

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ**  
**CAMPUS APUCARANA**  
**CURSO DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA**

**ALISSON APARECIDO PENA**

**ALTERNATIVAS APLICADAS AO FAST FASHION PARA VALORIZAR O  
PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO NO ÂMBITO DO DESIGN  
SUSTENTÁVEL**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**APUCARANA**

**2014**

**ALISSON APARECIDO PENA**

**ALTERNATIVAS APLICADAS AO FAST FASHION PARA  
VALORIZAR O PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO NO  
ÂMBITO DO DESIGN SUSTENTÁVEL**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como requisito parcial à  
obtenção do título de Tecnólogo em  
Design de Moda, da Universidade  
Tecnológica Federal do Paraná –  
Campus Apucarana.

Orientadora: Prof. Josiany Oenning

**APUCARANA**

**2014**



**Ministério da Educação**  
**Universidade Tecnológica Federal do Paraná**

Câmpus Apucarana

CODEM – Coordenação do Curso Superior de Tecnologia em Design de  
Moda



**TERMO DE APROVAÇÃO**  
**Título do Trabalho de Conclusão de Curso Nº 103**  
**Alternativas aplicadas ao fast fashion para valorizar o processo de**  
**desenvolvimento no âmbito do design sustentável**  
por

ALISSON APARECIDO PENA

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado aos trinta e um dias do mês de julho do ano de dois mil e quatorze, às dezoito horas, como requisito parcial para a obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, Linha de pesquisa Processo de Desenvolvimento do Produto, do Curso Superior em Tecnologia em Design de Moda da UTFPR – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. O candidato foi argüido pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho aprovado.

---

PROFESSOR(A) JOSIANY OENNING – ORIENTADOR(A)

---

PROFESSOR(A) DÉBORA MIZUBUTI BRITO – EXAMINADOR(A)

---

PROFESSOR(A) ANDRESSA KAREN ROSSI – EXAMINADOR(A)

“A Folha de Aprovação assinada encontra-se na Coordenação do Curso”.

## RESUMO

PENA, Alisson Aparecido. **Alternativas aplicadas ao fast fashion para valorizar o processo de desenvolvimento no âmbito do design sustentável.** 2014. 147 f. Trabalho de Conclusão de Curso de Tecnologia em Design de Moda - Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2014.

Este trabalho, tem como finalidade levantar as possibilidades de se aplicar inovações e alternativas sustentáveis no segmento *fast fashion*, para que o mesmo possa colaborar com a preservação do meio ambiente. Assim, busca-se mostrar ao designer que é possível desenvolver produtos com uma política sustentável nesse segmento, em prol do consumidor. Esse segmento, que se mantém forte no mercado, desenvolve uma produção em grande escala com preços acessíveis para todas as classes. Desse modo inserindo os aspectos sustentáveis com a utilização de materiais alternativos, o *fast fashion* passa a contribuir para a moda ecológica.

**Palavras-chave:** Moda; Sustentabilidade; Materiais Alternativos; *fast fashion*.

## ABSTRACT

PENA, Alisson Aparecido. **Alternatives applied to fast fashion to enhance the development process in the context of sustainable design.**2014. 147 f. Work Completion Technology Course in Fashion Design - Federal Technological University of Paraná.Apucarana, 2014.

This work, aims to raise the possibilities of applying innovations and sustainable alternative to fast fashion segment, so that it can help preserve the environment. Thus, we seek to show the designer who can develop products with a sustainable policy in this segment, in favor of the consumer. This segment, which remains strong in the market, developing a large-scale production affordable for all classes. That inserting the sustainable aspects to the use of alternative materials mode, fast fashion shall contribute to the eco-fashion.

**Keywords:** Fashion, Sustainability, Alternative Materials, fast fashion.

## LISTA DE GRÁFICO

Gráfico 1 – Resultado da pergunta 1.....	43
Gráfico 2 – Resultado da pergunta 2.....	43
Gráfico 3 – Resultado da pergunta 3.....	44
Gráfico 4 – Resultado da pergunta 4.....	44
Gráfico 5 – Resultado da pergunta 5.....	46
Gráfico 6 – Resultado da pergunta 8.....	46
Gráfico 7 – Resultado da pergunta 10.....	47
Gráfico 8 – Resultado da pergunta 12.....	49

## LISTA DE QUADRO

Quadro 1 - Respostas da pergunta 5.....	45
Quadro 2 - Respostas da pergunta 9.....	47
Quadro 3 - Respostas da pergunta 11.....	48

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Cortes na seringueira.....	31
Figura 2 - Látex sendo extraído.....	31
Figura 3 - Produtos H&M 1.....	41
Figura 4 - Produtos H&M 2.....	41
Figura 5 - Logo da marca.....	50
Figura 6 - Concorrentes diretos.....	53
Figura 7 - Concorrentes diretos.....	53
Figura 8 - Concorrentes diretos.....	54
Figura 9 - Concorrentes indiretos.....	55
Figura 10 - Concorrentes indiretos.....	55
Figura 11 - Concorrentes indiretos.....	56
Figura 12 - Concorrentes indiretos.....	57
Figura 13 - Planejamento Visual.....	59
Figura 14 - Planejamento Visual.....	59
Figura 15 - Público alvo masculino.....	61
Figura 16 - Macrotendência.....	62
Figura 17 - Microtendência.....	63
Figura 18 - Microtendência.....	63
Figura 19 - Microtendência.....	64
Figura 20 - Referência da coleção.....	66
Figura 21 - Referência da coleção.....	67
Figura 22 - Referência da coleção.....	67
Figura 23 - Referência da coleção.....	68
Figura 24 - Referência da coleção.....	68
Figura 25 - Painel Semântico.....	70
Figura 26 - Cartela de cores.....	71
Figura 27 - Look 1.....	72
Figura 28 - Look 2.....	73
Figura 39 - Look 3.....	74
Figura 30 - Look 4.....	75
Figura 31 - Look 5.....	76
Figura 32 - Look 6.....	77
Figura 33 - Look 7.....	78
Figura 34 - Look 8.....	79
Figura 35 - Look 9.....	80
Figura 36 - Look 10.....	81
Figura 37 - Look 11.....	82
Figura 38 - Look 12.....	83
Figura 39 – Prancha 1.....	106

Figura 40 – Prancha 2.....	106
Figura 41 – Prancha 3.....	107
Figura 42 – Prancha 4.....	107
Figura 43 – Prancha 5.....	107
Figura 44 – Prancha 6.....	108
Figura 45 – Site.....	108
Figura 46 – Site.....	109
Figura 47 – Catálogo.....	115

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Obtenção de cores por meio de plantas.....	36
Tabela 2 - Mix de coleção.....	70

## LISTA DE SIGLA

ONU - Organização das Nações Unidas.....19

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>15</b>
1.1 PROBLEMA .....	15
1.2 OBJETIVO .....	16
1.2.1 OBJETIVOS GERAIS .....	16
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	16
1.3 JUSTIFICATIVA .....	16
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....</b>	<b>18</b>
2.1 INÍCIO DOS PROBLEMAS AMBIENTAIS .....	18
2.2 ORIGEM DA SUSTENTABILIDADE .....	21
2.3 DESIGN SUSTENTÁVEL .....	23
2.4 CICLO DE VIDA DO PRODUTO .....	25
2.5 ECODESIGN .....	26
2.6 MATERIAIS SUSTENTÁVEIS .....	27
2.6.1 TECIDOS DE ORIGEM ORGÂNICA .....	27
2.6.1.1 ALGODÃO ORGÂNICO .....	28
2.6.1.2 LÃ ORGÂNICA .....	28
2.6.1.3 SEDA ECOLÓGICA .....	29
2.6.2 TECIDOS PRODUZIDOS A PARTIR DE FONTES RENOVÁVEIS .....	29
2.6.2.1 BAMBU .....	29
2.6.2.2 COURO VEGETAL .....	30
2.6.2.3 FIBRA PET .....	32
2.6.2.4 LINHO .....	32
2.6.2.5 COURO DE PEIXE .....	33
2.6.3 TÉCNICAS DE ESTAMPARIA E LAVAGEM .....	33
2.6.3.1 ESTAMPA POR SUBLIMAÇÃO .....	34
2.6.3.2 ESTAMPA DIGITAL .....	34
2.6.3.3 LAVAGEM SUSTENTÁVEL .....	35
2.7 FAST FASHION .....	36
2.7.1 CONCEITO .....	36
2.7.2 MERCADO E CONSUMIDOR .....	37
2.7.3 DIFICULDADES DO <i>FAST FASHION</i> .....	38
2.7.4 INSERÇÃO DE ASPECTOS SUSTENTÁVEIS NO <i>FAST FASHION</i> .....	39
<b>3 METODOLOGIA .....</b>	<b>42</b>
3.1 COLETA E ANÁLISE DE DADOS .....	43
3.1.1 PESQUISA DE CAMPO .....	43
3.1.2 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA .....	49
<b>4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO .....</b>	<b>50</b>
4.1 EMPRESA .....	50

4.1.1	NOME DA EMPRESA.....	50
4.1.2	PORTE.....	50
4.1.3	MARCA.....	51
4.1.4	CONCEITO DA MARCA .....	51
4.1.5	SEGMENTO .....	52
4.1.6	DISTRIBUIÇÃO .....	52
4.1.7	CONCORRENTES .....	52
4.1.7.1	CONCORRENTES DIRETOS.....	52
4.1.7.2	CONCORRENTES INDIRETOS .....	56
4.1.8	SISTEMAS E PONTOS DE VENDAS.....	57
4.1.9	MARKETING.....	57
4.1.10	PREÇO PRATICADO E PROMOÇÃO.....	58
4.1.11	PLANEJAMENTO VISUAL .....	59
4.1.12	EMBALAGEM .....	60
4.2	PÚBLICO ALVO.....	60
4.2.1	PERFIL DO CONSUMIDOR .....	60
4.2.2	IMAGEM DO PÚBLICO ALVO.....	61
4.3	PESQUISAS DE TENDÊNCIAS .....	61
4.3.1	MACROTENDÊNCIAS (SOCIOCULTURAIS) .....	61
4.3.2	MICROTENDÊNCIAS (ESTÉTICAS).....	62
	<b>5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO .....</b>	<b>65</b>
5.1	DELIMITAÇÃO PROJETUAL.....	65
5.2	ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO .....	65
5.2.1	CONCEITO DA COLEÇÃO.....	65
5.2.2	NOME DA COLEÇÃO.....	65
5.2.3	REFERÊNCIA DA COLEÇÃO .....	66
5.2.4	CORES E MATERIAIS.....	69
5.2.5	FORMAS E ESTRUTURAS ( <i>SHAPES</i> ).....	69
5.2.6	TECNOLOGIAS .....	69
5.2.7	MIX DE COLEÇÃO .....	69
5.3	PAINEL SEMÂNTICO .....	70
5.4	CARTELA DE CORES E CARTELA DE MATERIAIS.....	71
5.5	GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS .....	72
5.6	ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS .....	72
5.7	FICHAS TÉCNICAS.....	84
5.8	PRANCHA DOS <i>LOOKS</i> .....	106
5.9	DOSSIÊ ELETRÔNICO E CATÁLOGO .....	108
5.10	DESFILE.....	115
	<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>116</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>117</b>
	<b>REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS .....</b>	<b>121</b>



## 1 INTRODUÇÃO

Atualmente, devido ao fenômeno da globalização, a produção e o consumo são cada vez mais estimulados. Com isso, a concorrência cresce e, para cativar o público-consumidor, os designers necessitam desenvolver produtos com inovações, por meio de novos materiais, processos e técnicas.

Para Cideira (2005), o desenvolvimento de novos produtos no segmento de vestuário e acessórios é constante, o que estimula o desejo de consumo e a procura constante por novidades.

Segundo Berlim (2012), a indústria da moda gera muitos empregos ao redor do mundo e tem se destacado como a terceira atividade econômica em volume de movimentação financeira, pois produz grandes rendas. Por outro lado, entretanto, esse segmento tem desencadeado consequências negativas para o planeta, pois é um dos setores que mais geram resíduos.

O conceito de sustentabilidade ganha espaço nos produtos de moda, porém, ainda não é utilizado em larga escala nas indústrias do vestuário, entretanto é necessário inserir essas aparências nesse contexto.

Desse modo, este estudo buscou referências teóricas com o intuito de levantar informações sobre a questão da sustentabilidade no âmbito do vestuário, com o objetivo de conhecer inovações que possam introduzir aspectos sustentáveis no segmento *fast fashion*.

### 1.1 PROBLEMA

Alternativas que podem ser aplicadas ao *fast fashion* para a valorização do processo de desenvolvimento no âmbito do design sustentável.

## 1.2 OBJETIVO

### 1.2.1 Objetivos Gerais

Desenvolver peças de vestuário para o segmento *fast fashion* com base em um conceito sustentável, cujo processo de criação utilize materiais e técnicas inovadoras e valorize a estética e o bem estar do consumidor, para serem comercializadas em lojas de varejo em geral, e confeccionadas no *Private Label* para as grandes magazines.

### 1.2.2 Objetivos Específicos

- Desenvolver peças com conceito sustentável para o *fast fashion*.
- Utilizar materiais de fontes orgânicas e renováveis, com um custo que atenda as necessidades desse segmento.
- Estudar e aplicar técnicas de estamparia que utilizam produtos que geram o menor impacto possível no meio ambiente.
- Empregar serviços e trabalhar com fornecedores sustentáveis.
- Fazer um planejamento na compra de matéria-prima, relacionando custo e tempo de produção, para que o processo não seja lento, e chegue a tempo útil para as lojas.
- Aplicar uma pesquisa que reafirme os sinais do mercado sustentável na rede *fast fashion*.

## 1.3 JUSTIFICATIVA

Disponibilizar para o mercado, produtos de moda desenvolvidos com base em alternativas sustentáveis, com o intuito de reduzir os problemas ambientais causados pela indústria têxtil. As grandes redes que atuam no *fast fashion* já começam a introduzir esses aspectos atrelados a essa filosofia de

design sustentável, sendo que isso vai se tornar um efeito de marketing. Assim, a proposta deste estudo é trabalhar com tecidos ecológicos e técnicas de estamparia e lavagem que agredem o menos possível o meio ambiente.

A escolha por trabalhar com produtos desenvolvidos com base em alternativas ecológicas se torna fundamental para que o designer de moda possa também contribuir para a sustentabilidade do meio ambiente.

O *fast fashion* também se torna importante para fazer a conscientização do consumidor, que é possível inserir esses aspectos nos produtos de moda, sendo assim o mesmo passa a contribuir com o meio ambiente de forma correta.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 INÍCIO DOS PROBLEMAS AMBIENTAIS

Os impactos ambientais são um fato conseqüente das atividades que foram e são geradas continuamente, resultando em problemas que não afetam somente o meio ambiente, e sim toda forma de vida que depende dele para sobrevivência.

Segundo Oliveira (2008), a exploração dos recursos naturais sempre esteve presente nas atividades do ser humano, como forma de garantia da sobrevivência e da evolução da espécie. As atividades de exploração começam, de maneira mais intensa, a partir da Revolução Industrial, com o surgimento de novas máquinas, o que deu início à transferência do homem do campo para o centro urbano.

Para Oliveira (2008), a sociedade industrializada passa a explorar os recursos naturais em grande escala, com o objetivo de alcançar maior produtividade e, conseqüentemente, maior lucro, desconsiderando a questão ecológica, o que acaba por gerar impactos ambientais e sociais desastrosos.

A Revolução Industrial visava apenas à expansão das atividades do setor, o que desencadeou problemas ambientais diversos. Durante muito tempo, a sociedade não se atentou às conseqüências desse processo industrial sobre o meio ambiente, cujos efeitos produziram uma grande degradação ambiental.

Segundo Estender e Pitta (2008), as atividades geradas pelas novas indústrias passaram a desenvolver um ritmo cada vez mais intenso, e a exploração dos recursos naturais evoluiu de forma drástica. Entretanto, a qualidade de vida dos trabalhadores e da sociedade como um todo não evoluiu na mesma proporção. O resultado da expansão industrial se traduziu em problemas ambientais para os grandes centros urbanos: poluição do ar e da água e contaminação do solo.

Oliveira (2008) ressalta que o campo também começa a sofrer esse impacto devido à exploração intensa do solo para plantações que visam o atendimento das necessidades das indústrias. Além disso, muitos animais que auxiliam o processo de plantio no campo, também começam auxiliar para as atividades das grandes indústrias. Essa situação resulta em uma qualidade de vida precária tanto para aqueles que moram no campo como para os que habitam os grandes centros urbanos.

Segundo Estender e Pitta (2008), inicialmente, os problemas ambientais desenvolviam-se de forma não mascarada, embora afetassem a qualidade de vida das populações, devido às atividades intensas de exploração do meio ambiente. Aos poucos, começam então, os protestos e o desenvolvimento de relatórios sobre a devastação do meio ambiente, o que leva a Organização das Nações Unidas (ONU) a discutir essa questão em uma conferência denominada Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente. Esta conferência foi realizada em 1972, na cidade Estocolmo, Suécia, com o objetivo principal de estabelecer uma possível conciliação entre a atividade econômica e a preservação do meio ambiente.

Oliveira (2008) assinala que, durante a conferência, foram discutidas diversas questões ambientais, entre elas: a poluição industrial nos grandes centros urbanos; os impactos gerados, nas vizinhanças, por essa atividade; e a incapacidade de regeneração dos recursos naturais em função do consumo desenfreado. Segundo Sachs (2009), após 10 anos da primeira conferência, as propostas apresentadas para o desenvolvimento sustentável, sugeridas como solução para os problemas ambientais, não foram implementadas com êxito. Assim, foi necessária uma nova avaliação, mais ampla, dos problemas ambientais, não só locais, mas também globais, com o propósito de se obter um crescimento atrelado ao respeito ao meio ambiente.

Para Estender e Pitta (2008), a necessidade de se desenvolver meios sustentáveis para a melhoria da qualidade de vida nas grandes cidades faz com que a ONU crie uma comissão denominada *Brundtland*, formada por mais de 40 especialistas de todo o mundo. O objetivo dessa comissão era analisar e discutir diversas questões socioambientais, de modo a sugerir propostas para a solução das mesmas. Oliveira (2008) afirma que diversas contribuições foram apresentadas por essa comissão, entre elas: a possibilidade de coexistência do

crescimento econômico com a proteção ambiental, desde que forem desenvolvidas as estratégias necessárias para tal; a urgência de se incorporar discussões sobre a pobreza e questões sociais vigentes; e a inquestionável necessidade de se prever e minimizar os impactos ambientais para garantir qualidade de vida para as futuras gerações.

Com os resultados obtidos por essa comissão, a ONU passa a desenvolver conferências mundiais voltadas para a reflexão sobre questões relacionadas ao meio ambiente, com o objetivo de despertar a conscientização sobre o tema e gerar discussões que possibilitassem a proposição de estratégias de melhoria em todos os aspectos ambientais. Conforme Platcheck (2012), em 1992, foi realizada uma nova conferência, no Rio de Janeiro, Brasil, que foi denominada ECO 92. Esta conferência teve um papel fundamental na divulgação e popularização do conceito de desenvolvimento sustentável, pois demonstrou que o mesmo poderia ser implantado em qualquer país, para que todos conseguissem chegar a um equilíbrio ambiental.

Conforme Oliveira (2008), no ano de 2002, foi realizada uma conferência na cidade de Johannesburgo, na África do Sul, com os líderes mundiais e os membros de organizações do setor para avaliar e discutir as mudanças que aconteceram após a ECO 92. Os resultados não foram satisfatórios, pois todos os objetivos propostos na conferência anterior não foram alcançados, embora a situação ambiental continuasse cada vez mais grave, devido à grande emissão de gases que causam o efeito estufa e crescente degradação ambiental, social e econômica, o que inclui uma grande perda da biodiversidade em várias partes do planeta.

Em 2012, a ONU promoveu a Rio +20, que foi realizada na cidade do Rio de Janeiro, Brasil, com o mesmo objetivo das últimas conferências, ou seja, a discussão sobre o futuro da humanidade e sobre o crescimento consciente e ecológico para a garantia da sobrevivência do planeta. O site Rio+20.org informa que, durante a conferência, foram discutidos vários pontos que precisavam ser redefinidos, pois diversos compromissos acordados anteriormente haviam apresentado falhas, o que impedia a ocorrência de várias melhorias para o ser humano e para o meio ambiente. Assim foram definidos os novos desafios para o equilíbrio do planeta, além de outras questões

referentes à renovação dos compromissos políticos com o desenvolvimento sustentável de todas as nações.

## 2.2 ORIGEM DA SUSTENTABILIDADE

O consumo, a partir do início do século XXI, começa a apresentar proporções fora da realidade, pois a compra passa a se fundamentar no desejo e não mais na necessidade. Neste contexto, a comissão Mundial sobre o Meio Ambiente (1987 apud BRIAN, 2008, p.20) definiu o conceito estratégias sustentáveis como aquelas “que satisfazem as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das futuras gerações de satisfazerem suas próprias necessidades.”

Segundo Sachs (2009), a consciência ambiental é algo que vem agregando valores desde o lançamento da bomba atômica em Hiroshima, no Japão, pois, nesse momento, a humanidade passa a ter conhecimento de que a vida do planeta Terra pode ser extinta.

Para Smeraldi (2009), a sustentabilidade é um alvo móvel, pois sempre se vai encontrar dificuldades para atingir o centro da idéia, porém, a partir de pequenos gestos sustentáveis, em maior ou menor escala, o objetivo de ser sustentável tem estado presente na sociedade.

Conforme Andrade (2010), as dificuldades surgem em relação aos aspectos sustentáveis, pois o mesmo exige uma responsabilidade social em preservar o meio ambiente, de forma que é preciso fazer um planejamento em dimensão econômica, social e ambiental.

Os ambientalistas e cientistas, conforme Schulte e Lopes (2008), têm alertado, por diversas vezes, que a necessidade de se cuidar do meio ambiente é urgente e que a recuperação e a preservação da natureza devem ser levadas mais a sério, pois todos sabem dos problemas ambientais que vêm ocorrendo de forma drástica. Entretanto, são poucos os que assumem atitudes de preservação, utilizando, de forma consciente, os recursos naturais.

Para que os princípios da sustentabilidade sejam, efetivamente, colocados em prática, é necessário que a sociedade tenha consciência de que isso depende de pequenos e grandes cuidados em relação ao meio ambiente.

Esses princípios devem fazer parte do cotidiano das pessoas, a todo o momento, pois só assim serão preservados os recursos naturais, graças aos cuidados dispensados à natureza, e garantidas as condições de vida das gerações futuras.

É necessário que haja reeducação ambiental e sociocultural em larga escala, tanto em países desenvolvidos, que consomem grandes volumes de recursos naturais para produzir riquezas, quanto em países ainda em desenvolvimento, que precisam saber como utilizar tais recursos para atender suas necessidades sem agredir o meio ambiente.

As atividades sustentáveis de educação ambiental precisam estar mais disponíveis, de modo a facilitar o conhecimento sobre os problemas ambientais urbanos, o que redundaria em prevenção e/ou solução dos mesmos. Neste contexto, os problemas passariam a não se repetir, pois a sociedade teria agregado os valores de uma cultura socioambiental.

Para Jacobi (2003), por meio da educação para a cidadania, seria possível produzir uma melhor qualidade de vida, pois, na atualidade, as informações sobre o meio ambiente são distribuídas, em larga escala, através da multimídia e da internet. Esta informação disponível, ao disseminar formas corretas de agir em relação ao meio, produz na sociedade uma cultura ambiental que, aos poucos, pode minimizar os efeitos das atividades humanas na natureza e na própria sociedade.

