



---

## **FATEC – FACULDADE TECNOLOGIA DE AMERICANA**

Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda

**IRIS RANGEL**

**JAYNE COIMBRA FERNANDES DOS SANTOS**

**DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO CÁPSULA 2020, CRIAÇÃO E  
DESENVOLVIMENTO DE UMA MARCA DE MODA**



---

## **FATEC – FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA**

Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda

**IRIS RANGEL**

**JAYNE COIMBRA FERNANDES DOS SANTOS**

### **DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO CÁPSULA 2020, CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE UMA MARCA DE MODA**

Trabalho de Conclusão de Curso para obtenção do título de Tecnólogo Têxtil e Moda, apresentado à FATEC – Faculdade de Tecnologia de Americana – Centro Paula Souza.

Orientador: Professor Edison Valentim Monteiro

**AMERICANA - SP**

**2019**

**FICHA CATALOGRÁFICA – Biblioteca Fatec Americana - CEETEPS**  
**Dados Internacionais de Catalogação-na-fonte**

R154d      RANGEL, Iris

Desenvolvimentos de coleção cápsula 2020; criação e desenvolvimento de uma marca de moda. / Iris Rangel, Jayne Coimbra Fernandes dos Santos. – Americana, 2019.

57f.

Monografia (Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda) - - Faculdade de Tecnologia de Americana – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza

Orientador: Prof. Ms. Edison Valentim Monteiro

1. Moda I. SANTOS, Jayne Coimbra Fernandes dos II. MONTEIRO, Edison Valentim III. Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Faculdade de Tecnologia de Americana

CDU: 687.016

IRIS RANGEL  
JAYNE COIMBRA FERNANDES DOS SANTOS

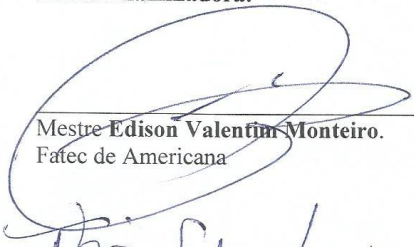
**DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO CÁPSULA 2020, CRIAÇÃO E  
DESENVOLVIMENTO DE UMA MARCA DE MODA**

Trabalho de Conclusão de Curso para obtenção do  
título de Tecnólogo Têxtil e Moda, apresentado à  
FATEC – Faculdade de Tecnologia de Americana  
– Centro Paula Souza..

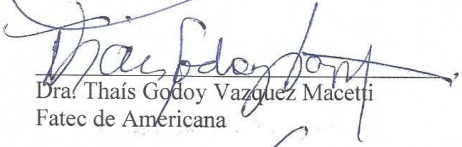
Área de concentração: **Moda; Textil; Coleção.**

Americana, 11 de junho de 2019.

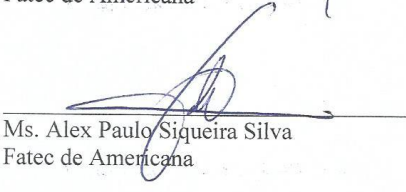
**Banca Examinadora:**



Mestre **Edison Valentim Monteiro.**  
Fatec de Americana



Dra. **Thaís Godoy Vazquez Macetti**  
Fatec de Americana



Ms. **Alex Paulo Siqueira Silva**  
Fatec de Americana

"A moda sai de moda, o estilo jamais."

Coco Chanel

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos em primeiro lugar a Deus por ter nos provado que quem luta e não desiste sempre alcança. Por nunca nos abandonar nos momentos de fraquezas, por nos mostrar o melhor caminho no tempo em que estivemos sem luz. Obrigado, meu Pai, por não desistir de nós!

Aos nossos pais que sempre confiaram em nosso trabalho e apostaram em nossa vitória, em especial à nossas mães, pelo esforço e pelos cuidados para com a gente em todas as fases de nossas vidas. Nosso muito obrigada, mãe!

Agradecemos ainda a todos os nossos queridos mestres. Aqui não caberia todos, portanto, cito nosso querido Orientador pela paciência, atenção e pela disposição em nos ajudar durante esse período.

A uma amizade diferenciada, agradecemos aos nossos colegas de classe, pelo espírito de companheirismo e pelo crescimento simultâneo que alcançamos durante esses anos que cursamos juntos. Estamos quase nos despedindo, entretanto, manteremos o elo de amizade para o resto de nossas vidas. Sentiremos saudades! Nosso muito obrigada, a todos que fizeram parte de nossa trajetória, nos veremos no topo!

Por fim, não poderíamos deixar de mencionar aqui, esta Instituição, a qual temos a intimidade de chamá-la de “nossa casa”. Aqui entramos “cru” e estamos nos despedindo com uma enorme bagagem de conhecimento e experiências, que nos auxiliará na construção de degraus rumo ao nosso sonho. Gostaríamos de agradecer a todos que direta e indiretamente fazem parte desta Instituição de ensino. Já que o “bom filho a casa retorna”, estaremos sempre que possível fazendo uma visita a esta casa.

Hoje somos vencedoras, bem resolvidas e felizes, e devemos isso a todos vocês. Aqui deixamos nosso afeto e gratidão.

“Consagre ao Senhor tudo o que você faz, e os seus planos serão bem-sucedidos”-  
Provérbios (16:3)

## **Resumo**

O Plano de negócios é o processo onde é desenvolvido um projeto que terá foco em apresentar um determinado conceito para mostrar conhecimentos ao público que presenciara a apresentação. É o momento de escolha do público alvo onde e feito uma análise de Life Style escolhendo um tema para a coleção. É feita a escolha de cores, estampas, tecidos e texturas incluindo a ilustração, o desenvolvimento da modelagem, o corte das peças e a costura. O styling é responsável pela preparação do desfile, editorial, catálogos e revistas. Isso inclui roupas, acessórios, modelos, música e a maquiagem que fazem parte da apresentação da coleção. Além de mostrar a ideia central de uma marca, que se resume em conceitos e ideias em que um determinado grupo segue ou preza. Nossa coleção tem como foco a miscigenação, prezando pela diversidade e simplicidade, traremos muita fluidez e leveza mostrando como as pessoas que a usam estão diretamente ligadas a natureza.

**Palavras chaves:** Conhecimento. Moda. Coleção.

## **Abstract**

The business plan is the process where a project, which will be developed, will focus on a specific concept to be introduced to the target audience. It is the moment where one chooses the target audience where a Life Style analysis is done and a theme is selected for the collection. A choice of colors, prints, fabrics and textures is made including an illustration, development of modeling, cutting of pieces and seaming. The styling is responsible for the preparation of the fashion show, editorial, catalogs and magazines. This includes clothes, accessories, models, music and makeup that are part of the collection's presentation. Moreover, it shows the core idea of a brand made up of concepts and ideas either followed or valued by a specific group. Our collection focuses on miscegenation, highlighting diversity and simplicity. We hope to bring fluidity and lightness showing that people who wear it are intimately connect to nature.

