



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO DE VESTUÁRIO COM SISTEMA COMPUTADORIZADO

Planning and development of clothing collection with computerized system

Dal-Bó, Isabela; Mestre; Instituto Federal Catarinense, isabela.dalbo@ifc.edu.br¹
Silveira, Icléia; Doutora; Universidade Do Estado de Santa Catarina,
icleiasilveira@gmail.com²

Resumo: O objetivo do artigo é conhecer as possibilidades da gestão do planejamento e desenvolvimento de produtos de vestuário com a utilização do *software* ColeçãoModa. Utilizou-se a pesquisa qualitativa e descritiva nos limites de estudo de caso. Foram analisadas todas as funções do sistema e os resultados indicaram que se trata de um *software* de gestão para criação e desenvolvimento de coleções de vestuário, agiliza os processos por ser todo automatizado, destacando-se também, a criação de banco de dados.

Palavras chave: Software. Planejamento. Desenvolvimento. Moda. Vestuário.

Abstract: The objective of the article is to know the possibilities of the management of planning and development of clothing products using the software ColeçãoModa. Qualitative and descriptive research was used within the limits of the case study. All functions of the system were analyzed and the results indicated that it is a management software for the creation and development of clothing collections, streamlines the processes as it is completely automated, detach also the creation of a database.


Keywords: Software. Planning. Development. Fashion. Clothing.

Introdução

A utilização de suporte informatizado com *software* específico para o setor de criação pode integrar e organizar todas as etapas de planejamento de coleção de vestuário, facilitando os procedimentos de pesquisa, criação e produção, fases importantes do processo produtivo. Estão disponíveis no mercado alguns sistemas para a indústria de vestuário — sendo um deles é o *CAD* (*Computer Aided Design* — projeto

¹Professora no Instituto Federal Catarinense – Campus Ibirama. Mestre em Design de Vestuário e Moda pela UDESC.

²Professora do curso de Moda e do Mestrado em Design de Vestuário e Moda. Mestre em Engenharia de Produção da UFSC, Dra. em Design pela PUC/RIO





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

assistido por computador) — para a criação de produtos, modelagem e prototipagem virtual, e para o uso por designers que são responsáveis pelo desenvolvimento das coleções nas empresas.


O sistema computadorizado pode oferecer etapas importantes ao planejamento de coleção, como, por exemplo, a análise do desempenho das coleções anteriores, auxiliar na criação cronograma de execução, unidade ao *mix* de produtos, gerir e quantificar custos e preço de vendas, entre outras atividades indispensáveis. Portanto, o *software* tem que contemplar algumas funções a serem aplicadas pela metodologia projetual no desenvolvimento de produtos. O objetivo do artigo é conhecer as possibilidades da gestão do planejamento e desenvolvimento de produtos de vestuário com a utilização do *software* Coleção.Modna na aplicação prática das suas funções.

Destaca-se como justificativa, a busca do aperfeiçoamento no desenvolvimento de produtos de vestuário com o uso de metodologia e de *softwares*, o que pode diminuir os custos financeiros, agilizar e aperfeiçoar o processo, uma vez que reúne as informações relevantes em banco de dados e permite a comunicação mais interativa e eficiente entre os setores produtivos envolvidos. Um *software* pode contribuir na organização dos dados e informações provenientes das pesquisas, estabelecendo prioridades entre os mesmos e facilitando a visualização das metas para garantir o cumprimento das tarefas e a entrega dos produtos no prazo previsto aos compradores.

Aplicou-se a uma pesquisa qualitativa e descritiva, desenvolvida nos limites de estudo de caso. As fontes técnicas constituíram-se de livros, teses, dissertações, artigos de jornais, revistas científicas e *sites* referentes à composição da pesquisa teórica propriamente dita.

Sistemas informatizados para o setor de desenvolvimento de produto

O aumento da produção na indústria de vestuário e o crescente volume dos negócios do mercado da moda despertam questões de inovação e tecnologia no ambiente produtivo, sejam com o uso de *softwares*, sistemas informatizados, ferramentas das TICs ou novos equipamentos digitais apropriados ao processo de





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

produção. Nessa perspectiva, o projeto do vestuário é executado a partir do planejamento de modelos, formas, materiais e outros aspectos programados e analisados para que o produto tenha a qualidade necessária à competitividade da empresa.

O sistema *CAD* e/ou *CAM* — Projeto Assistido por Computador e Manufatura Assistida por Computador, traduzidos do inglês *Computer Aided Design Computer, Aided Manufacturing* —, podem interagir junto à automação da produção. O *CAM* utiliza computadores e equipamentos de controle numérico nos processos de produção (SILVEIRA, 2017).

Portanto, as duas tecnologias juntas, *CAD* e *CAM*, formam um sistema completo e integrado. Dessa forma, o produto é projetado na tela do computador e a informação criada é transmitida para os sistemas de produção. Por conseguinte, as etapas específicas para o planejamento e desenvolvimento de coleções são apresentadas na sequência.

Etapas para o planejamento e desenvolvimento de coleção de vestuário

O planejamento é uma etapa fundamental para o desenvolvimento de uma coleção de vestuário, já que favorece o trabalho dos profissionais envolvidos além de auxiliar no processo criativo dos designers de vestuário e demais membros da equipe. Para Treptow (2013), a reunião de planejamento exige comunicação, troca de experiências, de informações e de conhecimentos entre os membros da empresa (equipe de criação, gerentes, área comercial, marketing e produção) que participam dessa atividade. As etapas para o planejamento de coleção de vestuário destacam-se na Figura 1.


