

Vestuário

Mercado do Paraná

AD HOC - setembro 2012





Resumo Executivo

O mercado paranaense é bem extenso na área têxtil com alto potencial de consumo, mas também, como forte produtor de moda. As empresas de confecções são as principais atividades das regiões Noroeste e Sudeste do estado.

Já a região Centro-Sul é a principal em termos de consumo, concentra mais de 43% das empresas paranaenses e 63% do PIB estadual, sendo a região metropolitana de Curitiba a maior com potencial de consumo.

Na região Noroeste, as cidades de Maringá e

Cianorte são consideradas as principais cidades produtoras de moda do estado, principalmente, em jeans e modinha. E no Norte do Paraná, as cidades Apucarana, Londrina e Cambé são destaque na produção de vestuário, principalmente, de acessórios, artefatos, bens finais e produtos industriais, com destaque para a produção de bonés em Apucarana.

Na região Oeste, a cidade Terra Roxa caracteriza-se pela produção de moda bebê, com destaque para toda a região na atividade de malharia e tricô,

reunindo mais de 21% das empresas paranaenses nessa atividade.

Quanto ao perfil do consumidor, a classe B vem apresentando crescimento e os consumidores da classe C se reposicionam rapidamente para a classe B. Mostra-se, portanto, um importante mercado para empresas que pretendem ampliar seus produtos na classe B.

O potencial de consumo para este ano está previsto em 16% a mais que o ano passado e muito superior a média brasileira que é de 11%.



Sumário

Introdução	4
Mercado produtor	4
Eventos de moda	6
O mercado	6
Potencial de consumo	8
Considerações finais	13
Fontes	14



Principais mercados

INTRODUÇÃO

Conhecer o mercado do Paraná é o objetivo deste relatório para atender a uma solicitação de um empresário do setor de vestuário. O empresário atua com produtos voltados para as classes C e D e gostaria de saber quais as principais cidades do Paraná em termos de potencial de consumo e por classes de consumo.

O relatório vai sintetizar os principais elementos pesquisados no que concerne ao mercado do Paraná, assim como seu parque fabril. Evidenciam-se ainda as classes de consumo de cada uma das principais cidades paranaenses.

MERCADO PRODUTOR

O Paraná está entre os dez principais estados produtores têxteis, de confecções e acessórios do Brasil. Segundo estudo do Sebrae Paraná (PANORAMA, 2011), o estado ocupa a quarta posição em termos de confecções de roupas. São Paulo ocupa o primeiro lugar no que tange ao número de empre-

sas, empregados e massa salarial. Santa Catarina vêm em segundo lugar, seguido de Minas Gerais e na sequência o Paraná. Quando se fala de produção de acessórios, artefatos e produtos industriais, o Paraná disputa com o Rio Grande do Sul a segunda posição, sendo o primeiro lugar pertencente à São Paulo. Já no que tange a comercialização de vestuário, o Paraná ocupa a quinta posição.

Segundo a ABIT (VESTUÁRIO, s/d.), o Paraná possui seis arranjos produtivos locais (APLs) de vestuário no estado. São mais de 6 mil empresas, em sua maioria micro e pequenas empresas, que produzem juntas mais de 150 milhões de peças/ano. A maior concentração produtiva está no norte do Paraná, porém nota-se diversidade e descentralização geográfica deste setor no estado. O norte representa 59% da fabricação de acessórios, artefatos e produtos industriais relativos à cadeia do vestuário e o noroeste do estado reúne 45% das confecções.

O Paraná reúne diversos elos da cadeia produtiva do setor de vestuário, mas com destaque para confecções e acessórios que são mais de 70% das empresas do setor. Somente de acessórios de moda,

o Paraná reunia em 2010 21% das empresas do Brasil.

Em termos regionais tem-se a seguinte configuração econômica no Paraná, de acordo com o Sebrae-PR, 2010:

Região Noroeste

Principais cidades: Maringá, Umuarama, Campo Mourão, Paranavaí.

Principais atividades econômicas: agronegócio, indústria de transformação, confecção, serviços de informação e comunicação.

Região Oeste

Principais cidades: Foz do Iguaçu, Cascavel, Toledo e Marechal Cândido Rondon

Principais atividades econômicas: agronegócio, turismo, geração e distribuição de energia, transporte e armazenagem.

Região Norte

Principais cidades: Londrina, Arapongas, Apucarana e Cambé.



Potencial de consumo

Principais atividades econômicas: agronegócio, comércio, serviços de informação e comunicação, móveis e indústria de transformação.

Região Centro-Sul

Principais cidades: Curitiba, Araucária, São José dos Pinhais e Paranaguá.

Principais atividades econômicas: comércio, indústria de transformação, construção civil, automobilística e transporte e armazenagem.

Região Sudoeste

Principais cidades: Pato Branco, Francisco Beltrão, Manguaçu e Dois Vizinhos

Principais atividades econômicas: agronegócio, indústria de transformação, transporte e armazenagem, confecção e móveis.

Como pode ser observado, as empresas de confecções são as principais atividades das regiões Noroeste e Sudeste.