**Key words:** Knowledge. Fashion. Collection.



## SUMÁRIO

|   |    |
|---|----|
| 1. INTRODUÇÃO.....  | 11 |
| 2 DESENVOLVIMENTO .....   | 13 |
| 2.1. Perfil de Público Alvo .....                                 | 13 |
| 2.2. Criação da Marca.....  | 14 |
| 2.3. Briefing da Marca.....                                       | 15 |
| 2.4. Tendências 2020 .....  | 16 |
| 2.4.1 História dos Tons Pastel .....                              | 17 |
| 2.4.2 História: Decote Reto.....                                  | 18 |
| 2.4.3 História do Boho .....                                      | 18 |
| 3 CRIAÇÃO DA COLEÇÃO .....  | 19 |
| 3.1. Briefing da Coleção e Definição dos Shape e dos Tecidos..... | 20 |
| 3.2. Briefing da Coleção – Flor e Ser.....                        | 20 |
| 4. CARTELA DE CORES.....  | 21 |
| 4.1. Cores .....  | 22 |
| 4.2. Tecidos .....  | 24 |
| 4.3. Aviamentos .....   | 26 |
| 4.6 Novas tecnologias em tecidos .....                            | 27 |
| 5. DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO.....                                | 27 |
| 5.1 Croquis .....   | 28 |
| 4.5 Máquinas de costura e estrutura exigida .....                 | 39 |
| 4.2 Fichas Técnicas.....  | 39 |
| 4.2.1. Macacão .....  | 39 |
| 4.2.2. Blusa.....   | 43 |
| 4.2.3. Calça.....   | 46 |
| 4.3. CUSTOS.....  | 49 |
| 4.3.1. Definição e missão.....                                    | 49 |
| 4.3.2. Custos diretos .....                                       | 49 |
| 4.3.3. Custos Indiretos .....                                     | 49 |
| 4.3.4. Custos Com Escritório .....                                | 49 |
| 4.3.5. Tabela de Custo.....                                       | 50 |

|  |    |
|--|----|
| 5. DEFINIÇÃO DO FORMATO DE VENDA.....                | 53 |
| 5.1. Layout.....                                     | 53 |
| 6.SEGURANÇA DO TRABALHO .....                        | 55 |
| 6.1. Equipamentos de Proteção Individual (EPI) ..... | 56 |
| 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....                         | 57 |
| Referências Bibliográficas .....                     | 58 |

## 1. INTRODUÇÃO

Este projeto visa adquirir o máximo de experiência e aprendizado no decorrer do curso Tecnólogo Têxtil e Moda. No trabalho a seguir faremos união de algumas disciplinas para a criação de um plano de negócios, essas disciplinas que compõe o curso de Têxtil e Moda que nos dão base para desenvolver os trabalhos finais.

Nesse plano de negócio fizemos uma seleção das matérias que mais se encaixavam em nossa necessidade que nos possibilitou abrir uma empresa que atenderia a todos os requisitos que nosso público alvo queria, não só para atender a um determinado segmento de mercado mas esse plano de negócio nos deu base para entendermos os setores que uma empresa deve conter e quais são as normas a se seguir, mostrando qual seria a melhor forma de atuação e também nos ajudou mostrando como podemos imergir no mercado de trabalho, onde dará vida uma empresa de vestuário feminino que preza por ideias e direitos da nossa sociedade e meio ambiente.

Esse plano de negócios foi desenvolvido para mulheres atentas e muito ligadas ao consumo consciente, elas viram na Florescer uma forma de reinventar, se sentir mais completa e leve, prezando pela vida e pelo estilo com custo moderado, faz uso da tendência de forma menos agressiva ao meio ambiente de onde é retirada boa parte da matéria prima, pois com os derivados não só sintético mas também das naturais onde podemos encontrar peças com toque mais suave e macio, temos como meta fazer um descarte mais rápido e menos poluente daquelas peças que já não há mais uso, pois parte da poluição deriva de produtos que surgiram do petróleo que tem longa vida.

Dessa forma, o projeto será apresentado através de pesquisas do mercado de vestuário, a partir dela entendemos como desenvolver nossos produtos e quais seriam as melhores estratégias para esse produto chegar até nosso consumidor final que deve ser um dos mais beneficiados junto com a empresa, também como e feita a composição de um guarda roupa cápsula que é um assunto que vem ganhado espaço nos dias atuais, pois com a necessidade de uma indústria menos poluente surgiu com ela a possibilidade de economizar mais ou descartar menos.

O guarda roupa Cápsula faz uso de peças curingas, unindo peças como top, bottom, overtop, onepiece. Usar menos peças sabendo aproveitar mais as composições a maior variedade de look, dando espaço para a então tão comentada sustentabilidade em que parte do mundo vem citando em todas os projetos. Nosso foco será peças coringas em uma coleção confortável em que todas as peças conversam entre si.

Tendo por objetivo geral uma coleção cápsula onde são feitas combinações entre todas as peças. Uma coleção consciente que foi desenvolvida para o público classe “C” onde fica concentrado parte do comercio no mundo, pois e uma das classes que mais consomem no mercado.

Contudo, podemos dizer que sua função foi nos dar conhecimento sobre a área têxtil, de moda, contábil entre outras matérias das quais foram abordadas no trabalho de conclusão.

## **2 DESENVOLVIMENTO**

### **2.1. Perfil de Público Alvo**

O público alvo surgiu após uma análise entre marcas que atendem o público feminino. Foram realizadas pesquisas entre mulheres de 20 a 30 anos. Após essa análise verificou a necessidade de uma marca com um diferencial, com o foco nas peças.

Com a pesquisa percebe-se que as mulheres procuram conforto, mais sem perder o estilo próprio. Procuram um diferencial nas roupas que vão utilizar. São mulheres autênticas e isso precisa estar presente em suas roupas.

A feminilidade é algo essencial nas peças, com um toque de leveza esse público pertence à classe social definida como “C”, com renda mensal entre R\$ 2.000,00 a R\$3.900,00 por mês. São mulheres que trabalham, tem uma renda que lhe permite a um sustento próprio.

A grande maioria é solteira, no seu momento de lazer gostam de estar com a família e com amigos, mais também gostam de passear e viajar, marcam presença em eventos com amigos, festas e festivais, e possuem preferência por roupas fabricadas no Brasil.

Essas mulheres possuem um toque diferencial em suas escolhas, com uma identidade a qual se aplica na forma que se veste, sendo o perfil de mulher que denomina o público alvo para a criação da coleção.

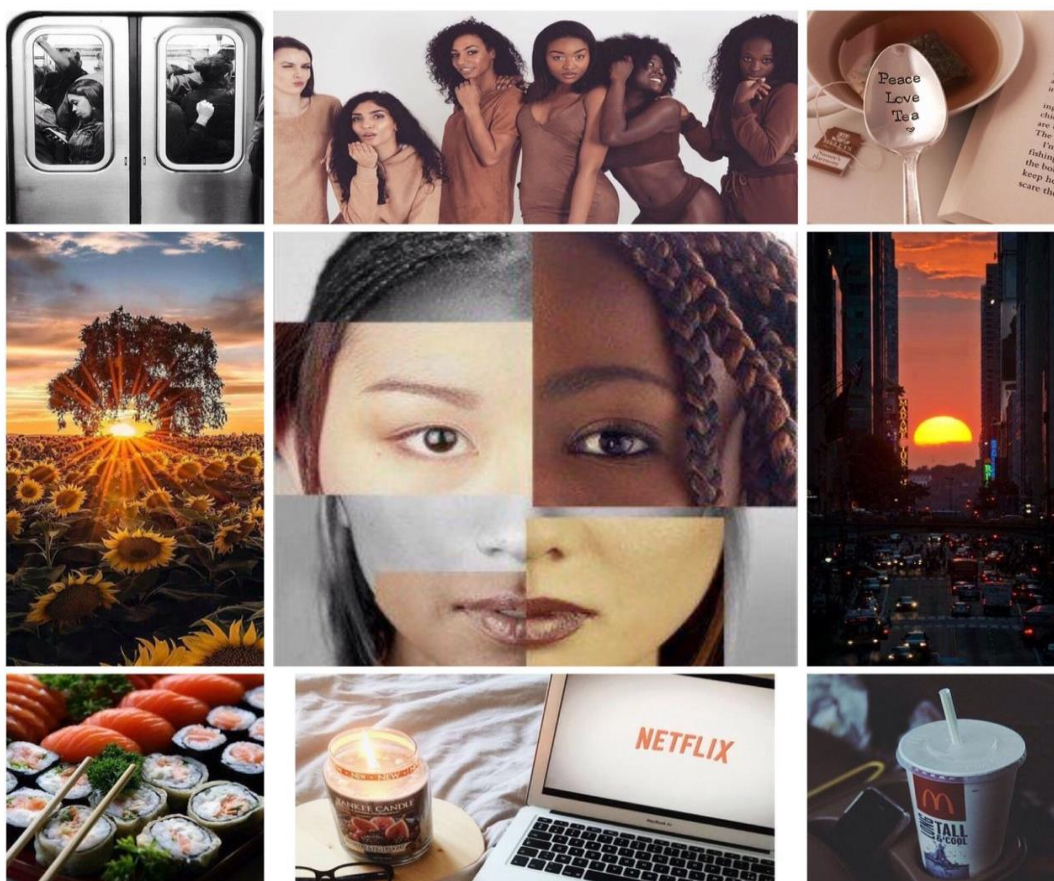
Assim, para melhor ilustrar o público alvo foi desenvolvido um painel imagético referente a essas pessoas e suas características, vejamos:

**Figura 1: Faixas Salariais**

| Classe↕ | Número de Salários-Mínimo (SM) ↕ | Renda Familiar (R\$) em 2016 ↕ |
|---------|----------------------------------|--------------------------------|
| A       | Acima de 20 SM                   | R\$ 18.740,01 ou mais          |
| B       | De 10 a 20 SM                    | R\$ 9.370,01 a R\$ 18.740,00   |
| C       | De 4 a 10 SM                     | R\$ 3.748,01 a R\$ 9.370,00    |
| D       | De 2 a 4 SM                      | R\$ 1.874,01 a R\$ 3.748,00    |
| E       | Até 2 SM                         | Até R\$ 1.874,00               |

1

**Figura 2: Perfil do Público-alvo<sup>2</sup>**



## 2.2. Criação da Marca

<sup>1</sup>Fonte: <https://thiagorodrigo.com.br/artigo/>

<sup>2</sup>Fonte: Criada pelos autores

Após a identificação do público alvo, inicia-se a abertura de uma nova marca, marca esta que tem uma feminilidade, em algum momento moderno e sexy, mais com uma suavidade e muita leveza.

**Figura 3 - Estilo de Vida<sup>3</sup>**



### 2.3. Briefing da Marca

Florescer é uma marca de moda feminina E-commerce, que atua apenas com vendas online, com sede própria situada em Campinas – SP, onde 4 funcionários 4 sócias desenvolvem o trabalho da criação até o despacho dos produtos. Dentre elas está a designer de moda, que com a ajuda/inspirações das demais sócias, cuida das criações da marca desde o desenvolvimento do croqui até a escolha dos tecidos e ficha técnica, passando para a Modelista que é responsável pelo desenvolvimento do molde e encaixe.

Com o auxílio de uma funcionária, uma sócia é responsável pela confecção e acabamento das peças, que são passadas então para outra funcionária, que é responsável pela revisão e despacho das mesmas. Toda a parte administrativa é

<sup>3</sup> Fonte: Criada pelos autores

feita por uma sócia, com o auxílio também de uma funcionária que cuida de toda a parte fiscal (notas fiscais de entrada e saída) enquanto a sócia por sua vez cuida da parte de compras de matéria prima e organização bancária, contando com a ajuda da prestação de serviços de um escritório contábil. Sua produção mensal é em média 68 peças, lançando 4 coleções no ano, sendo ligadas as estações do ano.

A Florescer tem como objetivo atender à necessidade de uma cliente feminina que busca leveza e feminilidade em suas escolhas, através de nossa modelagem diferenciada em tecidos totalmente leves e confortáveis. O diferencial está no acabamento, onde utiliza-se a estampa temática da coleção em cada peça confeccionada, representando a autenticidade da marca e valorização do produto. É uma marca singular, feminina e leve.

Missão: Nossa essência é somar qualidade, criatividade e conceito, criando uma marca que visa um público que acredita que se vestir é antes de qualquer coisa, mostrar um pouco da sua identidade pessoal.

Visão: Ser a melhor e maior marca de moda com foco nas estampas, ter reconhecimento e ser admirada mundialmente tanto pela criatividade, eficiência, energia e paixão.

Valores: Respeito, qualidade, eficiência na entrega e comprometimento com nossos clientes.

**Figura 3´4: logotipo<sup>4</sup>**



## **2.4. Tendências 2020**

---

<sup>4</sup> Fonte: criado pelos autores



A Tendência de moda é definida através de conceitos feitos por grandes pesquisas culturais, de mercado, pesquisa de público e comportamento. Marcas renomadas e estilistas do mundo transformam essas pesquisas em inspirações para montar suas coleções, apresentando-as em grandes eventos como a semana de moda que acontecem no mundo todo. Formando tendências utilizadas posteriormente por fashionistas, digitais influencers, e todo o processo até chegar ao público geral. Por estes poderão afirmar se a tendência será passageira ou duradoura.

Embora a previsão de tendências estruturada tal como nós a conhecemos hoje tenha sua própria origem na década de 1970, os designers de moda, fabricantes e compradores muito antes já fazia suas próprias pesquisas de maneira informal. Assim ensina Koumbis (2014, p. 56):

A previsão de tendências é uma função que se torna cada vez mais importante, pois trabalhar com uma previsão errada resulta muito custoso para a empresa, afinal significa que o estoque de um produto com baixa venda tem de ter seu preço reduzido e, portanto, gerará menos lucros para a empresa.

A ambiência foi criada para ilustrar de uma melhor forma as inspirações. Em um quadro de imagens é aplicado toda a pesquisa de inspiração, contendo as imagens que se referem ao público alvo e a tendência de moda de forma harmônica, contendo o estilo de vida e não somente as imagens mais as cores presentes também. São imagens de lugares, objetos, pessoas, acessórios e várias outras que possam transmitir o que se é desejado. O estilista usa a ambiência como base para se inspirar na criação da coleção.

**Tons Pastel:** Na coleção estarão presentes alguns dos tons mais suaves da cartela de cor 2020, transmitindo a leveza e frescor em seus tons.

**Decote Reto:** os cortes retos trazem uma modernidade nas modelagens, deixando elas mais atuais e com um design diferenciado.

**Boho:** Esse estilo traz referência para a coleção com as peças fluidas e a leveza, uma atemporalidade que estará presente na coleção.

#### *2.4.1 História dos Tons Pastel*

A origem desse termo vem do material artístico Giz Pastel, usado no Renascimento e popular no século XVII, que por sua estética em maioria suave deu o nome a este grupo de cores. O uso de tons pastéis simboliza uma quebra. São tons calmantes que trazem conforto visual e, mesmo com sua neutralidade tonal, se destacam entre materiais com cores mais saturadas. Um dos usos mais antigos conhecidos desses tons foi na era Rococó (1720 até 1770).

O movimento era conhecido justamente pelas cores claras, tons pastéis e dourados, com uma leveza na estrutura e texturas suaves. Também foi usado na década de 50 influenciado pela calma e recuperação pós-guerra dos Estados Unidos, se via muito tons pastéis na decoração de cozinhas, banheiros e cerâmica em geral. Os anos 80, também teve cores pastéis, encontradas na decoração e na vestimenta.

#### 2.4.2 História: Decote Reto

Criado e muito usado por estilistas da década de 90, o decote reto foi hit absoluto. O formato foi sensação da década retrasada, usado de Patricinha de Beverly Hills às supermodels da era de ouro. Ele geralmente era associado a um look minimalista, geralmente com blusa ou vestido com alcinha fininha e nada mais. É um tipo de decote que funciona bem para todos os tipos de busto, e reafirma que o "menos é mais". Na época, foi usado por celebridades como Britney Spears e Mariah Carey.

