



O DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO DE VESTUÁRIO E O USUÁRIO EM MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

The Development of Clothing and User Products in Micro and Small Enterprises

Makara, Elen; Mestre; Universidade Federal de Santa Catarina,
makaraelen@gmail.com¹

Merino, Giselle Schmidt Alves Díaz; Doutora; Universidade Federal de Santa Catarina,
gisellemerino@gmail.com²

Resumo: O objetivo deste trabalho pautou-se na análise do PDP do vestuário de MPEs de Gaspar/SC por meio da gestão de design, tendo como referência o usuário. Como resultado, foi obtido um panorama, ilustrado com uma matriz, que revela as etapas e ações que compõem o PDP de cada uma das MPEs, e apresenta as poucas ações em que o usuário é considerado no decorrer do processo.

Palavras chave: Design de Moda; Processo de Desenvolvimento de Produto de Vestuário; Usuário.

Abstract: The objective of this work was analysis of the PDP of clothing of MSEs of Gaspar/SC through the design management, with reference to the user. As a result, a scenario, illustrated with a matrix, was obtained that reveals the steps and actions that make up the PDP of each of the MSEs, and presents the few actions in which the user is considered in the course of the process.

Keywords: Fashion design; Product Development Process of Clothing; User.

Introdução

A partir de casos observados empiricamente referentes à frustração e desconforto dos usuários nos momentos das provas e aquisição de roupas em uma loja de confecções de vestuário, foi identificada a problemática desta

¹ Doutoranda no programa de pós-graduação em Design (UFSC), professora da Área do Vestuário IFSC/Gaspar.

² Doutora em Engenharia de Produção (UFSC), professora do Departamento de Expressão Gráfica (UFSC).





pesquisa: a indústria de confecção do vestuário considera o usuário no processo de desenvolvimento de seus produtos? Desta forma, o objetivo pautou-se na análise do processo de desenvolvimento de produto (PDP) do vestuário de micro e pequenas empresas (MPEs) do município de Gaspar/SC por meio da gestão de design, tendo como referência o usuário.

Sobre a metodologia trata-se de uma pesquisa de natureza básica, com objetivos exploratório-descritivos, e de abordagem qualitativa. Os procedimentos técnicos foram divididos em duas etapas. A Etapa 1 se refere à Fundamentação Teórica realizada em autores da área de moda sobre o tema PDP de vestuário. A Etapa 2 se refere ao Desenvolvimento, onde foi elaborado o Roteiro de Entrevista e aplicado em 4 MPEs de confecção de vestuário com marca própria do município de Gaspar/SC. Como resultado, chegou-se a elaboração de um panorama, ilustrado com uma matriz, que revela as etapas e ações que compõem o PDP de cada uma das MPEs, e apresenta as poucas ações em que o usuário é considerado no decorrer do processo.

Acredita-se que somente a partir do momento em que todas as ações do PDP forem pensadas com um olhar atento ao usuário, os produtos disponibilizados serão mais adequados aos mesmos, não ocasionando as situações de frustrações ou desconforto.

Procedimentos Metodológicos

Sobre a metodologia trata-se de uma pesquisa de natureza básica, com objetivos exploratório-descritivos, e de abordagem qualitativa (GIL, 2017). Os procedimentos técnicos foram divididos em duas fases:

- **Fase 1 – Fundamentação Teórica:** Realizou-se uma pesquisa sobre o tema Processo de Desenvolvimento de Produto, sendo este especificamente o vestuário. Destaca-se que neste presente artigo será



apresentada apenas a análise realizada sobre o livro de Treptow (2013), pois o que se pretende destacar neste momento é a análise da consideração do usuário realizada no PDP das MPEs que foi pesquisada na Fase 2.

- **Fase 2 – Desenvolvimento:** A fase 2 foi estruturada em seis etapas: 1) seleção das MPEs; 2) visita e agendamento; 3) elaboração de instrumento da coleta de dados; 4) coleta de dados; 5) organização e aferição das informações; 6) panorama das MPEs. O roteiro de entrevista foi estruturado com base nos autores pesquisados na Fase 1, de modo que os dados coletados possibilitassem a compreensão do PDP de vestuário de cada MPEs e a identificação de quais etapas deste processo o usuário é considerado. Após a coleta de dados, os resultados foram organizados em uma Matriz, que revela as etapas e ações que compõem o PDP de cada uma das MPEs, e apresenta as poucas ações em que o usuário é considerado no decorrer do processo.

