



ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA DA
INDÚSTRIA DO
VESTUÁRIO

PESQUISA DE HÁBITOS E PREFERÊNCIAS:

BUYERS |
Lojistas compradores do Polo do
Bom Retiro – SP



Maio | **2026**

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



Quem somos

O IEMI é uma empresa privada, com **mais de 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

O Mercado de Vestuário no Brasil

Tamanho da indústria de vestuário em geral | 2025



Produção Local (sell-in)

R\$ 178,3 bilhões

Em 2025

+4,5%
sobre
2024



20,6 mil unidades produtivas (-0,3%)

929,7 mil de pessoas ocupadas (-0,9%)

5,4 bilhões de peças produzidos (+0,9%)

R\$ 32,96 por peça (preço na fábrica) (+3,5%)



6,9 bilhões de peças consumidas (+2,5%)

1,5 bilhão de peças importadas (+8,7%)

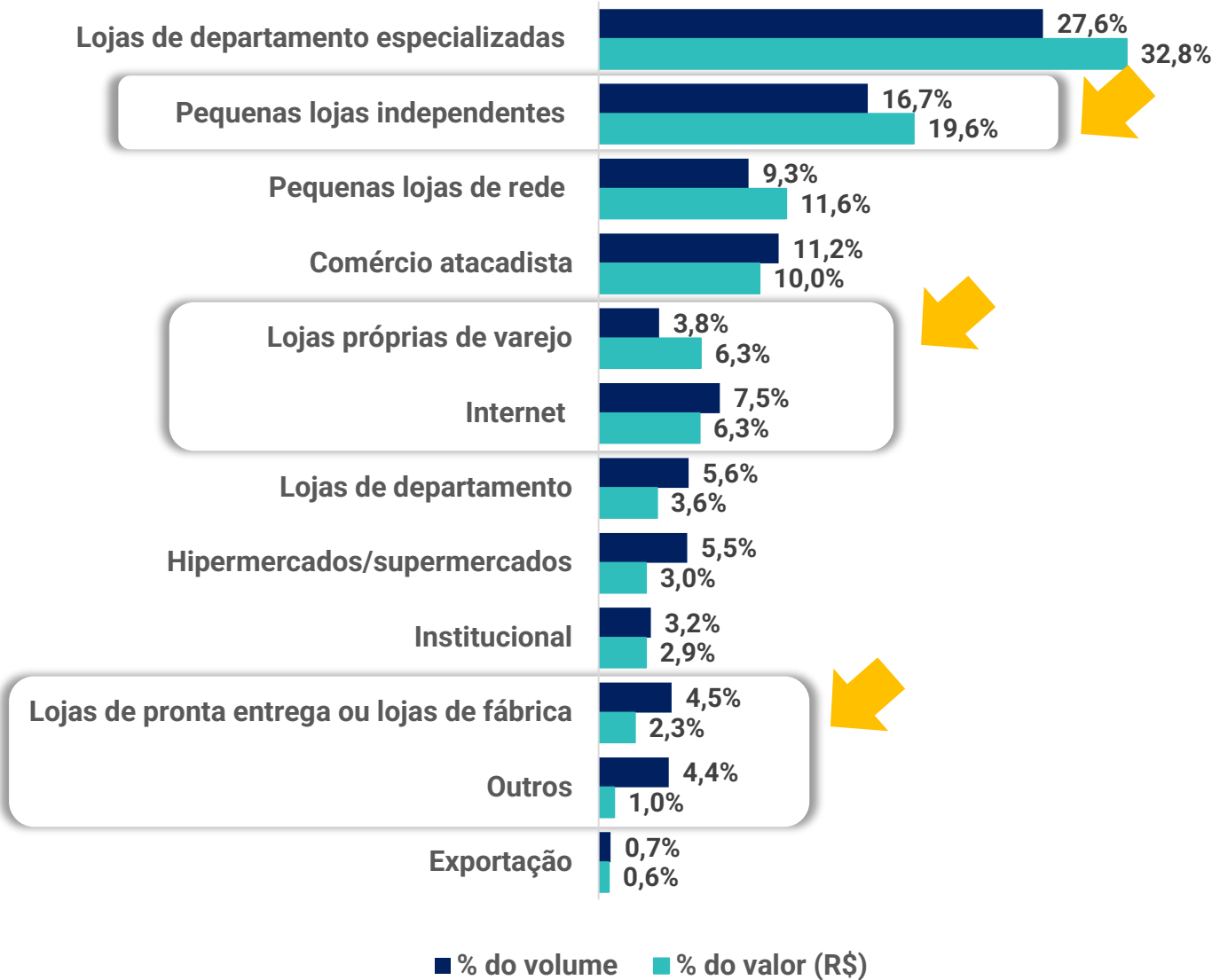
Notas: Percentuais calculados em relação ao ano anterior (2024)

(1) Inclui unidades produtivas, ativas e com produção regular de roupas em escala industrial. Não inclui oficinas de costura, lavanderias industriais, artesãos, bordadeiras, entre outros.

Fonte: IEMI/IBGE



Canais de distribuição da produção de vestuário no Brasil | 2025 (% de volume e valores)



Canais de Venda mais acessados pelas Confeções do Bom Retiro:

37% das peças vendidas ou 2 Bi de pçs ano

36% da receita do varejo ou R\$ 63 Bi por ano

5,4 bilhões de peças | 2025

R\$ 178,3 bilhões | 2025

Tamanho do varejo de vestuário em geral | 2025

Consumo no varejo (sell-out)

R\$ 312,5 bilhões

Em 2025

+6,0%
sobre
2024



213 milhões de habitantes (+0,4%)

R\$ 1.464 é o consumo *per capita* ano (+5,6%)



6,3 bilhões de peças vendidas (+2,6%)

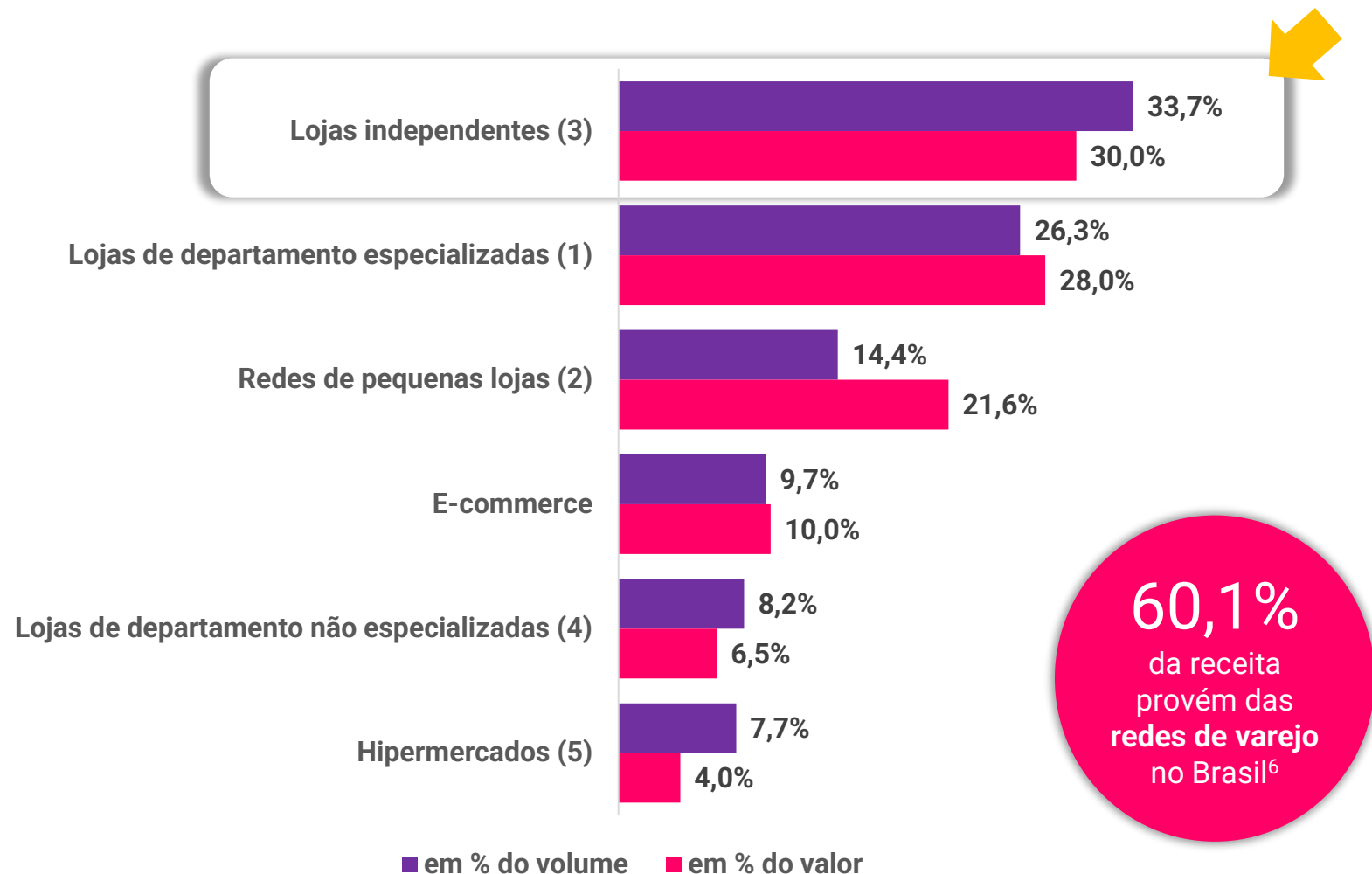
78% delas confeccionadas no Brasil

156 mil PDVs especializados (+0,6%)

R\$ 31 bilhões pelo e-commerce (10% do total)



Principais canais do varejo de vestuário | 2025 (em % de volume e valores)



Canal Multimarcas:

34% das
peças vendidas

30% da
receita do varejo

6,3 bilhões de peças | 2025

R\$ 312,5 bilhões | 2025

Fonte: IEMI

Notas: (1) C&A, Renner, Riachuelo, Zara, Marisa, etc. (2) Hering, Levis, Lupo, Hope, Ellus etc. (3) Butiques, lojas de bairro etc.

(4) Pernambucanas, Americanas, Havan, etc. (5) Carrefour, Big etc (6) Redes especializadas e não especializadas.



Fonte: IEMI/IBGE

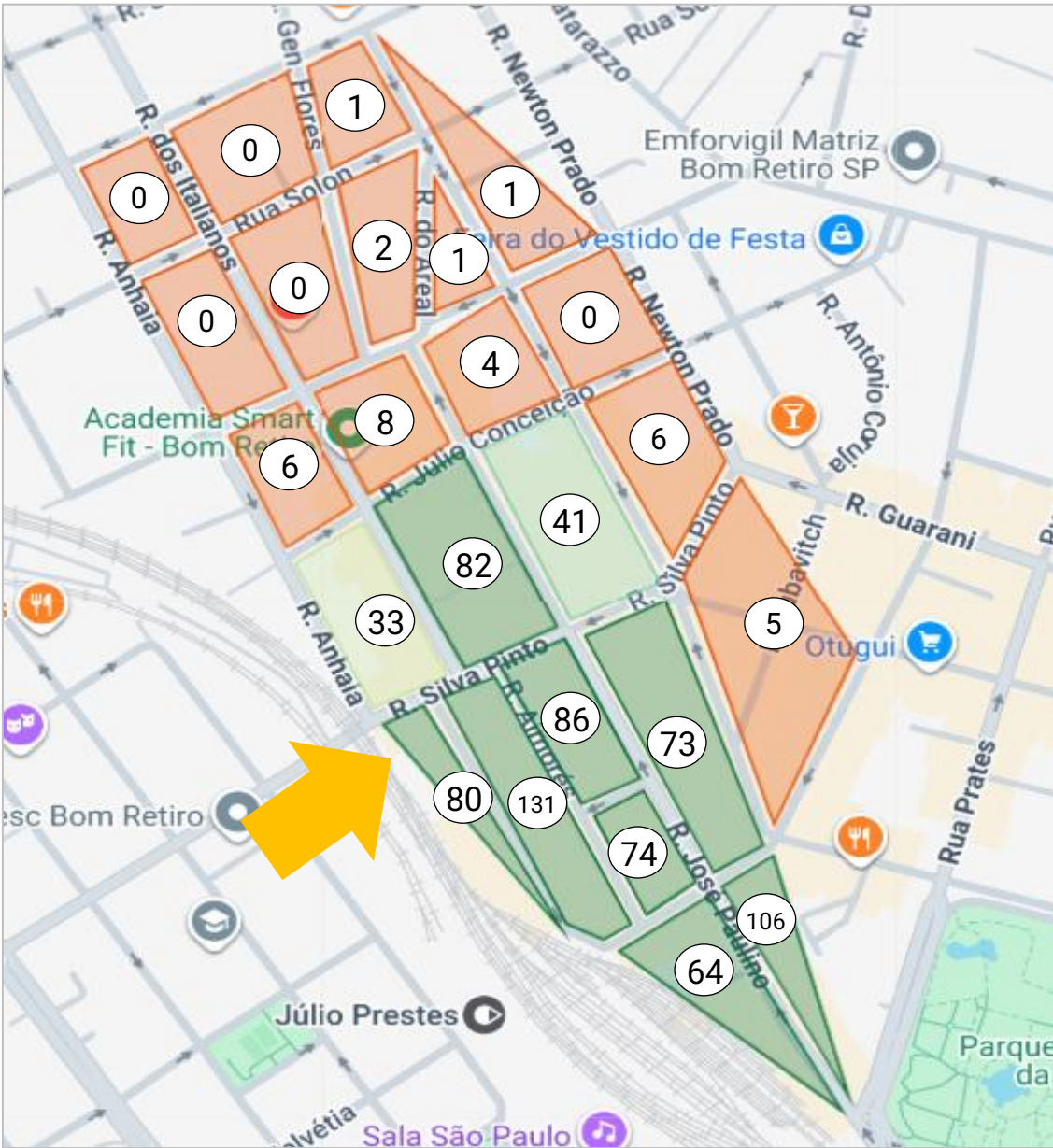


POLO DO BOM RETIRO

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

Censo de Lojas de Atacado de Vestuário no Bom Retiro | 2025 – Bairro Bom Retiro

Mapa Geral da
Região Auditada:



Fonte: IEMI

Lojas de Vestuário:

757 Empresas

804 PDVs

87% das lojas de **Pronta Entrega** do bairro do Bom Retiro se concentram em 8 setores (verde mais escuro)

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



804 Pontos de venda de atacado e varejo (*dentro do Polo*)



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



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



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.

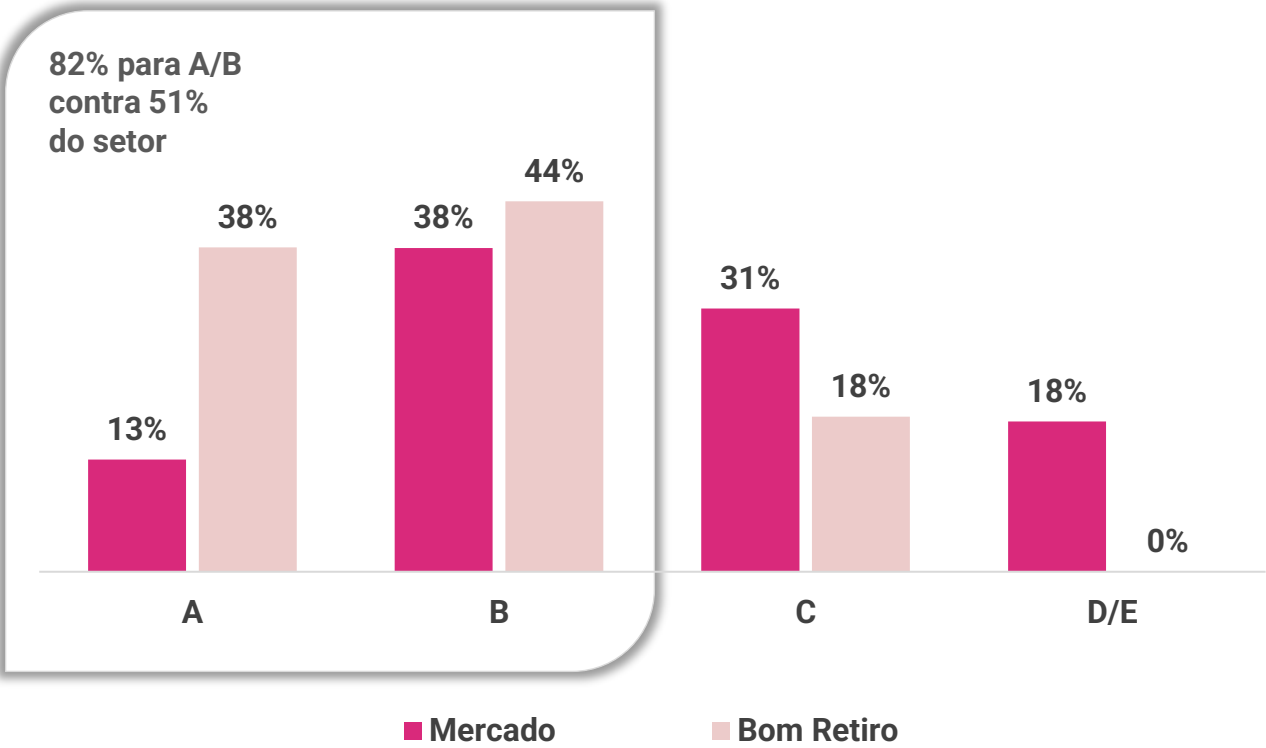
Notas: Na moda feminina estão excluídas moda íntima, meia e dormir, profissional e moda praia

Fonte: Amostra pesquisada | Elaboração: IEMI



Mercado alvo por poder de compra | 2025

% das vendas por público alvo (percepção 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 por tipo de cliente:



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)**.

