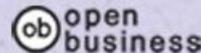


Territórios da Moda

A INDÚSTRIA DA MODA NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO

AGOSTO | 2011



A PESQUISA

Centro de Tecnologia e Sociedade da FGV

Equipe de 41 pessoas

Coordenação Geral

Ronaldo Lemos

Pedro Augusto Francisco

Carlos Affonso de Souza

Coordenação Conceitual-metodológica

Elizete Ignácio dos Santos

Coordenação de Análise Estatística

Kaizô Iwakami Beltrão

Etapa Qualitativa

- **108** entrevistas com atores do setor
- **1286** páginas transcritas
- **48** horas de gravação de áudio

Etapa Quantitativa

- **607** questionários aplicados
- **201** com marcas e confecções
- **151** com facções
- **255** com costureiras externas

Territórios da Moda

Dimensões

A cadeia produtiva da moda movimentou na cidade do Rio de Janeiro R\$ 891.890.826,52

Territórios da Moda

Dimensões

34.427 é o número total de pessoas ocupadas formal e informalmente em confecções e facções

Territórios da Moda

Principais atores

Confecções

Marcas

Detêm 56% do faturamento da cadeia produtiva

Territórios da Moda

Principais atores

Confecções

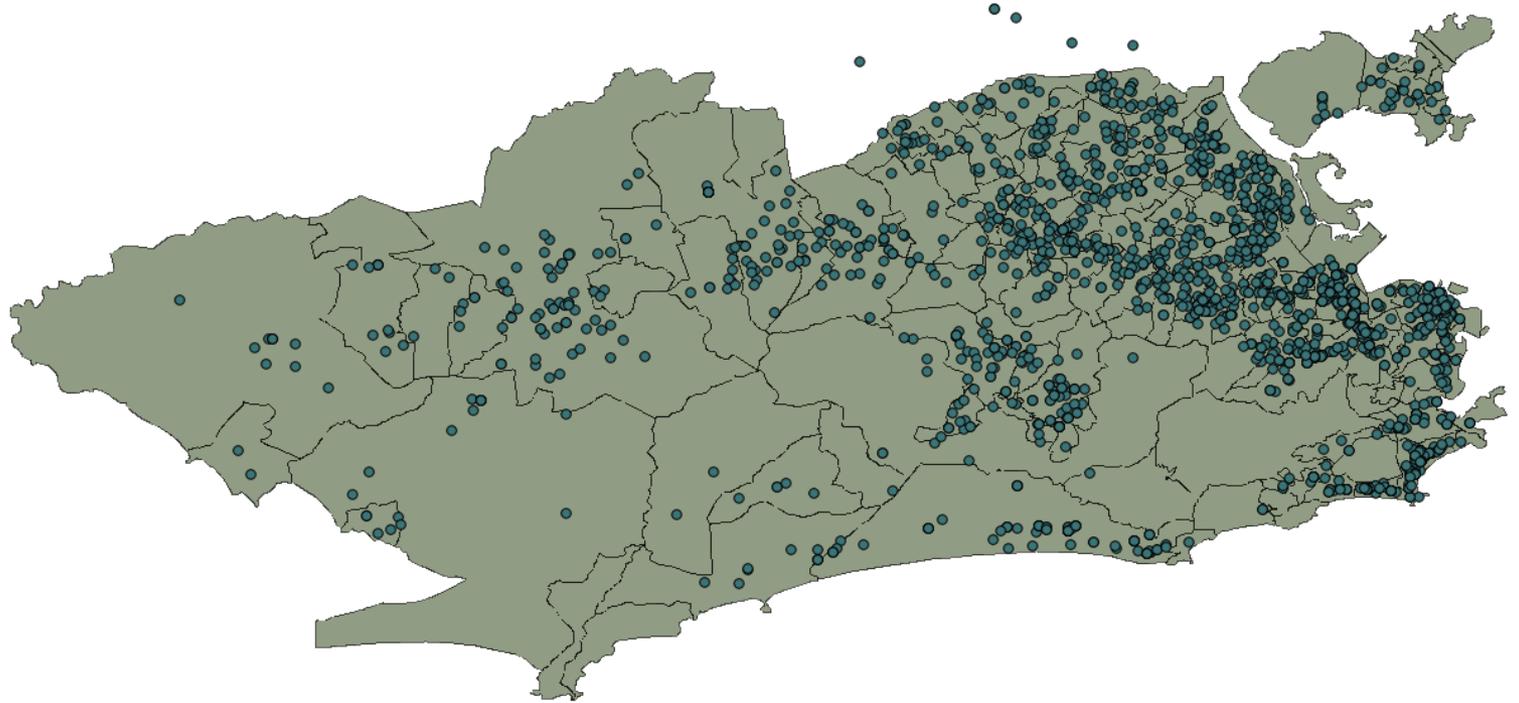
Marcas

66% das pessoas ocupadas

53% são formalizadas

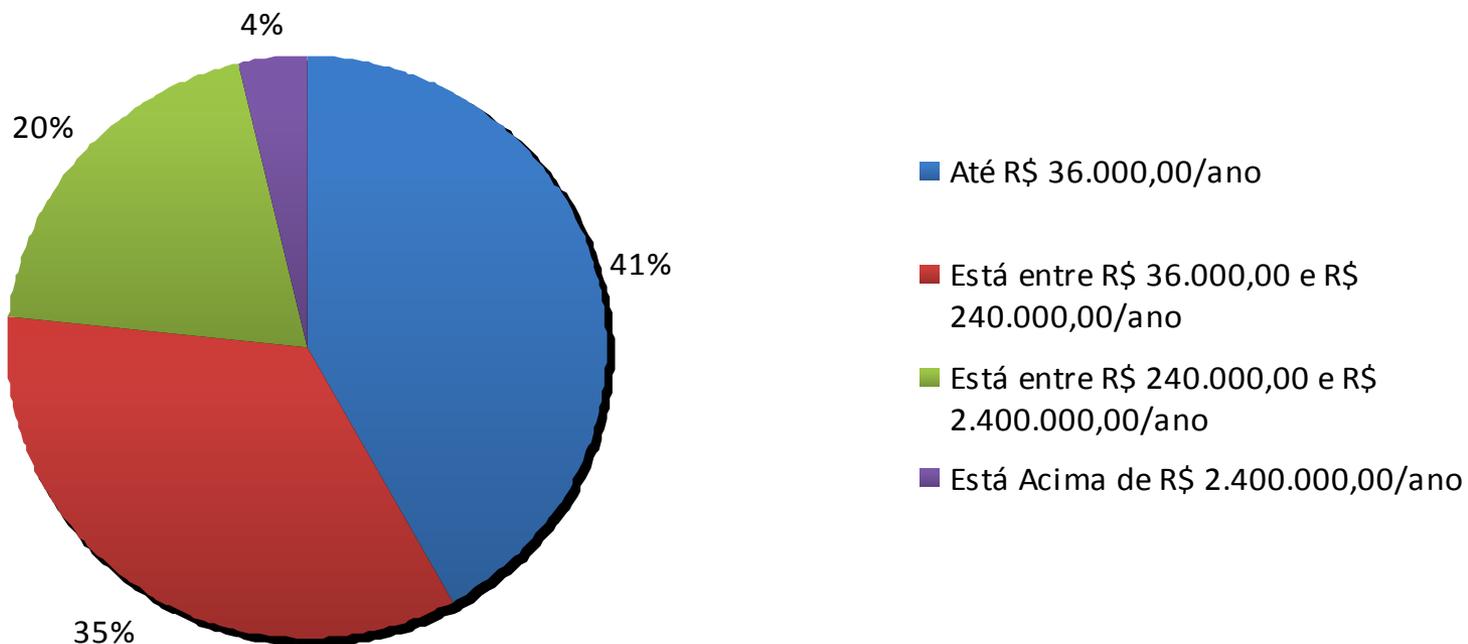
13% são informais

Territórios de marcas e confecções na cidade do Rio



Faturamento anual de marcas e confecções

Faturamento anual da empresa



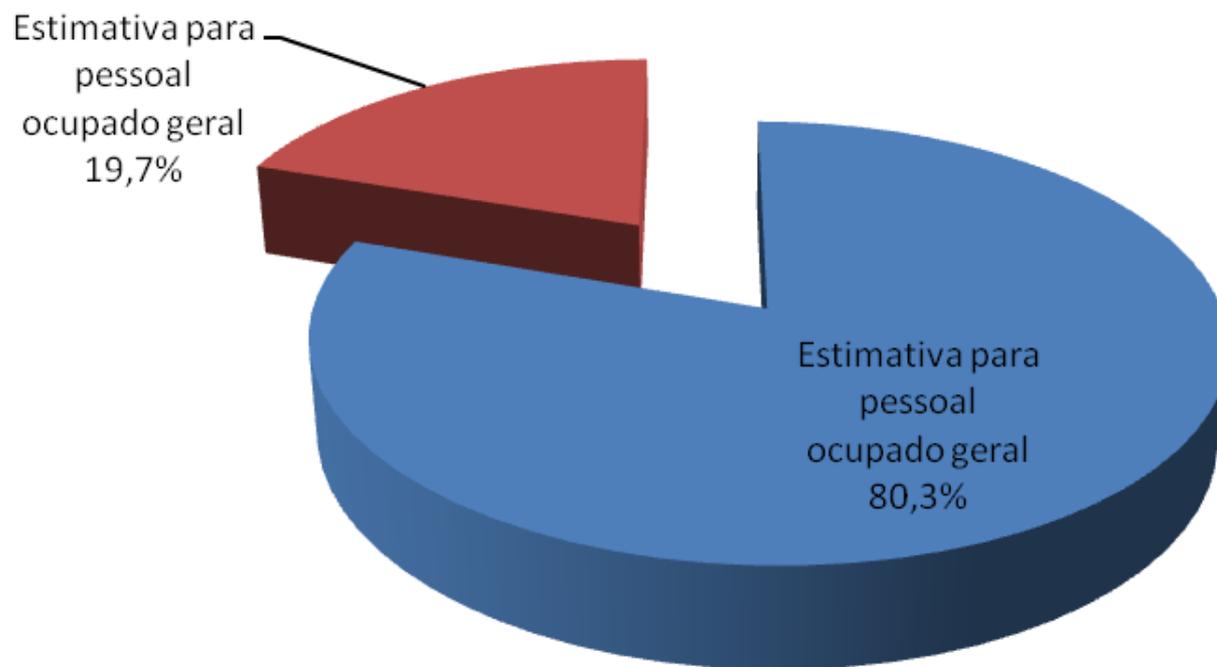
Características que melhor descrevem a marca ou a confecção

	N	%
É uma marca própria ainda em fase de crescimento e reconhecimento	323	32,1
É uma confecção que possui marca própria e também presta serviços para outras marcas mais conhecidas	189	18,8
É uma confecção que apenas presta serviços para outras marcas mais conhecidas	179	17,8
É uma marca própria reconhecida em algumas regiões do Estado do Rio de Janeiro	143	14,2
É uma marca/grife carioca, muito conhecida não somente no Rio de Janeiro, mas em todo Brasil.	112	11,1
É uma confecção que presta serviços para lojas de bancadas	48	4,8
É uma confecção que presta serviços para lojas de magazines	11	1,1
Total	1006	100,0

Principais praças de comercialização dos produtos e serviços da empresa

	N	%
