



# MODA AUTORAL: 11 DICAS PARA DESENVOLVER UMA COLEÇÃO FANTÁSTICA

Introdução.....	3
Como funciona o processo de criação de uma nova coleção? .....	5
Quais são as dicas para desenvolver uma coleção fantástica?.....	10
Quais conceitos devem ser considerados? .....	19
Quais são as vantagens de colocar em prática? .....	25
Sobre o Sebrae-PE .....	29



# INTRODUÇÃO



**S**ão Paulo Fashion Week, New York Fashion Week, desfiles de marcas consagradas como Versace e Dior: o que esses eventos têm em comum? É o fato de não só pertencerem ao mundo da moda, mas também de serem uma vitrine para coleções de roupas. E não é preciso ir muito longe, ou mesmo, representar grandes marcas para trabalhar nesse meio.

**Existem estilistas de todos os tamanhos, que desenvolvem as suas próprias coleções, divulgando e até distribuindo por conta própria. Com a internet, ficou muito mais fácil mostrar o seu trabalho.**

No entanto, **fazer a sua coleção de marca autoral não é um processo simples**, exige planejamento e criatividade para realmente conseguir causar um impacto positivo no mercado.

Neste e-book, mostraremos o que é necessário para fazer uma boa coleção de moda. Vamos lá?





**COMO FUNCIONA O PROCESSO DE CRIAÇÃO DE UMA NOVA COLEÇÃO?**



Independentemente do tipo de roupa ou da intenção, o processo para a criação de uma coleção exige sempre um planejamento, que se estude as referências e que se separe um tempo para deixar a criatividade fluir. Neste tópico, apresentamos alguns dos fundamentos que regem a ideia de uma coleção.

### O que é uma coleção de moda?

Basicamente, **uma coleção de moda é a junção de peças conectadas por algum tipo de contexto**, seja o fato de contarem uma história, seja o de apresentarem alguma coisa. Portanto, as peças da coleção possuem algo em comum e são, geralmente, associadas a algum tema, isto é, uma ideia que a marca deseja passar naquele momento.

**Não é à toa que é no período de coleções que muitas tendências são apresentadas.** Inclusive, algumas peças ficam tão famosas que se tornam parte do vestuário comum. É um dos objetivos das coleções: trazer ou reformular uma estética, trazendo novas peças e inovando a maneira de se expressar no mundo.

Entenda que uma coleção não é composta apenas por roupas, mas também de acessórios e calçados.



## Quais são os pilares de uma coleção?

Primeiro, a questão criativa é uma parte fundamental para o desenvolvimento da coleção. Segundo, é muito importante que as peças estejam alinhadas. Nesse sentido, nem sempre a aparência das roupas será algo esteticamente padrão, mas representa uma ideia.

Portanto, **é essencial que as peças escolhidas tenham um conceito bem claro e conectado.**

## Quais são as diferenças entre o básico e o fashion?

Um dos aspectos importantes para entender como funciona o mundo da moda – portanto, o das coleções – é que nunca são compostas apenas por um tipo de roupa. É bastante comum que dois grupos de peças sejam encontrados: as básicas e as fashion.

O primeiro tipo é composto por peças para um uso mais habitual. Isso quer dizer que são roupas e acessórios que não representam uma tendência certa. São peças mais padrão, que só se diferenciam de outras do mercado, pois são de marcas distintas.

Já o segundo são peças que representam uma tendência, sendo muito comum apresentarem um estilo de época. Por isso, tendem a se destacar no mercado, até retratando uma assinatura da marca.

Por exemplo, é comum que as roupas básicas façam parte das lojas de fast fashion, enquanto as outras circulam mais em ambientes específicos, como as semanas de moda.

## Quais são os processos de criação de uma coleção de moda?

Agora que ficou claro quais são os pilares de uma coleção de moda, vamos mostrar melhor quais são as etapas básicas de seu desenvolvimento. Para se ter uma ideia, **a construção de uma coleção passa por vários processos que vão além da costura das roupas**. Processos como a escolha do tecido, a definição do tema e a concepção dos croquis ou esboços são alguns. Veja mais detalhes a seguir!