Planejamento de Coleção de Treptow (2013)

O livro sobre planejamento de coleção de Treptow (2013) é a quinta edição revisada e ampliada da obra que inicialmente foi publicada em 2003. O processo de desenvolvimento de produto de Treptow (2013) é dividido em quatro etapas: **Planejamento, Design, Desenvolvimento, Promoção e Comercialização.**

A etapa de **Planejamento** engloba a reunião de planejamento da coleção na qual devem participar setor de criação, comercial, marketing e proprietários da empresa. Nesta reunião, se define o tamanho da coleção, mix de produtos, cronograma, *briefing* e realiza a pesquisa de tendências. Além





desta pesquisa existem outras que devem ser realizadas pelo designer de moda: pesquisa de comportamento, comparativa de mercado, tecnológica, vocações regionais, e de tema de coleção. Para este artigo torna-se relevante destacar a pesquisa de comportamento a qual deve “acompanhar os hábitos de consumo do público-alvo e seus interesses atuais, como exemplo os lugares frequentados, ídolos de música, cinema, televisão e temas de interesse” (TREPTOW, 2013, p. 72).

A segunda etapa do PDP é chamada de **Design** e trata da escolha do tema para a coleção. O tema pode ou não estar de acordo com as pesquisas de tendências, e segundo Treptow (2013) as empresas que trabalham com público que não estão dispostos a grandes radicalismos devem seguir as tendências, e quanto à escolha do tema da coleção, devem ser aproveitadas às informações coletadas nesta pesquisa. Após a escolha do tema é definida a cartela de cores, a qual deve além de possuir relação com o tema da coleção também deve estar adequada aos usuários. Nesta etapa, também se define a cartela de tecidos e de aviamentos, e a partir da escolha da matéria-prima é possível prever o custo da peça e se ela poderá ser produzida e vendida na faixa de preço que o usuário está disposto a pagar.

Com o tema da coleção, cartela de cores, tecidos e aviamentos definidos se inicia a criação das propostas para a coleção por meio de esboços ou desenhos de moda. Concomitante aos desenhos dos modelos das peças, também são feitos os desenhos das estampas e bordados, e o desenho técnico. Antes de passar os modelos criados para o setor de modelagem, é necessário avaliar a proposta da coleção em uma reunião de definição, analisar a viabilidade de produção, a possibilidade de redução de custos ou como tornar o produto mais atraente ao consumidor. A partir dos modelos aprovados nesta reunião de definição, é desenvolvida a ficha técnica (TREPTOW, 2013).



A terceira etapa de **Desenvolvimento** é quando os desenhos técnicos dos modelos aprovados seguem para o setor da modelagem que desenvolve os moldes reproduzindo planificadamente as formas e medidas do corpo humano, de acordo com a tabela de medidas do público-alvo da empresa. Segundo Treptow (2013, p.152), “cabe a cada empresa conhecer seu público-alvo e desenvolver ou adaptar tabelas de medidas, de forma a melhor atender à sua clientela”. O protótipo deverá ser confeccionado e testado em modelos cujas medidas estejam de acordo com o padrão da empresa, a fim de verificar o caimento e conforto. As peças confeccionadas são apresentadas em reunião e após a aprovação seguem para a graduação (TREPTOW, 2013).

O mostruário é conjunto das réplicas de todos os protótipos que compõem a coleção. Para produzir o mostruário o designer escolhe em qual das variantes de cor disponíveis cada peça será reproduzida. “Ao escolher as cores para o mostruário, o designer deve preocupar-se em criar combinações entre as peças, de forma que o comprador consiga imaginar o consumidor final vestindo aquele look” (TREPTOW, 2013, p.185).

A quarta etapa se refere à **Promoção e Comercialização**, onde se sugere para o lançamento e divulgação da coleção a participação em feiras, realização de desfiles, e produção de catálogos. Sobre a comercialização, esta pode ser no atacado ou varejo. A reunião de *feedback* pode ocorrer durante ou após o período de comercialização da coleção, e nesta se analisam os pontos positivos e negativos, os registros de vendas, as opiniões dos clientes (TREPTOW, 2013).

No Quadro 11, apresenta-se o modelo de PDP, no qual podemos observar as ações em destaque, juntamente com a ilustração do usuário, indicando em que momento este é considerado no decorrer do PDP. O usuário é citado na ação da escolha do tema, cartela de cores, tecidos e aviamentos.



