

GESTÃO DE NEGÓCIOS DE MODA

CALINE MIGLIATO



escola
britânica de
artes criativas
& tecnologia

O PANORAMA DA MODA

AGENDA

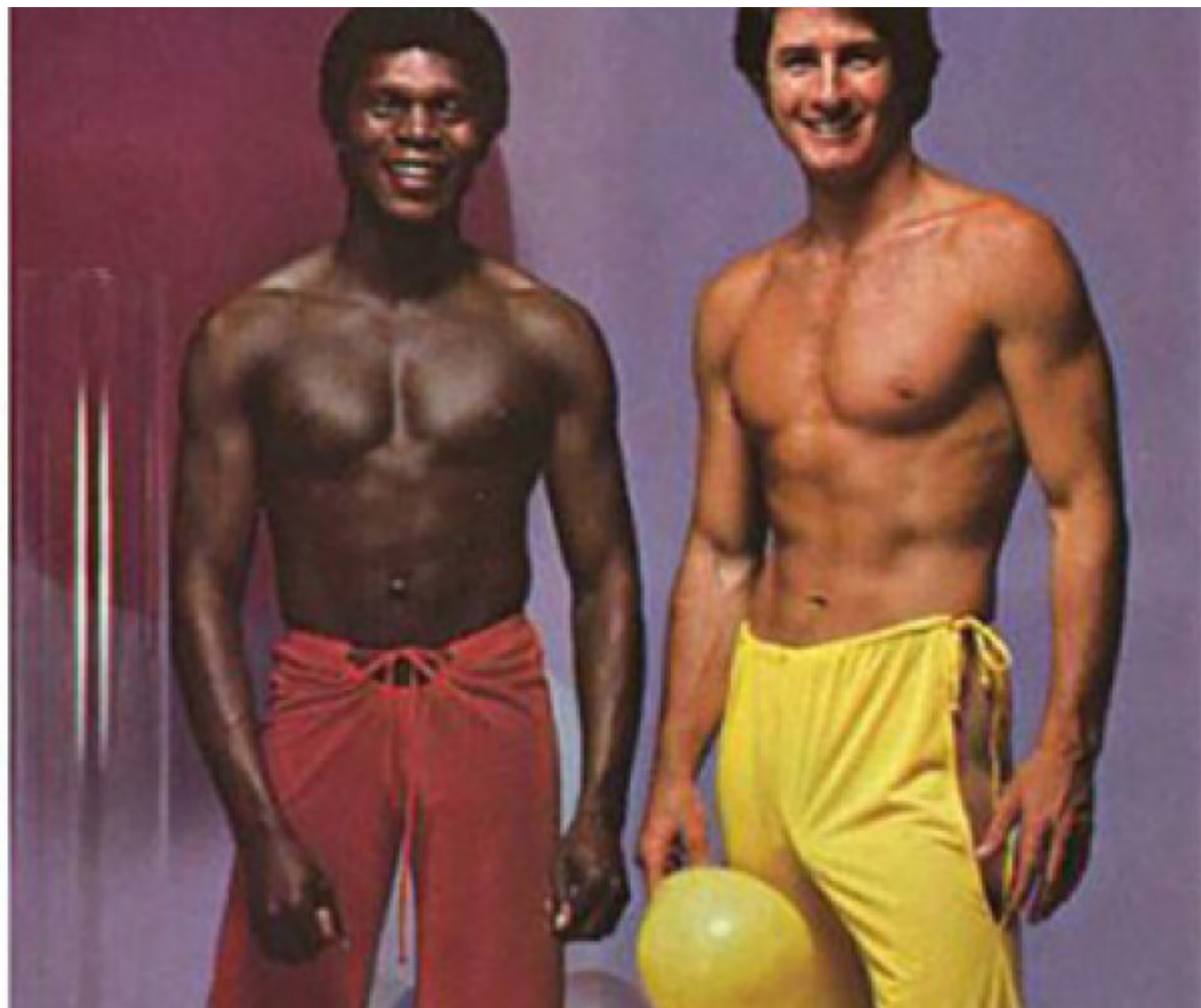
**Moda, Sociedade e Estilo;
Ciclo de Tendências;
Desenvolvimento de Coleções;
Cadeia Têxtil.**

MODA, SOCIEDADE E ESTILO

CONCEITO DE MODA

- Moda é um processo social e de comunicação que tem como principal característica a **mudança**.
- As variações de preferências, mentalidades, valores, ideias e pré-conceitos culturais influenciam diretamente seus rumos.
- O estudo das tendências de moda é fundamental para entender as diversas mudanças e a **evolução do comportamento social** com o intuito de, assim, interpretar de maneira mais assertiva os padrões e tendências.

Fonte: GOMES; LOPES; ALVES, 2016.



MODA E SOCIEDADE

- Hoje, o objeto de estudo moda é apenas um pretexto para falar da própria **sociedade contemporânea**.
- Dois movimentos que estão na base do funcionamento da moda: a **imitação**, ou querer parecer igual, na tentativa de ganhar status ou pertencer a um grupo; e a **diferenciação**, ou querer ser diferente, atitude própria dos líderes, que lançam novas modas, ou de contestação ao grupo.
- Identificar-se e diferenciar-se: o jogo permanente entre esses dois polos antagônicos e complementares é que define a natureza dos fenômenos de moda.
- A moda é, também, um espelho do seu **tempo** e da cultura que a produziu.

Fonte: CALDAS, 2006.



100 Years

MODE

OF FASHION

1915-2015

A man with a muscular build, wearing white briefs, stands centrally in the frame. He is looking directly at the camera with a neutral expression. The background is a light gray wall with large, black, serif typography. The text reads '100 years OF FASHION' and '1915-2015'. The man's body is positioned in front of the large '100' and 'years' text.