### Tema

A primeira parte é o tema, e nesse aspecto a maioria das decisões acontece em meio à escolha de várias ideias. O que muitos estilistas fazem é o que chamamos de brainstorm. Eles se inspiram em vários assuntos – alguns até fora do mundo da moda – e, a partir daí, desenvolvem uma única ideia.







## Referências

Uma parte fundamental, até mesmo para o desenvolvimento de ideias, são as referências. Nesse caso, em dois momentos, elas são muito importantes. Primeiro, para a escolha do tema ou a sua definição; e segundo, como material de inspiração para a criação das peças. Sendo assim, existe uma análise de várias referências até encontrar o material que agrada.

## Esboços

É nesta etapa que se começa a produção dos esboços que serão transformados em croqui. A ideia é dar forma à coleção, **desenhando as peças e inserindo os principais detalhes.** É aqui que cores, texturas e acabamento são determinados.

Como o foco é mais apresentar a intenção da peça, questões como proporção do corpo humano não são tão respeitadas no desenho.

## Desenho técnico

Agora, o que foi feito no esboço é transformado em um desenho mais detalhado. O objetivo é fazer uma representação que forneça as informações necessárias para a confecção. Por isso, informações sobre tecidos, estampas, medidas e circunferências estarão nesta etapa.

## Peças-piloto

As peças começam a **caminhar para existir no mundo real.** É aqui que elas vão para a modelagem. As peças-piloto funcionam como um molde para analisar se os detalhes como corte e caimento estão adequados para o uso e, assim, podem ser aprovadas pela equipe.

## Confecção

Com as peças-piloto prontas e aprovadas, agora eles poderão ser confeccionadas. É nessa etapa que os cortes nos tecidos e as costuras são feitas, assim como os acessórios anexados.



**QUAIS SÃO AS DICAS PARA DESENVOLVER  
UMA COLEÇÃO FANTÁSTICA?**



**M**esmo nas peças comuns encontradas em lojas de departamento existiu todo um conceito por trás da sua criação. O processo, que, muitas vezes, é dividido em várias etapas, é bastante complexo. Neste tópico, separamos algumas das principais dicas para se criar uma coleção. Confira!

### Realize um planejamento

A verdade é que, **mesmo nos processos criativos, o planejamento é fundamental**. Como mostramos no tópico anterior, a análise das referências para o tema são uma parte importante do desenvolvimento de uma coleção. Mais do que isso, elas compõem o planejamento, ou melhor, o mapa de coleção de moda.

O planejamento é uma espécie de painel, um espaço em que a criação coloca tudo o que está relacionado com a coleção e, especialmente, as etapas necessárias para a sua realização. Sendo assim, compreende as análises do mercado, do público e do material fornecedor, a confecção das peças, a compra de tecidos, a produção, a definição de preços, entre outros.



## Defina um cronograma

Junto ao mapa de coleção de moda, o cronograma será outra ferramenta essencial para a equipe. Ele é uma das ações de controle do planejamento, **ajudando a determinar qual será o período de cada etapa do desenvolvimento da coleção**, além de estabelecer os prazos para execução e conclusão.

**Por isso, é muito importante que já se tenha em mente em quanto tempo se pretende colocar a sua coleção na rua. Com essa data determinada, a equipe pode definir outros eventos necessários e episódios prováveis, de forma que seja possível preparar-se para os imprevistos.**

O cronograma também será muito importante para alinhar a equipe e outros setores envolvidos na produção. Inclusive, pode ser fundamental para a fase de testes de modelagem de tecidos e até para parte da publicidade.

