
Redes sociais de inovação: A indústria da moda em São Paulo

Branislav Kontic

Setembro 2009

Moda: um sistema complexo

Redes sociais como esquema teórico:

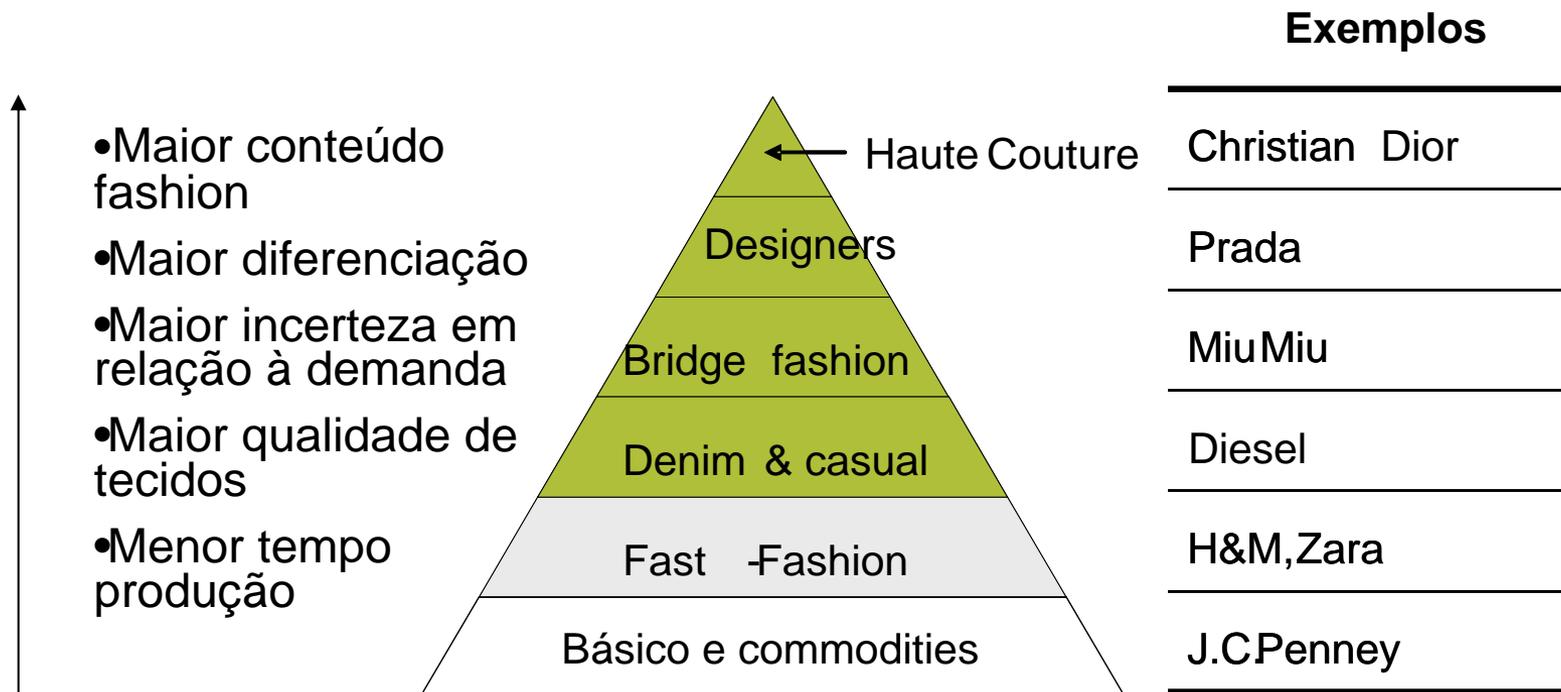
- ❑ Foco nos atores, não em setores: empresas, grupos sociais, indivíduos e instituições) e em sua estrutura de relações
 - ❑ Sistemas de C&T, P&D e políticas industriais não explicam a inovação pelo design e marca.
 - ❑ Inovação correlacionada à qualidade dos laços sociais
 - ❑ Laços sociais que se modificam no tempo e têm aderência a espaços.
-