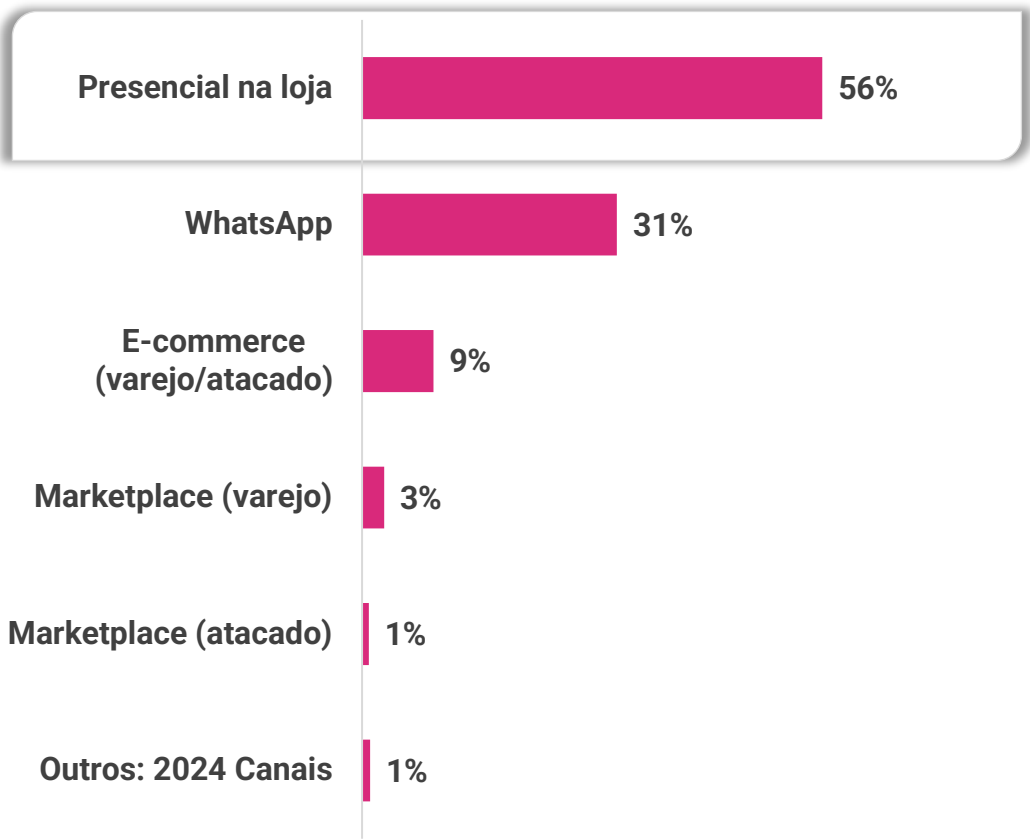
O segundo maior público é o de **sacoleiras e revendedoras**, com **28%** das vendas. Esse grupo tem grande importância em mercados de moda.

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

Formas de comercialização utilizadas pelas empresas do Polo | 2025

% das vendas por meio de comercialização:

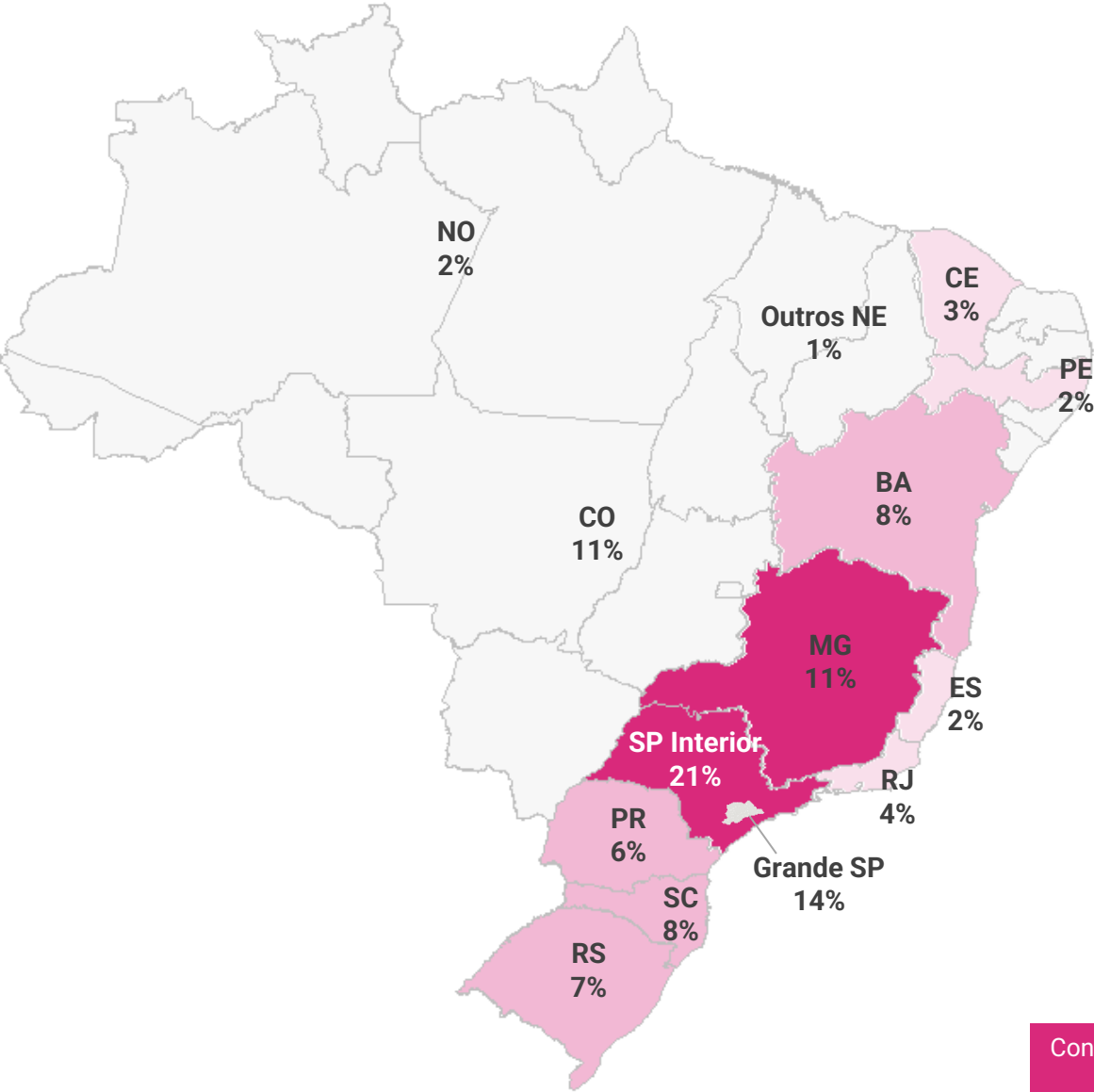


O canal **presencial na loja** representa **56%** do total, sendo o principal meio de comercialização. A maioria dos consumidores ainda mantém uma forte dependência do contato direto com o produto, o que está associado a características do próprio produto (ex.: necessidade de experimentação, atendimento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

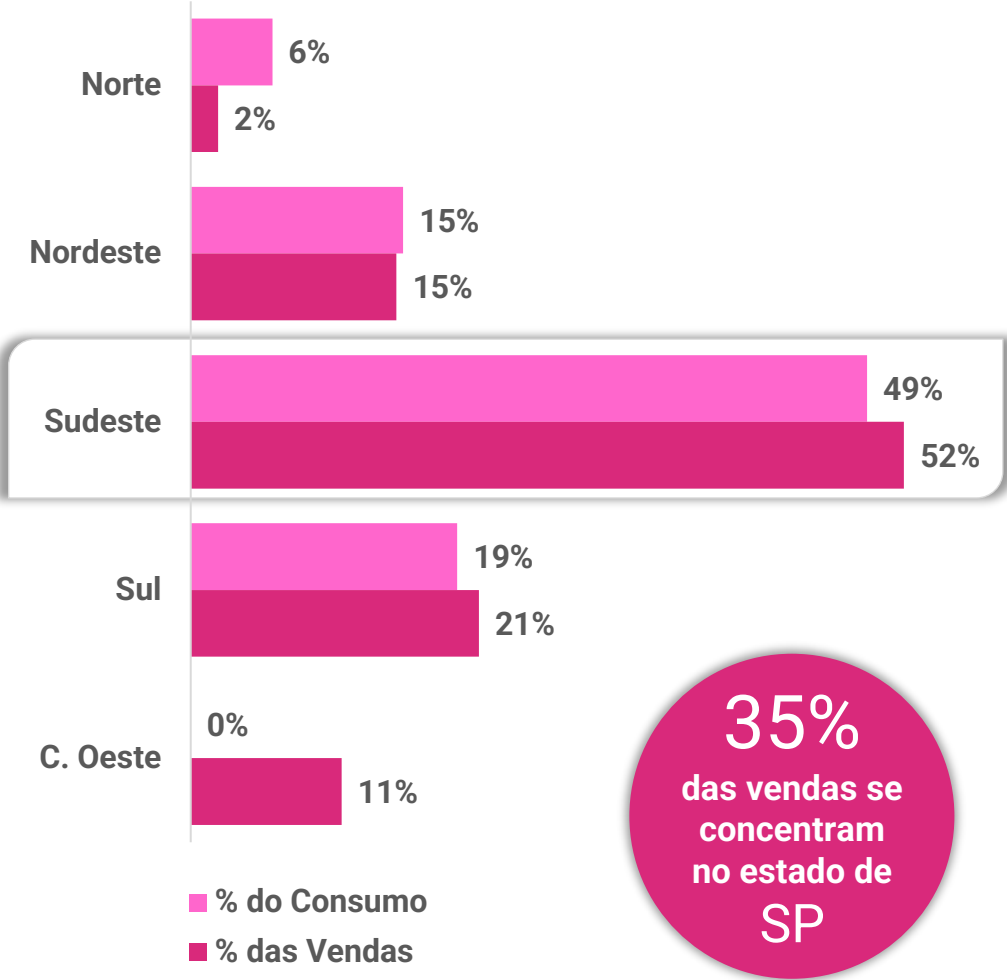
O **WhatsApp** aparece em **segundo lugar**, com **31%**, demonstrando um canal digital de **grande relevância**. Esse percentual expressivo demonstra como o aplicativo se consolidou como **ferramenta de vendas e relacionamento**, combinando praticidade, agilidade no atendimento e proximidade com o cliente. 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



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.



A person wearing a light-colored long-sleeved shirt is sitting at a wooden desk, writing in a small notebook with a silver pen. To their left is a laptop. On the desk are several yellow sticky notes, some with handwritten text. In the background, a tablet displays a table with multiple columns and rows of data. The scene is brightly lit, suggesting an office or study environment.

COBERTURA REGIONAL

Localização dos revendedores versus demanda potencial

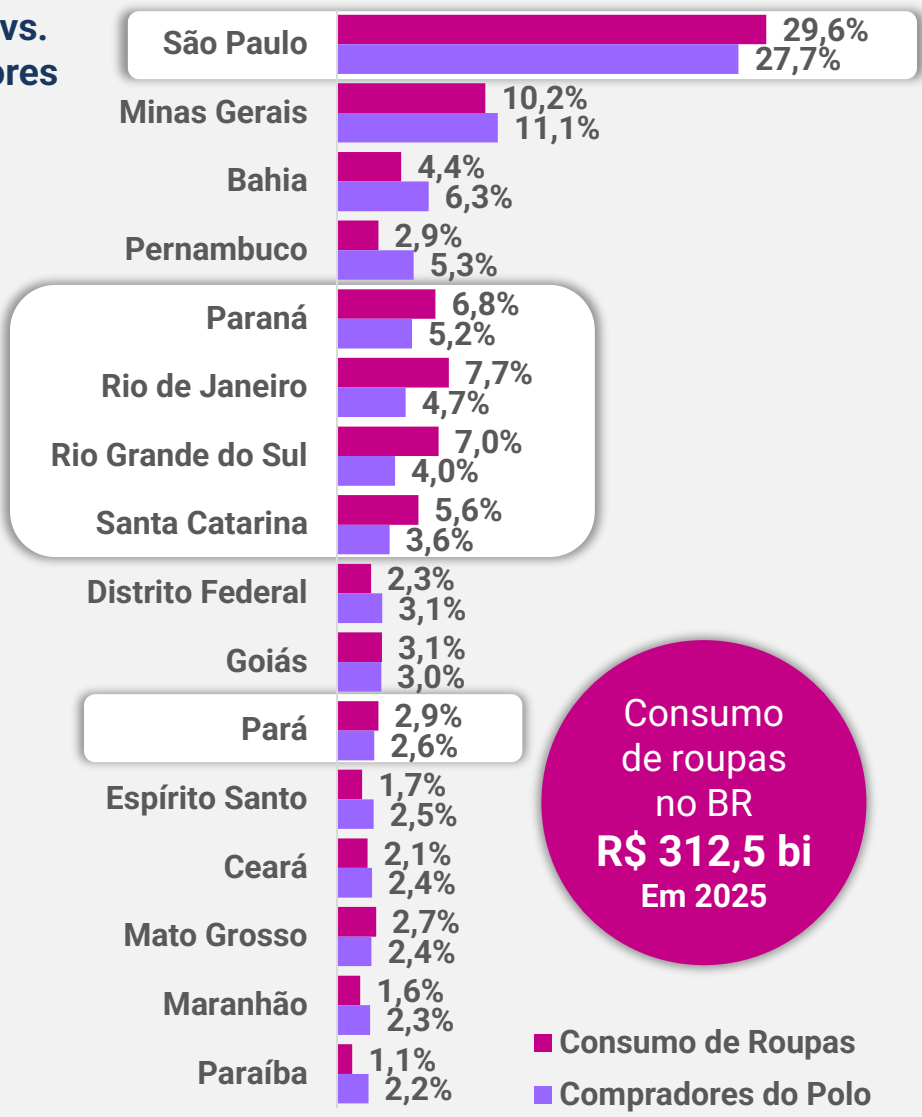
Comparativo da Cobertura do Polo vs. Lojas e Consumo Potencial | 2025 (Análise por UF)



Lojas vs. Compradores do Polo



Consumo vs. Compradores do Polo



Presença por Faixa Populacional | 2025



Cobertura de Vestuário - 2025 ABIV – Lojistas Revendedores do Bom Retiro										
Faixa Populacional	Cidades	População (habitantes)	PDVs	Indústrias	IPC	Cidades	IPC Coberto	Revendedores Informados	% Revendedores	Desempenho
Acima de 1 milhão	15	42.849.075	33.911	4.839	29,6%	15	29,6%	68.957	22,4%	↓
De 500 mil a 1 milhão	33	23.023.741	17.554	1.370	12,8%	33	12,8%	35.166	11,4%	↓
De 250 mil a 500 mil	77	26.451.107	19.763	2.099	13,7%	77	13,7%	42.771	13,9%	↑
De 150 mil a 250 mil	88	16.983.072	13.578	1.819	7,7%	88	7,7%	24.805	8,1%	↑
De 100 mil a 150 mil	125	15.069.217	12.303	1.588	6,5%	125	6,5%	24.207	7,9%	↑
De 50 mil a 100 mil	344	24.019.230	18.533	2.101	9,3%	344	9,3%	34.092	11,1%	↑
Subtotal	682	148.395.441	115.642	13.816	79,6%	682	79,6%	229.998	74,7%	-
Até 50 mil	4889	65.025.596	40.272	6.822	20,4%	4255	19,6%	77.930	25,3%	↑
Total	5.571	213.421.037	155.914	20.638	100%	4.937	99,2%	307.928	100%	-

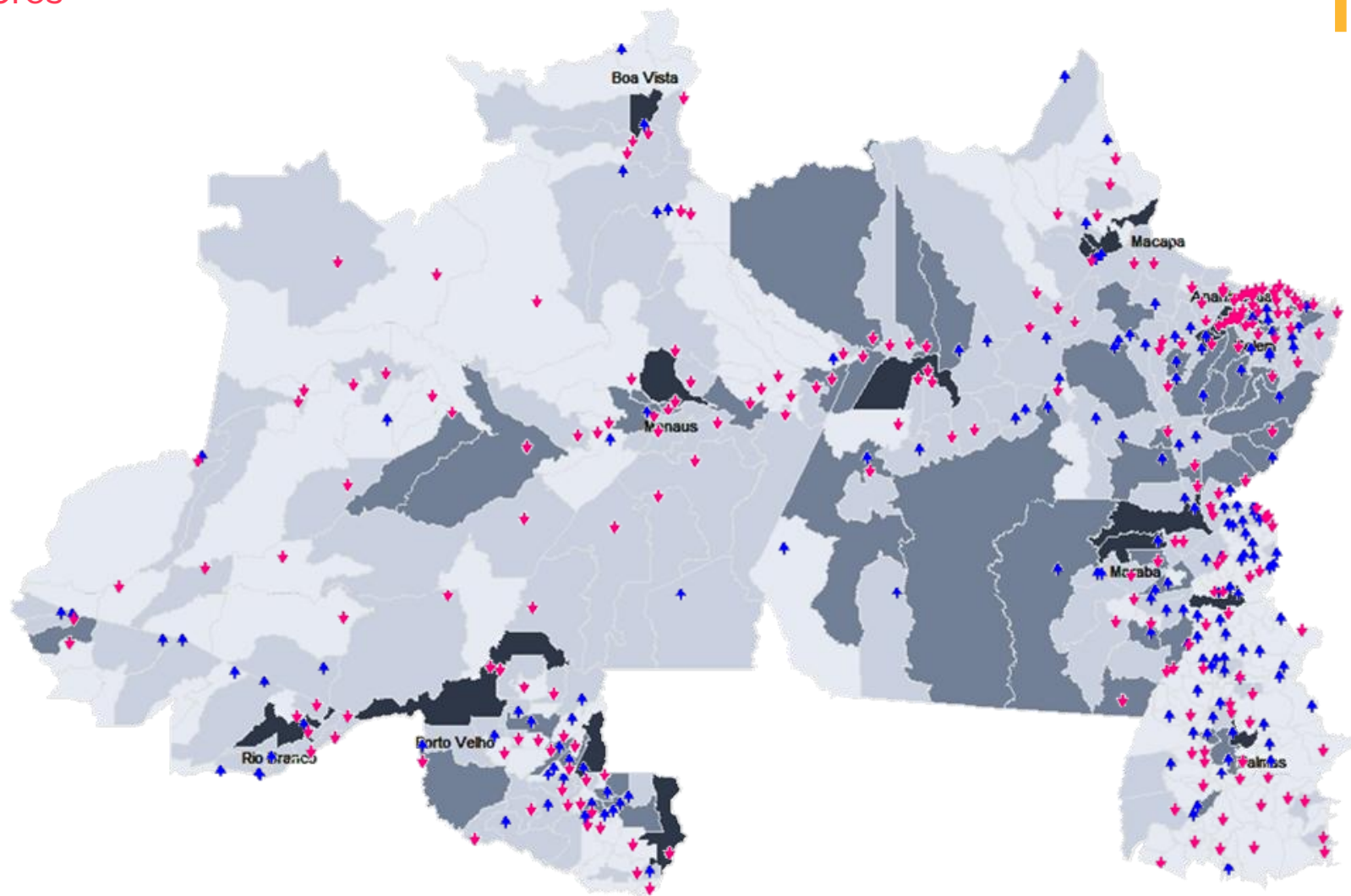
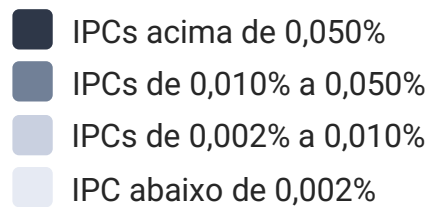
80% do consumo ocorre nas cidades com + de 50 mil hab.