100 years OF FASHION 1915-2015

MODE

ESTILO

- Estilo é quando você mostra de um **jeito único e só seu como usar tudo o que a indústria da moda propõe**. Tem a ver com personalidade. Um é passageiro, a moda, no caso. O seu estilo fica. Ele até pode sofrer algumas variações com o passar do tempo, mas a essência é a mesma.

Fonte: MIGLIATO, 2019.



CICLO DE TENDÊNCIAS

O QUE É TENDÊNCIA

- O termo tendência deriva do latim *tendentia*, particípio presente e nome plural substantivado do verbo *tendere*, cujos significados são ‘tender para’, ‘inclinar-se para’ ou ‘ser atraído por’.

Fonte: CALDAS, 2006.

- Uma tendência é um **direcionamento** ou uma sequência de eventos com uma certa força e estabilidade, e é mais previsível e duradoura do que um modismo. As tendências revelam **como será o futuro** e podem promover direção estratégica.

Fonte: KOTLER; KELLER, 2012

COMO IDENTIFICAR UMA TENDÊNCIA

- Um dos protagonistas na identificação de tendências de moda é o *coolhunter*. Ele é um pesquisador focado nas interações sociais e está em busca constante pelos elementos que distinguem os grupos urbanos na sua totalidade ou individualidade.
- Seu trabalho é realizar descrições qualitativas e, para isso, ele precisa ter a capacidade de observar, identificar e entender os signos.

Fonte: MENDES; BROEGA; SANT'ANNA, 2015

COMO IDENTIFICAR UMA TENDÊNCIA

- O processo de trabalho do *coolhunter* tem caráter intuitivo. “A chave do coolhunting é primeiro procurar pessoas cool, para depois encontrar coisas cool. Nunca o inverso”.
- Por meio da compreensão de **elementos culturais e sociais**, esse profissional possui capacidade crítica de entender e observar mudanças no modo de se vestir em cada subcultura, seja local ou global.
- O papel do *coolhunting* é compreender a razão de ser do **cenário observado** e se adiantar às suas futuras mudanças. Não se pode “tentar enjaular o futuro, que passa muito rápido e caduca ao ser tocado com os dedos. O único caminho possível é observá-lo, entendê-lo e deixá-lo ir num instante”.

Fonte: RIEZU, 2011

DESAGUAMENTO

- Por volta dos anos 1930, as tendências seguiam o efeito desaguamento, também chamado de *trickle down*, o qual funcionava de cima para baixo.

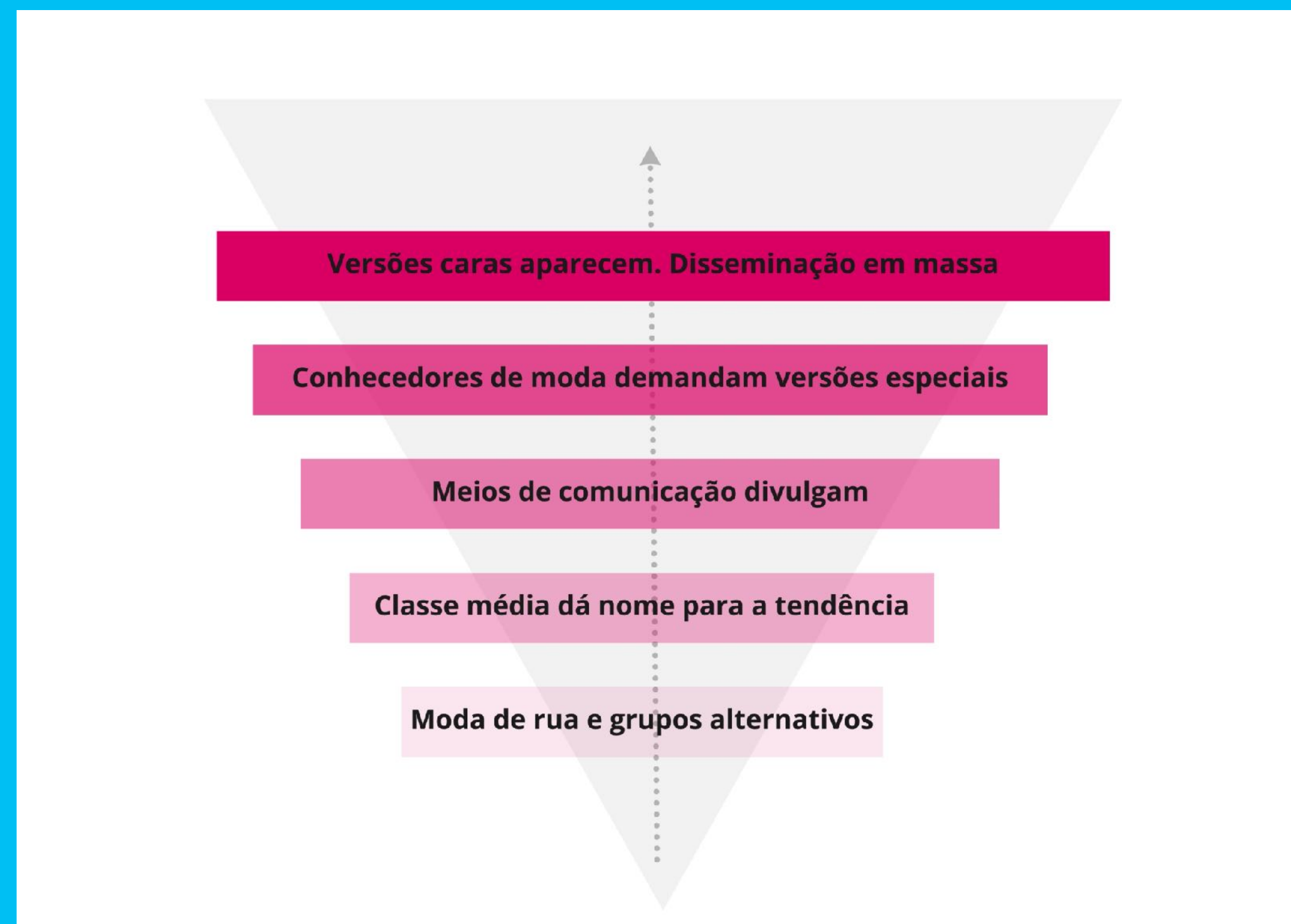
Fonte: MIGLIATO, 2020.



