



# CONGRESSO INTERNACIONAL ABIT 2019





A força do empreendedor brasileiro.



# f rça

Ser um país mais forte depende de todos nós. **Estamos prontos!**

sebrae.com.br / 0800 570 0800

Realização:



Parceiro Estratégico:



Apoio:



Apoio Institucional:



Patrocínio:



Apoio de Mídia



Um jeans, vários estilos,  
todas as **identidades.**



**VICUNHA**  
jeansidentity

08

**DIA 1 | ABERTURA OFICIAL**

Minas Gerais recebe o Congresso Abit 2019

12

**DIA 1 | PALESTRA DE ABERTURA**

Roupas conectadas à Internet farão parte do cotidiano em 10 anos

14

**DIA 1 | PAINEL 1**

Especialistas mostram inovações em materiais

16

**DIA 1 | DESAFIO DE IDEIAS**

empresas se surpreendem com as soluções apresentadas

18

**DIA 1 | PAINEL 2**

Produção sob demanda depende de investimento em tecnologia

20

**DIA 1 | PAINEL 3**

Economia circular implica em novos modelos de negócios

23

**DIA 1 |**

Rhodia comemora 100 anos com lançamento de produto inédito durante Congresso Abit

26

**DIA 2 | PALESTRA DE ABERTURA**

Tendências globais inspiram soluções locais

28

**DIA 2 | PAINEL 4**

A relação com o novo consumidor é tema de debate

30

**DIA 2 | PAINEL 5**

Estreitar relações com o consumidor é essencial para omnichannel de sucesso

32

**DIA 2 | PAINEL 6**

Hibridização é a jornada do cliente

34

**DIA 2 | PALESTRA DE ENCERRAMENTO**

Marcas precisam mudar padrões para atender novo consumidor brasileiro

EXPEDIENTE

**Jornalista Responsável:** Ligia Santos – MTB 19 141 – Gerente de Comunicação Abit  
**Jornalistas:** Roberto Lima e Sirlene Farias  
**Diagramação:** Leandro Mira – Designer  
**Fotos:** Tulio Barros



## SOLUÇÕES SUSTENTÁVEIS PARA SEUS NEGÓCIOS



A The LYCRA Company acaba de lançar o fio LYCRA® EcoMade, seu primeiro fio elastano fabricado com materiais pré-consumo reciclados. O mesmo conforto, performance e liberdade de movimento do fio LYCRA® original. Para mais informações sobre a plataforma Planet Agenda da The LYCRA Company, escreva para [marketing.brasil@lycra.com](mailto:marketing.brasil@lycra.com).

22/10

CONGRESSO  
INTERNACIONAL  
ABIT 2019

# DIA 1



**MINAS GERAIS RECEBE O  
CONGRESSO ABIT 2019**

O presidente da Abit, Fernando Pimentel, abriu oficialmente os trabalhos do Congresso Internacional Abit 2019, no dia 22 de outubro. Com o tema “Fim das fronteiras: da criação ao consumo”, a quarta edição do evento foi realizada em Belo Horizonte (MG) paralelamente ao Minas Trend. “É um momento especial de troca de experiências e aprendizado. Preparamos uma rica grade de painéis com participantes do Brasil e exterior, com experiências que antecipam o futuro”, disse.

Cerca de 400 pessoas entre autoridades, profissionais do setor, empresários e imprensa ocuparam o auditório montado no Expo Minas. O governador de Minas Gerais, Romeu Zema, prestigiou a solenidade de abertura. Em seu pronunciamento, reforçou a importância do setor produtivo e destacou que o governo estadual tem focado em ações que visem o crescimento econômico. “Os primeiros resultados já começam a aparecer, a economia mineira tem crescido. Estamos agindo na simplificação tributária e na agilidade das licenças ambientais”, disse.

