



Tatiana Messer Rybalowski

A Gestão da diferenciação de produtos de moda

A inserção do artesanal na confecção industrial

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Design do Departamento de Artes & Design da PUC-Rio

Orientador: Prof. Claudio Freitas de Magalhães

Rio de Janeiro

Agosto de 2008



Tatiana Messer Rybalowski

A Gestão da diferenciação de produtos de moda

A inserção do artesanal na confecção industrial

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Design do Departamento de Artes & Design do Centro de Teologia e Ciências Humanas. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Prof. Dr. Claudio Freitas de Magalhães

Orientador

Departamento de Artes & Design - PUC-Rio

Prof^a Dr^a Sandra Regina Rech

UDESC

Prof. Dr. Alfredo Jefferson de Oliveira

Departamento de Artes & Design - PUC-Rio

Prof. Dr. Paulo Fernando Carneiro de Andrade

Coordenador Setorial do Centro de
Teologia e Ciências Humanas - PUC-Rio

Rio de Janeiro, 6 de agosto de 2008

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização do autor, do orientador e da universidade.

Tatiana Messer Rybalowski

Arquiteta graduada pela Universidade Federal do Rio de Janeiro em 1984, Técnica em Confeção em Estilismo Industrial pelo SENAI-CETIQT em 1987 e Especialista em Psicopedagogia pela Universidade Candido Mendes em 1999. Coordenadora acadêmica do Curso de Design de Moda da Universidade Candido Mendes.

Ficha catalográfica

Rybalowski, Tatiana Messer

A gestão da diferenciação de produtos de moda: a inserção do artesanal na confecção industrial / Tatiana Messer Rybalowski ; orientador: Claudio Freitas de Magalhães. – 2008.

165 f. ; 30 cm

Dissertação (Mestrado em Artes e Design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

Inclui bibliografia

1. Artes - Teses. 2. Design. 3. Moda. 4. Diferenciação. 5. Gestão de design. 6. Competitividade. I. Magalhães, Cláudio Freitas de. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Artes e Design. III. Título.

CDD:700

Para Victor,
meu marido, meu amigo, minha luz

Agradecimentos

Ao meu orientador Prof. Claudio Freitas de Magalhães, que acolheu as práticas da Moda no campo do Design;

À PUC, instituição que me trouxe tanto prazer na busca da contínua renovação do saber.

Resumo

Rybalowski, Tatiana Messer; Magalhães, Claudio Freitas de. **A Gestão da diferenciação do produto de moda: a inserção do artesanal na confecção industrial.** Rio de Janeiro, 2008. 165p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Dentre as diferentes formas que a moda tem para se manifestar, uma das mais expressivas é a indústria de vestuário. Apesar de sua essência mutável que busca constantemente a novidade, o produto de moda não tem conseguido ser diferente a ponto de revelar sua identidade através de seus atributos físicos. A partir da percepção de certa homogeneização do produto de moda, este trabalho busca trazer subsídios ao desenvolvimento de produtos diferenciados de moda através da criação de atributos físicos que reforcem a identidade do produto. Dentre vários recursos que podem ser utilizados, podem-se destacar os processos que inserem o artesanal na confecção industrial, resultando em peças únicas e construindo um contraponto ao excesso de industrialização, impessoalidade e repetição de modelos produzidos em escala unicamente industrial. Como uma ferramenta estratégica para a manutenção da competitividade através da diferenciação, a Gestão de Design utiliza as competências, conhecimentos e experiências da empresa a fim de possibilitar a contínua reinvenção de produtos e processos que coloquem a empresa numa posição de destaque no mercado.

Palavras-chave

Design; moda; diferenciação; gestão de design; competitividade.

Abstract

Rybalowski, Tatiana Messer; Magalhães, Claudio Freitas de. **Differentiated fashion product Management: handicraft meets apparel industry**. Rio de Janeiro, 2008. 165p. Msc. Dissertation - Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Apparel is one of fashion's most expressive resources, and yet, in spite of its ever changing nature, the fashion product has not managed to achieve differentiation in a way that makes its physical attributes reveal its identity. Departing from a perception of a growing homogenization of fashion products, this study brings some insights for the development of differentiated fashion products through the use of physical attributes that reinforce a product's identity. Among the several strategies to achieve this aim, we may emphasize the processes that promote the merging of handicraft production and apparel industry, thus yielding unique items and disrupting the pattern of excessively industrialized, repetitive and impersonal products. As a strategic tool to maintain competitive advantage through differentiation, Design Management exploits a company's competence, knowledge and experience to continuously reinvent products and processes to achieve competitive positioning.