Da Moda à Indústria da Moda

| Hoje | Antes |
|------------------|-------------------|
| multi-produto | vestuário e luxo |
| ciclo curto | ciclo mais longo |
| produto instável | clássicos |
| mercados amplos | mercados de elite |

Moda no mundo

Os grandes centros possuem empresas de porte em quase todos os níveis de produto e mercado:



Grupos e empresas de grande porte

- Conglomerados
 - PPR, LVMH, Richemont
 - Receitas anuais superiores a US\$ 10 bi
 - *Monobrand*s
 - Grandes marcas têm receitas superiores a US\$ 1,5 bi
 - Faturamento (2007): Valentino - US\$ 2,7bi, Prada – US\$ 2,05, Armani – US\$ 2,03, Diesel – US\$ 1,66, Max Mara US\$ 1,58
-

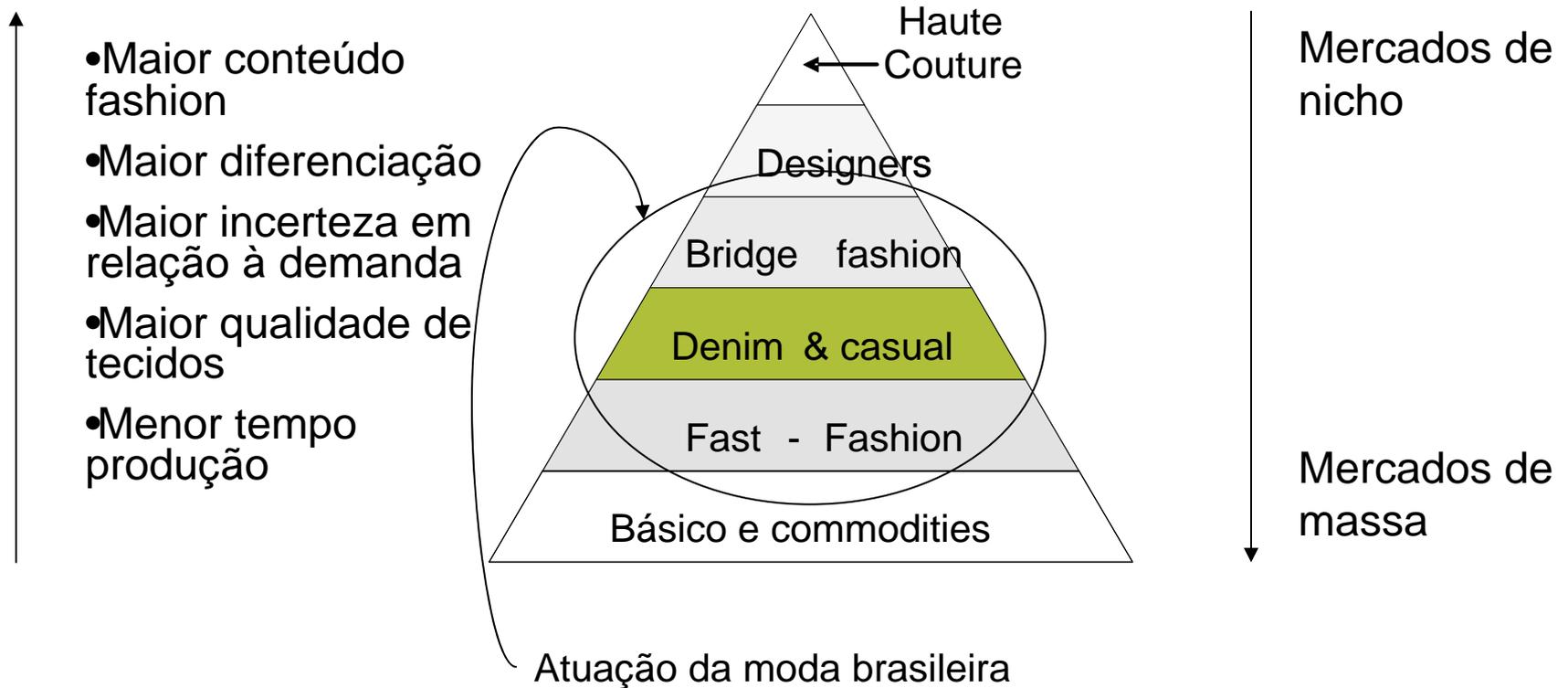
Semanas de Moda e fortes organizações representativas