Durante a reunião de definição, analisam como tornar o produto mais atraente ao consumidor. A preocupação com conforto do usuário aparece na etapa de desenvolvimento durante a modelagem e avaliação do protótipo. Sugere-se pensar no usuário ao programar as cores das peças que irão compor o mostruário, de forma que seja possível fazer combinação entre elas. Já na reunião de feedback também é possível obter a opinião de clientes sobre a coleção.

Quadro 2 – O Usuário no Planejamento de Coleção de Treptow (2013)

Etapas	Ações
Planejamento	Reunião de Planejamento
	Dimensionamento da Coleção
	Mix de Produto
	Cronograma
	Briefing
	Pesquisa de Tendências
Design	Tema 
	Cartela de Cores 
	Cartela de Tecidos 
	Cartela de Aviamentos 
	Esboços/Desenhos de moda
	Desenho Técnico
	Desenho de Estamparia e Bordado
	Reunião de Definição 
Desenvolvimento	Modelagem 
	Protótipo 
	Reunião de Aprovação
	Gradação e Encaixe
	Ficha Técnica
	Mostruário 
	Produção
Promoção e Comercialização	Lançamento e Divulgação
	Comercialização
	Reunião de Feedback 



Fonte: autora com base na pesquisa realizada em Treptow (2013).

Desenvolvimento

Assim como foi realizada a análise do livro de Treptow (2013) identificando em quais ações o usuário é considerado, o mesmo foi realizado na pesquisa realizada com as 4 MPEs de confecção do vestuário. O Roteiro de Entrevista permitiu que fosse compreendido como é o PDP de cada MPE e quais ações são realizadas. Neste momento foi questionado sobre quem é o usuário dos produtos desenvolvidos por cada MPEs, e com base nesta definição fornecida por cada entrevistado, foi identificado em quais ações do PDP o usuário é considerado. Nos subtítulos abaixo está apresentado o usuário e em quais ações do PDP este usuário é considerado em cada MPEs. Os trechos das entrevistas fornecidos pelos micro e pequenos empresários encontram-se destacados em itálico.

MPE A: O usuário no PDP da Empresa A

O usuário da MPE A foi definido de acordo com o sexo, feminino e masculino, e de acordo com a idade, pois segundo o entrevistado: *“para a coleção de verão o público alvo é um público mais jovem e para a coleção de inverno é um público não tão jovem, um público mais clássico”*. Após análise da entrevista, foi identificado que o usuário é considerado nas ações protótipo, reunião de aprovação e na reunião de feedback da coleção.

- **Protótipo:** A empresa A prova seus protótipos em colaboradores, pois estes, de acordo com o entrevistado A, também são usuários de suas peças. Não foi analisado se as medidas dos modelos colaboradores correspondem com a tabela de medidas utilizada para o desenvolvimento da modelagem. Essas peças de vestuário podem estar sendo ajustadas em modelos que não correspondem com o usuário final da empresa.



- **Reunião de Aprovação:** O entrevistado A comentou que nesta reunião de aprovação das peças é analisado questão de custo, pois frequentemente cria-se uma “*peça muito bonita, mas às vezes, o preço fica inviável*”, e então é necessário fazer alterações no intuito de reduzir este custo para que o cliente possa comprar a peça.
- **Reunião de *Feedback*:** Sobre o *feedback* da coleção, a empresa A conversa com os representantes, entretanto eles podem trazer apenas informações da visão dos clientes lojistas e não necessariamente do usuário.

MPE B: O usuário no PDP da Empresa B

O usuário da MPE B foi definido de acordo com o sexo feminino e de *faixa etária entre 20 a 60 anos*. Após análise da entrevista, foi identificado que o usuário é considerado na ação Reunião de *Feedback*.

- **Reunião de *Feedback*:** De acordo com o entrevistado B, os representantes repassam informações úteis para o desenvolvimento da nova coleção, como por exemplo, sugestão de mais peças de determinado estilo ou modelo, ou alertam para as peças que não venderam bem. A empresa B conversa com os seus representantes, e assim como acontece na empresa A, a maioria destas informações partem da visão dos clientes lojistas e não necessariamente do usuário.

MPE B: O usuário no PDP da Empresa C

O usuário da MPE C foi definido de acordo com idade, tamanhos e sexo: “*maternal, primeiros passos, infantil, teen e adulto*”, e para o público feminino e masculino. Após análise da entrevista, foi identificado que o usuário é considerado na ação Reunião de *Feedback*.



