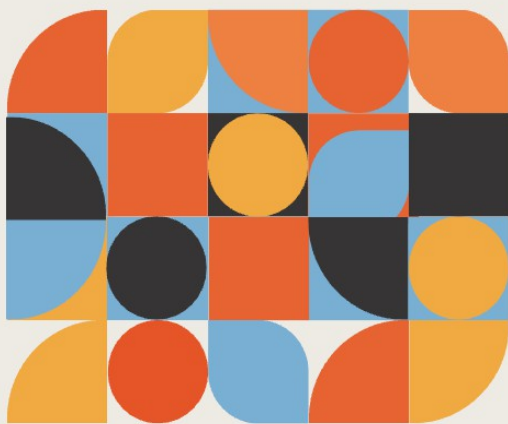




O IMPACTO DAS LOJAS DE VINTE REAIS DE VESTUÁRIO NO MERCADO VAREJISTA DE PIRIPIRI-PI

The impact of twenty-reais clothing stores on the retail market in piripiri-pi

Marreiros, Rossandra Ribeiro; Especializanda; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, rossandra2025@gmail.com

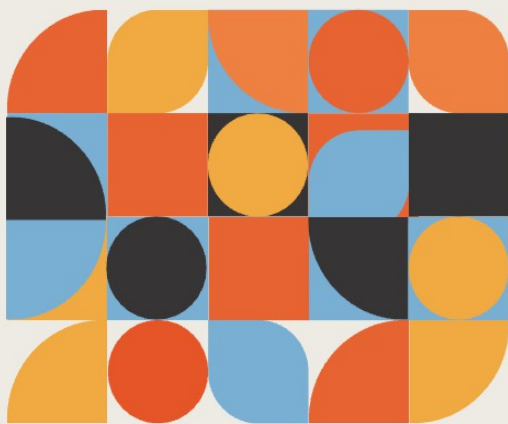
Santos, Sabrina Pereira dos; Mestre; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, sabrina@ifpi.edu.br

Oliveira, Rimena Canuto; Doutora; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, rimena.canuto@ifpi.edu.br

Resumo: Após a pandemia, as pessoas e seus hábitos de consumo sofreram mudanças e, consequentemente, todo mercado mudou. Porém, um dos mercados mais afetados com essas transformações foi o da moda. O setor varejista após o término oficial da pandemia enfrentou cenários hostis e oscilações nas tendências do consumidor de maneiras drásticas ao longo desse período. Assim, os lojistas do setor de vestuário precisavam a cada momento se reinventarem para que assim, atraíssem novos consumidores por meio de técnicas de vendas, canais de marketing efetivos, além da adequação de lojas virtuais a adaptação ou abertura de lojas físicas com preços atrativos como as lojas de vinte reais que estão cada vez mais em ascensão. O estudo objetivou entender a percepção dos consumidores frente às lojas de preço único e como elas impactam sobre o mercado local a partir da oferta de produtos a preços muito baixos. Para tanto foi realizada uma pesquisa de caráter exploratório, em que buscou-se conhecer a opinião do público por meio de entrevistas com proprietários de lojas de varejo e consumidores da cidade de Piripiri-PI. A abertura de lojas de vinte reais passou a atrair consumidores com orçamentos limitados e em contrapartida, causou impacto nas lojas tradicionais, que enfrentam perda de vendas e redução de lucros. Além disso, as lojas de preço único não têm um planejamento adequado para o descarte de resíduos, o que gera preocupações frente a sustentabilidade. Diante do estudo, é possível considerar que há uma necessidade de aprofundarmos as pesquisas sobre o impacto das lojas de preço único no comércio de Piripiri-PI, com a finalidade de desenvolver estratégias para o fortalecimento do mercado de moda local, pois tem gerado desafios para o comércio local, como a concorrência desleal e a possível diminuição da diversidade econômica e cultural.

Palavras chave: Varejo. Vestuário. Sustentabilidade.

