

RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA

ANO 2021



MODA

SEBRAE

SEBRAE
INTELIGÊNCIA
SETORIAL

MODA EM MOVIMENTO E CONECTADA

Macrotendências são movimentos culturais, sociais e econômicos identificados através da observação e olhar treinado de especialistas para mapear a nível global quais comportamentos estão acontecendo no mundo que influenciam:

O modo de viver

Os hábitos de consumo

A sociedade

O que é moda?

É a expressão e reflexo do comportamento e, portanto, é o segmento que traduz de imediato os impactos na sociedade.

Onde a moda é vista em primeira instância?

- nas vitrines;
- nas mídias digitais e impressas;
- nas passarelas.

Onde nasce?

Surge nas ruas, a partir de:

- observação;
- hábitos;
- necessidades;
- forma de expressão e desejos das pessoas.



Fast fashion

Foi o grande marco da moda nas últimas décadas. Como consequência do consumo desenfreado e demanda de produção de milhares de modelos, a indústria tinha que multiplicar a velocidade e reduzir os custos. O resultado deste processo foi a exploração de mão de obra - muitas vezes análoga à escravidão - e condições aviltantes de trabalho, além de métodos de plantio, meios de produção e processos químicos desenvolvidos sem pensar nas sérias consequências ao meio ambiente.

A mão de obra da indústria têxtil hoje é composta, em sua maioria, por mulheres em países em desenvolvimento, com um ritmo de trabalho em turnos de até 16 horas por dia, sempre mirando aumentar ao máximo a receita.

E o que essa demanda desenfreada acarretou?

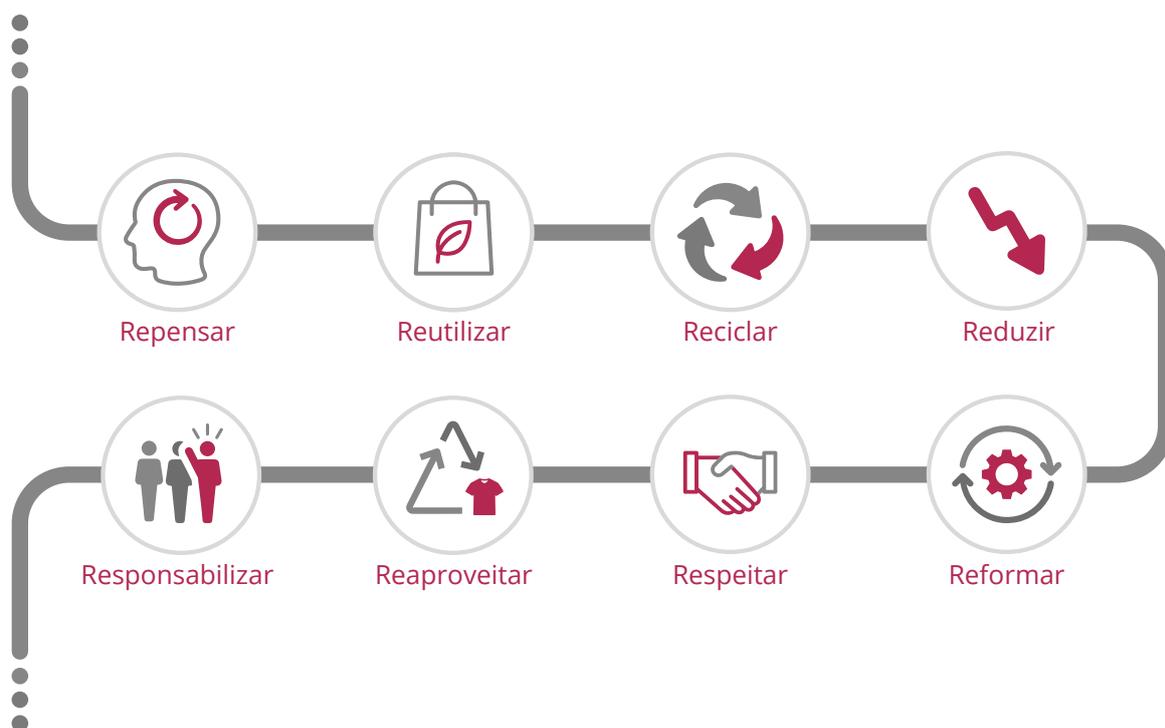
- **1,2 bilhão** de toneladas de gases de efeito estufa por ano são liberadas no meio ambiente pela indústria têxtil;
- **US\$ 500 bilhões** são desperdiçados com peças de roupas pouco ou nada usadas, que são descartadas em aterros sanitários.