João Cruz Reis Filho, diretor do SEBRAE MG, ressaltou a importância do evento. “É um grande orgulho ser apoiador e receber o Congresso Abit aqui em Minas Gerais e tratar de temas tão relevantes desse setor que sempre tem se reinventado com o tempo”, declarou. Aginaldo Diniz Filho, presidente da Associação Comercial e Empresarial de Minas Gerais e presidente do

Conselho Consultivo do Senai-Cetiq enfatizou a relevância do setor têxtil e de confecção. “Trata-se da indústria responsável pela geração de quase seis milhões de empregos no Brasil. O Congresso é uma demonstração de que podemos levar o setor adiante, gerando emprego e renda para gerar uma sociedade mais harmônica”. Flavio Roscoe, presidente da FIEMG, também salientou a sinergia do evento com o Minas Trend. “Receber o Congresso aqui hoje é motivo de muito orgulho. Estamos junto com a Abit que é a melhor entidade de classe do Brasil”.

O deputado federal Marcos Pereira não pode comparecer ao evento e enviou um vídeo com mensagem especial aos congressistas.



**Leia na íntegra o discurso do presidente da Abit, Fernando Pimentel**



**Fernando Pimentel, presidente da Abit**

## ROUPAS CONECTADAS À INTERNET FARÃO PARTE DO COTIDIANO EM 10 ANOS



Rodrigo Damiano, sócio de consultoria em operações e supply chain da PWC

O Congresso Internacional Abit 2019, que acontece entre 22 e 23 de outubro, no Expo-Minas, em Belo Horizonte (MG), contou com a palestra de abertura de Rodrigo Damiano, sócio de consultoria em operações e supply chain da PWC, que abordou as mudanças tecnológicas na indústria e como isso deve afetar os negócios, com o painel: “O futuro da Indústria: Quebrando as Barreiras e Ampliando as Fronteiras”.

“Temos visto muitas mudanças tecnológicas e todas irão alterar a maneira como fazemos negócios”, destacou Damiano.

Na apresentação, o executivo mostrou o resultado de alguns estudos feitos pela PWC. Dentre eles, o de perspectiva de cenário de conexão em menos de 10 anos, com os seguintes resultados:

**10% das pessoas devem estar usando roupas conectadas à Internet;**

**90% das pessoas com capacidade de armazenamento de dados ilimitados;**

**1 trilhão de dados armazenados na Internet;**

Os fatores que impulsionam essa onda tecno-

lógica são: Block Chain, Internet das Coisas, robótica, Inteligência Artificial, realidade aumentada, drones e impressão 3D.

“Essas mudanças avançam de maneira exponencial, trazendo impacto para vários segmentos da indústria. Isso está presente em diferentes momentos e em níveis distintos de maturidade das empresas”, destaca Damiano.

Outro levantamento feito pela consultoria PWC revelou que 80% dos CEO's de várias companhias acreditam que as tecnologias vão mudar nos próximos anos. E 68% deles esperam mudanças nos custos ligados ao uso da tecnologia da produção.

O palestrante sinalizou que micro e pequenas empresas podem considerar a digitalização por meio da formação de ecossistemas de inovação.

“Em parâmetro de Brasil, estamos caminhando para seguir bem nessas novidades. Para fazer essas transformações, efetivamente, precisamos de crescimento econômico, porque isso requer investimento. Os empresários precisam de melhora no ambiente de negócios para avançar nessas tecnologias”, concluiu.

## ESPECIALISTAS MOSTRAM INOVAÇÕES EM MATERIAIS



Da esq. para dir.: Fernando Pimentel, Carlos H. Gonzalez, Paulo Coutinho e Raul Fanguero

“A transformação através dos materiais” foi o tema do painel 1 do Congresso Internacional Abit 2019. Especialistas nacionais e estrangeiros abordaram o tema e apresentaram o que há de inovação em fibras.

Carlos Gonzalez, diretor do Setor de Fibras da América Latina da Wood Mackenzie apresentou a visão global do mercado das fibras com destaque para a América Latina. Segundo ele, o consumo de fibras atualmente é de 100 milhões de toneladas, sendo que o poliéster responde pela maior parte. “Esta fibra é a principal, com algo em torno de 55 milhões de toneladas”. O especialista acrescenta que América latina é uma região em crescimento com grande potencial para fibras sintéticas, especialmente poliéster. “Enquanto no mundo a proporção de consumo é de 56% poliéster e 26% algodão, na América Latina é 38% poliéster e 46% algodão”.