Já a região Centro-Sul, apresenta-se como a principal em termos de consumo. Aspecto este compreensível já que a região é a mais populosa, di-

nâmica e desenvolvida do Paraná, e concentra mais de 43% das empresas e 63% do PIB do estado. A região metropolitana de Curitiba reúne a maior população, empresas e renda do estado. Esse aspecto faz com que mais de 40% do comércio de vestuário esteja na região Centro-Sul. É a região com a maior atratividade do estado já que possui maior volume de consumidores e fornecedores, porém é onde se concentra o maior volume de concorrentes presentes em termos comerciais.

Na região Noroeste, as cidades de Maringá e Cianorte são consideradas as principais cidades produtoras de moda do estado, principalmente, em jeans e modinha. Também se configuram como as principais cidades da região no comércio de vestuário já que são conhecidas como os dois principais polos atacadistas de confecções do Paraná, reunindo 71% dos atacadistas do estado.

Já o norte do Paraná, as cidades Apucarana, Londrina e Cambé são destaque na produção de vestuário, principalmente, de acessórios, artefatos, bens finais e produtos industriais, com destaque para a produção de bonés em Apucarana. É a segunda

região em produção de confecções, reunindo mais de um quarto das empresas, empregados e massa salarial do setor no Paraná. Reúnem também aproximadamente 18% de empresas do comércio de vestuário do estado. Merece destaque a cidade de Londrina que reúne 47% dos representantes, 37% dos atacadistas e 29% de varejistas do vestuário.

Já região Oeste, merece destaque as cidades de Cascavel, Terra Roxa, Toledo e Foz de Iguaçu. Na região, Cascavel é uma produtora de roupa e importante polo de comercialização do vestuário, Terra Roxa caracteriza-se pela produção de moda bebê e Foz de Iguaçu comércio do vestuário. A região também tem destaque na atividade de malharia e tricô, reunindo mais de 21% das empresas paranaenses nessa atividade.

A região Sudoeste contribui com apenas 6% das empresas do elo de bens finais de confeccionados, 2,4% de acessórios e artefatos do vestuário e 6,1% do comércio do vestuário do Paraná. As principais cidades da cadeia do vestuário são: Francisco Beltrão, Ampére e Santo Antônio do Sudoeste.

Nota-se também que as regiões Centro-Sul, Nor-



Principais mercados

te e Oeste apresentam crescimento do segmento de roupas profissionais. Outro ponto é o crescimento das regiões Centro-Sul e Noroeste na produção de tecidos sintéticos e artificiais, em especial na produção de tecidos especiais.

EVENTOS DE MODA

Uma forma de realizar pesquisa de campo com relação aos concorrentes do estado do Paraná está em visitar os eventos de moda da região. Entre os eventos do Paraná destacam-se:

- Paraná criando moda
Link: <http://www.paranacriandomoda.com.br/site/index.php?p=home>
- Paraná Business Collection
Link: <http://www.paranabusinesscollection.com.br/ed07/pt/>
- Sudoeste Mostra Moda
Link: <http://www.sinvespar.com.br/Default.aspx>

- Rodada de Negócios da Moda Paranaense
Link: <http://www.acianet.com.br/web-site/4/86/noticias.html>

- Semana de Moda Curitiba
Link: <http://www.curitibalabmoda.com.br/>

O MERCADO

A população brasileira, segundo dados do Censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2010, é de 190 milhões de habitantes, em que apenas 19% vivem na área rural. A população do Paraná é de 10,44 milhões de habitantes, o que representa aproximadamente 5,5% da população do Brasil.

Quase 23% da população estão na faixa de 0 a 15 anos, outros 17,5% estão na faixa de 15 a 25 anos, 38% entre 25 e 50 anos, mais de 14% entre 50 e 65 anos e acima dos 65 anos pouco mais 7,5%. Nota-se, portanto que a população ativa é considerável no estado.

População Paraná - Por Gênero e Idade					
Faixa Idade	População			%	
	Anos	Homens	Mulheres		Total
00 a 04		363112	350925	714037	6,8
05 a 09		390883	377509	768392	7,4
10 a 14		463552	445519	909071	8,7
15 a 17		286928	278984	565912	5,4
18 a 19		182834	179885	362719	3,5
20 a 24		451739	449593	901332	8,6
25 a 29		436675	443557	880232	8,4
30 a 34		410438	425939	836377	8,0
35 a 39		384351	403019	787370	7,5
40 a 44		372379	394269	766648	7,3
45 a 49		336461	363723	700184	6,7
50 a 54		282641	309977	592618	5,7
55 a 59		231993	256686	488679	4,7
60 a 64		180838	201289	382127	3,7
65 a 69		133729	151451	285180	2,7
70 a 74		99314	114342	213656	2,0
75 a 79		64121	80272	144393	1,4
80 a 89		52475	74437	126912	1,2
90 a 99		6218	11536	17754	0,2
100 ou+		313	620	933	0,0
Total		5130994	5313532	10444526	100
%		49,1	50,9	100	

Tabela 1: População Paraná, por gênero e faixa de idade. Fonte: da autora



Potencial de consumo

Aspectos socioeconômicos

O Índice de Potencial de Consumo (IPC Maps) de 2011, realizado pela IPC Marketing¹, registra o crescimento das classes de consumo B2 e C1 e que as classes E e D têm conseguido ascender à classe C e, esta última, à classe A e B.