- **Reunião de Feedback:** A consideração do usuário na MPE C ocorre da mesma forma como já foi explicado nas MPEs A e B. As informações chegam dos representantes, e estas podem ser apenas informações da visão dos clientes lojistas e não necessariamente do usuário. De acordo com o entrevistado C, os representantes fornecem informações úteis para o desenvolvimento da nova coleção, como por exemplo, os modelos que eles mais venderam, bem como o motivo pelo qual não venderam outros modelos.

MPE B: O usuário no PDP da Empresa D

O usuário da MPE D foi definido de acordo com as classes sociais B e C. Sobre a idade do público alvo da empresa, o entrevistado afirmou que não é possível classificar adequadamente, pois a empresa confecciona *“uma modinha tanto para meninas novas como para senhora”*. A respeito do tamanho a empresa faz peças no *“P, M, G e GG, e na linha plus size do G1 ao G4”*. Após análise da entrevista, foi identificado que o usuário é considerado nas ações relacionadas à pesquisa de tendências, cartela de cores e reunião de feedback.

- **Pesquisa de tendência:** Sobre este assunto a empresa alega não ser viável inserir na coleção as últimas tendências de moda, pois o usuário não aceitaria por questão de gosto ou custo do produto. O entrevistado D explica: *“a gente trabalha com uma modinha básica e tem coisas que é tendência que eu sei que não adianta colocar porque meu cliente final não vai aceitar, e porque também tem que ser num preço que cabe a venda dele”*.
- **Cartela de Cores:** Pelo mesmo motivo em não inserir as últimas tendências de moda, a empresa também opta por trabalhar apenas com cores tradicionais. O entrevistado D explica: *“costumamos trabalhar com as cores mais básicas... por que como a empresa vende em todo o Brasil torna-se complicado... então a*



trabalhamos com cores mais básicas que todo mundo vai compra: branco, preto, mescla, pink, vermelho, marinho”.

- **Reunião de Feedback:** Quanto à reunião de feedback, este também é feito com representantes, ou clientes lojistas que vem retirar a mercadoria na fábrica e acabam fornecendo informações úteis sobre a coleção, mas que não necessariamente é a mesma opinião dos usuários das peças.

O Quadro 02 apresenta um panorama geral sobre as ações que compõem o PDP de cada MPEs e também identifica, a partir de uma ilustração do usuário, as ações em que este é considerado no decorrer do processo.





Quadro 02 – Panorama do PDP das MPEs e a Consideração do Usuário

Etapas	Ações Verificadas no PDP da MPE	MPE A	MPE B	MPE C	MPE D
Planejamento	Reunião de Planejamento	✓	-	✓	✓
	Dimensionamento da Coleção	-	-	-	-
	Mix de Produto	✓	-	✓	✓
	Cronograma	-	-	-	-
	Briefing	-	-	-	-
	Pesquisa de Tendências	✓	✓	✓	✓
Design	Tema	-	-	✓	-
	Cartela de Cores	✓	✓	✓	✓
	Cartela de Tecidos	✓	✓	✓	✓
	Cartela de Aviamentos	✓	✓	✓	✓
	Esboços/Desenhos de moda	✓	✓	✓	✓
	Desenho Técnico	✓	-	✓	✓
	Desenho de Estamparia e Bordado	✓	✓	✓	✓
	Reunião de Definição	-	-	✓	✓
Desenvolvimento	Modelagem	✓	✓	✓	✓
	Protótipo	✓	✓	✓	✓
	Reunião de Aprovação	✓	-	✓	✓
	Gradação e Encaixe	✓	✓	✓	✓
	Ficha Técnica	✓	-	✓	✓
	Mostruário	✓	✓	✓	✓
	Produção	✓	✓	✓	✓
Promoção e Comercialização	Lançamento e Divulgação	✓	✓	✓	✓
	Comercialização	✓	✓	✓	✓
	Reunião de Feedback	✓	✓	✓	✓

Fonte: a autora (2017).

