



Economia da moda: estratégia competitiva, inovações e organização da cadeia produtiva do setor

ANA LÚCIA PINTO DA SILVA

Resumo: O trabalho tem como objetivo caracterizar a estrutura competitiva da indústria da moda no Brasil, para compreender as dinâmicas de concorrência, analisar as mudanças estruturais do setor e a organização da cadeia têxtil-confecção para atender as demandas de inovações da indústria da moda no processo de criação da moda no Brasil, como estratégia de elevação da competitividade, tais como tempo, risco e custos. O segmento da moda tem grande impacto em termos de estratégias competitivas, diferenciação de produtos e demanda por mudanças tecnológicas. A análise incluirá as mudanças estruturais do setor e a organização da cadeia têxtil- confecção para atender as demandas das inovações da indústria da moda e o processo de criação da moda no Brasil como estratégia de elevação da competitividade. A análise será feita a partir do que se desenvolve como “economia da moda”, segmento da análise econômica pouco explorado, mas que destaca três elementos que se tornaram fundamentais no negócio da moda: o tempo, o risco e os custos. Por esta razão, ainda que a criatividade continue a ser fundamental, ela não é mais suficiente. Muito mais do que no passado, o sucesso no mercado depende do modelo de negócio da empresa, ou seja, do modo como se responde a estas mudanças. O fast fashion, a moda sustentável, os desfiles “see now, buy now” (“veja agora, compre agora”) são apenas alguns dos processos que podem ser explicados à luz deste novo cenário. Um ponto relevante é que a moda cria demanda e valor adicionado aos produtos da indústria têxtil-confecções, uma vez que envolve muito investimento em inovação e tecnologia. É onde a diferenciação de produtos se torna a forma de concorrência mais relevante e permite pagar serviços de maior custo e potencial de lucro, como design e marketing. A moda está dentro da economia criativa, que é definida como o conjunto de negócios baseados no capital intelectual e cultural e na criatividade que gera valor econômico. A moda compõe a área de consumo do segmento criativo. “A indústria criativa, como a da moda, tem ampla capacidade inovadora instigada pela geração de conhecimento e pela valorização do capital humano, diferenciais atuais para vantagem competitiva”. (Gonçalves, 2016). Os dados da ABIT mostram que a grande procura e os incentivos injetados no setor da moda aumentam a produção das indústrias têxteis e de vestuários refletindo a parcela de contribuição positiva do setor nas finanças nacionais. Por fim, a indústria da moda estimula a geração de renda, cria empregos e produz receitas de exportação. O trabalho se concentra em responder as seguintes questões: (i) Como se caracteriza a estrutura de concorrência da cadeia produtiva da moda no Brasil e (ii) como a cadeia têxtil-confecção se organiza para atender as demandas de inovações do mercado da moda para obter ganhos de competitividade? (iii) Quais as estratégias de negócio e as oportunidades pautadas pela criatividade e inovação do progresso técnico para ganhos

de competitividade no mercado internacional da moda? Há um grande espaço para pesquisa e elaboração teórica sobre as inovações na indústria da moda. A proposta se justifica pela demanda de pesquisas mais amplas e consistentes sobre o setor, como parte do campo da “microeconomia dos serviços e de suas relações com a indústria”, ligada a área de estratégias e competitividade, área de grande relevância para a formação dos graduandos de economia e para a pesquisa em nossa Universidade. Justifica-se também pela relevância do setor em termos de emprego e de inovação, bem como para aumentar a base de conhecimentos que pode orientar políticas públicas de apoio ao empreendedorismo e à qualificação dos trabalhadores envolvidos nas diversas etapas do processo produtivo. Acrescente-se que o Brasil reúne condições para ampliar sua presença nas cadeias globais do setor têxtil- confecção a partir das inovações na moda.

Palavras-Chave: Economia da moda; estratégia competitiva; cadeia têxtil-confecção; inovações da indústria da moda;