

## Relatório do Pitch Pitch 26/02 da Empresa Trashion

### PITCH 26/02

#### O PROBLEMA

---

Este projeto vem resolver a problemática do desperdício de têxteis. Com a moda fast-fashion a produção mundial de roupa duplicou, provocando inúmeras consequências, nomeadamente a aceleração da moda, a cópia e a globalização dos estilos e assim, também o peso ambiental.

Socialmente, em consequência deste movimento, criaram-se hábitos prejudiciais para o Planeta, como por exemplo, quando uma peça de vestuário deixa de ser útil, acaba no lixo. Há uma parte que é colocada em contentores para reutilização, mas outra vai parar aos caixotes indiferenciados, e para estes o único destino é o aterro e a incineração.

Em Portugal, deita-se para o lixo cerca de 200 mil toneladas de têxteis por ano. \* Dados extraídos do artigo "Ambiente" do Diário de Notícias.

#### A SOLUÇÃO

---

TRASHION, tem como objetivo, dar um novo fim a material têxtil que acabaria no lixo, num aterro sanitário. Isto é, tenta contribuir para colmatar os prejuízos provocados no ambiente pelo sistema de fabrico e desperdício advindo da fast-fashion, criando peças de vestuário com base na técnica upcycling, a partir de peças em 2º mão com defeitos ou danificadas.

#### MERCADO ALVO

---

Trashion é uma marca direcionada para um público jovem, com vontade de contribuir para o desenvolvimento do conceito geral do projeto - moda sustentável.

Prevê-se que os nossos clientes irão ser mulheres, de idades entre os 18-30 anos (gerações y e z). Este segmento é o que tem mais por hábito comprar roupa em segunda mão, em plataformas on-line. O que as leva à compra deste tipo de produto, é a poupança de dinheiro, sustentabilidade e exclusividade.

Segundo o "Relatório Moda Circular 2020" de Micolet, 18,7% das mulheres planeiam aumentar os seus gastos em moda em segunda mão, 60,3% das mulheres que compram fast fashion planeiam aumentar os seus gastos neste segmento, 60% das mulheres consideram que a sua imagem da moda em segunda mão melhorou e 42% das compradoras em segunda mão indicam a sustentabilidade com principal motivador.

#### CONCORRÊNCIA

---

De momento, a concorrência mais próxima encontra-se no ramo da fast-fashion, não podendo considerar-se uma concorrência direta por se encontrar na ideologia oposta. No entanto, esta já incorpora, nas suas plataformas, coleções sustentáveis, nem sempre disponíveis. Estas coleções ainda são pouco divulgadas e as peças, quando disponíveis, não apresentando diversidade significativa e demarcada. Os preços aplicados são altos e, na maioria das vezes, não entram em campanhas promocionais, tornando-se coleções premium. As principais concorrências existentes são duas lojas de fast-fashion: a H&M (loja nórdica) e a Zara (loja espanhola), no entanto na minha pesquisa até ao dia de hoje, ainda não encontrei nenhuma marca concorrente direta, em Portugal.

No Brasil, podemos encontrar a marca ZeroWaste Daniel. Também, podemos encontrar alguns estilistas que criaram coleções com base no conceito upcycling, como: Magna Coeli, Reet Aus e Christopher Raeburn.

#### A EQUIPA

---

Este projeto conta, de momento, com a criadora e com uma Fashion Designer para o lançamento da sua primeira coleção. A minha função vincula-se como responsável pelo projeto, assegurando a criação das várias coleções, a colaboração de vários artistas/profissionais locais de diversas áreas, a criação e gestão de conteúdos multimédia, funções na área de marketing e gestão de redes sociais.

#### SUMÁRIO FINANCEIRO

---

## SUMÁRIO FINANCEIRO

---

Neste projeto podemos encontrar viabilidade em diversos aspetos e domínios de negócio, viabilidade profissional, comercial, técnica, legal e económica.

Esta ideia de negócios, pretende avançar como solução para os problemas dos clientes, fazendo-os comprar a satisfação dos seus desejos e necessidades, fidelizando-os à ideia de sustentabilidade e trabalho exclusivo de artista.

Este projeto consiste, assim, em vender uma peça de vestuário não só pelas suas qualidades, mas pelo trabalho desenvolvido pelos artistas na sua produção e visibilidade.

Este negócio, pretende colaborar continuamente com com artistas locais, criando uma equipa multidisciplinar capaz de desenvolver, mais peças por coleção a longo prazo, e mais coleções de moda a acompanhar as várias estações e tendências. Também pretendemos avançar com vários conteúdos online como, newsletters e redes sociais.

Este projeto necessita de um investimento de modo a suportar Stock de matéria-prima, equipamentos, custos de domínio e todo o suporte técnico de um site, etiquetas e caixas para envios, marketing e equipamentos de auxílio para os conteúdos multimédia.

	2021	2022	2023	2024
<b>Custos</b>				
Stock de matéria-prima	150€	50€	50€	50€
Máquina de Costura	70€	-	-	-
Material para Envios	20€	20€	20€	20€
Etiquetas	10€	10€	10€	10€
Plano do Site	48€	48€	48€	48€
Domínio	15€	15€	15€	15€
Publicidade Paga	20€	20€	20€	20€
<b>Total de Custos</b>	<b>333€</b>	<b>163€</b>	<b>163€</b>	<b>163€</b>

## MILESTONES

---

### (1) Fevereiro a Abril

- Planeamento do projeto ( criação do Plano de Negócios e do Plano de Marketing);
- Criação da identidade da marca;
- Criação do site e redes sociais;
- Organização e gestão de todo a matéria prima;
- Gestão de grupo de pessoas necessárias para a próxima fase (convocar os colaboradores que participarão)

### (2) Maio a Agosto

- Criação da 1ª coleção;
- Escolha dos produtos que serão exibidos;
- Produção de todo o conteúdo multimédia para site e redes sociais.

### (3) Setembro

- Lançamento da marca