Abstract: After the pandemic, people and their consumption habits underwent changes, and consequently, the entire market changed. However, one of the markets most affected by these transformations was the fashion industry. After the official end of the



20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

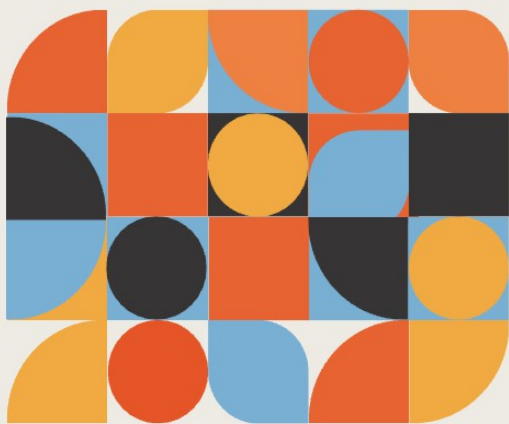
pandemic, the retail sector faced hostile environments and drastic fluctuations in consumer trends throughout this period. Therefore, retailers in the clothing sector needed to constantly reinvent themselves to attract new consumers through sales techniques, effective marketing channels, and the adaptation of online stores to adapt or open physical stores with attractive prices, such as the increasingly popular twenty-real stores. The study aimed to understand consumer perceptions of single-price stores and how they impact the local market by offering products at very low prices. To this end, an exploratory survey was conducted, seeking to gain public opinion through interviews with retail store owners and consumers in the city of Piripiri, Piauí. The opening of twenty-real stores has attracted consumers on limited budgets, but in turn, has impacted traditional stores, which are facing lost sales and reduced profits. Furthermore, single-price stores lack adequate waste disposal planning, raising sustainability concerns. Based on this study, we conclude that there is a need for further research on the impact of single-price stores on the commerce of Piripiri, Piauí, with the aim of developing strategies to strengthen the local fashion market, as this has created challenges for local businesses, such as unfair competition and the potential reduction of economic and cultural diversity.

Keywords: Retail. Clothing. Sustainability.

Introdução

Atualmente, as lojas de varejo de preço único vem sendo objeto de discussões nos mais variados segmentos da sociedade, principalmente, entre os consumidores, instituições representantes dos varejistas e associações do segmento de moda e vestuário. É possível observar que as lojas de varejo de preço único nos mais variados segmentos, podem apresentar impactos negativos no mercado local, pois essas lojas oferecem produtos a preços muito baixos, e por isso elevam-se os desafios para as lojas locais pela concorrência díspare e acirra-se a competitividade entre as empresas que buscam a todo custo atender às necessidades dos consumidores.

No entanto, essas lojas se expõem ao risco de fazer a reserva de mercado e vendas em relação as lojas de preço único, o que pode afetar negativamente a economia local (DE MESQUITA, 2007). Entretanto, essa modalidade de negócio torna-se mais atrativa aos olhos do consumidor que vive na “corda bamba” na busca de preços menores em decorrência da instabilidade econômica do país, especialmente, o público



20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

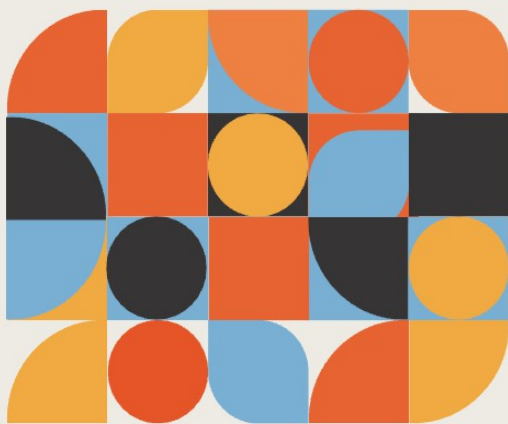
feminino que segue tendências de moda, sendo assim, a oferta de preços baixos fortalece a ação de recompra.

Diante disso, vale ressaltar que, não há uma definição do perfil econômico do consumidor frente aos produtos de vestuário ofertados pelas lojas de vinte reais (DA FONSECA, 2023). Nesse lógica, aponta-se também, que a perda de vendas das demais lojas pode levar ao declínio da receita da economia local e, conseqüentemente, à diminuição ou perda considerável de seus colaboradores com vínculos formais ou informais não só nas lojas, mas também, nas indústrias, pois pode impactar na redução da produção de produtos locais e, portanto, afetar diretamente na diversidade econômica e cultural da cidade, no que tange a cidade de Piripiri-PI, esta por sua vez é considerada uma referência na indústria de confecção que gera emprego e renda.