BORBULHA

- Posteriormente, as tendências de moda passaram a ser definidas por meio de um efeito chamado borbulha ou *trickle up*. O modelo de cima para baixo predominou no Ocidente até a década de 1960.

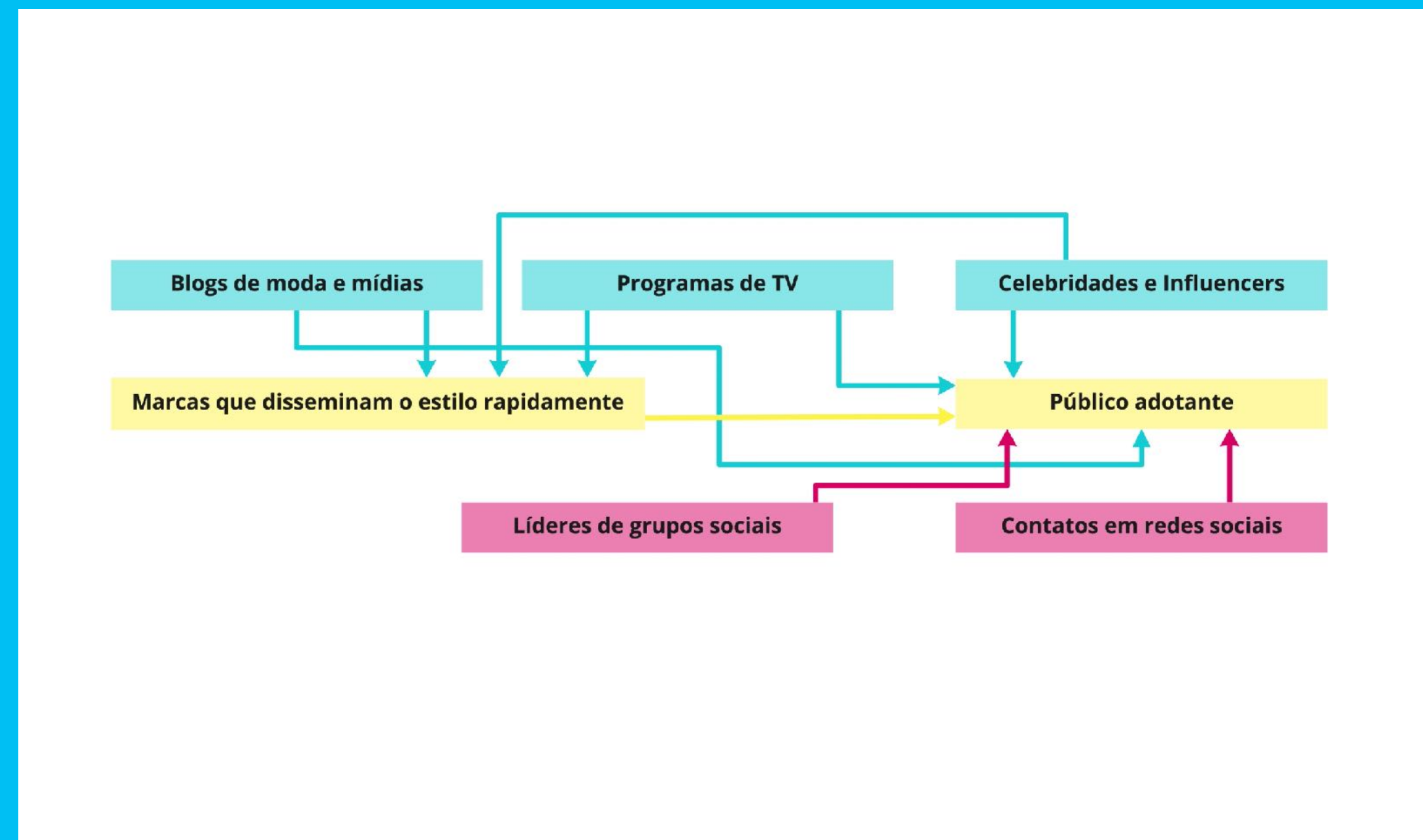
Fonte: MIGLIATO, 2020.



DISSEMINAÇÃO EM MASSA

- As grandes tendências de moda após os anos 1990 foram concebidas após observações da sociedade e dos acontecimentos marcantes que mudaram o mundo na época. Surge então o modelo de disseminação em massa ou *trickle across* ou seja, a proliferação horizontal de tendências de moda com adoção simultânea

Fonte: MIGLIATO, 2020.



