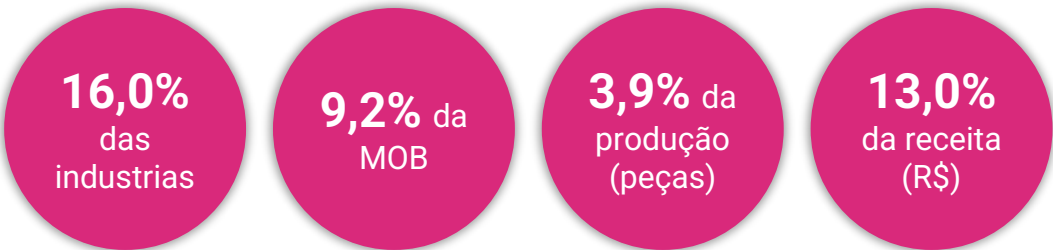


Relevância do Polo do Bom Retiro | 2025

Participação sobre o Setor de Vestuário do BRASIL



Participação sobre o Setor de Vestuário do ESTADO DE SP

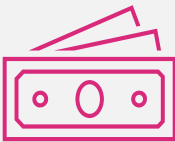


E nas Roupas Femininas Adulto | Brasil vs. Bom Retiro



3,3% de participação em peças

Brasil:
1,4 bilhões de peças produzidas
Bom Retiro:
46 milhões de peças produzidas



6,4% de participação em R\$

Brasil:
R\$ 75,3 bilhões de receita na produção
Bom Retiro:
R\$ 4,8 bilhões de receita feminino

Relevância na Moda Feminina | 2025



Produção de Roupas Femininas Adulto | Brasil vs. Bom Retiro



Brasil: 1,4 bilhões de peças produzidas

Bom Retiro: 46 milhões de peças produzidas

Representatividade: **3,3%**



Brasil: R\$ 75,3 bilhões de receita na produção

Bom Retiro: R\$ 4,8 bilhões de receita na moda feminina

Representatividade: **6,4%**

O polo do Bom Retiro produz majoritariamente a moda feminina, o que representa 3,3% da produção nacional, onde são produzidas 1,4 bilhões de peças.

Em valores (R\$), o polo do Bom Retiro fatura R\$ 4,8 bilhões, isto representa 6,4% do total Brasil em peças femininas.

Notas: Na moda feminina estão excluídas moda íntima, meia e dormir, profissional e moda praia

Fonte: Amostra pesquisada | Elaboração: IEMI



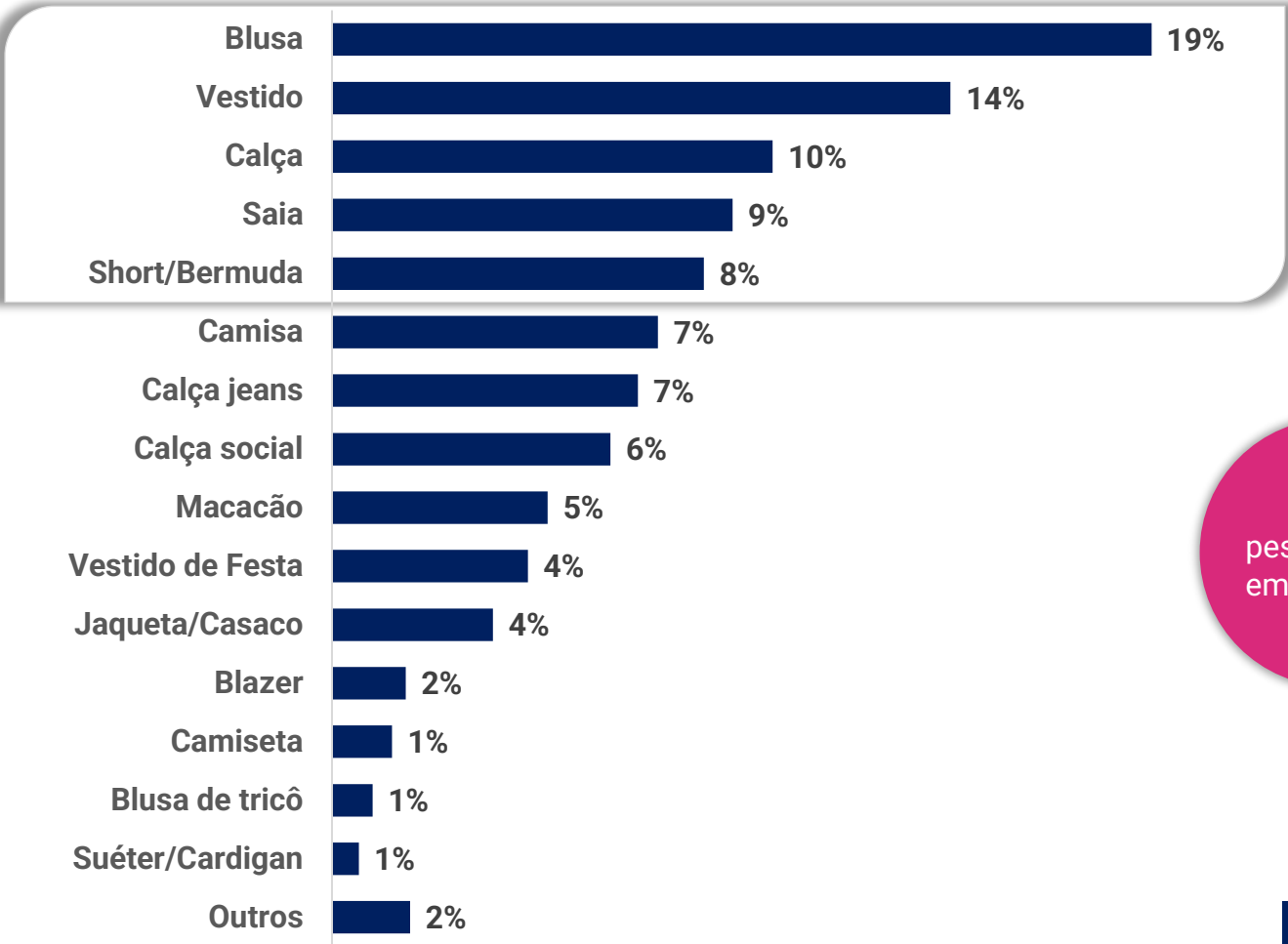
A woman wearing a dark blue baseball cap is focused on sewing a piece of bright pink fabric using a white industrial sewing machine. The background is a blurred factory floor with other workers in similar caps and equipment.

PRODUÇÃO E VENDAS

perfil de produção e comercialização das
empresas do Polo (resultados amostrados)

Produção por categoria de produto | 2025

% dos produtos comercializados:



200
pesquisadas
em profundi-
dade

Quanto à produção das confecções do Bom Retiro por categoria de produto, observa-se que cinco itens concentram 60% do volume total produzido. Blusas representam 19%, vestidos 14%, calças 10%, saias 9% e shorts/bermudas 8%.

Na sequência, aparecem produtos como camisa e calça jeans (ambos com 7%), calça social (6%) e macacão (5%), que, embora com menor participação individual, ainda representam parcelas relevantes da produção.

Os demais produtos correspondem aos 14% restantes da produção.

Confecções Produtoras
Amostra = 200

Preços e margens das principais linhas no atacado e varejo | 2025 (R\$ por peça e canal de venda)



Linhas de Produto	Preços médios (R\$ / Peça)		
	Atacado	Varejo	Margem
Vestido de Festa	432,65	780,52	80%
Blazer	258,46	464,92	80%
Suéter/Cardigan	206,99	422,33	104%
Vestido	185,55	305,10	64%
Jaqueta/Casaco	175,89	259,53	48%
Macacão	172,73	259,54	50%
Calça social	150,15	218,25	45%
Calça jeans	144,10	215,03	49%
Blusa de moletom	142,36	232,25	63%
Calça de moletom	142,36	232,25	63%
Calça	139,92	202,75	45%
Saia	128,31	193,30	51%
Camisa	119,86	178,52	49%
Blusa de tricô	116,55	234,49	101%
Short/Bermuda	111,08	153,74	38%
Blusa	103,19	158,92	54%
Camiseta	81,64	85,50	5%
Outros	111,00	175,38	58%
Média Geral	146,94	223,93	52%

Quando são analisados os preços praticados pelas empresas de vestuário do polo confeccionista do Bom Retiro, pode-se observar que, na média geral, a margem adicional praticada nas vendas a varejo, em relação aos preços de atacado é da ordem de 52%, onde os artigos que obtêm a melhor margem adicional, com 104% e 101%, são suéter/cardigan e blusa de tricô, respectivamente.