1 IEMI – IPC: índice Potencial de Consumo de Vestuário
2 PDVs – Varejos e Atacados de Vestuário e Artefatos - RAIS
3 Indústrias – Confeções de Vestuário, Artefatos e Têxteis - RAIS

Das 367 cidades nas quais os revendedores do Bom Retiro encontram-se presente no Norte do país:

↑ 159 municípios obtiveram desempenho acima do potencial da região e cobriram 2,4% do IPC.

↓ 208 municípios obtiveram desempenho abaixo do potencial e cobriram 3,4% do IPC.

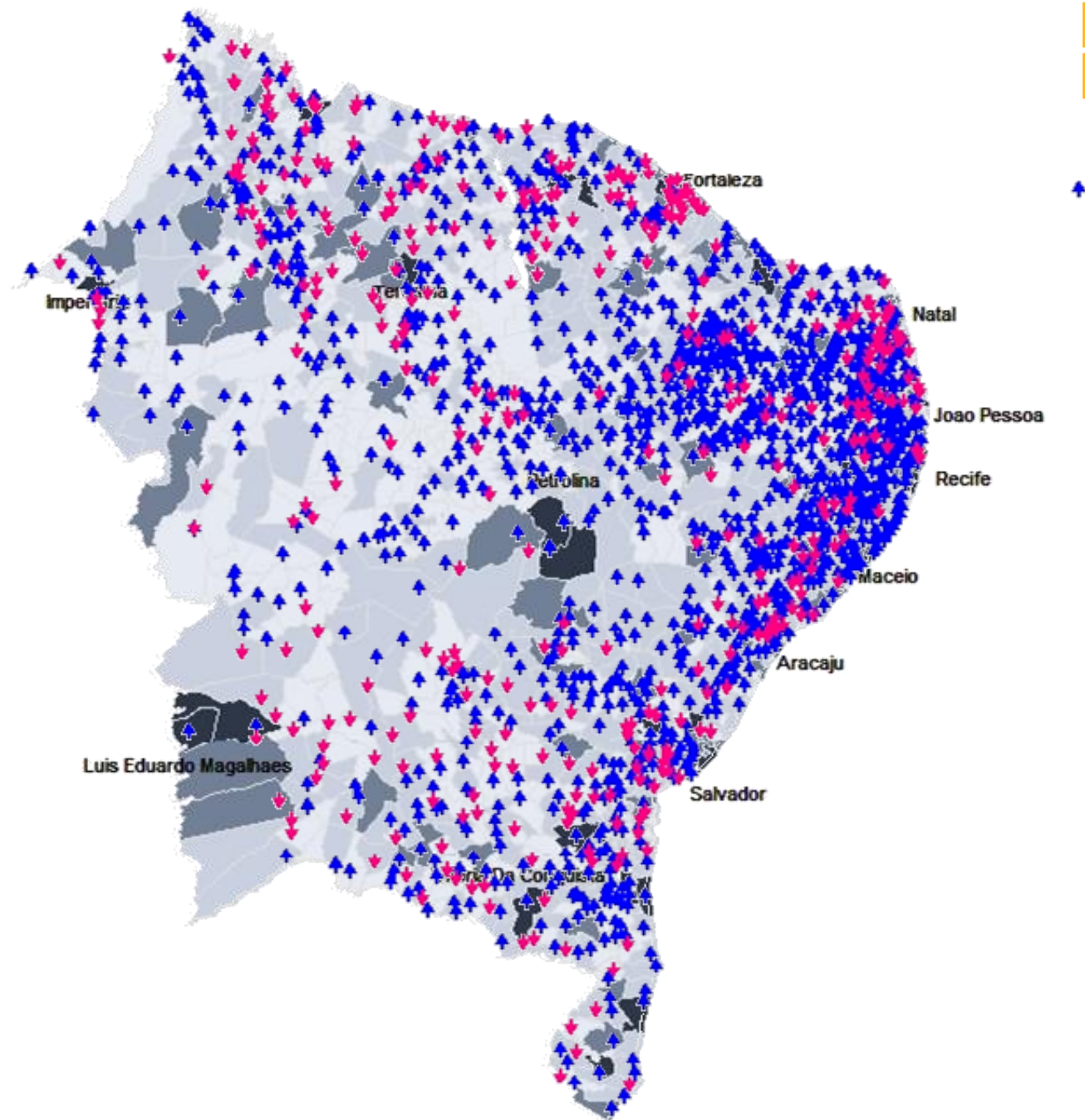


Nordeste | Performance 2025 - Revendedores

Das 1.645 cidades nas quais os revendedores do Bom Retiro encontram-se presente no Nordeste do país:

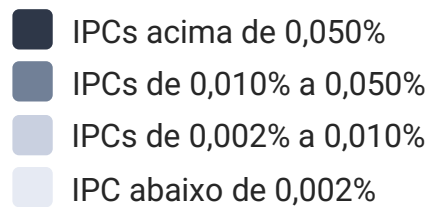
- ↑ 1.265 municípios obtiveram desempenho acima do potencial da região e cobriram 11,3% do IPC.
- ↓ 380 municípios obtiveram desempenho abaixo do potencial e cobriram 4,1% do IPC.

- IPCs acima de 0,050%
- IPCs de 0,010% a 0,050%
- IPCs de 0,002% a 0,010%
- IPC abaixo de 0,002%



Das 1.539 cidades nas quais os revendedores do Bom Retiro encontram-se presente no Sudeste do país:

- ↑ 922 municípios obtiveram desempenho acima do potencial da região e cobriram 15,2% do IPC.
- ↓ 617 municípios obtiveram desempenho abaixo do potencial e cobriram 34,0% do IPC.



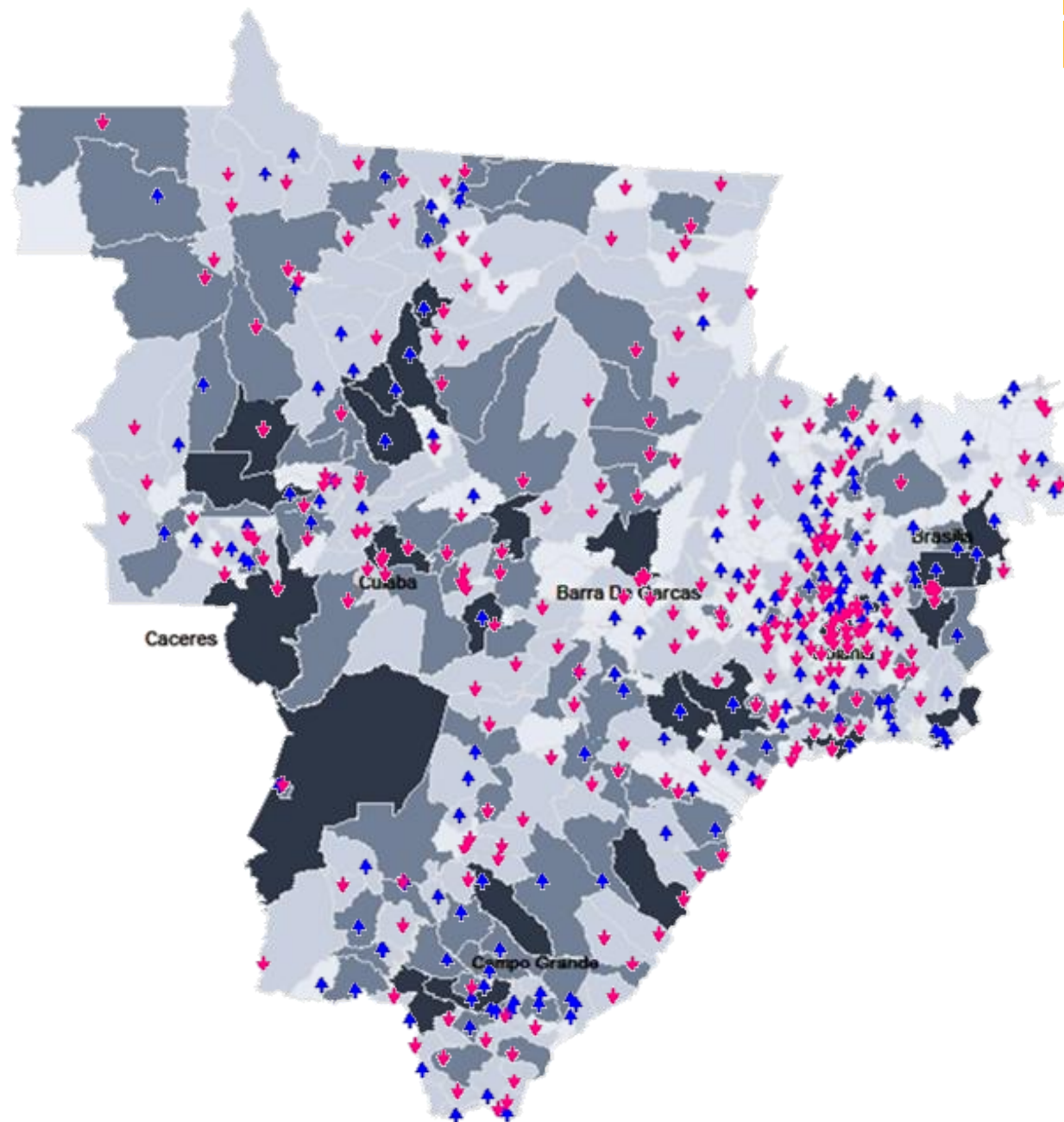
[illegible]

- IPCs acima de 0,050%
- IPCs de 0,010% a 0,050%
- IPCs de 0,002% a 0,010%
- IPC abaixo de 0,002%

Das 399 cidades nas quais os revendedores do Bom Retiro encontram-se presente no Centro-Oeste do país:

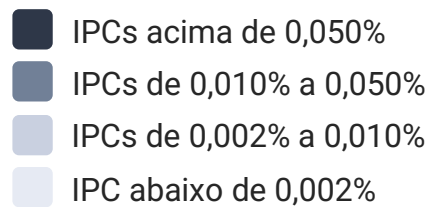
- ↑ 157 municípios obtiveram desempenho acima do potencial da região e cobriram 5,6% do IPC.
- ↓ 242 municípios obtiveram desempenho abaixo do potencial e cobriram 4,1% do IPC.

- IPCs acima de 0,050%
- IPCs de 0,010% a 0,050%
- IPCs de 0,002% a 0,010%
- IPC abaixo de 0,002%



Das 4.937 cidades nas quais os revendedores do Bom Retiro encontram-se presente no país:

- ↑ 2.780 municípios obtiveram desempenho acima do potencial do país e cobriram 37,0% do IPC.
- ↓ 2.157 municípios obtiveram desempenho abaixo do potencial do país e cobriram 62,2% do IPC.



A photograph of a store window display featuring two white mannequins. The mannequin on the left is wearing a white top and sunglasses. The mannequin on the right is wearing a wide-brimmed hat and a plaid jacket. The background shows a blurred interior of a clothing store with racks of clothes and other mannequins. A large yellow rectangular overlay with rounded corners is positioned in the center, containing the title and subtitle text. At the bottom of the yellow overlay, there is a decorative horizontal bar with a repeating pattern of semi-circles in yellow, pink, and dark blue.

PESQUISA COM LOJISTAS

Lojistas clientes que conhecem e já
compraram no Bom Retiro



PERFIL DAS LOJAS

QUEM COMPRAM NO
BOM RETIRO

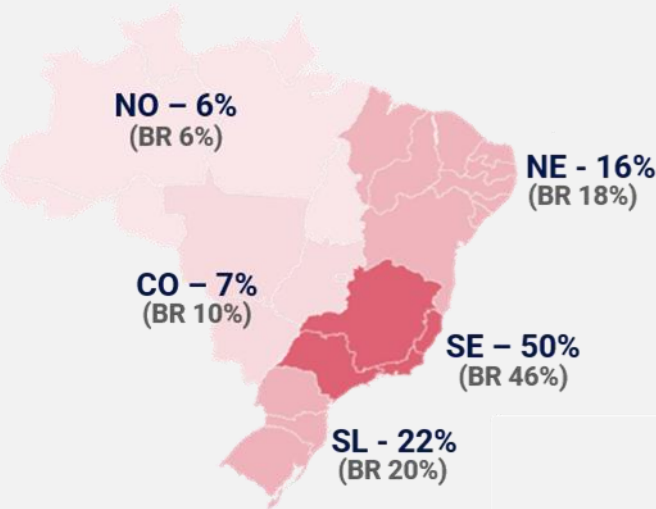
Perfil dos Lojistas Pesquisados | 2026 – Critério: Clientes Ativos, Inativos ou Conhecedores do Bom Retiro



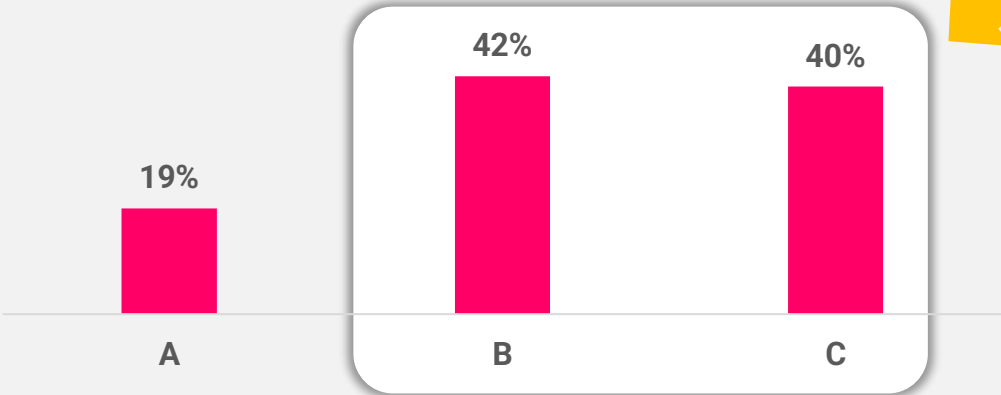
280 lojistas de varejo pesquisados
201 m² de área de vendas/loja (média)
1 unidade - loja/empresa (média)
4 funcionários/Loja (média)
22 anos - tempo médio de atividade

Venda Anual:
R\$ 330 mil
média por ano

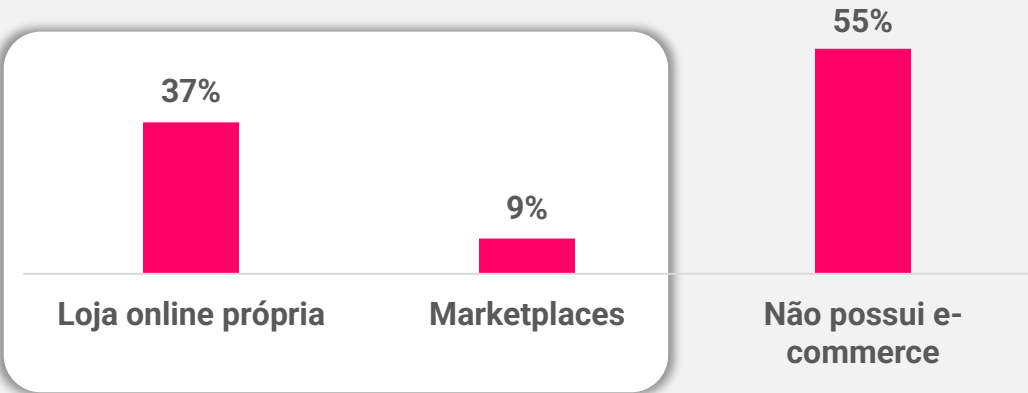
Localização das empresas (% das empresas)



Poder de compra
(% das vendas)