- Semanas de moda dos grandes centros marcam os tempos de produção da indústria.
 - Selecionam e sancionam as principais tendências, valores e padrões
 - São espaços de coordenação essenciais para um produto de ciclo breve
 - Por difundirem imagem e cultura de países são objeto de grande interesse das representações empresariais e governos
-

Emergência da moda no Brasil

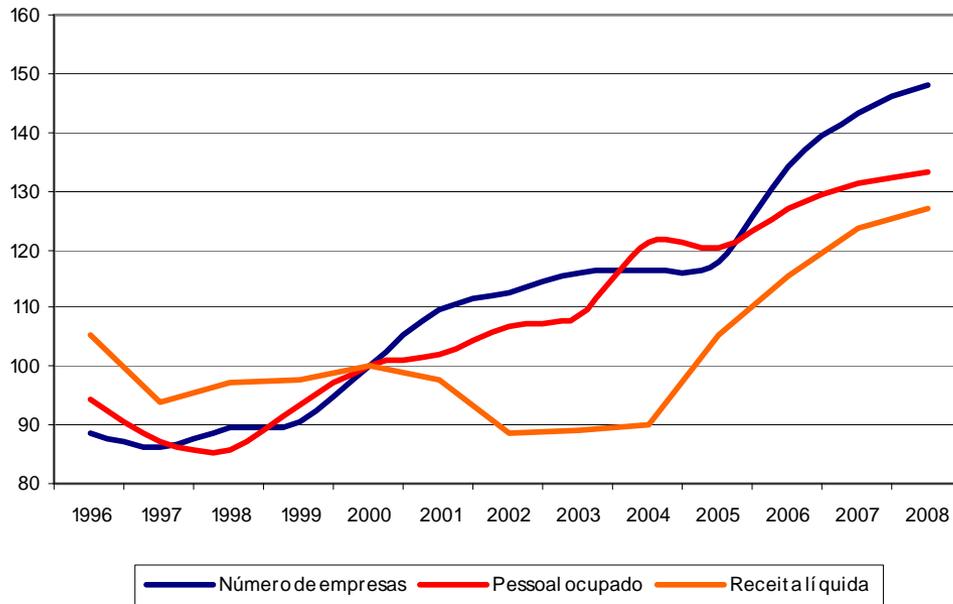
- Anos 90 em São Paulo
 - Núcleo de empresas descola da oferta tradicional
 - Inovação pelo design e marca
 - Reação às mudanças macro
 - Redefinição na organização social das firmas
 - Crescimento de uma comunidade técnica
 - SPFW como espaço de socialização e difusão
-

A moda no Brasil



Indústria no Brasil

Número de empresas, pessoal ocupado e receita total na **indústria de vestuário** (2000 = 100)