## Pesquise o comportamento

Mais do que pesquisar as tendências de mercado, esse será **o momento de fazer as análises de comportamento do público**. Nesse aspecto, há diferentes maneiras de colher material. Geralmente, acompanhar os eventos mais importantes de moda é uma boa forma de começar, mas também fazer pesquisas procurando por aqueles que não estão no mainstream.

Isso não só ajudará na inspiração, mas também será muito importante para pescar tendências que não podem ser encontradas em espaços mais conhecidos. Outra maneira é por meio de viagens tanto nacionais como internacionais. Essa é uma ótima oportunidade para ver em tempo real o que as pessoas estão usando, o que as interessa e está acontecendo. Por fim, a internet é outra grande fonte de material e pode ser fundamental para contextualizar e trazer mais ideias.



## Busque uma identidade

Quando pensamos em processos criativos e o que eles resultam, fica bem claro como é importante que se tenha liberdade para colocar o seu próprio toque. **Assim dizendo, uma das formas de ser reconhecido pelo público é ter a sua identidade.** Quando se trata de moda, é fundamental que ela esteja bem estabelecida para que você possa destacar-se perante a concorrência.

Podemos associar essa fase à definição do tema. Sendo assim, esse será o momento de escolher todos os componentes que determinarão o que será o seu trabalho. Cartela de cores, tecidos e acessórios, mesmo que inicialmente, farão parte desse período.





## Conheça o mercado

Esse será um momento de fazer perguntas, mas também de analisar o ambiente em que a sua marca está. Como sabemos, a moda é muito versátil, existem vários estilos dentro dela e até subestilos. Diante disso, **é interessante fazer algumas perguntas**, como: qual é o diferencial da sua coleção; quais são as tendências de sucesso do momento; quais são os principais concorrentes e que oportunidades estão disponíveis para você?

Muitas das respostas serão encontradas no processo de pesquisa. Tê-las será fundamental para gerar peças que não só tenham um bom apelo criativo, mas que atendam às necessidades do mercado e, logicamente, tragam algum lucro.

**Lembrando que se aprofundar nos conceitos é essencial, o conhecimento do mercado não pode basear-se em achismos. Então, faça entrevistas com clientes e especialistas para obter informações valiosas.**

## Junte as referências

Como explicamos anteriormente, as referências são um material essencial para criação da coleção. Não só para a moda, mas para qualquer outra atividade que exige a criatividade, é necessário o uso de conteúdos para a inspiração. Uma dica é ter um acervo com todas as referências ou coisas que interessem durante a vida. Esse espaço servirá como um local de consulta e, inclusive, poderá ajudar caso fique sem inspiração.

A busca por referências poderá ser feita tanto com pesquisas na internet, quanto no processo de fazer análises de comportamento. Principalmente, durante o processo da criação de sua coleção, uma forma de estimular as ideias é ter um painel com tudo aquilo que está relacionado com o tema do seu projeto. **O objetivo é incentivar a visualização, para que, a partir dela, possa fazer conexões e desenvolver novas peças.**



## Estabeleça o perfil dos clientes

O perfil de cliente é uma parte fundamental da estrutura do mercado em que ele está inserido. Afinal, **por mais criativa que seja a sua coleção, um dos principais objetivos é que ela gere interesse das pessoas.**

Nesse caso, tanto a observação dos assuntos mais comentados pelas pessoas quanto realizar entrevistas e até pesquisas de satisfação serão materiais para definir o perfil do cliente.

Uma estratégia bem comum, especialmente do marketing digital, é a criação de uma persona. **Ela nada mais é do que o cliente ideal formado por uma série de características que definem o consumidor-padrão.**

É importante ressaltar que é bem diferente da definição de público-alvo. O primeiro é bastante aprofundado, incluindo não só a idade, sexo e profissão, mas também os gostos e os objetivos que essa pessoa tem ao consumir o seu produto. O segundo está mais relacionado às informações mais básicas com o foco de definir mais uma tendência do que uma pessoa.