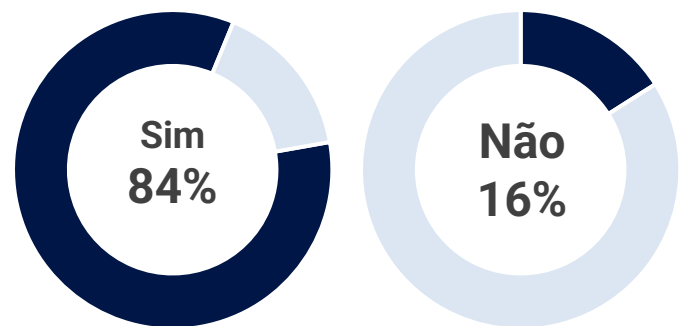
O **Vestido de Festa** destaca-se como o item de **maior valor agregado**, com preço médio de **R\$ 432,65 no atacado** e **R\$ 780,52 no varejo**. Esse dado indica que se trata de uma peça com **alto custo de produção**, devido à utilização de tecidos e acabamentos mais sofisticados, voltada para um **público específico e de maior poder aquisitivo**.

Entre os **principais produtos produzidos (blusas, vestidos e calças)**, com ocorrência de margens de lucro que variam de 54%, 64% e 45%, respectivamente.

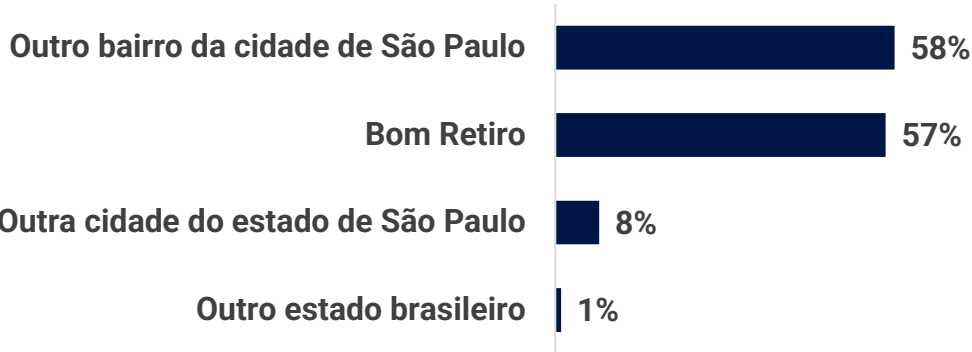
Confeções Produtoras
Amostra = 200

Etapas de terceirização da produção | 2025

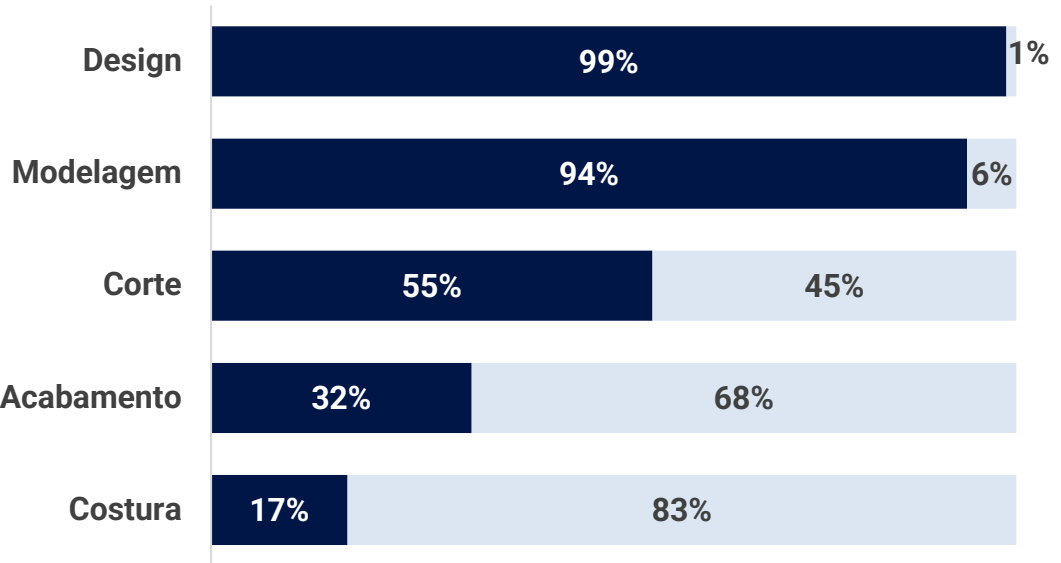
% das empresas do Polo:



Localização das oficinas terceirizadas (% das empresas):



Grau de Terceirização | % das peças:



■ Confecção Própria (%/peças) ■ Oficinas Terceirizadas (%/peças)

Confecções Produtoras
Amostra = 200

Como agregam valor ao produto | 2025

% das empresas:



Em (%) Confeções Produtoras
Amostra = 200



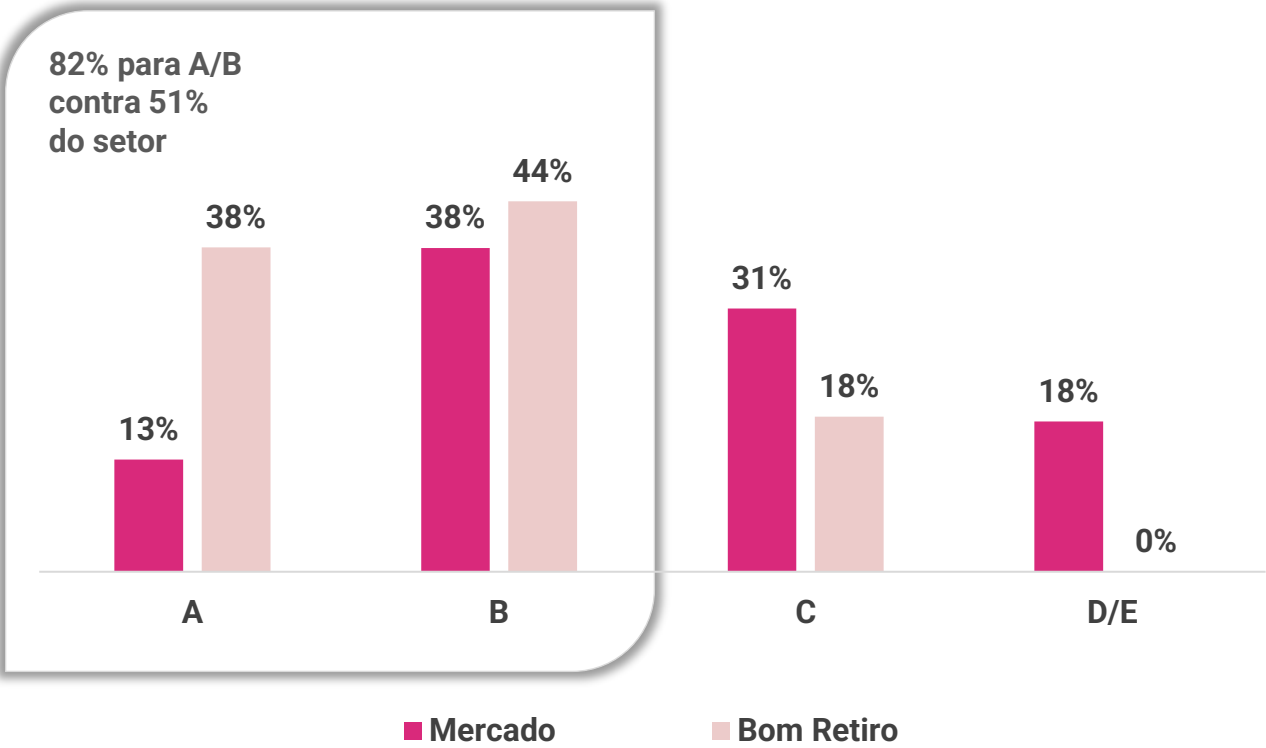


PERFIL DA COMERCIALIZAÇÃO

das confecções do Bom Retiro

Mercado alvo por poder de compra | 2025

% das vendas das empresas:



No Bom Retiro, as **classes A (38%) e B (44%) somam 82%** do total **das vendas**, demonstrando que o polo confeccionista tem um público majoritariamente de maior poder aquisitivo. Isto demonstra que o comércio local está voltado para produtos de maior valor agregado, com foco em moda de qualidade, design e diferenciação, características compatíveis com consumidores de alta renda.

Comparativamente, no mercado nacional, essas mesmas classes somam 51% (A: 13%, B: 38%), o que reforça o posicionamento qualificado do Bom Retiro em relação à média do país.

% das vendas das empresas:



Os **lojistas especializados** representam quase **metade do escoamento da produção (45%)**, sendo o principal público-alvo. Esse resultado demonstra uma **forte orientação B2B (business to business)**.