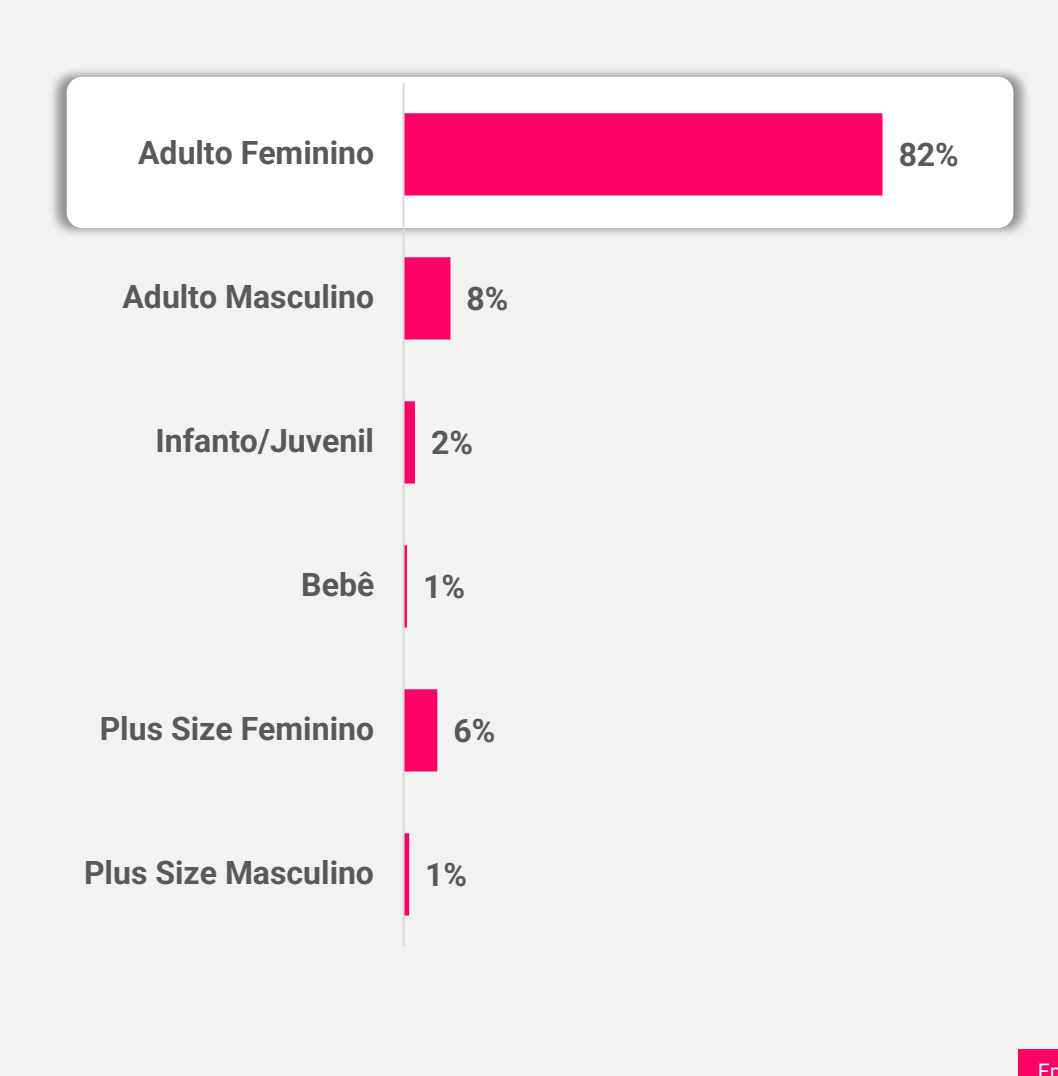
Canais de vendas Online
(% das empresas)



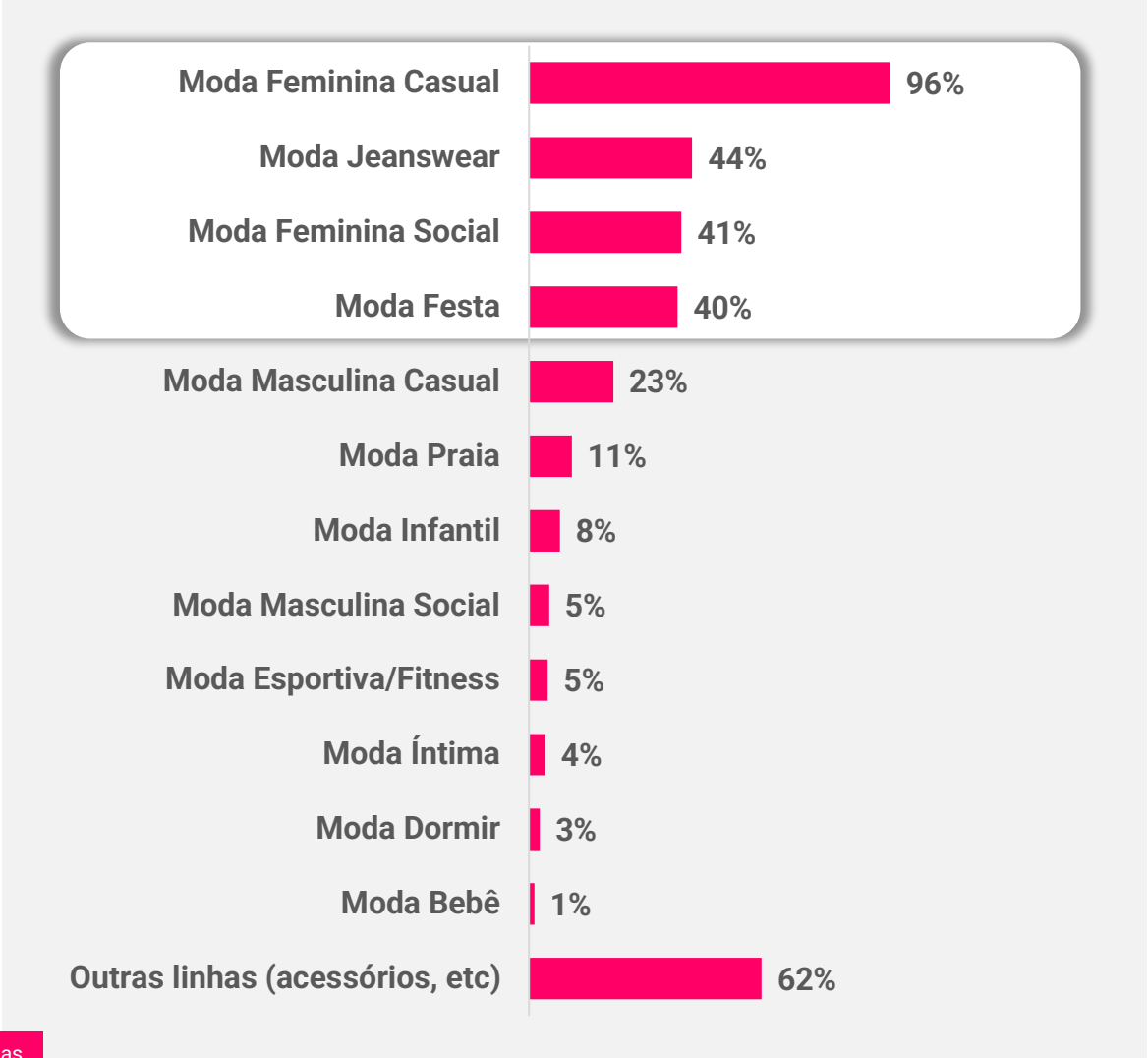
Em % de Empresas
Amostra = 280

Público alvo e Principais Linhas de Produto | 2026

Público Alvo (% das vendas)

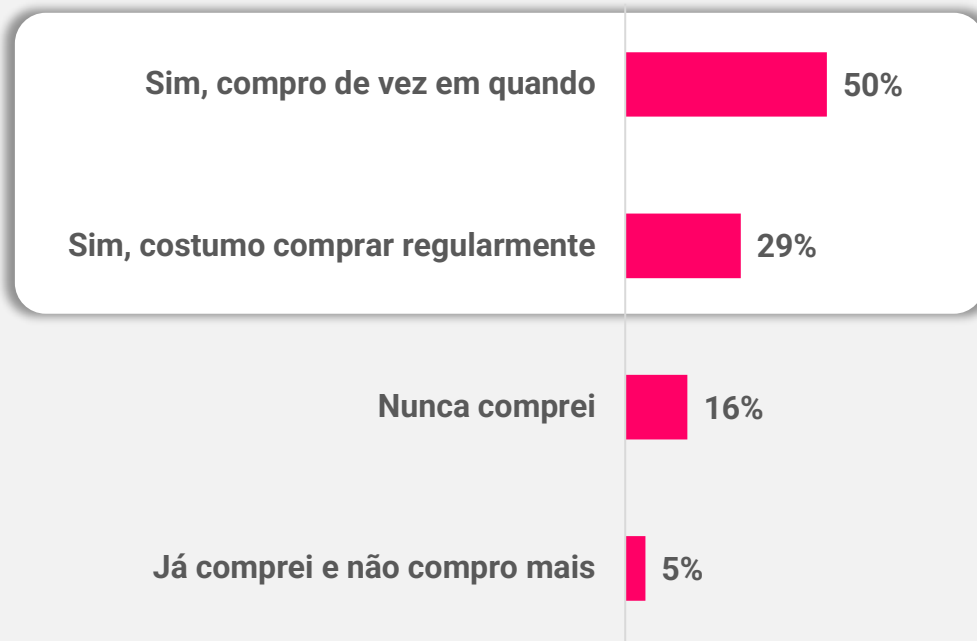


Principais linhas de produtos (% das empresas)

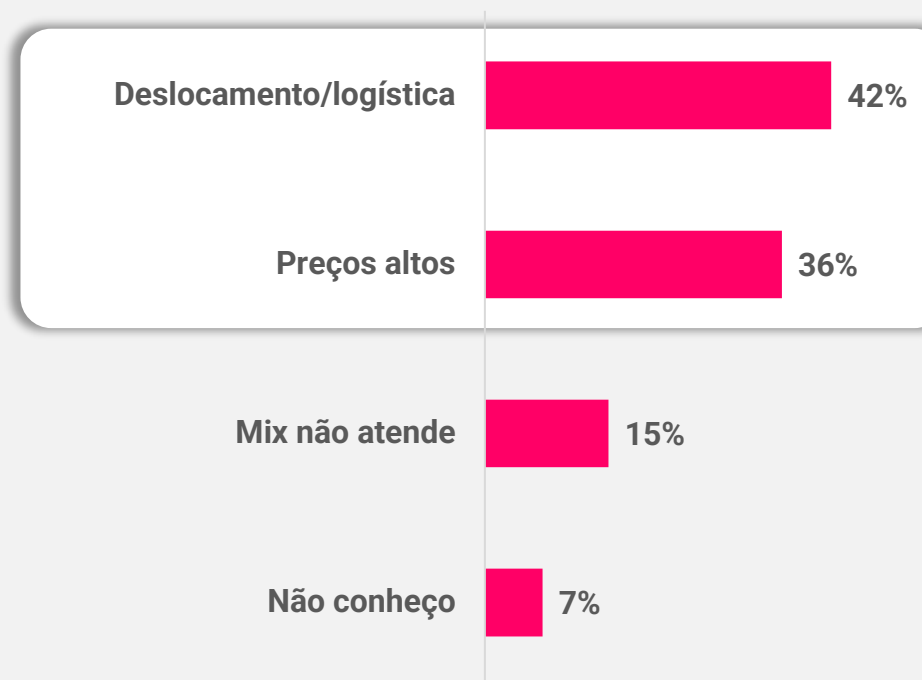


Em % de Empresas
Amostra = 280

Compra roupas no polo do BOM RETIRO para abastecer sua loja?

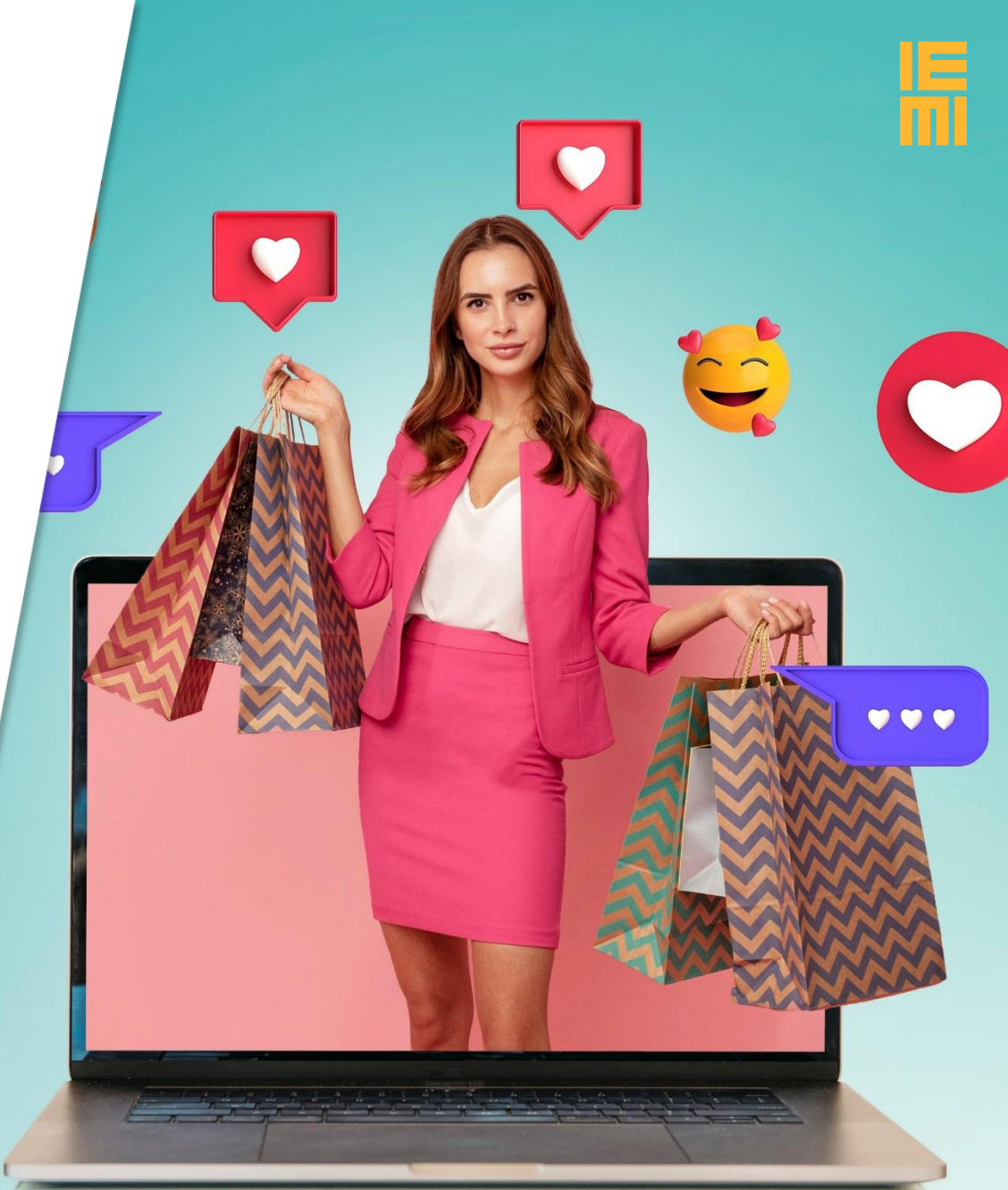
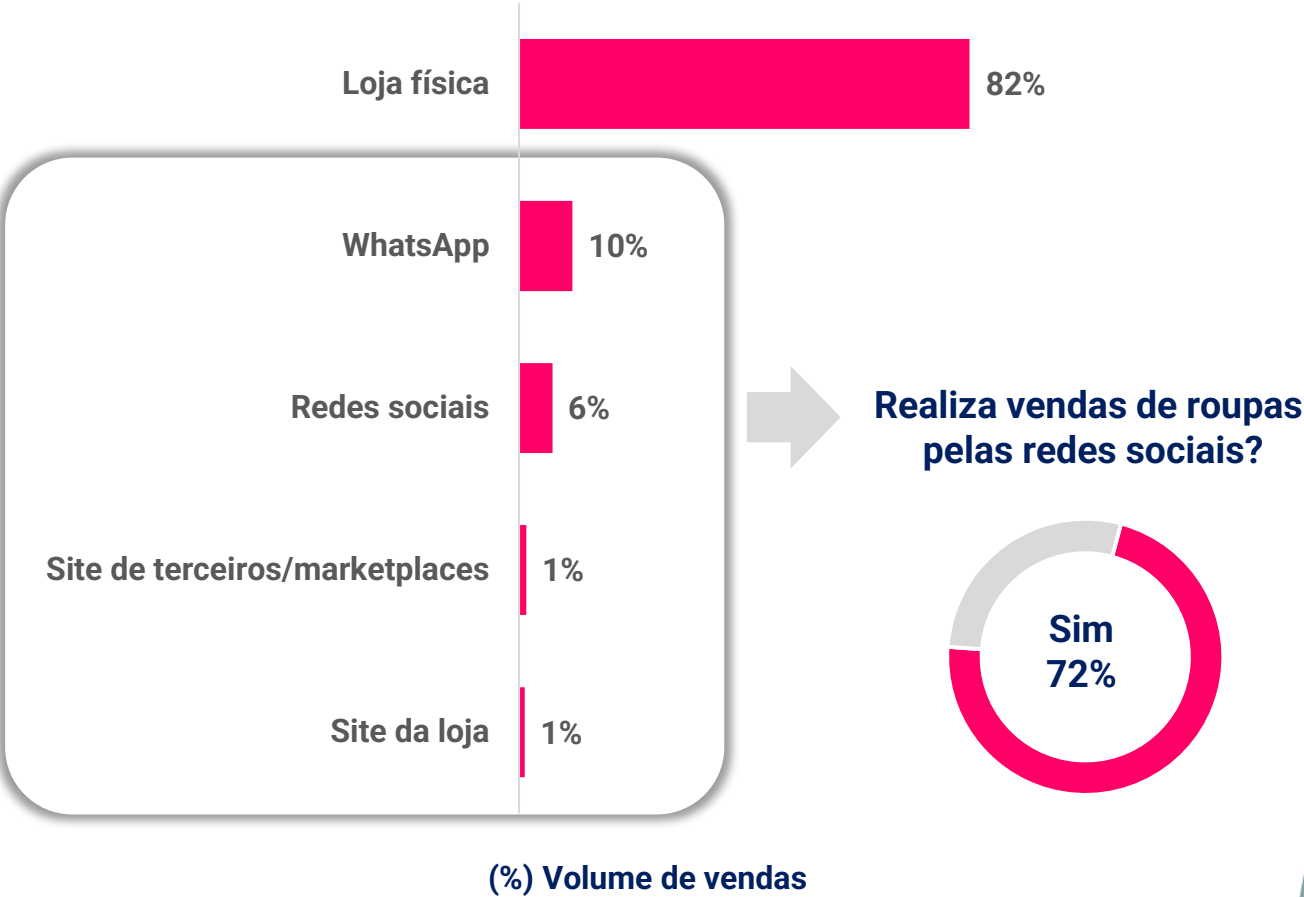


Porque não compra no polo do BOM RETIRO?