Considerações Finais

O questionamento inicial que desencadeou o desenvolvimento deste artigo foi a respeito da não consideração do usuário no PDP de vestuário visto os casos observados de modo empírico de frustração, incômodos e reclamações dos usuários nos momentos das provas e aquisição de roupas em



uma loja de produtos de vestuário. Considerando o objetivo geral, o qual era analisar o PDP do vestuário de MPEs do município de Gaspar/SC tendo como referência o usuário, esta pesquisa responde com a obtenção de um panorama sobre os processos de desenvolvimento de produto de quatro MPEs de confecção do vestuário do município de Gaspar/SC. Neste panorama ilustrado com uma matriz, além de visualizar as etapas e ações que compõem o PDP de cada uma das MPEs, é possível verificar as poucas ações em que o usuário é considerado no decorrer do processo.

A aplicação deste roteiro de entrevistas nas MPEs de confecção do vestuário localizadas no município de Gaspar/Sc permitiu compreender como ocorre o PDP dentro de cada MPEs de confecção do vestuário. Após compreender o PDP de cada empresa, procurou-se identificar as ações em que o usuário é considerado dentro do processo das MPEs. Como resultado deste, verificou-se que o usuário é considerado por uma empresa na ação pesquisa de tendências, por uma empresa na definição da cartela de cores, por uma empresa na aprovação do protótipo, por uma empresa na reunião de aprovação e pelas quatro MPEs na reunião de feedback.

Como resposta ao questionamento inicial: a indústria de confecção do vestuário considera o usuário no processo de desenvolvimento de seus produtos, conclui-se que o usuário é considerado em poucas ações, apenas em oito, nos PDP pesquisados. A partir do momento em que todas as outras ações que compõem o PDP forem pensadas com um olhar atento ao usuário os produtos disponibilizados serão mais adequados aos mesmos, não ocasionando as situações de frustrações ou desconforto.

Em relação aos procedimentos metodológicos e os resultados obtidos acredita-se que o delineamento foi definido corretamente. A fase 1 - Fundamentação Teórica permitiu compreender sobre PDP de vestuário e



contribui para a elaboração de instrumento de coleta de dados, o roteiro de entrevistas que foi aplicado nas quatro MPEs. A fase 2- Desenvolvimento permitiu compreender o PDP das MPEs e identificar em quais ações do processo o usuário é considerado. Nesta fase destaca-se uma pergunta feita aos entrevistados a respeito de quem é o usuário (público-alvo) dos produtos desenvolvidos pela MPE, o que permitiu localizar o usuário no decorrer da explicação do entrevistado sobre as ações do PDP da empresa.

Entre as respostas, percebeu-se que as MPEs possuem dificuldade em visualizar e definir quem é o usuário de seus produtos. Todas as definições remetem a um público abrangente, e envolveram explicações de acordo com o critério demográfico, focando principalmente na idade. Ao que parece, as empresas procuram desenvolver produtos para diversos usuários em uma mesma coleção, na intenção de ter maior abrangência do mercado, mas, desta maneira, torna-se complexo considerar o usuário no PDP e acabam perdendo uma oportunidade de focar em determinado público e satisfazê-lo de maneira adequada. Observou-se também, em uma das respostas, uma não coerência entre o usuário da coleção de verão e de inverno de uma mesma marca.

Além desta vaga compreensão a respeito do usuário, percebeu-se que pouco se faz em relação à procura de informações sobre ele, através da realização de pesquisas diretamente com o usuário final. As MPEs recebem feedback de informações sobre a coleção por meio de seus representantes ou clientes lojistas, e não necessariamente do usuário final. A falta de informação sobre o usuário se reflete também no setor da modelagem, pois os entrevistados não souberam explicar sobre a definição da tabela de medidas, a qual deveria ter sido desenvolvida ou adaptada em cima das medidas dos usuários. O mesmo acontece durante as provas de protótipos, em que é realizada em uma pessoa de fácil acesso, como por exemplo, um colaborador



da empresa, e desta maneira esta prova pode estar sendo realizada em uma pessoa com perfil diferente do perfil do usuário da empresa. Ajustes feitos em pessoas que não possuem as mesmas medidas utilizadas no setor de modelagem da empresa invalidam o momento da prova, e pode gerar insatisfações dos usuários durante a compra.

Por fim, acredita-se que esta pesquisa pode ter continuidade com estudos futuros, a partir do desenvolvimento de um modelo de PDP para as MPEs com foco na consideração do usuário em todo o processo, e a validação deste modelo dentro de empresas de confecção e/ou no ambiente acadêmico.

Referências

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda: planejamento de coleção**. 5. ed. São Paulo: Edição da Autora, 2013.