## Determine quais serão os elementos

Com toda parte da pesquisa feita, agora é o momento de criar. Primeiro, é desenvolvida a cartela de cores e, a partir dela, começa-se a pensar quais texturas serão utilizadas. Componentes como tecidos, estamparias e detalhes das peças são definidos nesta fase.

**Aliás, é um dos momentos mais importantes porque será preciso conversar com os fornecedores para realizar as parcerias. Não se esqueça de que nesse momento as escolhas devem ter relação com o tema. É imperativo que não se fuja do que foi estabelecido nas etapas anteriores. Após esse processo, a coleção começa a criar forma, e você poderá ir para o passo seguinte, que é a criação dos modelos.**

## Faça a composição da coleção

Essa é a fase mais prática de todo o desenvolvimento da coleção, inclusive é nesse momento que são determinadas quantas e que tipo de peças serão produzidas. Por exemplo, é comum definir quantas camisas, calças e acessórios farão parte da coleção.

**O ideal é que a equipe já tenha fornecedores, porém esse é um momento para procurá-los.**

A partir daí, começa a produção do desenho planejado, ou seja, os modelos com todas as informações necessárias para confeccionar as roupas – em outras palavras, as medidas, os tecidos e uma ficha técnica de desenvolvimento do produto.



## Trabalhe com fornecedores confiáveis

Uma parte importante do desenvolvimento de uma coleção são, definitivamente, os fornecedores. São eles que garantirão acessórios e todo o material para o desenvolvimento das peças.

Portanto, encontrar parcerias que não só forneçam um bom preço, mas que tenham um compromisso com as entregas é fundamental. Até porque há um cronograma para que as peças estejam prontas. Você e sua equipe **não podem atrasar o que foi programado por causa dos outros**. Então, como buscar bons fornecedores?

**A melhor ação é fazer pesquisas, principalmente, definir um check list com os critérios para contratação, que envolvam, além de um preço justo, o desempenho no mercado. Sendo assim, é muito importante saber o que os outros clientes estão falando sobre eles.**

Converse com outras empresas sobre a experiência: como foi o processo de entrega; houve atraso; o que acharam da qualidade dos materiais. Depois da escolha, ainda será preciso manter um cuidado, principalmente, para manter uma relação a longo prazo.





## Use a criatividade

Não podemos negar que a criatividade é uma questão muito subjetiva. Até porque, para confeccionar a coleção, você terá que ser o mais original possível. As referências e o aumento da pesquisa serão fundamentais para a inspiração.

**Uma das principais regras, quando se trata de desenvolver coisas criativas, é a capacidade de reorganizar as referências de uma maneira que elas criam algo novo. Mesmo no caso da confecção de peças-padrão, como calças ou blusas, ainda é possível desenvolver algo inovador.**

Por isso, o melhor conselho é cultivar bastantes referências e até ter um local específico para guardar tudo aquilo que lhe inspira e, sempre que possível, consultá-los.



**QUAIS CONCEITOS DEVEM SER CONSIDERADOS?**



A confecção das peças é um processo bem complexo e que significa mais do que colocar roupas para vender. Muitas vezes, é baseada em conceitos bem estabelecidos no mundo da moda, como slow fashion. Neste tópico, resolvemos apresentar alguns desses fundamentos do mercado da moda para você entender.

## Collab

A ideia de collab não é algo novo no mundo das marcas. Quando se trata de moda, é bastante comum ver grandes empresas firmarem parcerias com celebridades, cantores e até outras marcas para desenvolverem produtos exclusivos. Aliás, isso ilustra bem o que significa o termo: **collab é a junção de duas marcas para o desenvolvimento de produtos ou conteúdos únicos.**

O mais comum é que essa união seja feita por negócios de nichos diferentes. Por exemplo, quando se trata de moda, vemos bastante no setor de calçados a união de grandes marcas, como é o caso da Nike, com rappers e esportistas. Muitos desses produtos possuem uma fabricação limitada, tornando a sua aquisição ainda mais desejada.