Se a educação para a sustentabilidade for alvo de investimentos, com o tempo, haverá uma transformação em todos os aspectos socioambientais e culturais, o que possibilitará a manutenção do progresso, mas com base em ações sustentáveis.

Segundo Jacobi (2003), a comunicação pode propiciar o surgimento de novas fronteiras em relação ao desenvolvimento sustentável, entretanto, para que isso ocorra, é necessário que a sociedade se conscientize dos riscos ambientais e de como agir para que tais problemas não prejudiquem o meio ambiente.

A visão da sustentabilidade é alcançar um desenvolvimento que possa estimular e colocar em prática os valores éticos fundamentais, com intenção de impulsionar a realização de novas idéias sobre a interação sociedade/meio

ambiente, visando ao estabelecimento de um modo sustentável de produção e de uma sociedade ecologicamente correta.

Uma sociedade sustentável exige restrições no que diz respeito ao crescimento, pois o uso de recursos naturais precisa ser controlado e moderado para que os mesmos não se tornem escassos ou não possam ser renovados em um curto prazo. Neste caso, é preciso que sejam encontradas novas soluções e métodos diversificados para que o crescimento aconteça, porém, de um modo que não afete o meio ambiente. Para isso, é preciso que surjam novas idéias, métodos e inovações de desenvolvimento socioambiental, que contribuam para a solução dos problemas presentes, visando à garantia da vida futura.

### 2.3 DESIGN SUSTENTÁVEL

Segundo Manzini e Vezzoli (2002), o design, no âmbito da sustentabilidade, faz uma análise de todas as questões ambientais em relação ao ciclo de vida do produto, levando em consideração todo o sistema produtivo e as necessidades de bem estar da sociedade, com o intuito de amenizar e reduzir os impactos ambientais. Este objetivo, entretanto, na maioria das vezes, é apenas mencionado, mas não colocado em prática.

Para Schulte e Lopes (2008), é indispensável que, no processo de desenvolvimento de um produto, sejam avaliadas todas as etapas, ou seja, desde a criação do mesmo até seu descarte final pelo consumidor, para que este possa ser considerado sustentável em todo o seu ciclo. Assim, um produto só é considerado sustentável se for socialmente justo para todos e se os impactos gerados ao meio, em sua produção, uso e descarte, forem os mínimos possíveis.

Trabalhar com um produto que busca ser classificado como sustentável exige uma atenção maior na escolha da matéria-prima a ser utilizada, que deve estar de acordo com os princípios sustentáveis. Para que esse efeito seja realizado com êxito é necessário que haja conscientização por parte do designer, da indústria, do consumidor e dos fornecedores.

No segmento da moda, até o momento atual, isso ainda é um desafio que vem sendo enfrentado todos os dias, não só pelos responsáveis pela produção da moda, mas também pelos consumidores, que, muitas vezes, compram sem necessidade de fazê-lo. Ao mesmo tempo, já é possível encontrar grifes que atuam de forma sustentável na maior parte do processo de desenvolvimento de um produto.

Segundo Oenning (2012), são diversas as áreas que buscam agregar o conceito de sustentabilidade ao produto, assim, têm surgido vários termos ou denominações para caracterizar os produtos nesses segmentos. Desse modo, existe a necessidade de distinguir esses conceitos com a finalidade de promover um entendimento mais amplo dos mesmos, para que estes possam ser aplicados no desenvolvimento de um produto.

Jabbour e Santos (2007) afirmam que o design, ao agregar conceitos de sustentabilidade, acabou por produzir um método que busca analisar não apenas as necessidades de consumo, mas também a equidade, a ética, o impacto social e, principalmente, a eficiência total dos recursos utilizados, para que seja possível chegar a produto construído de forma sustentável em todas as etapas de produção.

Já para Manzini e Vezzoli (2002), a sustentabilidade aliada ao design tem como missão utilizar os recursos naturais em um nível bem menor do que o utilizado atualmente, o que contribuiria para a construção de um sistema produtivo mais saudável por ser mais racional.

Quando se inicia a execução de um produto com base em soluções sustentáveis, surge a necessidade de inclusão dos seguintes aspectos ambientais, que passam a ser fundamentais: funcionalidade, usabilidade e segurança (PLATCHECK, 2012).

Para Arruda e Landim (2009), o surgimento de novos produtos na esfera da sustentabilidade ocorre quando a quantidade de material retirado do meio ambiente é menor do que a quantidade atual explorada, pois é preciso fazer um planejamento de quais materiais devem ser usados e se há possibilidade de utilizar outros recursos, menos agressivos ao meio ambiente. Desse modo, o produto desenvolvido passa a embutir características sustentáveis relacionadas ao equilíbrio ecológico, o que pode incentivar a criação de outros novos produtos com esses mesmos aspectos.

Conforme Kaebnick, Kara e Sun (2003), a escolha por desenvolver produtos sustentáveis se tornou algo muito comentado e idealizado, porém, a prática ainda não se disseminou, pois há dificuldade para se realizar padrões de produção que possam atender esses aspectos. Muitas vezes, há falta de conhecimento ou dificuldade de encontrar materiais para atender a produção de um produto que acolha esses requisitos.

Segundo Oenning (2012 apud Manzini e Vezzoli 2002), o design sustentável ocorrerá quando surgirem novas ferramentas e estratégias que possam incluir os aspectos sociais, culturais, ambientais e, principalmente, econômicos. Disponibilizadas essas estratégias, acredita-se que a demanda por produtos sustentáveis venha a ocorrer no cotidiano da sociedade.

Manzini e Vezzoli (2002) apresentam uma abordagem metodológica denominada *Life Cycle Design*, cujo intuito é orientar o desenvolvimento de produtos sustentáveis em todas as fases do seu projeto, para que este possa ser ambientalmente correto em todas as etapas do ciclo de sua vida, assim como, no descarte.

De certo modo, para conquistar o desenvolvimento de produtos com características sustentáveis é preciso ter conhecimento sobre os recursos de origem natural, pois estes não são infinitos. Assim, é necessário que haja um planejamento no momento em que se esboça um produto, pois o mesmo não pode se fundamentar na quantidade, mas na qualidade. Neste contexto, devem-se utilizar novas idéias, métodos, técnicas e, principalmente, materiais que possam ajudar no progresso do design sustentável.

## 2.4 CICLO DE VIDA DO PRODUTO

Os produtos de moda, assim como outros produtos, são desenvolvidos com base em um planejamento que discrimina as estratégias de produção e uso no ciclo de vida de cada produto de uma coleção, pois a clareza sobre a missão e os valores do mesmo é indispensável para sua configuração.

A moda é, hoje, um dos maiores negócios financeiros do mundo. Segundo Cobra (2007), a moda estabelece vários ciclos, e isso, de certa maneira, influencia a cadeia produtiva, pois esta passa a trabalhar com prazos

curtos e constantes novas coleções, o que desperta o desejo de compra por parte dos consumidores, mesmo que estes não tenham necessidade do produto.

Se o produto de moda possui um ciclo de vida curto, outros ciclos vão aparecer no mercado de vendas. Desse modo, fica visível que é necessário uma intervenção e uma conscientização, tanto dos produtores como dos consumidores, para que se possa manter o equilíbrio ecológico apesar desses ciclos que se renovam em tão curto prazo.

Para Schulte e Lopes (2008), o que torna o ciclo de vida da moda tão curto é o grande apelo ao consumismo, o que impede que a moda contribua para a sustentabilidade, já que a mesma recebe incentivo do consumo sem necessidade e em grande escala.

O ciclo de vida de um produto passa por várias etapas. Segundo Brandalise (2006), essas etapas começam com a escolha da matéria-prima e passam pelo processo de produção, utilização e, por último, de descarte. É preciso ter consciência de que todo produto causa impacto ao meio ambiente, sendo assim, cada uma dessas etapas deve estar de acordo com os conceitos da sustentabilidade, principalmente, o descarte, pois o produto não consegue voltar ao meio ambiente na forma original, ou seja, como matéria-prima.

Conforme Schulte e Lopes (2008), para expandir o ciclo de vida do vestuário de modo geral, pode-se aplicar novas idéias, como, por exemplo, o compartilhamento de roupas por um grupo de amigos ou também o aluguel de peças básicas para um determinado grupo. Para um público que deseja utilizar o mesmo produto por mais tempo, pode-se aplicar idéias de personalização e manutenção, como a restauração dessas peças, para preservar a qualidade das mesmas e, desse modo, colaborar com a sustentabilidade.

## 2.5 ECODESIGN

O ecodesign é uma prática utilizada por profissionais de diversas áreas, mas, principalmente, do design, com o objetivo de buscar formas de utilizar, de maneira consciente, os recursos naturais que não são renováveis.

Para que um produto possa ser classificado como ecodesign é necessário que seja construído com base em vários requisitos desde o momento de sua criação: a escolha da matéria prima a ser utilizada; o processo de fabricação; o envolvimento de terceiros nesse processo; sua utilização pelo consumidor; o descarte; e, se possível, a reciclagem do mesmo.

Segundo Platcheck (2012), um produto é conceituado como ecodesign quando foi desenvolvido de forma ambientalmente consciente, ou seja, quando sua construção se baseou em práticas sustentáveis e seu uso não causa danos ao meio, o que o torna, de certo modo, um instrumento de educação social. Assim, um produto ecológico consegue transmitir a mensagem de que é possível diminuir os impactos ambientais.

Naime, Ashton e Hupffer (2012) afirmam que o designer tem inúmeras possibilidades, além da responsabilidade, de embutir práticas ambientais em suas criações. Nesse contexto, ao disponibilizar para a sociedade um produto ecológico, o designer tem a oportunidade de despertar na mesma a consciência e o desejo de cumprir seus deveres ambientais.

As práticas do ecodesign acabam, assim, por aproximar a sociedade da natureza, incentivando o cuidado e o bom uso dos recursos naturais, uma vez que estes podem chegar ao fim. Essas mudanças não vão acontecer de um modo rápido, uma vez que este assunto ainda não conseguiu um bom espaço e repercussão da mídia como um todo.

## 2.6 MATERIAIS SUSTENTÁVEIS

### 2.6.1 Tecidos de origem orgânica

O tecido orgânico é considerado sustentável quando é produzido a partir de plantas e animais que não utilizam produtos químicos. Só assim um tecido pode ser considerado ecológico, pois é sustentável em vários aspectos e, desse modo, contribui para a saúde do planeta.

Segundo o site eco desenvolvimento, na atualidade, os tecidos de origem orgânica mais conhecidos são: o algodão orgânico, a lã orgânica e a seda ecológica.

### 2.6.1.1 Algodão orgânico

O algodão orgânico, segundo Jesus (2011), é uma boa alternativa para o cultivo, pois não utiliza pesticidas sintéticos, fertilizantes ou reguladores de crescimento naturais para controlar pragas, ervas daninhas e até mesmo doenças. Lee (2009) informa que o plantio do algodão orgânico faz parte de alguns projetos que objetivam ajudar no combate à pobreza, pois, pelo fato de não utilizar produtos químicos em seu cultivo, o agricultor tem o custo menos com plantio do mesmo. O cultivo desse material contribui também para a saúde humana, animal e do meio ambiente, pois seus princípios são sustentáveis.

Para Alves, Raphaelli e Figueiro (2006), o algodão orgânico é certificado somente quando se comprova que foi produzido com base em um conjunto mínimo de normas estabelecidas. Para tal, cada fase da cadeia de produção é inspecionada e certificada.

### 2.6.1.2 Lã orgânica

Segundo Lee (2009), somente na Inglaterra existe quatro mil fazendas com prática de lã orgânica, o que corresponde, aproximadamente, a 691 mil quilos de lã orgânica de primeira.

O site Tricoteiras informa que, no Brasil, existe uma fazenda, no estado do Rio Grande do Sul, que trabalha com lã naturalmente colorida. As tonalidades dessa lã são: preta, marrom, cinza, entre outras cores, mas esse material tem sido rejeitado pela indústria, que tem preferência pela lã de cor branca. Os proprietários da fazenda passaram a fornecer a lã descartada para comerciantes que trabalham com o conceito de sustentabilidade, já que a mesma não recebe nenhum tratamento químico. Quando desejam melhorar a tonalidade dessa lã, fazem um tingimento natural obtido de plantas, o que torna o produto sustentável em mais de uma etapa.

Para ser classificada como lã orgânica, os animais precisam ser criados de forma orgânica, desse modo, o número de ovelhas deve ser limitado

em um espaço proporcional, sua alimentação deve ser pura e os pastos não podem receber tratamentos químicos.

Segundo Lee (2009, p.126), existe uma associação que garante que esse material não receba produtos químicos ou corantes e que o processo de limpeza e torção do mesmo seja orgânico.

### 2.6.1.3 Seda ecológica

E-Fabrics (2012 apud Oenning 2012), afirma que o bicho que produz a seda ecológica é alimentado por uma plantação que não recebe nenhum tipo de agrotóxico. Todos os resíduos são aproveitados, porém, os casulos que possuem defeitos acabam sendo rejeitados pela indústria, mas acabam se tornando matéria-prima para outras fontes, o que evita desperdícios. Este processo é embasado no conceito de responsabilidade social, pois o trabalho de fiação, que é feito de forma artesanal, é realizado por algumas comunidades, o que gera renda para as famílias envolvidas nesse trabalho.

Para E-Fabrics (2012 apud Oenning 2012), a seda ecológica recebe um processo de tingimento natural, realizado sem nenhum tratamento químico. Este processo é manual, o que imprime um aspecto diferenciado ao material.

## 2.6.2 Tecidos produzidos a partir de fontes renováveis

### 2.6.2.1 Bambu

O bambu é considerado um tecido biodegradável que contribui para a moda sustentável, pois sua fibra é retirada da polpa do bambu e a renovação dessa planta é rápida, desse modo, o impacto na natureza vai ser um pouco menor quando comparado a outras fibras.

Segundo Alves, Raphaelli e Fanguero (2006), o tecido originado do bambu é macio, assemelhando-se, no o toque, à seda, o que o torna muito confortável e atraente. As propriedades desse tecido impressionam, pois, além de originar-se de uma fonte renovável, é 100% biodegradável, contém um

bactericida natural que é inibidor de odores, provocando poucas reações alérgicas, além de ser muito absorvente e possuindo uma secagem rápida.

Embora a fibra do bambu seja um produto recente, sua aceitação e comercialização, em escala mundial, foi muito rápida, graças às suas características de boa transmissão e resistência.

#### 2.6.2.2 Couro vegetal

O couro vegetal, segundo Pinheiro (2008), pode ser encontrado na Amazonlife, uma empresa fundamentada nos princípios da sustentabilidade, estabelecida na Amazônia, que desenvolve um projeto chamado Projeto Couro Vegetal da Amazônia. Este projeto envolve, aproximadamente, cerca de 200 famílias de índios e seringueiros da região, que chegam até produzir 500 bolsas de couro vegetal por dia.

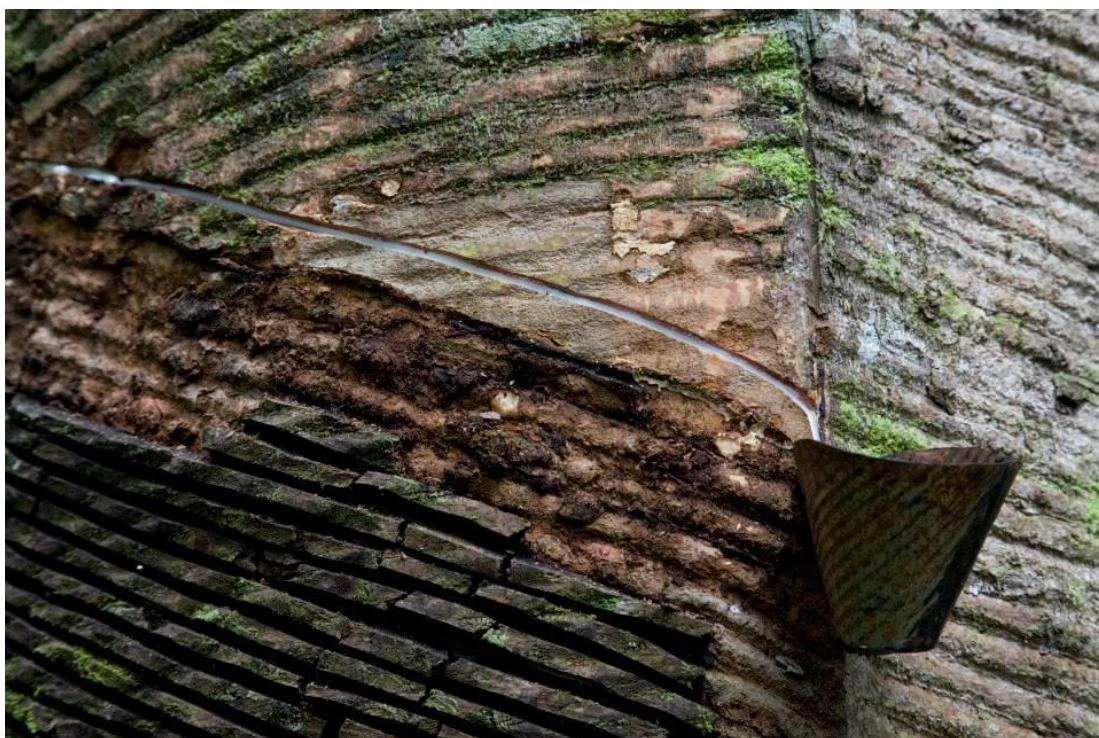
Com o couro vegetal que é uma fonte renovável, é possível criar produtos de moda como bolsas, carteiras, jaquetas e sapatos, além de revestimento para o setor moveleiro, utilizado em sofás, cadeiras e até mesmo poltronas.

Segundo o site da Amazonlife, para produzir o couro vegetal é necessário que seja retirado o látex extraído da casca da seringueira, por meio de cortes no tronco. Uma vez extraído, o látex é despejado em uma lona de algodão anexada a um quadro, para que a lona receba uma secagem natural e o produto não perca os princípios de sustentabilidade.

A próxima página possui imagens de algumas partes do processo de extração do látex da seringueira.



**Figura 1: Cortes na seringueira**  
**Fonte: Amazonlife - facebook.**



**Figura 2: Látex sendo extraído**  
**Fonte: Amazonlife - facebook.**

### 2.6.2.3 Fibra Pet

A fibra pet é extraída de materiais reciclados e segundo Vilhena (1996) a obtenção dessa fibra se dá da seguinte maneira: aquisição da matéria-prima, classificação, moagem com lavagem, enxágüe, descontaminação, pré-secagem, secagem, eliminação do pó, classificação das partículas e ensacagem. Os pedaços do PET são derretidos até conseguir uma polpa macia, sendo transformado em fio que pode ser tinturado de várias cores. Ela é fiada na indústria e as suas cores originais são: branca, verde ou bege, que pode ser misturada com algodão, linho, viscose, malha, brim e outros, melhorando a leveza, a maciez e o conforto desses tecidos, agregando valor ao produto final.

Vilhena (1996) informa que a fibra pet possui alta durabilidade, boa resistência à abrasão, durabilidade mecânica, elasticidade, sendo resistente aos mesmos agentes químicos que o poliéster, ou seja, totalmente viável para a indústria do vestuário, além de ser uma fibra inovadora e de grande aceitação do público por ser sustentável.

### 2.6.2.4 Linho

Segundo Souto (2009), o linho é uma planta composta por uma substância fibrosa, de onde se extraem as fibras longas para a fabricação do tecido.

A procura se torna cada vez maior, pela utilização de fibras naturais, que prevê um bom futuro para o linho, a fim de reforçar a necessidade da aplicação de materiais sustentáveis nos produtos de moda.

Conforme Kozlowski, Baraniecki, Barriga-Bedoya (2006) após a colheita, a fibra recebe todo um processo onde é retirado as sementes, e por fim são separada as fibras curtas e longas destinada a fiação que é industrial e os fios obtidos formam-se as meadas, que são submetidas ao branqueamento. Depois são colocadas ao sol, intercaladas com lavagens, após seca a meada é transformada em novelos para serem utilizados em teares, para efeito de uma dobradeira.

Essa fibra é muito utilizada em artigos têxteis por proporcionar leveza, frescor e absorção de umidade, de textura exclusiva, muito valorizada pelos usuários. Possuem também, boas propriedades mecânicas, resistência à tração dupla, capacidade de absorção sonora, baixa densidade e a possibilidade de ser um material reciclado, e sua decomposição é mais rápida.

#### 2.6.2.5 Couro de peixe

Segundo Monsueto (2008) os couros exóticos ou couros ecológicos, seria mais uma alternativa de desenvolvimento sustentável de produtos de moda. O couro de peixe é um material diferenciado, resistente e de qualidade, além disso, o seu processo de produção, também se adéqua às leis de preservação e sustentabilidade, e é aplicado em bolsas, calçados e vestuário, entre outros.

Conforme Figueira (2002) os peixes mais utilizados são: Tilápia, Pescada Amarela, Salmão, Dourado, Matrinxã, Pacu, Tainha, entre outros.

Além de inovador o couro de peixe é resistente a tração e ao rasgamento, já que as suas fibras são entrelaçadas segundo Figueira (2002).

Podemos destacar a empresa PUMA, marca de produtos esportivos, foi a primeira na fabricação de tênis de pele de Alosa, peixe do Atlântico Sul, possui elasticidade e resistência Ribeiro (2004).

#### 2.6.3 Técnicas de estamparia e lavagem

O processo de estamparia é um dos mais poluentes da área têxtil, pois este utiliza vários produtos químicos e muita água, no seu processo desde a gravação das matrizes serigráficas, tempero de tintas, limpeza e desgravação das mesmas matrizes.

Entre as poucas alternativas, até o momento, para a estamparia sustentável estão a utilização da técnica de sublimação e a estampa digital.

Para a lavanderia industrial o método correto, é respeitar e seguir as legislações ambientais, como tratamento de água para colaborar com o meio

ambiente, e procura utilizar novos meios tecnológicos que ajudam a combater os problemas gerados pelo mesmo.

#### 2.6.3.1 Estampa por sublimação

Segundo Anicet, Bessa e Broega (2011), no processo de estamparia denominado de sublimação, a estampa é impressa em papel específico e apropriado, que passa a ser transferido ao tecido escolhido por meio de uma prensa térmica, visando que esse papel se torna um material reciclável. A temperatura, o tempo e a pressão adequados da prensa fazem com que a impressão atinja o tecido. O problema de utilizar essa técnica é que a mesma transfere cores com maior intensidade para tecidos do tipo poliéster ou que são compostos por, pelo menos, 50% de poliéster. Quanto maior for a porcentagem de poliéster na composição do tecido, mais nítida ficará a estampa do *transfer*.

É possível encontrar tecidos feitos por meio da reciclagem de garrafas *pet*. De acordo com Pinho, Costa e Ramos (2013), a produção do poliéster reciclado utiliza somente 30% de energia em comparação com a produção de fibras virgens, pois, para se obter uma camiseta, são necessárias somente duas garrafas *pet*. Assim, é possível utilizar a técnica de sublimação, tornando o produto de vestuário sustentável em mais de uma etapa.

#### 2.6.3.2 Estampa digital

Os efeitos da estampa digital no mercado ainda são novos e seu custo é mais alto do que o das demais técnicas de estamparia, porém, seu resultado em relação às cores é incomparável.

Yamane (2008) informa que arte da estampa é desenvolvida em *softwares* como, por exemplo: *Adobe Photoshop*, *CorelDraw*, *Illustrator*, entre outros. Quando a estampa é desenvolvida por processo digital, não há necessidade de separar as cores, o que ocorre no processo de cilindros e quadros.