Paulo Coutinho, gerente do Instituto Senai de inovação em Biossintéticos e Fibras/Senai Cetiqt trouxe oportunidades no desenvolvimento de novas fibras. Ele apresentou

como as fibras naturais (vegetais ou animais) e artificiais têm sido utilizadas em diversos segmentos, tais como automotivo, calçados, saúde e vestuário e, ainda, a importância do resíduo têxtil desfibrado para reobtenção de tecidos. Coutinho enfatizou a transferência da plataforma de inovação em fibras para um novo prédio, passando de 350 m<sup>2</sup> para 1100 m<sup>2</sup>. “Na nova estrutura teremos fiação a úmido, tear de malha circular, entre outros equipamentos. Já em desenvolvimento, temos trabalho com fibra, entre outros. E, em avaliação, fibra do ouriço da castanha do Pará e fibra artificial do bagaço de cana”, citou.

Raul Fanguero, coordenador da Fibrenamics, da Universidade do Minho, em Portugal, mostrou como a plataforma tem integrado a universidade às empresas e à sociedade. O especialista trouxe para o Congresso Abit um panorama do ecossistema europeu, com enfoque nas inovações e diferentes aplicabilidades das fibras. “A utilização do grafeno para criar multifuncionalidade é uma revolução”, reforçou.

DESAFIO DE IDEIAS

## EMPRESAS SE SURPREENDEM COM AS SOLUÇÕES APRESENTADAS



Eles são muito alegres, riem alto, são despojados e apaixonados pelo setor têxtil. Os alunos do Senai de SP Francisco Matarazzo e do Senai MODATEC se uniram para a 2ª Edição do Desafio de Ideias do Setor Têxtil e de Confecção promovido pelo Congresso Internacional Abit e coordenado pelo SENAI-SP. Foi a primeira vez que um Desafio de Ideias uniu alunos de dois estados diferentes e os grupos foram mesclados com os diferentes conhecimentos e culturas. A jovem confecção mineira SIS e a multinacional israelense Nilit, que produz fibras de Nylon, foram as desafiadas.

O grupo de 30 alunos, sendo parte de SP e parte de BH, se dividiram em seis grupos. Três grupos disputaram, durante cinco dias, a melhor solução para a SIS (desafio era: o que fazer com os resíduos?) e três competiram pela perfeita solução para a Nilit (desafio: substituir as caixas de transporte). “Eu fiquei impressionado com as soluções apresentadas por todos os grupos, muito acima das ideias que surgem dentro mesmo da empresa. A Nilit está satisfeita com o resultado e vamos levar a equipe vencedora “laranja” para conhecer a sede em Americana”, disse o presidente da empresa no Brasil, Paulo de Biagi. Além da visita técnica que os alunos farão na empresa, eles também

ganharam um kit especial da empresa.

Já a SIS, ficou animada com tantas possibilidades de solução. “Foi uma escolha difícil, quero parabenizar a todos, a escolha foi por pequenas diferenças. Mas, assim como nossa empresa é jovem, fiquei feliz com o potencial dessa nova geração” declarou Kellen Campos, sócia-fundadora da empresa. Vencedora, a equipe “azul” ganhou um curso online da Descola e uma assinatura do programa AUDACES 360, gentilmente cedido pela Audaces.

“Foi muito empolgante, os alunos se dedicaram e trocaram diferentes olhares sobre o mesmo desafio, até porque os grupos eram mistos, com alunos de SP e MG. Os alunos ficaram satisfeitos e as empresas também. A Abit tem orgulho de ter promovido mais esse Desafio de Ideias e, desta vez, paralelamente ao nosso Congresso” explicou Luiza Lorenzetti, da área de Sustentabilidade e Inovação da Abit.