Em % de Empresas
Amostra = 353

Canais de vendas das lojas | 2026

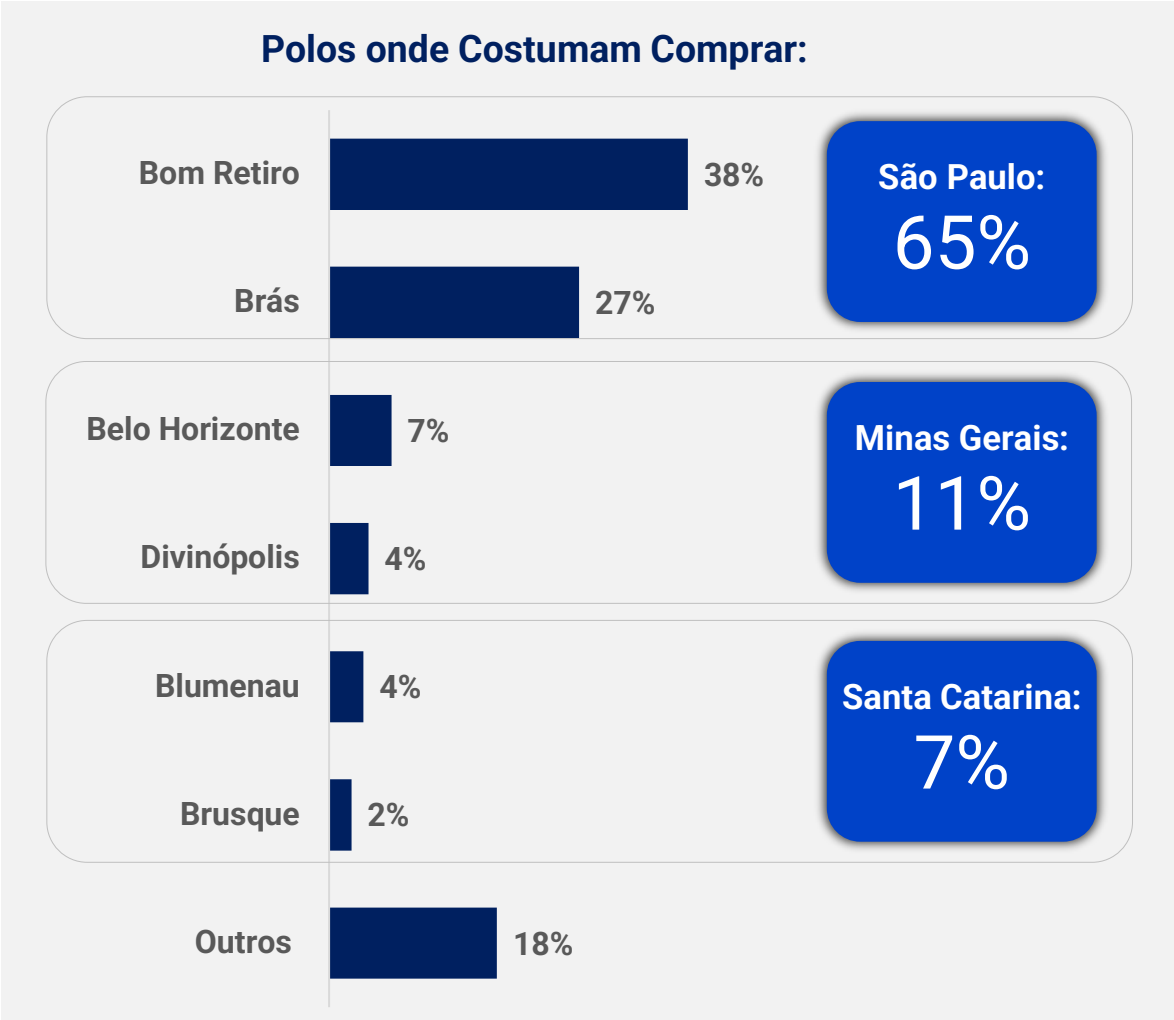
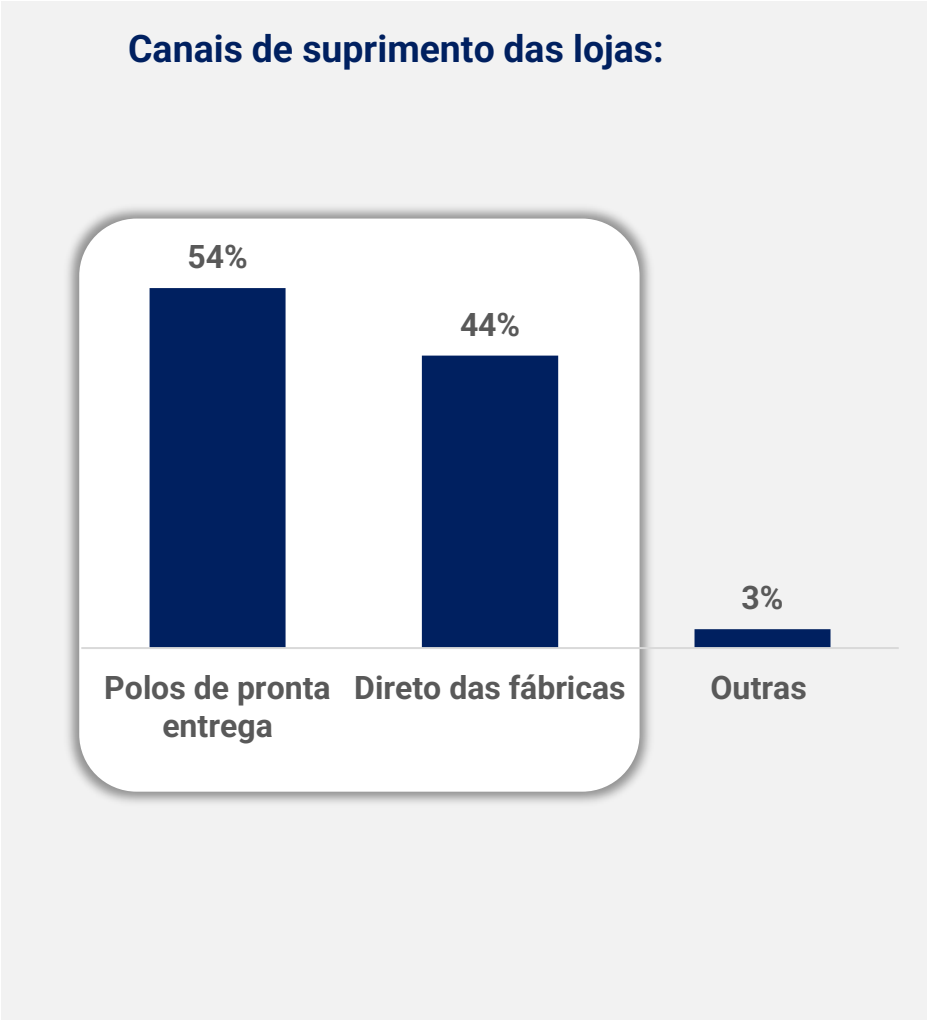




FORMAS DE ABASTECIMENTO

DAS LOJAS PESQUISADAS

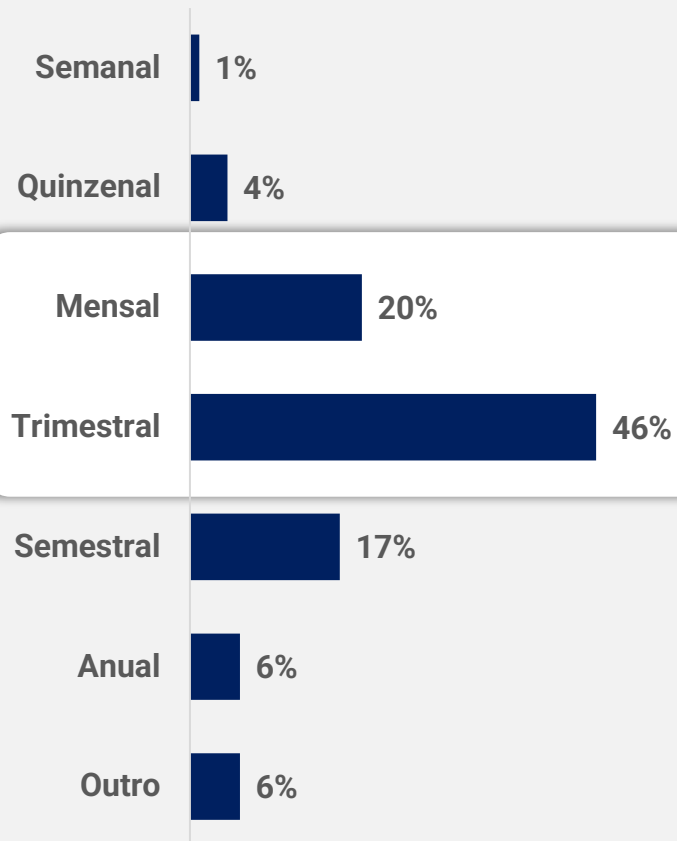
Fontes de suprimento para as lojas | 2026



Frequência de compras dos lojistas e presença | 2026 – Bom Retiro



Frequência:

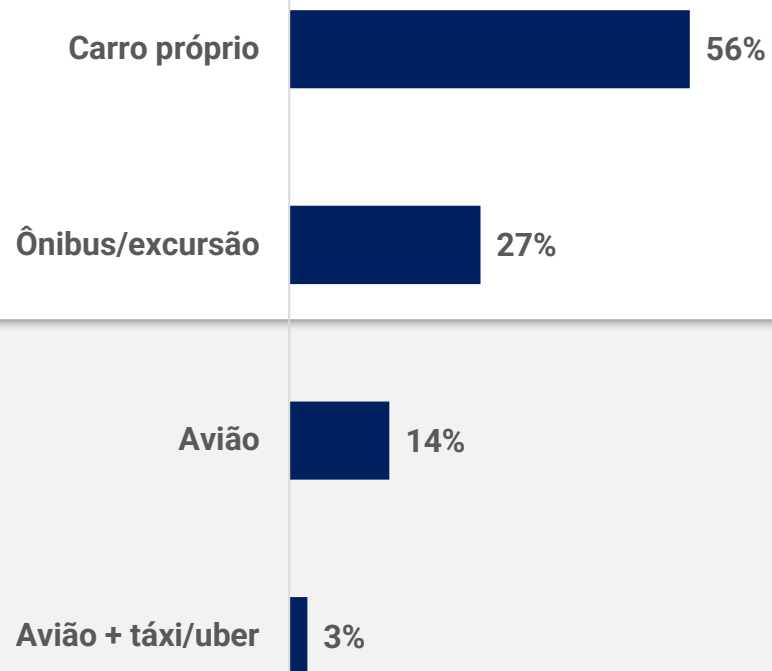


Presença:



Transporte e Hospedagem nas compras no Bom Retiro | 2026 – compras presenciais

Transporte:



Hospedagem:



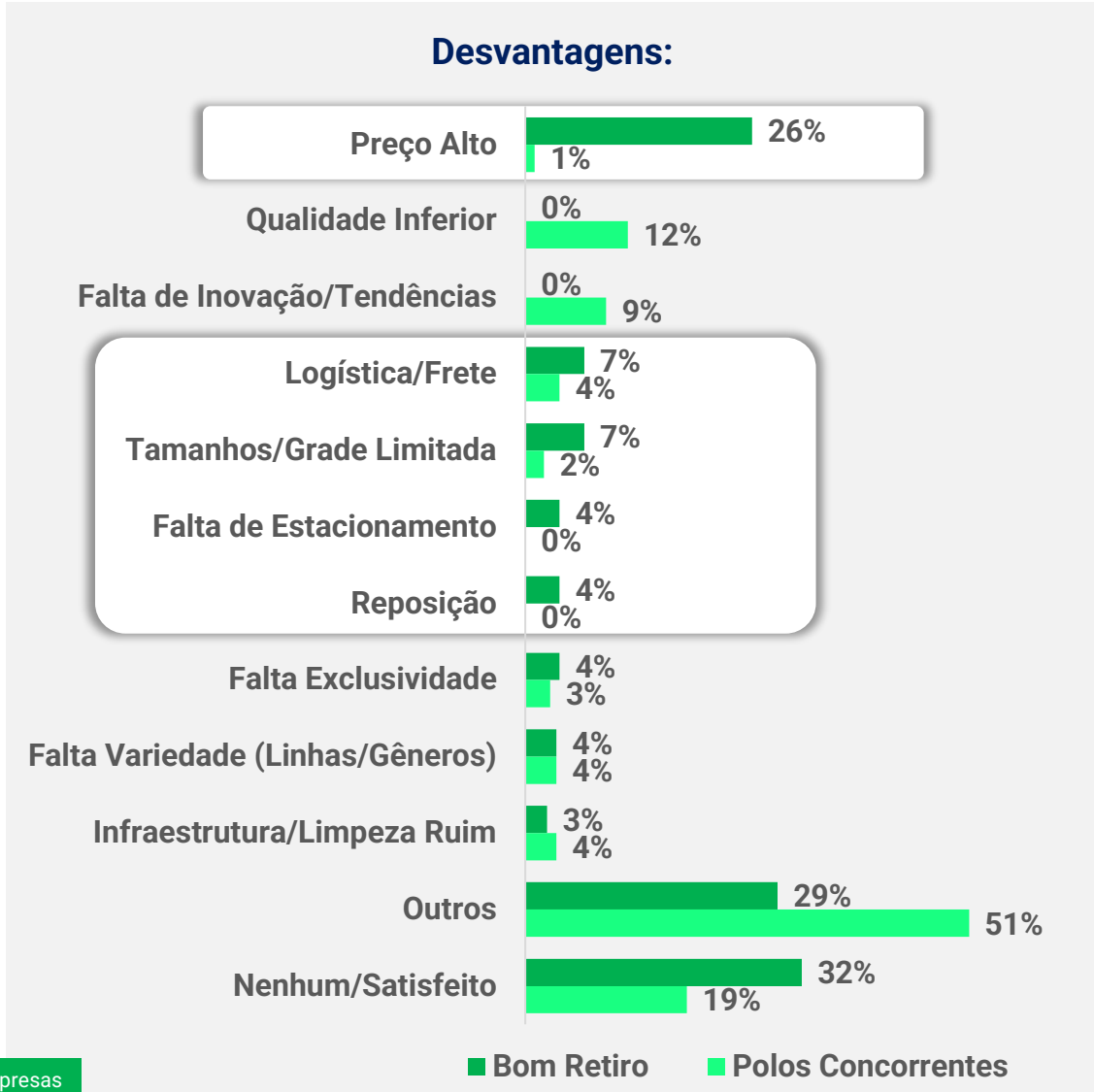
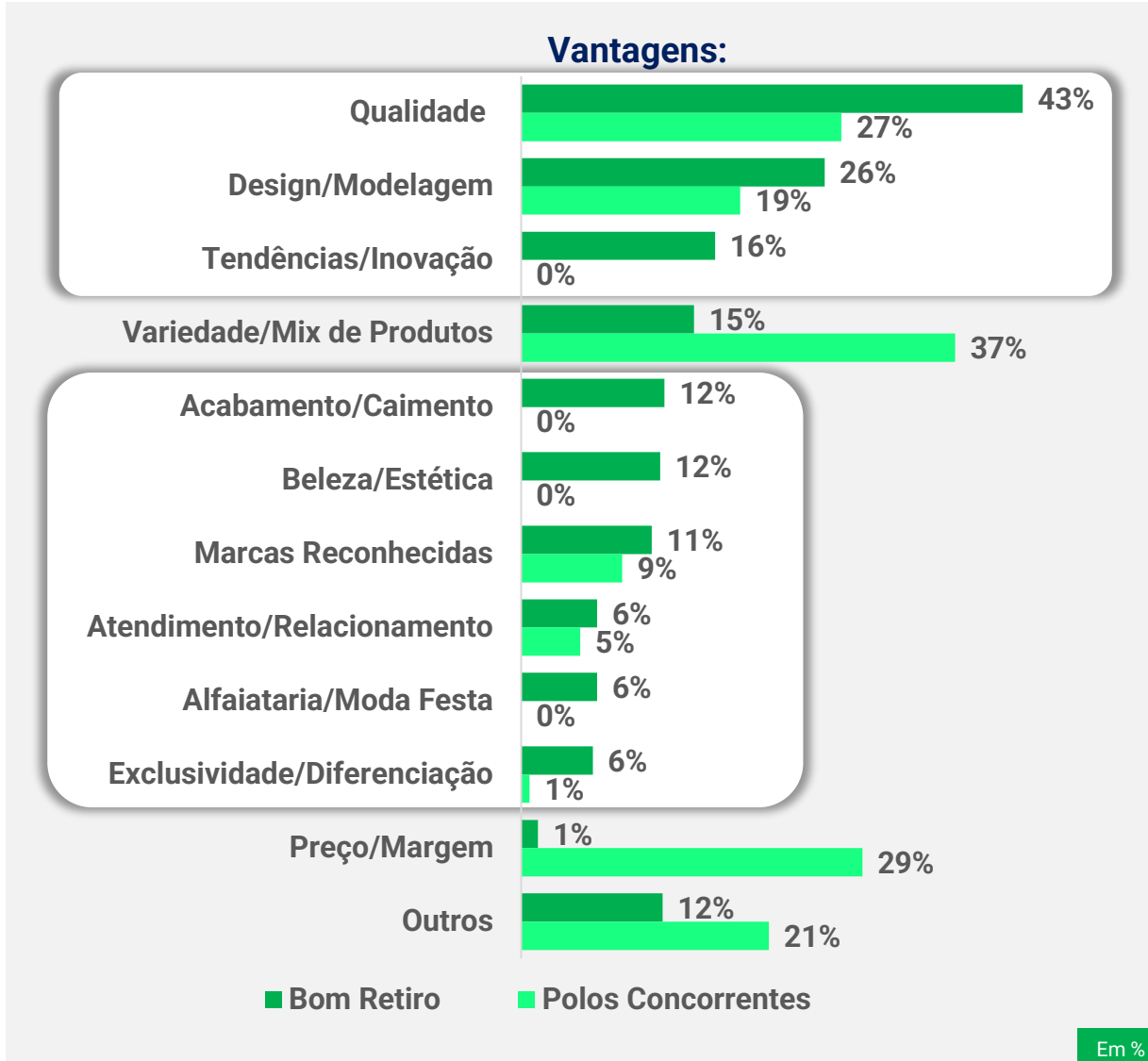
Em % de Empresas
Amostra = 205



