

## Profissão moda

### Guia das 55 carreiras com mais futuro no mundo da moda

Ser estudante ou profissional de moda não significa ser, unicamente, um desenhista. Na realidade, há uma infinidade de profissões que fazem parte da ampla, diversa e complexa indústria da moda. Este livro apresenta um panorama do setor a partir das chaves necessárias para entrar nessa área e seleciona as 55 carreiras mais comuns, populares e interessantes no mundo da moda.

A primeira parte de **Profissão Moda** é um guia prático que conta como procurar uma vaga de trabalho ou como encontrar espaço no setor trabalhando por conta própria. O livro expõe todos os aspectos que devem ser levados em conta para começar com o pé direito o desenvolvimento de uma trajetória profissional, desde como escrever um bom currículo ou quando estagiar em uma empresa, até onde procurar trabalho ou registrar direitos autorais para um desenho.

126 VAREJO

O profissional de compras é o elo entre o designer e o varejista. É uma função baseada no trabalho em equipe, pois o comprador atua em colaboração com os designers, fabricantes e merchandisers.

### comprador

A função do comprador varia de acordo com o perfil da loja. Um comprador de uma loja menor costuma adquirir produtos de diferentes grifes para oferecer a seu cliente específico, enquanto um comprador para uma grande rede de lojas se envolve com os processos do projeto, planejamento e desenvolvimento de produtos. Em geral, os compradores se especializam em uma categoria de produto, como malharia casual, mas os compradores de pequenas varejistas adquirem uma variedade maior de mercadorias. Qualquer que seja o papel do comprador, os objetivos são os mesmos: atender à loja com a mercadoria que atrairá seus clientes, no prazo e com os preços adequados.

A pesquisa sobre as tendências é uma função essencial dos compradores, que frequentam desfiles de moda, acompanham as tendências de assessoria e consultam os serviços de previsão de tendências, como WGSN e Moodpe. Esses profissionais pesquisam o que está sendo vendido e quais os itens mais populares em lojas de todo o mundo. Certas cidades são conhecidas por diferentes áreas de moda (Paris e Nova York para moda feminina, Florença para moda infantil e Milão para moda masculina). Ao viajar para as melhores cidades de sua categoria, os compradores acompanham os desfiles de moda, fazem compras em lojas, adquirem amostras,

fotografam pessoas na rua e coletam o máximo de informação sobre as próximas tendências.

Quando retornam, esses profissionais fazem uma reunião para compartilhar o material e a experiência da viagem, a procura e debater as estampas, cores, formas, tecidos e temas para definir o conceito. A equipe de design começa a desenvolver uma cartela de cores e a elaborar esboços das formas principais. Se aprovados, os designers desenvolvem seus croquis e acrescentam ideias para acabamentos e tecidos. Com a aprovação dos projetos, os compradores começam a definir os fornecedores e solicitam o caramento e amostras.

Os fornecedores têm experiência em diferentes tipos de artigos de vestuário ou tecidos e os compradores costumam solicitar amostras de, pelo menos, dois fornecedores para comparação.

Os compradores enviam aos fabricantes diversas especificações para que a amostra seja produzida com exatidão. Esses profissionais visitam as feiras de tecidos, tais como Première Vision, em Paris, onde adquirem os tecidos necessários, ou enviam amostras e desenhos técnicos para os fabricantes com a indicação das cores da linha e tamanhos de ponto, por exemplo. A produção em fábricas no exterior deve ser acompanhada de perto e estar de acordo com todas as exigências que garantam as boas condições para os empregados.

As amostras são devolvidas em duas ou três semanas e os compradores começam a montar as coleções. Eles colocam diferentes peças juntas e decidem quais itens funcionam bem juntos. Nessa fase, o comprador trabalha em colaboração com o merchandiser, que usará o histórico de vendas para assegurar que

COMPRADOR 127

### ESTUDO DE CASO:

Jacky atua como compradora freelancer para alguns varejistas.