Ressalta-se que, frente aos pontos em destaque, a produção e comercialização em massa de produtos baratos leva ao aumento do desperdício e do consumo excessivo, o que pode interferir na sustentabilidade local. Dessa maneira, as argumentações contidos no trabalho a seguir traz como questão principal as lojas de varejo de preço único, especificamente, as lojas de vinte reais no segmento vestuário e como estas são vistas pelos consumidores e demais lojistas a partir das constantes mudanças ocorridas no cenário econômico do país e, mais especificamente, no mercado local da cidade de Piripiri-PI.

Entretanto, viu-se a necessidade da continuidade na realização de estudos sobre essa nova ótica do varejo. Com isso definiu-se como objetivo entender a percepção dos consumidores frente às lojas de preço único e como elas impactam sobre o mercado local a partir da oferta de produtos a preços muito baixos.

Nesse sentido, é importante contextualizar que após a pandemia, as pessoas e seus hábitos de consumo sofreram mudanças e, conseqüentemente, todo mercado mudou. Porém, um dos mercados mais afetados com essas transformações foi o da moda (SILVA, 2022). O setor varejista após o término oficial da pandemia enfrentou cenários hostis e oscilações nas tendências do consumidor de maneiras drásticas ao longo desse período. Tal cenário fez com que o modelo de negócio tradicional fosse remodelado



20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

pelas empresas a fim de se adequarem aos novos formatos e seguirem firmes (ANJOS, 2024).

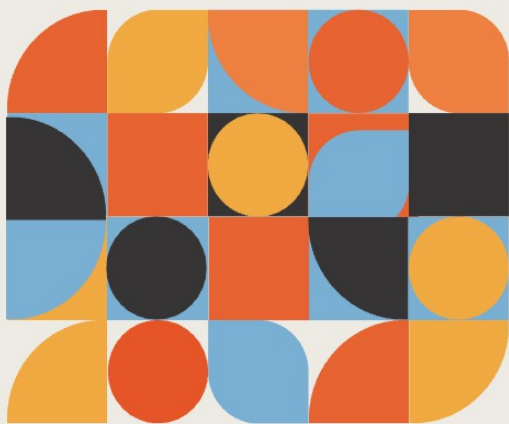
O E-commerce ganha força, pois a maioria das organizações se adaptaram ao mesmo com o propósito de se conectar aos consumidores e aumentar seu percentual de vendas, utilizando assim, ferramentas como sites e redes sociais (VAZ, 2021). E, na ótica da sustentabilidade, destaca-se ainda o consumo consciente por meio de brechós dentre outras modalidades de compra e venda. Assim, os lojistas do setor de vestuário precisam a cada momento se reinventarem para que assim, atraiam novos consumidores por meio de técnicas de vendas, canais de marketing efetivos, além da adequação de lojas virtuais a adaptação ou abertura de lojas físicas com preços atrativos.

Materiais e Métodos

De acordo com Gil (2008), a pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema investigado, tornando-o mais explícito e auxiliando na construção de hipóteses. Tal abordagem é comumente utilizada quando o tema ainda é pouco estudado ou quando se busca compreender fenômenos de forma inicial.

A pesquisa exploratória, portanto, caracteriza-se pela sua flexibilidade, permitindo ao pesquisador adotar diversos métodos, como levantamento bibliográfico, entrevistas e análise de experiências práticas. Essa modalidade de pesquisa é particularmente indicada em estudos iniciais, quando há necessidade de compreender melhor o objeto de investigação e traçar caminhos metodológicos que orientarão etapas futuras da pesquisa.

Entretanto, buscou-se conhecer a opinião de lojistas de varejo, dentre esses os proprietários das lojas de preço único da cidade de Piripiri-PI, além de consumidores, no sentido de identificar os desafios para o comércio local após a implantação de lojas de preço único, como as lojas de vinte reais no segmento vestuário. Portanto, utilizou-se um questionário construído com perguntas semiestruturadas e com questões subjetivas,



20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

voltadas à compreensão do comércio varejista e experiências de mercado. Sobre o questionário, as perguntas seguiram acerca dos impactos sentidos no período de pós-pandemia, se os produtos atendem as necessidades dos consumidores, qual o perfil econômico dos consumidores e as estratégias que utilizam para o fortalecimento do mercado da moda local.