#### 2.4.3 História do Boho

**O estilo Boho vem da palavra *bohemian***, que derivou do francês e que no século XV *bohème* era associado aos ciganos. Por isso, **o estilo boho traz muitas influências ciganas**, como estampas miúdas e tecidos fluidos.

Na década de 20, a boêmia entrou em voga como um estilo de vida, algo que se pode remeter ao filme “Meia-Noite em Paris”. Foi a época das artes e dos artistas, músicos, pintores e escritores, as roupas ainda não tinham a caracterização do estilo boho de hoje, mas, foi na década de 70 que a boêmia voltou a inspirar moda e viu-se o surgimento desse estilo como o conhecemos hoje.

Influências dos hippies e ciganos fazem parte do estilo boho, que tem como principais peças saias longas, estampas florais miúdas, rendas, batas, colares e

anéis com pedras, óculos redondos e chapéus de aba grande. O estilo boho surgiu na Europa e traz uma certa elegância característica do estilo europeu, é um estilo mais descompromissado, mas ainda assim tem a sua elegância.

Uma grife que sempre representou o estilo boho é a Roberto Cavalli, nos desfiles mostram o DNA original da marca que tem muito do estilo boho, **outra referência é a Free People** que também tem o boho como estilo principal da marca, traz nas coleções a inspiração. São peças atuais e de forma moderna.

### 3 CRIAÇÃO DA COLEÇÃO

### **3.1. Briefing da Coleção e Definição dos Shapes dos Tecidos**

Estilo: BohoChic

Equipe de criação: Iris Rangel

Colaboração: Jayne Coimbra

Tema: Flor e Ser

Inspiração: Amazônia

Conceitos da coleção: Autenticidade, sensualidade e leveza.

O conceito dessa coleção encontra-se definido no briefing e nos painéis imagéticos. A coleção conta com peças comerciais. Suas principais características quanto à estrutura são:

Fechamento com zíper;

Gramatura média;

Fibras artificiais;

Bolso simples;

Detalhes assimétricos;

Transpassado;

Detalhes com zíper;

### **3.2. Briefing da Coleção – Flor e Ser**

Fazer brotar, prosperar, desenvolver e brilhar. Só se floresce de verdade depois que se descobre que a beleza vem de dentro, descubra-se, permita-se.

Inspirado na Amazônia a coleção Cápsula 2020 da marca Florescer se deixa levar pela intensidade do Floral botânico a mesclar com a leveza e fluidez das peças a partir de sua modelagem. O decote reto traz minimalismo e elegância, deixando os ombros e pescoços em evidência. Os tecidos em viscose compõem a coleção.

A Cartela de Cores traz tons que remetem a estação marcando a leveza e fluidez nas peças e cores. A cor verde e suas diversas nuances imprime um toque mais refrescante e natural as peças, em fundo escuro, ressaltando uma beleza botânica autêntica e imprimindo um ar mais elegante para a suas criações, confeccionadas em tecido de mais encorpados. Alguns detalhes das peças como

bolsos, fechamentos com zíper e usando os mesmos para compor os detalhes verde da Amazônia.

**Figura 5: painel da Coleção<sup>5</sup>**



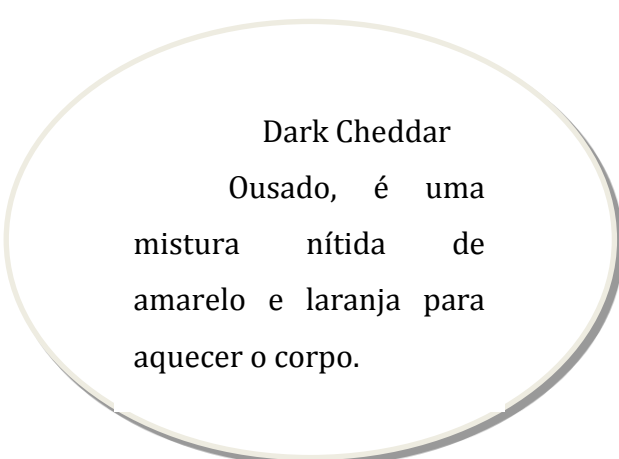
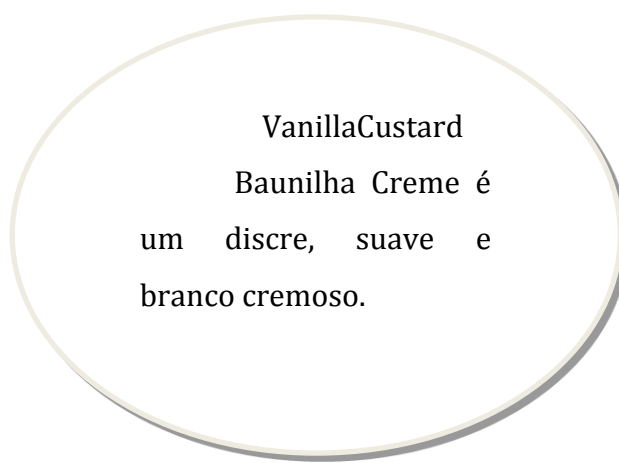
#### **4. CARTELA DE CORES**

---

<sup>5</sup>Fonte: Criada pelos autores

A cartela de cores é responsável por documentar as cores que serão utilizadas na coleção de forma organizada, separando-as por tipo de estampas ou tecidos. Após a pesquisa de mercado, a pesquisa de tendências e a compra dos tecidos, a ambiência está pronta. Então a partir da ambiência são definidas as cores, assim é elaborado uma cartela de cores para referência, utilizando o padrão da Pantone®.

#### 4.1.Cores





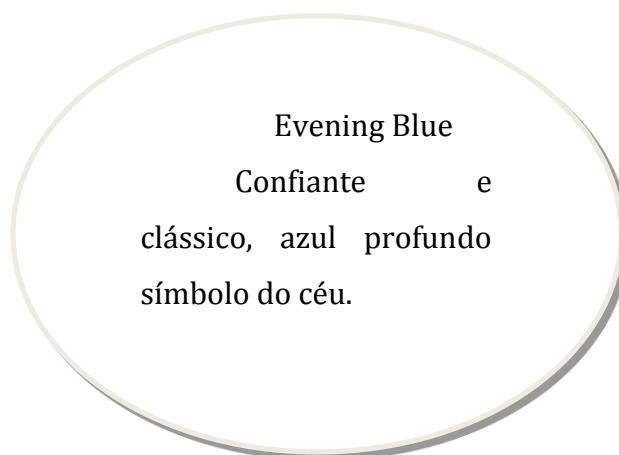
RockyRoad  
Para remeter a  
terra, um marrom sólido.



BikingRed  
Um vermelho  
escuro forte e poderoso.

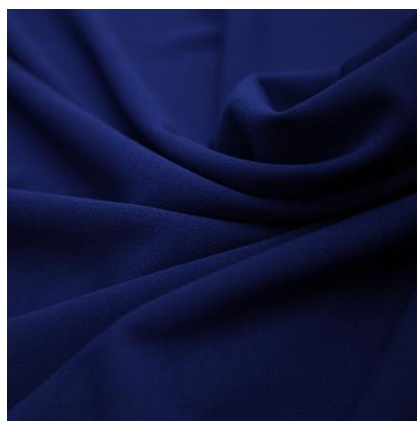


Eden  
Um verde  
imponente que joga com  
a tradição.