Em sua formação voltada para os negócios varejistas, Jacky especializou-se no comportamento do consumidor de têxteis e alimentos. Conseguiu seu primeiro emprego como atendente em uma rede de lojas britânicas. Embora tenha sido uma boa experiência inicial, Jacky achava seu trabalho muito mecânico e nada criativo. Passou a trabalhar em um grande grupo de varejo de moda como assistente de comprador para blusas femininas; pouco depois, atuou no departamento de alfaiataria e, finalmente, moda infantil. Ela não sentiu dificuldade em mudar de área de atuação dentro da mesma empresa, mas acabou permanecendo em moda masculina, em que trabalhou como compradora por sete anos. Para ampliar sua experiência, Jacky aceitou o cargo de compradora de uma rede de moda infantil, na qual passou a atuar no departamento de compras de moda para meninas.

Jacky, agora, trabalha como freelancer, compradora para alguns diferentes varejistas, além de lecionar, escrever e trabalhar como consultora. Ela considera importante ter trabalhado em diferentes áreas. Jacky ama as viagens que seu cargo exige: visitar as capitais da moda para acompanhar as tendências e o mercado e supervisionar a produção realizadas em diferentes países.

- Estudo**
- Gestão do marketing de varejo
- Gerenciamento da cadeia de suprimentos
- Desenvolvimento de produto
- Comércio de varejo
- Aspectos comerciais
- Comunicação
- Negociação

- Links**
- **Careira Fashion** - informações, dicas e atualizações de empregos: [www.careerofashion.com.br](http://www.careerofashion.com.br)
- **Fashion Forward** - portal com informações sobre moda: [www.fw.com.br](http://www.fw.com.br)
- **Senec** - informações setoriais e cursos: [www.senec.br](http://www.senec.br)
- **The Appointment** - revista sobre carreira no setor de varejo de moda: [www.theappointment.co.uk](http://www.theappointment.co.uk)

**Classificação**

Média salarial: ●●●●●

Dificuldade de entrada: ●●●●●

**Destaque-se da multidão**

Prepare-se antes de qualquer entrevista, pesquisando a empresa para a qual você quer trabalhar. Vá às lojas, veja as coleções, observe os clientes e avalie a concorrência.

Assistente de comprador  
Lider varejista prepara assistente de comprador de moda infantil que tenha visão comercial e seja ambicioso

Responsabilidades do cargo

- Transporte e desenvolvimento de futura coleção
- Visita comercial sobre as tendências e sua utilização para o público-alvo
- Auxílio e compra profissional com experiência como assistente de compras de um comprador
- Realizar em busca de um novo comprador (varejista) em busca de um novo comprador (varejista)
- Experiência que o candidato tem com têxteis e componentes e qual mista a equipe de trabalho
- Está à sua grande oportunidade para quem está desenvolvendo uma carreira como comprador.



A segunda parte de **Profissão Moda** apresenta um excelente e vasto catálogo de profissões ligadas a essa indústria tão complexa quanto repleta de oportunidades. Organizados de acordo com a área de ação (desenho de moda, desenho de acessórios, têxteis, produção, desenho de vestuário, comércio para varejo, comunicação e educação), cada perfil está descrito em detalhes, a partir de pontos-chave como as vias de acesso à profissão, os aspectos positivos e negativos de cada carreira, as aptidões e formações necessárias. O texto, de estilo claro e direto, vem acompanhado de numerosas imagens e casos práticos ilustrados que ajudam o leitor a ter uma ideia real do dia a dia de cada profissão. Cada perfil conta, também, com uma valiosa lista de recursos online para ampliar as informações sobre cada especialidade.

60 DESIGN DE MODA

As exigências sobre os designers de fast-fashion mudaram muito nos últimos anos. O mercado da moda é dinâmico e os clientes exigem cada vez mais variedade, mudanças e rapidez.

## designer de fast-fashion



A cultura e as condições de trabalho do designer de fast-fashion variam conforme o tipo de loja. Cadeias de lojas de fast-fashion, como a Top Shop, podem transformar suas coleções com uma rapidez impressionante, desenvolvendo versões de coleções pré-à-porter de designers reconhecidos, que aparecem nas lojas poucas semanas depois de apresentadas nas passarelas. Os consumidores de fast-fashion são jovens, ligados na moda e pouco pacientes. Alguns grandes catálogos de lojas têm um milhão de clientes e suas coleções não precisam ter um retorno instantâneo, então, os períodos de alta podem levar meses em vez de semanas.