AVALIAÇÃO DOS PRODUTOS DO BOM RETIRO

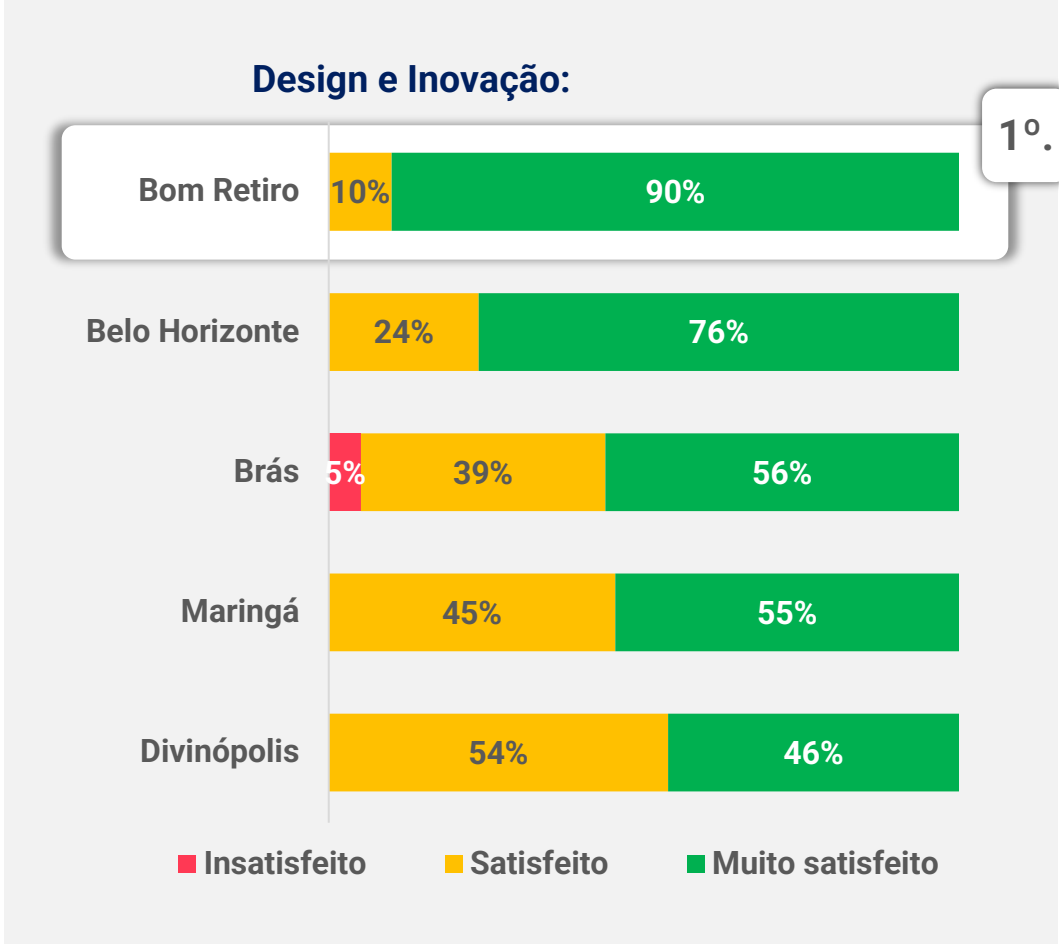
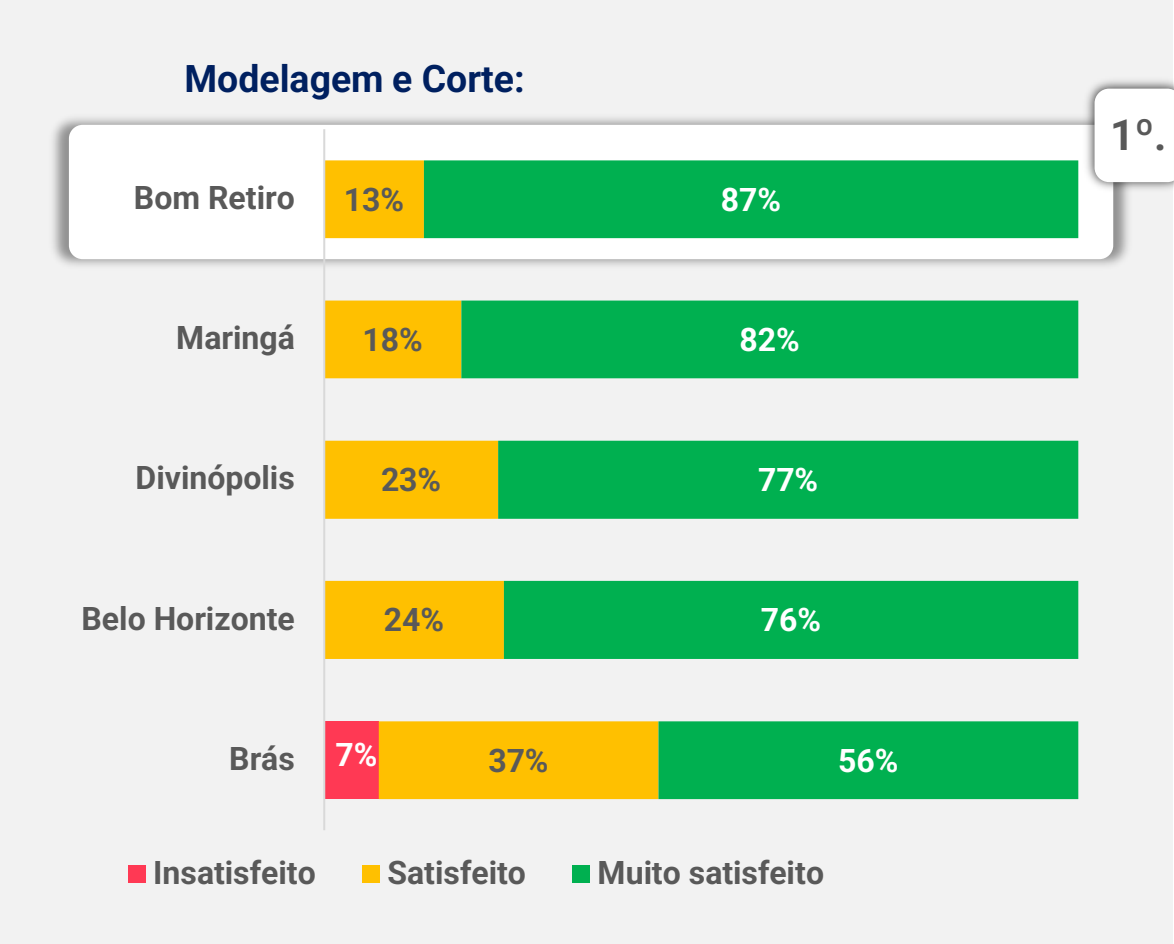
VISÃO DOS LOJISTAS
PESQUISADOS

Vantagens e Desvantagens do Bom Retiro x Polos Concorrentes | 2026



Em % de Empresas
Amostra = 280

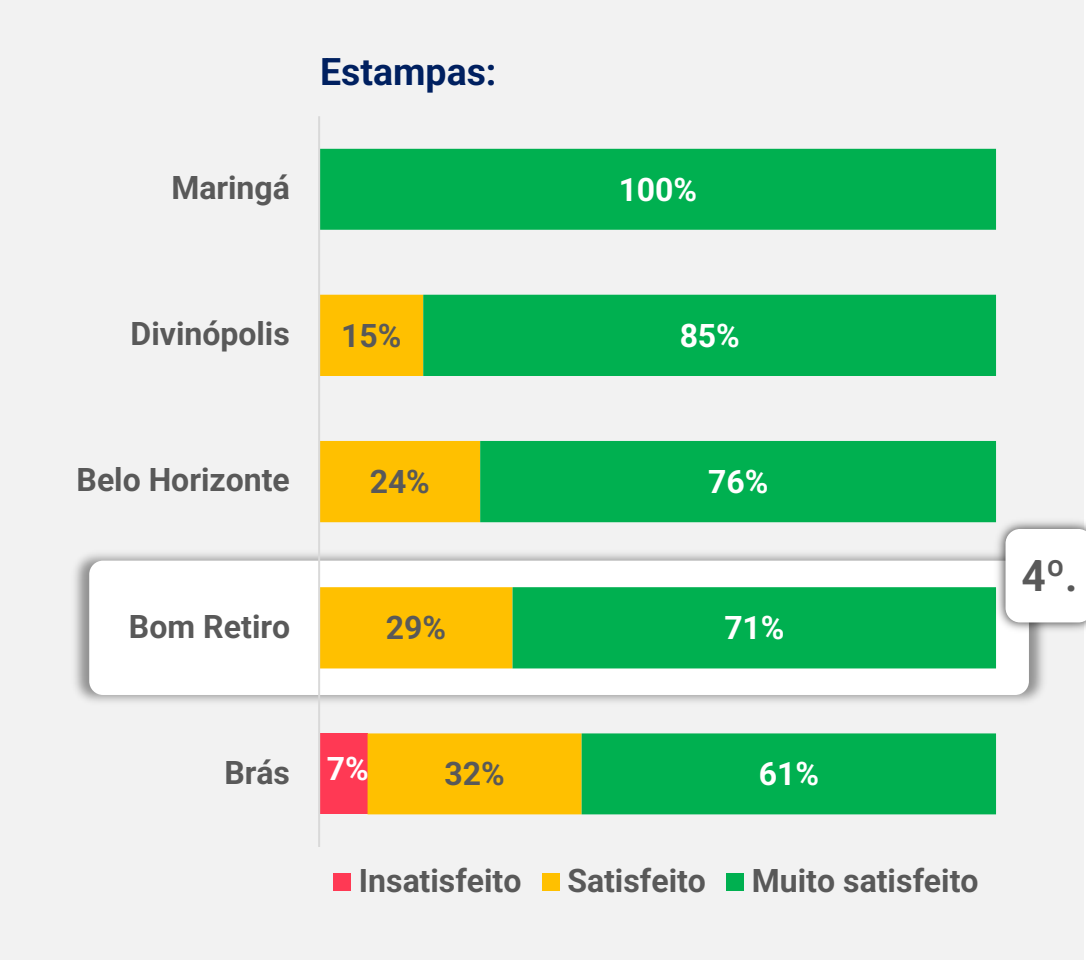
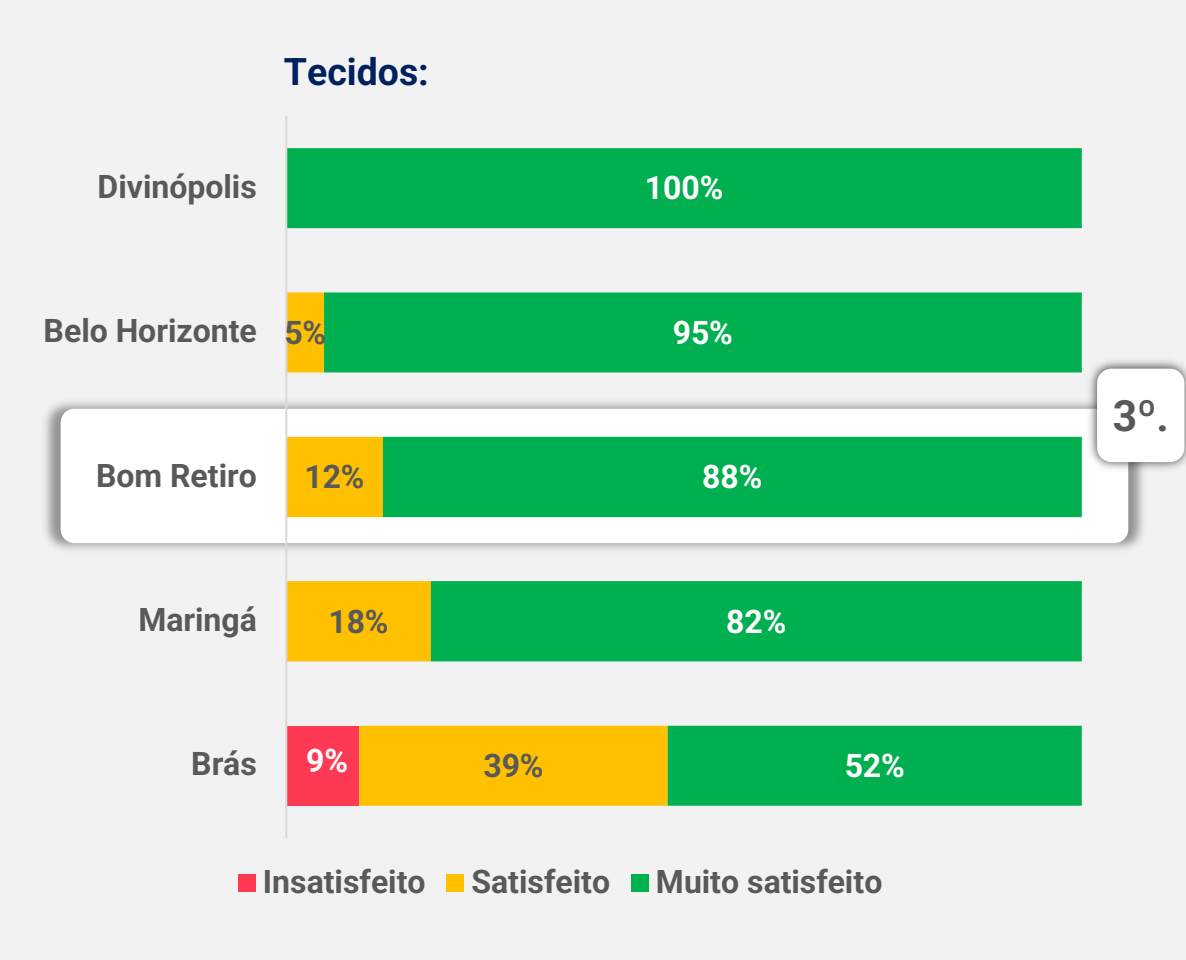
Comparativo dos Melhores Produtos | 2026 – Bom Retiro x Concorrentes (1)



Nota: (1) insatisfeito: notas 0 a 6; satisfeito: 7 e 8; muito satisfeito: 9 e 10;

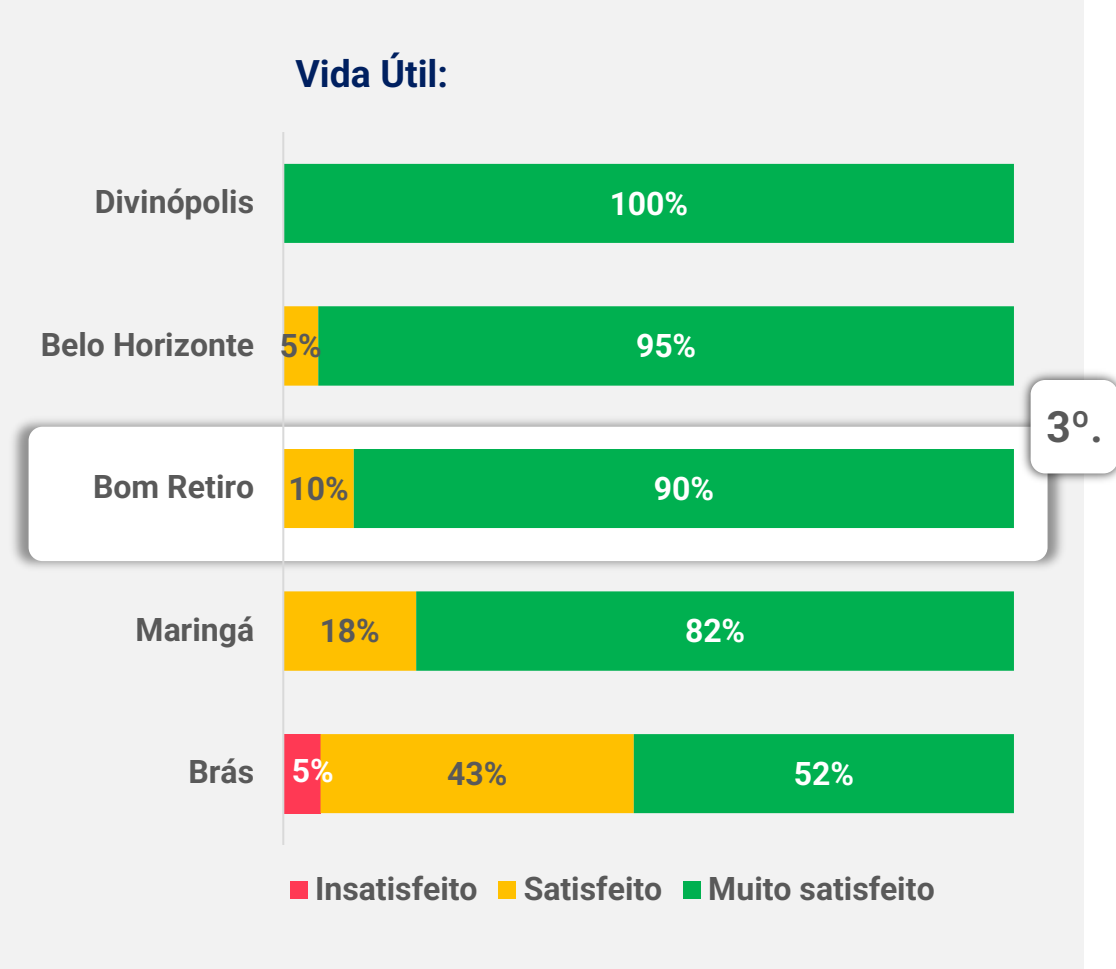
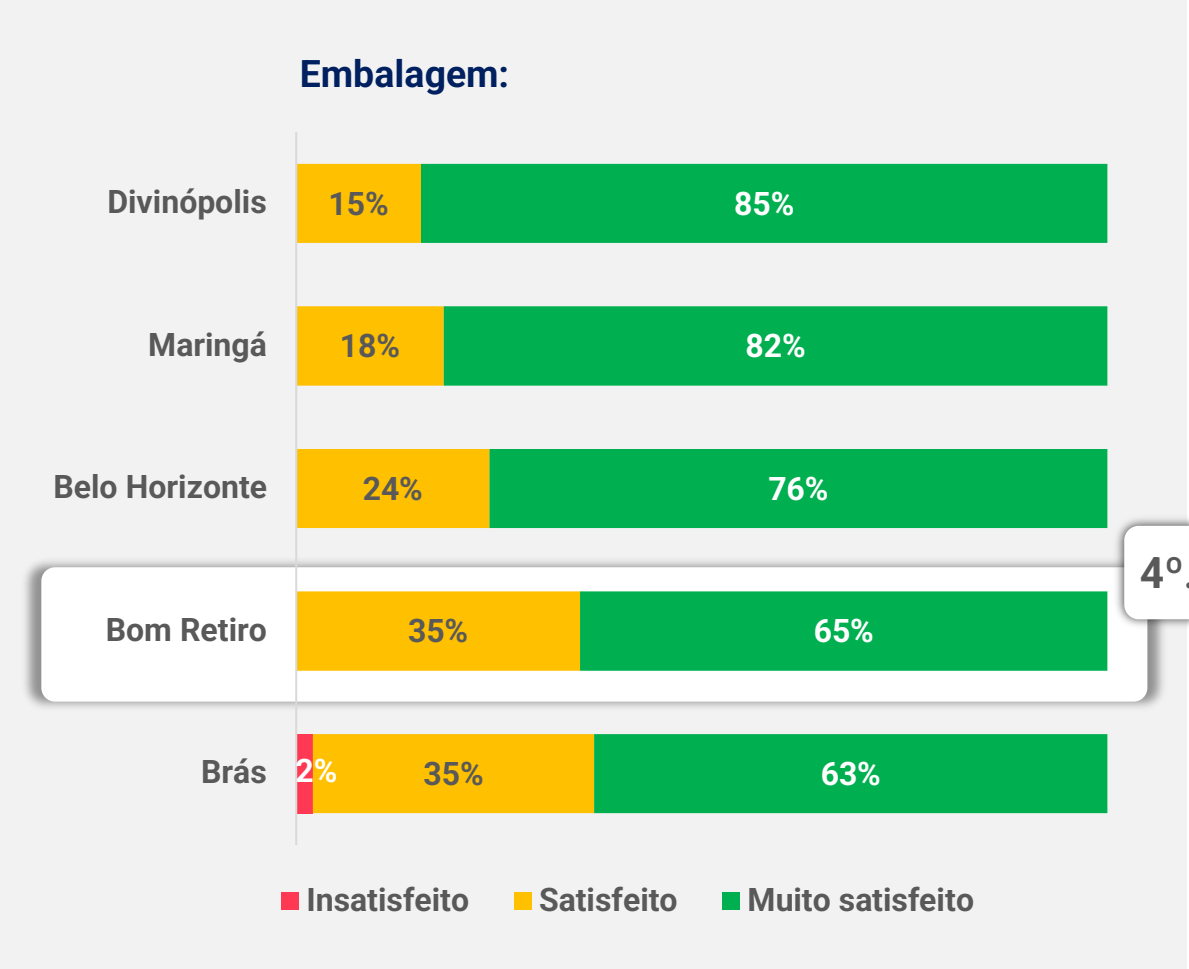
Em % de Empresas
Amostra = 280