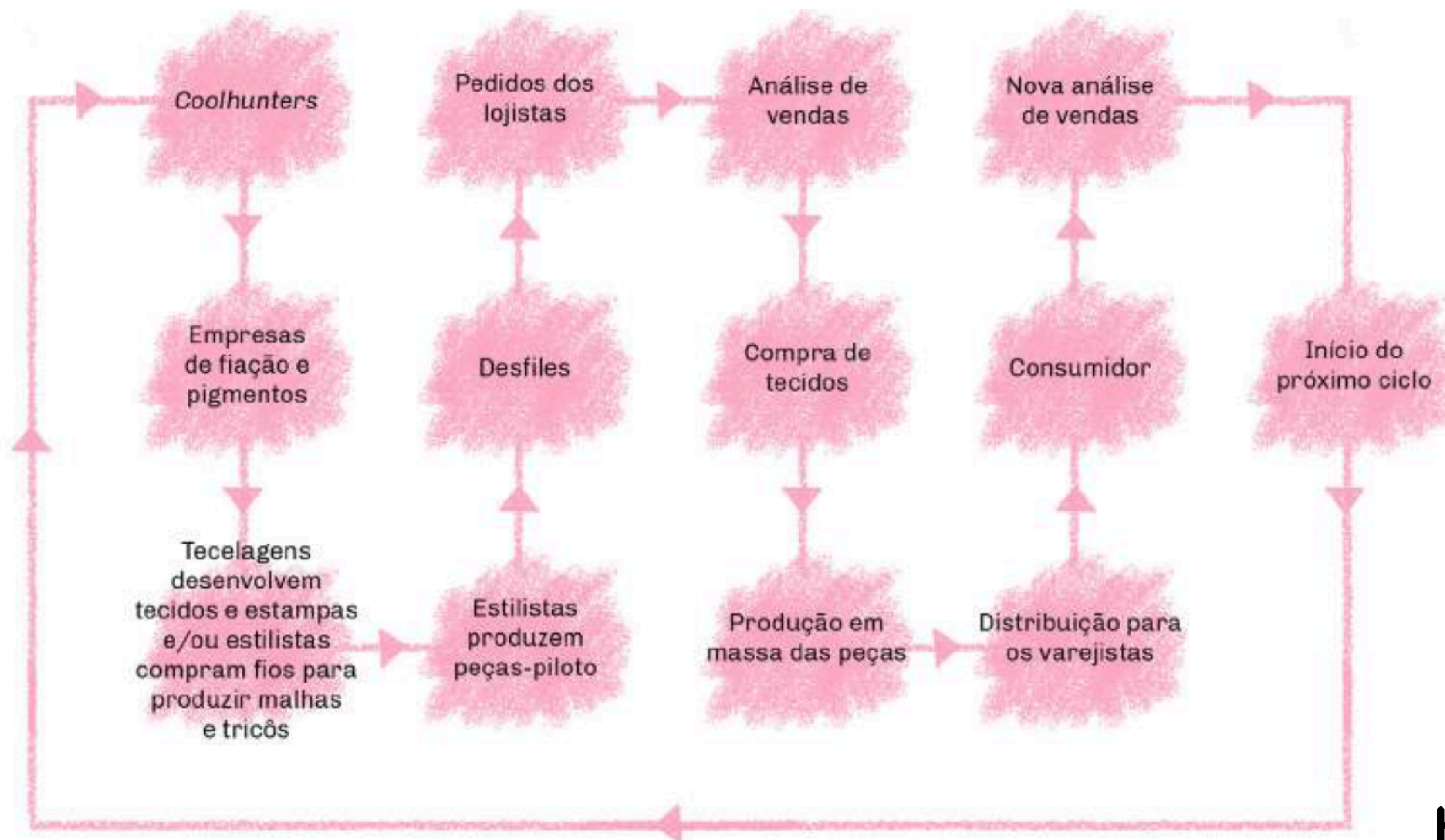
DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÕES

COLEÇÕES POR DESIGNERS

- Tudo começa com os **coolhunters** que trabalham em agências de tendências. Os principais clientes dessas agências são as empresas de **fiação e pigmentos**. Com base nas informações das agências, elas definem o que vão produzir em cada estação.
- As tecelagens compram os fios, desenvolvem os **tecidos e estampas**, levam para as feiras de tecidos que acontecem em vários países e os **designers** compram e desenvolvem suas peças. Quem também compra fios são os próprios designers que costumam ter em suas coleções tricôs e malhas.
- Depois que o estilista desenvolve as **peças-piloto** (é a peça-teste, a primeira peça fabricada de cada item da coleção), acontecem os aguardadíssimos **desfiles** e as **vendas** nos showrooms, onde os lojistas abastecem suas multimarcas. É nesse momento que as lojas fazem os pedidos daquilo que elas querem colocar no mercado.