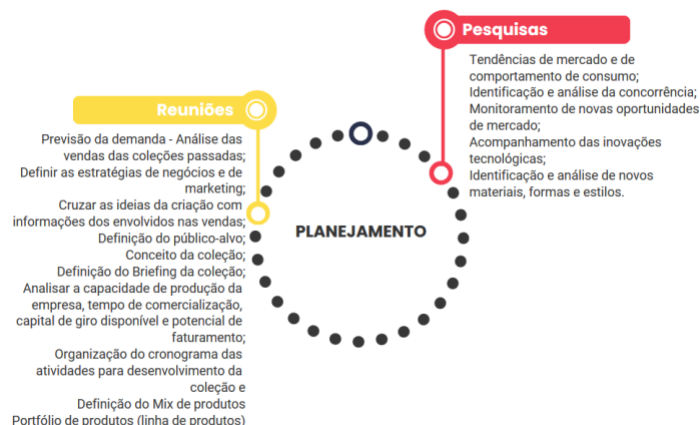


Figura 1: Etapas do planejamento e desenvolvimento de coleção de vestuário.



Fonte: elaborada pelas autoras (2019).

Como pode ser observado na Figura 1, o planejamento para o desenvolvimento de uma coleção de vestuário está dividido em dois momentos: a pesquisa e a reunião. Os designers de vestuário e demais membros da equipe, quando se reúnem para o planejamento da coleção, já estão de posse das pesquisas realizadas por cada um dos responsáveis. Durante a reunião estas pesquisas são analisadas e discutidas.

A pesquisa de tendências busca perceber o contexto atual e, a partir dele, consegue fazer um prognóstico, desenhar um futuro plausível para processos criativos e produtivos nos mais diversos segmentos de mercado. Segundo Rech e Campos (2009), as tendências funcionam como um espelho do futuro na contemporaneidade. Espelho no quais signos atuais emergentes dos modelos de vida e refletem projeções apontadas para um futuro específico.

O comportamento do consumidor é influenciado por muitos fatores (econômicos, sociais, políticos, artísticos, culturais etc.). Cabe às empresas aproximarem-se dessas informações, a fim de elaborar uma coleção de vestuário que mais se aproxime de seus desejos e interesses. Para Treptow (2013), a relação de uma marca com seu consumidor deve ser harmoniosa e estreita.

O acompanhamento das inovações tecnológicas — principalmente as digitais, específicas para os setores de criação, modelagem e corte — torna mais eficiente o desenvolvimento de produtos. As empresas precisam aprimorar os processos de trabalho



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

investindo em inovações tecnológicas que aumentem a produtividade e a competitividade.

A reunião — esse momento envolve todos os profissionais responsáveis pelo planejamento e desenvolvimento da coleção para tomar conhecimento das pesquisas realizadas (Figura1), discutir as ideias, trocar experiências e opiniões até chegar ao portfólio dos produtos, de acordo com a estratégia da empresa, que, por sua vez, tem como foco o cliente.


Previsão da demanda — nas empresas de vestuário há sempre uma corrida contra o tempo. Os prazos para atender a demanda, principalmente de produtos, com as tendências de consumo são cada vez mais imediatos. Esta é uma das razões pelas quais as empresas precisam de uma previsão, a fim de desenvolver um plano que possa antecipar, de alguma forma, os seus processos produtivos e direcionar seus recursos, buscando evitar atrasos na entrega dos produtos.

O briefing deve concentrar de modo claro o conceito da coleção, indicando as cores, os materiais, as texturas, as linhas, as formas, os volumes e outras informações importantes. Segundo Treptow (2013, p.109), “[...] a leitura estética do *briefing* tem por objetivo comunicar no processo quais conceitos irão nortear a coleção.

O cronograma de atividades para desenvolvimento da coleção é um documento que estabelece as atividades que devem ser executadas dentro dos prazos estabelecidos.

O mix de produtos ou composto de produto é o conjunto de produtos de uma empresa. Para Treptow (2013), o *mix* de produtos corresponde à variedade de itens oferecidos pela empresa ao mercado, ele pode ser analisado quanto a sua abrangência, extensão, profundidade e consistência.

Portfólio dos produtos — segundo Marcondes (2015), o portfólio dos produtos das empresas de moda corresponde à coleção de modelos que a empresa disponibiliza ao mercado. Dentro do portfólio de produtos pode-se trabalhar com linhas de produtos. As linhas de produtos podem ser ampliadas ou diminuídas conforme a análise das vendas, na qual se observam os resultados de cada produto e a contribuição de cada item para o desempenho da linha.



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Concluída a etapa de planejamento da coleção de vestuário com as pesquisas e as reuniões decisórias, inicia-se o desenvolvimento da coleção de vestuário.

Desenvolvimento de coleção - Após a realização das etapas que foram descritas para planejamento da coleção de vestuário (pesquisa e reuniões) na fase de planejamento, inicia-se o processo criativo. Treptow (2013, p. 91) “[...] o processo de desenvolvimento de coleção é dinâmico e exige intensa comunicação entre os membros da equipe”. É nesta fase que será criada a coleção (Figura 2).

Figura 2: Etapas do planejamento e desenvolvimento de coleção de vestuário.



Fonte: elaborada pelas autoras (2019).