Os trabalhos foram coordenados por Renata Ponçano, da área de Inovação e Tecnologia do SENAI-SP. Contribuíram muito ainda para a realização do Desafio de Ideias a equipe de professores do Senai Francisco Matarazzo e Senai MODATEC.

## PRODUÇÃO SOB DEMANDA DEPENDE DE INVESTIMENTO EM TECNOLOGIA



Da esq. para dir.: Aureo Charles da Cunha, Döndü Ünal Haktar e Laurent Aucouturier tratam da produção sob demanda

O perfil dos consumidores tem mudado. Aqueles que antes recebiam os produtos vendidos sem muito diálogo direto com a indústria, hoje, exigem melhor custo, sustentabilidade, inovação e rastreabilidade dos itens. O painel do Congresso Internacional Abit 2019 “Da expectativa de demanda ao sob demanda” tratou dos canais de vendas, necessidades e expectativas dessa relação cliente e produção em massa.

Aureo Charles da Cunha, Gerente de Planejamento de Demandas Hering, mostrou as mudanças realizadas pela tradicional empresa para acompanhar as mudanças mercadológicas e manter o equilíbrio dos negócios. “Tivemos que organizar as informações para entender melhor a linha de produção e vendas. Para 2020, temos um plano de abastecimento 100% push, que enviará peças toda semana para as lojas. Monitoramos o consumidor para gerar esse processo que integra informações do cliente para aprimorar a jornada de compra. Sempre testamos em nossa loja conceito tecnologias para detectar o comportamento das pessoas”, disse.

Já a diretora de gerenciamento de Projeto Corporativo da Hugo Boss, Döndü Ünal Haktar, conta que a marca entende que

a velocidade da tecnologia tem mudado muito rápido e é necessária para estar up to date com o mercado. Por isso, em 2015, introduziu o conceito de fábrica inteligente. “Para tomada de decisão rápida, usamos inteligência artificial, robotização, reconhecimento de fala para melhorar o sistema. Assim, o programa monta o fluxo de operação a partir de comandos, entre outros. Tudo isso para proporcionar customização e criação a pedido da clientela”, relata.

Encerrando o painel, Laurent Aucouturier, sócio da Gherzi, apontou para alguns exemplos práticos de medidas para iniciar uma produção sob demanda. “É importante criar um sistema maior para tornar a moda mais sustentável. Com investimento em treinar nossos clientes em como cuidar melhor das roupas para que durem mais, pensar no reaproveitamento de peças, entre outras ações”, revela. O especialista ainda alerta: “On demand pode não ser indicado para todos os segmentos de vestuário, pois não estão todos 100% preparados para absorver essa demanda. Entretanto, o tema será mais observado quando os grandes varejistas o levarem em consideração. Quando produzirmos de maneira mais sustentável, a produção sob demanda será apenas parte de toda a solução de desafios”.

## ECONOMIA CIRCULAR IMPLICA EM NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS



Da esq. para dir.: Beatriz Luz, Marcia Costa e Taise Beduschi

“Até 2050, a população vai crescer 25%. No entanto, o crescimento de resíduos será de 70%, no mesmo período. O resíduo virou um problema do modelo atual”. O alerta é de Beatriz Luz, fundadora da Exchange 4 Change, durante apresentação no painel “Sustentabilidade 360, da criação ao consumo/descarte”, no Congresso Internacional Abit. Ela reforçou a necessidade de discutir as novas formas de produzir, consumir e se relacionar apresentando casos de empresas nacionais e internacionais que já desenvolvem ações de reciclagem de produtos. “Temos que repensar os modelos de negócios. Precisamos rever a matéria-prima que estamos usando e qual impacto que estamos deixando para trás”, acrescenta.

Marcia Costa, vice-presidente de Gente & Gestão da C&A, afirma: “a gente quer ter uma moda com impacto positivo”. A partir desse ponto de vista, a empresa tem investido em ações de economia circular, como o uso de materiais seguros, energia renovável,

cuidado com a água, processo justo com as pessoas envolvidas, entre outros fatores. “Já comercializamos os nossos dois primeiros produtos C2C, sem alteração do valor de venda: camiseta e calça jeans. Começamos pela camiseta básica e acreditamos que o futuro a gente começa a construir agora, mesmo que não seja perfeito”.