O processo digital de estampa contribui para o meio ambiente, pois é rápido e o consumo de energia, água e resíduos químicos são menores já que seu processo é mais limpo.

Segundo Yamane (2008), a tecnologia da estampa digital se tornou uma grande oportunidade para satisfazer o cliente do mercado atual, pois a qualidade da estampa é superior à das demais técnicas.

Pacheco e Medeiros (2013) assinalam que a contribuição dessa nova tecnologia ajuda a reduzir custos, pois não depende da gravação de telas e cilindros e nem da utilização de grande quantidade de corantes e água, necessários na maioria das estamparias.

### 2.6.3.3 Lavagem sustentável

O tingimento de tecido sempre esteve presente no desenvolvimento dos produtos de moda, por meio de métodos mais antigos, realizados de forma natural, ou pelos disponíveis na atualidade, que se utilizam de técnicas criadas pela indústria do vestuário, que, de certa forma, não apresentam contribuições sustentáveis. Para realizar um tingimento sustentável em produtos de moda, a única alternativa, no momento, são os tingimentos à base de corantes vegetais.

O processo de tingimento têxtil com corantes vegetais é feito, geralmente, de forma artesanal e se inicia com a coleta da planta que produz a cor desejada, entretanto, é preciso seguir algumas recomendações em relação a esse procedimento (OENNING, 2012).

Para se obter uma melhor cor a partir de corantes, é importante que o material escolhido, quer sejam sementes, flores, folhas ou frutas, estejam em bom estado de conservação.

De acordo com Amaral (2009), no tingimento natural, os corantes vegetais são obtidos a partir de líquens, cascas e raízes. Tritura-se a parte da planta, ferve-se em água, tintura-se as fibras do tecido e aplica-se um fixador chamado mordente.

Segundo Damasceno, Silva e Francisco (2010), a melhor maneira de o produto absorver a cor é utilizar os corantes quentes e não frios. O material deve ficar sempre totalmente submerso para que a tonalidade final seja a

mesma em toda a peça, além disso, deve ser mexido continuamente, para que o produto não receba manchas.

Segundo Oenning (2012), é possível obter várias cores a partir do processo de tingimento com corantes vegetais. Chantaignier (2006) informa, na tabela abaixo, uma relação de produtos naturais que pode fornecer as mais diversas cores:

<b>Cores</b>	<b>Origem Vegetal</b>
1. Rosa ou Vermelho	Nogueira (casca); Coco (fibras) Ruivinha (raiz); Cipó de imbê (caule)
2. Laranja	Flor de girassol; Sementes de urucum
3. Tons envelhecidos	Casca de cebola; Folhas de castanheiro; Raiz de goiabeira
4. Marrons e tons escuros	Pó da semente seca do cafeeiro; Castanha da Índia
5. Verde	Folhas de sabugueiro; Malva; Eucalipto, Erva Mate; Folhas de louro
6. Azul	Arruda; Folhas do Timbó mirim
7. Roxo	Casca e fruto do Pinheiro do Paraná; Fruta DeGenipapo
8. Cinza	Folhas de castanha da Índia;
9. Preto	Cascas de Caprosa; Cascas de Murici-da-Mata; Galhos da Tinteira

**Tabela 1 - Obtenção de cores por meio de plantas**

**Fonte: Chantaignier (2006, p. 64).**

É importante ressaltar que esse processo é artesanal, desse modo o tingimento natural não possui solidez em um padrão de cor, podendo deixar cada peça em uma tonalidade próxima quando se trata de uma produção.

## 2.7 FAST FASHION

### 2.7.1 Conceito

O consumo em massa de produtos de moda fez surgir, no mercado, uma nova tendência conhecida como *fast fashion*, cuja função é oferecer novidades constantes e em grande quantidade, por um preço mais acessível

para todas as classes. Para Cietta (2010), as empresas que trabalham com *fast fashion* orientam-se para produzir peças para um segmento específico de consumidores.

A expressão *fast fashion* foi criada pela mídia, no final dos anos de 1990, para identificar a alteração cada vez mais veloz da moda por parte de algumas empresas, entre elas, a Zara e a H&M (DELGADO, 2008).

Lipovetsky (1989) assinala que os produtos de moda são os que têm o menor tempo de vida útil, tornando-se, assim, muito frágeis, pois logo serão descartados.

A produção baseada no conceito *fast fashion* exige que seu planejamento seja feito com antecedência, para que os produtos desenvolvidos consigam chegar em tempo hábil nos pontos de venda.

Santiago e Morelli (2010) afirmam que o ciclo do *fast fashion* é muito mais rápido do que se pode imaginar, pois a troca de coleção já não se dá apenas a cada estação, mas semanal ou até diariamente.

De certa forma, o sistema *fast fashion* consegue desenvolver coleções rápidas, em um prazo muito curto, baseando-se nas últimas tendências, além de ter um bom direcionamento das vendas. Nesse sentido, Santiago e Morelli (2010, p. 4) ressaltam que, como as novas tendências surgem “o tempo todo, as preferências dos consumidores mudam muito rápido. Isso exige do varejista *fast fashion* rapidez de criação e produção para manter seu sucesso no mercado.”

O sucesso do *fast fashion* é baseado no desejo do consumidor, que encontra nesses produtos as tendências e as novidades do momento, de forma rápida e com preços acessíveis.

Segundo Delgado (2008), o *fast fashion* trabalha com a estratégia de consumo baseada na atualidade das tendências aplicada em novos produtos que chegam rapidamente nas lojas. As modificações no espaço da loja, em relação a vitrines ou em seu interior, produzem uma sensação de inovação e a ilusão de algo novo, o que estimula a compra.

### 2.7.2 Mercado e consumidor

Segundo Delgado (2008), o sistema *fast fashion* é a resposta para a demanda que trabalha com um número reduzido de peças, ou seja, com uma quantidade limitada, o que garante a venda de todo o estoque e não acarreta perdas, além de oferecer o que o consumidor procura: produtos exclusivos.

O ciclo de vendas no segmento *fast fashion* faz com que o consumidor procure constantemente por novos produtos, pelo simples desejo de consumir e não pela necessidade de compra.

De acordo com Santiago e Morelli (2010 p.4), “o produto deve ter preço acessível para garantir a fidelidade do consumidor, pois o rodízio do produto é muito rápido e curto fazendo do produto um item descartável”. Assim, o consumidor deseja sempre novos produtos, porém, não quer que o valor do mesmo prejudique seu orçamento.

Delgado (2008) afirma que, com o *fast fashion*, o público-alvo tem seus desejos satisfeitos, o que cria uma necessidade constante de consumo e garante o retorno do cliente à loja. Quando o consumidor se encontra satisfeito com os produtos que deseja, acaba desenvolvendo uma fidelidade em relação à marca ou à loja.

### 2.7.3 Dificuldades do *fast fashion*

O consumo de produtos de moda gerado pelo *fast fashion* fortalece a economia e o mercado de trabalho, porém, tais benefícios redundam em problemas ambientais, pois a produção têxtil colabora muito para a danificação do meio ambiente.

Segundo Santiago e Morelli (2010), existem questões preocupantes em relação aos fabricantes de moda, entre elas: exploração da mão de obra; longas jornadas de trabalho; salários abaixo da média; utilização de materiais de difícil reciclagem; e despreocupação com as formas corretas de utilização e descarte das matérias-primas. É necessário que as grifes tenham a responsabilidade de trabalhar com auditorias que fiscalizem a fabricação de seus produtos para que tais problemas não aconteçam. Nesse sentido, para Santiago e Morelli:

Se pelo menos uma pequena fatia das empresas de fast fashion adotarem algumas medidas cruciais de sustentabilidade e ética, perceberemos no futuro uma diferença extraordinária nos meios ambiente e social nos países em desenvolvimento (SANTIAGO e MORELLI, 2010 p.9).

Assim, as auditorias devem ser feitas com certa frequência nas indústrias do vestuário, para que não haja exploração de mão-de-obra e se possa restringir o descarte de resíduos gerados pela fabricação.

Para Garbin (2013, p.5), “esta empresa cuida desde a recepção do tecido até a entrega do produto pronto e acabado, cobrando por peça que foi produzida”. Essas empresas são procuradas por grifes de grande e médio porte, todas com o mesmo objetivo, de produzir certa quantidade de peças em um curto prazo.

Dessa forma as grifes que desejam trabalhar com esse tipo de empresa, deve-se ter uma preocupação e fiscalização dos modos de produção executado, para que de certo modo, a empresa possa cumprir com os deveres sociais e sustentáveis.

#### 2.7.4 Inserção de aspectos sustentáveis no *fast fashion*

O mercado *fast fashion* tem tido um ritmo de crescimento acelerado e constante, entretanto, oposto aos conceitos de sustentabilidade. Assim, é preciso inserir aspectos sustentáveis nesse segmento.

Existem várias alternativas para diminuir os impactos causados pelas indústrias do vestuário, entre elas: a utilização de fibras orgânicas, como o algodão, a lã e a seda, ou naturais, como o linho, o rami e o cânhamo; processos de estamparia menos poluentes, como o da sublimação e o digital; lavagens que utilizam produtos de origem vegetal; e a coloração por meio de corantes gerados a partir de folhas, sementes e raízes.

O custo desses produtos deve ter como base o custo gerado pelo desenvolvimento dos mesmos e o tipo de loja e de público que os comercializarão. Nas grandes lojas que comercializam *fast fashion*, os preços são variados, conforme o produto fabricado.

Empresas do segmento *fast fashion*, como por exemplo, a Zara e a H&M, entre outras marcas, procuram alternativas sustentáveis para desenvolver seus produtos, para que os mesmos possam colaborar de certa forma ecológica com o meio ambiente.

Segundo Santiago e Morelli (2010), a Inditex, detentora da marca Zara, apresenta em seu *website* um Plano Estratégico Ambiental 2007-2010, que tem como objetivos gerais: reduzir a emissão de gases do efeito estufa, encorajar a difusão de energias renováveis e maximizar o uso eficiente da energia na produção. Conforme os autores (SANTIAGO e MORELLI, 2010, p. 9), a “Inditex também adotou o *Global Reporting Initiative*, que padroniza os relatórios das companhias relacionados à sustentabilidade com alto rigor e transparência (INDITEX 2010).”

De acordo com Lacerda (2009), alguns estilistas já utilizam formas mais sustentáveis para produzir seus produtos, entre eles, Stella McCartney, que não utiliza couro, mas, na maioria das peças, tecidos orgânicos; e Alexandre Herchcovitch, que utilizou em sua coleção verão 2011, tecidos ecológicos e recicláveis, com fibras de garrafa *pet*. Essa união entre estilistas e indústria tende a crescer o que poderá gerar um consumo mais consciente.

Conforme o site da empresa C&A uma das alternativas que a empresa aderiu para sustentabilidade, foi a utilização de sacolas oxo - biodegradáveis, que a mesma começa seu processo de degradação a partir do 18º mês após sua fabricação

Segundo Oenning (2012), a H&M introduziu o algodão orgânico em suas coleções e tem como meta trabalhar com fontes renováveis até 2020. A marca diminuirá o uso de água e de produtos químicos em um futuro próximo. Na próxima página é possível analisar imagens de produtos desenvolvidos pela H&M, sendo que algumas peças foram feitas com algodão orgânico e outros materiais como tencel, linho e materiais reciclados.



**Figura 3: Produtos H&M 1**  
**Fonte: I Love fashion.**



**Figura 4: Produtos H&M 2**  
**Fonte: I Love fashion.**

Assim, o *fast fashion* também pode contribuir para a sustentabilidade, e essa função cabe ao designer no momento do desenvolvimento de produto, pela escolha de fornecedores, estamparia e lavagens que sejam mais ecológicas, e até mesmo na utilização de acessórios como sacolas, aviamentos e demais itens.

### 3 METODOLOGIA

Como o tema sustentabilidade no âmbito da moda *fast fashion* ainda não é muito abordado, vê-se a necessidade e o dever de, do futuro designer, pesquisar produtos com aspectos sustentáveis. Para tal será desenvolvido um estudo exploratório com abordagem qualitativa.

Segundo Gil (2007, p. 43), a pesquisa exploratória “têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias.” A pesquisa será desenvolvida com consumidores de magazine (*fast fashion*) e profissional e alunos de moda, com o objetivo de conhecer o que estes entendem como moda baseada em conceitos de sustentabilidade. O instrumento da pesquisa será um questionário com questões abertas e a abordagem do estudo será qualitativa.

A abordagem qualitativa, segundo Patton (1986), busca entender, por meio dos dados coletados, fenômenos ou situações, de forma detalhada, para a compreensão de seu significado.

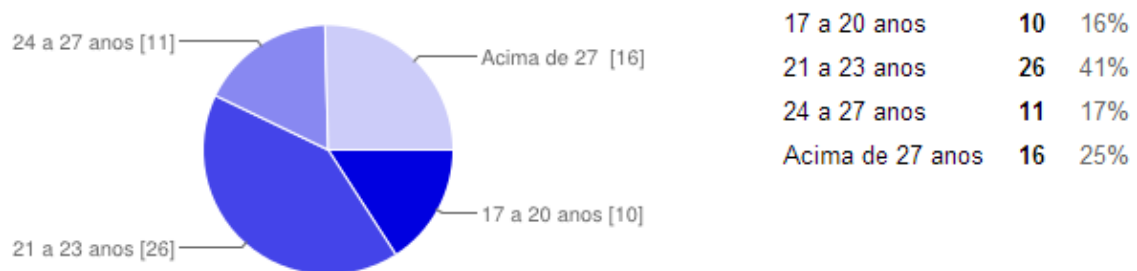
O estudo inclui uma pesquisa bibliográfica que terá como base livros, artigos e pesquisas acadêmicas impressas e/ou on-line.

### 3.1 COLETA E ANÁLISE DE DADOS

#### 3.1.1 Pesquisa de campo

Para a coleta de dados, foi utilizado um questionário com doze questões, que foi respondido por sessenta e seis pessoas, destinado para o público em geral. O objetivo do questionário foi obter conhecimento do que as pessoas compreendem sobre a sustentabilidade na moda, e qual a sua relação em compras e consumo voltado para o mercado do *fast fashion*.

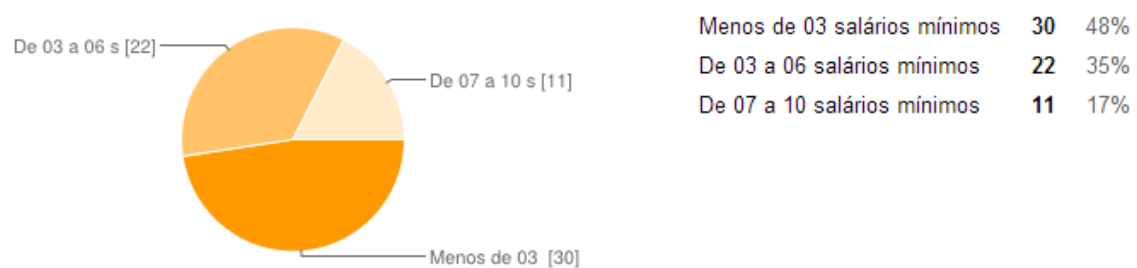
#### 1- Qual sua idade?



**Gráfico 1: Resultado da pergunta 1**  
Fonte: Google docs.

Na questão acima, o objetivo era saber em qual faixa etária pertencia os sessenta e seis entrevistados, sendo que a maioria pertence à faixa etária dos 21 a 23 anos, e a menor parte pertence entre 17 a 20 anos.

#### 2- Qual sua classe social?

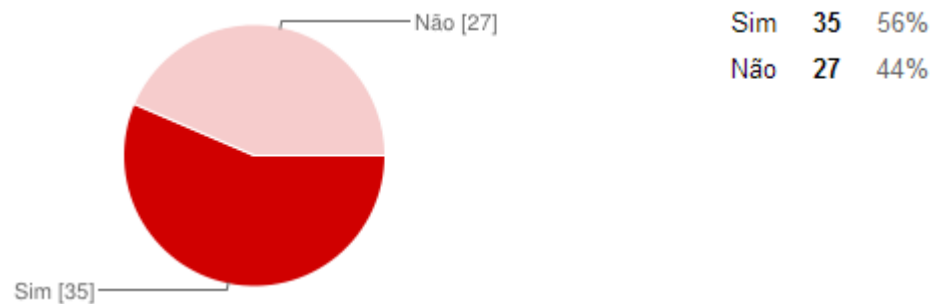


**Gráfico 2: Resultado da pergunta 2**  
Fonte: Google docs.

Nessa questão, a importância era descobrir qual a renda financeira que os entrevistados se enquadram, desse modo os resultados obtidos mostra que

a maioria recebe até três salários mínimos, e um grupo menor possui uma renda a partir de sete salários mínimos.

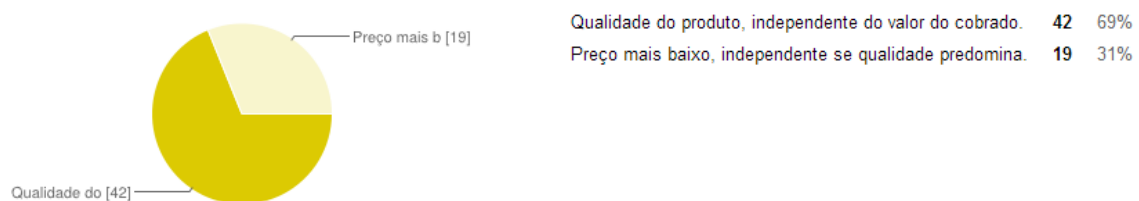
3- Você se considera uma pessoa consumista?



**Gráfico 3: Resultado da pergunta 3**  
Fonte: Google docs.

O objetivo era analisar, se as compras são realizadas com excesso e sem necessidade a partir do desejo de compra. A maioria confirma que se considera consumista ao comprar um novo produto, sendo que o restante não se considera, conforme os resultados obtidos.

4- Ao comprar um novo produto, o que é mais importante?



**Gráfico 4: Resultado da pergunta 4**  
Fonte: Google docs.

Acima o alvo era saber na opinião dos entrevistados o que é mais importante ao adquirir um novo produto, o resultado informa que a maioria está disposta a pagar um pouco mais caro, desde que o produto tenha uma boa qualidade.

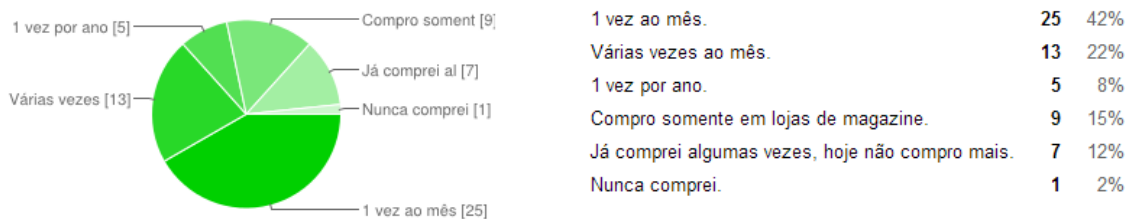
5- O fast fashion é um segmento que procura oferecer de um modo rápido a confecção de novas peças em grande quantidade. Algumas lojas de magazine, como H&M, C&A e Zara se identificam nesse segmento. A sua procura por novidades em lojas iguais a essas é constante? Se possível justifique.

De um modo resumido as respostas obtidas com a pergunta acima, é que grande maioria dos entrevistados procuram por novidades nessas lojas. O diferencial está baseado pelo preço baixo quando é comparado as grifes, pelo fato das lojas estarem sempre atualizadas com as tendências, variedades de peças e tamanhos que se encontram. O mesmo quando procura essas lojas, acaba fazendo o seu próprio atendimento, tornando a possibilidade de montar várias combinações diferentes. Abaixo segue o quadro 1 com algumas respostas:

<p>“Sim, principalmente devido ao preço baixo (em comparação a outras lojas) e a possibilidade de adquirir peças bonitas e atualizadas.”</p>
<p>“Sim, além de ter um bom preço, são lojas de auto atendimento sem vendedores do lado e além disso são lojas que estão sempre antenadas na moda.”</p>
<p>“Sim. É um lugar diversificado com relação às opções disponíveis, e são lojas que se mantêm atualizadas frequentemente.”</p>

**Quadro 1: Respostas da pergunta 5**  
**Fonte: O autor.**

6- As empresas de magazine são lojas que trabalham com vários segmentos, sendo que algumas delas oferecem seus produtos para o público feminino e masculino, como por exemplo, peças jeanswear (calça jeans) e underwear (roupas íntimas) entre outras. Você realiza compras em redes de magazine?



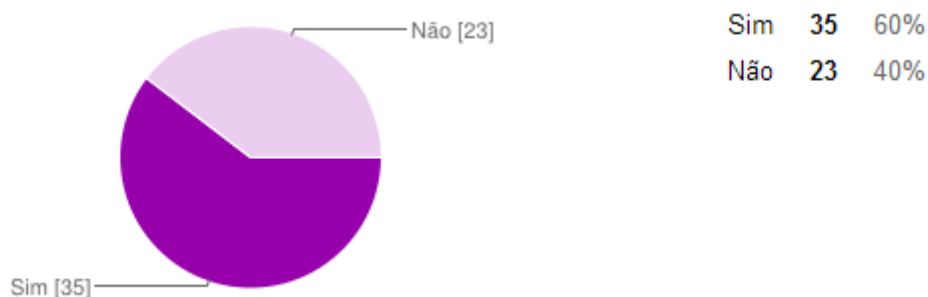
**Gráfico 5: Resultado da pergunta 6**  
**Fonte: Google docs.**

Nessa questão a finalidade é saber o quanto é efetuado em compras nas lojas de magazine e qual a sua frequência nesse local, sendo que a maioria realiza compras pelo menos uma vez ao mês, e logo em seguida, os entrevistados afirmam comprar várias vezes ao mês.

7- Quais lojas de magazine que você mais compra?

A questão acima é para identificar quais lojas os entrevistados mais realizam as suas compras, sendo que os resultados não são muitos diferentes um do outro. As três lojas mais citadas são a Riachuelo, C&A e Renner, em seguida outras lojas em um número menor.

8- Você já comprou um produto sustentável?



**Gráfico 6: Resultado da pergunta 8**  
**Fonte: Google docs.**

Considerando que é uma questão de grande importância para esse questionário, o objetivo era descobrir se os entrevistados já compraram algum produto com conceito sustentável, e através desse resultado é possível identificar que a maioria já comprou, porém o resultado dos que ainda não compraram é grande.

9- Um produto com conceito sustentável é um produto que utiliza uma matéria-prima mais duradoura, e que procura usar recursos biodegradáveis da

natureza, e também a utilização de estampas e lavagens que vai ter um impacto muito menor no meio ambiente. Você pagaria a mais pra ter um produto com esse conceito sustentável? Se possível justifique a sua resposta.