A crise ecológica dos anos 60/70 fez a indústria despertar e surgiram os primeiros conceitos de sustentabilidade, com a proposta de uma moda que oferecesse durabilidade, atemporalidade e sustentação.

Esses três grandes vetores foram redirecionando as macrotendências que hoje precisam ser pilares de um negócio de moda.

Atuais premissas da cadeia produtiva de moda

A partir de uma sequência de acontecimentos, deu-se o início aos 8 'erres', que são as atuais premissas para a cadeia produtiva da moda e formam as macrotendências:



Esses conceitos passaram a definir todo o processo da cadeia produtiva da moda, incluindo o consumidor, que a partir da compra de um produto, passa a ser o responsável pelo seu cuidado e longevidade. As práticas individuais do consumidor também passam a ser fundamentais.

A moda atual e do futuro já começou

A moda hoje está pautada na consciência ambiental e social e nos 'erres', que correspondem aos novos valores, que fazem parte das estratégias de renovação da cadeia de produção, em todo o mundo, para todos os segmentos.

MACROTENDÊNCIAS

As principais macrotendências são:

- **Sustentabilidade como premissa:** sob os pilares social, ambiental, cultural, territorial e econômico;
- **Consumo como acesso:** e não mais como posse de valores humanos e de materiais;
- **Reflexão de que o ser é mais importante que o ter:** a geração Z trouxe uma nova mentalidade;
- **Impacto da tecnologia:** automação, bigdata, indústria 4.0, personalização e otimização de processos;
- **Hábitos das novas gerações:** pensamento disruptivo e digital;
- **Hábitos transgeracionais:** nunca foi tão importante manter a constante busca de compreender as diversas gerações para entender quem é e o que quer este consumidor e adotar estratégias assertivas baseadas em pesquisas de comportamento de cada grupo;
- **Novas economias para o varejo:** o impacto da tecnologia foi determinante para o surgimento de novas formas de consumir e vender. Soma-se a esse cenário, uma nova mentalidade, que ganha cada vez mais adeptos, no caminho das novas gerações formadoras de opinião, influenciando as gerações anteriores;
- **Consumo como questão ética:** consumo como expressão de identidade individual que escolhe causas para defender, novos propósitos assumindo responsabilidades e entendendo que empresas devem ocupar um papel de transformadores sociais;
- **Experiências digitais e imersivas:** tecnologias como Realidade Aumentada (RA), Realidade Virtual (RV), 3D, provador virtual, NFT são tendências que ocupam cada vez mais espaço.

A sigla NFT significa "Token Não Fungível". Token pode significar código digital e não fungível significa que não pode ser substituído. Em outras palavras, NFTs são itens digitais que não podem ser copiados. Assim, hoje em dia é possível vender artes digitais facilmente e garantindo a autenticidade da obra.



TRANSFORMAÇÃO DA CADEIA TÊXTIL

A cadeia têxtil está passando por mudanças nos métodos produtivos aplicados à indústria ao redor do mundo, tais como:



Novas práticas do plantio.



Uso eficiente da água.



Adequação da força de trabalho com remuneração justa e boas condições de trabalho.



Reciclagem de resíduos e uso de tecnologia para otimizar modelagens e fabricação.



Utilização e investimento em matérias-primas sustentáveis, recicláveis ou biodegradáveis respeitando critérios ambientais.

Com as novas práticas, as macrotendências estão promovendo diversas transformações nos hábitos de consumo que, por conta da pandemia, foram consideravelmente aceleradas, tais como:

Consumo consciente	Consumir menos e consumir melhor;
	Slow fashion;
	Produção local;
	Moda atemporal.
Novas operações e modelos de negócio para moda	Clube de assinatura;
	Re commerce;
	Brechó;
	Liveshop;
	Livestreaming;
	Moda sob demanda;
	Hibridização de produtos e serviços;
	Plataformas de second hand;
	Experiências imersivas como NFT;
	Uso de produtos no universo digital.