O segundo maior público é o de **sacoleiras e revendedoras**, com **28%** das vendas. Esse grupo tem grande importância em mercados de moda.

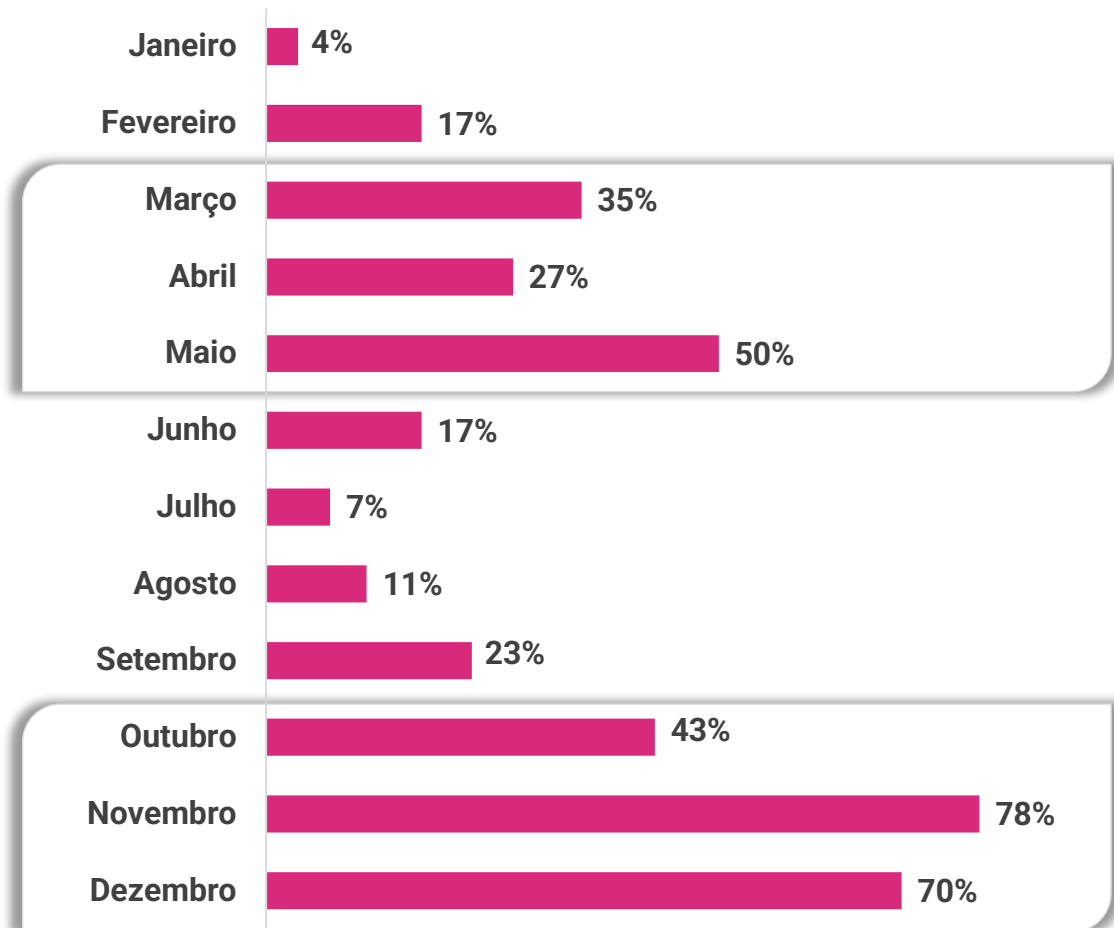
O **consumidor final** representa **22%**, mostrando que a empresa também atua com **vendas diretas (B2C)**. Esse percentual revela uma diversificação saudável do público, reduzindo a dependência exclusiva de revendas e intermediários.

Notas: (1): Departamento de moda (Ex: C&A, Renner, Riachuelo, etc.) multimarcas, boutique, loja de bairro, franquia)
(2): Venda a outras lojas de atacado para revenda a varejo
(3): Departamento (Ex: Casas Pernambucanas, e hipermercado (Ex: Carrefour, etc)
(4): Hotéis, pousadas, clínicas, laboratórios, empresas, etc

Fonte: Amostra pesquisada | Elaboração: IEMI

Principais épocas de venda para as empresas do Polo | 2025

% das citações das empresas:



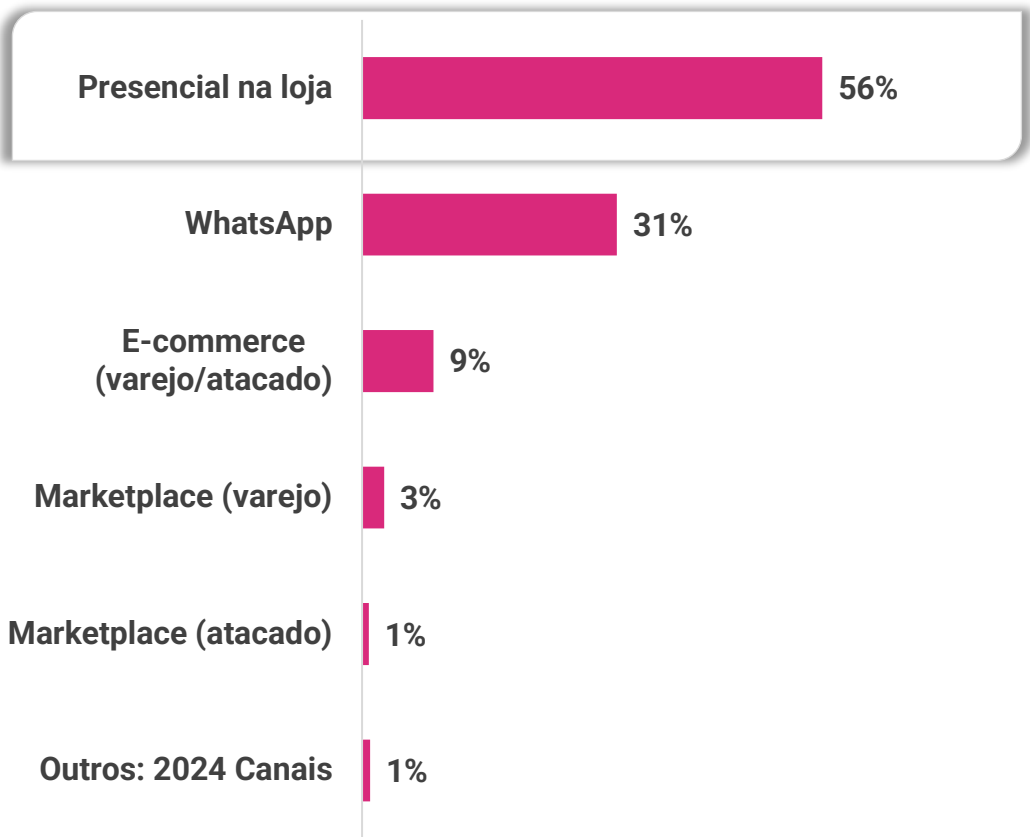
Analisando os picos de vendas de vestuário por época do ano, no polo confeccionista do Bom Retiro temos:

As vendas de vestuário ao longo do ano revela um comportamento sazonal bastante marcante. Observa-se que os maiores picos de vendas ocorrem nos meses de **novembro (78%) e dezembro (70%)**, o que pode ser atribuído às compras de fim de ano, impulsionadas por eventos como a Black Friday e o Natal. Esse período é tradicionalmente o mais aquecido para o setor, refletindo um aumento expressivo no consumo motivado por promoções e pelas festividades.

Outro ponto de destaque é o **mês de maio (50%)**, que também apresenta um pico significativo, relacionado ao Dia das Mães e o mês das noivas, datas importantes para o comércio de moda, tanto em roupas femininas quanto em presentes de vestuário.