Fonte: MIGLIATO, 2019

EM RESUMO



PROCESSO CRIATIVO

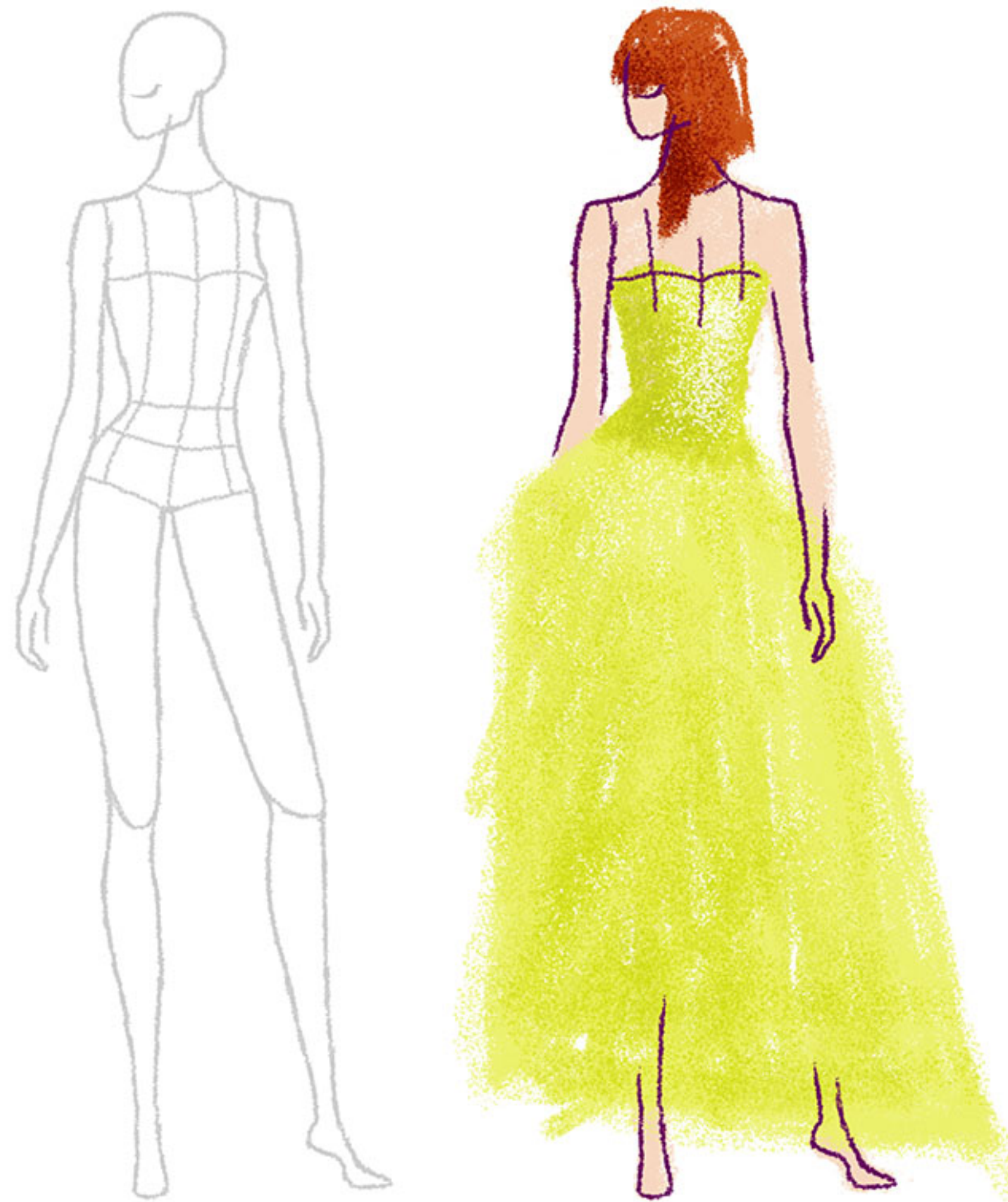
- Tudo nasce a partir da inspiração de um **tema** e não de uma simples peça. Ou seja, geralmente, as marcas e estilistas vão atrás de um mood, de uma ideia ampla e é a partir daí que as peças vão nascendo.
- De fato, eles costumam montar um **moodboard** com pedacinhos de tecidos, alguns aviamentos, quadradinhos em diferentes cores para elaborar a paleta, fotos de passarelas e revistas, referências históricas, etc...



Fonte: MIGLIATO, 2019

PROCESSO CRIATIVO

- Depois dessa pesquisa inspiracional, os materiais são os itens mais importantes para os **croquis** serem desenhados.
- Eles sempre **dependem do tipo de tecido escolhido**, já que o caimento varia. Por exemplo: um vestido de seda nunca vai ter o mesmo desenho que um vestido de jacquard, porque enquanto o primeiro é leve e fluido, o segundo é rígido e estruturado.
- Então, para os croquis serem produzidos, os tecidos já precisam ter sido definidos. Entretanto, nada impede de um croqui ser feito e só depois o tecido ser escolhido, mas a ordem mais comum é a primeira.



Fonte: MIGLIATO, 2019

PROCESSO CRIATIVO

- Muitos estilistas costumam trabalhar com uma técnica chamada *moulage*. Eles pegam um algodãozinho cru, que é baratinho — ou seja, pode estragar que não vai doer no bolso — e vão moldando no próprio manequim a peça de roupa usando apenas alfinetes. Depois eles passam para o molde e para o tecido verdadeiro.

