



XXV Congresso de Iniciação Científica da Unicamp

18 a 20 Outubro Campinas | Brasil



Qualificação dos tipos de produtos de acordo com os padrões de ciclos de vida de produtos específicos da moda.

Thomaz Fernando Ribeiro de Faria*, Antônio Carlos Zambon

Resumo

Neste artigo apresenta-se um estudo sobre os ciclos de vida dos produtos da moda, especificamente da moda vestuário. Para identificar os ciclos de vida dos produtos da moda vestuário, foram utilizados softwares de busca automática na Internet de termos associados aos padrões de consumo e comparados com as vendas efetivas, levantadas em uma loja de roupas. Foi possível identificar que o ciclo de vida médio é de 47 dias, com um desvio padrão de 9%. Mediante esses estudos, verifica-se que o consumo de itens associados às diferentes estações se comportam dentro dos mesmos padrões de variação de ciclo de vida.

Palavras-chave: ciclo de vida do produto, moda, Vestuário.

Introdução

Considerada como a abertura de portas para o mundo as exportações brasileiras renderam um total de US\$191,1 bilhões no ano de 2015 (Eduardo, n.d.), superando as importações e obtendo alta importância na economia. As projeções futuras são de aumento das exportações devido à alta do dólar, o que pode auxiliar à redução dos impactos da queda de consumo interna.

Porém, o país não aproveita ao máximo as possibilidades do mercado de bens com alto valor agregado ser favorável, pois se concentra nas exportações de commodities, com baixo valor adicionado e alta concorrência, cujo preço é controlado pela bolsa de valores mundial e não confere margem diferenciada de ganhos. Uma maneira de aproveitar mais os fatores favoráveis de exportação é investir em produtos que são encontrados apenas no Brasil.

Diante da diferenciação, proporcionada pelas misturas de cores, novos designs e autenticidade que a moda brasileira vem desenvolvendo nos últimos anos, ela se tornou o maior ícone de exposição positiva do Brasil no mundo, e também o maior diferencial competitivo em relação aos concorrentes adicionando alto valor às exportações. Segundo dados da APEX (Agência brasileira de promoção de exportações e investimentos) a cadeia têxtil e seus componentes movimentaram mais de US\$ 90 bilhões em faturamento, sendo que a moda movimentou US\$9 bilhões em 2013. O Brasil se destaca, pois, possui uma cadeia produtiva autossuficiente, de alta tecnologia, diversidade e profissionalismo.

A Cadeia da Moda abrange todos os itens que são utilizados como forma de vestimenta, ou adorno. Esses itens estão submetidos à influência da demanda e obedecem às tendências e inovações na moda. É a partir desses fatores que são decididas as maneiras de produção. A cada estação do ano, são lançados novos itens com o intuito de induzir o consumo. Assim, os itens de vestuário possuem um ciclo de vida definido. Entre os componentes o setor de vestuário (têxtil e confecção) é o líder em faturamento, sendo assim o setor mais importante de toda a cadeia. Segundo dados da Abit o setor têxtil e confecção exportou em 2015 US\$2,38 Bilhões, é também muito importante para o Brasil pois emprega mais de 1,5 milhões de pessoas diretamente, o Brasil está entre as maiores potências produtoras têxteis do mundo e possui o quarto maior parque produtivo de confecção do mundo, possuímos um cadeia produtiva autossuficiente, com

todos esses recursos é necessário pesquisas de tendências para produzir e também lançar as suas tendências aumentando assim ainda mais a sua importância no mercado mundial da moda, nesse cenário precisamos compreender as diferenças entre moda, modismo e tendência.

Resultados e Discussão

Para identificar o ciclo de vida dos produtos da moda, foi realizada uma pesquisa na internet por meio de data mining, que revelou características e especificidades do consumo. Essas características foram comparadas às tendências do Google Trends, onde foi possível confirmar tais características. A ocorrência temporal de buscas por determinados bens de consumo associados à moda foi comparada à ocorrência de vendas efetivas em uma loja de roupas. Dessa maneira, foi possível identificar graficamente o início e o final das buscas por determinados itens de vestuário, sendo possível verificar o lapso temporal entre um evento e outro.

Observou-se, dessa maneira, que os itens de vestuário possuem similaridade na frequência de busca e que o lapso temporal entre o início da procura e das compras e o final, se dá em média em 47 dias, com um desvio padrão de 4 dias (9%).

Conclusões

Mediante as pesquisas realizadas, verificou-se que é possível identificar o ciclo de vida médio dos produtos da moda. O reconhecimento desse ciclo de vida, pode auxiliar na tomada de decisões sobre estocagem dos produtos por parte dos lojistas, bem como, nas decisões de produção, pelos fabricantes. Trabalhos futuros deverão realizar testes exaustivos no sentido de confirmar se os resultados obtidos na estação outono-inverno, também ocorrem nas estações primavera-verão.

Agradecimentos

A PIBIC (programa institucional de bolsas de iniciação científica).

Ao meu orientador professor Dr. Antônio Carlos Zambon.

¹ Cucolo, E. **Exportações superam importações e Brasil tem superavit de US\$ 19,7 bi.** Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/01/1725612-por-crise-balanca-comercial-tem-superavit-de-us-197-bilhoes-em-2015.shtml> Acesso em: 27/01/2017

² Seo E. S. M.; Kulay, L. A. *Am Avaliação do ciclo de vida: Ferramente gerencial para tomada de decisão.* Revista de gestão integrada em saúde do trabalho e meio ambiente – v.1, n.1, Art 4, Ago 2006.