Essa é uma estratégia bem interessante, pois pode atingir um público que não tem relação com o setor de moda, trazendo novos consumidores. No entanto, isso não significa que não possuem nada em comum. Muitas vezes, os valores e a missão das marcas que se unem são parecidos. Isso é importante, já que os clientes buscam bastante coerência das empresas que consomem.

Para fazer uma boa collab, é preciso focar em três pilares:

- desenvolver algo novo;
- acessar novos consumidores;
- alcançar os meios de produção.



## Responsabilidade social

Esse é um conceito que abrange não só a moda, mas todos os outros setores do mercado. Não é de hoje que mais do que consumir produtos de qualidade, os consumidores querem comprar de quem tem bons valores ou, pelo menos, aqueles que se alinham com o que acreditam. Por isso, **muitos querem saber o que, além de vender produtos ou serviços, a empresa faz para impactar positivamente a sociedade.**

A responsabilidade social pode ser uma série de iniciativas, desde doações para organizações sociais até investir em projetos próprios para ajudar as comunidades minoritárias, passando por ter programas para a utilização de matérias-primas sustentáveis.

Um exemplo de empresa de moda que possui projetos voltados para o bem-estar da sociedade é a Savage Fenty, que lançou uma coleção com mulheres negras sobreviventes do câncer de mama. Parte das vendas dos meses de outubro e novembro foram destinadas à Fundação Clara Lionel.





## Coleção cápsula

A coleção cápsula não é nenhuma novidade no mundo da moda. Ela surgiu por volta da década de 1980, com a grife Donna Karan. Claro que o que temos hoje é um pouco diferente do que foi proposto na época. Durante o período, a ideia era desenvolver uma coleção com peças que fossem essenciais, ao mesmo tempo, versáteis e que não precisassem de peças de fora, pois elas se combinam.

No entanto, o que chamamos de coleção cápsula, atualmente, tem outro propósito. Hoje em dia, refere-se a um tipo em que a quantidade de peças apresentadas é menor do que a tradicional, algo em torno de 8 a 15 peças.

**Geralmente, seu lançamento acontece em épocas diferentes do que é esperado no mercado.** É uma estratégia para impulsionar a marca com o objetivo tanto de manter o negócio em evidência, quanto reforçar posicionamentos ou promover peças específicas.



## Slow fashion

Este é um conceito de moda que tem ganhado destaque nos últimos anos. Apesar disso, a sua ideia surgiu em 2004, com a escritora da revista Georgia Straight, Angela Murrills, que já trabalhava com a ideia. Quatro anos depois, em 2008, a consultora e professora Kate Fletcher definiu esse conceito na sua obra Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys.

