

A ECONOMIA DA MODA

Porque hoje um bom modelo de negócios vale mais do que uma boa coleção

ENRICO CIETTA



Resumo de A Economia da Moda. Porque Hoje Um Bom Modelo de Negócios Vale Mais do que Uma Boa Coleção

Muitos acreditam que a moda está à beira de um abismo: muito rápida, muito poluidora; pouquíssimo focada na criatividade e excessivamente no mercado; muito econômica para o consumidor e pouco lucrativa para as pequenas e médias empresas; muito imprevisível e muito subjetiva para ser encarada como os demais setores industriais; muito material para ser considerada um produto cultural e muito imaterial para ser um produto manufatureiro.

Estaria então a moda destinada a implodir em si mesma? Este livro oferece um outro ponto de vista e, ao apresentar a teoria econômica dos produtos criativos híbridos, esclarece o porquê desta sensação de estarmos indo em direção ao precipício.

Rejeitando uma visão catastrofista, a obra explica as mudanças estruturais do setor e aquilo que o produto moda representa hoje para o consumidor e para o mercado. São modificações diretamente relacionadas a três elementos que se tornaram fundamentais no negócio da moda: o tempo, o risco e os custos.

Por esta razão, ainda que a criatividade continue a ser fundamental, ela não é mais suficiente. Muito mais do que no passado, o sucesso no mercado depende do modelo de negócio da empresa, ou seja, do modo como se responde a estas mudanças.

O fast fashion, a moda sustentável, os desfiles “see now, buy now” (“veja agora, compre agora”), os escândalos do uso do trabalho escravo são apenas alguns dos fenômenos que podem ser explicados à luz deste novo cenário.

Até agora, poucos economistas tentaram oferecer uma nova chave

interpretativa, mesmo sendo a economia da moda a disciplina que pode ajudar a entender o que esperar do futuro.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)