Keywords

Design; fashion; differentiation; design management; competitiveness.

Sumário

Sumário	8
Lista de Tabelas	11
Lista de Figuras	12
Introdução	13
A moda e o novo	13
As empresas de vestuário que se dedicam à moda	14
Homogeneização do produto de moda	19
Problema	20
Predição	22
Objeto	22
Objetivo	22
Justificativa da Pesquisa	23
Metodologia da Pesquisa	26
Organização da Pesquisa	27
1- A criação de diferenças na moda	29
1.1 A coleção de moda: a orquestração da renovação	30
1.2 Ciclos da moda e a obsolescência programada	31
1.3 Empresas de vestuário dedicadas à moda: puxadas pelo consumo e orquestradas pelo varejo	34
1.4 A homogeneização do cenário: muitas ofertas e poucas escolhas	40
1.5 A necessidade contínua do novo: diferenciar para competir	44
2 - O produto diferenciado de moda	50
2.1 Moda e competitividade	51
2.2 Produto de moda	53

2.2.1 Quanto às estratégias de produção	53
2.2.2 Quanto às estratégias de comercialização	55
2.3 O produto diferenciado de moda	60
2.4 Formas de diferenciação do produto de moda	63
2.4.1 Diferenciação na coleção	64
2.4.2 Diferenciação no produto	73
2.5 A parceria do artesanal com o produto industrial	77
2.6 Gestão do produto diferenciado de moda	83
2.7 Gestão do produto diferenciado de moda originado da inserção do artesanal no industrial	87
3 - A Diferenciação no Mercado de Moda	92
3.1 Tipo de pesquisa	93
3.2 Coleta de dados	94
3.3 Universo e amostra	95
3.4 Sujeitos das amostras	95
3.5 Critérios para as escolhas das empresas	96
3.6 Questionários	97
3.6.1 Questionário 1	97
3.6.2 Questionário 2	99
3.7 Apresentação dos dados	100
3.7.1 Questionário 1	100
3.7.2. Tabulação do Questionário 2	107
3.8 Análise dos dados	113
3.8.1 Questionário: A percepção da diferenciação no produto de moda	113
3.8.2 Questionário 2: A diferenciação de marcas de moda com o artesanal inserido no industrial	116
4 - Conclusões	122
Bibliografia	127
Glossário	136

Anexos	138
1.1. Anexo 1 - Questionário 1	139
1.1.1. Questionário aplicado a profissionais, professores e estudantes de moda	139
1.2. Anexo 2 - Questionário 2	140
1.2.1. Questionário aplicado a empresas que possuem marcas com produtos diferenciados de moda originados da inserção do artesanal dentro dos processos de confecção industrial	140
1.3. Anexo 3 - Apresentação dos dados	144
1.3.1. Questionário da marca Farm	144
1.3.2. Questionário da marca Homem de Barro	147
1.3.3. Questionário da marca Osklen	154
1.4. Anexo 4 - Perfil das empresas pesquisadas	159

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Marcas com produtos diferenciados.....	101
Tabela 2 - Marcas com produtos diferenciados (respostas válidas)	102
Tabela 3 - Percepção das diferenças.....	103
Tabela 4 - Categorização das diferenças	104
Tabela 5 - Ocorrências das categorias de diferenciação.....	105
Tabela 6 - Marca com diferencial no artesanal.....	106
Tabela 7 - Marca com diferencial no artesanal (respostas válidas)	107

Lista de Figuras

Figura 1 - Estrutura Hierárquica de Gestão de Moda.....	66
Figura 2 - Bolero com diversas aplicações (crochê, tecido, argolas e contas), estilo Fernando de Paiva.....	79
Figura 3 - Aplicação de “paetês” de tecido e miçangas, estilo Homem de Barro	80
Figura 4 - Detalhe da aplicação de “paetês” de tecido e miçangas, estilo Homem de Barro	80
Figura 5 - Aplicação de contas, sianinhas, fitas, cadarços, tachas e miçangas, estilo Isabela Capeto	81
Figura 6 - Aplicação de tecido com trabalho de pesponto e pespontos com linha contrastante executados de forma aleatória na gola, estilo Homem de Barro.....	82