(%) Confeccções Produtoras
Amostra = 200

% das vendas das empresas:

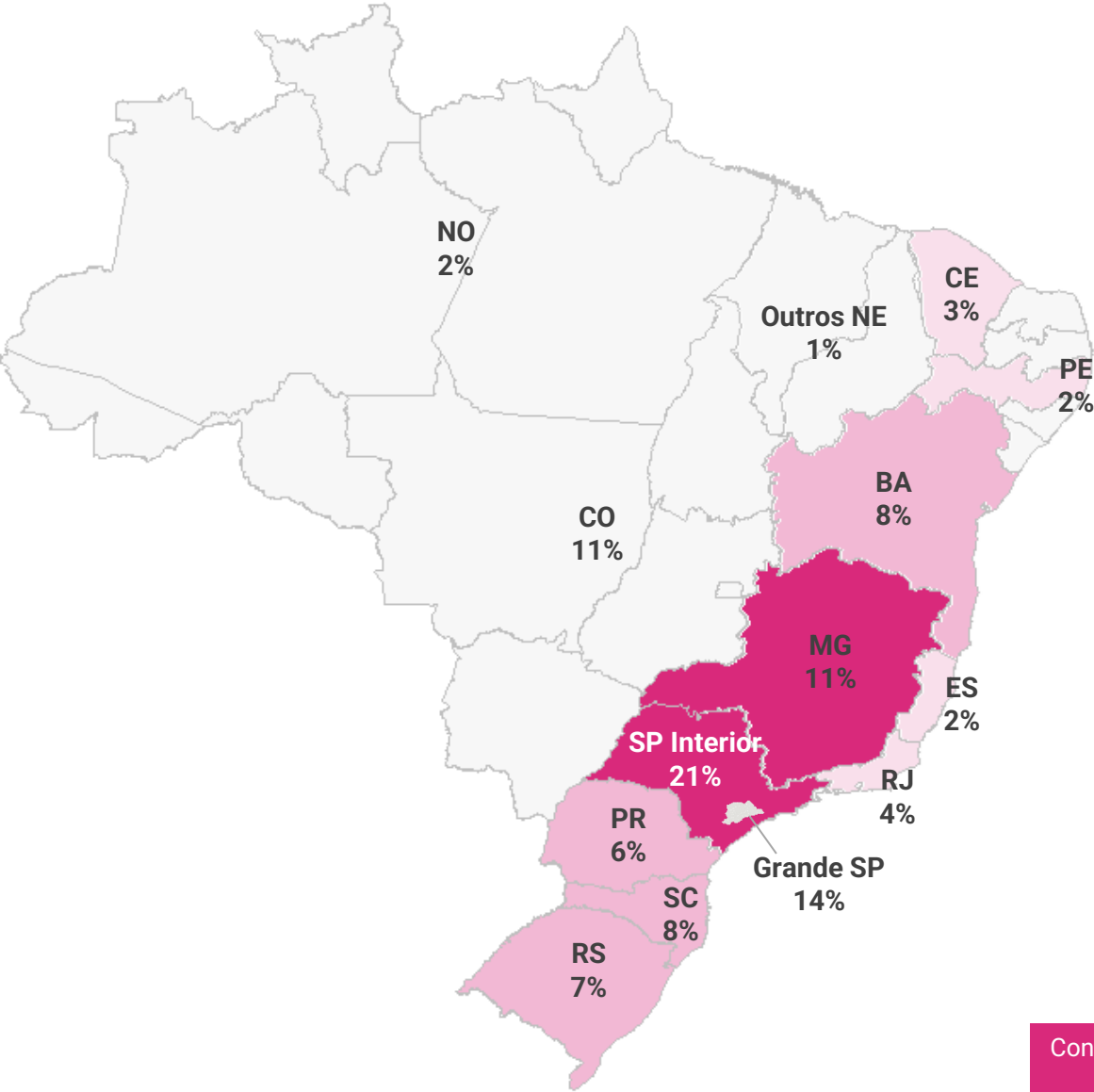


O canal **presencial na loja** representa **56%** do total, sendo o principal meio de comercialização. A maioria dos consumidores ainda mantém uma forte dependência do contato direto com o produto, o que está associado a características do próprio produto (ex.: necessidade de experimentação, atendimento personalizado ou compra por impulso) e à confiança no relacionamento físico com a loja.

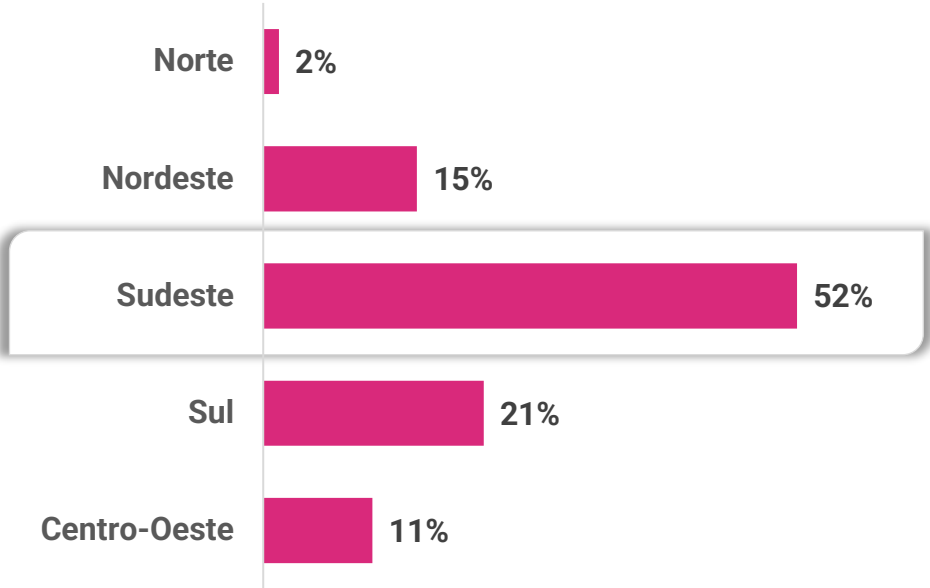
O **WhatsApp** aparece em **segundo lugar**, com **31%**, demonstrando um canal digital de **grande relevância**. Esse percentual expressivo demonstra como o aplicativo se consolidou como **ferramenta de vendas e relacionamento**, combinando praticidade, agilidade no atendimento e proximidade com o cliente. Pode ser visto como uma extensão do canal presencial, funcionando como um meio híbrido entre o físico e o digital.

(%) Confecções Produtoras
Amostra = 200

Distribuição das vendas por região | 2025



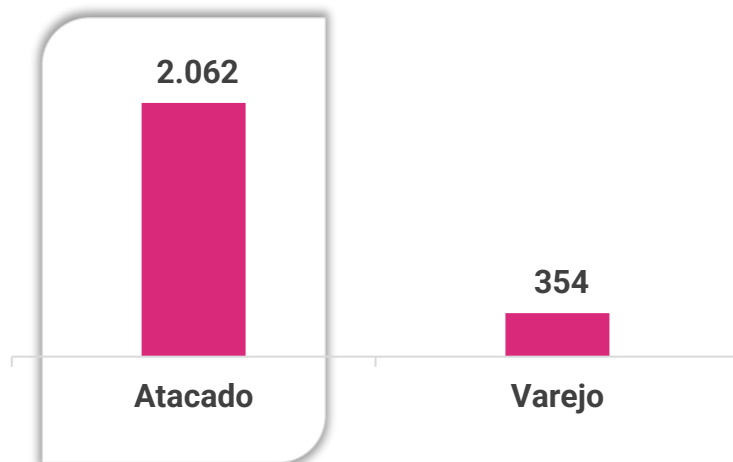
As vendas realizadas pelas confecções do bairro do Bom Retiro indica uma concentração de **35%** no estado de São Paulo. Considerando toda a região Sudeste, esse montante alcança **52%**, enquanto a região Sul totaliza **11%** das vendas e o Nordeste, outros 15% do total.



Confecções Produtoras
Amostra = 200

Ticket médio por compra dos clientes | 2025

Em R\$ por compra:



A informação do gráfico acima indica uma diferença significativa entre o **ticket médio** nas vendas das lojas do Polo, nas modalidades **de atacado e varejo** para as confecções. No **atacado**, o valor médio registrado é de **R\$ 2.062**, enquanto no **varejo** é de **R\$ 354**.

Essa discrepância é esperada, considerando que o **modelo de vendas por atacado envolve compras em maior volume**, geralmente realizadas por revendedores, lojas multimarcas ou distribuidores, o que eleva o valor total das transações. Já no varejo, as vendas são feitas diretamente ao consumidor final, com quantidades menores por compra e valores unitários mais baixos.