Apenas município do Rio de Janeiro	304	30,2
Estado do Rio de Janeiro e outros estados brasileiros	285	28,4
Estado do Rio de Janeiro	268	26,6
Brasil e exterior	75	7,4
Produz para regiões específicas da cidade	74	7,4
Total	1006	100,0

Percentual de pessoas ocupadas formal e informalmente em confecções



Territórios da Moda

Principais atores

Facções

Detêm 40 % do faturamento

35% é o percentual de pessoas ocupadas informalmente

Tamanho da facção por faixa de pessoal ocupado

Pessoal ocupado	N	%
Entre 0 a 4	1703	74%
De 5 a 9	369	16%
De 10 a 19	192	8%
De 20 a 29	16	1%
De 30 a 49	0	0%
De 50 a 99	16	1%
Total	2296	100%

Fonte: CTS/FGV 2011

Territórios da Moda

Principais atores

Costureiras externas

Detêm 7 % do faturamento

Total de costureiras por situação na prestação de serviços para confecções e facções

Situação da prestação de serviços	N	%
Total de costureiras trabalhando somente para uma facção	1.599	31,0%
Total de costureiras trabalhando somente para uma confecção	1.988	38,5%
Total de costureiras trabalhando para mais facções e confecções	1.573	30,5%
Total de costureiras externas	5.160	100,00%