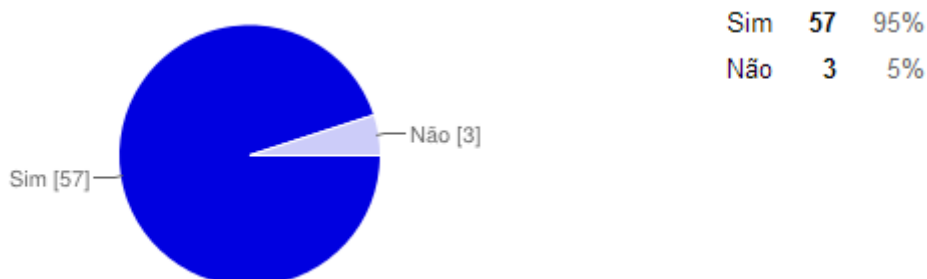
Todas as respostas acabam tendo o mesmo direcionamento, sendo que os entrevistados afirmam que é necessário reduzir o alto preço, visando que a maioria não pode pagar pelos preços cobrados, mais todos acreditam que esses aspectos devem ser inseridos nos produtos de moda, pois a necessidade de inserir esses aspectos é imprescindível. Logo abaixo é possível conferir algumas respostas através do 2 quadro informativo:

<p>“Pagaria, afinal é algo que vai contribuir com o planeta. Porem existem outros fatores que influenciam na hora da escolha entre investir ou não em um produto ecologicamente correto. Por exemplo é a renda, uma pessoa que não tem uma renda razoável não pode se permitir a isso.”</p>
<p>“Gosto do conceito e acho louvável. Infelizmente o preço dos produtos + valor pago pela etiqueta me faz desistir.”</p>
<p>“Pensando no meio ambiente , estamos pensando em um futuro melhor, então pagaria sim para poder prejudicar menos.”</p>

**Quadro 2: Respostas da pergunta 9**

**Fonte: O autor.**

10- Compraria um produto com conceito sustentável em uma rede de magazine?



**Gráfico 7: Resultado da pergunta 10**  
**Fonte: Google docs.**

A questão acima esta direcionada a compra de um produto sustentável vendida em lojas de magazine, o resultado é que as pessoas estão aceitas a comprar esses produtos nessas lojas, sendo que um número muito inferior não obtém o mesmo interesse.

11- Um projeto que utiliza couro ecológico extraído de uma seringueira na região da Amazônia envolve cerca de 200 famílias de índios, e a sua produção de couro atende a confecção de vários produtos, e chega até produzir 500 itens por dia. Todo seu processo é manual, e todo material utilizado até chegar o resultado final é sustentável. Com essas características você aceitaria pagar mais caro por esse produto?

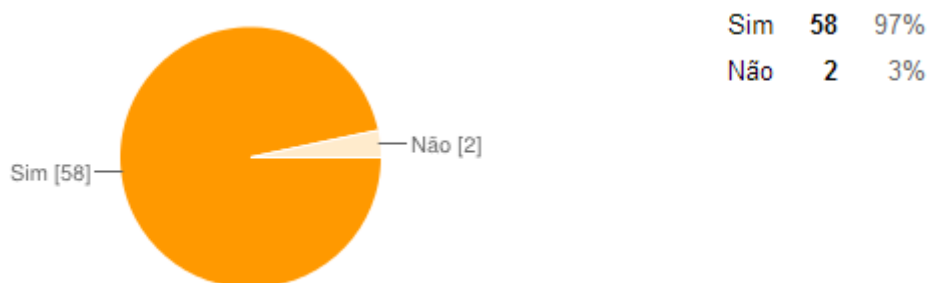
A questão acima obteve como resposta que existe um interesse por comprar produtos como o citado na pergunta, desde que o mesmo consiga obter uma boa qualidade, e que seja divulgado nos pontos venda que ele é um produto sustentável, feito do trabalho artesanal e que ajuda famílias a se manter, e que no momento das vendas as lojas cobrem um preço justo por esse produto. Sendo assim, é importante que as lojas criem um espaço especial para que a divulgação desses produtos receba um destaque maior, para que todos esses trabalhos sejam valorizados.

No 3 quadro abaixo, é possível analisar algumas das respostas dos entrevistados:

“Se for um produto útil ao meu dia a dia, algo de boa qualidade e que se enquadre à minha rotina sim.”
“Gostaria de pagar o preço justo, mas as lojas encarecem ainda mais o produto.”
“Sim, mas isso teria que conter no produto ou na divulgação da marca como conceito e não apenas uma coleção.”

**Quadro 3: Respostas da pergunta 11**  
**Fonte: O autor.**

12- Se o preço e a qualidade do produto satisfizer suas necessidades, você continuaria comprando um produto com conceito sustentável?



**Gráfico 8: Resultado da pergunta 12**  
**Fonte: Google docs.**

A última questão tem como objetivo analisar o relacionamento voltado ao preço, qualidade e sustentabilidade, com base na compra de um novo produto com esses princípios, o resultado obtido é que todos vão continuar comprando esse produto se suas necessidades forem atendidas.

### 3.1.2 Análise dos dados da pesquisa

Ao se analisar os dados levantados pela pesquisa observou-se que a maioria das pessoas compra roupas em lojas de magazine, sendo que elas se destacam no *fast fashion*, e que os entrevistados também tem o interesse para obter produtos sustentáveis. É grande o número de pessoas que consomem sem uma necessidade específica. Entretanto, todos afirmam que é importante inserir conceitos sustentáveis em produtos, processos e serviços de moda, pois existe uma necessidade muito grande da moda se enquadrar dentro dos requisitos de sustentabilidade.

Quando forem inseridos aspectos sustentáveis dentro dos produtos de moda, de modo um geral os benefícios vão predominar em grande escala, não somente para aqueles que vão consumir, e sim para o meio ambiente, informações essas que foram obtidas com o resultado do questionário acima.

## 4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

### 4.1 EMPRESA

A empresa é uma agência de design de moda, com o objetivo de desenvolver coleções com conceito e aspectos sustentáveis, visando à importância de inserir essas aparências no mundo da moda, a partir do conceito e desejo do cliente, sendo que a empresa também trabalha como *Private Label* podendo desenvolver coleções para outras grifes. Ou seja, a empresa possui marca própria, mas também pode desenvolver para outras marcas, desde que não sai dos princípios da empresa.

A empresa se concentra como escritório, sendo que o direcionamento da confecção e outros serviços são destinados para as indústrias que se enquadram nas normas ambientais.

#### 4.1.1 Nome da empresa



**Figura 5: Logo da marca**  
**Fonte: O autor.**

#### 4.1.2 Porte

Atualmente o porte da empresa é pequeno, sendo que a mesma possui um quadro de oito colaboradores, com uma renda anual aproximadamente no valor de 800.000,00 reais.

A San Barths possui um *show room* localizado na cidade de Londrina-PR, local aberto ao público para apresentar as coleções desenvolvidas. A empresa possui representantes em diversos estados do país para que os produtos sejam divulgados em grande escala.

#### 4.1.3 Marca

A San Barths procura desenvolver seus produtos utilizando como matéria – prima tecidos que agredem menos o meio ambiente, mas sem deixar de ter qualidade e uma boa estética. As estampas desenvolvidas procuram utilizar recursos que sejam sustentáveis. As peças não possuem lavagens elaboradas, e quando têm procuram utilizar técnicas simples e trabalhar com fornecedores que respeitam e sigam as legislações ambientais para que a empresa mantenha seus princípios sustentáveis.

#### 4.1.4 Conceito da Marca

A empresa tem como objetivo desenvolver produtos para seus clientes, com características e aspectos sustentáveis, valorizando a estética, conforto e bem estar com a utilização de materiais alternativos.

A San Barths vê como necessidade inserir o conceito de sustentabilidade para o mercado *fast fashion*, para que o mesmo de certa forma possa contribuir com algumas alternativas para moda ecológica, desse modo tudo isso se torna missão da marca.

A marca procura estar atualizada com as tendências vigentes, aplicando esses itens com a utilização de materiais alternativos, desse modo a cada três meses será apresentado uma nova coleção, incluindo algumas características e aspectos de sustentabilidade.

#### 4.1.5 Segmento

A San Barths possui como segmento o estilo *Street Wear*, que de uma forma resumida é a tendência utilizada no momento, voltado para o público masculino e feminino, trabalhando com peças para *top* e *bottom*.

A marca abrange o público de uma forma geral, sendo assim as peças poderão ser usadas tanto para o dia quanto a noite, com objetivo dos clientes realmente sentirem bem com o produto.

#### 4.1.6 Distribuição

A empresa não possui confecção própria, desse modo destina toda sua produção para as fábricas de confecção *Private Label*, que quando finalizado é encaminhado para beneficiamentos sejam eles de lavanderia e estamparia, em seguida para uma empresa de expedição, que vai fazer a destinação correta para a exposição do *show room*, e o envio para seus clientes e representantes.

#### 4.1.7 Concorrentes

##### 4.1.7.1 Concorrentes Diretos

A marca Timberland de origem americana, que atualmente possui lojas em vários países, no Brasil tem lojas exclusivas e em diversas multimarcas. A empresa se destaca como autênticos e sustentáveis, pois a marca possui uma linha com produtos ecologicamente corretos, com intenção de não agredir o meio ambiente.



**Figura 6: Camisa Polo 100%Algodão Orgânico**  
**Fonte:Timberland**



**Figura 7: Bermuda com 65% Algodão Orgânico e 35% Poliéster Reciclado**  
**Fonte: Netshoes**

A Osklen é uma marca brasileira com origem na cidade do Rio de Janeiro, sendo que atualmente atua em diversos países. A empresa procura ressaltar em suas coleções e desfiles a conscientização para as práticas sustentáveis, dessa forma a mesma procura trabalhar com matérias

alternativas ao desenvolver novos produtos, utilizando tecidos de origem orgânica e materiais reciclados.



**Figura 8: Vestido de malha de garrafa pet, manta de lã orgânica e bolsa de feltro orgânico.**

**Fonte: Hagah**

A marca Tie moda ecológica, de origem brasileira, é uma empresa fabricante e distribuidora de roupas e acessórios em território nacional, com o objetivo de desenvolver todos seus produtos de uma forma ecologicamente correta. A empresa assume um papel de compromisso e preservação dos recursos naturais do nosso planeta, sendo assim a mesma procura utilizar em suas coleções matérias - primas como algodão orgânico, malha pet e outros materiais.



**Figura 9: Camiseta de tecido orgânico**  
**Fonte: Tie moda ecológica.**



**Figura 10: Blusa de fibra de bambu**  
**Fonte: Tie moda ecológica.**

#### 4.1.7.2 Concorrentes Indiretos

A C&A loja de magazine trabalha com o segmento de *fast fashion*, porém a mesma procura incluir produtos com conceito sustentáveis. A marca busca trabalhar com parcerias, onde desenvolveu uma coleção com a marca MOB unindo beleza e sustentabilidade.



**Figura 11: Vestido de couro ecológico.**  
Fonte: C&A

A marca Hering, localizada na cidade Blumenau, Santa Catarina, procura inserir aspectos sustentáveis em algumas coleções. Como alternativa a própria utilizou malha PET em seus produtos, e a empresa tem vários sistemas de reaproveitamento da água utilizada no processo.



**Figura 12: Camiseta de garrafa pet.**  
**Fonte: Moda ecológica.**

#### 4.1.8 Sistemas e pontos de vendas

A San Barths no momento trabalha com o sistema de vendas voltado para o varejo e atacado, porém o forte da marca é atacado. A empresa possui um *show room* localizado na cidade de Londrina-PR, local esse aberto ao público em geral, onde lojistas podem fazer pedidos de atacado conforme a coleção desenvolvida ou fazer um pedido de desenvolvimento de uma coleção. A empresa também faz vendas avulsas no próprio espaço, com o intuito de divulgação dos princípios da marca.

#### 4.1.9 Marketing

Para que uma empresa se mantenha no mercado, é importante ter um setor voltado ao marketing, pois através dele é possível identificar quais as necessidades dos consumidores, e como a empresa precisa agir para que possa se diferenciar dos seus concorrentes.

Para a San Barths, o marketing será utilizado como forma de comunicação com os seus clientes, para acompanhar as mudanças e necessidades constantes em relação a cada estação, e as novidades voltadas para as matérias-primas, tecnologias e serviços direcionados a esse mercado.

Utilizando como meios de comunicação a marca vai utilizar um site próprio, local de interação com os clientes como forma de divulgar as coleções desenvolvidas e informações importantes sobre a empresa. As redes sociais serão utilizadas para interagir com os mesmos, para que possam ficar por dentro das novidades e tendências de cada estação, e local voltado para expressar opiniões.

Para divulgação da marca além dos os meios citados acima, outros métodos escolhidos são revistas que o público utiliza, uso de outdoors espalhados pela cidade e em locais de grandes vendas.

#### 4.1.10 Preço praticado e promoção

A San Barths procura estar presente em grandes feiras e eventos sobre vendas de atacado e sobre moda sustentável, com o objetivo da marca se destacar e se manter firme no mercado atual.

Para as compras realizadas no varejo, os clientes terão um atendimento exclusivo com o objetivo de explicar qual o conceito da marca, sendo que os clientes que se manterem fiel a marca, vão receber brindes durante algumas compras. Quanto às vendas de atacado, cada lojista também vai receber um atendimento diferenciado com objetivo de esclarecer o conceito da coleção e quais materiais e técnicas foram utilizadas na confecção dos produtos, o atacadista que se manter firme a marca, vai receber benefícios através de descontos e divulgação das lojas.

Quanto às preços praticados, não existe um valor específico, cada produto vai utilizar materiais e agregados diferenciado. Pelo fato da marca utilizar produto ecológico, a mesma não tem objetivo de encarecer seu preço, e sim cobrar o valor justo por cada produto.

#### 4.1.11 Planejamento Visual

A imagem abaixo representa como seria o interno do *show room*, local de vendas e apresentação de coleções aos clientes.



**Figura 13: Interno do show room.  
Fonte: Rodrigo Barba.**



**Figura 14: Interno do show room.  
Fonte: Rodrigo Barba.**

#### 4.1.12 Embalagem

A marca procura utilizar embalagem feita de um material oxibiodegradável, onde sua decomposição é mais rápida do que a embalagem tradicional, visando que essa também é uma alternativa da empresa continuar com os princípios sustentáveis.

A sacola será estampada com algumas informações sendo elas o nome da marca, localização e telefone atual da loja e também a divulgação das redes sociais que marca se faz presente.

### 4.2 PÚBLICO ALVO

#### 4.2.1 Perfil do consumidor

O perfil do público alvo se destaca entre homens e mulheres na faixa etária de 21 a 28 anos, destacando que a maioria pertence à classe B. Esse perfil se preocupa com as questões ambientais, e procura ajudar a solucionar alguns dos problemas encontrados. Para os momentos de lazer procura por parques e espaços ecológicos é grande, e o mesmo possui um estilo alternativo.

Quando o assunto é vestuário, a busca se baseia em utilizar as tendências vigentes de forma correta em relação ao meio ambiente. Assim a compra de novos produtos vai se basear em conceitos de sustentabilidade, pois o mesmo tem consciência que a indústria da moda, é uma das grandes geradoras de resíduos.

#### 4.2.2 Imagem do público alvo



**Figura 15: Imagem de público alvo.  
Fonte: O autor.**

#### 4.3 PESQUISAS DE TENDÊNCIAS

A tendência escolhida para essa coleção foi a de verão 2015 e 2016, se baseando através de pesquisas macro e microtendências, conforme o perfil do público da marca.

##### 4.3.1 Macrotendências (Socioculturais)

O comportamento escolhido para a San Barths vai se basear no cenário da Desordem lúdica transmitindo um pouco de rebeldia com uma mistura de otimismo e bom humor, conforme as informações obtidas pelo portal de moda UseFashion (2014).

As combinações são diversas e de diferentes tipos, desse modo eles se baseiam em composições energéticas, permitindo atribuir uma estética que trabalhe o livre e atual ao desenvolver novos produtos.

Essa coleção vai utilizar cores doces e alegres, permitindo fazer várias combinações, utilizando inovações com a matéria – prima e as tecnologias aplicadas para o bem estar da moda.



**Figura 16: Tendência Desordem Lúdica.**  
**Fonte: Portal UseFashion.**

#### 4.3.2 Microtendências (Estéticas)

A marca vai procurar utilizar como microtendências à mistura e união de alguns elementos da natureza com inspirações botânica, utilizando a mistura de flores e folhas junto com uma explosão de cores.

A imagem abaixo mostra a utilização de elementos da natureza, sendo que o *top* procurou utilizar cores mais fortes na estampa, quanto ao *bottom* predominou cor forte, com uma estampa de alto relevo e de cintura alta.



**Figura 17: Desfile TNG Fashion Rio.  
Fonte: Uol.**

Nessa imagem o destaque se baseia pela utilização de tecidos de origem naturais, e aposta foi a utilização do linho, tornando a peça com características de sofisticado e leve.



**Figura 18: Desfile Lenny Niemeyer e Cantão Fashion Rio.  
Fonte: VejaRio.**

A imagem abaixo destaca a utilização de belas estampas com cores fortes e ao mesmo tempo cores neutras, trazendo aspectos da natureza e destacando a modelagem com recortes e formas diferenciadas.



**Figura 19: Desfile Espaço Fashion, Salinas e Osklen Praia Fashion Rio.  
Fonte: VejaRio.**

## 5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

### 5.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL

A delimitação projetual é uma forma de fazer uma inserção do conceito de sustentabilidade dentro do segmento fast fashion e também uní-los de forma a contribuir para este segmento e também para o mercado que o consome.

O mercado fast fashion cresce em ritmo acelerado, pois o sucesso deste segmento está baseado no aumento do poder de compra e nos desejos do consumidor, que encontra nestes produtos, tendências e novidades vigentes. Entretanto a dificuldades de encontrar produtos ecológicos em lojas deste segmento ainda é grande.

Deste modo as necessidades que precisam ser atendidas são, desenvolver produtos atribuindo aspectos e características com o conceito de sustentabilidade, para que o segmento do fast fashion também possa contribuir com a moda ecológica, diminuindo o impacto ambiental que é gerado pela indústria da moda.

### 5.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO

#### 5.2.1 Conceito da coleção

A coleção foi inspirada nas belas paisagens da natureza, que compõe a cidade do Rio de Janeiro, demonstrando a real possibilidade de se viver em um grande centro urbano, usufruir de suas facilidades, mas respeitar e contribuir com o meio ambiente.

Assim a coleção vai retratar elementos da natureza, utilizando como matéria-prima tecidos mais leves e que não agredem o meio ambiente, trabalhando com uma diversidade de estampas e aderindo a uma sensação de bem estar e de consciência ecológica.

#### 5.2.2 Nome da coleção

O nome escolhido é Música ao vento.

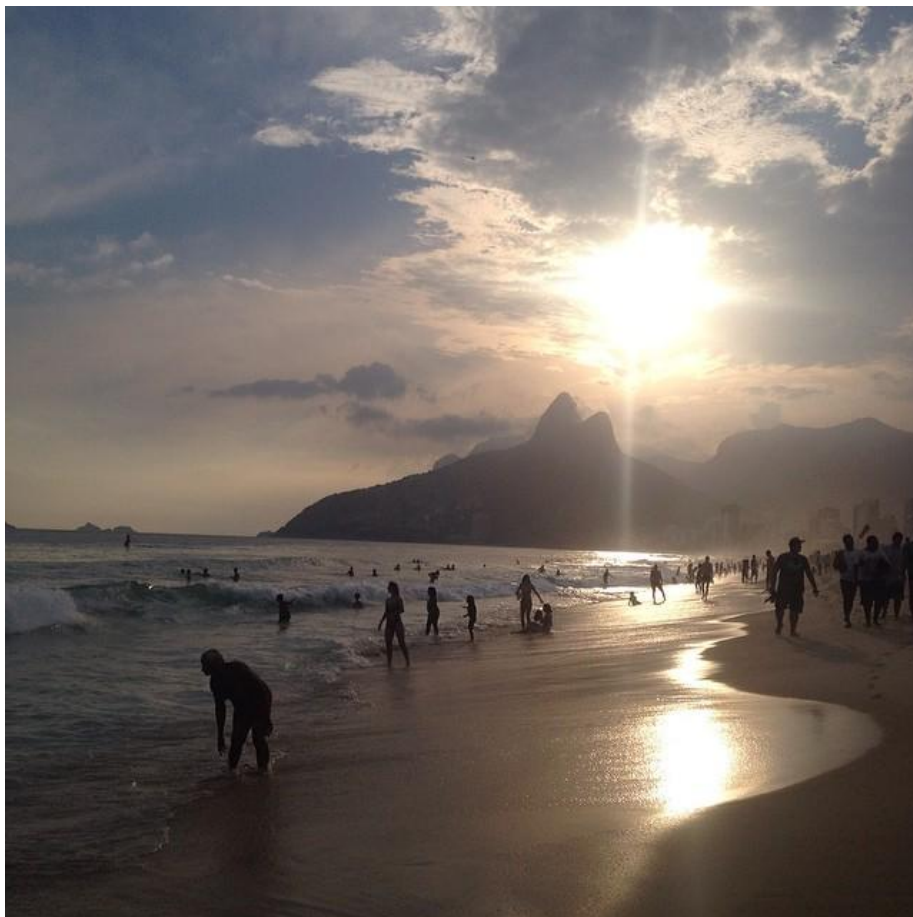
### 5.2.3 Referência da coleção

A referência escolhida é a praia de Ipanema, localizada no bairro de que deu origem ao nome da praia, bairro de Ipanema, situada na zona sul da cidade do Rio de Janeiro. Local preferido dos turistas, com uma cara tropical, clima aconchegante da cidade e paisagens totalmente ambientais permeados a grande movimentação de um centro urbano.

Uma das praias mais famosas da cidade, local que inspirou vários artistas brasileiros, e palco da Bossa Nova, na qual o compositor Vinícius de Moraes lançou a canção Garota de Ipanema, música que Tom Jobim foi responsável por sua melodia.

Dessa forma a San Barths procura utilizar em suas estampas letras de músicas da era Bossa Nova, deixando uma marca registrada nesta coleção, a música e a paisagem local que serviu de inspiração para a própria música, a praia de Ipanema.

A praia que faz parte do centro urbano de uma grande cidade consegue transmitir equilíbrio e tranquilidade com suas belezas paisagens.



**Figura 20: Praia de Ipanema**  
**Fonte: O autor.**



**Figura 21: Praia de Ipanema**  
**Fonte: Pinterest.**



**Figura 22: Praia de Ipanema**  
**Fonte: Pinterest.**



**Figura 23: Praia de Ipanema**  
**Fonte: Coming Rio.**



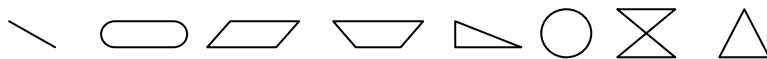
**Figura 24: Praia de Ipanema**  
**Fonte: Coming Rio.**

#### 5.2.4 Cores e materiais

A escolha de materiais esta baseada nos aspectos sustentáveis com a intuição de colaborar e divulgar uma moda ecológica. As cores utilizadas serão tons claros transmitindo boas sensações, quanto às estampas pode ocorrer uma explosão de cores. As fibras dos tecidos são de ótima qualidade, sendo que alguns produtos possuem fibra orgânica e de material feito a base de garrafa pet. Assim cada peças e torna diferenciada, e com uma característica única.

#### 5.2.5 Formas e estruturas (*shapes*)

Formas escolhidas para essa coleção serão várias, porém todas terão um estilo despojado e confortável. Em relação ao *top*, o predomínio será com caimento e leveza deixando o corpo a vontade, para o *bottom* sua modelagem não será justa, incluindo nas peças alguns recortes e detalhes deixando a peça com um aspecto de ousadia. Abaixo se encontra algumas formas.



#### 5.2.6 Tecnologias

Toda marca deve estar atualizada com os novos meios, sendo assim a coleção procurar utilizar as novas tecnologias lançada ao mercado, se diferenciando e buscando inovações através de tecidos e serviços de estamperia digital e processos de lavanderia, agregando destaque e valores aos produtos.

Em algumas camisetas e blusas foram utilizadas estampa digital, quanto algumas bermudas e calças receberam uma lavagem básica, atribuindo um novo visual ao produto.