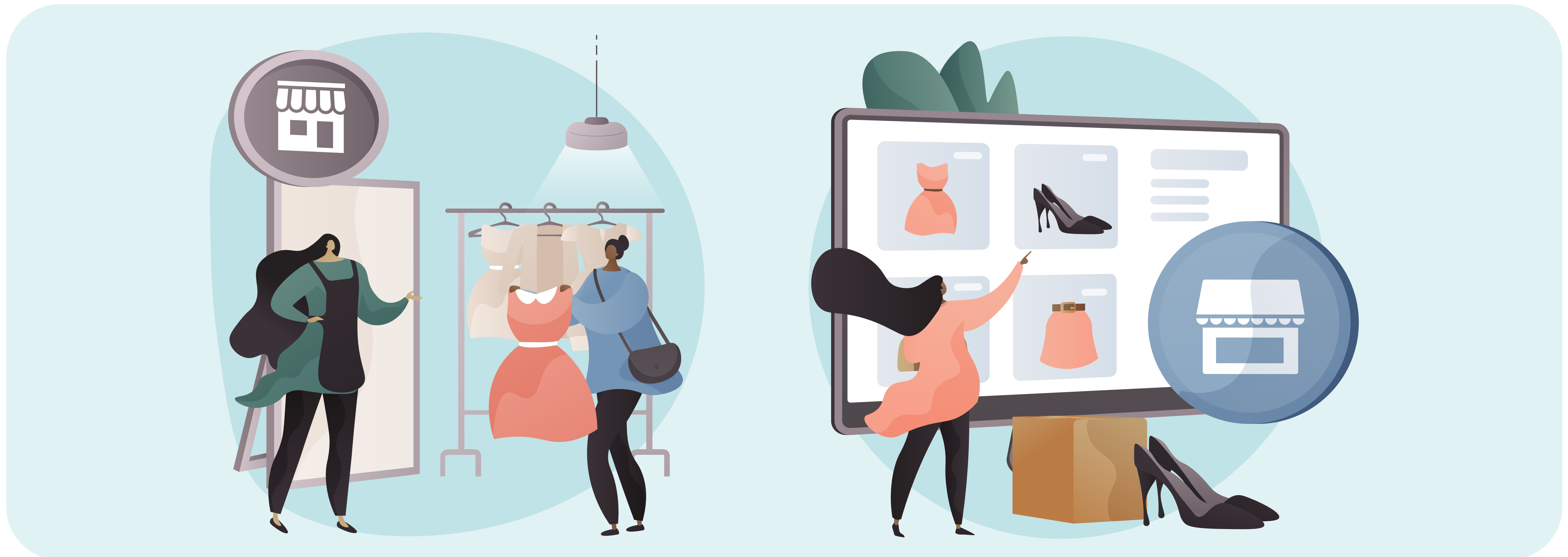
Basicamente, caracteriza-se por ser composta por coleções menores com o objetivo de ter qualidade em todo o processo de confecção das peças, com mão de obra mais valorizada, preços justos e durabilidade, além de cuidados com o descarte responsável dos materiais.

O slow fashion, geralmente, tem quatro pilares:

- **cuidado com os recursos naturais** – as matérias-primas usadas na confecção possuem a característica de terem uma origem responsável, além de ser muito comum valorizar produtores locais;
- **ausência de intermediários para produção** – a cadeia produtiva passa por muitos intermediários até ser vendida, aumentando o valor do produto. O objetivo é que seja bem limitado o número de pessoas, além de procurar transparência em todo processo, já que a empresa fala diretamente com o produtor;
- **sustentabilidade** – as peças produzidas são feitas para durar. sua confecção é pensada para que o seja atemporal, além de ser comum a possibilidade de remendos para que possam ser usadas por um longo tempo;
- **preocupação com as embalagens** – além das peças, as embalagens e etiquetas são desenvolvidas com a ideia de serem sustentáveis. Os materiais usados são recicláveis ou biodegradáveis.

## Fast fashion

É difícil falar de slow fashion e não relacionar ao fast fashion, já que ambos têm propostas opostas. No segundo, a produção é focada em distribuição em massa. Logo, preocupações com **longevidade das peças, sustentabilidade e até o investimento em produção local** não existem. A maioria das lojas de departamento possui o foco no fast fashion.







**QUAIS SÃO AS VANTAGENS DE COLOCAR EM PRÁTICA?**



**É** evidente que esses conceitos representam formas diferentes de se apresentar uma coleção e até de produzi-la. Por exemplo, o slow fashion exige um cuidado maior com a escolha dos fornecedores e com a confecção das peças. Sendo assim, cada uma pode trazer vantagens para o que se pretende apresentar.

A seguir, vamos mostrar os principais benefícios da coleção cápsula, do slow fashion e da collab.