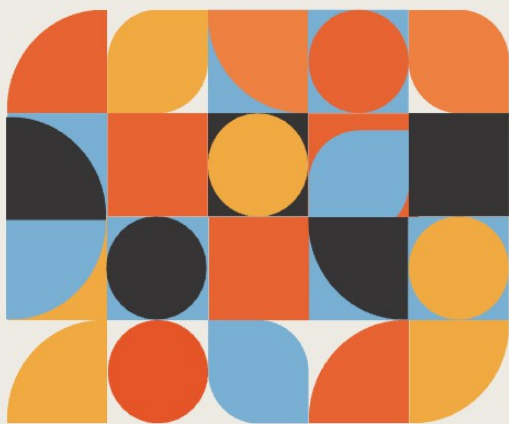
Diante disso, foram contatados 18 lojistas para colaborar com a pesquisa, porém dentre esses 15 responderam, os quais vendem produtos variados dentro do segmento de moda, como: roupas, lingerie, calçados e acessórios em geral. E, no que se refere ao tempo de consolidação no mercado local de Piripiri-PI, essas empresas estão presentes de períodos curtos a longos, sendo a de menor tempo há 03 anos e a de maior tempo há 28 anos que comercializam no mercado piripiriense. Assim, é possível garantir as afirmações em suas respostas uma vez que possuem vasta experiência de mercado por terem ultrapassado oscilações do comércio ao longo dos anos e, dentre essas ressalta-se a mais complexa crise vivenciada mundialmente que foi a pandemia da COVID-19, a qual trouxe mudanças efetivas e bastantes significativas nas modalidades de compra e venda, que a partir de então fortaleceu o E-commerce com o surgimento cada vez mais célere de lojas on line.



Foto 01: Fachada do Lojão do 15 e Lojão do 20 no



Foto 02: Marketing Lojão do 20



20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

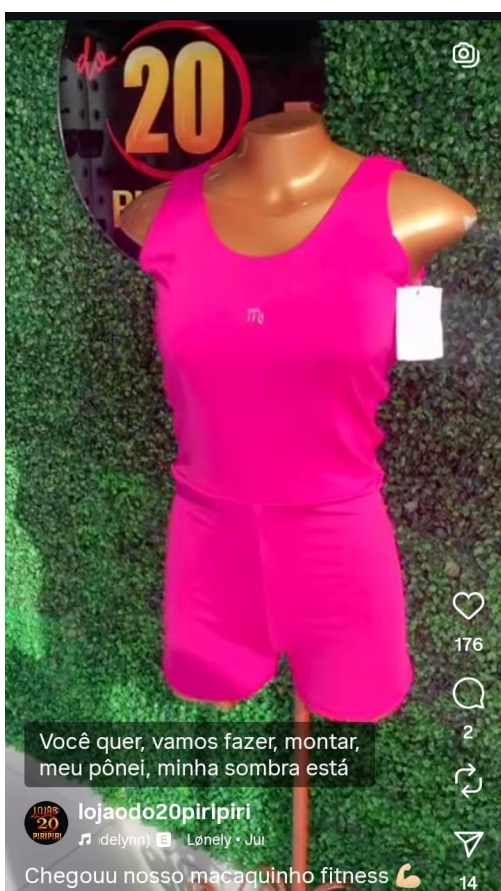
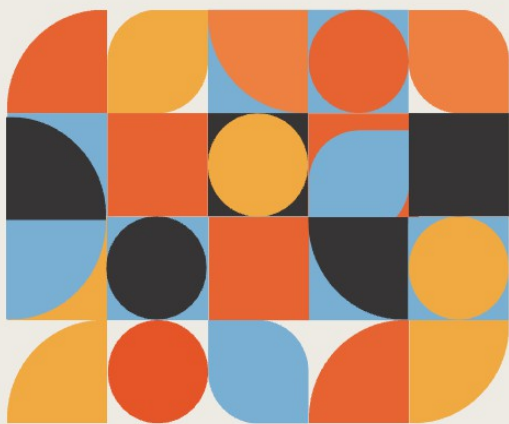