Fonte: MIGLIATO, 2019



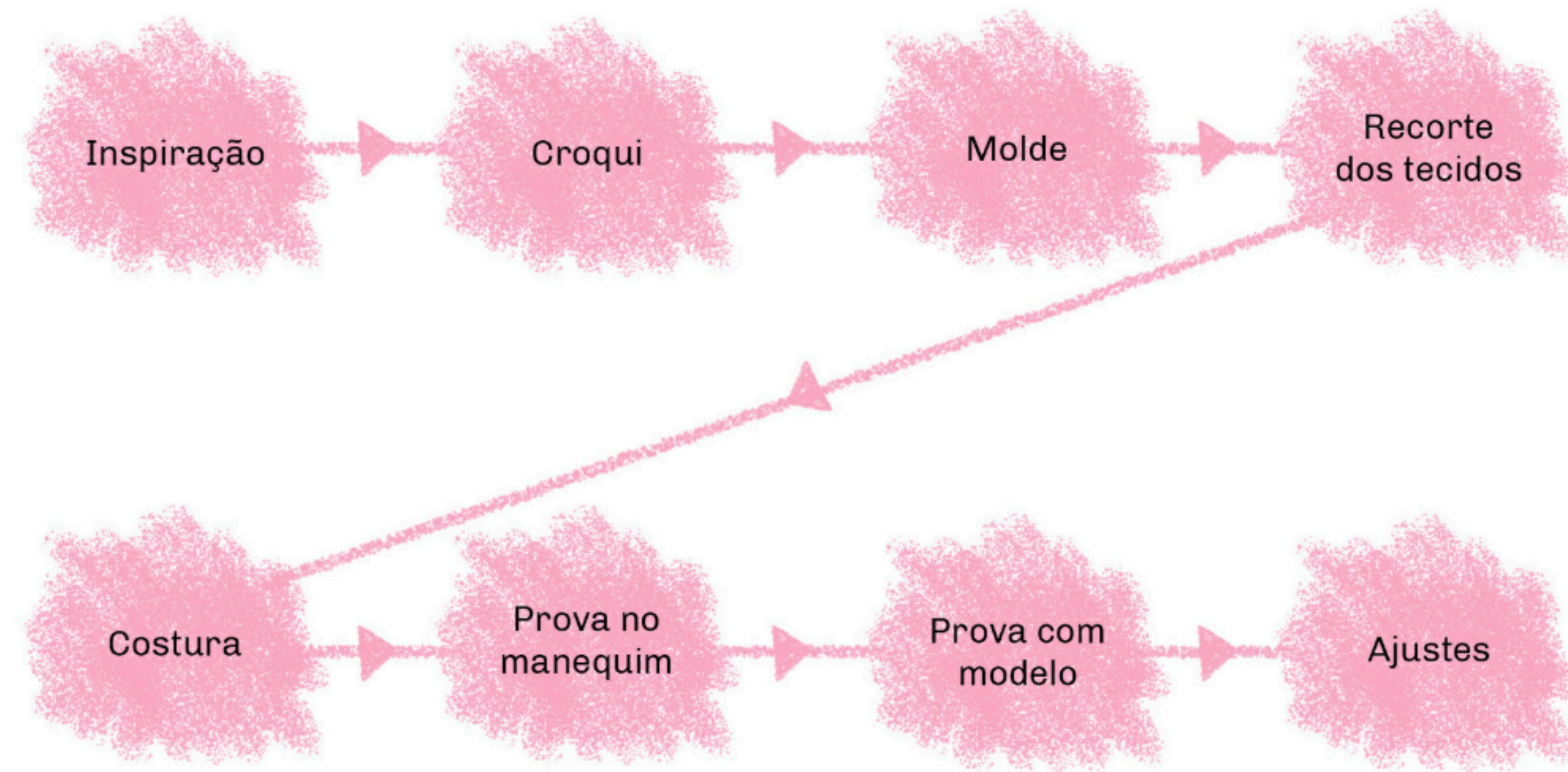
PROCESSO CRIATIVO

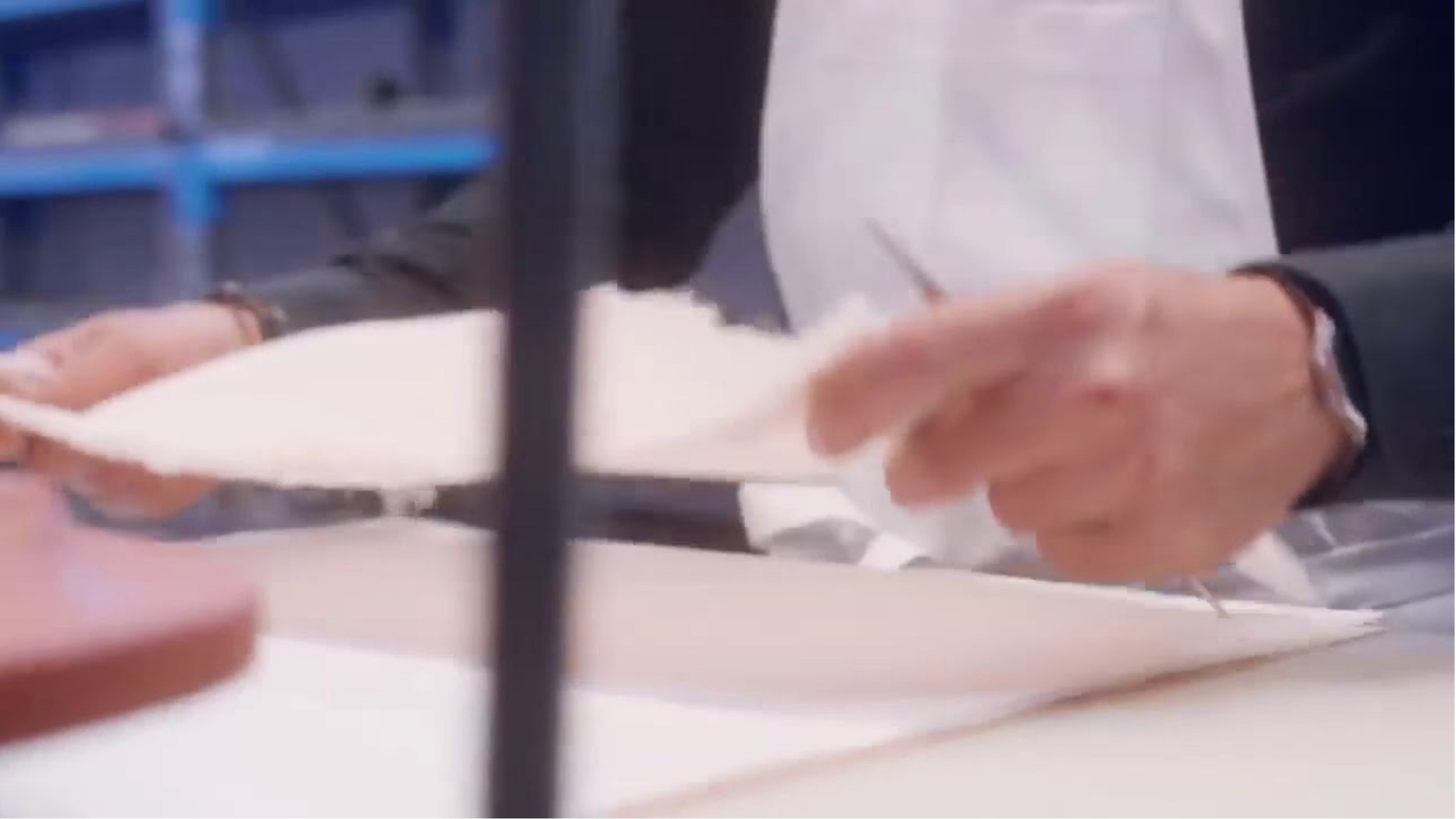
- Croquis desenhados (ou moulages feitas), é hora de fazer o **molde**. A equipe usa um papel vegetal para desenhar cada parte da roupa em um tamanho padrão, geralmente da modelo de prova (uma manequim escalada só para provar as roupas que são desenhadas), ou seja, tamanho P ou 36.
- Esses moldes são então passados para o **computador**. Os tecidos são recortados nos formatos dos moldes e passados a ferro para não ter nenhum vinco. São finalmente costurados e aí está: a **peça-piloto**.