Indústria 4.0	Big data
	Outras soluções que visam a otimização de todo o processo produtivo.
	Tecnologias aplicadas na etapa do consumo: impacta e transforma através de softwares já desenvolvidos, nos quais é possível obter as medidas do consumidor, personalizando e evitando desperdício de material.

NOVO CONCEITO DE LUXO NA MODA

Após um ano de vulnerabilidade e incertezas, o luxo passou a ter um novo conceito que agora se define por:

- Simplicidade;
- Funcionalidade;
- Modularidade e durabilidade das peças;
- Serviço de excelência;
- Atendimento pelas causas que uma marca abraça.

A moda está cada vez mais democrática. Sempre trouxe extremos, mas por conta da pandemia, os itens conforto e minimalismo passaram a predominar e seguirão como tendência. Outro fator importante é a flexibilização das regras de isolamento social, resultando em mais pessoas nas ruas com o desejo de celebração e alegria expressas em peças super coloridas, volumosas, brilhos e acessórios exagerados.

Menos ostentação

Agora o que predomina é o consumo consciente, sem excessos e sem desperdícios.

Retailment

Nesse caminho ganham importância conceitos como Retailment no varejo mundial - expressão presente e debatida no último National Retail Federation (NRF 2020), que significa 'criar e promover entretenimento e conveniência aos consumidores, construindo relacionamentos com os clientes'.

Brand experience

Há anos já se falava nesse conceito, que tem como intuito fazer do ambiente de uma loja física um lugar não apenas para produtos e estoque, mas promover uma experiência através de um ambiente projetado com esse objetivo.

Conveniência

Vem por conta da “compra sem atrito”, ou seja, facilidade e agilidade para o consumidor com experimentação e entretenimento.

Vendas online

A pandemia levou a migração maciça de consumidores para as compras online. Neste momento, de um retorno à vida com mais mobilidade, a loja física precisa potencializar esse conceito e criar ambientes ultra interessantes, criativos e interativos para que o consumidor tenha motivos para comprar de forma presencial, desejando ir até a loja e que esse momento, claro, seja prazeroso.

Não é incomum encontrar lojas de roupa com uma mini biblioteca e um espaço para café, lojas de moda infantil com entretenimentos como espaços para desenhar, brinquedos para brincar e se entreter, sem esquecer os gadgets como games.

Inteligência artificial

Recursos como provadores inteligentes, painéis de led e paredes “instagramáveis” invadem cada dia mais o varejo.

Lojas com atividades interativas

Lojas voltadas para yoga onde, além dos produtos, é possível meditar num espaço com poltronas e ipads com headphone e playlist a escolha do cliente, assim como o estilo de meditação, ou até mesmo uma aula no meio da loja.

Slow selling

Outro conceito que nasce junto do retailment é o slow selling, que significa a escolha por ambientes mais calmos, onde o visual merchandising da loja é criado para proporcionar ambientes mais tranquilos e com identidade da marca bem definida.