Estudo divulgado pelo Sebrae mostra que as projeções das classes de consumo em 2014 (Gráfico 1) onde nota-se que 28% e 56% da população pertencerão, respectivamente, a classe D/E e C e 16% a classe A/B (SEBRAE-PR, 2010). As projeções evidenciam a perspectiva de crescimento do poder de consumo do brasileiro. Pode-se observar, por exemplo, que a classe A/B, dobrará de tamanho em 2014 se comparado com 2003.

No Paraná, a participação no consumo por classe social pode ser observada no Gráfico 2. Observa-se, por exemplo, que há expectativa de crescimento da classe de consumo A2 e B1 em 2012 com relação ao ano de 2011. Nota-se que em 2011 a classe A representava 19%, a B 48%, a C 29% e as classes

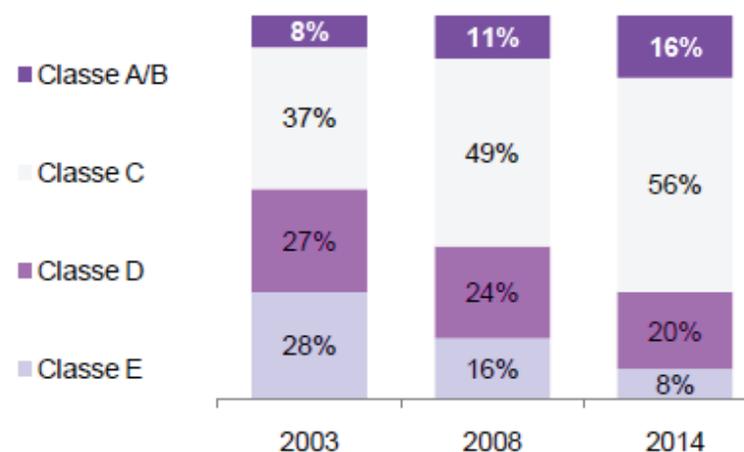


Gráfico 1: Evolução da distribuição de renda no Brasil. Fonte: SEBRAE-PR, 2010.

1 - O IPC Maps é um importante banco de dados elaborado pela IPC marketing, instituição brasileira que desenvolve estudos de mercado e elabora o conhecido índice de potencial de consumo (IPC).



Principais mercados

Participação no consumo por classe social



Gráfico 2: Participação no consumo. Fonte: RIOS, 2012.

D e E 4%. Por outro lado, em 2012, ocorreu uma transferência do consumo da classe C para a B, fazendo com que a representatividade da classe B se elevasse de 48% para 53% e consolidando a classe B como a maior em consumo no Paraná. Existe também uma movimentação importante dentro da própria classe de consumo. A classe C transferiu consumidores para a classe B, mas foi a classe B1 que efetivamente cresceu. Esse aspecto evidencia

uma perspectiva de elevação do poder de consumo da população paranaense em 2012.

A classe de Consumo está assim representada: A classe A apresenta renda média entre R\$ 10,9 mil e R\$ 18,6 mil. Já na classe B, a renda média está entre R\$ 3.175 e R\$ 6.410. A classe C entre R\$ 1.310 e R\$ 1.950. As classes D e E apresentam uma renda média entre R\$ 560 e R\$ 870.

Renda média familiar por classe social, em Reais.

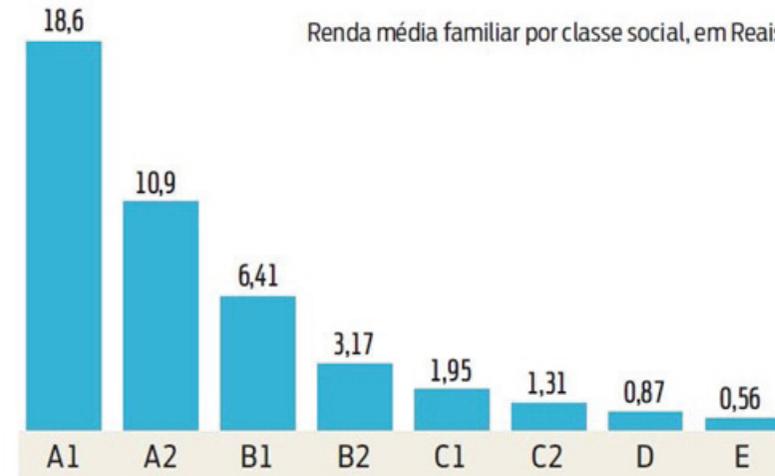


Gráfico 3: Renda média familiar por classe social. Fonte: RIOS, 2012.

POTENCIAL DE CONSUMO

A previsão de consumo do Paraná para 2012, segundo o IPC Maps, alcança a cifra de R\$ 170,9 bilhões em bens e serviços. O volume é superior em 16% em relação a 2011 e é superior a média brasileira que é de 11%. No estado, a concentração da população em termos de consumo está na classe B, o que justifica o crescimento de consumo



Potencial de consumo

superior a média brasileira. O estudo do IPC Maps (IPC Marketing, 2012) demonstra que o potencial de consumo se eleva mesmo com a população do Paraná se mantendo estável.