## 4.2.Tecidos

**Figura 6 - Tecidos<sup>6</sup>**



Crepe de Malha

Composição 94% POLIÉSTER 6% ELASTANO

Largura 150 cm

Gramatura aprox. 400 gr/m

Utilização Casual Chic, Moda Festa

Alfaiataria, Evasê, Godê, Semi Sereia, Sereia, Tubinho

Preço: R\$ 16,90m



<sup>6</sup> Ilustrações retiradas da Rede Mundial de Computadores





Jersey

Composição: 100% Poliamida

Largura: 1,45m

Peças com: 25m / 50m

Preço: 14,90m



Composição: 100% Poliamida

Rendimento: Lisa: 2,73m/Kg





Gramatura: 366gr/ml

Preço: R\$ 14,90m



### 4.3 Aviamentos

**Figura 7: Aviamentos<sup>7</sup>**

| CARTELA DE AVIAMENTOS   |  |
|---|--|
|    | <p>Nome: Colchete Valor: R\$0,30</p> <p>Fornecedor: Larose      Material: plástico</p> <p>Tamanho: 1cm diâmetro</p> <p>Cód. Fornecedor: Não há      Cód. Interno: Av0001</p>                               |
|   | <p>Nome: Ziper invisível      Valor: R\$ 0,50</p> <p>Fornecedor: Larose      Material: Tecido, plástico e Metal</p> <p>Tamanho: de 30 a 70 cm</p> <p>Cód. Fornecedor: Não há      Cód. Interno: Av0001</p> |
|  | <p>Nome: linha de costura      Valor: R\$3,70</p> <p>Fornecedor: Larose      Material: poliéster 18tex</p> <p>Tamanho: 2500m</p> <p>Cód. Fornecedor: Não há      Cód. Interno: Não há</p>                  |
|  | <p>Nome: Fio de costura      Valor: R\$4,60</p> <p>Fornecedor: Larose      Material: poliéster 27tex</p> <p>Tamanho:40g</p> <p>Cód. Fornecedor: Não há      Cód. Interno: Não há</p>                       |

A coleção foi concluída com 10 peças comerciais, sendo elas:

01 - Macacão tecido plano, com recorte over;

01 - Vestidos em malha, com manga longa;

04 – Blusas que variam a silhueta mais marcada e solta, com recortes que vão de assimétricos até um derivado de cropped mais longo;

<sup>7</sup> Fonte: Criada pelos autores

02–Calça em tecido plano, com recorte reto e também pantalonas com transpassagem;

01 – Saia tecido plano, acinturada com tamanho midi;

01 – Jaqueta tecido plano, com recorte over e poucas referencias de detalhes tornando-a básica e elegante.

**Figura 8: Tabela de % de Coleção**

| 40% TOP                    | 30% BOTTON         | 20% ONE PIECE | 10% OVERTOP  |
|----------------------------|--------------------|---------------|--------------|
| Blusa Assimétrica          | Calça Reta         | Vestido Reto  | Jaqueta Over |
| Blusa com Gola             | Calça Transpassada | Macacão Over  |              |
| Blusa Assimétrica com Gola | Saia Midi          |               |              |
| Blusa Manga Assimétrica    |                    |               |              |

8

#### 4.6 Novas tecnologias em tecidos

Para a elaboração da coleção, como detalhes e até mesmo a peça completa foi utilizado tecidos comprados de um único fornecedor.

A marca Florescer Visa oferecer inovação a todas às clientes, com esse pensamento foi pesquisado a possibilidade de inserir uma tecnologia somente no tecido, o qual possuiria aromas que perduram por até 8 lavagens. Esse aroma seria inspirado no tema da coleção. O custo do teste não foi inserido na produção final.

## 5. DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO

A ficha técnica de produto é um documento onde contém todas as informações referentes à roupa desenvolvida. Nela encontra-se informações sobre costura, acabamento, caimento, consumo de aviamentos e tecido, grade, entre outras. As informações devem ser devidamente preenchidas pois a ficha técnica

<sup>8</sup> Fonte: Criada pelos autores

passa por todos os setores da empresa, desde o PPCP até a revisão/acabamento. Na ficha técnica contém também os desenhos técnicos de Moda, que são desenhos planejados da roupa criada. O desenho técnico pode ser feito a mão usando régua específicas, ou usando ferramentas gráficas como softwares (Corel Draw, Illustrator, etc.).

A ficha técnica tem um valor muito grande para a empresa pois mantém organizado o setor do desenvolvimento, além de deixar registradas todas as informações da peça para que a modelagem e a costura saiam perfeitas como planejado.

## 5.1 Croquis

A moda começa em um pedaço de papel, em um caderno de anotações, ou até em um guardanapo, aonde são anotadas as ideias iniciais de seu criador. O Croqui é uma palavra de origem francesa, em português, significa esboço ou rascunho. Para uso na moda, é um desenho de um manequim, que recebe os elementos que a criatividade do estilista determina. Das cores do tecido às pregas, botões, bordados, rendas, transparências, estampas. Usando como base a ambiência ou qualquer outro tipo de inspiração, como tendências, ou uma música, ou até um filme. O croqui pode ser feito manual ou em programas gráficos como CorelDraw ou Illustrator.

O conceito é essencial na elaboração de um croqui, e visa principalmente, trazer uma identidade à marca, fazendo com que o público-alvo sempre identifique com as peças. Esse conceito é definido pelo estilista e equipe, e mesclado com a pesquisa de público alvo e as tendências de moda. Para a coleção Flor & Ser foram desenvolvidos 8 croquis e 10 fichas técnicas, contendo: informação de costura, tecido utilizado, acabamento e aviamentos.

### Figura 9: Busa Assimétrica<sup>9</sup>

---

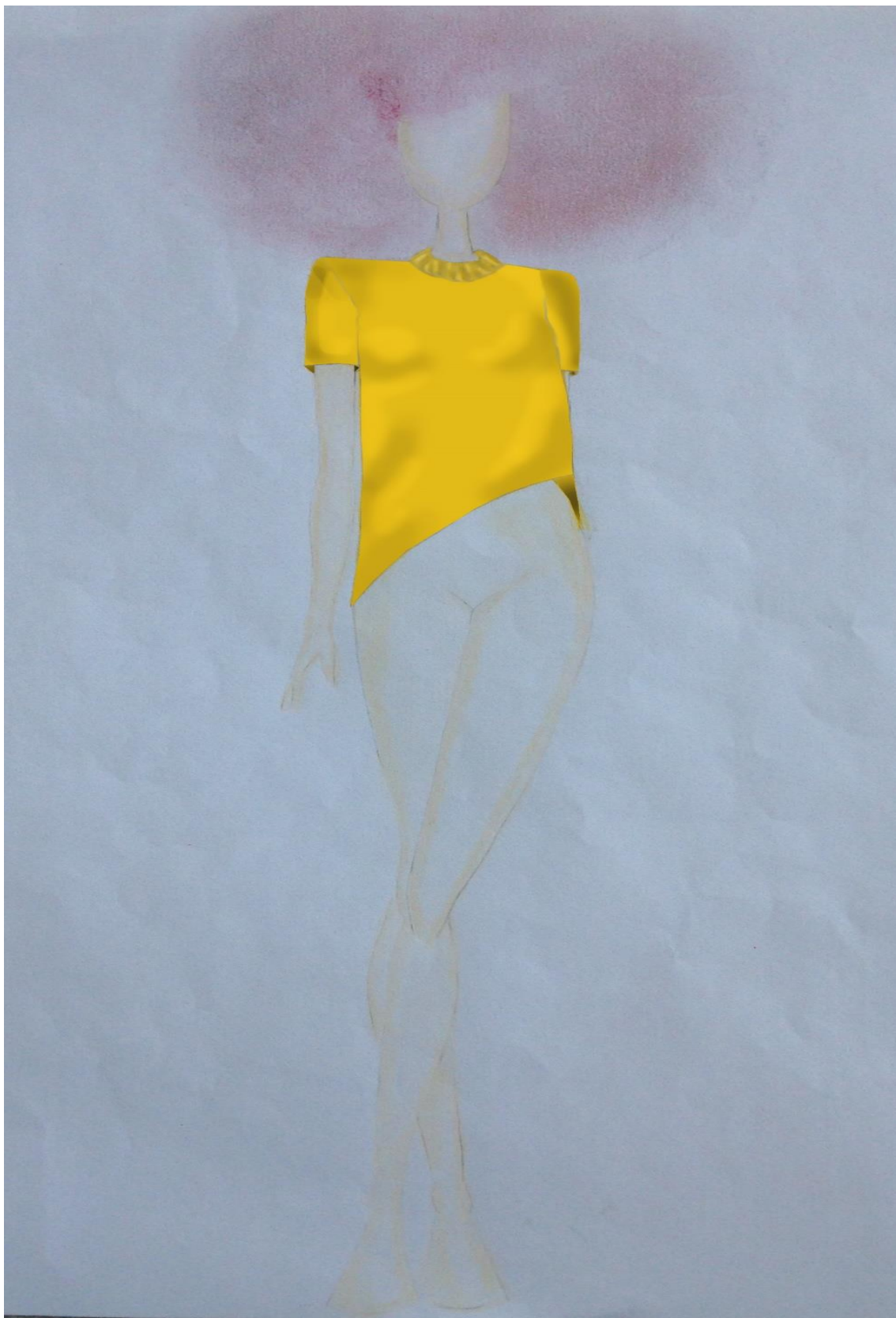
<sup>9</sup> Fonte: Criada pelos autores



