

# Vestuário

RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA

SETEMBRO | 2014



SEBRAE

SIS

## Como planejar uma coleção

### Etapas do planejamento de uma coleção de moda

Para elaborar uma coleção, é necessário um projeto visualmente agradável e adequado para a produção das peças. Também é preciso acompanhar as tendências de consumo do mercado e adequá-las ao conhecimento e atendimento das demandas de mercado. É importante também a preocupação com as questões de sustentabilidade. No processo de desenvolvimento de novos produtos ou no lançamento de coleções, a empresa deve se voltar incisivamente para a captação dos desejos e das necessidades dos consumidores. Serão estes anseios – condicionados pelos objetivos gerais da empresa –, a disponibilidade e o uso efetivo de recursos que vão orientar o processo de criação. Normalmente, esse processo é baseado nas tendências estrangeiras e adequada à realidade brasileira (clima, costumes, valores e crenças).



*O planejamento e desenvolvimento de uma coleção de moda é importante para que a empresa crie uma unidade visual e uma identidade corporativa junto ao mercado*



**Sandra Rech** - Profª Drª do [Centro de Artes](#) da Universidade do Estado de Santa Catarina ([Udesc](#))



Quando uma coleção é lançada, o objetivo é oferecer mais do que peças de vestuário. Com ela, a marca deseja transmitir uma ideia, um conceito ou uma história para seus clientes.

Fontes: [Apostila Projeto de Coleção](#). IFSC. 2008; RECH, S. R. *Moda: por um fio da qualidade*. Editora da Udesc (2002); [A coleção de Moda](#). Moda Fashion Mode. 2011; [Desenvolvimento e Planejamento de coleção: Definição de coleção](#). Regis Designer. 2010.

# Etapas do planejamento de uma coleção de moda

O início para o planejamento de qualquer coleção de moda é ter uma boa ideia e um objeto de inspiração. Eles vão servir como estímulo para dar sequência ao processo, levando em conta também as tendências e a estética. Uma coleção deve considerar os seguintes aspectos: perfil do consumidor, identidade ou imagem da marca, tema da coleção e proposta de cores e materiais. A seguir, as etapas do planejamento de uma coleção de moda:

## 1

### Reunião de planejamento

Essa etapa configura a ideia inicial da coleção. É essencial reunir os profissionais envolvidos no planejamento da coleção e conversar sobre as ideias, experiências e opiniões de cada parte. Confira abaixo alguns dos objetivos da reunião de planejamento.

- Delimitar o foco do desenvolvimento e do mercado da coleção;
- Definir os objetivos gerais da empresa, como volume de negócios, exportações, estratégias de fabricação, comercialização e divulgação dos produtos;
- Dividir experiências de coleções anteriores;
- Expor opiniões e ideias para a nova coleção;
- Analisar as vantagens e limitações da infraestrutura utilizada pela empresa ou pela terceirizada fornecedora;
- Cruzar as ideias da criação com informações dos envolvidos nas vendas;
- Definir o cronograma das atividades para desenvolvimento da coleção.



## 2

### Geração do conceito

Nessa etapa ocorre a geração de um conceito para a coleção, baseado em pesquisas de tendências e de mercado, e definições realizadas na etapa anterior. Para gerar o conceito, são analisadas as coleções anteriores, a viabilidade da nova coleção em atender a demanda e o seu dimensionamento – quantidade produzida/mês e onde será vendida.

### 3

## Triagem

Na triagem são analisadas as possibilidades de produção, de acordo com a capacidade da empresa (quantidade de maquinário e especificidades). É verificado se alguma parte dessa produção será terceirizada e se os produtos são adequados à realidade produtiva e financeira do negócio.

### 4

## Projeto preliminar

Nesta fase, o conceito é convertido para as formas que o produto irá possuir.