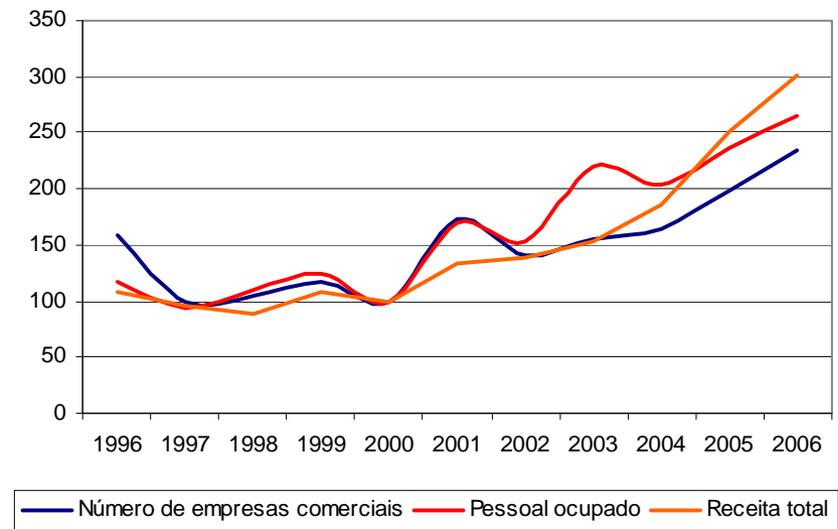


- A indústria de vestuário tem porte e cresceu ao longo da década.
- Podemos creditar parte deste crescimento à elevação do conteúdo de moda nos produtos
- As PNADs captam uma mudança da qualidade das ocupações, em especial na RMSP.
- 13,2% dos 195.000 ocupados têm funções ligadas ao P&D

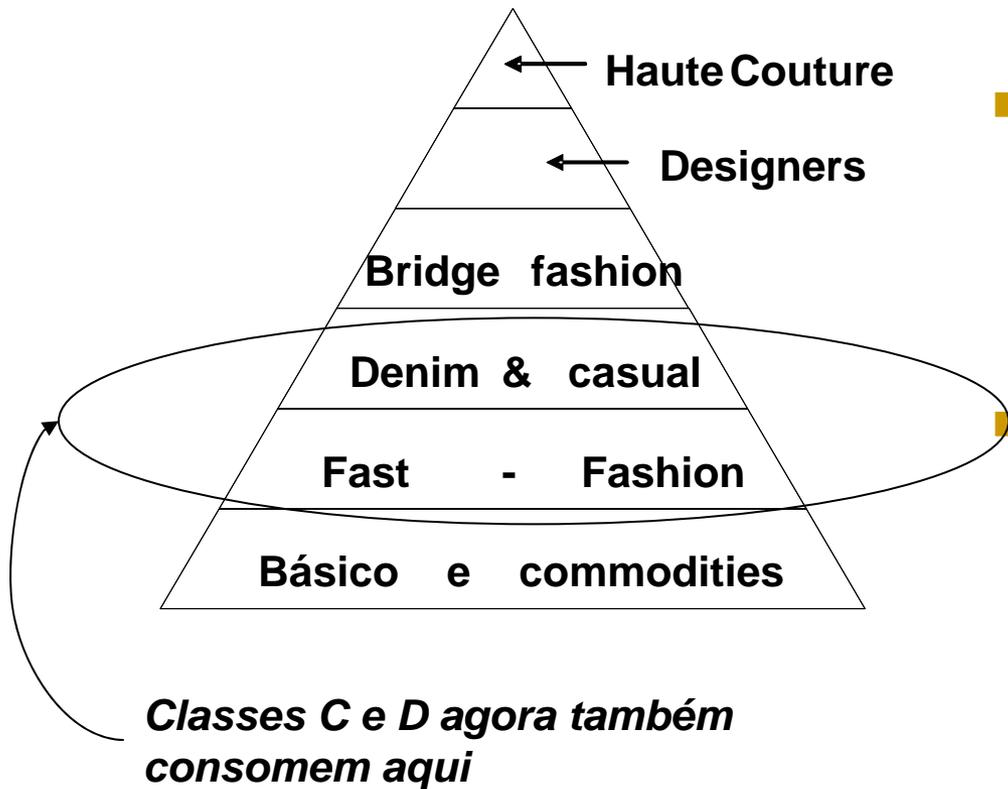
Comércio de vestuário também cresce

- A melhora do nível de consumo da população impulsiona a demanda por produtos diferenciados

Número de empresas, pessoal ocupado e receita total no comércio de vestuário (2000 = 100)



Mercado consumidor brasileiro tem se expandido



- Empresas de vanguarda estimulam o *upgrading* do conjunto da indústria.
- Surgimento de uma maior parcela de consumidores que valoriza estilo e diferenciação