#### 5.2.7 Mix de coleção

O mix de coleção será composto com peças de *top* e *bottom*, em uma quantidade suficiente para atender as vendas atuais, se diferenciado através



## 5.4 CARTELA DE CORES E CARTELA DE MATERIAIS

A cartela material contém os tecidos que foram utilizados, contendo todas informações do produto, sendo que o mesmo se encontra avulsa.

A imagem abaixo é a cartela de cores, representando alguns dos tons que serão utilizados nessa coleção.

### *Cartela de Cores*



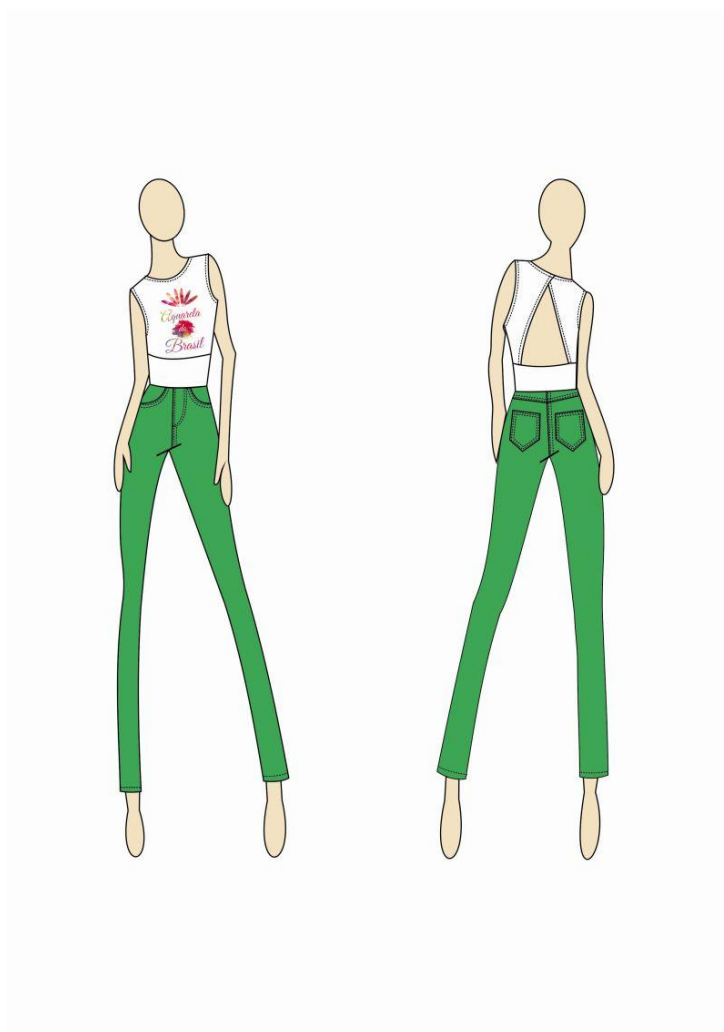
**Figura 26: Cartela de cores para feminino.**  
Fonte: O autor.

## 5.5 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS

De acordo com o conceito da coleção foram desenvolvidos geração de alternativa se baseando nas macro e micro tendências apresentados nesse trabalho, valorizando o produto através de das cores, formas, modelagem e estética final.

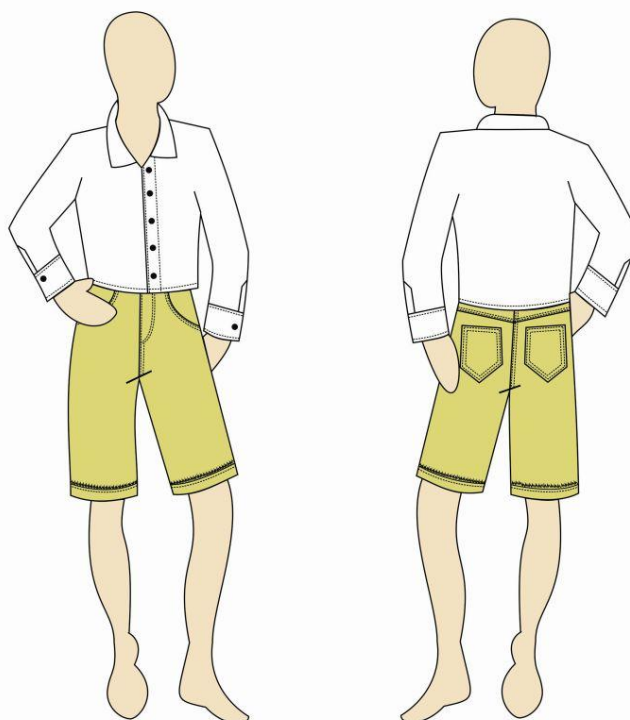
Ao analisar as gerações é possível identificar que todas as peças possuem o mesmo conceito, porém cada peça tem um diferencial a oferecer. As gerações se encontram em apêndice A.

## 5.6 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS



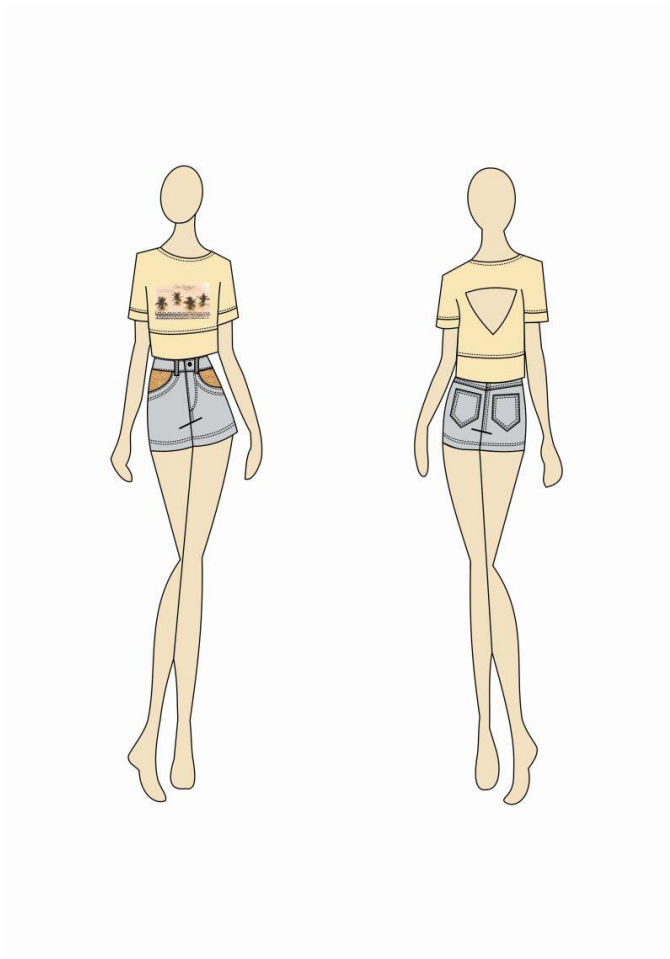
**Figura 27: Look 1**  
**Fonte: O autor.**

Para a confecção da calça foi escolhido um tecido que em sua composição a fibra do poliéster é feito a base da reciclagem da garrafa pet, a modelagem é justa. A blusa possui uma estampa digital, e quanto a sua composição presente é de 50%de algodão orgânico e 50%de poliéster feito a base do pet, a modelagem permite que o produto seja ousado, contendo um diferencial nas costas que é o recorte.



**Figura 28: Look 2**  
**Fonte: O autor.**

O segundo *look* é para o público masculino, obtendo algumas semelhanças do item acima. Para a confecção da bermuda foi escolhido o tecido que possui na sua composição fibra do poliéster de origem do pet, quanto a modelagem o produto é mais justo ao corpo, a lavagem foi o destaque da peça. O tecido da camisa é linho, transmitindo uma sensação de leveza ao usuário.



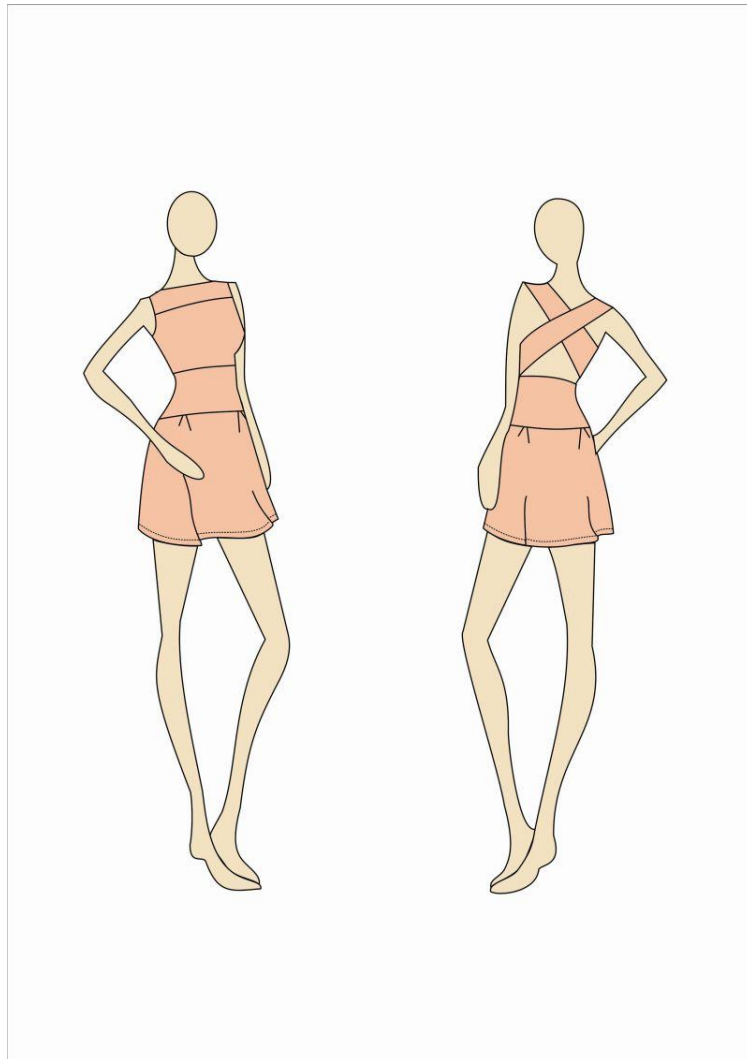
**Figura 29: Look 3**  
**Fonte: O autor.**

O *look* acima é uma blusa feita de linho, tinturado com cascas de cebola, contendo alguns recortes deixando a peça diferenciada, sendo que as costas possui um recorte centralizado e a frente com estampa digital. O shorts é feito de um tecido reciclado com pet do poliéster, o destaque é um detalhe no espelho dos bolsos dianteiro utilizando couro do peixe.



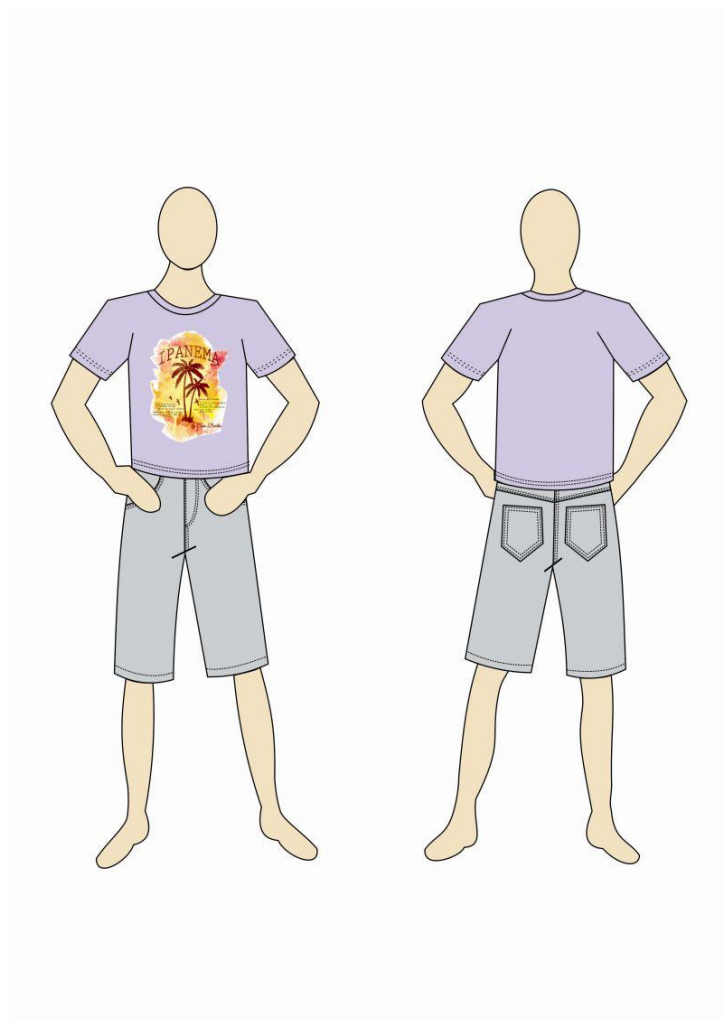
**Figura 30: Look 4**  
**Fonte: O autor.**

O tecido da calça utilizado no *look* acima possui uma característica sustentável, que é o poliéster através da garrafa pet, modelagem justa ao corpo, com uma lavagem básica. A camiseta é feita de algodão orgânico, contendo uma estampa digital, sendo que a camisa é feita de um tecido reciclado com poliéster do pet, dessa forma a camisa é um produto mais solto ao corpo.



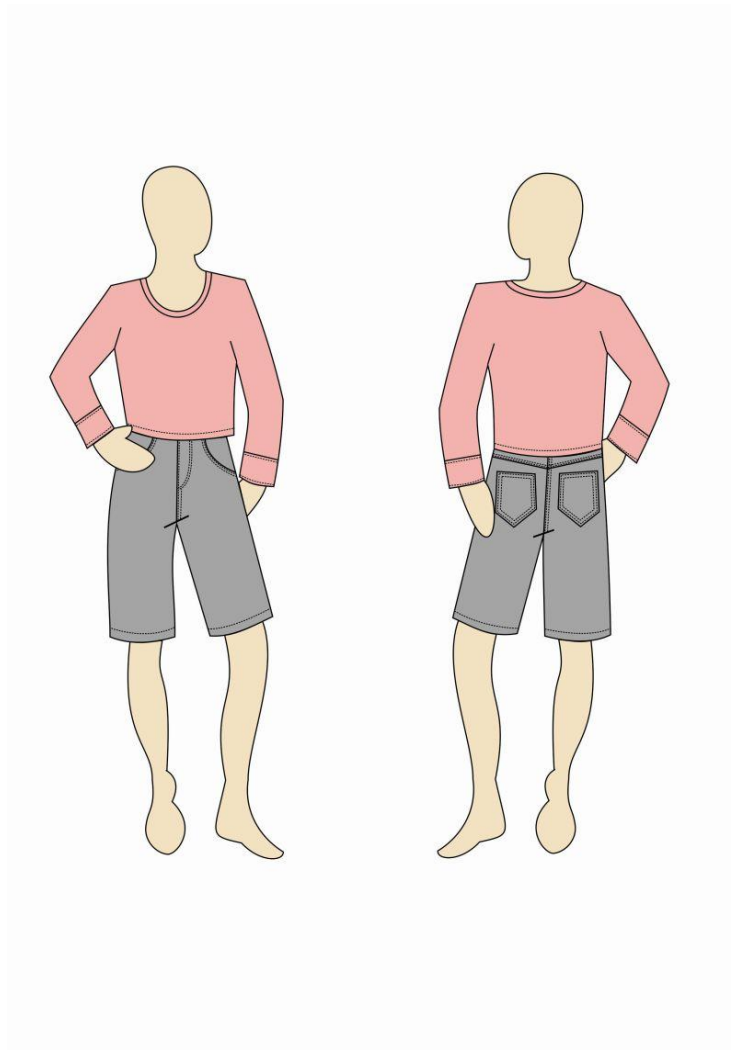
**Figura 31: Look 5**  
**Fonte: O autor.**

O vestido acima possui um estilo diferenciado, sendo que a frente possui um recorte na cintura, e para as costas sua alça é cruzada deixando a peça com uma característica única. O material utilizado foi tecido de origem orgânica, deixando a peça leve e despojada.



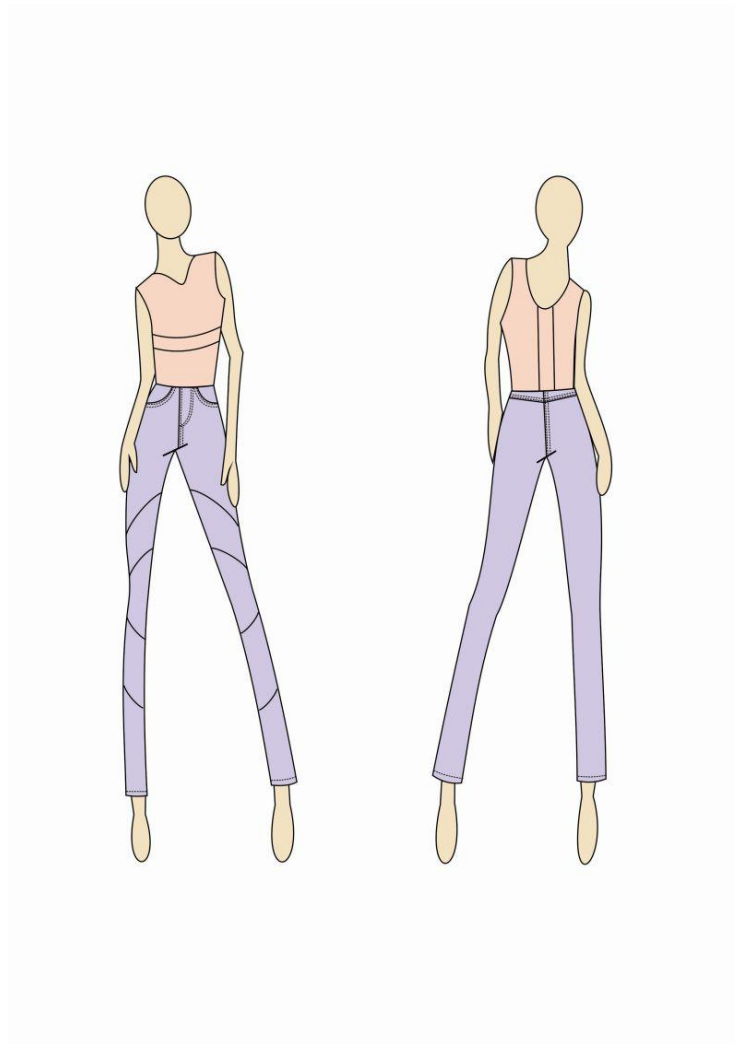
**Figura 32: Look 6**  
**Fonte: O autor.**

A camiseta é classificada como meia malha, pois sua composição possui algodão orgânico e poliéster do pet, a estampa aplicada é digital, sendo que a modelagem é justa ao corpo. A bermuda é feita de um tecido reciclado com composição do pet, sua modelagem é justa ao corpo.



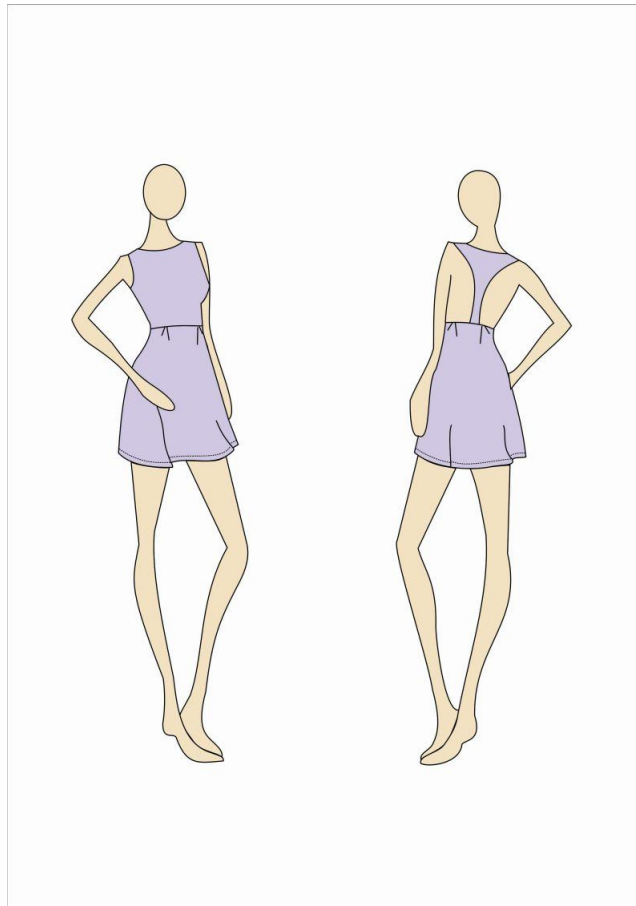
**Figura 33: Look 7**  
**Fonte: O autor.**

A camisa é de origem orgânica, com uma modelagem justa ao corpo, transmitindo uma sensação de equilíbrio com a sua cor, que é o destaque da peça. A bermuda possui uma modelagem *slim*, deixando o usuário mais confortável, o tecido escolhido é o linho.



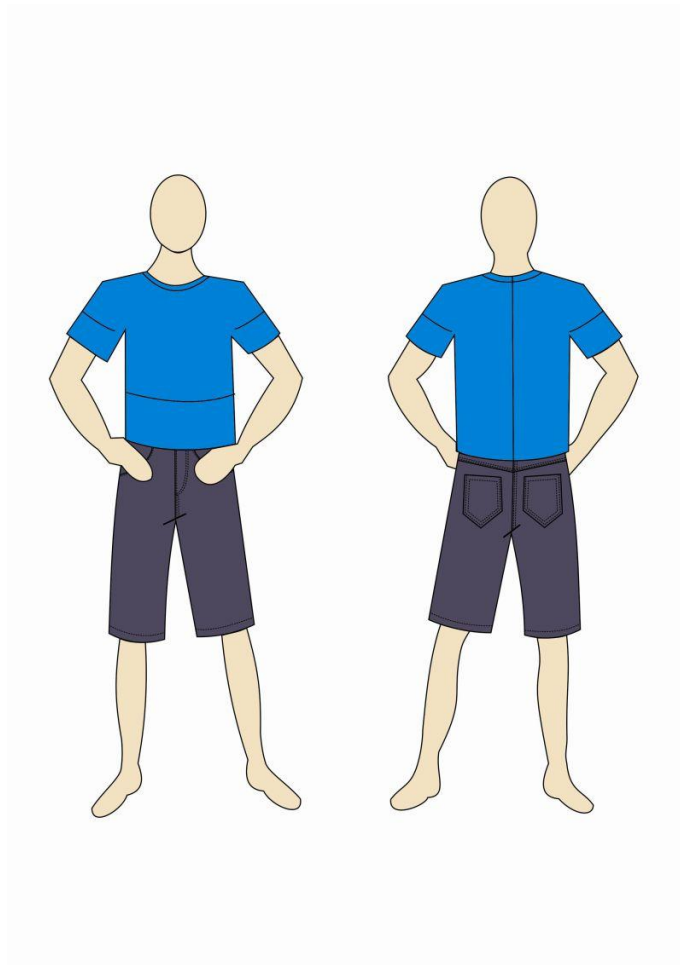
**Figura 34: Look 8**  
**Fonte: O autor.**

O destaque da blusa acima são os recortes que estão presentes na frente e nas costas, quanto a modelagem é justa ao corpo utilizando um tecido de linho. A calça é diferenciada, sendo que possuem alguns recortes somente no dianteiro, deixando a parte traseira neutra, a lavagem é básica para esse produto, pois o tecido é reciclado.