- São desenvolvidos os croquis iniciais, ou desenhos de moda. Os croquis são feitos para visualização preliminar das peças e consideração de possíveis alterações na ideia inicial. É importante utilizar as regras gerais do design e adicionar textura e movimento ao desenho – com pregas, dobras e estampas, imitando o futuro modelo real. Outra dica é incluir também a visão das costas da roupa no desenho.
- São determinadas cores, texturas, formas, tecidos e aviamentos. Esses detalhes podem ser definidos levando-se em consideração as cartelas e tendências da estação. Lembre-se que para determinados cortes, alguns tipos de tecidos não são recomendados, por não resistirem à costura.

### Geralmente são definidos os seguintes mix de moda:



#### **Mix básico:**

peças básicas e essenciais para a coleção.



#### **Mix fashion:**

acompanha a tendência da moda, caracteriza a coleção pela diferenciação dos produtos e forma a maior parte da coleção.



#### **Vanguarda:**

peças complementares, utilizadas para desfiles ou vitrines.

### A divisão das peças segue o modelo:



#### **Top**

peças vestidas da cintura para cima (blusas, camisas);



#### **Bottom**

peças vestidas da cintura para baixo (calças, saias);



#### **One-piece**

peças únicas (vestidos, macacões)



#### **Outwear:**

peças utilizadas por cima (jaquetas, ternos).

## 5

### Avaliação e melhoramento

De acordo com os resultados do projeto preliminar, são definidas as peças e iniciadas algumas etapas.



#### Desenhos técnicos:

são mais detalhados do que os de moda, e contam com informações como tamanho, dimensões da peça e modelo frente e costas – sem utilizar cores. Trazem as informações úteis para comunicar a ideia ao modelista ou piloto.



#### Modelagem:

refere-se às medidas da peça e informações sobre o tecido – como composição, caimento, elasticidade, lavagem, estampa e silhueta. Deve ter cálculos precisos, para que seja possível o encaixe de todas as partes.



#### Ficha técnica dos produtos:

documento com todas as especificações técnicas necessárias para a produção das peças.



## 6

### Prototipagem e projeto final

As peças pilotos de cada produto são produzidas e enviadas para aprovação dos diretores ou donos da empresa. Nessa fase, a coleção pode sofrer mudanças, pois o projeto finalmente se torna real e é mais fácil identificar suas melhorias. Diante da peça aprovada, as embalagens e materiais para a divulgação são desenvolvidos e lançados no mercado.

## Pontos de atenção na hora de planejar



### Planejar adequadamente

É um processo mais profundo, que deve envolver as tendências do mercado consumidor e da moda, o foco da marca, o cronograma que a empresa dispõe e os custos dos produtos. Além disso, a empresa deve manter a identidade da marca para que o consumidor crie vínculos com ela.

### Alinhar a coleção aos objetivos da empresa

Envolve pontos como dimensionamento (regiões em que a coleção será vendida), prazo de comercialização e desenvolvimento dos produtos. É muito importante conhecer o público-alvo e relacioná-lo à marca. Sem isso, muitas perdem mercado e erram em suas coleções.

### Acompanhar as tendências e mudanças do mercado

O mercado da moda muda com frequência. Para não perder nessa corrida, além de atender às tendências, é crucial conhecer bem o público-alvo, seu estilo e necessidades.

Fonte: [Planejamento de Coleções](#). O Confeccionista. 2011.

## Profissionais envolvidos no planejamento de uma coleção

### Pesquisador de mercado e tendências

Esse profissional reduzirá os riscos na criação de uma coleção de moda, pois oferecerá informações concretas aos estilistas. Eles, por sua vez, terão condições de desenvolver os trabalhos com segurança e liberdade.



### Estilistas, modelistas e piloteiros

São profissionais com habilidades para desenvolver conceito de coleção e croquis, desenhos técnicos, cartela de materiais, harmonia de cores, pilotagem, modelagem, além do acompanhamento da produção e das vendas.