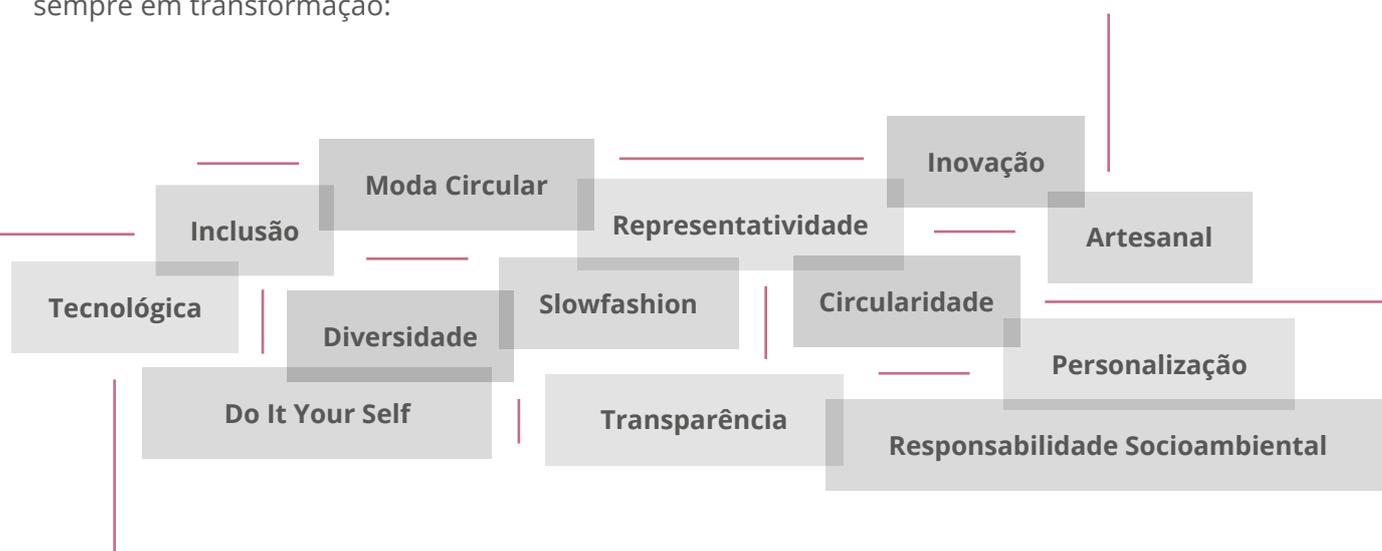
O NOVO DESENHO DA MODA

A moda está sendo redesenhada e passa a ser:



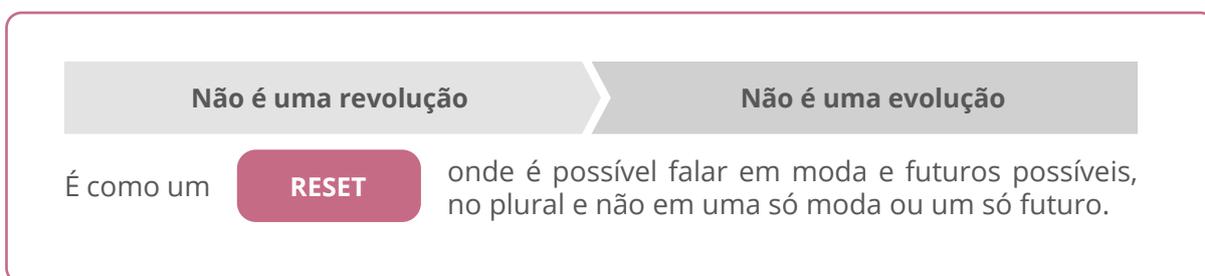
A MODA EM CONSTANTE MOVIMENTO

Conceitos de uma moda em movimento, que caminha junto com a humanidade, sempre em transformação:



Exemplo de moda em movimento

Recentemente Alber Elbaz lançou uma marca e descreveu como “uma marca digital de luxo baseada em inovação e tecnologia e, acima de tudo, uma moda que funciona para todos, com um lugar para experimentar e testar novas ideias.



Inovação

As novas economias e a moda, precisam viabilizar um futuro sustentável, cientes de que fontes da natureza se esgotam. Cabe ao homem criar e adotar novas práticas de sobrevivência.

As empresas, quando pensarem em inovação, gestão, produtividade, nova economia e novos comportamentos, precisam pensar em ADAPTABILIDADE, somada a AGILIDADE, pois são consideradas as novas habilidades do presente e do futuro.

EXEMPLOS ILUSTRATIVOS



Roupas Modulares



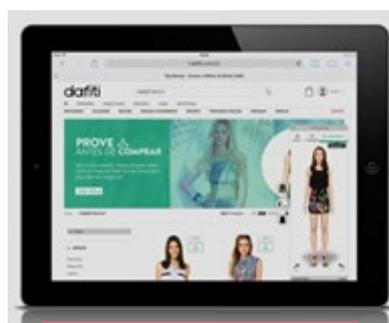
Reroupa - Biblioteca de roupas
"assine.use.devolve.repita"