Como explicar:

- O CONTRASTE ENTRE DADOS E DIAGNÓSTICOS
 - A INOVAÇÃO EM ATIVIDADES ECONÔMICAS “MADURAS”.
 - OS NÚCLEOS EMPRESARIAIS DE DINAMISMO
 - AS DINÂMICAS DE INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE EM REDES SOCIAIS E PRODUTIVAS MAIS ABERTAS?
-

Pré-história: até o final dos 80: redes por tipo de produto em SP

| Produto | Desenvolvimento | Organização | Distribuição | Público |
|----------------------|------------------------|--------------------------|----------------------------|---------------------------|
| Moda Feminina | Imitação P-à-P | Sub-contratação | Butiques | Elite, classe média-alta |
| Modinha | Imitação Rj e P-à-P | Integração parcial | Butiques e magazines | Classe média |
| Básicos | | Integração vertical | Magazines | Classe média, média-baixa |
| Carregação | | sub-contratação precária | Varejo e atacado populares | Baixa-renda |

Redes por grupo social e território de aglomeração

| Produtos | Comunidades | Espaços |
|------------------------------|------------------------|---------------------------------|
| Moda Feminina (masc.) | Judaica | Bom Retiro |
| Modinha | Judaica e outras | Bom Retiro, Barra Funda e Móoca |
| Básicos | Árabes e outros | Brás, Móoca e outros |
| Carregação | Nordestinos e coreanos | Brás e Bom Retiro |

A evolução por tipo de produto

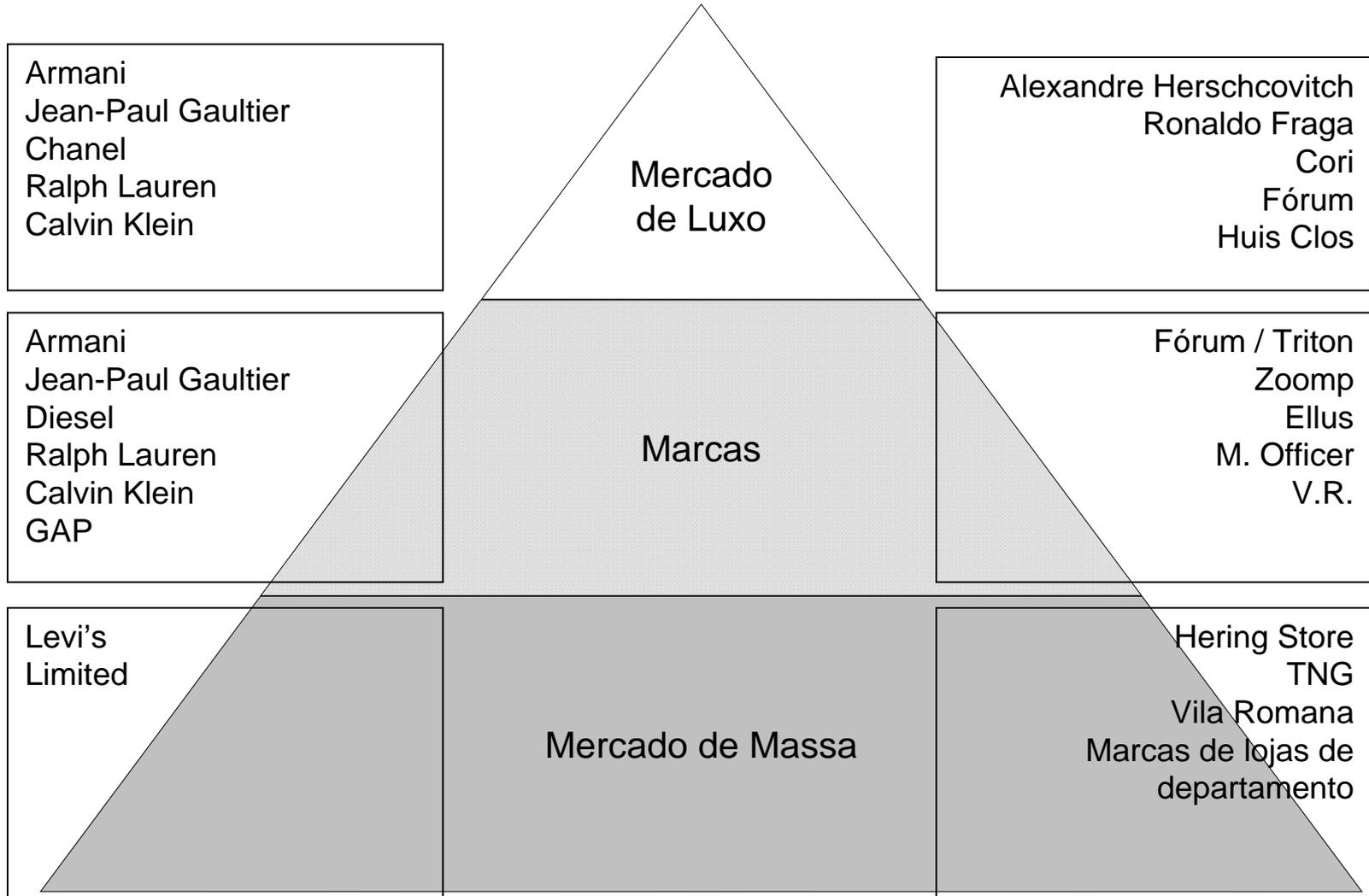
| | Período I | Período II |
|----------------------------------|-----------------------------------|--|
| Moda Feminina e Masculina | Imitação P-à-P | Marca de Luxo |
| Modinha | Imitação Rj e P-à-P | Marca multiproduto |
| Básicos | Produto de massa | Produtos diferenciados |
| Carregação | Prod. de massa de baixa qualidade | Migração para o varejo e atacado populares de gama variada |