Fonte: Sandra S. Rech, Profª Drª do [Centro de Artes](#) da Universidade do Estado de Santa Catarina ([Udesc](#)).

# Of-ficium

## Caso de sucesso

A **Of-ficium** – indústria têxtil localizada no município de São João Batista, interior de Santa Catarina – trabalha com um planejamento bem estruturado. Segundo o sócio-proprietário da empresa, João Zunino, planejar é essencial para evitar erros e aumentar as chances de sucesso da coleção. No processo de criação, a empresa utiliza a técnica **moulage** e um **software** que proporciona melhor acabamento às peças. Em todo o processo, a Of-ficium conta com estilistas, assistentes de estilistas, modelistas, engenheiros de produto e costureiros.



**OF-FICIUM**

A Of-ficium planeja suas coleções de acordo com pesquisa de tendências realizadas em fontes europeias e grifes de renome mundial. Para criar a coleção, as tendências norteiam o desenvolvimento das peças, tecidos, estampas, materiais e a definição das cores e cortes que serão utilizados.

“ Cada profissional é de extrema importância, pois há uma relação de mutualismo entre todos. A coleção é importante para uma empresa de vestuário, pois é o produto que será vendido ao mercado. A cada coleção, o estilista tem a possibilidade de se reinventar e criar novos modelos. Assim, a coleção é responsável por criar a identidade da marca e atingir o público-alvo que se almeja. ”

**João Zunino** - Sócio proprietário da empresa, em entrevista para o Sistema de Inteligência Setorial



## AÇÕES RECOMENDADAS



Procure qualificação para desenvolver um bom planejamento das novas coleções da marca. Exemplos de cursos nesse segmento: [Curso on-line de como montar uma coleção de moda e Planejamento e desenvolvimento de coleção](#);



Conheça os cursos técnicos que o Senai/SC oferece para desenvolver coleção de moda, como [Projeto de Moda – Pesquisa, Criação e Desenvolvimento de Coleção](#), [Técnico em Produção de Moda](#) e [Técnico em Modelagem do Vestuário](#). Fique atento às datas de abertura;



Conheça o [Idea nas Nuvens](#), *software* gratuito para *design* de moda da empresa Audaces;



Acesse o boletim [Pesquisa de tendência: uso estratégico no vestuário](#) do SIS, para obter mais informações sobre como pesquisar tendências no setor;



Conheça a cartilha [Gestão do Processo Produtivo](#) do [Sebrae/RS](#) para entender toda a cadeia produtiva no setor de vestuário e adequar o processo à realidade de seu negócio;



Fique atento ao calendário da moda para lançar as coleções no período certo. É importante também acompanhar os principais desfiles como o [São Paulo Fashion Week](#), [Fashion Rio](#) e [Mega Polo Moda](#). Assim, pode-se conhecer as tendências e captar sua recepção no mercado;



Lembre-se que a cultura local e o clima devem ser levados em consideração no momento de comercializar os produtos. Em regiões predominantemente quentes, por exemplo, peças de inverno provavelmente não serão muito vendidas.

 **Vestuário**  
RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA  
SETEMBRO | 2014



**Coordenador:** Marcondes da Silva Cândido  
**Gestor do Projeto:** Douglas Luís Três  
**Conteudista:** Carla Costa

**SEBRAE Santa Catarina**  
Endereço: SC 401, KM 01, Lote 02  
Parque Tecnológico Alfa - João Paulo  
CEP: 88030000 - Florianópolis - SC  
Telefone: 48 3221 0800

Dúvidas ou sugestões sobre o conteúdo do relatório envie um e-mail para:  
[atendimento.sis@sebrae.sc.com.br](mailto:atendimento.sis@sebrae.sc.com.br)

Faça também suas contribuições para o SEBRAE-SC enviando um e-mail para:  
[falecom.sis@sebrae.sc.com.br](mailto:falecom.sis@sebrae.sc.com.br)

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610). Fotos: Banco de imagens.