Confecções Produtoras
Amostra = 200

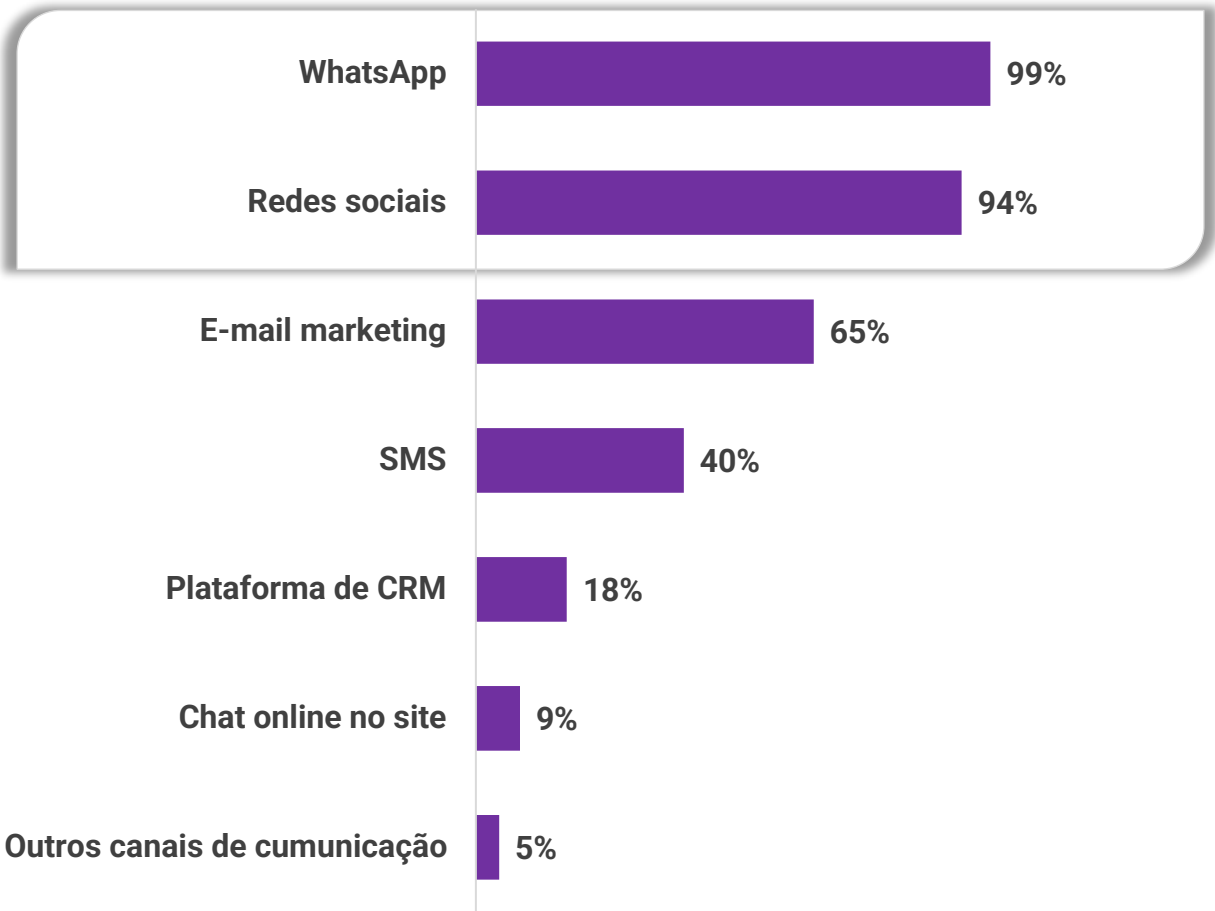


COMUNICAÇÃO COM CLIENTES

confeccões do Bom Retiro

Canais de comunicação utilizados com os clientes | 2025

% das empresas:



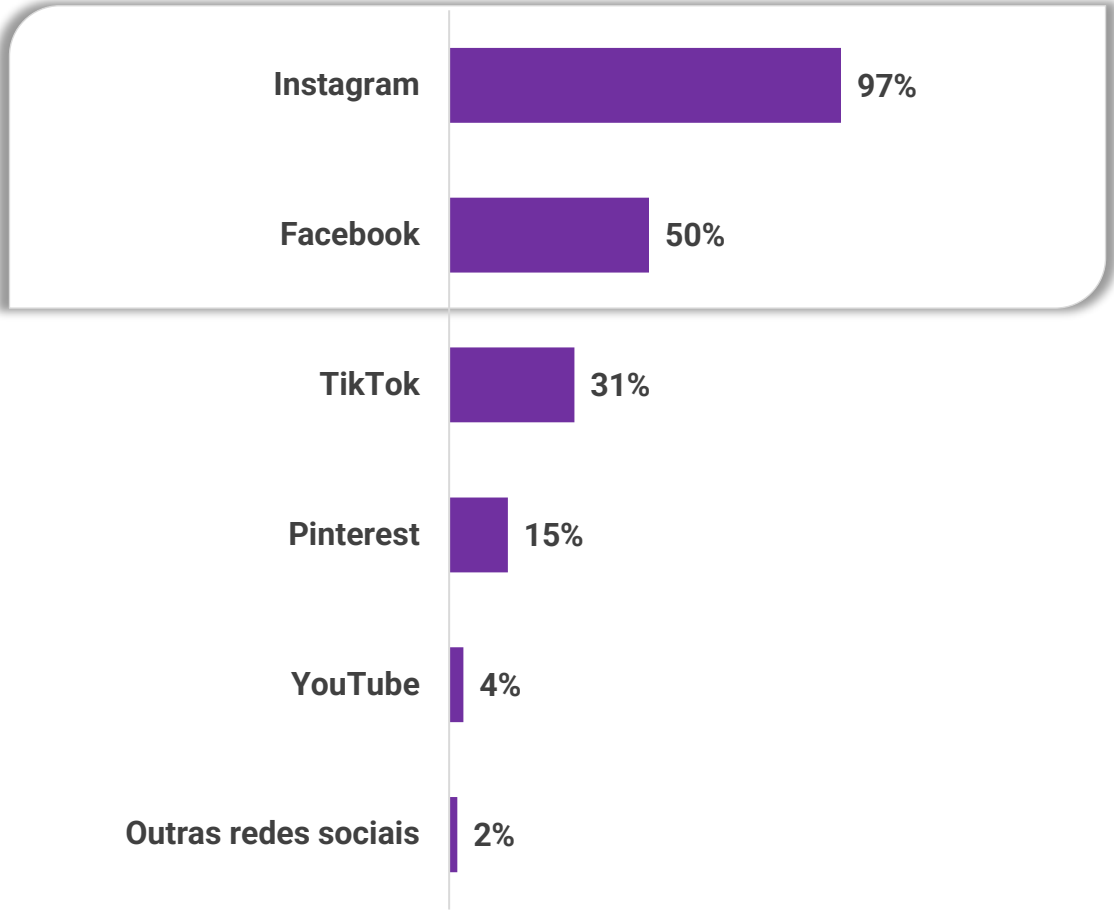
As confecções de roupas do Bom Retiro utilizam, majoritariamente, **canais digitais e de comunicação direta** com os clientes. O **WhatsApp**, mencionado por **99% das empresas**, é o principal meio utilizado, refletindo sua **facilidade, rapidez e ampla aceitação** entre consumidores e empresas. Essa ferramenta consolidou-se como um **canal essencial de atendimento, vendas e relacionamento** no setor de vestuário.

As **redes sociais**, utilizadas por **94% das confecções**, aparecem como o segundo principal canal, reforçando a importância da **presença digital e da interação com o público**. Plataformas como Instagram e Facebook permitem às marcas **divulgar produtos, fortalecer a identidade visual e ampliar o alcance de mercado**.

(%) Confecções Produtoras
Amostra = 200

Redes sociais utilizadas para interagir com os clientes | 2025

% das empresas que usam redes sociais:



% das empresas que utilizam influenciadores digitais:

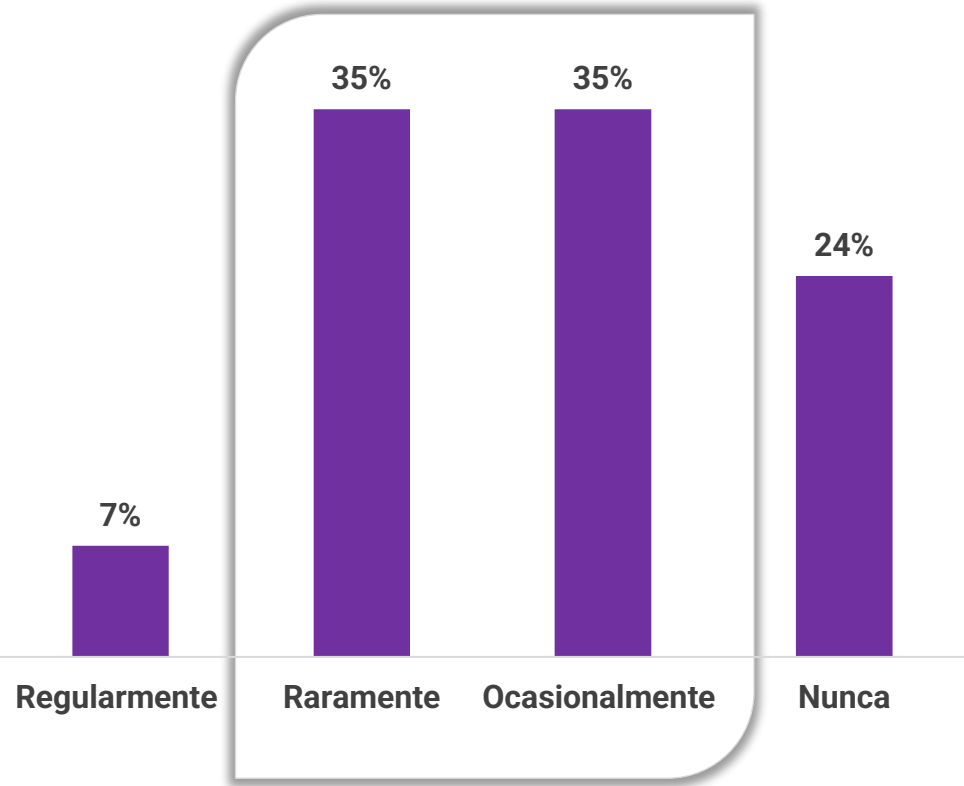


(%) Confecções Produtoras
Amostra = 200

Frequência de eventos presenciais com clientes | 2025

Com que frequência sua loja realiza eventos presenciais para clientes (lançamentos, promoções, experiências)?