O grupo de vanguarda

| Modinha | Moda Feminina e Masculina | Industriais | Estilistas |
|----------------|----------------------------------|-----------------------------------|---------------------------|
| Fórum/Triton | Cori | Rosset e Cia Marítima/Valisere | Alexandre Herschcovich |
| Zoomp | Clô Orozco | High Still e Aramis | Gloria Coelho |
| Ellus | Maria Bonita | Hering | Isabel Capeto |
| Iodice | Ricardo Almeida | Vila Romana | Lino Villaventura |
| Carmin | V.R. | Alpargatas | Ronaldo Fraga |
| M.Officer | Detex e Uma | Escalina | Amir Slama |
| Cavalera | Richard's | Arezzo | Reinaldo Lourenço |
| Vide Bula | | Marisol | Walter Rodrigues |
| Osklen | Le Lis Blanc | Menegotti | Fauze Hatem |

MUNDO

BRASIL



Qualidade dos laços sociais

| LAÇOS FORTES nos 90 | LAÇOS FRACOS nos 00 |
|---|---|
| Ajudaram na adaptação às novas formas de competição | Multiplicam-se com a consolidação da SPFW |
| Na flexibilização das estruturas produtivas e comerciais | Maior interação com áreas externas à indústria: comércio especializado, birôs de moda, mídia, publicidade, artes, cultura e congêneres internacionais |
| Socializaram com velocidade novas práticas | Favorecem a internacionalização |
| Difundiram a adoção de design e diferenciação de produto. | Permitem captar informações e conhecimentos diversos. |

Duas visões do desenvolvimento

| INDUSTRIALIZAÇÃO POR SUBSTITUIÇÃO DE IMPORTAÇÕES | REDES PRODUTIVAS GLOBAIS |
|---|-------------------------------------|
| Cadeias produtivas íntegras. | Sistemas flexíveis e abertos. |
| Intensidade em Capital. | Intensidade em conhecimento. |
| Intensidade em Empregos. | Empregos qualificados. |
| Produção em Massa. | Produção diferenciada. |