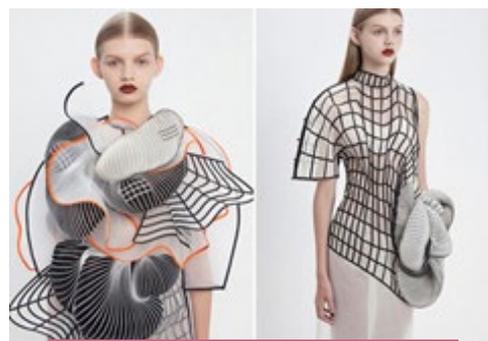
Clube de assinatura
infantil da Nike



Experiências imersivas



Provador virtual



Impressora 3D para moda

SIM NÃO, COMO EU FAÇO?

Já enviei meu sapato e contribuí para o aumento da economia circular.

1. Devolva seu sapato usado nas lojas físicas ou por Correio.

2. Ganhe um cupom de **R\$50 de desconto** na sua próxima compra.

Economia Circular site da Insecta shoes

LAPA RECICLA

1 PET RECICLADA A CADA PAR

Lapa Shoes



Revolução de materias @net2footwear



Personalização otimizando a produção A startup Redthread funciona como um alfaiate virtual.

AÇÕES RECOMENDADAS



Leia o conteúdo [SERVIÇOS DE ALUGUEL DE ROUPAS E DE ACESSÓRIOS](#) e saiba como a moda está sendo substituída por outras formas de comercialização, visto que com menos dinheiro circulando nas mãos das pessoas, com a amplificação dos conceitos de sustentabilidade e de economia da experiência, estão surgindo outros modelos de negócios que podem ser um bom investimento com base nos novos hábitos de consumo.



Para se adequar a um novo perfil de consumidor, mais consciente de suas responsabilidades ambientais e mais engajado socialmente, empresas do setor têxtil e de confecção precisam adotar uma postura mais sustentável por meio de ações e práticas sustentáveis. Leia o conteúdo [RECICLAGEM DE ROUPAS VELHAS EM ROUPAS NOVAS](#) e saiba como a sua empresa do ramo têxtil pode se adequar contribuindo e incentivando o mercado da economia circular.



Antes o consumidor pagava para adquirir um produto; nos dias atuais paga para ter acesso. É importante ressaltar que o conceito de uma compra única está ficando ultrapassado. Economia da recorrência nada mais é do que a extensão do sistema de assinaturas, utilizados em outros segmentos de mercado e que já prevalece em alguns mercados tradicionais. Leia este [conteúdo](#) e verifique se o seu negócio pode se encaixar nesse novo modelo de compra.



A opção por produtos sustentáveis é uma das melhores alternativas para se preservar o meio ambiente. Os tecidos sustentáveis ou tecidos ecológicos são fabricados a partir de técnicas de reciclagem de materiais. Essas técnicas e materiais ecologicamente corretos vêm sendo cada vez mais aplicados à fabricação de produtos de moda. Leia este [conteúdo](#) e saiba como os empreendimentos podem vender roupas e acessórios à base de tecidos sustentáveis, com uma abordagem adequada para os clientes.



Uma das alternativas encontradas pela maioria dos comércios físicos no país foi buscar nos canais digitais formas de continuar atendendo a seu público e manter a operação funcionando. Este conteúdo visa explorar como criar no cliente o desejo de visitar fisicamente o estabelecimento para viver momentos agradáveis e prazerosos, além de ser uma extensão do canal on-line. [Clique aqui e confira!](#)



Conte com o Sebrae/RJ para saber mais sobre as soluções [SEBRAETEC](#). Caso necessite de auxílio, ligue para **0800 570 0800** e agende um atendimento na unidade mais próxima.



MODA
RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA
ANO 2021

Gerência de Conhecimento e Competitividade

Gerente: Cezar Kirszenblatt

Gestora do Programa Sebrae Inteligência Setorial: Mara Godoy

Analista de Inteligência Setorial e Temática: Mara Godoy

Articulação e Disseminação Empresarial: Mara Godoy

Conteudista: Karen Rocklin

Diagramação: JAL Design

Entre em contato com o Sebrae: **0800 570 0800**

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610). Fotos: Banco de imagens.