Fonte: MIGLIATO, 2019



EM RESUMO





CADEIA TÊXTIL

PERFIL DO SETOR

- **Faturamento da cadeia têxtil e de confecção:** R\$ 185,7 bilhões; contra R\$ 177 bilhões em 2018.
- **Exportações (sem fibra de algodão):** US\$ 810,7 milhões em 2020, contra US\$ 918,7 milhões em 2019.
- **Importações (sem fibra de algodão):** US\$ 4,3 bilhões em 2020, contra US\$ 5,4 bilhões em 2019.
- **Investimentos no setor:** R\$ 3,6 bilhões, contra R\$ 3,2 bilhões em 2018.
- **Produção média de confecção:** 9,04 bilhões de peças (vestuário + meias e acessórios + cama, mesa e banho) contra 8,88 bilhões de peças em 2018.
- **Produção média têxtil:** 2,04 milhões de toneladas, contra 2,03 milhões de toneladas em 2018.

Fonte: ABIT, 2019

PERFIL DO SETOR

- **Trabalhadores:** 1,5 milhão de empregados diretos e 8 milhões de adicionarmos os indiretos e efeito renda, dos quais 60% são de mão de obra feminina.
- **Número de empresas:** 25,5 mil em todo o País.
- **Segundo maior empregador da indústria de transformação**, perdendo apenas para alimentos e bebidas (juntos).
- Entre os cinco maiores produtores e consumidores de **denim** do mundo.
- Entre os quatro maiores produtores de **malhas** do mundo.
- Representa 11% dos **empregos** e 6,6% do **faturamento** da Indústria de Transformação.

Fonte: ABIT, 2019

PERFIL DO SETOR

- O Brasil é a **maior cadeia têxtil** completa do Ocidente. Só nós ainda temos desde a produção das fibras, como plantação de algodão, até os desfiles de moda, passando por fiações, tecelagens, beneficiadoras, confecções e forte varejo.
- Indústria tem quase **200 anos** no País.
- Brasil é referência mundial em design de **moda praia, jeanswear e homewear**, tendo crescido também os segmentos de fitness e lingerie.

Fonte: ABIT, 2019

PROCESSO DE PRODUÇÃO

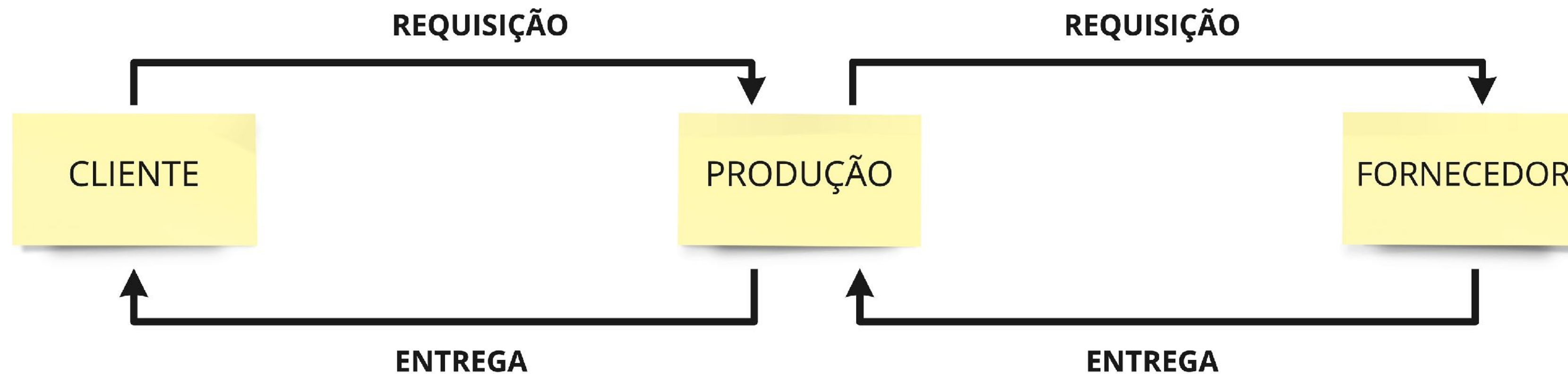
- Existem três processos de produção: empurrada, puxada e híbrida. O processo usual utilizado pelas marcas de moda é a **produção empurrada**, na qual o mapeamento das tendências e a produção das coleções seguem um fluxo linear.
- Na **produção puxada**, a produção parte da demanda do cliente – ou seja, o produto é feito sob encomenda.
- No primeiro modelo, a resposta ao cliente é **rápida**, pois o produto já está disponível para compra. No segundo, a resposta **demora** mais, pois, após o cliente apresentar a demanda, ele precisa esperar sua produção.