Taise Beduschi, gerente de Sustentabilidade e Qualidade da Malwee, também integrou o terceiro e último painel do dia. A empresa, que tem sede em Jaraguá do Sul (SC), 50 anos de mercado e oito marcas, apresentou seu plano de sustentabilidade 2020. “Nele está a redução de 61% na geração de resíduos, tingimento neon com 98% menos água, 100% de fornecedores auditados e campanhas de engajamento do consumidor”, ressalta. Ela informou, ainda, que a empresa lançou a “Moda do Bem” - coleção cápsula com 13 modelos desenvolvidos em malha pet, algodão desfibrado, amaciante de uva e cupuaçu, entre outros.

Amni

SOUL ECO



## SÓ A RHODIA, UMA EMPRESA COM 100 ANOS DE BRASIL tem o primeiro fio de poliamida biodegradável do mundo

### Amni SOUL ECO®

permite que roupas e produtos feitos a partir dele se decomponham rapidamente quando descartadas em aterro sanitário. A única poliamida biodegradável do mundo que tem o poder de garantir um futuro melhor para as novas gerações.

### E MAIS:

Todo o processo de desenvolvimento do fio Amni Soul Eco® é sustentável e aprimorado para diminuir o impacto ambiental da cadeia têxtil.

### FEITO NO BRASIL

A única cadeia de poliamida integrada na América Latina criando valor no BRASIL HÁ 100 ANOS.



### O FIO QUE CUIDA DO MEIO AMBIENTE GARANTE

-  BIODEGRADÁVEL
-  CONFORTO EXTREMO
-  RESPIRABILIDADE
-  ABSORÇÃO DE UMIDADE
-  DURABILIDADE
-  FÁCIL DE LAVAR E NÃO PRECISA PASSAR
-  SECAGEM RÁPIDA

## RHODIA COMEMORA 100 ANOS COM LANÇAMENTO DE PRODUTO INÉDITO DURANTE CONGRESSO ABIT

A Rhodia, fabricante de soluções químicas e fios de poliamida, completa 100 anos no Brasil em 2019. Para comemorar a data significativa, a empresa apresentou em primeira mão, no Congresso Internacional Abit, o produto Amni Soul Cicle® - poliamida reciclada e reciclável. O fio pode ser descartado em aterro sanitário e, em três anos desaparecerá, pois é biodegradável. A ideia é que a novidade cause menos resíduos, já que é feita de um produto reciclado também.

Renato Boaventura, presidente da Rhodia, reafirma o compromisso do grupo em apresentar soluções com sustentabilidade e se reinventar. "Buscamos singularidade, economia circular e inovação. Estamos no ciclo de sustentabilidade. Hoje, neutralizamos 94% da nossa emissão de CO2. Trazemos soluções de baixo impacto ambiental", ressalta.

Ainda no evento, a companhia realizou um coquetel especial para celebrar o centenário em território brasileiro.

# RIACHUELO



seja você. seja feliz. #doSeuJeito

COMPRE ONLINE [riachuelo.com.br](http://riachuelo.com.br)

23/10

CONGRESSO  
INTERNACIONAL  
ABIT 2019

# DIA 2

## TENDÊNCIAS GLOBAIS INSPIRAM SOLUÇÕES LOCAIS



Guilherme Machado, analista sênior da Euromonitor

“Prepare-se para a evolução da indústria da moda e saiba quais tendências já são realidade com impacto no mercado brasileiro”. Este foi o assunto da palestra de abertura do segundo dia de trabalhos do Congresso Internacional Abit 2019, que aconteceu nos dias 22 e 23 de outubro, em Belo Horizonte (MG).