As estruturas mudam conforme o porte da empresa. O profissional é designado para se especializar em uma área ampla, como uma linha de produtos mais formal ou casual, ou algo mais específico, como malharia ou alfaiataria. Os designers trabalham em equipes multidisciplinares compostas por compradores, merchandisers, técnicos e fornecedores de tecidos. Normalmente, são os profissionais de merchandiser que dão aos designers o briefing para as coleções, que é baseado nas previsões e tendências de moda, tendências da passarela, histórico de vendas e no perfil dos clientes.

Os designers trabalham para produzir coleções acessíveis e atraentes. O lucro é o principal objetivo para os designers de fast-fashion e a alta rotatividade é a chave para o sucesso, portanto, os designers precisam conhecer bem seus clientes. As margens

de lucro são pequenas e os prazos são apertados, de modo que o trabalho pode estar sob constante pressão e a criatividade fica em segundo lugar, atrás dos números de vendas.

### Caminhos

Entrar nesta área de design de moda depende realmente de conhecer as pessoas certas. O mais indicado é começar por um estágio e dedicar-se para ser efetivado e poder desenvolver a carreira.

### Vantagens

- Seus projetos são transformados em milhares de peças de vestuário
- Esta é uma das áreas mais bem pagas do design de moda

### Desvantagens

- Casual é vista como uma área menos criativa do que as passarelas, pois é necessário seguir as tendências que foram definidas e produzir modelos que atendam os orçamentos e às necessidades de seus clientes.

### Habilidades essenciais

- Trabalha em equipe, comunicação e negociação
- Conhecer bem os clientes
- Interesse no aspecto comercial
- Fortes competências organizacionais



Muitos estudantes de design de moda sonham em ter a sua própria marca. Para os poucos que conseguem, as recompensas são excelentes: fama, fortuna e autonomia criativa.

## designer de marca própria

O principal desafio para designers que querem ter a sua própria marca é o aspecto financeiro. Muitas vezes, os custos iniciais são proibitivos, uma forma de obter certa exposição para sua coleção é expor em uma feira de negócios, mas o custo é de cerca de 30 mil reais apenas pelo espaço de exposição e para produzir o seu material. Sem se a não se faz de que os compradores costumam ser reticentes a assumir riscos e talvez prefiram esperar os novos designers estarem mais preparados antes de dar-lhes uma oportunidade.

Os designers empregados integram uma estrutura de trabalho que lhes permite concentrarem-se em suas tarefas. O designer de marca própria precisa envolver-se com questões operacionais, como aquisição de material, configuração do site e a realização de pagamentos.

### Caminhos

Há muitas maneiras diferentes para iniciar o seu próprio negócio. Alguns dos designers mais bem-sucedidos começaram suas carreiras como designers empregados, onde também aprenderam a ter uma visão comercial antes de estabelecer-se por conta própria. Outros conseguem financiamento com investidores ou depois de ganharem um concurso. Estágios em lojas do setor e mercados de moda locais também são bons lugares para começar e os custos costumam ser baixos. A internet é outro grande recurso para aqueles com orçamentos baixos e é um meio excelente para obter certa exposição. Procure orientações para o negócio, pois você terá maiores oportunidades de sucesso se tiver um bom plano de negócios, noções do sistema fiscal e de como comercializar a sua produção.

### Vantagens

- Alta liberdade criativa
- Envolve-se em todos os aspectos da moda e não apenas o design

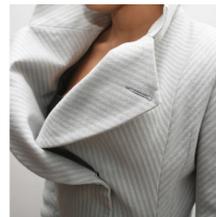
### Desvantagens

- A dificuldade de equilibrar as contas
- Não estar no controle de outros fatores, como o custo dos materiais

### Habilidades essenciais

- Habilidades administrativas e comerciais
- Flexibilidade e capacidade para responder às oportunidades
- Autoconfiança
- Design inovador e fortes habilidades de criação

*O designer de marca própria precisa assumir todas as tarefas ou então contratar funcionários.*



Casaco "appleônico" cinza e branco da coleção primavera de Amin Anthony Philips.

### Estude

- Métodos de pesquisa
- Modelagem plana
- Modelagem tridimensional (croqui)
- Montagem das peças
- Processos de alfaiataria
- Especificações técnicas
- Ilustração

### Links

- Sebrae** - informação, aconselhamento e apoio sobre a criação de seu próprio negócio. [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br) (setor/fant/fant-e-confeccoes)
- Senac** - informações gerais e cursos. [www.senac.br](http://www.senac.br)
- IBModa** - cursos e consultoria sobre o mercado de moda. [www.ibmoda.com.br](http://www.ibmoda.com.br)

### Classificação

**Média salarial:** ●●●●●

**Dificuldade de entrada:** ●●●●●

### Destaque-se da multidão

Crie um blog. É uma ótima maneira de elevar o seu perfil sem qualquer custo.