No desenvolvimento de um projeto de coleção de vestuário o designer tem como desafio transformar os conceitos abstratos em produtos concretos. A imagem deve ser tratada pelo designer como informação, para que, a partir dela, sejam criados produtos inovadores. O processo criativo de produtos de vestuário utiliza a representação gráfica para configurar visualmente o que está sendo imaginado (Figura 3). A coleta e análise imagética é algo muito explorado no desenvolvimento de vestuário, pois se tem uma visão geral das correntes estéticas que traduzem os comportamentos sociais (SANCHES, 2007).

Figura 3: Painéis de tendência inverno 2020.



Fonte: TREND report... (2020).

- a. **Definição do tema** — o tema da coleção é definido a partir do conceito geral, sendo o objeto de inspiração transformado em uma proposta de vestuário, conforme o objetivo da empresa. A figura 4 mostra um exemplo de Paine de Inspiração do tema da coleção.

Figura 4: Painéis de tendência inverno 2020.



Fonte: NEW fashion... (2018).

- b. **O painel de público-alvo ou de estilo de vida** —relaciona-se ao perfil e estilo devido do público-alvo (figura 5). Ele expressa em imagens os valores pessoais e sociais dos consumidores, ilustra o seu trabalho, seu cotidiano, seus *hobbys* e outras situações e ocasiões que reverberam na personalidade do usuário.

Figura 5 — Pannel do público-alvo



Fonte: TREND report... (2020).

Esse painel tem a função de mostrar o público-alvo, seu comportamento de consumo e seu estilo de vida.

- c. **Cartela de cores** — a cor é um aspecto fundamental no processo de pesquisa e inspiração da coleção. A escolha das paletas ou cartelas de cores deve permitir ao designer uma variedade de combinação (TREPTOW, 2013). Essas cores devem ser extraídas do *briefing* proposto, do tema da coleção e de sua conexão com as tendências contemporâneas, construindo uma imagem forte e atual para a coleção.
- d. **Cartela de materiais** (tecido) — O tecido é a principal matéria-prima escolhida pelo designer na hora de desenvolver a coleção. Sendo assim, ele precisa estar de acordo com a estação e com o tema proposto.
- e. **Cartela de aviamentos** — os aviamentos são materiais utilizados para a confecção de uma roupa além do tecido. Podem ser utilizados na construção da peça, como é o caso das linhas, etiquetas, zíperes e botões funcionais.
- f. **Desenho dos modelos da coleção** — os desenhos das peças da coleção são realizados de várias formas: esboços, desenho de moda e desenho técnico. Esboçar é uma maneira de visualizar formas. O esboço deve ser figurativo e, portanto, parecer-se com a forma humana, o que permite que seja estilizado (TREPOTW, 2013).

16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

- g. **Croqui de moda** — no processo de desenvolvimento de produtos, o desenho é capaz de apresentar visualmente os produtos propostos para a coleção. O croqui deve expressar a roupa, o produto em si, mostrando a forma ou silhueta, os detalhes, os tecidos e/ou materiais, as estampas, os aviamentos e as cores (TREPOTW, 2013). A Figura 6 apresenta um exemplo de croqui de moda.

Figura 6 — Croqui de moda



Fonte: Glamour (2016).

- h. **Desenho técnico** — o desenho técnico traz o detalhado da peça do vestuário e/ou acessório e não apresenta, em sua representação, o corpo da figura humana. Trata-se do desenho planejado de peças do vestuário que funciona como referencial para a produção da peça em grande escala de repetição e que proporciona a identificação de seus detalhes e partes, como costura, corte, acabamentos e especificações, figura 7 (LEITE; VELLOSO, 2004).

Figura 7 — Desenho técnico.



Fonte: Leite e Velloso (2011, p. 15).

Programas de computador como *CAD* e *CAM* ainda permitem a criação de imagens em 3D, e sua utilização é interligada aos outros programas da indústria de confecção.

- i. **Geração de alternativas** — Ocorre à geração de esboços para a solução do problema, a definição de configuração do produto, formas, tecidos, padronagens, aviamentos, acessórios e tecnologias (RECH, 2002).
- j. **Definição dos modelos** — a definição dos modelos que farão parte da coleção deve ser uma decisão do grupo de planejamento. Deve ser considerado: atualidade, preço, criatividade, público-alvo etc.
- k. **Triagem e seleção das melhores alternativas** — triagem, delimitação conceitual ou tabela de parâmetro, cada autor descreve de uma forma, mas todas se referem ao trabalho com o universo do usuário, abrangendo suas características físicas e psíquicas com foco nas pesquisas sobre tendências de mercado. Na triagem são analisadas as possibilidades de produção de acordo com a capacidade da empresa (quantidade de maquinário e especificidades).
- l. **Tamanho da coleção** — depende da estratégia comercial da empresa.



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021


m. Ficha técnica (especificações do produto) — a ficha técnica é um documento descritivo de cada peça da coleção. Normalmente, o modelo dessas fichas varia de empresa para empresa, mas algumas regras devem ser seguidas. Segundo Treptow (2013), ficha técnica é uma demonstração descritiva de um artigo de coleção, ela inclui desenhos e apontamentos sobre materiais utilizados, medidas da peça, técnica de manufaturas e acabamentos. É a partir da ficha técnica que o modelista faz a interpretação do modelo, desenvolve a modelagem e o setor de custos calcula a quantidade de materiais necessários para a produção da coleção. Após a execução da modelagem é feito a prototipagem dos modelos.