A população paranaense, em decorrência do aumento da renda, está mudando seu padrão de consumo. Estão viajando mais, investindo mais em educação privada e em planos de saúde. O estudo aponta ainda que o consumo de vestuário no Paraná deve alcançar o montante de R\$ 4,87 bilhões, 13,78% superior ao ano de 2011.

Como já mencionado em outros relatórios do

Sistema de Inteligência Setorial (SIS), mensalmente o IBGE divulga o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) que é índice oficial de inflação do país, e que mede mensalmente a variação dos preços do consumidor final. O IPCA baseia-se no peso de cada produto no gasto do consumidor brasileiro. O desenvolvimento do IPCA baseia-se numa pesquisa realizada em 10 capitais brasileiras, entre elas Curitiba e Brasília. Tendo como base o peso dos produtos levantados nessa pesquisa, foi possível elaborar o potencial de consumo do Paraná em diversos itens do vestuário.

Ressalta-se que mercado foi apurado pela responsável por esse relatório, podendo ter variáveis que não foram consideradas. Mas para macro aferição do mercado do Paraná, julgou-se o suficiente, pois permite se ter uma ideia do potencial do mercado do setor de vestuário do estado. O cálculo foi elaborado considerando o mercado total do vestuário divulgado pelo IPC Maps 2012 para o Paraná e a participação do setor de vestuário no IPCA de agosto de 2012.

Sobre a representatividade do consumo no IPCA,

SISTEMA NACIONAL DE ÍNDICES DE PREÇOS AO CONSUMIDOR DO BRASIL	
PESOS MENSAIS POR GRUPOS, ITENS E SUBITENS	
AGOSTO DE 2012 - IPCA	
GRUPOS, ITENS E SUBITENS	NACIONAL
Índice Geral	100,00
Vestuário	6,59
Roupas	4,24
Roupa masculina	1,57
Calça comprida masculina	0,48
Terno	0,07
A gasalho masculino	0,10
Short e bermuda masculina	0,23
Cueca	0,03
Camisa/camiseta masculina	0,67
Roupa feminina	1,95
Calça comprida feminina	0,53
A gasalho feminino	0,09
Saia	0,02
Vestido	0,34
Blusa	0,72
Lingerie	0,16
Bermuda e short feminino	0,09
Roupa infantil	0,72
Uniforme escolar	0,03
Calça comprida infantil	0,14
A gasalho infantil	0,05
Vestido infantil	0,08
Bermuda e short infantil	0,11
Camisa/camiseta infantil	0,28
Conjunto infantil	0,05
Calçados e acessórios	1,92
Jóias e bijuterias	0,34
Tecidos e armarinho	0,09

Tabela 3: IPCA, peso mensais, participação do setor de vestuário. Fonte: autora com dados do IBGE e IPC Maps.

ORÇAMENTO FAMILIAR

	Em bilhões de reais		2011	2012	
	Vestuário Confeccionado	4,28	4,87	13,78%	
	Calçados	1,80	2,05	13,88%	
	Outras despesas com Vestuário**	0,34	0,40	16,30%	
	Total	147,3	170,9	16,02%	

** relógios, jóias, bijuterias, tecidos e artigos para armarinhos

Tabela 2: Orçamento familiar. Fonte: RIOS, 2012.



Principais mercados

Potencial de Consumo Por Classes - Paraná - Classe A e B				
ITENS DO VESTUÁRIO	A1	A2	B1	B2
Roupas	146.100	779.200	1.266.200	1.314.900
Roupa masculina	54.023	288.123	468.199	486.207
Calça comprida masculina	16.576	88.404	143.657	149.182
Terno	2.268	12.099	19.660	20.416
Agasalho masculino	3.406	18.166	29.520	30.656
Short e bermuda masculina	7.888	42.069	68.362	70.992
Cueca	865	4.615	7.500	7.788
Camisa/camiseta masculina	23.012	122.733	199.440	207.111
Roupa feminina	67.189	358.342	582.306	604.703
Calça comprida feminina	18.175	96.936	157.521	163.579
Agasalho feminino	3.061	16.328	26.532	27.553
Saia	858	4.578	7.440	7.726
Vestido	11.691	62.350	101.319	105.216
Blusa	24.867	132.625	215.515	223.804
Lingerie	5.447	29.051	47.208	49.024
Bermuda e short feminino	3.092	16.493	26.801	27.832
Roupa infantil	24.888	132.735	215.694	223.990
Uniforme escolar	865	4.615	7.500	7.788
Calça comprida infantil	4.682	24.969	40.575	42.136
Agasalho infantil	1.620	8.642	14.043	14.583
Vestido infantil	2.630	14.029	22.797	23.674
Bermuda e short infantil	3.699	19.729	32.060	33.293
Camisa/camiseta infantil	9.774	52.127	84.706	87.964
Conjunto infantil	1.613	8.605	13.983	14.521

Tabela 4: Mercado de vestuário do Paraná. Classe de Consumo A e B. Fonte: Elaborado pela autora com base no IPC Maps e IPCA do IBGE.

foi elaborado uma regra de proporcionalidade (quarta proporcional, também conhecida como regra de 3), para que se pudesse encontrar os índices para o cálculo do mercado de maneira segmentada.