Comparativo dos Melhores Produtos | 2026 – Bom Retiro x Concorrentes (1)



Nota: (1) insatisfeito: notas 0 a 6; satisfeito: 7 e 8; muito satisfeito: 9 e 10;

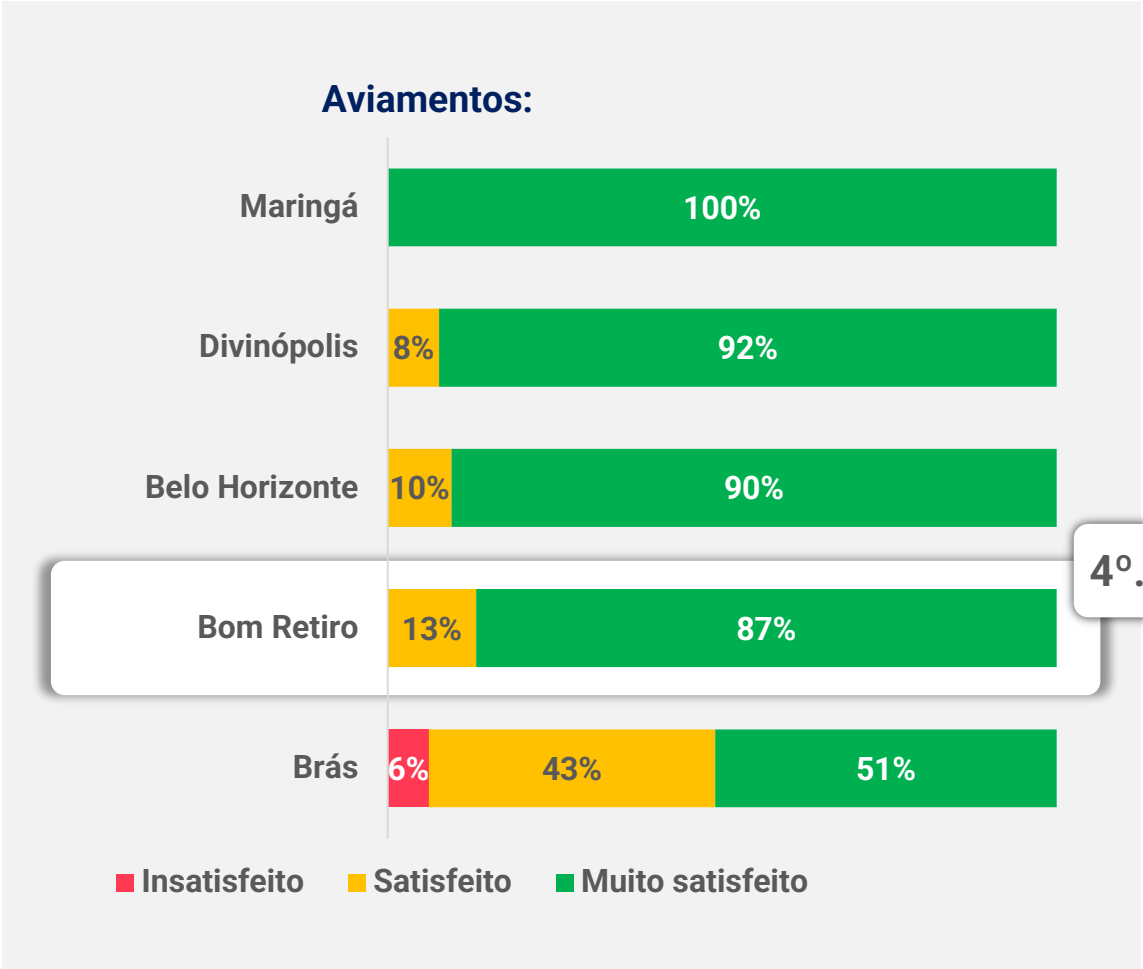
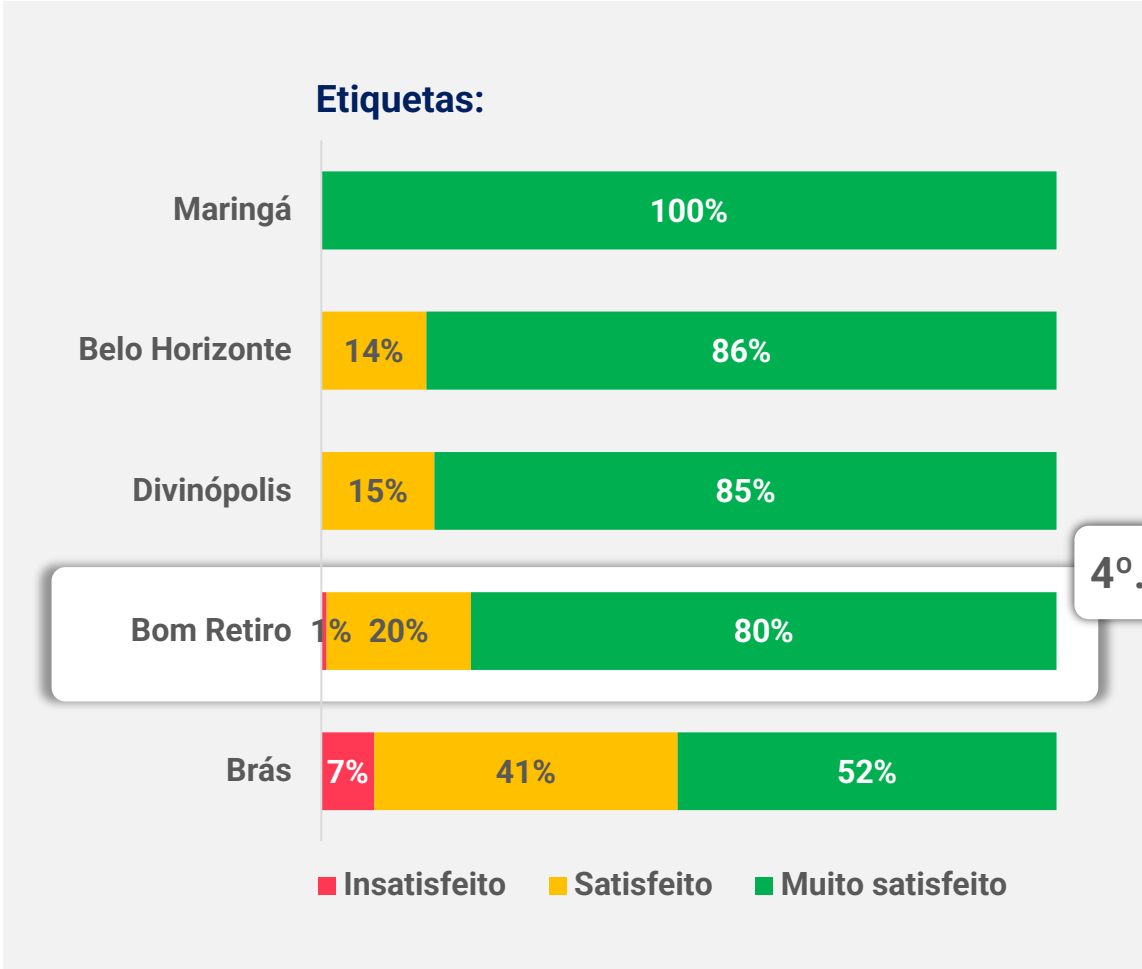
Comparativo dos Melhores Produtos | 2026 – Bom Retiro x Concorrentes (1)



Nota: (1) insatisfeito: notas 0 a 6; satisfeito: 7 e 8; muito satisfeito: 9 e 10;

Em % de Empresas
Amostra = 280

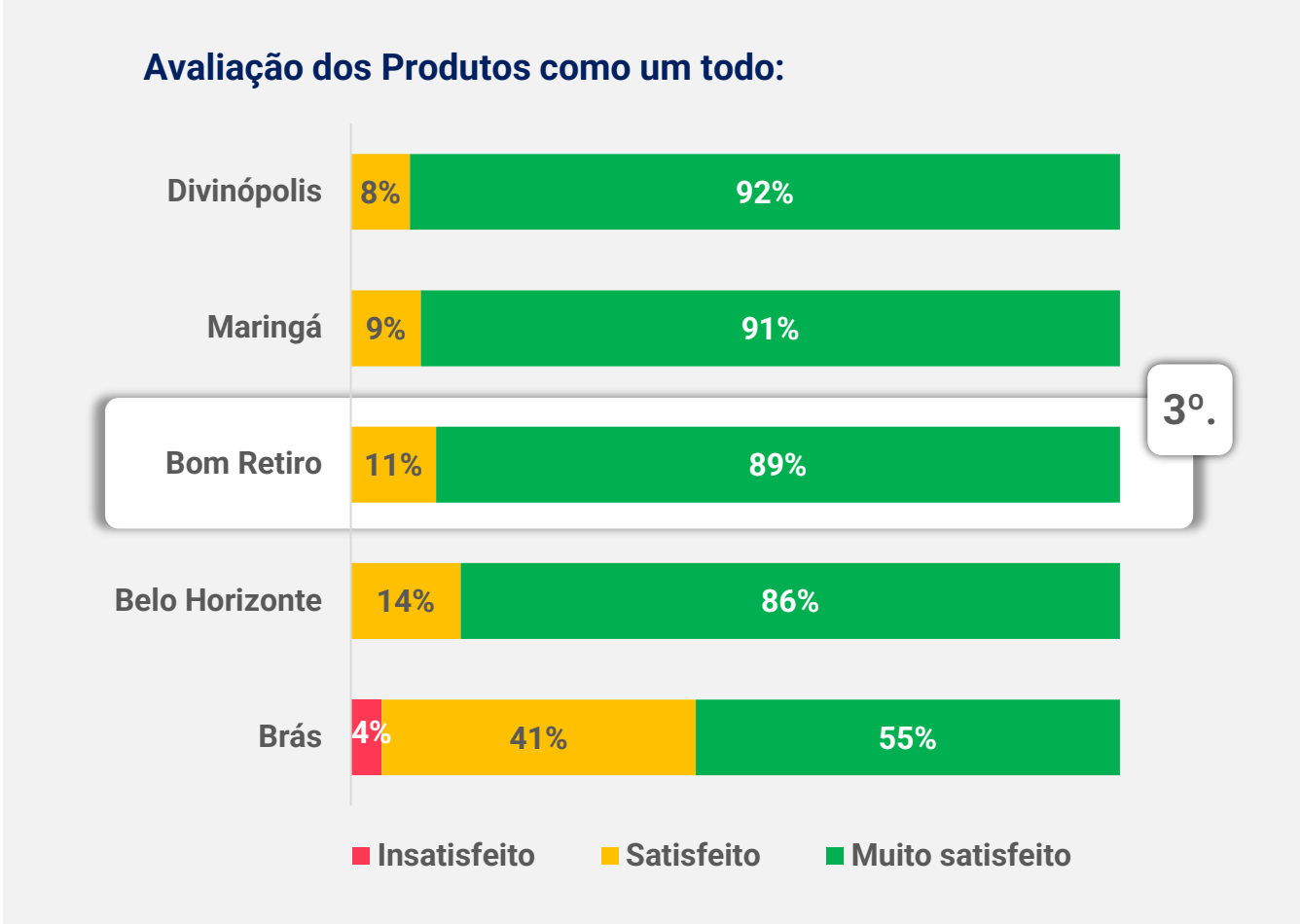
Comparativo dos Melhores Produtos | 2026 – Bom Retiro x Concorrentes (1)



Nota: (1) insatisfeito: notas 0 a 6; satisfeito: 7 e 8; muito satisfeito: 9 e 10;

Em % de Empresas
Amostra = 280

Comparativo dos Melhores Produtos | 2026 – Bom Retiro x Concorrentes (1)



Nota: (1) insatisfeito: notas 0 a 6; satisfeito: 7 e 8; muito satisfeito: 9 e 10;