Fonte: CTS/FGV 2011

Rendimento médio mensal de costureiras externas por situação na prestação de serviços para confecções e facções

Situação da prestação de serviços	R\$
Trabalham somente para facção	R\$ 862,75
Trabalham somente para confecção (R\$):	R\$ 1.035,80
Trabalham para confecções e facções (R\$):	R\$ 1.039,96
<i>Rendimento médio das costureiras externas</i>	R\$ 1.002,61

Fonte: CTS/FGV 2011

Territórios da Moda

Dados gerais sobre o emprego formal

Número de estabelecimentos – setor 18 CNAE - Confecções na cidade do Rio de Janeiro

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Estabelecimentos	828	835	856	900	906	947	977	982
Crescimento		0,8%	2,5%	5,1%	0,7%	4,5%	3,2%	0,5%

A importância da cidade do Rio sobre a Região Metropolitana do Estado do Rio de Janeiro em confecções e empregados

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Estabelecimentos	59,6%	60,1%	60,4%	61,5%	60,6%	60,5%	59,8%	59,2%
Empregados	66,3%	67,8%	67,0%	66,8%	66,5%	68,5%	69,5%	69,5%

Territórios da Moda

Território fashion

Território dos ateliês

Novos territórios

Territórios da Moda

Características gerais da moda carioca

Rio como ícone da moda

Relação entre marcas e criadores individuais

Mercado dominado por empresas familiares

Impacto da tecnologia (softwares, redes sociais etc.)