É importante esclarecer que cada segmento tem suas peculiaridades e pode alterar os números encontrados para o mercado e no consumo por classe econômica, porém para se chegar a uma visão ma-

Potencial de Consumo Por Classes - Paraná - Classe C e D			
ITENS DO VESTUÁRIO	C1	C2	D
Roupas	827.900	438.300	146.100
Roupa masculina	306.130	162.069	54.023
Calça comprida masculina	93.929	49.727	16.576
Terno	12.855	6.805	2.268
Agasalho masculino	19.302	10.219	3.406
Short e bermuda masculina	44.699	23.664	7.888
Cueca	4.904	2.596	865
Camisa/camiseta masculina	130.403	69.037	23.012
Roupa feminina	380.739	201.568	67.189
Calça comprida feminina	102.994	54.526	18.175
Agasalho feminino	17.348	9.184	3.061
Saia	4.864	2.575	858
Vestido	66.247	35.072	11.691
Blusa	140.914	74.601	24.867
Lingerie	30.867	16.341	5.447
Bermuda e short feminino	17.524	9.277	3.092
Roupa infantil	141.031	74.663	24.888
Uniforme escolar	4.904	2.596	865
Calça comprida infantil	26.530	14.045	4.682
Agasalho infantil	9.182	4.861	1.620
Vestido infantil	14.906	7.891	2.630
Bermuda e short infantil	20.962	11.098	3.699
Camisa/camiseta infantil	55.385	29.321	9.774
Conjunto infantil	9.143	4.840	1.613

Tabela 5: Mercado de vestuário do Paraná. Classe de Consumo C e D. Fonte: Elaborado pela autora com base no IPC Maps e IPCA do IBGE.

cro do mercado considerou-se o suficiente.

O IPC Maps divulgou em 2012 uma tabela dos principais 500 municípios em termos de potencial de consumo do Brasil. Este índice funciona como



Potencial de consumo

Município	IPC 2012	Posição		TOTAL
		BR	UF	
CURITIBA	1,55873	5	1	1.252.582.138
LONDRINA	0,36124	38	2	290.289.384
MARINGÁ	0,28626	45	3	230.036.095
PONTA GROSSA	0,19769	68	4	158.861.998
CASCATEL	0,19422	71	5	156.073.536
SÃO JOSÉ DOS PINHAIS	0,16815	85	6	135.123.906
FOZ DO IGUAÇU	0,15776	94	7	126.774.591
COLOMBO	0,1157	130	8	92.975.534
GUARAPUAVA	0,08854	165	9	71.149.989
PARANAGUÁ	0,08035	180	10	64.568.575
TOLEDO	0,07827	187	11	62.897.105
APUCARANA	0,07371	197	12	59.232.728
PINHAIS	0,07355	199	13	59.104.153
ARAUCÁRIA	0,07043	205	14	56.596.948
UMUARAMA	0,06743	213	15	54.186.173
CAMPO LARGO	0,06272	231	16	50.401.257
ARAPONGAS	0,06156	235	17	49.469.091
CAMBE	0,05556	264	18	44.647.542
CAMPO MOURÃO	0,05504	266	19	44.229.675
FRANCISCO BELTRÃO	0,05203	278	20	41.810.864
PARANAVAI	0,05125	284	21	41.184.063
ALMIRANTE TAMANDARÉ	0,05101	287	22	40.991.201
PATO BRANCO	0,04877	300	23	39.191.156
CIANORTE	0,04464	323	24	35.872.323
PIRAQUARA	0,04161	335	25	33.437.441
SARANDI	0,04159	336	26	33.421.369
TELEMÁCO BORBA	0,03934	351	27	31.613.289
FAZENDA RIO GRANDE	0,03929	352	28	31.573.109
ROLÂNDIA	0,03412	401	29	27.418.541
MARECHAL CANDIDO RONDON	0,03165	425	30	25.433.670
CASTRO	0,03115	429	31	25.031.874
CORNÉLIO PROCÓPIO	0,0301	440	32	24.188.103
IRATI	0,02819	465	33	22.653.244
UNIÃO DA VITÓRIA	0,02808	467	34	22.564.849

Tabela 6: IPC MAPS - os principais municípios do Paraná em 2012 em consumo de vestuário. Fonte: Elaborado pela Autora com base no IPC Maps e IPCA.

a participação (%) do consumo de cada município, sobre o total do país. No Paraná, os principais municípios em termos de consumo de moda estão descritos na Tabela 7.

O Paraná possui 399 municípios e seu mercado de vestuário representa R\$ 4,8 bilhões. Os 34 principais municípios do Paraná em termos de consumo juntos representam mais de 73% deste mercado e somente os 10 principais municípios somam mais de 53% deste mercado. É importante observar ainda que Curitiba, sozinha, responde por quase 26% do mercado de vestuário do estado.

As Tabelas 8 e 9 apresentadas mostram o potencial de consumo nas principais cidades paranaense em termos de consumo por classe.