Foto 03: Roupas Fitness



Foto 04: Calçados



20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

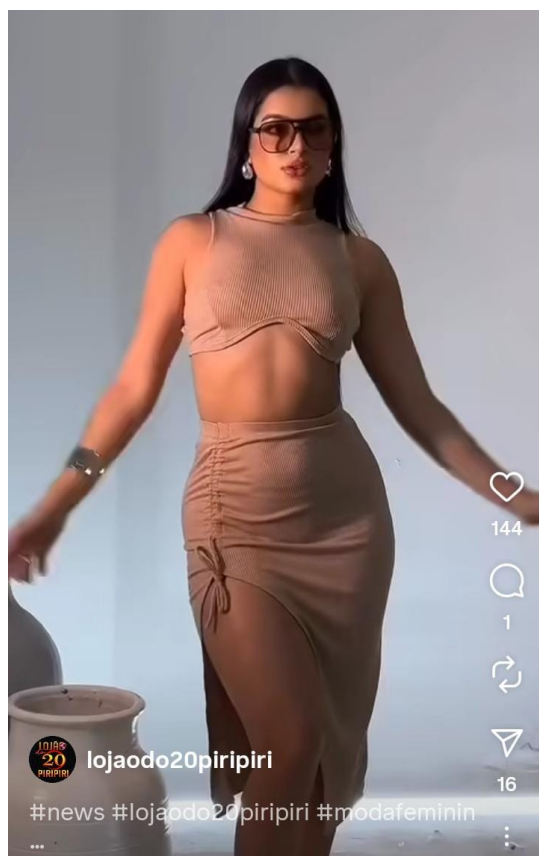
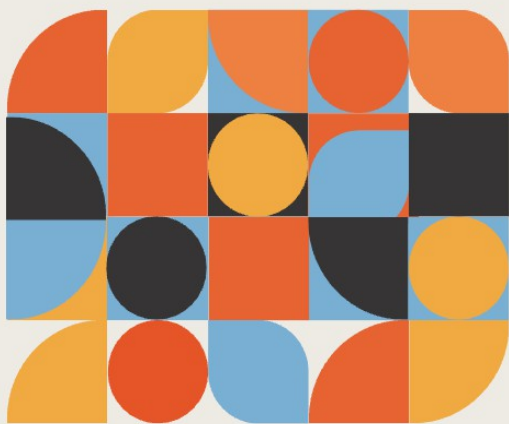


Foto 03: Roupas do segmento Festa

Resultados e Discussões

A partir dos resultados alcançados, observou-se que as lojas de vinte reais seguem em um mercado crescente e promissor do ponto de vista da oferta e da demanda, as quais focam apenas a lucratividade deixando a desejar na maioria das vezes na qualidade dos produtos de vestuário. No que se refere ao consumidor, este cada vez mais sente-se atraído pelo preço baixo dos produtos, o que é ideal principalmente para consumidores com orçamento limitado, a acessibilidade da loja,



20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

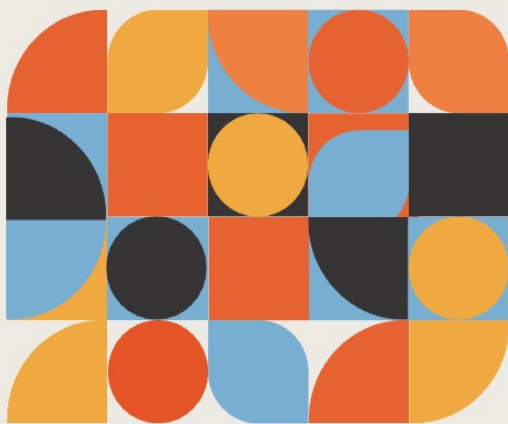
pois sempre estão localizadas em ruas do centro comercial da cidade e permite ao consumidor comprar em horários convenientes, além da diversidade dos produtos que dentre esses encontram-se roupas que vão do estilo casual ao mais formal.

A abertura de lojas de vinte reais estão cada vez mais em ascensão. No centro comercial de Piripiri-PI, a primeira loja surgiu em 2021 e, atualmente, possui um número de quatro lojas no centro comercial e uma loja em um dos bairros adjacentes. Tais lojas se apresentam com estrutura ampla, são arejadas, climatizadas e comercializam além de roupas, outros produtos, como: acessórios, maquiagens, calçados, produtos de utilidade para casa e peças decorativas. Contudo, atrai consumidores com orçamentos limitados. Além disso, as lojas de preço único não têm um planejamento adequado para o descarte de resíduos, o que gera preocupações no que se refere a sustentabilidade (ALMEIDA, 2021).

Nesse sentido, ao se considerar o crescimento das lojas de preço único, como as lojas de 15, 20 e 40 reais, foi possível identificar que as demais lojas de varejo do segmento vestuário, tem sofrido os impactos no processo de venda, pois há perda de mercado e vendas, além da redução da margem de lucro pela dificuldade em manter preços competitivos, e portanto, a desvalorização das marcas, o que pode reduzir a percepção de valor dos produtos diante do cliente.