Território Fashion

Principais pontos

A vitrine do Rio

Modelo de negócio: produção terceirizada

Fornecedores

Confecções e facções

Varejo e atacado

Estamparias

Novos Territórios

Descoberta da pesquisa

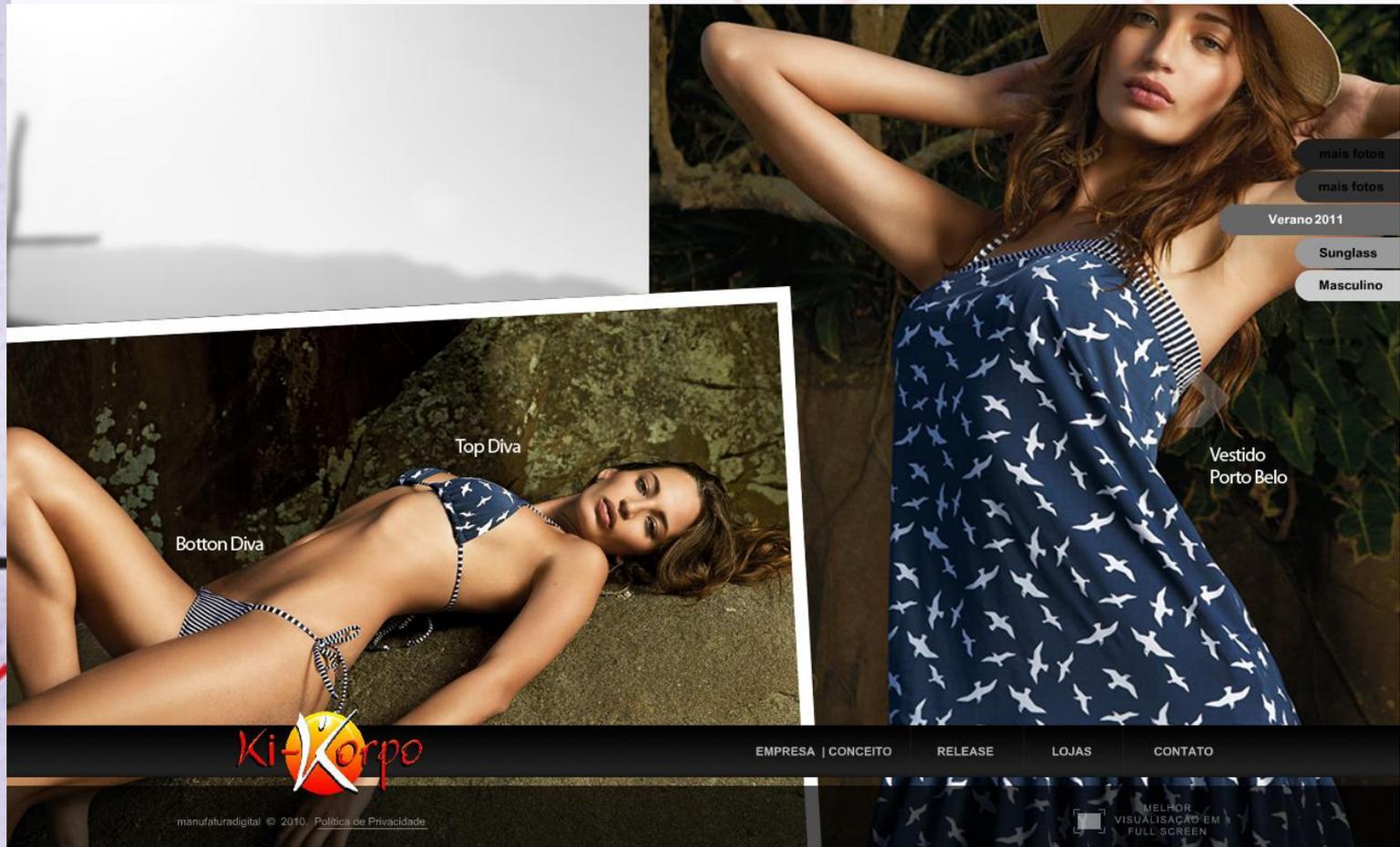
Novos territórios da moda

Modelos de negócios

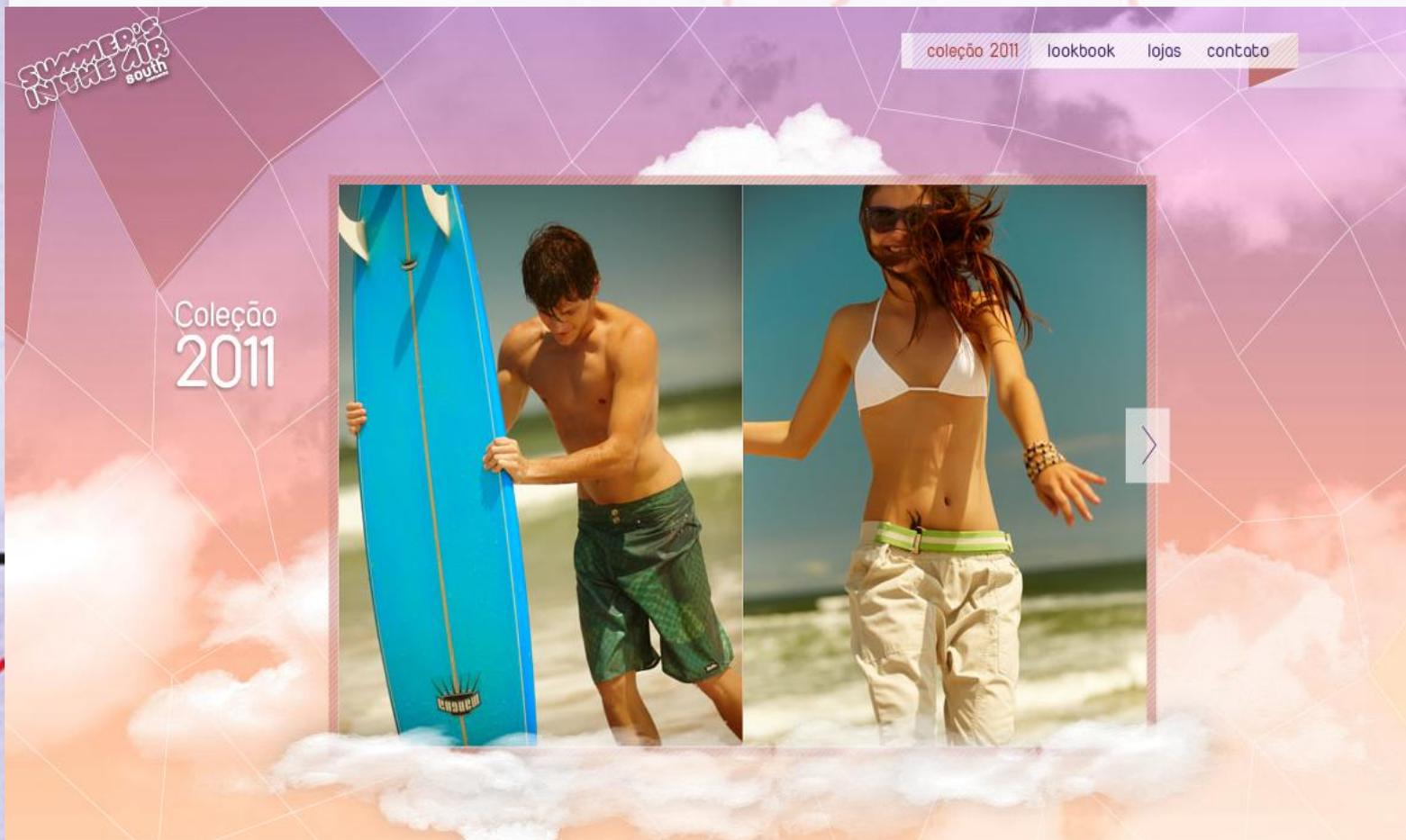
Diversidade de comercialização

Modelos de sucesso

Site da Marca “Ki- Korpo” – Campo Grande



Site da Marca “South” – Campo Grande



Novos Territórios

Descoberta da pesquisa

Gargalo da criatividade

A criação é feita com a produção de peças muito parecidas com as já disponíveis no mercado.

Crescimento da classe C

Houve expansão do número de lojas de empresas já direcionadas para esse público e surgimento de novas marcas voltadas para ele.

Loja de bancada – Públicos C e D – Campo Grande



Loja de bancada – Públicos C e D – Campo Grande



Loja de rua – Públicos B e C – Campo Grande



Confecção – Santa Cruz



Estamparia – Santa Cruz



Território dos ateliês

Principais pontos

Três circuitos em um: vestuário, calçados e acessórios

Criatividade e exclusividade