Para que se possa encontrar o valor do mercado de cada município nos diversos segmentos do vestuário, basta aplicar a tabela a seguir sobre o potencial de consumo da cidade que se deseja analisar. Por exemplo, se o empresário desejar saber de quanto é o mercado de roupa feminina da cidade de Curitiba, basta consultar a tabela “Os Principais Municípios do Paraná em 2012 em Consumo de Vestu-



Principais mercados

Município	Principais Municípios do Paraná em Consumo Vestuário - Potencial Classe de Consumo A e B			
	A1	A2	B1	B2
CURITIBA	27.913.169	161.448.828	274.408.346	332.850.132
LONDRINA	6.468.954	37.416.214	63.594.895	77.138.941
MARINGÁ	5.126.240	29.649.998	50.394.958	61.127.764
PONTA GROSSA	3.540.160	20.476.169	34.802.555	42.214.587
CASCATEL	3.478.021	20.116.756	34.191.675	41.473.605
SÃO JOSE DOS PINHAIS	3.011.169	17.416.500	29.602.153	35.906.635
FOZ DO IGUAÇU	2.825.109	16.340.333	27.773.034	33.687.962
COLOMBO	2.071.913	11.983.877	20.368.534	24.706.498
GUARAPUAVA	1.585.542	9.170.722	15.587.122	18.906.771
PARANAGUÁ	1.438.879	8.322.425	14.145.305	17.157.884
TOLEDO	1.401.631	8.106.984	13.779.129	16.713.722
APUCARANA	1.319.972	7.634.673	12.976.358	15.739.983
PINHAIS	1.317.107	7.618.100	12.948.191	15.705.816
ARAUCÁRIA	1.261.235	7.294.939	12.398.927	15.039.574
UMUARAMA	1.207.512	6.984.208	11.870.789	14.398.956
CAMPO LARGO	1.123.167	6.496.360	11.041.612	13.393.186
ARAPONGAS	1.102.394	6.376.210	10.837.398	13.145.480
CAMBE	994.948	5.754.747	9.781.122	11.864.244
CAMPO MOURÃO	985.636	5.700.887	9.689.578	11.753.204
FRANCISCO BELTRÃO	931.734	5.389.120	9.159.679	11.110.450
PARANAVAI	917.766	5.308.329	9.022.363	10.943.890
ALMIRANTE TAMANDARÉ	913.468	5.283.471	8.980.112	10.892.640
PATO BRANCO	873.355	5.051.458	8.585.769	10.414.312
CIANORTE	799.397	4.623.684	7.858.698	9.532.395
PIRAQUARA	745.137	4.309.846	7.325.278	8.885.371
SARANDI	744.779	4.307.774	7.321.758	8.881.100
TELEMÁCO BORBA	704.486	4.074.726	6.925.654	8.400.637
FAZENDA RIO GRANDE	703.591	4.069.547	6.916.851	8.389.960
ROLÂNDIA	611.009	3.534.053	6.006.693	7.285.961
MARECHAL CANDIDO RONCHI	566.777	3.278.217	5.571.859	6.758.519
CASTRO	557.823	3.226.429	5.483.836	6.651.750
CORNÉLIO PROCÓPIO	539.020	3.117.673	5.298.988	6.427.533
IRATI	504.816	2.919.840	4.962.740	6.019.673
UNIÃO DA VITÓRIA	502.846	2.908.447	4.943.375	5.996.184

Tabela 7: Potencial de consumo classes A e B – principais cidades Paranaenses. Fonte: Elaborado pela autora com dados do IPC Maps.

Município	Principais Municípios do Paraná em Consumo Vestuário - Potencial Classe de Consumo C, D e E			
	C1	C2	D	E
CURITIBA	245.575.014	130.735.907	77.514.481	2.136.261
LONDRINA	56.912.691	30.298.409	17.964.196	495.084
MARINGÁ	45.099.731	24.009.585	14.235.496	392.323
PONTA GROSSA	31.145.692	16.580.923	9.830.976	270.937
CASCATEL	30.599.000	16.289.882	9.658.416	266.181
SÃO JOSE DOS PINHAIS	26.491.720	14.103.304	8.361.974	230.452
FOZ DO IGUAÇU	24.854.795	13.231.860	7.845.287	216.212
COLOMBO	18.228.320	9.704.147	5.753.675	158.568
GUARAPUAVA	13.949.312	7.426.146	4.403.028	121.345
PARANAGUÁ	12.658.993	6.739.224	3.995.746	110.121
TOLEDO	12.331.293	6.564.767	3.892.309	107.270
APUCARANA	11.612.873	6.182.305	3.665.543	101.021
PINHAIS	11.587.666	6.168.885	3.657.587	100.801
ARAUCÁRIA	11.096.116	5.907.200	3.502.431	96.525
UMUARAMA	10.623.471	5.655.580	3.353.244	92.414
CAMPO LARGO	9.881.419	5.260.537	3.119.019	85.959
ARAPONGAS	9.698.664	5.163.243	3.061.333	84.369
CAMBE	8.753.375	4.660.003	2.762.957	76.146
CAMPO MOURÃO	8.671.450	4.616.389	2.737.098	75.433
FRANCISCO BELTRÃO	8.197.230	4.363.930	2.587.413	71.308
PARANAVAI	8.074.342	4.298.509	2.548.624	70.239
ALMIRANTE TAMANDARÉ	8.036.531	4.278.380	2.536.689	69.910
PATO BRANCO	7.683.623	4.090.503	2.425.296	66.840
CIANORTE	7.032.949	3.744.106	2.219.914	61.180
PIRAQUARA	6.555.578	3.489.970	2.069.234	57.027
SARANDI	6.552.427	3.488.293	2.068.240	57.000
TELEMÁCO BORBA	6.197.944	3.299.578	1.956.349	53.916
FAZENDA RIO GRANDE	6.190.066	3.295.384	1.953.862	53.847
ROLÂNDIA	5.375.543	2.861.759	1.696.762	46.762
MARECHAL CANDIDO RONCHI	4.986.399	2.654.592	1.573.931	43.377
CASTRO	4.907.625	2.612.655	1.549.066	42.692
CORNÉLIO PROCÓPIO	4.742.199	2.524.588	1.496.851	41.252
IRATI	4.441.282	2.364.390	1.401.868	38.635
UNIÃO DA VITÓRIA	4.423.952	2.355.164	1.396.397	38.484