O protótipo — para testar a modelagem é confeccionado o protótipo, observando-se o caimento do modelo e os aspectos ergonômicos e de usabilidade. Quando finalmente o protótipo é aprovado sem restrições passa a ser a peça-piloto, que será usada como modelo para produção de todas as demais peças. Sempre que ocorre uma alteração no protótipo é feita nova modelagem. Ao finalizar os moldes, tanto na modelagem plana tradicional manual quanto no sistema computadorizado, devem ser inseridas as informações indispensáveis, como: referência, tamanho, quantidade de vezes que será cortado, sentindo do fio, pences, piques, nome do componente da peça e tecido que irá ser cortado.

Para concluir, destaca-se que a dinâmica dos mercados de moda é guiada pelas tendências de consumo e pela demanda de produtos, cabendo aos designers a busca constante por essas informações para antecipar o lançamento das coleções, monitorando cultura, comportamentos e seus concorrentes.

Procedimentos metodológicos

O trabalho de pesquisa foi planejado como sendo de caráter básico, estudo destinado a aumentar a base de conhecimento científico. Caracterizando-se como uma pesquisa qualitativa e descritiva com o escopo de um estudo de casos. Do ponto de vista da abordagem do problema, pesquisa qualitativa e descritiva, buscando uma profunda compreensão do contexto em estudo, interpretando, analisando e descrevendo os





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

resultados (MARCONI; LAKATOS, 2006). Quanto aos procedimentos técnicos utilizou-se as bases teóricas em livros, teses, dissertações, artigos científicos publicados, bem como materiais na *internet* com teor científico. Para a coleta de dados (mês de outubro, 2020), na empresa do *software* Coleção.Moda, aplicou-se uma entrevista, apoiada por um questionário semi-estruturado, com algumas questões e tópicos predeterminados, possibilitando, assim, a formulação de outras questões durante todo o processo. Os dados coletados nas entrevistas foram analisados por meio da técnica de análise qualitativa.

Resultados do estudo de caso - *software* Coleção.Moda


Inicia-se apresentando as informações obtidas nas entrevistas realizadas com os representantes da empresa Coleção.Moda. O objetivo foi conhecer suas características e ferramentas disponibilizadas para a gestão da criação e desenvolvimento de produtos de vestuário. Na oportunidade, além da entrevista, obteve-se material de cunho comercial (*on-line*) para consultas e acesso às funções do *software*.

1. O *software* Coleção.moda

O *software* Coleção.Moda é utilizado no gerenciamento e desenvolvimento de coleção de vestuário, auxilia a realização do *mix* de produto e o controle de todo planejamento de coleção em um ambiente na *Web*.

Trata-se de um sistema que, de acordo com o *site* Coleção.Moda (2018), pode auxiliar na criatividade de uma coleção de moda, tendo em vista o processo de trabalho dos profissionais do setor de criação, pois os mesmos trabalham com uma variedade de produtos e com muitas informações para a criação e o planejamento de produtos, o que pode ser facilitado pela ferramenta.

Para uma melhor catalogação das fichas técnicas a automatização é um ponto importante e, com isso, pode-se separá-las por meio de temas, coleções, tecidos, entre outros, que ajudam a analisar as que estão aprovadas e verificar as que estão em processo de construção, facilitam no cálculo em tempo real, verificação dos gargalos e estatísticas relacionadas às perdas. O sistema permite calcular, de maneira prévia, o

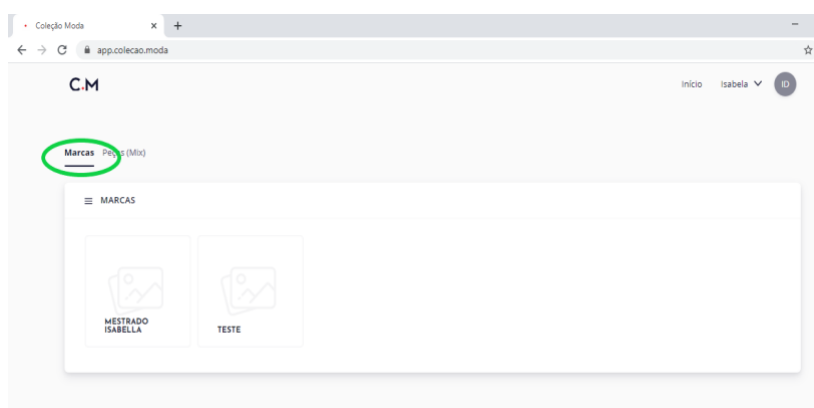


custo das peças idealizadas, podendo, assim, garantir a compatibilidade produtiva e assegurar que a logística atenda às necessidades definidas antecipadamente. Destacam-se os benefícios do *software* segundo pesquisa com os empresários.

2. Descrição das ferramentas do sistema

As ferramentas que o sistema oferece para realizar a construção de uma coleção de vestuário, do planejamento até o protótipo aprovado são: indicação de tendência, cronograma, divisão da coleção, *moodboards* de coleção, fichas técnicas, precificação, *workflow* de produto, mapa de coleção e relatórios. Ao acessar o sistema, a primeira etapa a ser preenchida são as informações sobre a empresa, como: grade, público, fator de graduação, entre outras. Ao clicar no ícone ‘marca’, dará início a uma nova coleção (Figura 8).