<p><b>Estude</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Métodos de pesquisa</li> <li>Modelagem plana</li> <li>Modelagem tridimensional (croqui)</li> <li>Montagem das peças</li> <li>Processos de alfaiataria</li> <li>Especificações técnicas</li> <li>Ilustração, CAD</li> </ul>	<p><b>Links</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Carreira Fashion</b> - informações, dicas e anúncios de empregos. <a href="http://www.carrierefashion.com.br">www.carrierefashion.com.br</a></li> <li><b>Fashion Forward</b> - portal com informações sobre moda. <a href="http://www.fw.com.br">www.fw.com.br</a></li> <li><b>ABModa</b> - informações e cursos sobre moda. <a href="http://www.institutomoda.com.br">www.institutomoda.com.br</a></li> </ul>	<p><b>Classificação</b></p> <p><b>Salário médio:</b> ●●●●●</p> <p><b>Dificuldade de entrada:</b> ●●●●●</p>
<p><b>Destaque-se da multidão</b></p> <p>Trabalhe na área de vendas e aprenda a conhecer os seus clientes.</p>		

Nota de imprensa

DGNG Assessoria de imprensa - Nicolau Kietzmann Goldemberg - [nicolau@dgng.com.br](mailto:nicolau@dgng.com.br) - 11 98273-6669

# GGBrasil

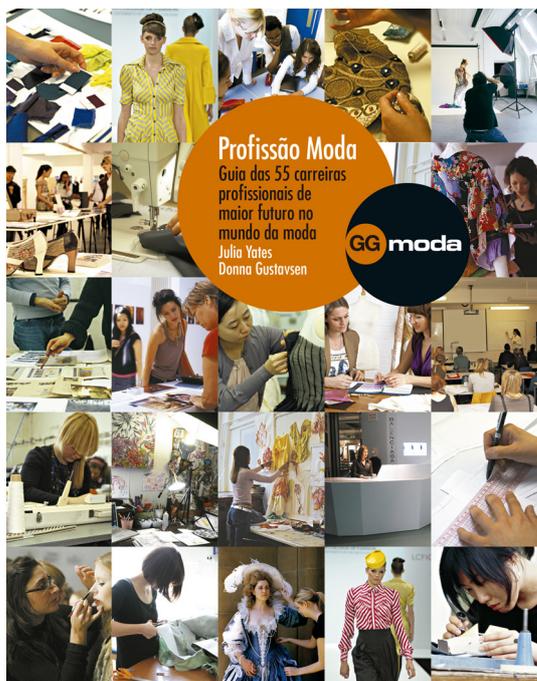
Editora G.Gili, Ltda Av. Jose Maria de Faria 470  
Lapa de Baixo  
São Paulo - SP - Brasil  
cep 05038-190  
Tel (11) 3611 2443  
www.ggili.com.br

## AS AUTORAS

**Julia Yates** é professora de psicologia do trabalho, coaching e orientação profissional no departamento de psicologia da University of East London. Foi diretora do departamento de orientação profissional da University of the Arts London, que inclui o prestigiado London College of Fashion e o Central Saint Martins College of Art and Design.

**Donna Gustavsen** é formada pela Rhode Island School of Design, onde atualmente é professora e dirige o departamento de desenho e moda.

## DADOS TÉCNICOS



### Profissão de moda

Julia Yates

Donna Gustavsen

18 x 23 cm

192 páginas

ISBN: 9788565985215

Capa: Brochura

2013

R\$ 95,00

## Mais informação:

**DGNK** Assessoria de imprensa

Nicolau Kietzmann Goldemberg

[nicolau@dgnk.com.br](mailto:nicolau@dgnk.com.br)

11 98273-6669

11 3042-3111

Nota de imprensa

DGNK Assessoria de imprensa - Nicolau Kietzmann Goldemberg - [nicolau@dgnk.com.br](mailto:nicolau@dgnk.com.br) - 11 98273-6669