% das empresas:



A maioria das confecções de roupas **realiza eventos presenciais de forma esporádica ou não os promove com regularidade.**

35% das empresas afirmam realizar eventos **ocasionalmente**, geralmente em datas comemorativas ou lançamentos de coleções, e outros **35%** dizem fazê-lo **raramente**, o que indica uma prática ainda pontual no setor.

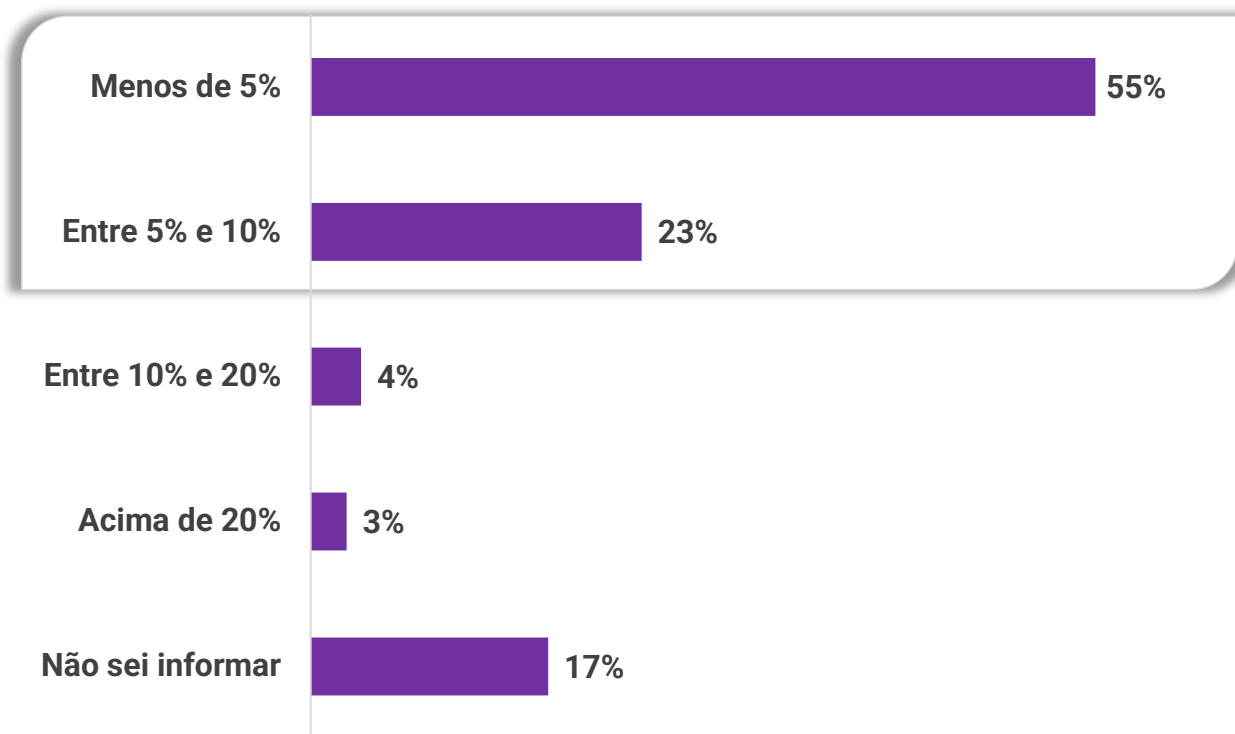
Por outro lado, **24% das confecções nunca realizam eventos presenciais**, evidenciando que quase um quarto das empresas não utiliza esse tipo de ação como estratégia de relacionamento ou marketing. Esse comportamento está associado a limitações de recursos, estrutura física, tempo ou à priorização de canais digitais de comunicação com o público.

(%) Confecções Produtoras
Amostra = 200

Investimento em marketing | 2025

Qual percentual aproximado do faturamento da empresa é investido em marketing?

% das empresas:



(%) Confecções Produtoras
Amostra = 200





SUSTENTABILIDADE

cenário atual nas confecções do Bom Retiro

Programas de sustentabilidade | 2025

Sua empresa possui programas voltados para a sustentabilidade na produção e comercialização de roupas?

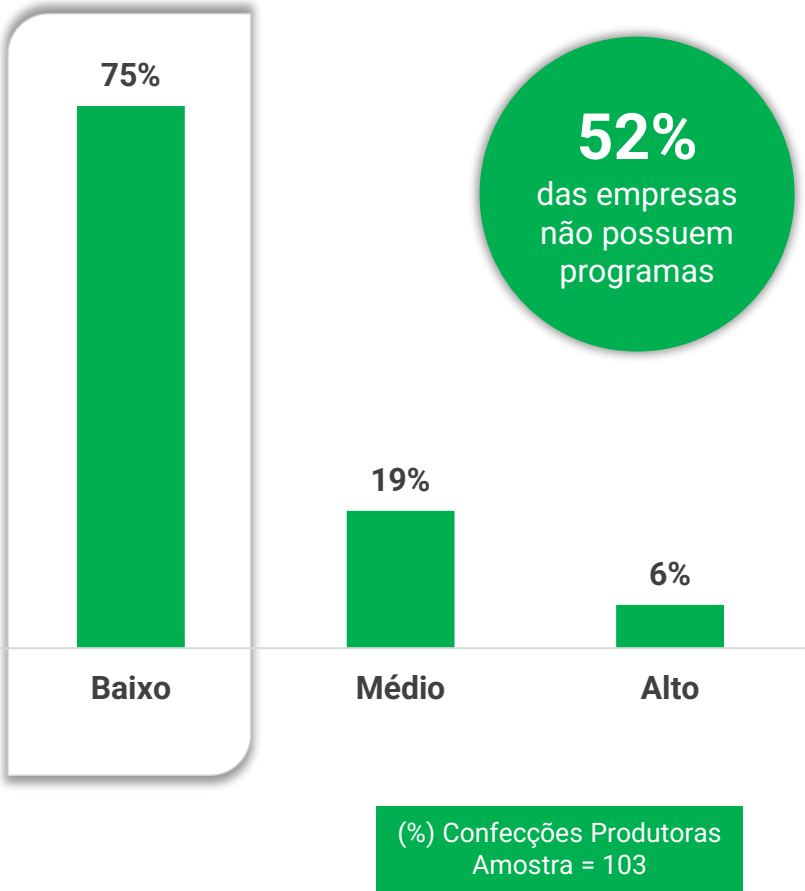


Os resultados demonstram que o setor de confecção de vestuário ainda apresenta uma divisão equilibrada quanto à adoção de programas formais de sustentabilidade, com uma ligeira predominância de empresas que não possuem tais programas (52%).