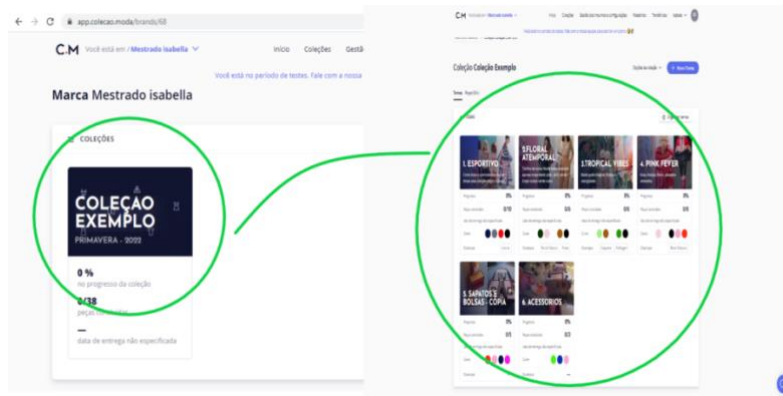
Figura 8: Início à criação da coleção.



Fonte: Coleção.Moda (2020).

Após clicar no ícone ‘selecionar a coleção’ se abrirá uma nova página onde constarão as informações que cada empresa deverá fornecer sobre sua marca. Ao selecionar esse ícone uma nova página será aberta, com opções de tema sugerido pelo software. Neste exemplo (Figura 9), selecionou-se uma coleção primavera/verão 2022, o sistema forneceu uma opção de seis temas (esportivo, floral atemporal, *tropical vibes*, *Pink fever*, sapatos e bolsas e acessórios).

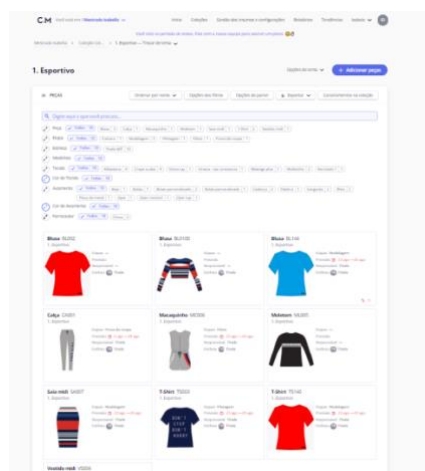
Figura 9: Ícone selecionar coleção.



Fonte: Coleção.Moda (2020).

Ao selecionar um dos temas abrirá uma página na qual deverão ser colocadas todas as informações necessárias para o tema. Estas informações são: peças (quantidade de cada tipo de peça que será desenvolvida), etapas (costura, modelagem, pilotagem, piloto e prova de roupa), nome da estilista (responsável pela peça), nome da modelista (responsável pela modelagem), tecidos, cores do tecido, aviamento, cor de aviamento e fornecedor. Estas informações derivam dos dados preenchidos pela designer de moda na criação de cada peça desenvolvida para o tema escolhido. A Figura 10 mostra a página do tema selecionado.

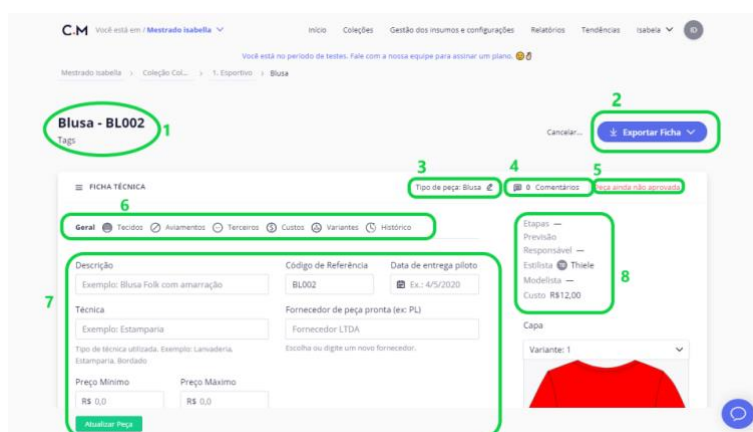
Figura 10: Tema selecionado.



Fonte: Coleção.Moda (2020).

Ao clicar e selecionar uma das peças criadas no referido tema, aparecerá uma nova aba com todos os dados que foram inseridos pelas profissionais responsáveis pela sua criação. Primeiro, mostram-se os dados inserido pelo designer de moda e, posteriormente, serão inseridos os dados do responsável pela modelagem, esta etapa está descrita no sistema como ficha técnica, figura 11.

Figura 11: Ícones aplicados no desenvolvimento de produtos.



Fonte: Coleção.Moda (2020).

O ícone número 1 indica o nome da peça com sua respectiva referência. O ícone 2 refere-se ao comando utilizado para exportar a ficha caso precise imprimir ou salvar o arquivo em alguma pasta, geralmente este comando é utilizado para mandar a ficha técnica para as facções nas quais são produzidas as peças de forma terceirizada.

No item 3 traz o ícone que indica a classificação da peça que compõe a coleção, o que facilita a busca entre as criações. O item 4 mostra o espaço utilizado por todos aqueles colaboradores que possuem acesso a determinada peça. O ícone 5, que está em vermelho, mostra se a peça está aprovada ou não. O ícone 6 mostra as características e descrição da peça, que podem ser observados ao clicar em qualquer um dos ícones circutados, dados como tecidos, aviamentos, terceiros, custos, variantes e histórico. No ícone 7 aparecem as informações que são selecionadas no ícone 6, que a cada clique muda para o segmento que foi escolhido. No ícone 8 pode ser observadas informações como etapa, previsão, responsável, estilista, modelista e custo. Dados estes que, assim

como no ícone 6, alimentam os diferentes setores da empresa de uma forma mais simplificada. Figura 12 mostra a seleção de função custo.