Guilherme Machado, analista sênior da Euromonitor, apresentou uma completa pesquisa com dados globais e locais sobre o consumo de itens de moda nos últimos tempos e expectativas de compras. “O vestuário é protagonista dentro da indústria de moda. Essa categoria representou 56,8% de todo o setor em 2018”, afirma.

O palestrante alertou para o crescimento do mercado de roupa infantil no contexto global. “Em termos de valor consumido, o vestuário para crianças passou de 11,5% em 2016 para 11,9% em 2019. Esse aumento se dá pela Índia e China, essa última por conta da flexibilização da política chinesa de filhos. Isso aju-

da a entender a expansão desse segmento”, disse.

Dentro do âmbito de Brasil, o consumo de jeans aparece em 3º lugar, 6º a moda praia e infantil em 7º. “O crescimento absoluto do consumo global projetado até 2023 mostra a China em 1º lugar e o Brasil 13º. Devemos levar em consideração o cenário macroeconômico incerto brasileiro, mas podemos calibrar esse ranking ano a ano. Estamos com uma expectativa de crescimento aquém do que somos capazes”, ressalta Machado.

O especialista ainda destaca três pilares fundamentais a serem explorados pelos fabricantes de vestuário: Sustentabilidade - Digitalização – Personalização.

Ele finaliza: “Devemos sair daqui com essas três questões na mente. Principalmente, saber que tendências globais podem inspirar soluções a serem adaptadas para as realidades locais”.

## A RELAÇÃO COM O NOVO CONSUMIDOR É TEMA DE DEBATE



Da esq. para dir.: Adriana Bozon, Camila Toledo e Henry Costa

Como atender as necessidades dos clientes cada vez mais exigentes foi um dos pontos discutidos no painel “O designer e suas relações com o consumidor”, no segundo dia do Congresso Internacional Abit, em Belo Horizonte (MG).

Adriana Bozon, diretora de Branding da INBRANDS, participou do debate. O grupo tem 312 lojas (entre franquias e próprias), é formado a partir da Ellus e inclui as marcas Richards, Tommy Jeans, Salinas, Bobstore, VR Colezione e 2nd Floor. Bozon reforçou a nova forma da empresa de se comunicar com os clientes, o “Ellus Do More” – projeto que conta com a participação de embaixadores, entre artistas e esportistas. “Temos o desafio de tratar bem o cliente onde quer que ele esteja e, por isso, trabalhamos no desenvolvimento da plataforma omnichannel. O cliente faz parte das nossas marcas, ele não apenas compra”, destaca.

Camila Toledo, diretora de Tendências do Fashion Snoops, também apontou como acompanhar os anseios do consumidor do futuro. “O futuro está na inteligência artificial”, enfatiza. Ela acrescenta que quanto mais eficaz a relação one to one, mais chances a marca tem de ser escolhida pelo consumidor. Toledo também ressaltou que os nichos ganham cada vez mais espaço. “De que lado você está na sociedade polarizada?”, provoca.

O painel também contou com a participação de Henry Costa, diretor de Produto da Lojas Renner, grupo que tem 580 lojas espalhadas pelo Brasil, entre Renner, Camicado, YouCom, Ashua e Realize. De acordo com ele, de que forma o produto é fabricado e quais os impactos ambientais são questões que interessam o consumidor e hoje são exploradas no processo produtivo da empresa. “Buscamos o encantamento do cliente. Ele precisa se sentir único”, afirma.

## ESTREITAR RELAÇÕES COM O CONSUMIDOR É ESSENCIAL PARA OMNICHANNEL DE SUCESSO

FIM DAS FRONTEIRAS: DA CRIAÇÃO AO CONSUMO



Da esq. para dir.: Gabriela Platinetty, Marcos Carvalho e Mario Paravisi

A comunicação omnichannel conduziu o debate no Painel 5 do Congresso Internacional Abit 2019, que aconteceu nos dias 22 e 23 de outubro, em Belo Horizonte (MG). Gabriela Platinetty, sócia Mckinsey, abriu a palestra com a afirmação de que o padrão de normalidade do consumidor mudou. “Hoje, as pessoas esperam 5 minutos, se demorar mais do que isso, elas cancelam. 70% das pessoas com poder de compra preferem uma inovação do que o padrão estético”, provoca.