Portanto, uma vez que há a diminuição da venda e lucratividade, consequentemente, ocorrerá a redução da receita da loja o que eleva o nível de desemprego. Destaca-se ainda, a dificuldade na oferta de serviços personalizados, pois as lojas de vinte reais, impactam também na oferta de produtos de qualidade e mais sofisticados.

Diante desse contexto, observou-se que as lojas de preço único não possuem planejamento para o destino correto dos resíduos provenientes de estoque de seus produtos não vendidos, e isso se apresenta como ponto negativo somado ao seu desconhecimento acerca da redução dos danos ao meio ambiente. Além das questões ambientais, as lojas de preço único não utilizam o marketing de suas empresas para abordar sobre práticas sustentáveis.



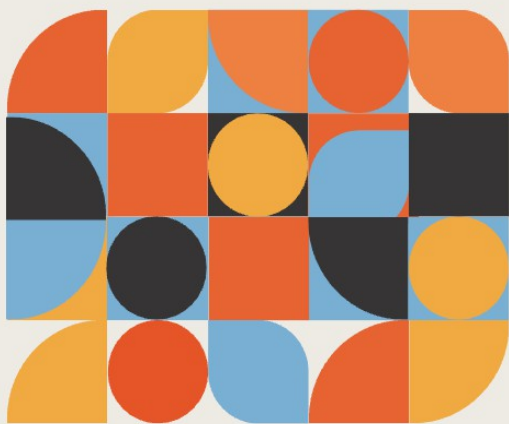
Considerações Finais

Conclui-se que a problemática em questão tem estudos insipientes na área e, portanto, é necessário uma maior investigação para alavancar mudanças significativas no cenário do comércio varejista de Piripiri-PI. Dessa maneira, o referido estudo apontou que as lojas de preço único da cidade de Piripiri-PI, especialmente, as lojas de vinte reais no segmento vestuário, tem sido uma novidade no comércio, e com isso vem atraindo cada vez mais consumidores locais e da região, pela oferta do preço baixo de seus produtos.

Destaca-se ainda, que as lojas de preço único não percebem o valor econômico e estratégico na causa ambiental, contudo é possível observar que apenas vêm-se diante do desafio de conciliar crescimento econômico e equilíbrio ecológico. Em contrapartida, é importante não esquecer que uma decisão ambiental nem sempre é de fácil aceitação pelos lojistas, pois essa causa demanda custos para as empresas, portanto tais medidas devem ser adotadas ao se considerar a importância da sustentabilidade econômica e ambiental.

Com isso, gera a necessidade de implementação de medidas para o enfrentamento dessa nova realidade no comércio local partindo das organizações governamentais e não governamentais, no sentido de apoiar os varejistas locais por meio de incentivos fiscais, programas de marketing, articulação para o desenvolvimento de produtos que sejam competitivos com os produtos das lojas de preço único.

Diante do exposto, deixamos os agradecemos aos consumidores do mercado varejista, às empresas do comércio que contribuíram de maneira direta e/ou indireta na realização dessa pesquisa. Obrigada pelo apoio no desenvolvimento desse estudo.



20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Referências

ALMEIDA, Joana Marques de. *Da fast fashion à sustentabilidade na moda: um projeto de concepção da marca Mai*. Diss. 2021.

ANJOS, Bruno; MORAIS, Rafael; FERREIRA, Ricardo. RECUPERAÇÃO DO VAREJO PÓS PANDEMIA E SEUS REFLEXOS AO CONSUMIDOR. *Revista Tópicos*, v. 2, n. 5, 2024. ISSN: 2965-6672.

DA FONSECA, Douglas et al. IMAGEM DE LOJA, NÍVEL DE PREÇO E JUSTIÇA DE PREÇO COMO DETERMINANTES PARA INTENÇÃO DE RECOMPRA. v. 21 n. 59 (2023): Nº 59 - 2023

DE MESQUITA, José Marcos Carvalho; LARA, José Edson. O preço como fator de diferenciação: análise do setor supermercadista. **Revista de Administração-RAUSP**, v. 42, n. 1, p. 42-51, 2007.

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2008.

SILVA, Ilany Micaely Santos da. O impacto da pandemia e as suas relações com o crescimento digital de grandes varejistas de moda. 2022.

VAZ, Ana Luiza Albuquerque da Cunha. Comportamento das compras on-line feitas pelos consumidores em função da pandemia. 2021.