Figura 12 — Informações da função de uso

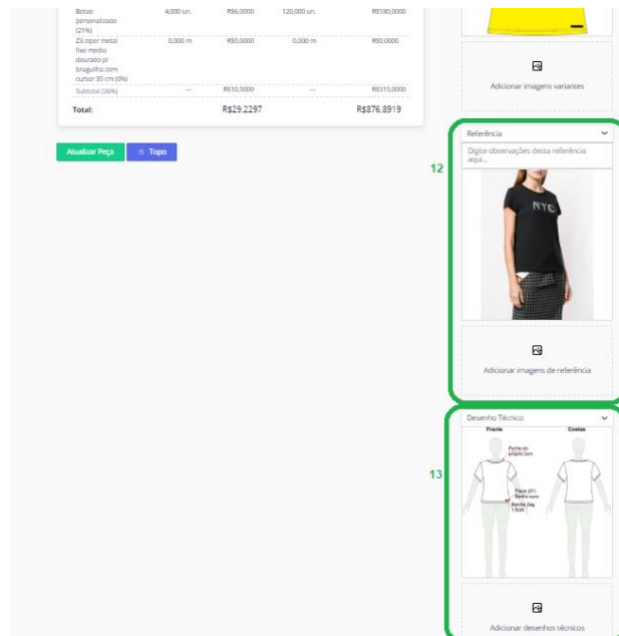
The screenshot displays a software interface for cost management. It features a list of cost functions (RS 4, RS 2, RS 3, RS 0) with fields for unit, name, and total. A quantity field is set to 30. A summary table shows costs for various categories like 'Outros', 'Tecidos', and 'Aviamentos'. On the right, there are three t-shirt variants (red, yellow, pink) with a total cost of R\$12,00.

Outros:	Consumo	Custo Unitário	Consumo de 30 peças	Custo de 30 peças
lavanderia (0%)	—	R\$0,00	—	R\$0,00
Costura (33%)	1	R\$4,00	30	R\$120,00
Acabamento (17%)	1	R\$2,00	30	R\$60,00
Aplicação (25%)	1	R\$3,00	30	R\$90,00
Subtotal (75%)	—	R\$9,00	—	R\$270,00
Tecidos:				
Subtotal (0%)	—	R\$0,00	—	R\$0,00
Aviamentos:				
Botão personalizado (25%)	2.000 un.	R\$3,00	60.000 un.	R\$90,00
Botão personalizado (0%)	0.000 un.	R\$0,00	0.000 un.	R\$0,00
Subtotal (25%)	—	R\$3,00	—	R\$90,00
Total:		R\$12,00		R\$360,00

Fonte: Coleção.Moda (2020).

O ícone 7 demonstra a seleção da ferramenta sobre os custos da peça em cada etapa de produção. O número 9 representa as variantes das peças, sendo que este dado pode ser abastecido por desenho técnico ou por foto das peças prontas. O ícone 10 mostra a quantidade a ser produzida. O item 11 é o resumo, nesta aba são apresentados todos os processos produtivos da peça, o consumo, o custo unitário e o consumo para a quantidade de peças produzidas. A figura 13 mostra as informações de uso.

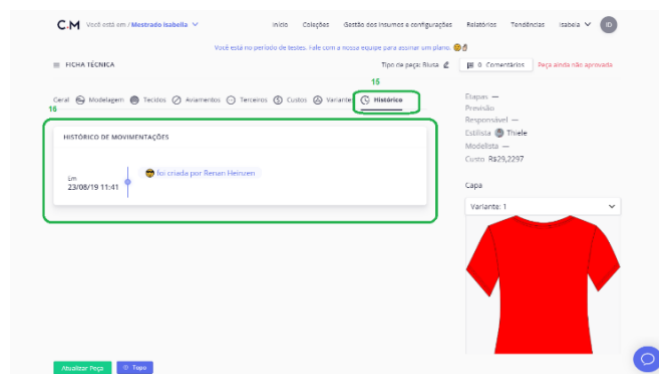
Figura 13: Informações da função de uso.



Fonte: Coleção.Moda (2020).

O segmento histórico, itens 15 e 16, acompanham todo processo produtivo, demonstrando em qual etapa se encontra a peça e se ela está dentro dos prazos do cronograma, como mostra a Figura 14.

Figura 14: Informações da função de uso.



Fonte: Coleção.Moda (2020).

Ao voltar à aba do tema, como mostra a Figura 15, temos o ícone 17, opções de tema e, ao clicar nesta opção, abrirá uma cascata com a subdivisão dos seguintes

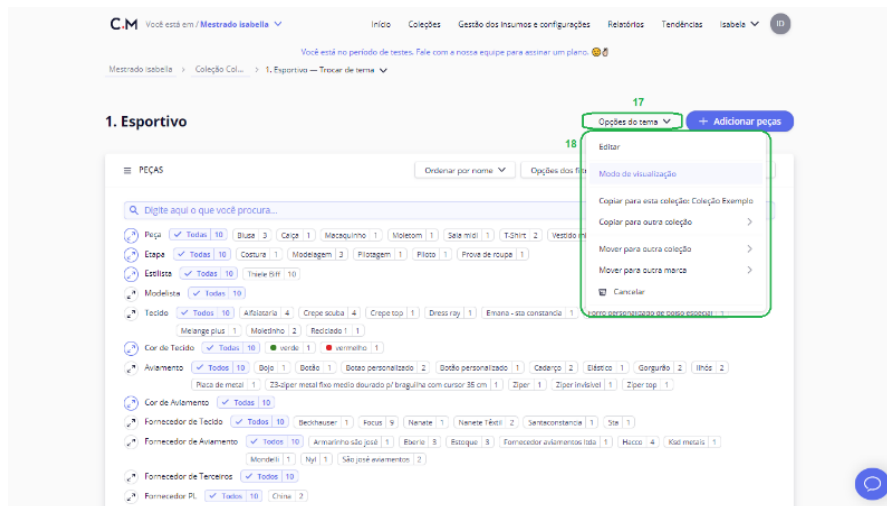
16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

tópicos: editar, modo visualização, copiar para esta coleção, copiar para outra coleção, mover para outra coleção, mover para outra marca e cancelar.