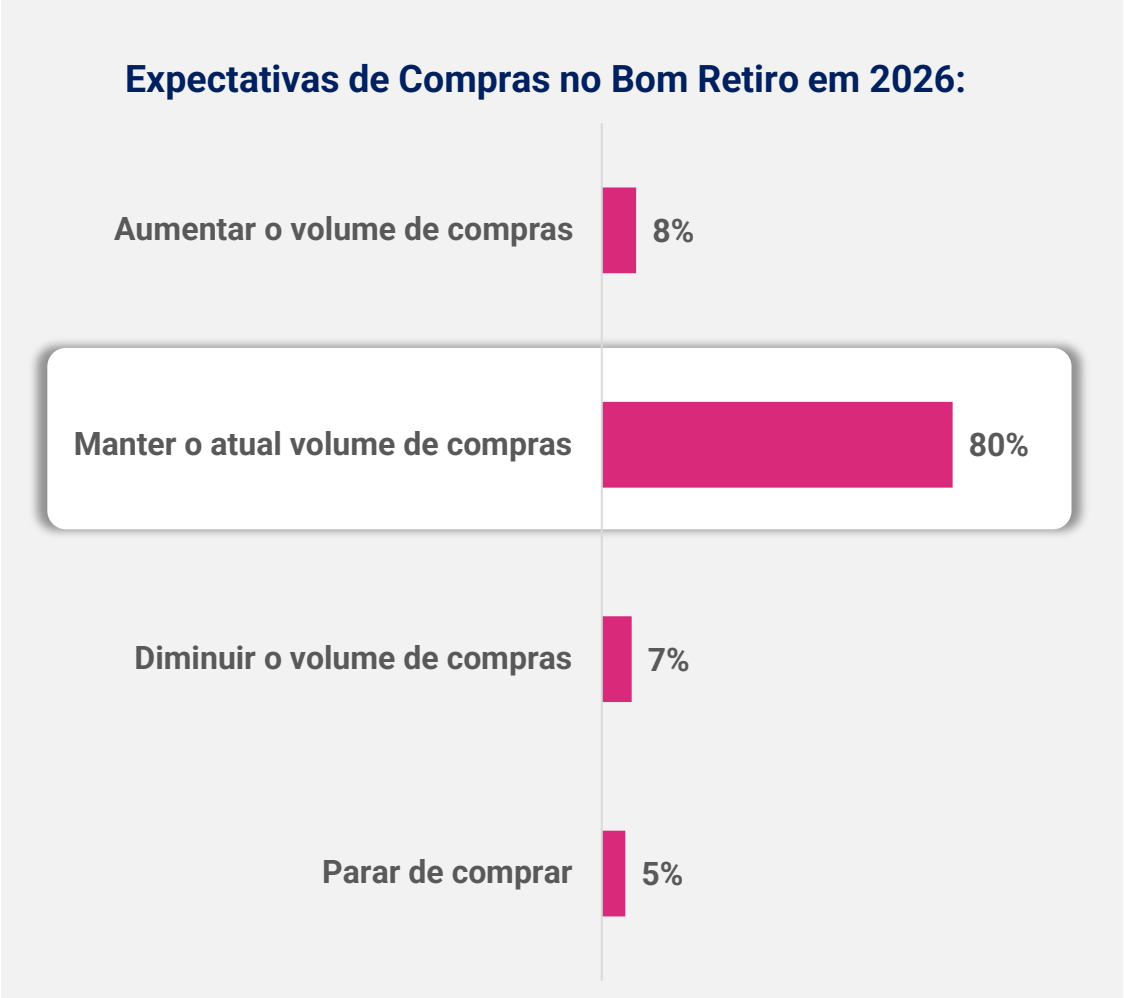
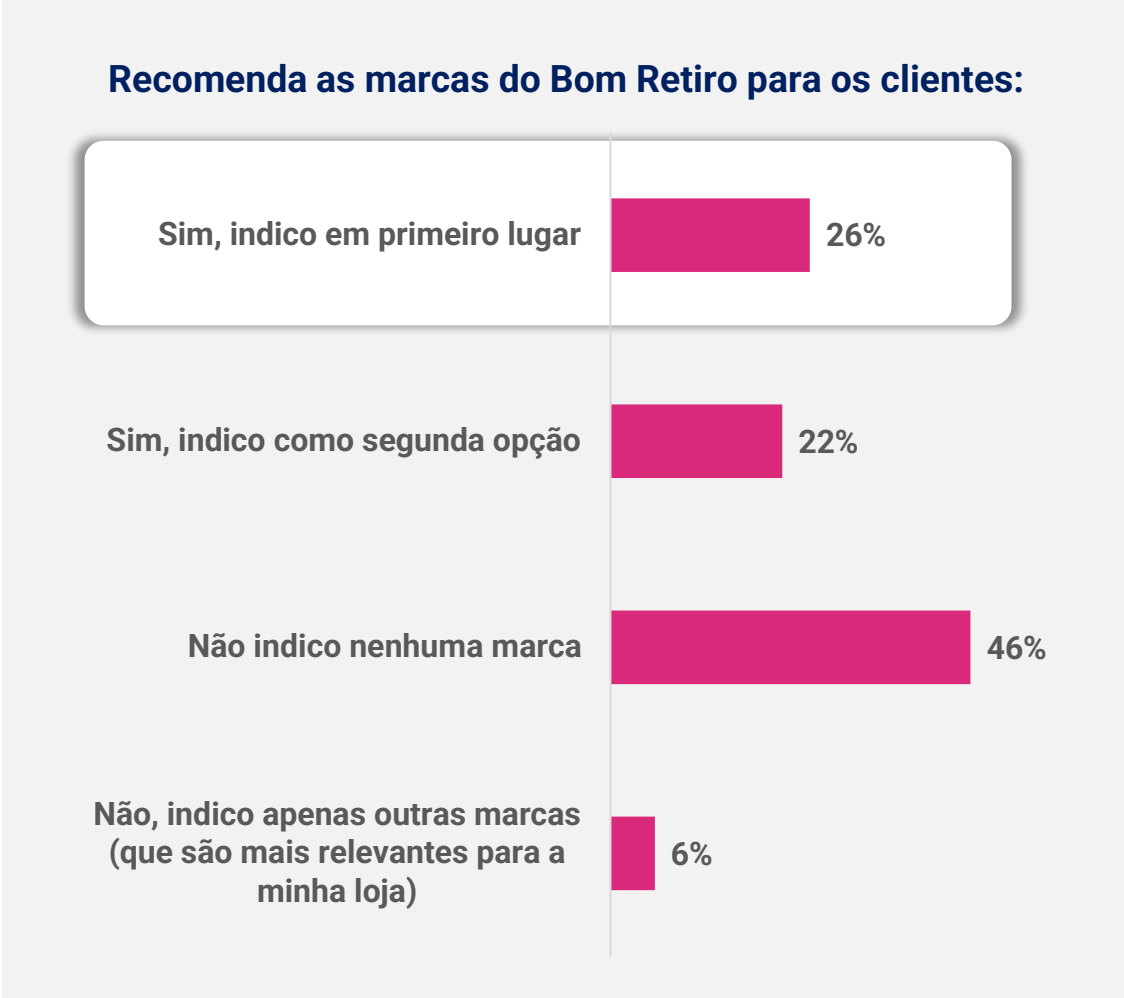




AVALIAÇÃO DAS MARCAS

Fatores de influência na decisão de compras dos lojistas

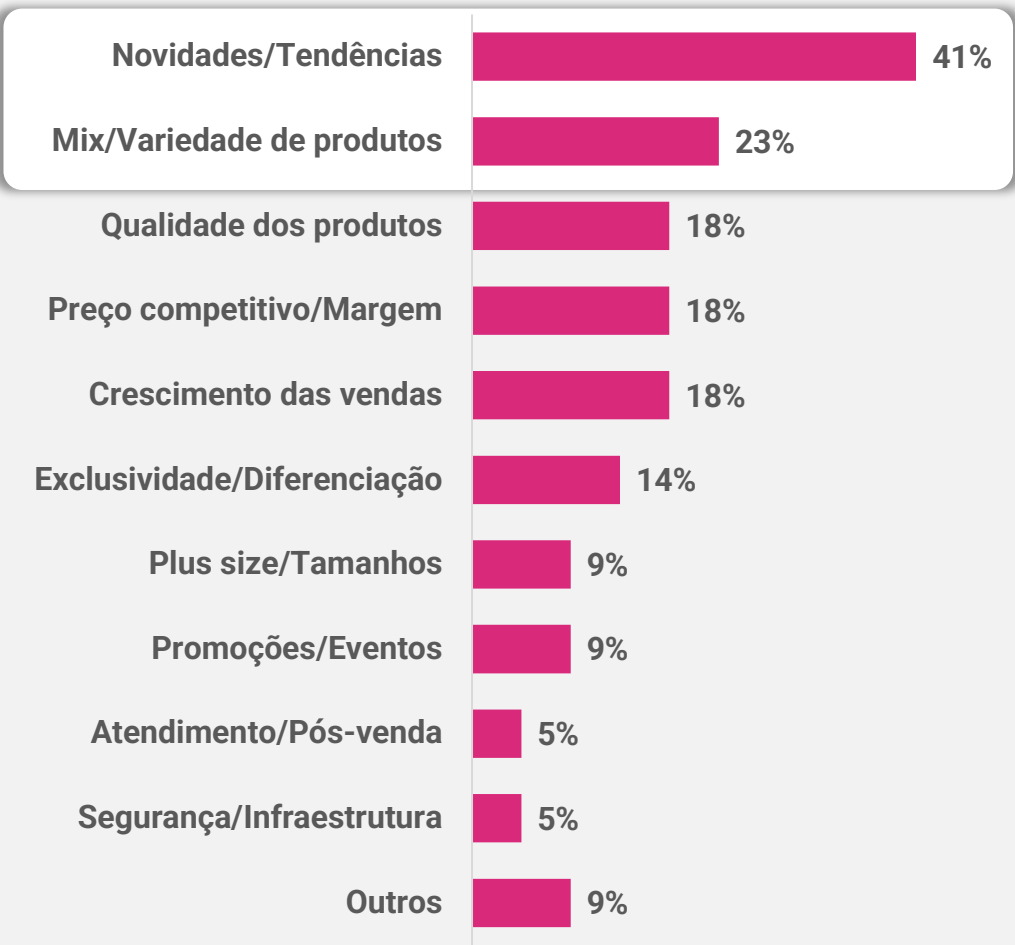
Recomendação das marcas do Polo e Expectativas de Compra | 2026 – No Bom Retiro



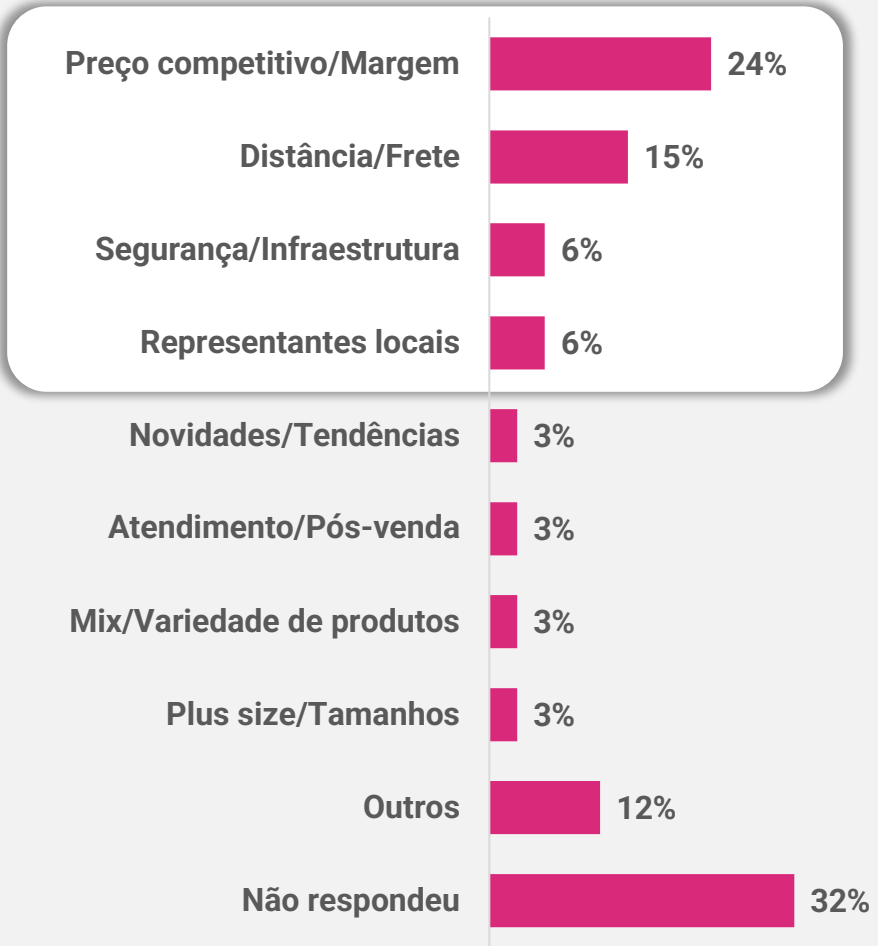
Em % de Empresas
Amostra = 280

Razões para aumentar ou diminuir o volume de compras no Polo | 2026 – Bom Retiro

Razões para Aumentar as Compras no Polo:



Razões para Diminuir as Compras no Polo:



Em % de Empresas
Amostra = 22



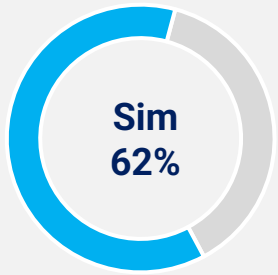
AVALIAÇÕES FINAIS DO BOM RETIRO

VISÃO DOS LOJISTAS
PESQUISADOS

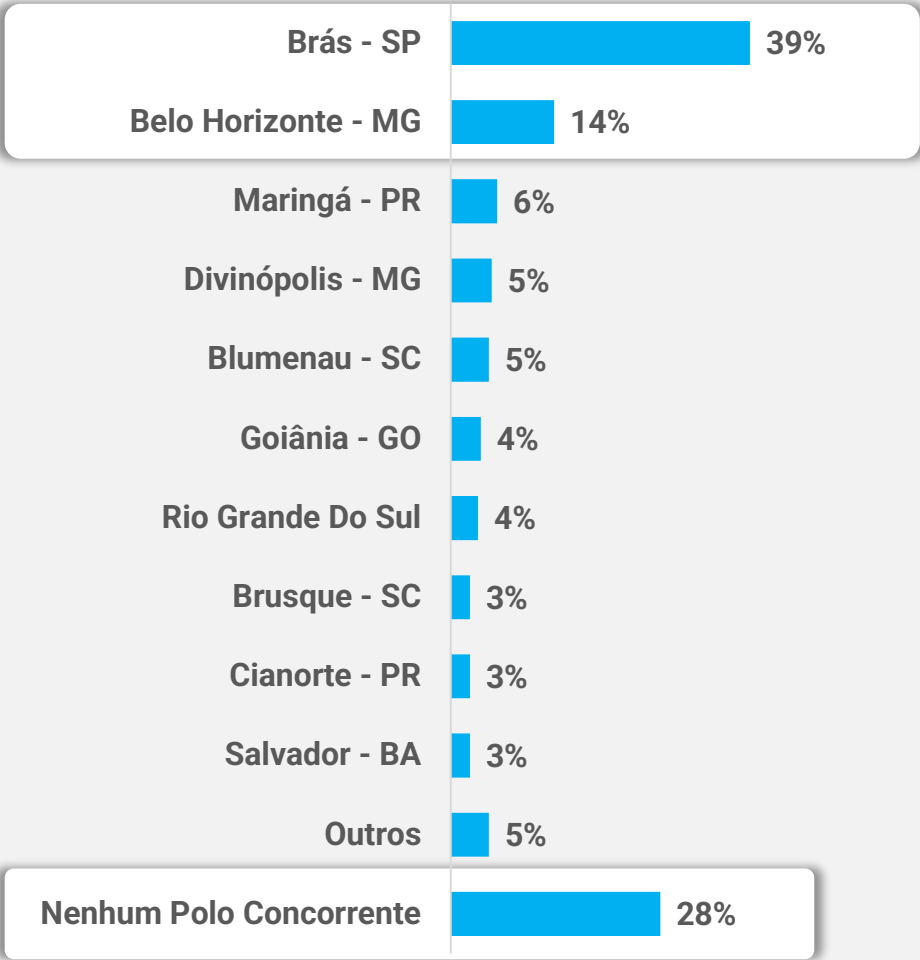
Importância das marcas do Bom Retiro para a loja | 2026



Importância para o negócio:

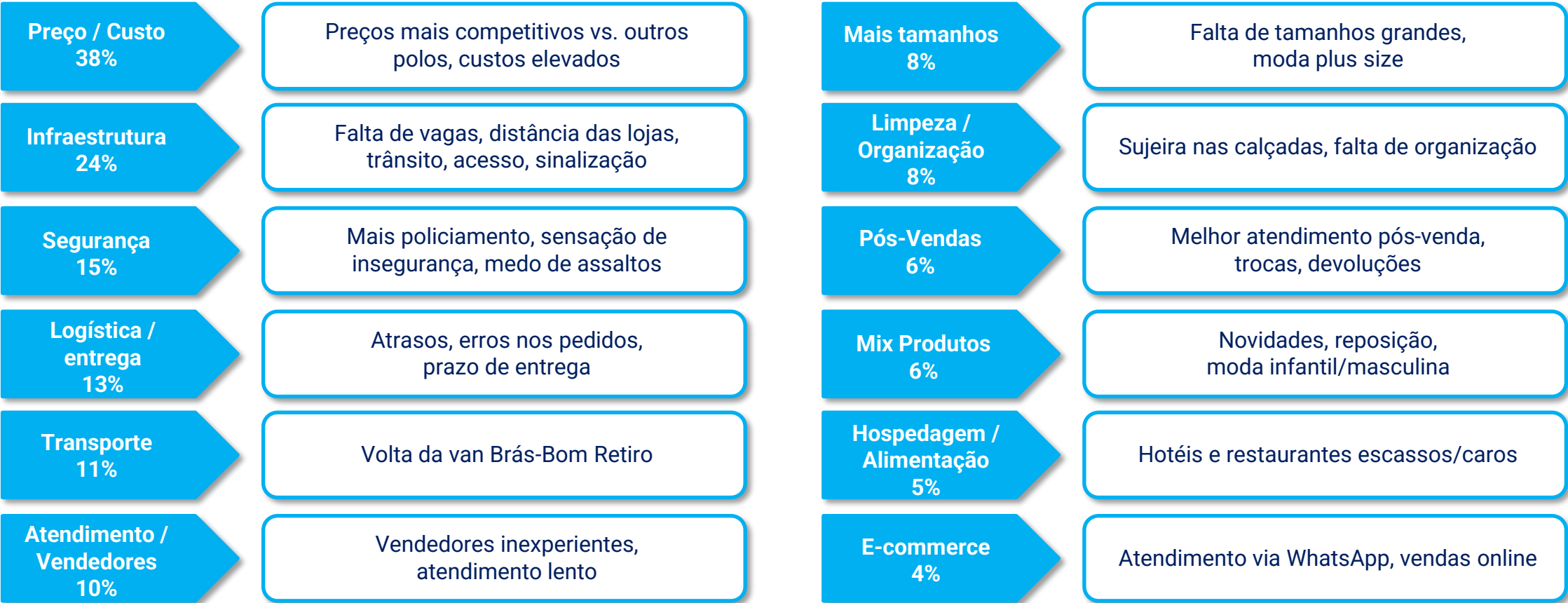


Polos concorrentes (principais):



Melhorias no Bom Retiro para um melhor atendimento | 2026

O que o Polo do Bom Retiro mais precisa melhorar para atender melhor sua loja?



Em % de Empresas
Amostra = 280

Realização



INTELIGÊNCIA DE MERCADO

Av. Nove de Julho, 4877, 2º andar, cj. 21 B
Itaim Bibi, São Paulo/SP | CEP 01407-200

 +55 11 3238-5800

 www.iemi.com.br

Siga-nos nas redes sociais



[/in/iempesquisas](https://in/iempesquisas)



[/iemi.inteligencia](https://iemi.inteligencia)



[/IEMIpesquisas](https://IEMIpesquisas)



[/iemiinteligencia](https://iemiinteligencia)

Importante

Este relatório foi desenvolvido com exclusividade pelo IEMI para **ABIV - Associação Brasileira da Indústria do Vestuário** e seu conteúdo é confidencial. Os direitos autorais sobre esse trabalho encontram-se protegidos e sua reprodução exige autorização prévia do IEMI e/ou da ABIV. O usuário deste material assume integral responsabilidade pelas consequências da sua utilização e pelas decisões tomadas a partir do conteúdo apresentado neste relatório.



MUITO OBRIGADO !!!

marcelo@iemi.com.br



Indústria



Varejo



Consumidor



*Projetos
Customizados*