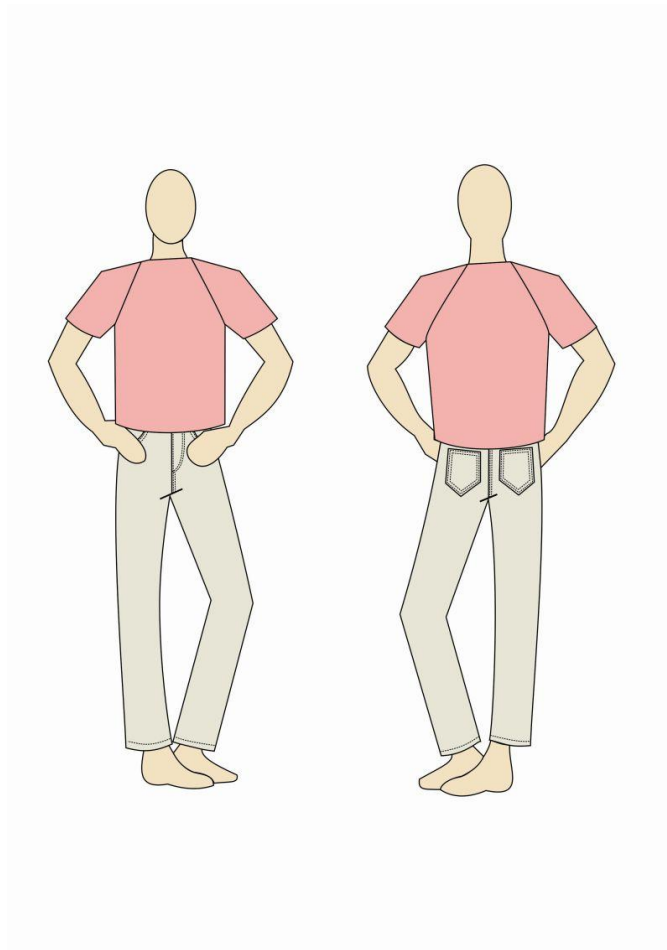
**Figura 35: Look 9**  
**Fonte: O autor.**

O *look* acima é um vestido básico, sendo que o diferencial se encontra nas costas com uma alça diferenciada. Modelagem solta e leve ao corpo garante conforto e bem estar, sendo que a escolha do tecido de algodão orgânico contribui para esse efeito.



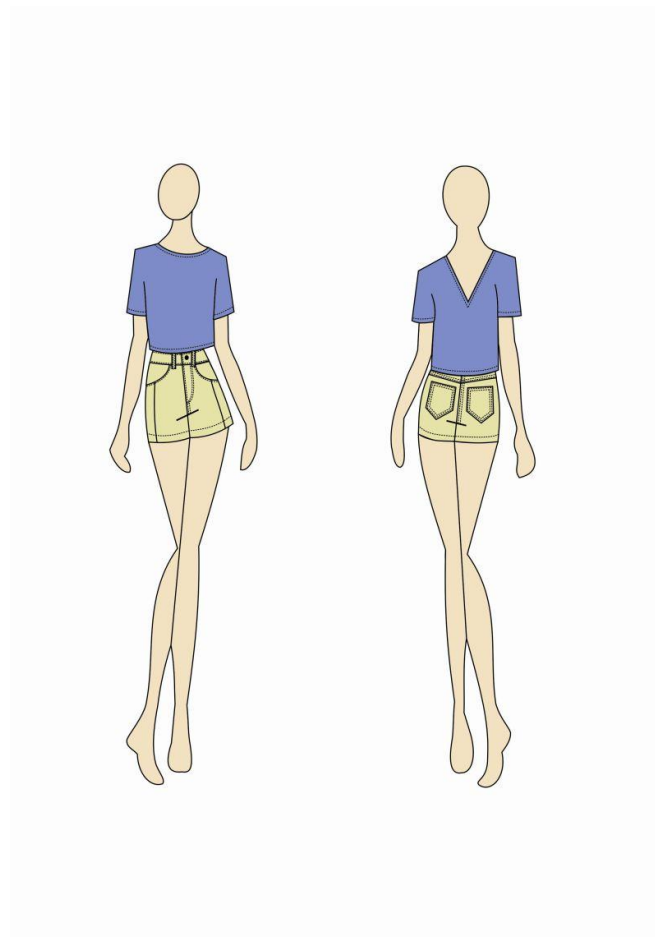
**Figura 36: Look 10**  
**Fonte: O autor.**

A camiseta acima tem um estilo único, pois a mesma possui um recorte nas costas, e as mangas da frente possui pence, deixando uma modelagem diferenciada no produto, quanto ao tecido o escolhido é meia malha orgânica. A bermuda justa ao corpo se destaca com o tecido sarja, que na sua composição esta presente a fibra do pet.



**Figura 37: Look 11**  
**Fonte: O autor.**

A camiseta acima possui recortes próximos a cava na parte da frente e costas, sua modelagem é justa com a utilização de malha ecológica. A calça possui um estilo mais despojado, pois o tecido escolhido é o linho, deixando a peça diferenciada das demais calças da coleção.



**Figura 38: Look 12**  
**Fonte: O autor.**

A blusa acima é um produto básico na parte da frente, sendo que suas costas é diferenciada na gola, o tecido de linho permitiu esse detalhe único. O shorts possui recortes no dianteiro, deixando a peça mais justa no corpo, a lavagem escolhida é básica.

## 5.7 FICHAS TÉCNICAS

Abaixo segue ficha técnica de cada produto, com demais informações que o modelo possui.

## Look 1 – blusa e calça feminina:

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: BL.001	MARCA: SAN BARTHS	ESTILISTA: ALISSON
COLEÇÃO: VERÃO 2015	TAMANHO PILOTO: P	MODELISTA: ALISSON
PRODUTO: BLUSA	GRADE: 1 PEÇA	DATA: 20/07/2014

**GOLA:**C/ PESP AFASTADO À 7MM.

**CAVA:**C/ PESP AFASTADO À 7MM DA BORDA.

**LATERAL:**FEITO NO OVERLOQUE SEM PESP APARENTE.

**ABERTURA:**C/ GANCHO DE METAL APLICADO NO INTERNO, SEM APARECER NO EXTERNO.

**OMBRO:**ACABAMENTO INTENO EMBUTIDO, E EXTERNO SEM PESP APARENTE.

**BARRA:**DIFERENCIADA C/ ACABAMENTO INTERNO OVERLOCADO E EXTERNO SEM PESP APARENTE.

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
MEIA MALHA	ARADEFE	(VER CARTELA)	0,70CM	-
<b>AMOSTRAS</b> VERIFICAR CARTELA DE AMOSTRA.				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA	COATS	BRANCO	-	-
COLCHETE	COATS	BRANCO	-	-
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
ETIQ. COMPOSIÇÃO	HACCO	BRANCO	1	-

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	Costurar barra na frente e traseiro duplos embutindo a costura	Overlock
2	Unir ombros	Overlock
3	Fechar lateral	Overlock
4	Fazer barra nas cavas e gola	Galoneira
5	Aplicar colchete na gola no traseiro	Manual
6	Limpar peça	Manual

**ESTAMPARIA:** DIRECT

REF: C003  
TAMANHO/CORES: SEGUIR CONFORME DESENVOLVIDO.



**LOCALIZAÇÃO**



FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: CLF.001	MARCA: SAN BARTHS	ESTILISTA: ALISSON
COLEÇÃO: VERÃO 2015	TAMANHO PILOTO: 34	MODELISTA: ALISSON
PRODUTO: CALÇA	GRADE: 1 PEÇA (PILOTO).	DATA: 20/07/2014

**PASSANTE:** DE 1,3CM POR 5,5CM  
C/ 1 PESP AO MEIO + TRAVETES.

**GANCHO:** OVERLOCADO E REBATIDO  
C/ PESP DUPLO + TRAVETE.

**ENTREPERNAS:** SEM PESP APARENTE.

**CÔS:** SPORT DE 4,2CM C/ PESP FINO NO SUPERIOR E INFERIOR // INTERNO DO PRÓPRIO TECIDO // PONTA C/ CASEADO P/ BOTÃO TAM. (A DEFINIR).

**BOLSO:** FALSO. C/ PESP DUPLO AO REDOR + TRAVETES.

**VISTA:** C/ PESP FINO NA BORDA + PESP AFASTADO À 3,5CM.

**BARRA:** DE 2CM C/ 1 PESP.

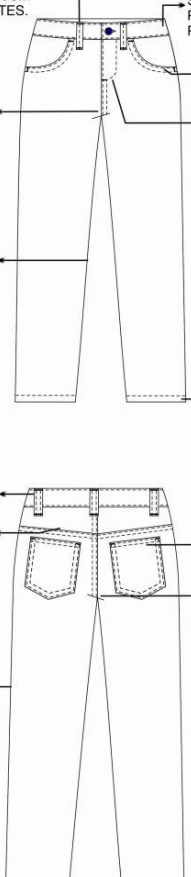
**PASSANTES:** 3 POSICIONADOS.

**PALA:** NO INTERLOCK REBATIDA C/ PESP DUPLO, CONTRA A CHUVA.

**LATERAL:** SEM PESP APARENTE.

**BOLSOS:** CHAPADO FIXADO C/ PESP DUPLO AO REDOR + TRAVETES. BOCA C/ PESP DUPLO.

**GANCHO:** NO INTERLOCK REBATIDO C/ PESP DUPLO.



#### TECIDOS

TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Eco-D	Vicunha Têxtil	(VER CARTELA)	1,15	-

**AMOSTRAS**  
VERIFICAR CARTELA DE AMOSTRA.

#### AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA	COATS	OCRE	-	-
BOTÃO	IRMÃOS PERFEITO	PRATA	1	-
ZÍPER DE METAL	COATS	BRANCO	1	-

#### ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
ETIQ. COMPOSIÇÃO	HACCO	BRANCO	1	-

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	Fechar pala	Interlock
2	Pespontar pala	Pespontadeira
3	Passar bolso traseiro	Ferro
4	Aplicar bolso traseiro	Reta
5	Unir gancho traseiro	Interlock
6	Pespontar gancho traseiro	Pespontadeira
7	Dianteiro	-----
8	Overlocar vista	Overloque
9	Aplicar zíper	Reta
10	Unir gancho frente	Overlock
11	Pespontar vista	Reta
12	Pespontar gancho	Pespontadeira
13	Unir espelho nas laterais	Reta
14	Aplicar bolso falso no espelho	Pespontadeira
15	Unir dianteiro no traseiro	Manual
16	Fechar laterais	Interlock
17	Fechar entrepernas	Interlock
18	Aplicar cóis	Reta
19	Aplicar travetes	Travete
20	Aplicar passantes com travete	Travete
21	Fazer barra	Reta
22	Casear o cóis	Caseadeira
23	Aplicar botão no cóis	Botoneira
24	Limpar peça	Manual

**LAVANDERIA:** LUCIANA KHOURI.

**LAVAGEM:** AMACIADO.

**TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)**

34	36	38	40	42	44	46	48			
11CM										
<b>TABELA DE MEDIDAS</b>			<b>ANTES</b>				<b>DEPOIS</b>			
<b>Cintura:</b>			37,5CM				35,5CM			
<b>Quadril:</b>			40CM				38CM			
<b>Gancho frente:</b>			27CM				25CM			
<b>Gancho Traseiro:</b>			33CM				31CM			
<b>Barra:</b>			14CM				12CM			
<b>Entreperna:</b>			73CM				71CM			

Abaixo segue *look 2* – Camisa, camiseta e calça:

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: CAL. 002	MARCA: SAN BARTHS	ESTILISTA: ALISSON
COLEÇÃO: VERÃO 2015	TAMANHO PILOTO: M	MODELISTA: ALISSON
PRODUTO: CAMISA	GRADE: 1 PEÇA	DATA: 20/07/2014

**\*GOLA->**FIXADA COM PESP DUPLO NO INTERNO DO PÉ DE GOLA, E GOLA FIXADO C/ PESP FINO, E PESP AFASTADO À 7MM AO REDOR.

**\*CAVA->**NO OVERLOCK C/ PESP FINO.

**\*RECORTE->**FIXADO C/ PESP DUPLO.

**\*VISTA->**C/ PESP AFASTADO À 7MM + CASEADOS P/ BOTÃO // **VISTA INTERNA C/ PESP AFASTADO À 3CM.**

**\*PREGA->**SEM PESP APARENTE.

**\*BARRA->**DE 1CM FEITO C/ 1 PESP.

**\*OMBRO->**INTERNO DUPLO E REBATIDO C/ PESP FINO.

**\*PALA->**C/ ACABAMENTO INTERNO DUPLO, FIXADO C/ PESP FINO.

**\*PREGA->**SEM PESP APARENTE.

**\*MARTINGALE->**FIXADO C/ PESP FINO + ABERTURA PRÓXIMO AO PUNHO.

**\*LATERAL->**SEM PESP APARENTE.

**\*PUNHO->**APLICADO, FIXADO C/ PESP FINO NO INFERIOR E SUPERIOR + CASEADO P/ BOTÃO.

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
LINHO	MENEGOTTI	(VER CARTELA)	1,20CM	-
<b>AMOSTRAS</b> VERIFICAR CARTELA DE AMOSTRA.				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA	COATS	BRANCA	-	-
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
ETIQ. COMPOSIÇÃO	HACCO	BRANCO	1	-
BOTÃO	HACCO	BRANCO	7	-

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	Fazer prega da manga e do traseiro	Reta
2	Costurar pala na frente e pala dupla no traseiro	Reta
3	Passar punho e martingale antes de aplicar	Manual
4	Aplicar punho e martingale da manga	Reta
5	Fazer a vista da frente	Reta
6	Passar gola e colarinho antes de aplicar	Manual
7	Montar gola e colarinho	Reta
8	Unir ombro	Overlock
9	Aplicar gola	Reta
10	Costurar manga na cava	Overlock
11	Fechar lateral e manga	Overlock
12	Casear vista e punho	Caseadeira
13	Aplicar botão	Botoneira
14	Limpar peça	Manual

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: CAM. 001	MARCA: SAN BARTHS	ESTILISTA: ALISSON
COLEÇÃO: VERÃO 2015	TAMANHO PILOTO: M	MODELISTA: ALISSON
PRODUTO: CAMISETA	GRADE: 1 PEÇA	DATA: 20/07/2014

The drawing shows a t-shirt with a V-neckline, short sleeves, and a hem. Arrows point to specific construction details: the collar (GOLA), the armholes (CAVA), the sleeves (MANGA), the hem (BARRA), the shoulder seams (OMBRO), and the side seams (LATERAL).

**GOLA:** FEITO DO PRÓPRIO TECIDO C/ INTERNO OVERLOCADO E EXTERNO SEM PESP APARENTE.

**CAVA:** FEITO NO OVERLOQUE E EXTERNO SEM PESP APARENTE.

**MANGA:** C/ 2 PESP FEITO NA GALONEIRA.

**BARRA:** C/ 2 PESP FEITO NA GALONEIRA.

**OMBRO:** FEITO NO OVERLOCK E SEM PESP APARENTE.

**LATERAL:** FEITO NO OVERLOQUE E SEM PESP APARENTE.

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
MALHA ORGÂNICA	ARADEFE	(VER CARTELA)	0,90CM	-

**AMOSTRAS**  
VERIFICAR CARTELA DE AMOSTRA.

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA	COATS	BRANCA	-	-

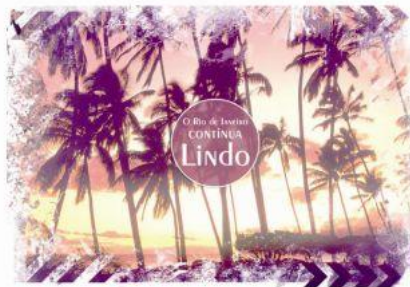
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
ETIQ. COMPOSIÇÃO	HACCO	BRANCO	1	-

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	Unir ombros	Overlock
2	Costurar manga na cava	Overlock
3	Fechar lateral e manga	Overlock
4	Aplicar gola	Overlock
5	Fazer barra do corpo e mangas	Galoneira
6	Limpar as peças	Manual

**ESTAMPARIA:** DIRECT

**REF:** C001

**TAMANHO/CORES:** SEGUIR CONFORME DESENVOLVIDO.



**LOCALIZAÇÃO**



FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: CLM.001	MARCA: SAN BARTHS	ESTILISTA: ALISSON
COLEÇÃO: VERÃO 2015	TAMANHO PILOTO: 38	MODELISTA: ALISSON
PRODUTO: CALÇA	GRADE: 1 PEÇA (PILOTO).	DATA: 20/07/2014

**PASSANTES:** DE 1,5CM POR 6CM C/ PESP DUPLO AO MEIO + TRAVETES.

**BOLSINHO:** C/ PESP DUPLO AO REDOR + TRAVETES // BOCA C/ PESP DUPLO.

**GANCHO:** DOBRADO E REBATIDO C/ PESP DUPLO + TRAVETE.

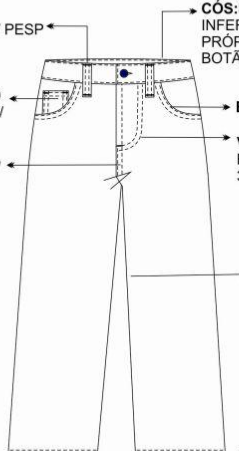
**CÓS:** SPORT DE 4,2CM C/ PESP DUPLO NO INFERIOR NO SUPERIOR // INTERNO DO PRÓPRIO TECIDO // PONTA C/ CASEADO P/ BOTÃO.

**BOLSO:** C/ PESP DUPLO.

**VISTA:** C/ PESP AFASTADO À 7MM DA BORDA + PESP DUPLO AFASTADO À 3,5CM DA BORDA.

**ENTREPERNAS:** SEM PESP APARENTE.

**BARRA:** DE 1,5CM C/ 1 PESP.

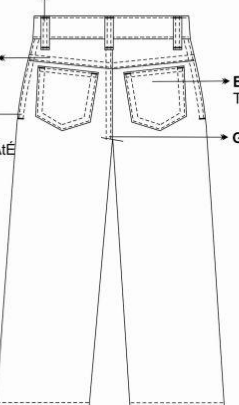
**PALA:** NO FECHADOR A FAVOR DA CHUVA, C/ PESP DUPLO.

**LATERAL:** C/ PESP DUPLO DO CÓS ATÉ O QUADRIL + TRAVETE.

**PASSANTES:** 3 POSICIONADOS CONFORME PILOTO.

**BOLSO:** C/ PESP DUPLO AO REDOR + TRAVETES // BOCA C/ PESP DUPLO.

**GANCHO:** NO FECHADOR C/ PESP DUPLO.



TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Eco-D	Vicunha Têxtil	(VER CARTELA)	1,30	-
<b>AMOSTRAS</b>				
VERIFICAR CARTELA DE AMOSTRA.				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA	COATS	CINZA	-	-
BOTÃO	IRMÃOS PERFEITO	AZUL	1	-
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
ETIQ. COMPOSIÇÃO	HACCO	BRANCO	1	-

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	Fechar pala	Interlock
2	Pespontar pala	Pespontadeira
3	Passar bolso traseiro	Ferro
4	Aplicar bolso traseiro	Reta
5	Unir gancho traseiro	Interlock
6	Pespontar gancho traseiro	Pespontadeira
7	Dianteiro	-----
8	Overlocar vista	Overloque
9	Aplicar zíper	Reta
10	Unir gancho frente	Overlock
11	Pespontar vista	Reta
12	Pespontar gancho	Pespontadeira
13	Fazer boca do bolso relógio	Pespontadeira
14	Passar bolso relógio	Manual
15	Aplicar bolso relógio no espelho	Pespontadeira
16	Aplicar espelho no forro	Reta
17	Unir dianteiro no traseiro	Manual
18	Fechar laterais	Interlock
19	Fechar entrepernas	Interlock
20	Aplicar cós	Reta
21	Aplicar travetes	Travete
22	Aplicar passantes com travete	Travete
23	Fazer barra	Reta
24	Casear o cós	Caseadeira
25	Aplicar botão no cós	Botoneira
26	Limpar peça	Manual

**LAVANDERIA:** LUCIANA KHOURI.

**LAVAGEM:** STONE + USED + BIGODES.

**TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)**

34	36	38	40	42	44	46	48			
		16CM								
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
<b>Cintura:</b>			45CM				43CM			
<b>Quadril:</b>			50CM				48CM			
<b>Gancho frente:</b>			30CM				28CM			
<b>Gancho Traseiro:</b>			39CM				37CM			
<b>Barra:</b>			18CM				16CM			
<b>Entreperna:</b>			91,5CM				89,5CM			

## Look 3 – vestido:

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: VES. 001	MARCA: SAN BARTHS	ESTILISTA: ALISSON
COLEÇÃO: VERÃO 2015	TAMANHO PILOTO: 38	MODELISTA: ALISSON
PRODUTO: VESTIDO	GRADE: 1 PEÇA	DATA: 20/07/2014

\*FAIXA I->C/ ACABAMENTO DUPLO E EMBUTIDO, SEM PESP APARENTE.

\*FAIXA II ->C/ ACABAMENTO INTERNO DUPLO, SENDO PARTE INFERIOR OVERLOCADO.

\*PREGA->1 DE CADA LADO SEM PESP APARENTE.

\*BARRA->NA GALONEIRA C/ 1 PESP AFASTADO A 4,5CM.

\*ALÇA->C/ ACABAMENTO DUPLO E EMBUTIDO, SEM PESP APARENTE.

\*LATERAL->C/ ACABAMENTO DUPLO E EMBUTIDO, SEM PESP APARENTE.

\*PREGA->1 DE CADA LADO SEM PESP APARENTE.