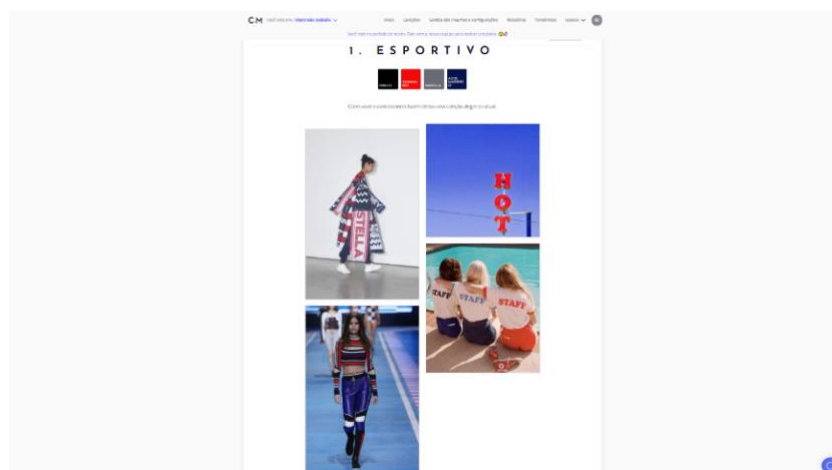
Figura 15: Informações da função de uso.



Fonte: Coleção.Moda (2020).

Ao seleccionar o modo de visualização será aberta uma página com as imagens utilizadas como inspiração e a cartela de cores do tema. A Figura 16 mostra um exemplo, representando o tema 1 da coleção teste.

Figura 16: Informações da função de uso.

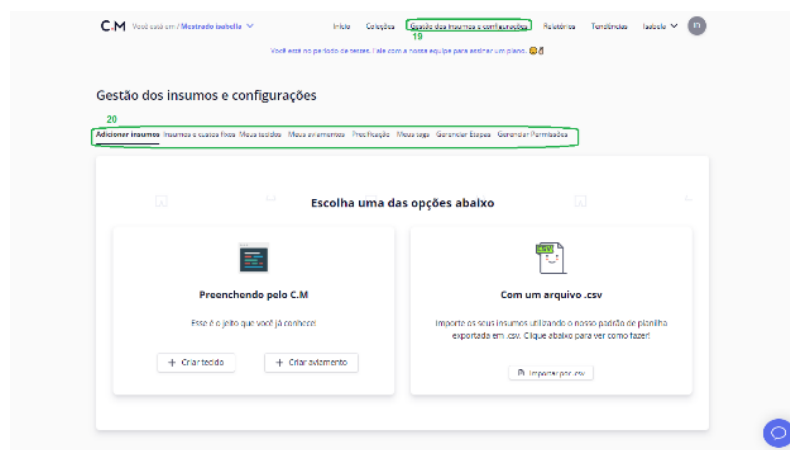


Fonte: Coleção.Moda (2018).

Seguindo na página inicial do *site*, encontra-se a aba intitulada de gestão dos insumos e configurações. Nesta parte podem ser acrescentadas informações sobre

insumos que a empresa detém. Esses dados podem ser inseridos por meio de um documento exportado ou preenchido na própria plataforma (Figura 17).

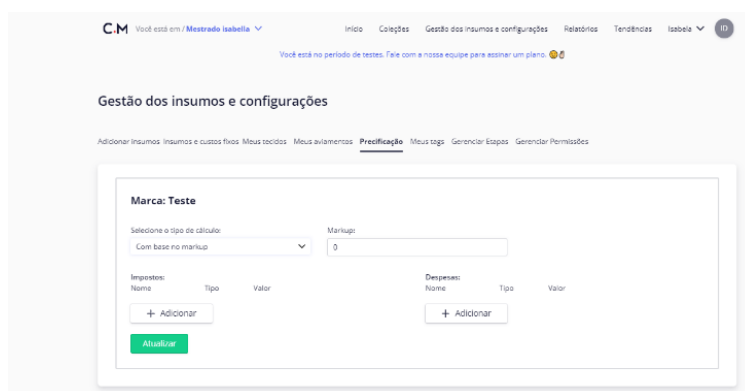
Figura 17: Informações da função de uso.



Fonte: Coleção.Moda (2020).

A segunda opção mostra os insumos e custos fixos, estes dados são importantes para realizar a precificação correta das peças. Nesta aba os custos dos insumos estão separados por marca e tem a informações de tecidos, aviamentos e outras despesas aplicadas. A Figura 18 apresenta as informações da função de uso.

Figura 18: Informações da função de uso.



Fonte: Coleção.Moda (2020).