Tabela 8: Potencial de consumo classes C, D e E – principais cidades Paranaenses. Fonte: Elaborado pela autora com dados do IPC Maps.



Potencial de consumo

Participação do Segmento no Consumo de Vestuário	
Roupas	%
Roupa masculina	36,98
Calça comprida masculina	11,35
Terno	1,55
Agasalho masculino	2,33
Short e bermuda masculina	5,40
Cueca	0,59
Camisa/camiseta masculina	15,75
Roupa feminina	45,99
Calça comprida feminina	12,44
Agasalho feminino	2,10
Saia	0,59
Vestido	8,00
Blusa	17,02
Lingerie	3,73
Bermuda e short feminino	2,12
Roupa infantil	17,03
Uniforme escolar	0,59
Calça comprida infantil	3,20
Agasalho infantil	1,11
Vestido infantil	1,80
Bermuda e short infantil	2,53
Camisa/camiseta infantil	6,69
Conjunto infantil	1,10

Tabela 9: Participação do segmento no consumo de vestuário. Fonte: autora com base no IPCA agosto 2012.

ário” e verificar que o município de Curitiba tem um consumo de R\$ 1,252 bilhões e depois multiplicar por 45,99% que é o percentual de roupas femininas no mercado paranaense, conforme registrado na Tabela 9. Como resultante, tem-se que o mercado de roupas femininas de Curitiba é de R\$ 576 milhões de reais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Paraná é um importante estado de consumo e produção de vestuário. A classe B vem apresentando crescimento e os consumidores da classe C se reposicionam rapidamente para a classe B. Houve entre 2011 e 2012 uma diminuição de três pontos percentuais no tamanho da classe C. Mostra-se, portanto, um importante mercado para empresas que pretende ampliar seus produtos na classe B.

O Paraná também é um importante polo brasileiro de vestuário com empresas bem organizadas e articuladas em termos políticos e institucionais. A concorrência é grande com muitas empresas consolidadas e reconhecidas no Brasil e no exterior,

e muito bem organizadas nos arranjos produtivos existentes. A participação de empresas catarinenses no mercado paranaense exige estratégias muito bem definidas, já que as empresas localizadas no Paraná apresentam vantagens significativas em função dos custos de logística.

Outra vantagem dos concorrentes do Paraná está nos impostos. Até junho de 2015, o ICMS daquele estado para os produtos da cadeia têxtil, que engloba roupas, calçados, acessórios e artefatos de couro, é de 3%, o que significa uma vantagem importante sobre o preço de comercialização dos produtos de Santa Catarina.





Fontes

ABIT. **Pesquisa de hábitos de Consumo** (Tabela). Disponível em: <<http://www.abit.org.br/site/>>. Acesso em: 28 mar. 2012.

BRICK, Luciana. Potencial de consumo da região supera R\$ 12,18 bi. **Diário dos Campos**. Seção: Economia. 15 mai. 2012. Disponível em: <<http://www.dia-riodoscamos.com.br/economia/potencial-de-consumo-da-regiao-supera-r-1218-bi-56162/>>. Acesso em: 06 set. 2012

CENSO 2010: IBGE mostra a cara do Brasil e do Estado. **Correio do Povo**. Disponível em: <<http://www.ocorreiodopovo.com.br/geral/censo-2010-ibge-mostra-a-cara-do-brasil-e-do-estado-1525664.html>>. Acesso em: 02 abr. 2012.

CENSO 2010: população do Brasil é de 190.732.694 pessoas. **IBGE**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1766>. Acesso em: 02 mar. 2012.

ENTENDA o que é o IPCA e calcule a inflação acumulada. **Uol Economia**. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/economia/materias/2007/09/14/ult5365u3.htm>>. Acesso em: 27 mar. 2012.

GOVERNO reduz ICMS para vestuário no Paraná. **Morena Rosa Group**. 09 nov. 2011. Disponível em: <<http://www.grupomorenarosa.com.br/viewNoticia.php?codigo=318>>. Acesso em: 16 set. 2012.