**Figura 10: Busa Assimétrica Com Gola<sup>10</sup>**

---

<sup>10</sup> Fonte: Criada pelos autores



**Figura 11: Blusa Manga Assimétrica<sup>11</sup>**

---

<sup>11</sup> Fonte: Criada pelos autores





**Figura 12: Blusa com Gola<sup>12</sup>**

---

<sup>12</sup> Fonte: Criada pelos autores



**Figura 13: Calça Reta<sup>13</sup>**

---

<sup>13</sup> Fonte: Criada pelos autores





**Figura 14: Calça Transpassada<sup>14</sup>**



---

<sup>14</sup> Fonte: Criada pelos autores

**Figura 15: Saia MIDI<sup>15</sup>**



---

<sup>15</sup> Fonte: Criada pelos autores

**Figura 16: Jaqueta Over<sup>16</sup>**



---

<sup>16</sup> Fonte: Criada pelos autores



**Figura 17: Macacão Over<sup>17</sup>**



---

<sup>17</sup> Fonte: Criada pelos autores

**Figura 18: Vestido Reto<sup>18</sup>**



---

<sup>18</sup> Fonte: Criada pelos autores

## **4.5 Máquinas de costura e estrutura exigida**

Para a produção das peças foi definido que as peças serão divididas; em duas a primeira delas, a criação e modelagem, será feita na própria empresa. Já o corte, a costura e o acabamento será realizado por terceiros. Porém, para que a empresa terceirizada possa prestar serviços para a Florescer, será necessário apresentar o documento comprobatório de não-uso de trabalho análogo à escravidão, conforme determina a lei. Trata-se da cartilha das Confeções.

O maquinário definido para a costura das peças da coleção deverá ser formado por:

- 2 retas industriais convencionais;
- 2 overloques industriais convencionais;
- 1 ferro industrial.


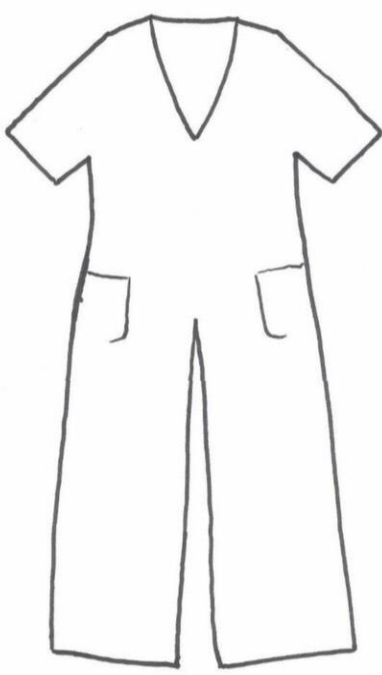

Reta industrial (simples): faz o ponto corrente 901 e é a mais utilizada. Ela costura tecidos planos e algumas malhas, tendo que sofrer alguns ajustes de acordo com o tecido escolhido. A reta também faz os pespontos e os acabamentos. É utilizado somente um cone de linha, mais uma bobina com linha na lançadeira da máquina.

Overloque industrial: faz o ponto de acabamento das peças e pode ser utilizada tanto para tecido plano como para malha. Para costurar ela precisa de 1 cone de linha e 2 cones de fio.

Ferro industrial: é utilizado para a passadeira das peças durante e depois a costura. Ele possui sistema de vapor e sucção de ar. Possui temperaturas variáveis, para que as peças mais delicadas como também as mais pesadas possam ser passadas sem queimar ou prejudicá-las de alguma forma.

## **4.2 Fichas Técnicas**

### **4.2.1. Macacão**



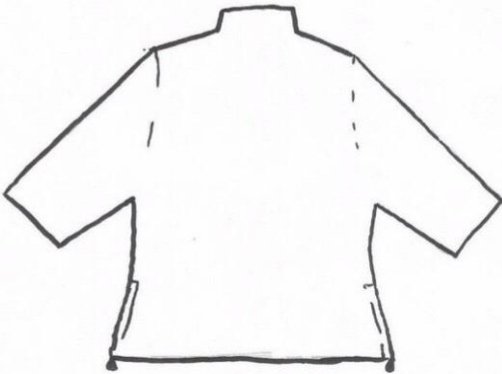
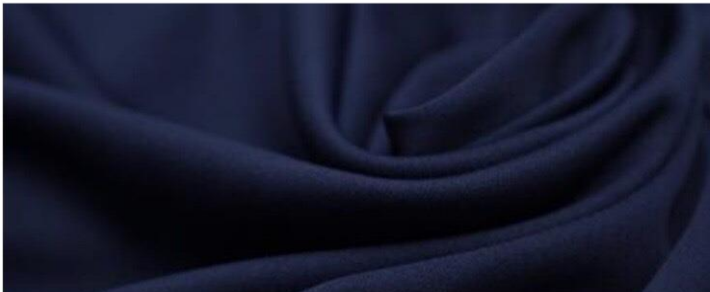
|  |  |                      |
|--|--|----------------------|
|     | <b>FICHA TÉCNICA DE PRODUTO</b>                    |                      |
|  | <b>Coleção:</b> Cápsula - Outono 2020              | <b>Data:</b> /     / |
|  | <b>Modelo:</b> Macacão                             |                      |
|  | <b>Referência:</b> 001                             |                      |
|  | <b>Descrição:</b> Macacão over com manga e bolsos. |                      |
| <b>DESENHO TÉCNICO</b>   |  |                      |
| <b>Frente</b>  | <b>Costas</b>                                      |                      |
|    |  |                      |
|   |  |                      |
| <b>AMOSTRA DO TECIDO PRINCIPAL</b>   |  |                      |
|  |  |                      |








## 4.2.2. Blusa

|  |  |                      |
|--|--|----------------------|
|   | <b>FICHA TÉCNICA DE PRODUTO</b>                        |                      |
|  | <b>Coleção:</b> Cápsula - Outono 2020                  | <b>Data:</b> /     / |
|  | <b>Modelo:</b> Blusa com Gola                          |                      |
|  | <b>Referência:</b> 002                                 |                      |
|  | <b>Descrição:</b> Blusa com gola e zíper nas laterais. |                      |
| <b>DESENHO TÉCNICO</b>   |  |                      |
| <b>Frente</b>  | <b>Costas</b>  |                      |
|   |  |                      |
| <b>AMOSTRA DO TECIDO PRINCIPAL</b>   |  |                      |
|    |  |                      |