## Coleção cápsula

Entre as primeiras vantagens, está a possibilidade de fortalecer a relevância da marca, além de ser uma boa estratégia para a divulgação. Mas, além disso, ela fornece:

- **liberdade criativa** – como é um tipo de coleção que não necessita de uma data específica, sendo fora dos lançamentos sazonais e, até mesmo, em termos de quantidade de peças, proporciona mais liberdade para a sua confecção, com parte da criação completamente despretensiosa para cumprir uma meta específica;
- **venda entre as estações** – a possibilidade de apresentar as confecções sem uma data certa proporciona a vantagem de aproveitar as tendências do momento. Essa estratégia é ótima se o objetivo é atender a uma demanda muito específica que, muitas vezes, em épocas sazonais, já não é possível. Para a marca, é uma ótima oportunidade de continuar gerando lucro em qualquer época;
- **mantém o engajamento do público** – a recorrência que esse tipo de coleção oferece é perfeita para que a marca continue relevante. Essa estratégia é boa, pois gera um desejo constante, além de dar a impressão de que há sempre novidades.



## Collab

Por terem no seu fundamento as parcerias com outras marcas, especialmente aquelas de outro nicho, a collab já traz uma grande vantagem para o negócio se expandir. Porém, além disso, ele pode conseguir:

- **aumentar o público** – as parcerias trazem um público que dificilmente consumiria seus produtos. Mesmo que conheçam a marca, quando alguém que as pessoas acompanham cria produtos exclusivos com a sua empresa, as chances de chegar é maior. Essa pode ser uma ótima oportunidade de fidelizar novos clientes e até abrir mais o setor de criação do negócio, desenvolvendo para um novo nicho;
- **trazer autoridade** – as parcerias com outra marca ou um influencer é uma boa estratégia para gerar mais reconhecimento no mercado. Afinal, quando, por exemplo, uma celebridade escolhe a sua empresa para desenvolver um produto exclusivo, quer dizer indiretamente que confia no que você faz. Para quem olha de fora, é um símbolo de credibilidade, ou seja, se aquela pessoa famosa está ao lado dessa marca, então ela deve ser boa;
- **fortalece a sua marca** – o fortalecimento acontece com a relação entre as outras marcas. Quanto mais parcerias, mais chances de aumentar a convivência e garantir outras colaborações futuras.





## Slow fashion

Caracterizado por uma visão bem mais sustentável e focada em uma produção a longo prazo, o slow fashion pode mudar completamente a visão que o público tem da marca, mas, além disso, pode trazer:

- **maior sustentabilidade para a logística** – é regra que, para fazer uma coleção nos moldes slow fashion, seja necessário ter um princípio sustentável. Isso significa que todo o processo e material devem ter uma origem responsável e ecologicamente correta. Isso, é claro, reflete em uma produção sustentável;
- **reaproveitamento** – outra regra é a longevidade das peças, portanto, a ideia é que os materiais escolhidos não só tenham qualidade, mas que seja possível reaproveitá-los não só nas próprias roupas, assim como para criar outras peças. Até mesmo as embalagens e etiquetas são pensadas com essa proposta;

- **inovação** – os materiais utilizados e até as técnicas para a confecção impulsionam o setor criativo a buscar por novas respostas. É comum a procura por tecnologias e técnicas que ajudem a desenvolver um produto mais sustentável. Também, há uma procura por matérias-primas diferentes do que se espera, até mesmo de produtos usados, focando em manter a produção ainda mais sustentável;
- **parcerias** – essa é outra grande característica do slow fashion, já que a ideia de intermediário não existe nesse tipo de produção. Sendo assim, o negócio é estimulado a realizar acordos com produtores locais, estando a par de todo o processo de produção.

Durante este e-book, você pôde entender quais são os princípios da coleção de marca autoral. É bom lembrar que esse é um trabalho que precisa de muitas pesquisas e referências. Até porque o tema sempre será um aspecto importante para o destaque da coleção no mercado, já que representa a sua identidade.



O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada desenvolvida com o intuito de auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios. Temos unidades em todo o território nacional e uma ampla experiência de mercado.

Buscamos construir oportunidades em conjunto, oferecendo capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem prosperidade nos negócios. Atuamos nas frentes de fortalecimento do empreendedorismo e no estímulo à formalização dos negócios, buscando a criação de soluções criativas junto aos empresários.