Valorização do design

Inovação e cópia

Desafio do escoamento

QUADRO 1 // Características das empresas

	<i>Fashion</i>	<i>Novos</i>	<i>Ateliês</i>
<i>Origem</i>	Familiar	Familiar	Familiar
<i>Exclusividade</i>	Exclusivo	"Massa"	Exclusivo
<i>Produção</i>	Larga escala	Larga escala	Pequena escala
<i>Classe de consumo</i>	AB	BCD	ABC
<i>Produção</i>	Larga escala	Larga escala	Pequena escala
<i>Terceirização</i>	Sim	Sim	Não
<i>Concorrência</i>	Marcas internacionais	Roupas asiáticas	Marcas nacionais
<i>Investimento em criação</i>	Alto	Baixo	Alto
<i>Investimento em gestão</i>	Médio	Médio	Baixo
<i>Profissionalização</i>	Mercado conta com bons profissionais	Falta profissional qualificado	Falta qualificação para o próprio dono

Principais desafios para o setor

Tributação

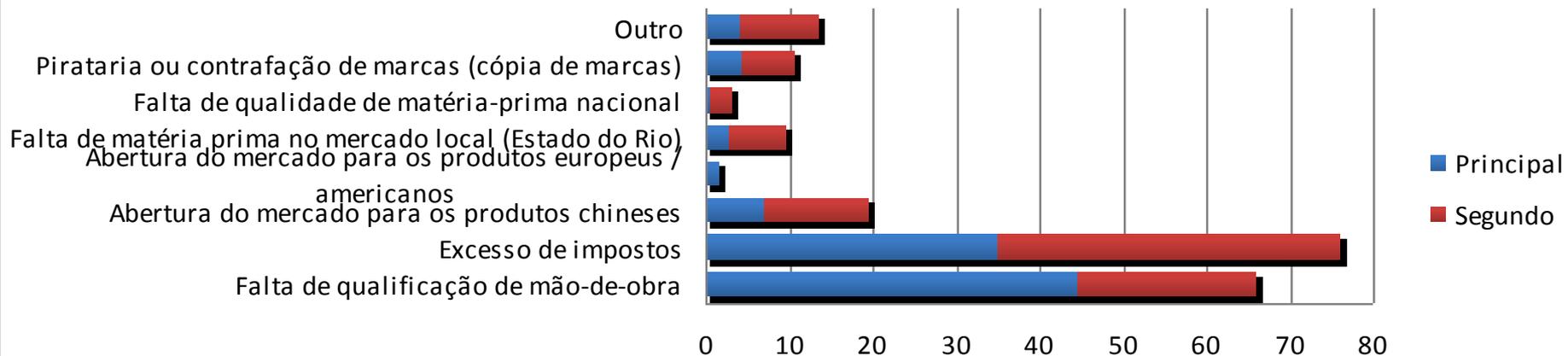
Escassez de mão de obra qualificada

Terceirização como único caminho

Assimetria de informações: poucos pontos de contato

Sustentabilidade econômica e social precária

Principais problemas na indústria da moda carioca





create
a question



collaborate
with others



discover
the best ideas

What is this?