## 4.2.3. Calça

|  |                                       |                      |
|--|---------------------------------------|----------------------|
|   | <b>FICHA TÉCNICA DE PRODUTO</b>       |                      |
|  | <b>Coleção:</b> Cápsula - Outono 2020 | <b>Data:</b> /     / |
|  | <b>Modelo:</b> Calça Envelope         |                      |
|  | <b>Referência:</b> 003                |                      |
|  | <b>Descrição:</b>                     |                      |
| <b>DESENHO TÉCNICO</b>   |                                       |                      |
| <b>Frente</b>  | <b>Costas</b>                         |                      |
|   |                                       |                      |
| <b>AMOSTRA DO TECIDO PRINCIPAL</b>   |                                       |                      |
|    |                                       |                      |







### **4.3. CUSTOS**

#### *4.3.1. Definição e missão*

Os custos de uma empresa funcionam para definir valores de venda dos produtos, conduzindo-os à prática de preços competitivos e permitindo retornos que favoreçam a saúde financeira da empresa.

#### *4.3.2. Custos diretos*

É a soma da matéria prima direta mais a mão de obra direta, ou seja, tudo que está interligado diretamente ao produto. Mão de obra direta é o custo de todo o trabalho humano diretamente aplicado nas matérias primas para transformá-las em produto final.

#### *4.3.3. Custos Indiretos*

São os custos que ocorrem na área da empresa com exceção da matéria prima direta e da mão de obra direta, enquadrando assim a mão de obra indireta e a matéria prima indireta. Aqui engloba todos os custos das ferramentas, materiais de manutenção e muitos outros materiais que não são ligados diretamente a produção do produto, mas que sem eles o produto não existiria.

#### *4.3.4. Custos Com Escritório*

A Florescer será uma MEI, Microempreendedor Individual, fazendo com que sua forma de atuação seja mais flexível. O trabalho de desenvolvimento será feito em Home office, separando uma sala da nossa casa especialmente para a empresa, com essa forma de atuação vimos a necessidade de separar parte dos gastos que seriam produzidos em função a própria.

Com isso chegamos à conclusão de que com a empresa terá em média um movimento de R\$ 6.811,00 mensal e seu registro de MEI a possibilita da isenção de taxas do governo, foi então incluso a taxa comercial de 10% do valor de custo de cada peça para o que chamamos de Taxa comercial, ela será utilizada para suprir os gastos com escritórios e outros afins.

#### 4.3.5. Tabela de Custo

**Figura 19: Tabela de Custo**

| Produto            | PC        | MOD       | PC + MOD  | Tx. Com . | PC    | ML    |
|--------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|-------|
| TOP 40%            |           |           |           | 10%       |       | %     |
| Blusa de Gola      | R\$ 33,04 | R\$ 9,00  | R\$ 42,04 | 4,2       | 46,24 | 52,99 |
| Blusa Assimétrica  | R\$ 31,50 | R\$ 9,00  | R\$ 40,50 | 4,05      | 44,55 |       |
| Blusa Mule         | R\$ 27,50 | R\$ 9,00  | R\$ 36,50 | 3,65      | 40,15 |       |
| Blusa decote Canoa | R\$ 27,50 | R\$ 9,00  | R\$ 36,50 | 3,65      | 40,15 |       |
| BOTTON 30%         |           |           |           |           |       |       |
| Calça Envelope     | R\$ 31,32 | R\$ 12,00 | R\$ 43,32 | 4,33      | 47,65 |       |
| Calça Reta         | R\$ 24,56 | R\$ 12,00 | R\$ 36,56 | 3,65      | 40,21 |       |
| Saia Midi          | R\$ 27,94 | R\$ 12,00 | R\$ 39,94 | 3,99      | 43,93 |       |
| ONE PIECE 20%      |           |           |           |           |       |       |
| Macacão            | R\$ 45,14 | R\$ 12,00 | R\$ 57,14 | 5,71      | 62,85 |       |
| Vestido            | R\$ 33,80 | R\$ 12,00 | R\$ 45,80 | 4,58      | 50,38 |       |
| OVER TOP 10%       |           |           |           |           |       |       |
| Jaqueta            | R\$ 39,42 | R\$ 15,00 | R\$ 54,42 | 5,44      | 59,86 |       |
| Total de Vendas    |           |           |           |           |       |       |

| PV         | Tamanho        | Estoque p/<br>tam. | TP | Venda Mensal |
|------------|----------------|--------------------|----|--------------|
| R\$ 98,36  | P - M - G      | 2                  | 6  | R\$ 590,16   |
| R\$ 94,76  | P - M - G      | 2                  | 6  | R\$ 568,56   |
| R\$ 85,40  | P - M - G      | 2                  | 6  | R\$ 512,40   |
| R\$ 85,40  | P - M - G      | 2                  | 6  | R\$ 512,40   |
| R\$ 101,36 | P - M - G      | 2                  | 6  | R\$ 608,16   |
| R\$ 85,53  | P - M - G      | 2                  | 6  | R\$ 513,18   |
| R\$ 93,44  | P - M - G - GG | 2                  | 8  | R\$ 560,64   |
| R\$ 133,69 | P - M - G - GG | 2                  | 8  | R\$ 1.069,52 |
| R\$ 107,16 | P - M - G - GG | 2                  | 8  | R\$ 857,34   |
| R\$ 127,33 | P - M - G - GG | 2                  | 8  | R\$ 1.018,64 |
|            |                |                    |    | R\$ 6.811,00 |

### Descrição de abreviações

**Figura 20: Descrição de Abreviaturas<sup>20</sup>**

|         |                         |
|---------|-------------------------|
| PC      | Preço de Custo          |
| MOD     | Mão de Obra             |
| Tx. Com | Taxa de Comercialização |
| ML      | Margem Lucro            |
| PV      | Preço de Venda          |
| TP      | Total de Produtos       |

<sup>20</sup> Fonte: Criada pelos autores

Para fazer o planejamento de vendas mensal foi necessário juntar o custo direto com a mão de obra e calcular a taxa comercial de 10%, chegando então em um custo total, a partir disso obtivemos uma margem de lucro de 52,99% para então fazer o preço de venda para agregar o produto no mercado.

## 5. DEFINIÇÃO DO FORMATO DE VENDA

Com a industrialização tivemos várias inovações no mundo e a partir disso veio também a necessidade de praticidade de compra, hoje em dia o indivíduo passa muito tempo recolhido tanto para trabalho quanto para atividades do seu dia a dia e devido essa ausência de tempo e com o avanço tecnológico surgiu a ideia das vendas online. Antigamente era um assunto pouco abordado dado a falta de segurança e confiança do consumidor, porém hoje em dia o mercado está se revolucionando e cada vez ganhando mais espaço, tornando até melhor aos olhos de alguns consumidores, e com esse novo meio de venda a Florescer decidiu abordar essa pequena porcentagem de indivíduos, mulheres antenadas e práticas que vem no e-commerce a oportunidade de uma compra segura, rápida, com qualidade e praticidade.

A ideia inicial é expor os produtos oferecidos pela loja de forma que a pessoa possa não só ver sua qualidade como também medidas, caimento e proposta da peça para com o público que queremos atingir. Com plataforma mobile e de fácil acesso e compreensão. A Florescer será uma loja e-commerce, tendo um site onde todos os seus produtos estejam a venda por esse portal.