No ícone meus *tags* há as informações sobre todas as marcas cadastradas. O próximo ícone é o gerenciar etapa onde aparecem todas as etapas de cadastradas de cada

16º

COLÓQUIO
DE MODA

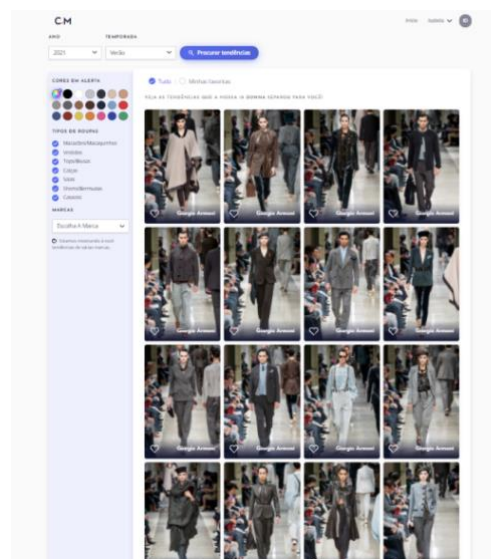
EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

item criado na coleção. E, por último, nesta aba está o gerenciar permissões, cuja função é de liberar ou bloquear o acesso de algumas funções da plataforma.

A próxima aba da plataforma é o relatório, nesta aba há o histórico de entregas, próximas entregas, repilotagens e tecidos. No primeiro e no segundo aparecem as informações como marca, coleções, responsáveis, tipos de etapas, tipos de peças, ano da coleção, temporada da coleção, e a datas de início e fim que será gerado o relatório. No terceiro devem ser preenchidas as seguintes lacunas: marcas, coleções, responsáveis, tipos de repilotagem e tipos de peças. Na quarta aba as informações necessárias para gerar um relatório são: marcas coleções, temas, tipos de peças e tecidos.

Figura 19: Informações da função de tendência



Fonte: Coleção.Moda (2018).

Com este sistema é possível que máquinas possam raciocinar, tomar decisões e resolver problemas por meio de dados que são inseridos, além de processar um número grande de dados. Estas informações são utilizadas para otimizar as coleções antes mesmo do processo de criação das peças e temas. Donna é o nome dado ao sistema de inteligência artificial da plataforma, que indica tendências de cores, agrupa as peças por categorias (blusas, calças, saias etc.) e armazena dados das principais temporadas de moda (as quatro principais) atuais ou antigas. Essas informações podem ser feitas por



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021


meio da pesquisa pelo nome do estilista, da marca, pelo ano, por cor, por tipo de peça ou coleção.

Ao analisar a descrição das funções ofertadas pelo sistema Coleção.Moda, juntamente à análise das Figuras 1 e 2 anteriormente apresentadas neste estudo, contemplam as etapas da metodologia projetual para o planejamento e desenvolvimento de produtos de vestuário.

Conclusão

A base teórica da pesquisa amparou-se nos fundamentos das metodologias projetuais (aplicadas ao desenvolvimento de produtos), que subsidiaram a organização de uma proposta para o planejamento e desenvolvimento de coleção de vestuário, cujas etapas podem servir como orientação das funções a serem disponibilizadas pelo *software* Coleção.Moda ou demais sistemas que se destinam a mesma finalidade. A metodologia projetual está organizada em dois momentos, o do planejamento (pesquisa e reunião) e desenvolvimento (criação, prototipagem, execução e lançamento do produto), cujas etapas foram devidamente descritas e ilustradas. Com os resultados dessa etapa da pesquisa, constatou-se que a aplicação de uma metodologia projetual devidamente estruturada pode ser usada na criação de produtos de vestuário com o uso das funções e ferramentas de sistemas computadorizados.

A aplicação das etapas do planejamento e desenvolvimento de coleção, com a utilização do *software*, além de agilizar os processos, favorecendo os prazos de entrega, aumenta a produtividade, a qualidade dos produtos e, conseqüente, diminui os custos financeiros. Portanto, percebeu-se que a escolha da metodologia impacta fortemente nas fases de criação, podendo ser trabalhado no processo computadorizado ou manual, modificando apenas o modo que é executado. O uso do *software* Coleção.Moda agiliza os processos, o que envolve modificações em todas as áreas do setor produtivo e, com isso, gera novas responsabilidades e tarefas para os envolvidos. Essas responsabilidades visam abranger metas e ações que devem ser realizadas pela empresa fornecedora do





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

sistema informatizado e, também, pelas empresas usuárias da plataforma com foco no planejamento e criação de coleções do vestuário.

Referências

COLEÇÃO.MODA. *Site*. 2018. Disponível em: <https://www.colecao.moda/blog/>. Acesso em: 10 maio 2020.

LEITE, A. S.; VELLOSO, M. D. **Desenho Técnico de roupa feminina**. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2004.

MARCONDES, M. de A. **Gerência de produto de Moda**. Editora: SENAC, 2015
MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2017.

RECH, S. R. **Moda: Por um fio de qualidade**. Florianópolis: Udesc, 2002. 133 p.

RECH, S. R.; CAMPOS, A. Q. Como se faz tendência? O desenvolvimento de um modelo conceitual para a pesquisa prospectiva. **DAPesquisa**, 4(1), 2009. Disponível em: http://www.ceart.udesc.br/revista_dapesquisa/volume4/numero1/moda/comosefaztend.pdf. Acesso em: 15 set. 2019.

SANCHES, M. C. de F. **A síntese visual como ferramenta projetual para a concepção de produtos de moda**. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE PESQUISA EM DESIGN (CIPED), 4., 2007, Rio de Janeiro. Anais [...] Rio de Janeiro: ANPED, 2007. 1 CDROM.

SILVEIRA, I. **Modelo de gestão do conhecimento** — Capacitação da modelagem de vestuário. Série de Teses. Editora UDESC, 2017.

TREPTOW, D. **Inventando moda: planejamento de coleção**. 5. ed. Brusque: do Autor, 2013. 208 p.