De acordo com a especialista, algumas questões devem ser levadas em consideração para que o omnichannel aconteça, que são: Experiência, Serviço, Variedade e Conveniência. “Para que tenha sucesso, as empresas estão gerando ecossistemas de parcerias para aumentar a presença na vida do cliente”, revela Platinetty.

“Omnichannel é a realização de um negócio social”, alertou Marcos Carvalho, sócio fundador e CEO da AM4. Um dos direcionamentos do líder é de que é importante entender a forma como as pessoas estão consumindo informação.

“O consumidor quando se sente engajado, irá fazer a propaganda dos seus produtos e empresa. O cliente pode ser fomentador de negócios, vender para você, já que ele acredita naquilo que compra”, reforçou.

Mario Paravisi, diretor executivo da Marisol, apresentou o case da marca, que possui 395 lojas licenciadas e franquias, e tornou a sua comunicação 100% digital. A mudança gerou resultado positivo por conta do engajamento dos consumidores. “É necessário ter um tom de voz diferente em cada um dos canais, respeitando as características específicas de cada ambiente, seja digital ou físico”, afirma.

Para o grupo de vestuário, uma das principais premissas para atender cada vez melhor o público é se posicionar. “A dimensão da compreensão de um posicionamento deve ser bem definido”, destaca Paravisi.

## HIBRIDIZAÇÃO É A JORNADA DO CLIENTE



Da esq. para dir.: Braz Costa, Gabriel Zandomênicco e Tulio Capeline Landin

“Hibridização de produtos-serviços” foi o tema do último painel do Congresso Internacional Abit 2019, no dia 23 de outubro. Antonio Braz Costa, diretor Geral do Citeve (Portugal), abriu o debate apresentando um panorama geral e enfatizou a importância de atender uma clientela que está em permanente mudanças. Segundo ele, os consumidores estão buscando lifestyle e, muito mais do que acumular bens materiais, querem experiências ao invés de possuir coisas. “A sociedade mudou: a posse de bens materiais não é mais um objetivo de vida e o processo de compra é uma experimentação. Os clientes têm preferência por peças únicas e querem fazer parte do processo criativo”.

Gabriel Zandomênicco, sócio-fundador e CEO da Oficina Reserva, destacou aspectos práticos do serviço agregado ao produto. O empresário comentou que os serviços customizados da empresa estão presentes em dez lojas Reserva espalhadas pelo Brasil e oferecem diferentes experi-

ências ao cliente para que a compra seja fluída. Ele defende a ideia de que as empresas devem questionar quais são os seus valores e propósito dentro do processo de hibridização como modelo de negócio. “A gente já nasceu hibridizado”, disse.

Tulio Capeline Landin, CEO da Track&Field, apresentou as transformações que a empresa tem feito nos últimos anos para promover ainda mais a integração com os clientes que, de acordo com ele, estão cada vez mais cautelosos na maneira que se relacionam com as marcas. “Temos desenvolvido uma série de eventos com diferentes modalidades de atividade física para criar conexões com a gente”, contou. “Clientes são conectados com a tecnologia e exigem maior disponibilidade das marcas, procuram experiências únicas e buscam qualidade no relacionamento com a empresa”. A Track&Field tem mais de 220 lojas no território nacional e atua nos segmentos fitness, lifestyle e moda praia.

PALESTRA DE ENCERRAMENTO

## MARCAS PRECISAM MUDAR PADRÕES PARA ATENDER NOVO CONSUMIDOR BRASILEIRO



João Paulo Cunha, gerente da consultoria Locomotiva

João Paulo Cunha, gerente da consultoria Locomotiva, apresentou os resultados de uma pesquisa inédita que revela o perfil do brasileiro em questões econômicas e de poder de compra. Entre os principais insights está o fator de conectividade da população. Já que o acesso à Internet tem sido puxado pelas pessoas de menor renda, pois quem tinha mais rendimentos já estava conectado.