### 5.1. Layout

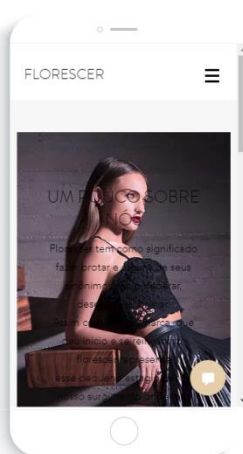
**Figura 21 – layout do site<sup>21</sup>**

---

<sup>21</sup> Fonte: Criada pelos autores



**Figura 22 – Aplicativo para vendas**



**Figura 23 – Sacola Promocional e Cartão de Visita<sup>22</sup>**



<sup>22</sup>Fonte: Criada pelos autores

## 6.SEGURANÇA DO TRABALHO

Dentro da marca Florescer, a segurança do trabalho aplica-se a sua sede, aonde se encontra o escritório e confecção. Nas suas atividades laborais de confecção, pode-se encontrar diversos riscos relativos à segurança e saúde dos trabalhadores, como os provenientes da organização do trabalho, que é o risco ergonômico, e os ligados aos equipamentos e agentes agressivos, que são os riscos físico, químico e de acidentes.

Segundo o Canal da Prevenção, as doenças de coluna são as mais frequentes no setor, sendo a mais comum a LOMBAGIA. Essas dores estão relacionadas com as chamadas afecções musculoesqueléticas e pode levar o indivíduo a incapacidade física, impedindo-o de realizar determinadas atividades profissionais.

A coluna pode ser afetada em toda sua extensão: pescoço ou região cervical, costas ou região dorsal e lombar que corresponde a região abaixo da cintura. Nos membros superiores, as LER/DORT(Lesões por Esforços Repetitivos/Distúrbio Osteomuscular Relacionado ao Trabalho) são doenças provenientes da organização e relações do trabalho.

Suas causas são movimentos repetitivos, posturas inadequadas por muito tempo, tarefas monótonas e sem criatividade, ritmo intenso e imposto, sobrecarga mental e pressão para produzir. *Nos olhos*, a fadiga visual é sentida como cansaço nos olhos e sensação de lacrimejamento. Causa diminuição da capacidade visual e da atividade laboral. Quando se realizam atividades repetitivas, que exigem minuciosidade, as condições de trabalho devem ser adequadas e o posto de trabalho deve estar iluminado adequadamente.

Outros riscos de acidentes na área são choques, perda auditiva devido ao uso de máquinas barulhentas, queimaduras, cortes, perfurações por agulhas, alfinetes e tesouras, quedas, lesões nos olhos por objetos pontiagudos (agulhas/quebradas), alergias, doenças respiratórias, fadiga, depressão. Existe também o risco de incêndio, devido ao tipo de material utilizado, retalhos espalhados e instalações elétricas. É de extrema importância o uso de extintor adequado no local de trabalho para princípio de incêndio juntamente com o treinamento.

### **6.1. Equipamentos de Proteção Individual (EPI)**

Para que as atividades da Florescer sejam realizadas com a maior segurança, e dentro da regularidade, faz-se necessário uso de Equipamentos de Proteção Individual no setor de confecção da marca, sendo eles: óculos de proteção, gorro ou touca apropriada, protetor auricular, sapato de segurança, luvas de proteção e avental.

A higiene pessoal também é importante para se evitar doenças. No ambiente de trabalho a higiene pessoal faz parte das obrigações do trabalhador, tal como manter cabelos protegidos e presos, manter unhas curtas e limpas, não utilizar adornos como colares, amuletos, pulseiras, brincos, relógios e anéis, e sempre higienizar as mãos da maneira correta.

A organização do espaço também é muito importante para conter os riscos de acidentes e a saúde e bem-estar do trabalhador. Segundo a Canal da Prevenção:

“O Arranjo físico e instalações de máquinas devem seguir as seguintes normas: As áreas de circulação devem ser mantidas permanentemente desobstruídas. Os pisos dos locais de trabalho onde houver máquinas e equipamentos e das áreas de circulação devem ser nivelados, mantidos limpos e livres de objetos, ferramentas e quaisquer materiais que ofereçam riscos de acidentes. As instalações elétricas das máquinas e equipamentos devem ser mantidas de modo a prevenir, por meios seguros, os perigos de choque elétrico, incêndio, explosão e outros tipos de acidentes. Os materiais como tecidos, roupas, moldes e retalhos, devem ser guardados em locais específicos longe de fonte de calor, locais húmidos e fiações inadequadas. Manter sempre o local de trabalho sempre bem ventilado, com boa iluminação. ”

Fonte: CANAL DA PREVENÇÃO; acesso em 02/12/2018



## **7. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Após uma completa pesquisa e análises, de público alvo, a matéria-prima, a modelagem, os custos para produção e todo o processo para criação da marca Florescer, podemos concluir que a marca tem um grande potencial no mercado e com diferenciais atendendo variados tamanhos e com desempenho de qualidade visando o público, com pesquisa que levam em consideração os comprados com pesquisa de satisfação.

O estudo acadêmico nos trouxe um grande conhecimento técnico para o desenvolvimento de uma empresa que não visa apenas resultados de vendas, sim qualidade operacional, melhoria no mercado e também visa o meio ambiente.

Nos deu oportunidade de aprender desde o processo de criação, confecção até o cliente final que está em foco desde o início pois a marca surge da necessidade básica do ser, mesmo levando em consideração a gosto de seus proprietários devemos sempre evidenciar que a marca é feita pelo seu consumidor.

## Referências Bibliográficas

Coelho, R. (20 de Dez de 2018). Segurança do Trabalho da Indústria Têxtil. <https://canaldaprevencao.com/seguranca-do-trabalho-na-industria-textil/>.

Koumbis, D. S. (2014). *A Compra Profissional de Moda*. GG BR - Gustavo Gill.

Luiz, J. (15 de Nov de 2018). Paleta Pastel. <https://medium.com/tend%C3%Aancias-digitais/cores-past%C3%A9is-e606a1eae58d>.

Luize, M. (20 de Dez de 2018). Estilo Boho. <https://manuluize.com/estilo-boho-como-usar/>.

Martins, L. (05 de Nov de 2018). Costela de Adão é a Trend da Vez . <https://www.otempo.com.br/pampulha/estilo/costela-de-ad%C3%A3o-%C3%A9-o-trend-da-vez-1.1510353>.

## **Glossário**

Style – Estilo.

Bottom – Roupas para os membros inferiores.

Overtop – Roupa para membros superiores.

Onepiece – Peça única, veste o corpo todo.

Influencers – Influenciadores de ideia e tendências.

Boho – (bohemian, bohèmeera) – Termo utilizado para um determinado estilo com influências nômades.

Supermodels – Modelos.

Shapes – Silhueta das peças, forma.

Pantone® - Padrão de cores no mercado nacional e internacional.

Corel Draw – Programa de desenho vetorial bidimensional para design gráfico

Illustrator – Editor de imagens vetoriais

**ANEXO****QUESTIONÁRIO PÚBLICO ALVO**

**01 – Qual a sua idade?**

**02 – No seu tempo de lazer, o que você faz? (Pode marcar mais de uma opção)**

☐ Shopping ☐ Família ☐ Amigos ☐ Festas, eventos

**03 – Você apoia o consumo consciente?**

☐ Sim ou ☐ Não

**04 – Qual seu estado civil?**

☐ Solteira ou ☐ Casada

**05 – Qual sua classe social?**

☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ E

**06 – Qual sua preferência por roupas?**

☐ Fabricadas no Brasil ou ☐ Importadas

**07 – O que você prioriza ao se vestir?**

☐ Feminilidade ☐ Conforto ☐ Autenticidade

**08 – O que você compra com mais frequência?**

☐ Jeans ☐ Camisaria ☐ Malha (vestidos leves, saias, etc) ☐ Social

**09 – Quando o assunto é compras?**

☐ E-commerce ☐ ou ☐ Loja Física