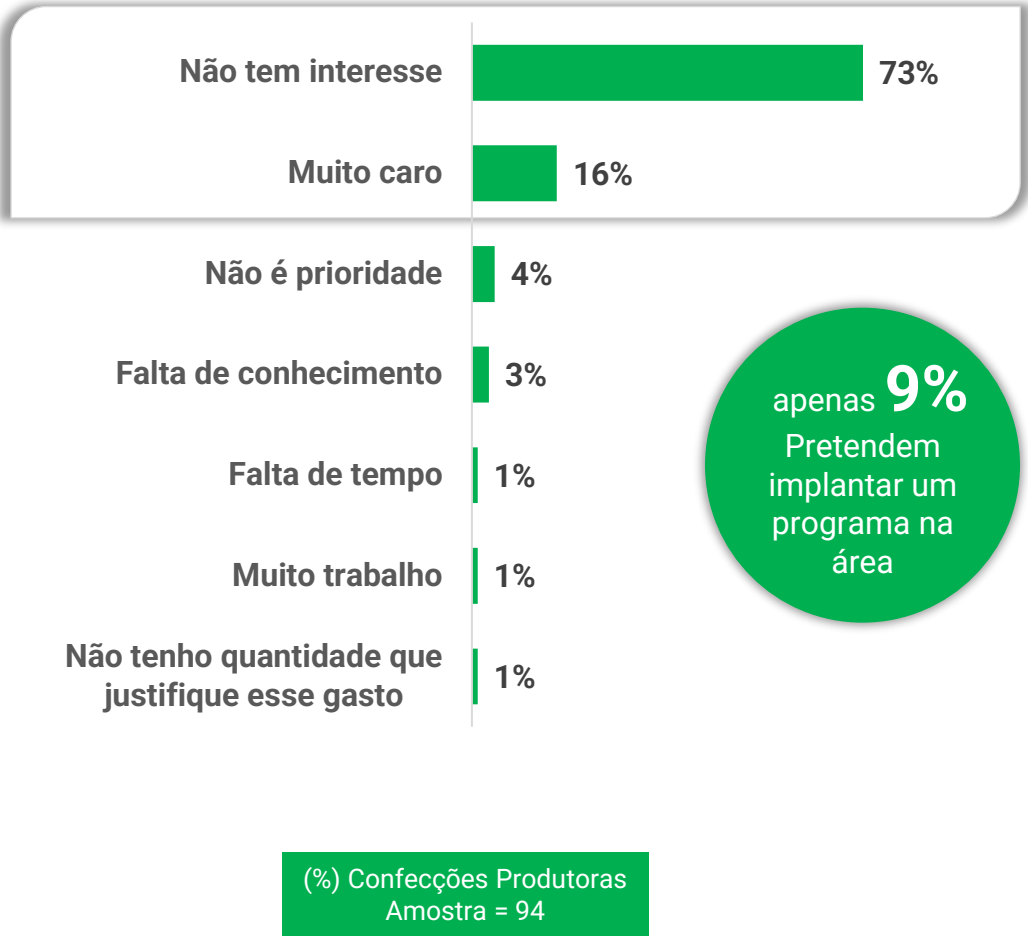
Embora muitas empresas adotem práticas sustentáveis pontuais (como redução de resíduos e economia de recursos), os dados mostram que menos da metade (48%) possui programas estruturados voltados à sustentabilidade. Isso sugere que, para muitas empresas, as ações ainda são isoladas ou não fazem parte de uma estratégia formal.

(%) Confecções Produtoras
Amostra = 200

Interesse nesse tipo de programa | % das empresas:



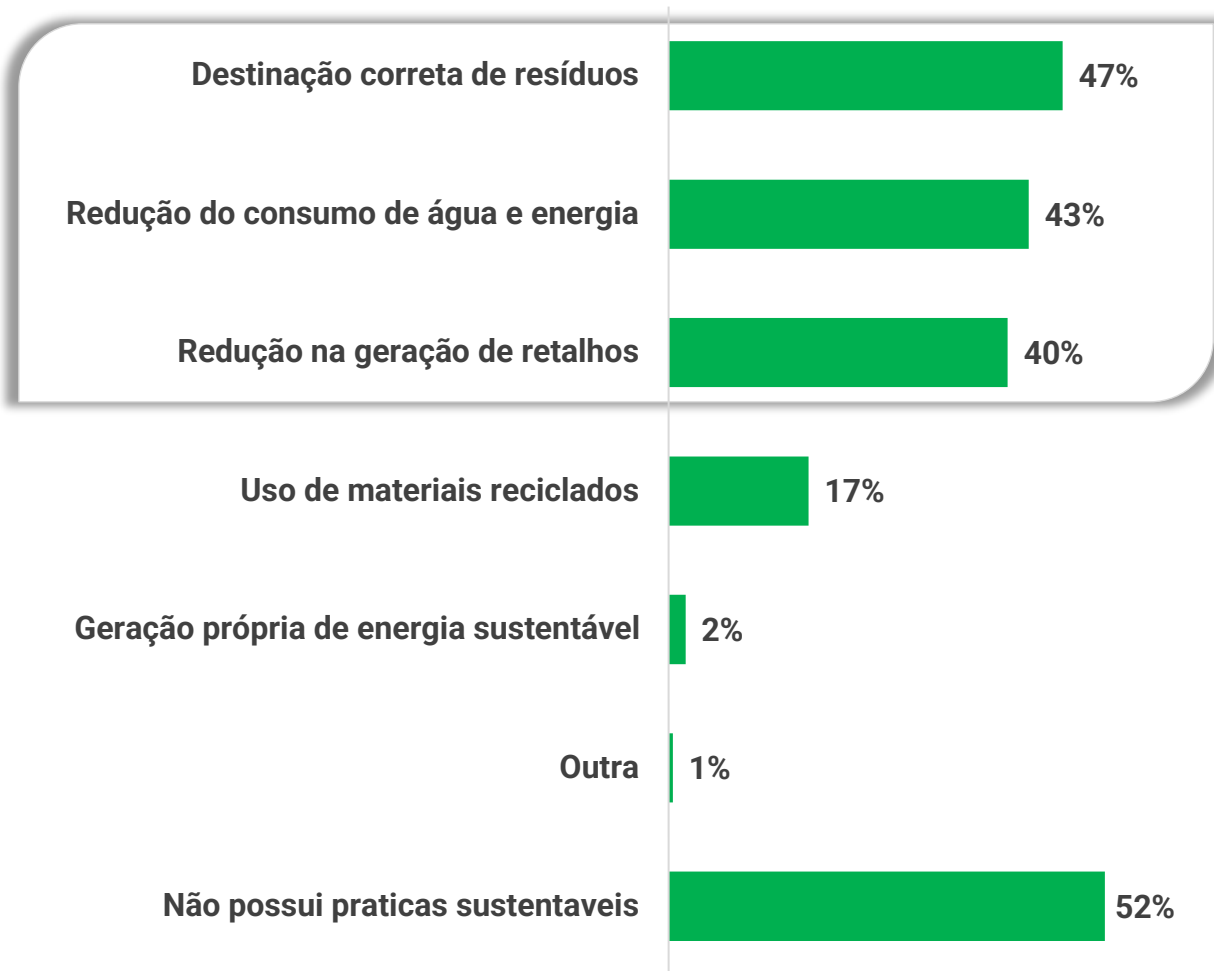
Porque não possuem | % das empresas:



Práticas sustentáveis | 2025 – Empresas que possuem programas de sustentabilidade



Quais práticas sustentáveis possui | % das empresas:



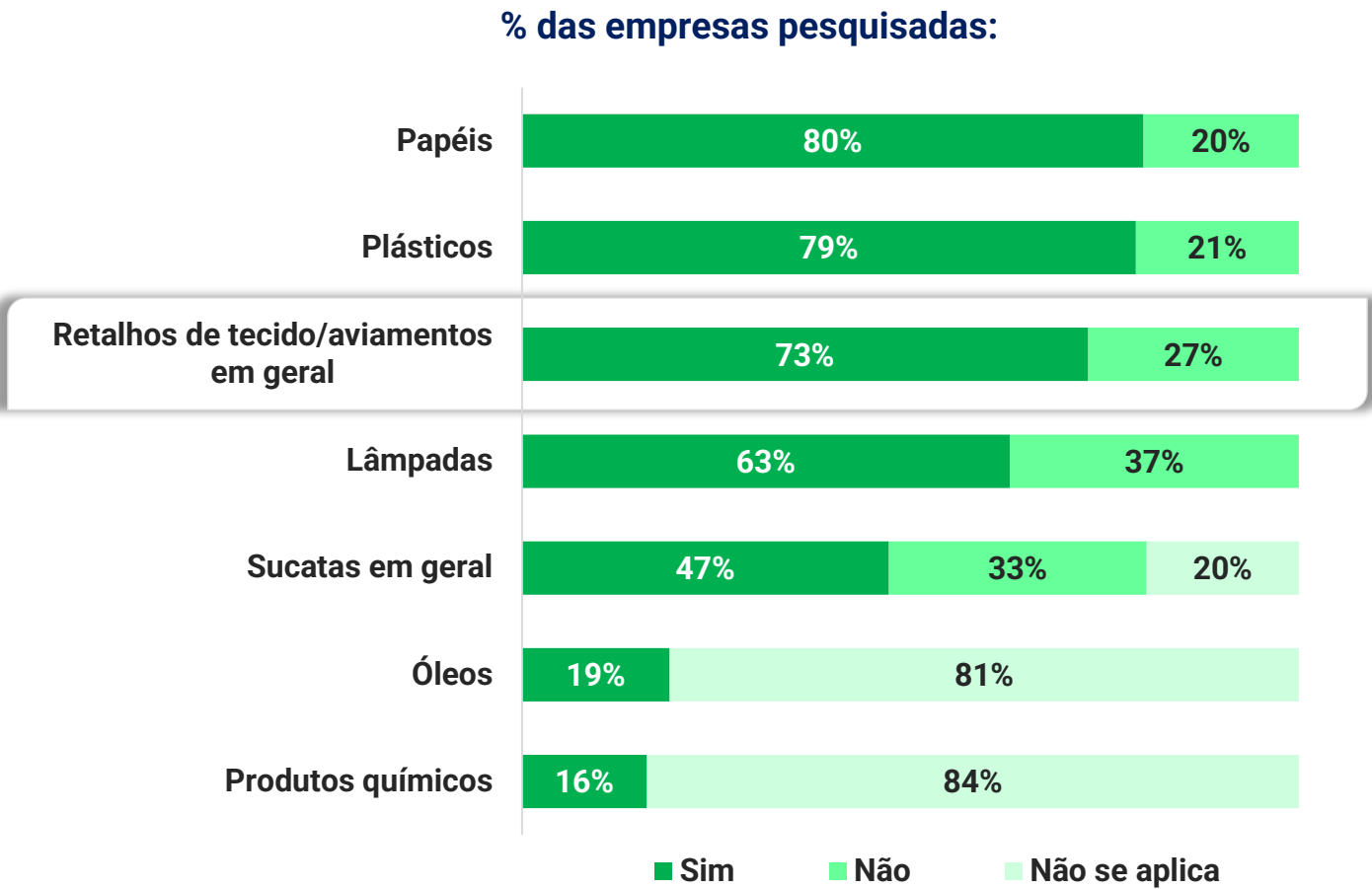
48%
das empresas
possuem
programas

59% dos projetos
estão totalmente
implantados

Destinação correta para resíduos industriais | 2025



Todos os resíduos industriais possuem destinação correta para os diferentes grupos de resíduos?



Embora muitas confecções de roupas adotem práticas de destinação adequada de resíduos, ainda há lacunas importantes na gestão ambiental, especialmente em relação a resíduos específicos e potencialmente poluentes.

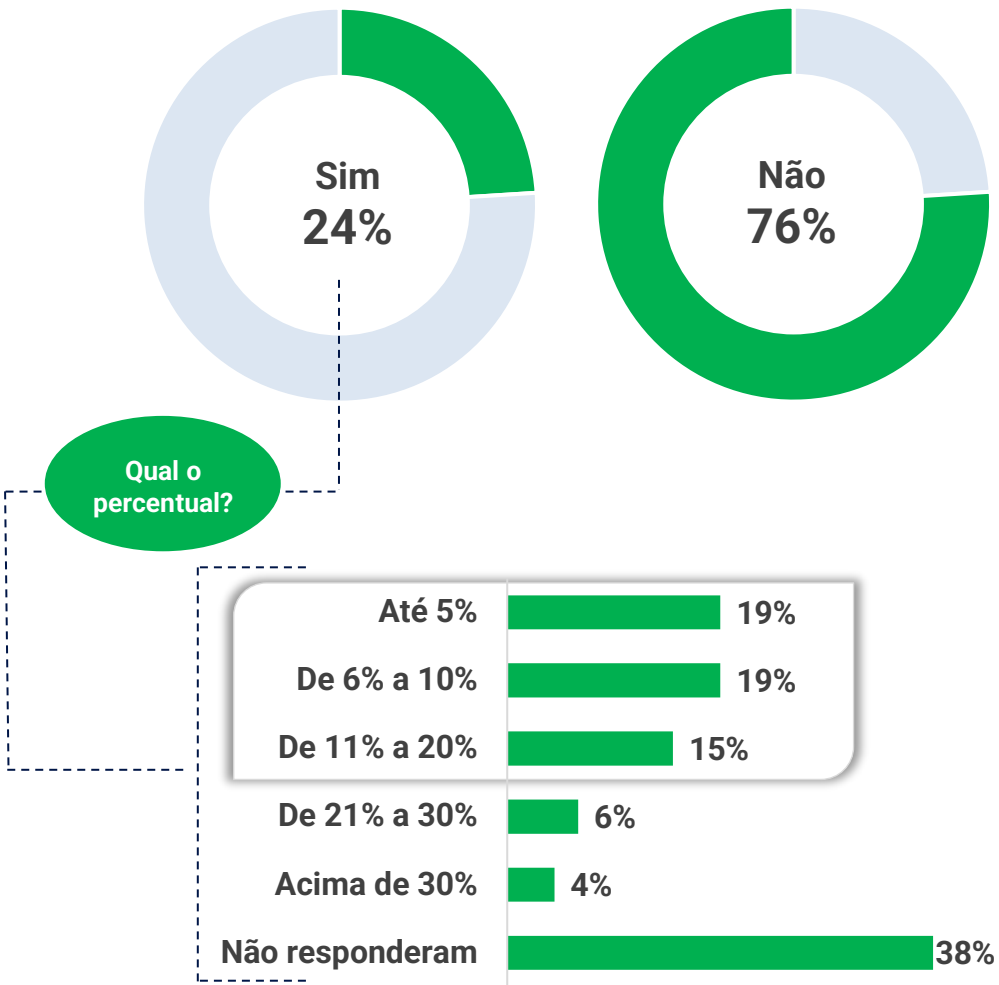
Os **papéis (80%)** e **plásticos (79%)** são os resíduos com **maior índice de destinação correta**, o que demonstra uma consciência ambiental mais consolidada para materiais de descarte cotidiano e de fácil coleta ou reciclagem.

Por outro lado, **73% das empresas** afirmaram destinar corretamente **retalhos de tecido e aviamentos**, enquanto **28% não o fazem**. A gestão adequada desses materiais é essencial para reduzir o impacto ambiental do setor, que historicamente gera grandes volumes de sobras de tecidos.

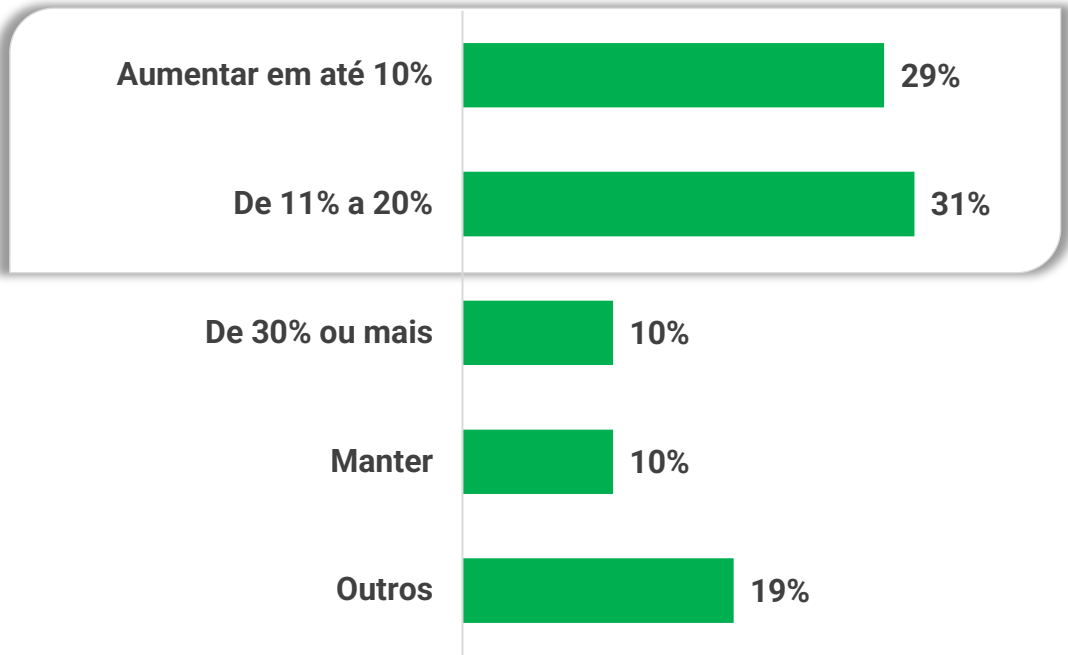
Consumo de matérias-primas sustentáveis na produção | 2025 – Para todas as empresas pesquisadas



Sua empresa já consome matérias-primas sustentáveis ou recicladas na produção de roupas?



Previsão de uso dessas matérias primas |% das empresas :



(%) Confeccões Produtoras
Amostra = 48



MUITO OBRIGADO !!!

marcelo@iemi.com.br



Indústria



Varejo



Consumidor



*Projetos
Customizados*