“Muitas marcas já enxergaram essa massificação da conexão à Internet e passaram a oferecer wifi grátis em lojas físicas para gerar mais fluxo nos pontos de venda”, evidenciou Cunha.

O estudo ainda revela que o consumo de vestuário foi diretamente impactado com a mudanças na economia do País. “24% dos entre-

vistados deixam de comprar roupas quando estão em dificuldade financeira. Já 42% compra a mesma quantidade de peças, porém de marcas mais baratas. Por fim, 29% consome as mesmas marcas, mas em menor quantidade”, destaca.

Em termos de propaganda e o que pensam em relação às empresas, os pesquisados demonstram que existe um gap de imagem do que é apresentando nas divulgações pelas companhias e como as pessoas realmente se veem.

“Temos uma desconexão entre propaganda e o que é a realidade. Assim, a dificuldade de lidar com o consumidor novo brasileiro está em romper com a dissonância cognitiva entre quem produz e quem consome a comunicação”, finalizou.

# MASTER FUL

## IMPECÁVEL É O NOVO PADRÃO

Da fibra ao tecido e ao design final. A poliamida premium Sensil® foi especialmente desenvolvida para quem quer superar expectativas.

**SENSIL**®  
[www.Sensil.com](http://www.Sensil.com)

**NILIT**®

CONGRESSO INTERNACIONAL ABIT 2020  
SEJAM BEM-VINDOS AO NOSSO

# CEARÁ

ESPERAMOS VOCÊS  
DE BRAÇOS ABERTOS!

#MODACEARA

UM APOIO CONJUNTO DO SINDCONFEÇÕES,  
SINDROUPAS, SINDTÊXTIL E SINDCALF

*Santanense for all, all day*  
SANTANENSE PARA TODOS, O DIA TODO...



**Santanense**  
SPORTSWEAR **BRASIL**

## Inauguração do Instituto SENAI de Inovação em Biossintéticos e Fibras do SENAI CETIQT

Há 4 anos, o Departamento Nacional do SENAI incorporou às atividades do Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil – SENAI CETIQT novos serviços de pesquisa, desenvolvimento e inovação realizados pelo Instituto SENAI de Inovação em Biossintéticos e Fibras (ISI).

Desde então, o ISI do SENAI CETIQT integra a maior rede de apoio à capacitação tecnológica e à inovação da indústria, estruturada para que as empresas e os produtos brasileiros possam competir em um mercado globalizado. A rede de Inovação do SENAI conta com outros 26 institutos distribuídos por todo o Brasil e só o ISI do SENAI CETIQT já desenvolveu mais de 100 projetos, sendo cerca de 50% já concluídos.

Com o intuito de ampliar a sua infraestrutura física e tecnológica e potencializar a sua atuação, por meio da inserção em um importante ecossistema de inovação da cidade do Rio de Janeiro, o ISI do SENAI CETIQT se instalará, a partir de novembro de 2019, em uma nova sede, no Parque Tecnológico da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Estruturado em quatro plataformas tecnológicas de pesquisa e uma área de inteligência competitiva, o ISI do SENAI CETIQT contará, em sua nova sede, com 3.500 m<sup>2</sup> ocupados com o que de mais moderno existe em laboratórios de Biotecnologia, Engenharia de Processos, Transformação Química e Fibras.

A partir de 2021, as áreas de Educação Profissional, Consultoria e Serviços Laboratoriais passarão a desenvolver as suas atividades em um arrojado prédio na Barra da Tijuca.

As novas instalações permitirão a ampliação e a atualização de toda a infraestrutura física e tecnológica necessárias ao desenvolvimento dos negócios da instituição.

SENAI CETIQT, evoluindo desde a sua criação, pelo futuro do trabalho e da indústria!



**INSTITUTO SENAI**  
DE INOVAÇÃO BIOSSINTÉTICOS E FIBRAS

**SENAI CETIQT**

**SENAI**  
Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial  
PELO FUTURO DO TRABALHO