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
MALHA ORGÂNICA	ARADEFE	(VER CARTELA)	1,10CM	-
<b>AMOSTRAS</b> VERIFICAR CARTELA DE AMOSTRA.				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA	COATS	ROSA	-	-
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
ETIQ. COMPOSIÇÃO	HACCO	BRANCO	1	-

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	Fazer prega na saia frente e traseiro	Reta
2	Costurar recorte duplo na frente e no recorte duplo da cintura embutindo a costura	Overlock
3	Costurar parte de cima com a saia	Overlock
4	Unir ombros	Overlock
5	Fazer detalhe da lateral embutindo a costura	Overlock
6	Fechar laterais	Overlock
7	Fazer barra	Galoneira
8	Limpar peça	Manual

## Look 4 – Camisa e bermuda masculina:

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: CAL. 001	MARCA: SAN BARTHS	ESTILISTA: ALISSON
COLEÇÃO: VERÃO 2015	TAMANHO PILOTO: M	MODELISTA: ALISSON
PRODUTO: CAMISA	GRADE: 1 PEÇA	DATA: 20/07/2014

**\*GOLA->**FIXADA COM PESP DUPLO NO INTERNO DO PÉ DE GOLA, E GOLA FIXADO C/ PESP FINO, E PESP AFASTADO À 7MM AO REDOR.

**\*CAVA->**NO OVERLOCK C/ PESP FINO.

**\*VISTA->**C/ PESP AFASTADO À 7MM + CASEADOS P/ BOTÃO // **VISTA INTERNA C/ PESP AFASTADO À 3CM.**

**\*PREGA->**SEM PESP APARENTE.

**\*BARRA->**DE 1CM FEITO C/ 1 PESP.

**\*OMBRO->**INTERNO DUPLO E REBATIDO C/ PESP FINO.

**\*PALA->**C/ ACABAMENTO INTERNO DUPLO, FIXADO C/ PESP FINO.

**\*PREGA->**SEM PESP APARENTE.

**\*MARTINGALE->**FIXADO C/ PESP FINO + ABERTURA PRÓXIMO AO PUNHO.

**\*LATERAL->**SEM PESP APARENTE.

**\*PUNHO->**APLICADO, FIXADO C/ PESP FINO NO INFERIOR E SUPERIOR + CASEADO P/ BOTÃO.

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
LINHO	MENEGOTTI	(VER CARTELA)	1,20CM	-

**AMOSTRAS**  
VERIFICAR CARTELA DE AMOSTRA.

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA	COATS	BRANCA	-	-

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
ETIQ. COMPOSIÇÃO	HACCO	BRANCO	1	-
BOTÃO	HACCO	BRANCO	7	-

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	Fazer prega da manga e do traseiro	Reta
2	Costurar pala dupla no traseiro	Reta
3	Passar punho e martingale antes de aplicar	Manual
4	Aplicar punho e martingale da manga	Reta
5	Fazer a vista da frente	Reta
6	Passar gola e colarinho antes de aplicar	Manual
7	Montar gola e colarinho	Reta
8	Unir ombro	Overlock
9	Aplicar gola	Reta
10	Costurar manga na cava	Overlock
11	Fechar lateral e manga	Overlock
12	Casear vista e punho	Caseadeira
13	Aplicar botão	Botoneira
14	Limpar peça	Manual

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: BERM. 001	MARCA: SAN BARTHS	ESTILISTA: ALISSON
COLEÇÃO: VERÃO 2015	TAMANHO PILOTO: 38	MODELISTA: ALISSON
PRODUTO: BERMUDA	GRADE: 1 PEÇA	DATA: 20/07/2014

**PASSANTE:** DE 1,5CM POR 6,5CM C/ 2 PESP AO MEIO COM TRAVETES.

**CÓS:** SPORT DE 4,2CM C/ PESP FINO NO INFERIOR E SUPERIOR // INTERNO DO PRÓPRIO TECIDO // PONTA C/ CASEADO P/ BOTÃO.

**BOLSO:** C/ PESP DUPLO + TRAVETES.

**VISTA:** C/ PESP FINO NA BORDA E DUPLO À 3,5CM + TRAVETES.

**GANCHO:** DOBRADO E REBATIDO C/ PESP DUPLO.

**BARRA:** DOBRADA P/ FORA C/ 4CM FIXADA C/ PESP FINO, FAZER PESP À 3,5CM DEIXAR 0,5CM P/ DESFIAR.

**PASSANTES:** 3 POSICIONADOS CONFORME PILOTO.

**PALA:** NO FECHADOR REBATIDA C/ PESP DUPLO CONTRA A CHUVA

**BOLSO:** CHAPADO FIXADO C/ PESP DUPLO + TRAVETES // BOCA C/ PESP DUPLO.

**LATERAL:** C/ PESP FINO DO CÓS ATÉ O QUADRIL COM TRAVETE.

**GANCHO:** NO FECHADOR REBATIDO C/ PESP DUPLO.

**ENTREPERNAS:** C/ PESP FINO.

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
ECO- D	VICUNHA	(VER CARTELA)	0,80CM	-
<b>AMOSTRAS</b> VERIFICAR CARTELA DE AMOSTRA.				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA	COATS	AMARELO	-	-
BOTÃO	IRMÃOS PERFEITO	PÉROLA	1	-
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
ETIQ. COMPOSIÇÃO	HACCO	BRANCO	1	-

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	Fechar pala	Interlock
2	Pespontar pala	Pespontadeira
3	Passar bolso traseiro	Ferro
4	Aplicar bolso traseiro	Reta
5	Unir gancho traseiro	Interlock
6	Pespontar gancho traseiro	Pespontadeira
7	Dianteiro	-----
8	Overlocar vista	Overloque
9	Aplicar zíper	Reta
10	Unir gancho frente	Overlock
11	Pespontar vista	Reta
12	Pespontar gancho	Pespontadeira
13	Aplicar espelho no forro	Reta
14	Unir dianteiro no traseiro	Manual
15	Fechar laterais	Interlock
16	Fechar entrepernas	Interlock
17	Aplicar cós	Reta
18	Aplicar travetes	Travete
19	Aplicar passantes com travete	Travete
20	Fazer barra	Reta
21	Casear o cós	Caseadeira
22	Aplicar botão no cós	Botoneira
23	Limpar peça	Manual

**LAVANDERIA: LUCIANA KHOURI**

**LAVAGEM: STONE + USED + BIGODES.**

**VALOR: -**

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)									
34	36	38	40	42	44	46	48		
		15							
TABELA DE MEDIDAS				ANTES			DEPOIS		
<b>Cintura:</b>				46CM			44CM		
<b>Quadril:</b>				51CM			49CM		
<b>Gancho frente:</b>				32CM			30CM		
<b>Gancho Traseiro:</b>				37CM			35CM		
<b>Barra:</b>				26CM			23CM		
<b>Entreperna:</b>				30CM			28CM		

## Look 5 – Blusa de linho e shorts couro de peixe:

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: CAM. 002	MARCA: SAN BARTHS	ESTILISTA: ALISSON
COLEÇÃO: VERÃO 2015	TAMANHO PILOTO: M	MODELISTA: ALISSON
PRODUTO: CAMISETA	GRADE: 1 PEÇA	DATA: 20/07/2014

**GOLA:** C/ ACABAMENTO DUPLO. SENDO EXTERNO E INTERNO C/ PESP AFASTADO À 7MM.

**CAVA:** FEITO NO OVERLOQUE E EXTERNO SEM PESP APARENTE.

**MANGA:** DIFERENCIADA APLICADA, SENDO NO INTERNO OVERLOCADO E EXTERNO C/ PESP AFASTADO À 7MM.

**BARRA:** APLICADA, SENDO OVERLOCADO NO INTERNO E EXTERNO C/ PESP AFASTADO À 7MM.

**OMBRO:** OVERLOCADO NO INTERNO, SEM PESP APARENTE.

**RECORTE:** SEM PESP APARENTE.

**LATERAL:** C/ ZÍPER INVISÍVEL SEM PESP APARENTE.

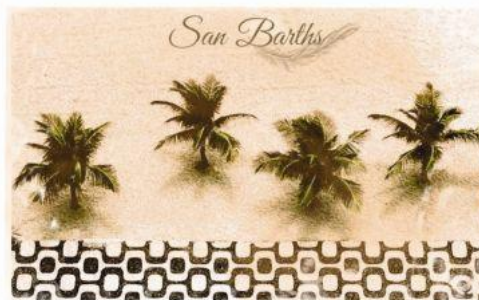
TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
LINHO	MENEGOTTI	(VER CARTELA)	0,90CM	-
<b>AMOSTRAS</b> VERIFICAR CARTELA DE AMOSTRA.				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA	COATS	BRANCA	-	-
ZÍPER INVISÍVEL	COATS	BRANCA	-	-
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
ETIQ. COMPOSIÇÃO	HACCO	BRANCO	1	-

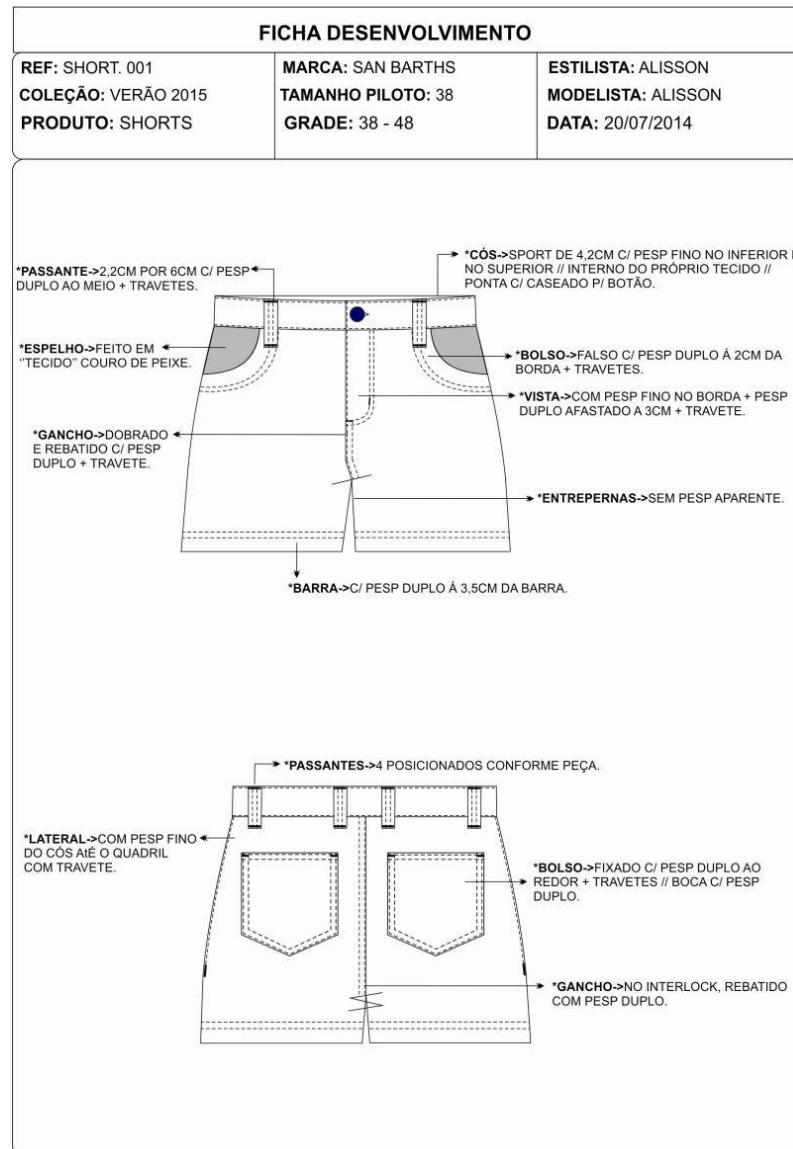
SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	Aplicar a barra	Overlock
2	Unir ombros da frente e traseiro duplos com a costura embutida	Overlock
3	Aplicar barra da manga	Overlock
4	Costurar a manga na cava	Overlock
5	Fechar lateral e manga	Overlock
6	Aplicar zíper invisível na lateral	Reta
7	Fazer barra do corpo, manga e gola	Manual
8	Limpar peça	Manual

**ESTAMPARIA: DIRECT**

REF: C004

TAMANHO/CORES: SEGUIR CONFORME DESENVOLVIDO.

**LOCALIZAÇÃO**



<b>TECIDOS</b>				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
DENIM 103	ETEX - ECO.	(VER CARTELA)	0,50CM	-
COURO DE PEIXE	ISHIKAWA	(VER CARTELA)	1UN.	-
<b>AMOSTRAS</b> VERIFICAR CARTELA DE AMOSTRA.				
<b>AVIAMENTOS</b>				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA	COATS	OCRE	-	-
BOTÃO	IRMÃOS PERFEITO	PRATA	1	-
ZÍPER	COATS	BRANCA	1	-
<b>ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS</b>				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
ETIQ. COMPOSIÇÃO	HACCO	BRANCO	1	-

<b>SEQUÊNCIA OPERACIONAL</b>		
No	Operação	Máquina
1	Passar bolso traseiro	Ferro
2	Aplicar bolso traseiro	Reta
3	Unir gancho traseiro	Interlock
4	Pespontar gancho traseiro	Pespontadeira
5	Dianteiro	-----
6	Overlocar vista	Overloque
7	Aplicar zíper	Reta
8	Unir gancho frente	Overlock
9	Pespontar vista	Reta
10	Pespontar gancho	Pespontadeira
11	Unir espelho nas laterais	Reta
12	Aplicar couro de peixe no espelho	Reta
13	Costurar bolso falso no espelho	Pespontadeira
14	Unir dianteiro no traseiro	Manual
15	Fechar laterais	Interlock
16	Fechar entrepernas	Interlock
17	Aplicar cós	Reta
18	Aplicar travetes	Travete
19	Aplicar passantes com travete	Travete
20	Fazer barra	Reta
21	Casear o cós	Caseadeira
22	Aplicar botão no cós	Botoneira
23	Limpar peça	Manual

## Look 6 – Camiseta e bermuda masculina:

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: CAM. 002	MARCA: SAN BARTHS	ESTILISTA: ALISSON
COLEÇÃO: VERÃO 2015	TAMANHO PILOTO: M	MODELISTA: ALISSON
PRODUTO: CAMISETA	GRADE: 1 PEÇA	DATA: 20/07/2014

**CAVA:** FEITO NO OVERLOQUE E EXTERNO SEM PESP APARENTE.

**GOLA:** FEITO DO PRÓPRIO TECIDO C/ INTERNO OVERLOCADO E EXTERNO SEM PESP APARENTE.

**MANGA:** C/ 2 PESP FEITO NA GALONEIRA.

**BARRA:** C/ 2 PESP FEITO NA GALONEIRA.

**OMBRO:** FEITO NO OVERLOCK E SEM PESP APARENTE.

**LATERAL:** FEITO NO OVERLOQUE E SEM PESP APARENTE.

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
MEIA MALHA	ARADEFE	(VER CARTELA)	0,90CM	-

**AMOSTRAS**  
VERIFICAR CARTELA DE AMOSTRA.

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA	COATS	LILÁS	-	-

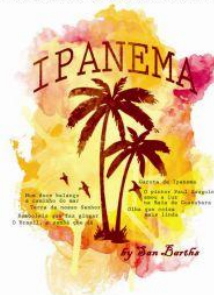
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
ETIQ. COMPOSIÇÃO	HACCO	BRANCO	1	-

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	Unir ombros	Overlock
2	Costurar manga na cava	Overlock
3	Fechar lateral e manga	Overlock
4	Aplicar gola	Overlock
5	Fazer barra do corpo e mangas	Galoneira
6	Limpar as peças	Manual

**ESTAMPARIA:** DIRECT

REF: C002

TAMANHO/CORES: SEGUIR CONFORME DESENVOLVIDO.



**LOCALIZAÇÃO**



## FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: BERM. 002

MARCA: SAN BARTHS

ESTILISTA: ALISSON

COLEÇÃO: VERÃO 2015

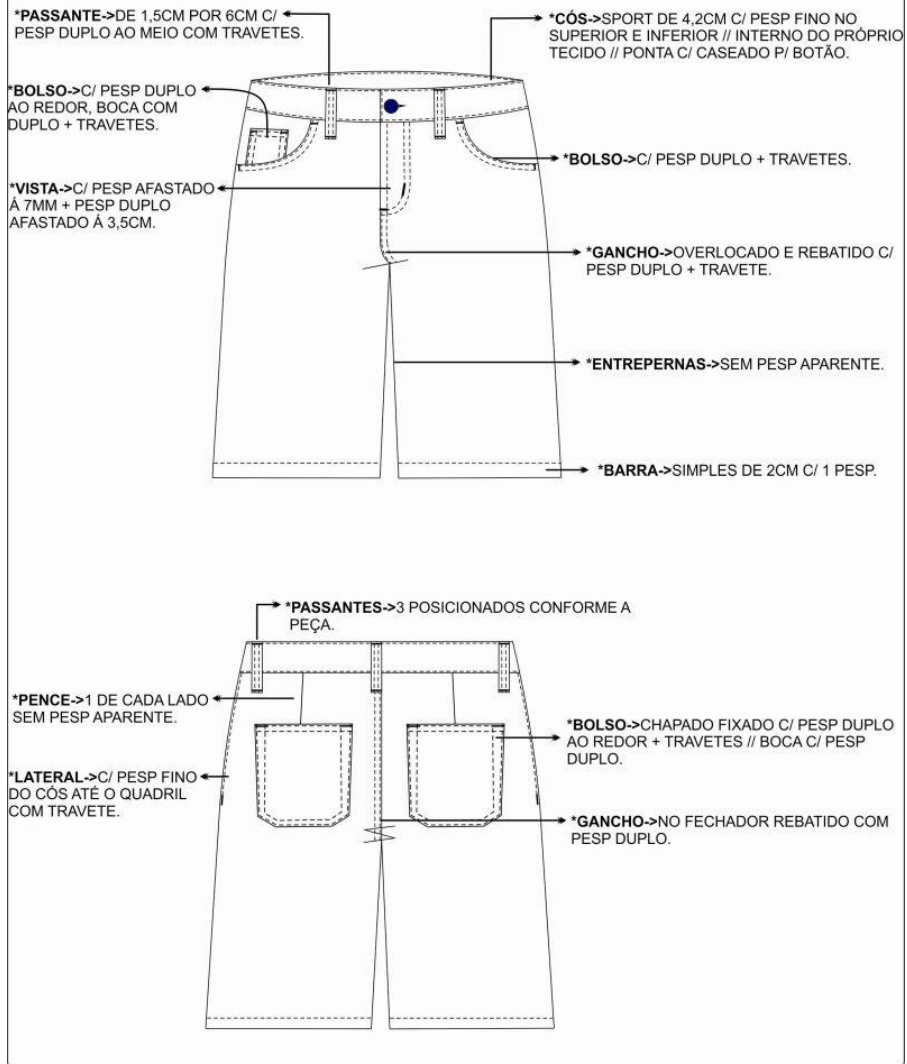
TAMANHO PILOTO: 38

MODELISTA: ALISSON

PRODUTO: BERMUDA

GRADE: 38 - 48

DATA: 20/07/2014



TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
DENIM 103	ETEX - ECO.	(VER CARTELA)	0,80CM	-
<b>AMOSTRAS</b> VERIFICAR CARTELA DE AMOSTRA.				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA	COATS	OCRE	-	-
BOTÃO	IRMÃOS PERFEITO	PRATA	1	-
ZÍPER	COATS	BRANCO	1	-
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
ETIQ. COMPOSIÇÃO	HACCO	BRANCO	1	-

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	Fazer pence do traseiro	Reta
2	Passar bolso traseiro	Ferro
3	Aplicar bolso traseiro	Reta
4	Unir gancho traseiro	Interlock
5	Pespontar gancho traseiro	Pespontadeira
6	Dianteiro	-----
7	Overlocar vista	Overloque
8	Aplicar zíper	Reta
9	Unir gancho frente	Overlock
10	Pespontar vista	Reta
11	Pespontar gancho	Pespontadeira
12	Fazer boca do bolso relógio	Pespontadeira
13	Passar bolso relógio	Manual
14	Aplicar bolso relógio no espelho	Pespontadeira
15	Aplicar espelho no forro	Reta
16	Unir dianteiro no traseiro	Manual
17	Fechar laterais	Interlock
18	Fechar entrepernas	Interlock
19	Aplicar cóis	Reta
20	Aplicar travetes	Travete
21	Aplicar passantes com travete	Travete
22	Fazer barra	Reta
23	Casear o cóis	Caseadeira
24	Aplicar botão no cóis	Botoneira
25	Limpar peça	Manual

## 5.8 PRANCHA DOS LOOKS

Para cada *look* foi desenvolvido uma prancha com ambientação ao fundo, remetendo a proposta da coleção com a marca, unindo a geração de alternativa com o desenho técnico.



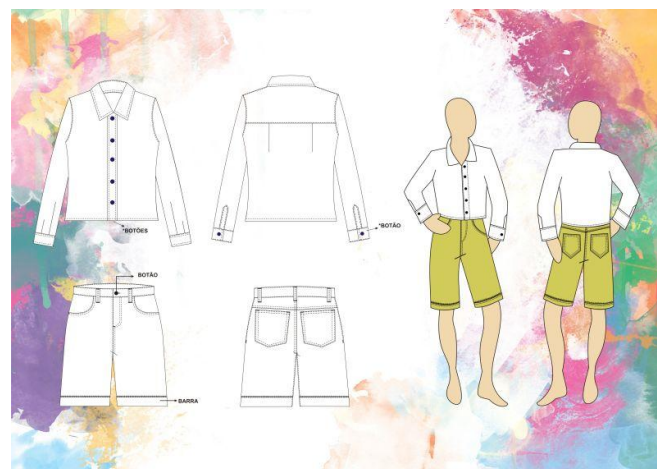
**Figura 39: prancha 1**  
**Fonte: O autor.**



**Figura 40: prancha 2**  
**Fonte: O autor.**



**Figura 41: prancha 3**  
**Fonte: O autor.**



**Figura 42: prancha 4**  
**Fonte: O autor.**



**Figura 43: prancha 5**  
**Fonte: O autor.**

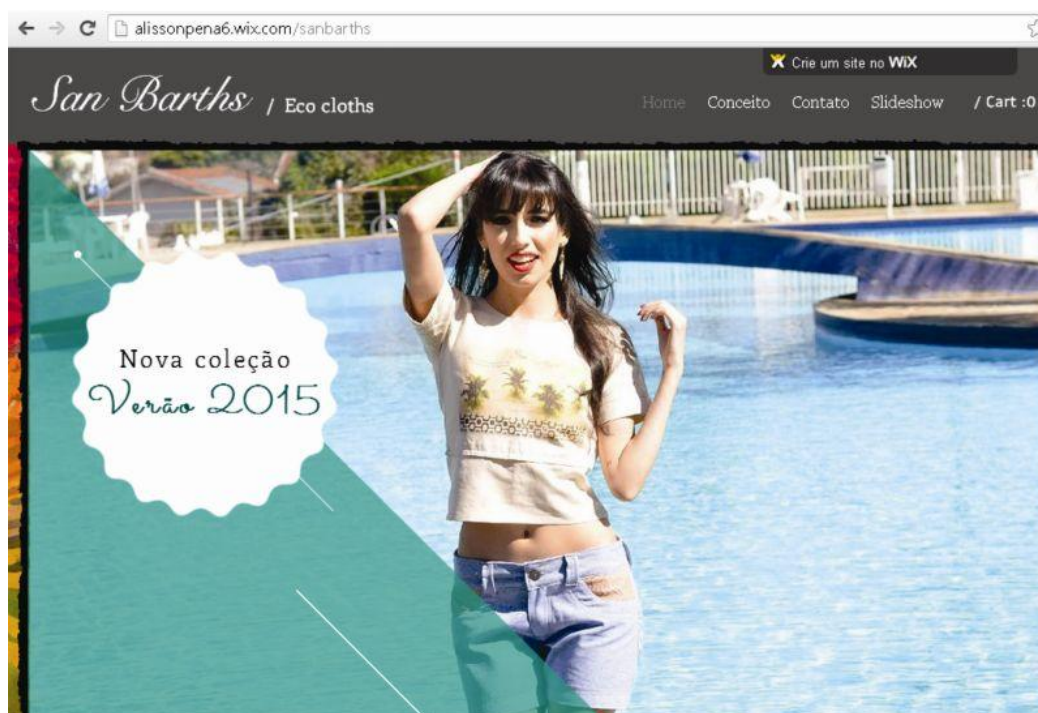


**Figura 44: prancha 6**  
**Fonte: O autor.**

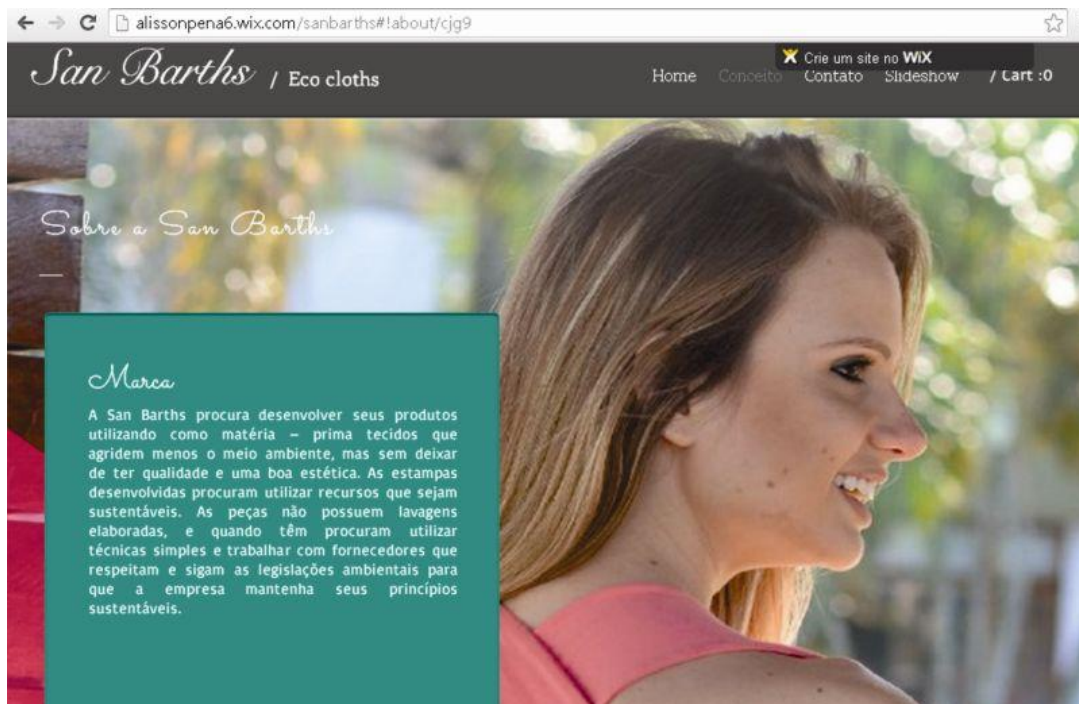
## 5.9 DOSSIÊ ELETRÔNICO E CATÁLOGO

A empresa possui dossiê eletrônico, como forma de divulgar e vender os produtos que são desenvolvidos a cada coleção. O site possui informações sobre a marca, conceito de coleção, dados para entrar em contato e outras informações.