All Our Ideas is a platform that enables groups to collect and prioritize ideas in a transparent, democratic, and bottom-up way. It's a suggestion box for the digital age.

[Learn more](#)

How does it work?

You can use All Our Ideas to create a website where visitors can vote on ideas and upload new ones. The intuitive and fun voting process yields powerful results.

[See an example](#)

Get started!

Click on the link below to get started with All Our Ideas. It is free, easy, and built on open source technology. Create your own interactive suggestion box and start discovering.

[Create a question](#)



This project is supported by grants from Google and CITP at Princeton University.



All Our Ideas is open source software. Feel free to review, remix, redesign, or contribute.



[Log In](#)
[Create Your Own Question](#)
[About](#)



ALL OUR IDEAS
CREATE. CONTRIBUTE. DISCOVER.

Bem-vindo à pesquisa Territórios da Moda Carioca, que tem por objetivo orientar a Prefeitura do Rio a implementar políticas públicas de apoio à moda na cidade. Escolha abaixo as opções de sua preferência e inclua com suas próprias ideias!

[Votar](#) | [Ver Resultados](#) | [Sobre esta página](#)

Na sua opinião, qual a melhor política pública para apoiar a moda carioca?

Editais para apoio para o desenvolvimento de mídias alternativas:

Estímulo à criação de catálogos e desfiles coletivos dos pequenos ateliês

Não consigo decidir

71 vota em 18 ideias

Adicione sua ideia



Este projeto é patrocinado por bolsas do Google e do CITP da Universidade de Princeton.



All Our Ideas é software livre. Fique à vontade para rever, remixar ou modificar. Você também pode usar nossa API para criar seu próprio site.



[Entrar](#)
[Cria Sua Própria Pergunta](#)
[Sobre](#)



[Votar](#) | [Ver Resultados](#) | [Sobre esta página](#)

Na sua opinião, qual a melhor política pública para apoiar a moda carioca?	Pontuação	
Editais para criação e desenvolvimento de softwares livres para o setor	89 [?]	<div><div style="width: 89%;"></div></div>
Desfiles além da Zona Sul, de modo estimular o design e criação em outras regiões	78 [?]	<div><div style="width: 78%;"></div></div>
Fortalecimento dos órgãos de representação de classe	71 [?]	<div><div style="width: 71%;"></div></div>
Editais para premiação de práticas inovadoras em gestão	63 [?]	<div><div style="width: 63%;"></div></div>
Criação de um selo "Feito no Rio", para empresas cariocas ou do Estado	57 [?]	<div><div style="width: 57%;"></div></div>
Editais para apoio para o desenvolvimento de mídias alternativas:	55 [?]	<div><div style="width: 55%;"></div></div>
Editais para acesso para compra de matéria-prima e maquinário	50 [?]	<div><div style="width: 50%;"></div></div>
Editais para criação e divulgação de estamparias cariocas	50 [?]	<div><div style="width: 50%;"></div></div>
Organização formal dos pequenos ateliês, valorizando a produção artesanal	50 [?]	<div><div style="width: 50%;"></div></div>
Criação de canais de diálogo mais amplos	50 [?]	<div><div style="width: 50%;"></div></div>
Veja mais...		

Possíveis estratégias para fomentar o setor

Criação do selo “Feito no Rio”

Potencializar eventos e elaborar novos tipos de catálogos

Investimento em novos programas de formação e qualificação de mão de obra

Possíveis estratégias para fomentar o setor

Intensificar a interlocução com os territórios

Editais de fomento e premiações

Apoio para o desenvolvimento de mídias alternativas

Territórios da Moda

A INDÚSTRIA DA MODA NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO

AGOSTO | 2011