HOFFMANN, Maria Gorete S.T. As Principais Cidades Brasileiras em Consumo de Vestuário: Volume 2: Região Sul e Centro Oeste. **SIS** – Sistema de Inteligência Setorial, SEBRAE-SC, Seção: Vestuário. Disponível em: <http://sis.sebrae-sc.com.br/>. Acesso em: 15 set. 2012.

HOFFMANN, Maria Gorete S.T. O Mercado do Ceará. **SIS** – Sistema de Inteligência Setorial, SEBRAE-SC, Seção: Vestuário, Disponível em: <http://sis.sebrae-sc.com.br/>. Acesso em: 15 set. 2012.

HOFFMANN, Maria Gorete S.T. Qual a Tendência da Moda Masculina Casual e Social para a Primavera Verão 2009/2010. **SIS** – Sistema de Inteligência Setorial, SEBRAE-SC, Seção: Vestuário, Disponível em: <http://sis.sebrae-sc.com.br/>. Acesso em: 25 mar. 2012.

IBGE. **Estruturas para gerar o IPCA e INPC**. Disponível em: <ftp://ftp.ibge.gov.br/Precos_Indices_de_Precos_ao_Consumidor/IPCA/Atualizacao_das_Estruturas_POF2008-2009/Estruturas_para_divulgacao_jan12.zip>. Acesso em: 01 abr. 2012.

IBGE. **Nota Técnica 01/2012**. Atualização das Estruturas de Ponderação a Partir da POF. 2008-2009- Sistema Nacional de Índices de Preços ao Consumidor. Brasília, 11 jan. 2012. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/pdf/nota_tecnica_01_2012.pdf>. Acesso em: 01. abr. 2012.



Fontes

IBGE. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 02 abr.2012.

IBGE. **População por Sexo e Idade** - Censo 2010. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 04 abr.2012.

IBGE. **Sistema Nacional de Índices de Preços ao Consumidor**: Estruturas de Ponderação a partir da Pesquisa de Orçamentos Familiares 2002 – 2003. Série Relatórios Metodológicos. Rio de Janeiro. 2005. Vol. 34. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/precos/inpc_ipca/srmip-ca_pof.pdf>. Acesso em: 01 abr. 2012.

IBGE: **Indicadores IBGE**. Sistema Nacional de Índices de Preço ao Consumidor. IPCA e INPC, INPCA e INPC, ago 2012. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/precos/inpc_ipca/defaultsubitem.shtm>. Acesso em: 15 set. 2012.

IPC Marketing. **IPC MAPS 2012**. Disponível em: <http://www.ipcmarketing.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=19&Itemid=27>. Acesso em: 26 mar. 2012.

O CONSUMO dos brasileiros atingirá a marca de R\$ 2,5 trilhões em 2011. **IPC MARKETING**. Disponível em: <<http://www.ipcmarketing.com.br>>. Acesso em: 26 mar. 2012.

PANORAMA Regional do Vestuário no Paraná [Apresentação]. **SEBRAE PR**. Portal de Inteligência Competitiva. 07 mar. 2011. Disponível em: <<http://portal2.pr.sebrae.com.br/InteligenciaCompetitiva/Vestu%C3%A1rio/Panorama-Regional-do-Vestu%C3%A1rio-no-Paran%C3%A1>>. Acesso em: 05 set. 2012.

RIOS, Cristina. Classe B toma a dianteira do consumo. **Gazeta do Povo**. Seção: Tendências. 12 jun. 2012. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/economia/conteudo.phtml?id=1264257&tit=Classe-B-toma-a-dianteira-do-consumo>>. Acesso em: 16 set. 2012.

SEBRAE-PR. Tendências de consumo. Produto de Inteligência Setorial. set, 2010. Disponível em: <<http://portal2.pr.sebrae.com.br/StaticFile/InteligenciaCompetitiva/docs/Vestu%C3%A1rio/Tend%C3%Aancias%20de%20Consumo/Tend%C3%Aancias%20de%20Consumo.pdf>>. Acesso em: 05 set.2012.

VESTUÁRIO. **Sebrae-PR**. Disponível em: <<http://app.pr.sebrae.com.br/portalsetor/Conteudo.do?conteudo=481&nivel=194&portal=24>>. Acesso em: 05 set. 2012.

www.sebrae-sc.com.br/sis

Dúvidas ou sugestões sobre o conteúdo do relatório envie um email para:
atendimento.sis@sebrae.sc.com.br

Faça também suas contribuições para o SEBRAE-SC enviando um email para:
falecom.sis@sebrae.sc.com.br



Todos os direitos reservados.

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610)

Distribuição e informações:

SEBRAE Santa Catarina
Endereço: Av. Rio Branco, 611
Telefone : 0800 570 0800
Bairro : Centro Cep : 88015203
Florianópolis – SC
Internet: [http:// www.sebrae-sc.com.br/sis](http://www.sebrae-sc.com.br/sis)

Coordenador: Marcondes da Silva Cândido
Gestor do Projeto: Douglas Luís Três
Conteudista: Maria Gorete Hoffmann