Fonte: MIGLIATO, 2020

PRODUÇÃO EMPURRADA



PRODUÇÃO PUXADA



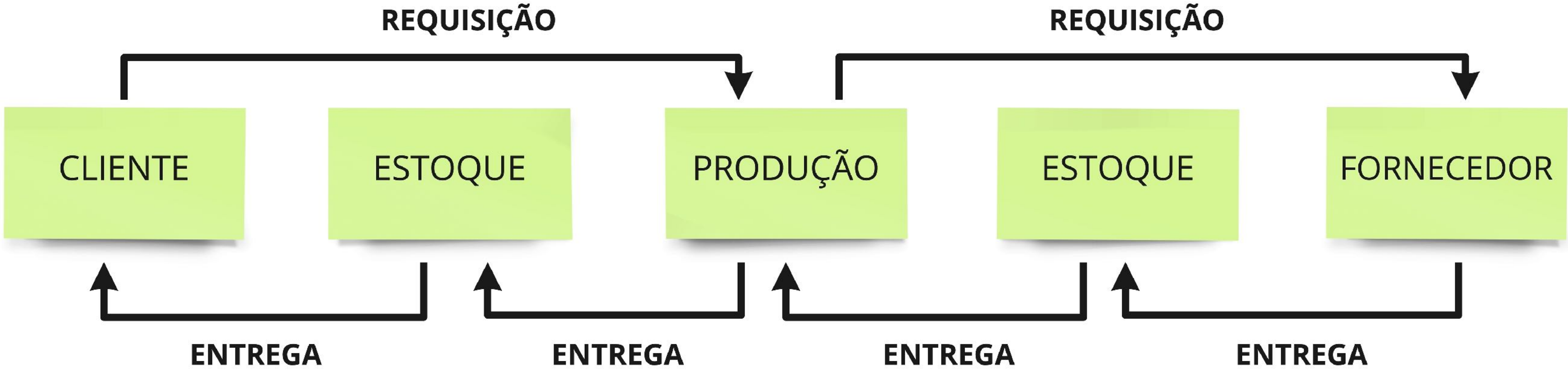
Fonte: MIGLIATO, 2020

PROCESSO DE PRODUÇÃO

- A **produção híbrida**, que compreende a junção dos dois processos mencionados anteriormente: produção puxada e empurrada e é o tipo de produção utilizado para **produtos virais**.
- A demanda chega via cliente, porém, não há tempo para esperar e a resposta precisa ser rápida. O modelo híbrido gera **estoque**, assim como no processo de produção empurrada. A produção híbrida implica em custos altos em razão da gestão de estoque e o uso de oficinas nem sempre legalizadas para que a entrega não programada seja realizada de maneira rápida.

Fonte: MIGLIATO, 2020

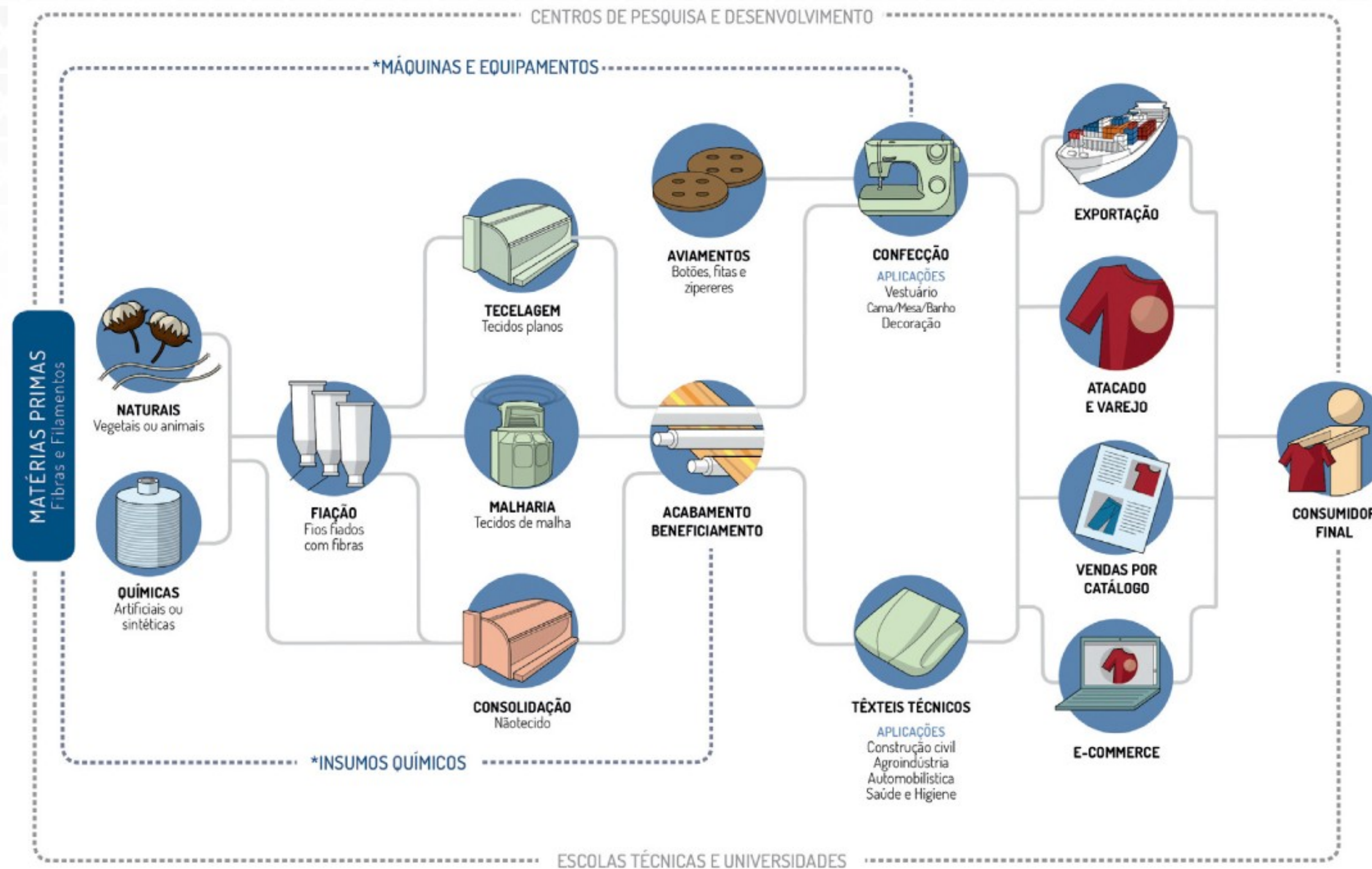
PRODUÇÃO HÍBRIDA





Deserto do Atacama, no Chile: toneladas de roupas resultado do excesso de consumo.

Estrutura da cadeia produtiva e de distribuição têxtil e confecção





Bivik
jeans



EXERCÍCIO

- Construa um **moodboard** ou quadro de referências com as principais inspirações para o lançamento de uma coleção fictícia. Destaque a cartela de cores, modelagens e silhuetas, amostras de tecidos e materiais. Qual é a sua inspiração?