Abaixo segue duas imagens do site sendo a primeira imagem a página inicial da marca, e a segunda imagem o conceito da marca.



**Figura 45: Site**  
**Fonte: O autor.**



**Figura 46: site**  
**Fonte: O autor.**

A San Barths procura desenvolver um catálogo quando é apresentada uma nova coleção, com a intenção de divulgar os produtos que a marca oferece. Abaixo segue imagem do mesmo.



### Referência de coleção

A referência escolhida é a praia de Ipanema, localizada no bairro de que deu origem ao nome da praia, bairro de Ipanema, situada na zona sul da cidade do Rio de Janeiro. Local preferido dos turistas, com uma cara tropical, clima aconchegante da cidade e paisagens totalmente ambientais permeados a grande movimentação de um centro urbano.

Uma das praias mais famosas da cidade, local que inspirou vários artistas brasileiros, e palco da Bossa Nova, na qual o compositor Vinicius de Moraes lançou a canção Garota de Ipanema, música que Tom Jobim foi responsável por sua melodia. Dessa forma a San Barths procura utilizar em suas estampas letras de músicas da era Bossa Nova, deixando uma marca registrada nesta coleção, a música e a paisagem local que serviu de inspiração para a própria música, a praia de Ipanema.

### Conceito da Coleção

A coleção foi inspirada nas belas paisagens da natureza, que compõe a cidade do Rio de Janeiro, demonstrando a real possibilidade de se viver em um grande centro urbano, usufruir de suas facilidades, mas respeitar e contribuir com o meio ambiente.

Assim a coleção vai retratar elementos da natureza, utilizando como matéria-prima tecidos mais leves e que não agridem o meio ambiente, trabalhando com uma diversidade de estampas e aderindo a uma sensação de bem estar e de consciência ecológica.

### Coleção Música ao vento

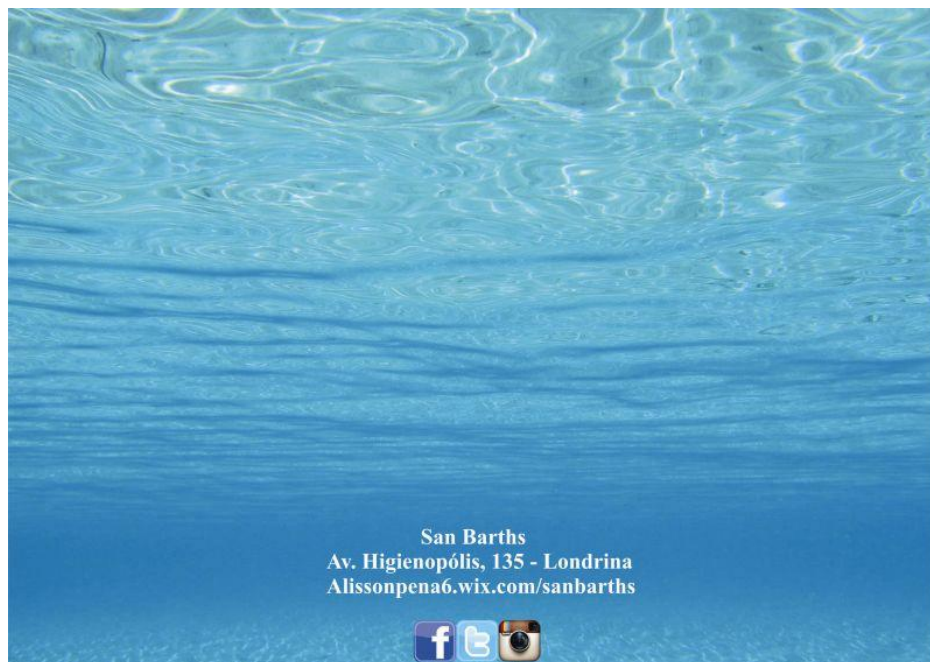












**Figura 47: Catálogo**  
**Fonte: O autor.**

## 5.10 DESFILE

O planejamento de *make up*, *hair* e produção *styling* serão executados momentos antes do desfile, sendo que o *make up* será neutro com tons pastéis e pêssego e cabelo será rabo-de-cavalo despojado para valorizar os looks frente e costa, a produção do feminino será casual e do masculino desprovido, criando uma unidade entre tema e proposta da marca.

A trilha sonora será leve e com ares de verão. A seqüência da entrada das modelos será a mesma ordem que o catálogo possui, sendo o seguinte: a Karen vestindo blusa branca e calça verde, o Otacílio vestindo camisa xadrez, camiseta e cinza e calça azul, a Cristiane vestindo um vestido, o Guilherme vestindo camisa branca e bermuda lima, a Nathaly vestindo blusa areia e shorts azul claro e Renan camiseta lilás e bermuda azul claro.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para chegar a esses resultados e informações confirmados nesse trabalho, foi realizado um questionário voltado ao público no geral, a fim de obter opiniões e dados a respeito da sustentabilidade com abordagem do segmento *fast fashion*.

Os conhecimentos que foram obtidos durante a execução do trabalho estão registrados no desenvolvimento do mesmo e na estrutura do direcionamento de mercado que a marca que possui, com a intenção de ajudar o *fast fashion* a incluir alternativas e características para uma moda mais sustentável.

As alternativas que o trabalho oferece é a escolha de matérias – prima que tem um impacto menor ao meio ambiente, e procura a utilizar serviços de lavanderia e estamparia com os mesmos princípios, sendo uma parceira da marca com seus fornecedores.

A pesquisa bibliográfica se realizou através dos estudos que foram realizados para o desenvolvimento desse trabalho, assim esses princípios e características de sustentabilidade podem ser inseridos como alternativas do segmento *fast fashion* contribuir para a moda sustentável.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Gabriela, RAPHAELLI, Nathália, FANGUEIRO, Raul. **Desenvolvimento sustentável na indústria têxtil: um estudo de propriedades e características de malhas produzidas com fibras biodegradáveis**. XXIIº CNTT CONGRESSO NACIONAL DE TÉCNICOS TÊXTEIS, Recife, Pernambuco, 2006. Anais Eletrônicos Disponível em: <<http://www.nds.ufrgs.br/admin/documento/arquivos/FibrasBiodegradaveis.pdf>>

AMARAL, Juliana Spoladore. **Tingimento natural: uma pesquisa para a indústria**. Florianópolis, Santa Catarina, 2009, 88 f. Trabalho de Conclusão de Curso -Universidade do Estado de Santa Catarina, Centro de Artes CEART. Disponível em: <<http://www.pergamumweb.udesc.br/dados-bu/000000/000000000000C/00000C2C.pdf>>. Acesso em: 10 de jan. de 2014.

ANDRADE, Claudio. **Construindo Sustentabilidade**. Revista da ESPM. Jan/Fev 2010. Disponível em: <[http://acervodigital.espm.br/revista\\_da\\_espm/2010/jan\\_fev/11\\_Claudio\\_Andrade.pdf](http://acervodigital.espm.br/revista_da_espm/2010/jan_fev/11_Claudio_Andrade.pdf)>. Acesso em: 26 jan. de 2014.

ANICET, Ane; BESSA, Pedro; BROEGA, Ana Cristina. **Metodologia de Ecodesign de Moda com colagens Têxteis**. 10º CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, São Luís, Maranhão, 2011. Anais Eletrônicos Disponível em: <[http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/21915/1/Artigo%20Final\\_ed\\_2012.artigo.AA.PB%20e%20CB.pdf](http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/21915/1/Artigo%20Final_ed_2012.artigo.AA.PB%20e%20CB.pdf)>. Acesso em: 20 de jan. de 2014.

AMAZON, LIFE. **The Process**. [www.amazonlife.it](http://www.amazonlife.it). Disponível em: <<http://www.amazonlife.it/>>. Acesso em: 10 de jan de 2014.

ARRUDA, Glória L. R. C., LANDIM Paula D. C. **Indústria, sustentabilidade e design**. 2º Simpósio Brasileiro de Design Sustentável (2009). Disponível em: <<http://portal.anhembisbds.br/sbds/anais/SBDS2009-032.pdf>>. Acesso em: 28 de jan. de 2014.

BERLIM, Lilyan. **Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

BRANDALISE, Loreni Teresinha. **Modelo de suporte à gestão organizacional com base no comportamento do consumidor considerando sua percepção da variável ambiental nas etapas da análise do ciclo de vida do produto**. 2006, 211 f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós – Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina.

BRIAN, Edwards. **O guia básico para a sustentabilidade**. Barcelona: Gráficas 92, 2008.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura**. São Paulo: Annablume, 2005.

CIETTA, Enrico. **A revolução do fastfashion. Estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

C&A. **Sustentabilidade: Nossas Iniciativas**. www.cea.com.br. Disponível em: <http://site.cea.com.br/site/nossas-iniciativas?item=9>. Acesso em: 22 de fev. de 2014.

CHATAIGNIER, G. **Fio a fio: tecidos, moda e linguagem**. São Paulo, Estação das Letras, 2006.

COBRA, Marcos. **Marketing e Moda**. SENAC, 2007. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?hl=ptPT&lr=&id=eHYozO6bOkC&oi=fnd&pg=PA7&dq=ciclo+de+vida+de+um+produto+na+moda&ots=V3FrekiWS&sig=gCm0qRjBgpe9VltXwNmx4cZQIAA#v=onepage&q=ciclo%20de%20vida%20de%20um%20produto%20na%20moda&f=false>. Acesso em: 28 de jan. de 2014

DAMASCENO, Silvia Mara Bortoloto; SILVA, Fernanda Trevizam Floriano da; FRANCISCO, Antonio Carlos de. **Sustentabilidade Do Processo de Tingimento do Tecido de Algodão Orgânico**. XXX ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, São Carlos, São Paulo, 2010. Anais Eletrônicos. Disponível em: <http://pg.utfpr.edu.br/dirppg/ppgep/ebook/2010/CONGRESSOS/ENEGERP/20.pdf>. Acesso em: 22 de jan. de 2014.

DELGADO, Daniela. **Fast Fashion: estratégia para conquista do mercado globalizado. Revista Modapalavra e-periódico**. Ano 1, n.2, ago-dez 2008, pp. 3 – 10. ISSN 1982-615x. Disponível em: [http://argeu.ceart.udesc.br/modapalavra/files/fast\\_fashion-daniela\\_delgado.pdf](http://argeu.ceart.udesc.br/modapalavra/files/fast_fashion-daniela_delgado.pdf). Acesso em: 02 fev. 2014.

Estender, A. C. Pitta, T. T. M., 2008. **Conceito do Desenvolvimento Sustentável**. Revista Terceiro Setor, Volume 2, Número 1, p. 22-2. Universidade de Guarulhos, Brasil.

**EcoD Básico: Tecidos Orgânicos**. Julho, 2012. Disponível em: <http://www.ecodesenvolvimento.org/posts/2012/julho/ecod-basico-tecidos-organicos?tag=moda-e-beleza>. Acesso em: 20 de jan. 2014.

FIGUEIRAS, E. Nova Kaeru: **mantas e unidades de couros exóticos**. Três Rios, 2002. Disponível on-line: <http://www.grupodfx.com.br/kaeru>. Acesso em: 10 de jul. 2014.

GARBIN, Naise. **PLANEJAMENTO, PROGRAMAÇÃO E CONTROLE DA PRODUÇÃO: UM ESTUDO DE CASO NUMA INDÚSTRIA DO VESTUÁRIO COM ATIVIDADE FIM É PRODUIR PRODUTOS PRIVATE LABEL – PL**.

2013, 39 f. Monografia – Programa de Pós Graduação da Universidade do Extremo Sul Catarinense- UNESC.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

JACOBI, Pedro. **Educação Ambiental , Cidadania e Sustentabilidade**. Cadernos de Pesquisa, n 118, março 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cp/n118/16834.pdf>>. Acesso em: 20 de jan. de 2014

JABBOUR, Charbel, SANTOS, Fernando. **Desenvolvimento de produtos sustentáveis: o papel da gestão de pessoas**. Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rap/v41n2/07.pdf> acesso 26-01. Acesso em: 26 de jan. de 2014.

JESUS, S. A. R. **Novas Bases Têxteis Para Novas Exigências Sociais: a sustentabilidade das fibras sintéticas**. 2011, 183 f. Dissertação (Mestrado em Design de Moda) -Programa de Mestrado em Design de Moda, Faculdade de Arquitetura da Universidade Técnica de Lisboa, 2011. Disponível em: <<https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/4710/1/DISSERTA%C3%87%C3%83O%20FINAL.pdf#page=60>>. Acesso em: 25 de jan. de 2014.

KAEBERNICK, H.; KARA, S.; SUN, M. **Sustainable product development and manufacturing by considering environmental requirements**. Robotics and Computer Integrated Manufacturing, v. 19, p. 461-468, 2003.

KOZLOWSKI, R.; BARANIECKI P.; BARRIGA-Bedoya J. **Bast Fibres (flax, hemp, jute, ramie, kenaf, abacá)**. Article in the book: **biodegradable and Sustainable Fibres**. University of Leeds, UK. 2006. Acesso em 21 de jun. 2014.

LEE, Matilda. **Eco chic. O guia de moda ética para a consumidora consciente**. São Paulo: Larousse do Brasil, 2009.

LACERDA, Mirela. **O guia do consumo consciente**. Modalogia 06 abr 2009. Disponível em: <<http://www.modalogia.com/2009/04/06/o-guia-do-consumo-consciente-por-mirela-lacerda/>>. Acesso em 02-02

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do Efêmero: a moda e o seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das letras, 1989.

MANZINI, E.; VEZZOLI C. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**. Os requisitos ambientais dos produtos sustentáveis. São Paulo: Edusp, 2002.

MANSUETO, L. **Curtimento de couro de peixe evita danos ambientais**. Disponível online: < [http://www.inpa.gov.br/noticias/noticia\\_sгно2.php?codigo=237](http://www.inpa.gov.br/noticias/noticia_sгно2.php?codigo=237)>. Acesso em 15 de Junho 2014.

NAIME, R.; ASHTON, E.; HUPFFER, H. M. **Do Design ao Ecodesign: pequena história, conceitos e princípios**. Revista Elet. em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental, Cascavel, Naime et al., v(7), nº 7, p. 1510-

1519, mar-ago, 2012. Disponível em: <<http://cascavel.ufsm.br/revistas/ojs-2.2.2/index.php/reget/article/viewFile/5265/3630>>. Acesso 15 de jan. de 2014.

OENNING, Josiany. **SlowFashion: um caminho possível para o design de moda sustentável**. 2012, 163 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós Graduação da Universidade do Minho Escola de Engenharia.

Oliveira, J. A. P. (2008). **Empresas na sociedade: sustentabilidade e responsabilidade social**. Rio de Janeiro. Elsevier.

PACHECO, Maiara Sant´ana o; MEDEIROS, Diego Piovesan. **Design de Superfície e Processos Têxteis: Relações e Características**. XXI SIMPÓSIO NACIONAL DE GEOMETRIA DESCRITIVA E DESENHO TÉCNICO, Florianópolis, Santa Catarina, 2013. Anais Eletrônicos... Disponível em: <<http://wright.ava.ufsc.br/~grupohipermedia/graphica2013/trabalhos/DESIGN%20DE%20SUPERFICIE%20E%20PROCESSOS%20TEXTEIS%20RELACOES%20E%20CARACTERISTICAS.pdf>>. Acesso em: 24 de jan. de 2014.

PINHEIRO, Elaine. **O Papel do Designer no Desenvolvimento de Projetos de Moda Sustentáveis**. COLOQUIO DE MODA, 2008. Anais Eletrônicos... Disponível em: <[http://coloquiomoda.hospedagemdesites.ws/anais/anais/4-Coloquio-de-Moda\\_2008/42091.pdf](http://coloquiomoda.hospedagemdesites.ws/anais/anais/4-Coloquio-de-Moda_2008/42091.pdf)>. Acesso em: 15 de jan. de 2014.

PINHO, Eleandor B., COSTA, Helson M. d., RAMOS, Valéria D. **Análise Técnica do Uso de Resíduos de Poliéster na Indústria Têxtil**. Artigo Científico, 2013. Disponível em: <[http://www.scielo.br/pdf/po/v23n5/aop\\_1188.pdf](http://www.scielo.br/pdf/po/v23n5/aop_1188.pdf)>. Acesso em: 22 de fev. de 2014.

PLATCHECK, E. R. **Design Industrial - Metodologia de Ecodesign para o Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis**. São Paulo: Atlas, 2012.

QUINN PATTON, Michel. **Utilization-focused evolution**. 2. ed. Newbury Park: Sag, 1986.

RIO+20: **Conferência das Nações Unidas Sobre Desenvolvimento Sustentável**. Julho, 2012. Disponível em: < <http://www.onu.org.br/rio20/> >. Acesso em: 10 de dez. 2013.

RIBEIRO, K. C. de. A. **Aplicação de peles naturais exóticas para a confecção de calçados na indústria brasileira**. (Dissertação mestrado)- UFSM, Santa Maria, 2004.

SANTIAGO, C. E. R. ; MORELLI, G. **Inovação no Varejo: Fast Fashion e Pop UpStores**. 2010. Disponível em:

<[http://sites.unifebe.edu.br/~congressoits2010/artigos/artigos/062\\_-\\_INOVACAO\\_NO\\_VAREJO\\_FAST\\_FASHION\\_E\\_POP\\_UP\\_STORES.pdf](http://sites.unifebe.edu.br/~congressoits2010/artigos/artigos/062_-_INOVACAO_NO_VAREJO_FAST_FASHION_E_POP_UP_STORES.pdf)>. Acesso em: 01 fev. de 2014.

SACHS, Ignacy. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

SOULTO, A. Pedro. **Linho**. Guia de turismo científico de Guimarães, 2009.  
[http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/18525/1/Cap%C3%ADtulo\\_Linho.pdf](http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/18525/1/Cap%C3%ADtulo_Linho.pdf). Acesso em 02 de jun.2014

SMERALDI, Roberto. **O Novo Manual de Negócios Sustentáveis**. São Paulo: Publifolha, 2009.

SCHULTE, Neide Kohler, LOPES, Luciana. **Sustentabilidade ambiental: um desafio para a moda**. 2008. Disponível em:  
[http://www.ceart.udesc.br/modapalavra/edicao2/files/sustentabilidade\\_ambienta-l-neide\\_e\\_luciana.pdf](http://www.ceart.udesc.br/modapalavra/edicao2/files/sustentabilidade_ambienta-l-neide_e_luciana.pdf). Acesso em: 17 de jan. de 2014.

**TRICOTEIRAS**.www.tricoteiras.com. Disponível em:  
 <<http://www.tricoteiras.com/?p=2532>>. Acesso em: 21 de fev. de 2014.

VILHENA, A.T. **A coleta seletiva de lixo: uma proposta de gestão integrada**. 1996. Dissertação (Mestrado na coope/UFRJ). Universidade Federal do Rio de Janeiro, 16-18p., 1996. Acesso em: 20 de mai. De 2014.

YAMANE, Laura Ayako. **Estamparia Têxtil**. 2008, 124 f. Dissertação (Mestrado) -Programa de Pós Graduação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. Disponível em:  
 <[http://www.pos.eca.usp.br/sites/default/files/file/dissertacoes/2008/2008-me-yamane\\_laura.pdf](http://www.pos.eca.usp.br/sites/default/files/file/dissertacoes/2008/2008-me-yamane_laura.pdf)>. Acesso em: 20 de jan. de 2014.

## REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS

<http://modaecologica.blogspot.com.br/2009/10/osklen-hering-e-cantao-apostam-em.html>. Acesso em 8 maio. 2014.

<http://www.netshoes.com.br/produto/bermuda-timberland-coolmax-chino-001-0107-008#features-box>. Acesso em 10 maio. 2014.

<http://www.hagah.com.br/especial/rs/variedades-rs/19,0,2984032,Produtores-e-grifes-de-moda-apostam-em-conceitos-sustentaveis.html>. Acesso em 13 maio. 2014.

<http://moda.terra.com.br/fashion-rio/tendencias/verao-2015-confira-10-tendencias-das-passarelas-cariocas,16c4b24470455410VgnVCM3000009af154d0RCRD.html>. Acesso em 16 maio. 2014.

<http://vejario.abril.com.br/especial/dez-tendencias-fashion-rio-verao-2015-779814.shtml>. Acesso em 16 maio. 2014.

<http://www.comingrio.com/day/ipanema-beach.html?lang=pt>. Acesso em 18 maio. 2014.

<http://noticias.bol.uol.com.br/fotos/entretenimento/2014/04/08/fashion-rio-veja-os-destaques-da-moda-carioca-para-o-verao-2015.htm#fotoNav=46>. Acesso em 20 maio. 2014.

<http://rodrigobarba.com/blog/2012/09/04/escritorio-e-showroom-em-hong-honk/>. Acesso em 22 maio. 2014.

<http://www.timberland.com.br/confeccao/camisa-polo-timberland-bolso/prod001-0240-810.html>. Acesso em 26 maio. 2014.

<http://ilovefashion.com.br/colecao-conscious-hm>. Acesso em 10 julho.2014

[https://www.facebook.com/photo.php?fbid=173349239514660&set=pb.126927390823512.-207520000.1405617213.&type=3&src=https%3A%2F%2Fscontent-a-iad.xx.fbcdn.net%2Fphotos-xap1%2Ft1.0-9%2F1013197\\_173349239514660\\_1252825911\\_n.jpg&size=960%2C640](https://www.facebook.com/photo.php?fbid=173349239514660&set=pb.126927390823512.-207520000.1405617213.&type=3&src=https%3A%2F%2Fscontent-a-iad.xx.fbcdn.net%2Fphotos-xap1%2Ft1.0-9%2F1013197_173349239514660_1252825911_n.jpg&size=960%2C640). Acesso em 10 de julho.2014.

<http://www.tiemodaecologica.com.br/materia.php>. Acesso em 11 de julho.2014.

## APÊNDICE A – GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS

