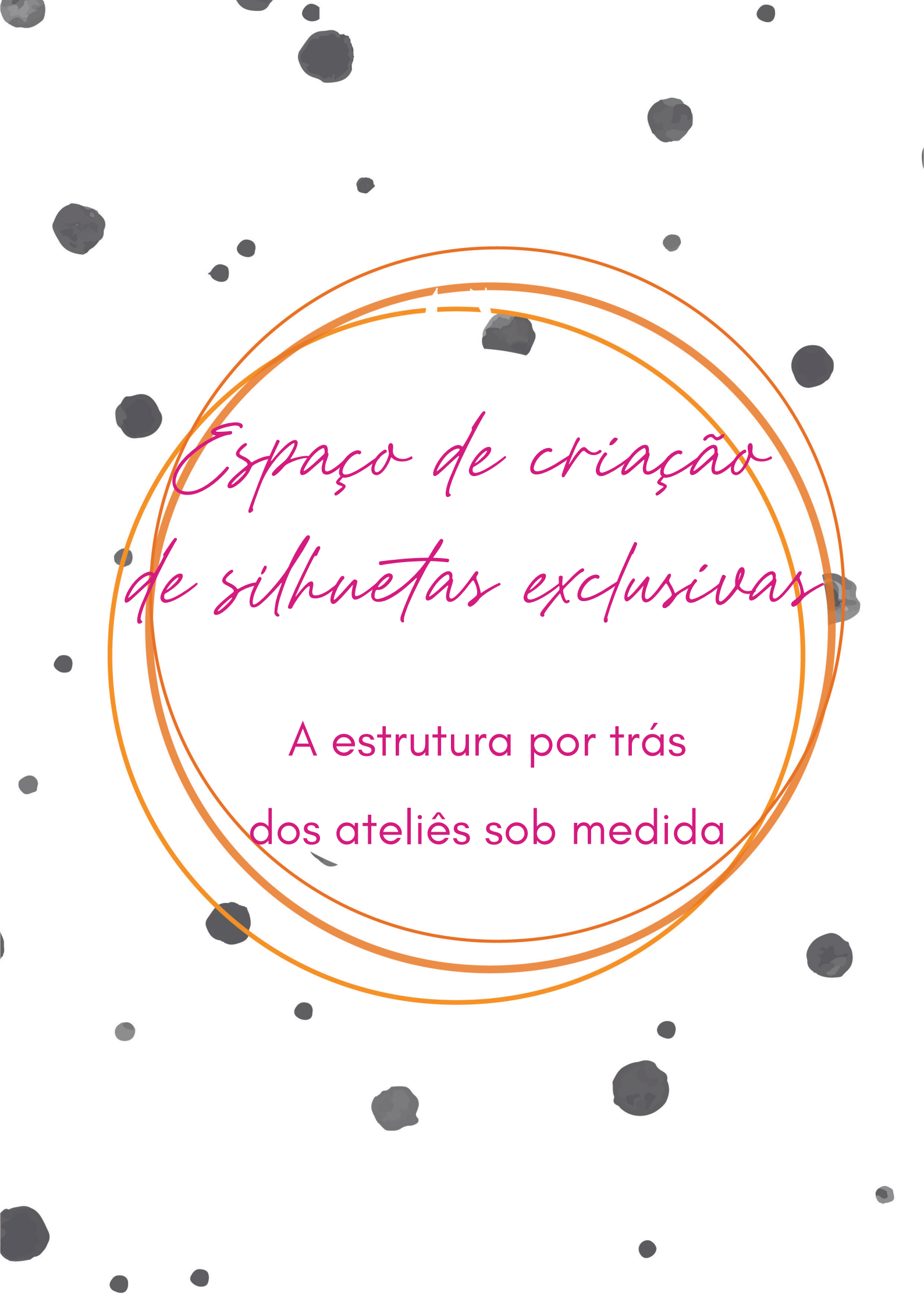




*Espaço de criação
de silhuetas exclusivas*

A estrutura por trás
dos ateliês sob medida

Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil
Faculdade SENAI CETIQT
Curso de Bacharelado em Design

Cristal Rosa Pinheiro

Espaço de criação de silhuetas exclusivas
A estrutura por trás de ateliês sob medida

Rio de Janeiro
2021

Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil
Faculdade SENAI CETIQT
Curso de Bacharelado em Design

Cristal Rosa Pinheiro

Espaço de criação de silhuetas exclusivas
A estrutura por trás de ateliês sob medida

Projeto de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.

Prof.^a Orientadora: Bárbara Valle Paci

Rio de Janeiro
2021

Ficha catalográfica

Pinheiro, Cristal

Espaço de criação de silhuetas exclusivas: A estrutura por trás de ateliês sob medida/
Cristal Rosa Pinheiro – Rio de Janeiro, 2021.

62 p.

Projeto de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI-CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.

1. Design de Moda. 2. Ateliê Sob Medida. I. Título.

Cristal Rosa Pinheiro

Espaço de criação de silhuetas exclusivas
A estrutura por trás de ateliês sob medida

Projeto de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.

Data de Aprovação: 30/11/2021

Banca Examinadora:

Bárbara Valle Paci
Pós-graduada em Design de Estamparia - SENAI CETIQT
Docente, SENAI CETIQT

Cláudia Mendes de Souza
Especialista em Design de Moda, SENAI CETIQT
Docente, SENAI CETIQT

Ana Paula Lima de Carvalho
Mestre em Design, PUC Rio.
Docente, SENAI CETIQT

Ana Claudia Lourenço Ferreira Lopes
Coordenador do Bacharelado em Design

Dedicatória

Dedico este projeto primeiramente a Deus, que me capacitou para chegar até aqui. Ao meu pai Vicente e meu marido Renan, que foram meu alicerce e investiram no meu sonho de estudar Design de Moda. Dedico também a toda a minha família, em especial a minha mãe Cristiane, aos meus irmãos, Jasmin, Bento e João Vicente, e a minha madrastra, Claudia, que sempre acreditaram no meu potencial e me apoiaram a seguir a carreira que escolhi. Por fim, dedico ao meu filho Dom que é o centro de tudo, mudou a minha vida e foi o meu maior incentivo para vencer e concluir todas as etapas deste projeto.

Agradecimento

Agradeço à toda a minha família, que sempre foi minha base e me deu forças para seguir com fé em alcançar meu objetivo. Agradeço ao corpo docente do SENAI CETIQT pelo conhecimento técnico e prático que me foi passado nos últimos anos. Agradeço às empresas que tive a honra de contribuir como equipe, Atelier Carol Hungria e Ateliê Lazuli, aos companheiros de profissão que tive o privilégio de conviver, me inspirando e me capacitando dia a dia para que anos depois, eu pudesse escrever este projeto. Agradeço às minhas principais parceiras e orientadoras no processo de construção desta obra, professoras Bárbara, Cristiane, Cláudia e Ana Paula. Agradeço ao apoio e suporte da minha tia Kellen, da minha prima Helena e da minha grande amiga, parceira de faculdade e profissão, Layla. Obrigada por estarem ao meu lado, me encorajando a organizar os pensamentos e a nunca desistir, além de todo apoio emocional dedicado durante os meses de desenvolvimento do trabalho. Por fim, agradeço aos meus sogros Serginaldo e Tânia, pela essencial rede de apoio na minha maternidade, sem vocês não seria possível concluir esta etapa tão importante da minha jornada.

Cristal Rosa Pinheiro

“Eu aprecio individualidade.
Estilo é muito mais
interessante do
que moda.”

Marc Jobs

Resumo

O presente trabalho de conclusão de curso é um estudo sobre o espaço de criação de silhuetas exclusivas. É proposto uma estrutura setorizada e gestão para ateliês de peças sob medida, com foco em exclusividade, sem deixar de otimizar a produção, ainda que contém com processos artesanais e personalizados. Também são descritas as etapas que o cliente e a peça passam desde o início do atendimento até o dia da entrega. São levantadas estratégias de marketing, gestão de pessoas e cultura organizacional que podem refletir positivamente no resultado final do negócio. O projeto foi desenvolvido a partir de experiências profissionais em várias áreas dentro de um ateliê sob medida, onde foi possível observar lacunas e necessidades de integração entre os setores, padronização, estruturação de etapas e processos, além da comunicação e transparência para que todos os profissionais consigam realizar seus trabalhos de forma coerente e colaborativa.

Palavras-chave: Design de Moda. Ateliês sob medida. Peças exclusivas. Silhuetas únicas.

Abstract

This course conclusion work is a study about the exclusive silhouettes creation space. A sectorized structure and management is proposed for tailored fashion studios, with a focus both on exclusivity and on production optimization, even though these spaces have handcrafted and personalized processes. The steps that the customer and the piece of clothing go through from the beginning of the service to the day of delivery are also described. Marketing, people management and organizational culture strategies are raised that can positively reflect on the business's final result. The project was developed from professional experiences in various areas within a tailored fashion studio, where it was possible to observe gaps and needs for integration between sectors, standardization, structuring of steps and processes, in addition to the pillars of communication and transparency for all professionals are able to carry out their work in a coherent and collaborative way

Key-words: *Fashion Design. Tailored Fashion Studios. Exclusive clothing processes. Unique silhouettes.*

Sumário

Introdução	11
1 Experiência do cliente no ateliê sob medida	15
1.1 Ambiente exclusivo e atendimento inesquecível	16
1.2 Desenvolvimento da criação com o estilista	21
1.3 Orçamento	23
1.4 Mapeamento de silhuetas exclusivas	25
2 Encaminhando a produção	29
2.1 Alinhamento entre estilo e produção	30
2.2 Compras	31
2.3 Modelagem sob medida - primeira tela	32
3 Provas e desenvolvimento da peça	34
3.1 Prova da tela	35
3.2 Retificação e acabamento	38
3.3 Controle de qualidade e finalização	44
4 Entrega e pós entrega	46
4.1 Prova final	47
4.2 Tudo envolve marketing	49
4.3 Gestão (de pessoas) que dá resultado	53
Conclusão	56
Referências	58
Apêndice	61



Introdução

Introdução

O objetivo deste trabalho é apresentar a logística e dinâmica para ateliês criadores e produtores de peças em silhuetas únicas – ou seja ateliês sob medida – propondo uma estrutura eficiente para este tipo de negócio de moda sem precisar limitar seu número de clientes ou segmentos de estilo. O foco será abordar de forma cronológica desde a abordagem e primeira experiência do cliente, passando pelos espaços, processos e necessidades envolvidas, além de demonstrar a importância dos profissionais e suas funções em cada fase.

Nas últimas décadas, muitas marcas de vestuário seguem o método de produção chamado *fast fashion*, reproduzindo coleções pré estabelecidas: elas seguem tendências e padrões para públicos gerais e em massa, produzem em grande volume e em grades fixas os mesmos produtos, alcançando assim um lucro maior devido à facilidade da pronta entrega e ao custo mais baixo de produção (DIGITALETÊXIL 2020). Essas marcas disponibilizam constantemente opções variadas em vitrines de lojas de rua, shoppings e centros comerciais, além de estarem cada vez mais presentes em canais de venda digitais, ou *e-commerce*. Porém, esse tipo de produção nem sempre satisfaz todos os biótipos corporais e estilos de consumo.

Os ateliês sob medida contrariam tais métodos de produção em larga escala, filiando-se ao *slow fashion*, que trabalha sob demanda cliente a cliente, e por isso tem seu prazo de produção geralmente estendido (SIMONELLI, 2020). Apesar de terem processos quase únicos por peça, é possível otimizar a produção em sintonia com a necessidade de cada criação, proporcionando a inclusão de variados biótipos, para clientes que estão dispostos a investir no valor de uma peça de vestuário exclusiva, estimulando também o consumo consciente.

O interesse pelo tema veio da minha maior experiência profissional até hoje, no renomado Atelier Carol Hungria. Lá as criações são desenvolvidas pela estilista e confeccionadas por uma produção, em sua maioria interna, com modelos exclusivos para silhuetas únicas, focando no sob medida para vestidos de noiva e de festa, com múltiplos processos e necessidades diferentes. Tive a oportunidade de coordenar e ser porta-voz do setor de produção para o setor de estilo e outros setores da empresa.

Ao aprender na prática sobre processos e gestão de equipe que funcionam para produções de peças únicas, percebi a oportunidade de oferecer ao mercado um conteúdo para fundamentar os processos e viabilizar o negócio, a fim de atrair o interesse de empresários para ateliês sob medida com foco em outros segmentos e estilos, como por exemplo moda praia, moda fitness, acessórios ou até mesmo peças casuais.

O que caracteriza um produto sob medida não é o estilo ou o segmento e sim o fato da modelagem e do *design* serem criados para um cliente específico, conforme suas principais necessidades e gostos. Mesmo que o estilista crie baseando-se na interpretação de desejo e a partir da sua assinatura de estilo, é preciso que o cliente de alguma forma visualize a proposta e aprove antes da confecção da peça.

A justificativa desse argumento é não limitar o conceito de “sob medida” apenas para marcas de moda de noivas e festa, como é visto na maioria dos casos atualmente, mas ampliar a cartela de opções do mercado exclusivo, o tornando valorizado e viável também em outros estilos, podendo atender também a tendências de grandes movimentos de moda que surgem no mundo globalizado.

É necessário e inteligente reativar e investir no mercado de sob medida para atender a uma grande parcela da população que não se enquadra no grupo dos biótipos ditos “padrão”, principalmente devido à enorme miscigenação no Brasil, que desencadeou em uma população de corpos diversos. As vitrines de marcas de pronta entrega acabam muitas vezes decepcionando consumidores e tendem a despertar falta de estímulo para acompanhar e consumir a “moda rápida”, já que muitas pessoas não se identificam com o que encontram em lojas de vestuário e o que veem em campanhas de moda, não se sentindo representados nem aceitos.

O ateliê sob medida atende também a pessoas criativas, que de alguma forma idealizaram uma peça, gostariam de escolher entre possibilidades de cores e tecidos de sua preferência ou que as favoreçam, confiando na consultoria de uma autoridade no assunto. Essa proposta permite uma troca rica entre cliente e estilista, agrega valor e privilegia a entrega de uma criação original, porém fiel à ideia que o cliente desejou e não encontrou pronto. Ainda que as possibilidades de público em potencial para o sob medida sejam relevantes, nota-se muita resistência dos empresários em arriscar nessa área, principalmente pela percepção de ser um mercado mais caro e difícil, exatamente pelos motivos de processos únicos.

Muitos investimentos acabam então tendendo a optar pelo mercado *fast fashion* visando o lucro, onde o consumo é mais rápido e mais descartável ao mesmo tempo. Por isso infelizmente, quanto menos incentivado e explorado for o mercado de sob medida, menos iniciativas nesse modelo de negócio serão criadas. Exceto no setor de festas, onde já é bem valorizado. É possível que o conceito de exclusividade precise ser muito mais evidenciado, reconhecido e vendido como potência. Analisar e apresentar soluções para esse mercado visa normalizar às novas marcas a cogitarem o modelo de negócio do sob medida tanto como empresa quanto como consumidor, além de tentar desinflamar uma indústria tão explorada e que nos gera tantos desperdícios por não planejarem produções com exclusividade em paralelo à lucratividade.

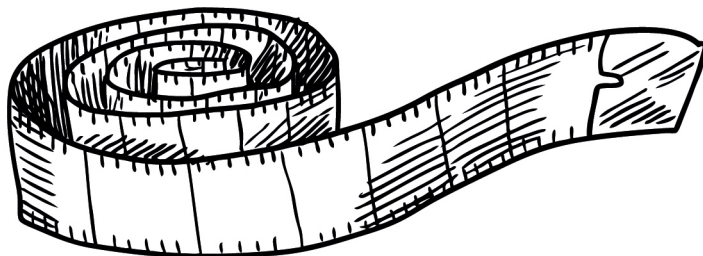
Outra questão encontrada é a desvalorização do trabalho exclusivo em um primeiro momento, por uma grande parcela dos consumidores. Isso se deve ao fato de que se têm uma cultura em que as roupas sob medida são realizadas por costureiras que normalmente trabalham em suas residências, sem grandes estruturas e o que quase sempre prejudica a atualização destas profissionais.

Priorizando atender às necessidades e expectativas do consumidor, serão levantadas hipóteses desde a etapa de encomenda até a entrega do produto exclusivo, incluindo a concepção de um ambiente envolvente, especificidades do atendimento, comunicação da experiência – que vai além do simples desejo de consumir e vestir –, o diferencial de interpretar um desejo com poder de influência em tendências e sugestões de melhores caimentos, montagem de orçamentos e justificativa da valorização do preço, e o mapeamento do corpo, que transmite confiança para o alcance do resultado. Para isto, será feito um levantamento bibliográfico e iconográfico, pesquisa e análise de dados secundários do mercado e pesquisa primária qualitativa através de entrevista.

1.



*Experiência do cliente
no ateliê sob medida*



1 Experiência do cliente no ateliê sob medida

Ateliês de moda são espaços criativos, verdadeiras maternidades de croquis e moldes que, nas mãos de profissionais qualificados em atendimento e em cada área da produção, costura e serviços manuais, saem do papel para a vida real.

1.1 Ambiente exclusivo e atendimento inesquecível

O espaço de um ateliê sob medida dá luz a peças que expressam e vestem silhuetas únicas, com atenção a cada detalhe. O cliente que procura um ateliê sob medida, seja ele qual for o segmento, espera mesmo que inconscientemente viver uma experiência naquele ambiente. Não só de consumir uma peça única mas de sentir esse processo à flor da pele através de emoções, junto com a equipe e o espaço, que o abraça, o empodera e o ajuda a compreender que ele pode vestir o que quiser. O ambiente estético é parte fundamental desse negócio e deve despertar os conceitos de criatividade e privilégio, criando uma predisposição que busca ser perfeita.

Segundo a matéria da revista eletrônica da Associação de Arquitetos de Interiores do Brasil/RS, publicado em 28 de maio de 2019, a sensação impactante de entrar em um ateliê de moda pode ser comparada a de entrar no espaço da estilista Nina Kern, em Porto Alegre:

O espaço é um convite para um olhar apurado sobre o tempo de produção e a contemplação da construção de uma peça de roupa. E também do ateliê, que reflete a estética e a funcionalidade planejadas para um lugar essencialmente criativo. (AAI DIGITAL, 2019).

A matéria relata que o grande desafio da arquiteta contratada para desenvolver o projeto do ateliê, foi conceber um espaço de moda que levasse em conta todas as necessidades sem deixar de criar um ambiente aconchegante e extremamente prático ao mesmo tempo, que transmite segurança ao cliente que vai ao espaço e forma a primeira impressão, de dentro para fora.

Por todo o espaço, é possível encontrar soluções arquitetônicas que contribuem para a rotina de trabalho e atendimento da equipe. A iluminação natural é um fator bastante evidente no imóvel, Adelia apostou em aproveitar a excelente incidência de “luz boa” (...) No lavabo, elaborado de forma complexa, uma aposta ‘cool’ conferiu contemporaneidade para o ateliê. ‘Queria dar um ar diferenciado no lavabo. Por isso, contratamos um artista que fez, numa parede inteira, um grafite com tema escolhido pela Nina’, explica. E assim, com esse projeto bastante desafiador, a arquiteta projetou um ateliê que prioriza a funcionalidade, o conforto e a essência do negócio, em ambientes contemporâneos que proporcionam a sensação de acolhimento. (AAI DIGITAL, 2019)

Todas as escolhas na disposição de elementos e expressão do ambiente ultrapassam a intenção de decorar, pois buscam criar sensações que convencem o cliente a comprar e confiar na ideia sem perceber que os fatores do ambiente contribuem para que essa relação comece a ser formada desde a primeira impressão.

Figura 01 - Ateliê da estilista Nina Kern, espaço exclusivo para provas e atendimentos que aproximam o cliente do clima de criação.



Fonte: Revista AAI DIGITAL, 2019.

É muito importante que o ambiente transmita segurança, através de um espaço que sustenta sua responsabilidade, criando um aspecto de lar, com salas de estar e provas como nos velhos tempos faziam as modistas em seus lares. Porém, com uma proposta atual e aprimorada, em um espaço profissional limitado apenas para essa prática, sem deixar que o cliente se sinta acolhido e especial.

O ateliê de moda sob medida é um espaço projetado com um conceito totalmente diferente de uma loja de peças prontas, onde a prioridade é expor um grande número de peças e os temas das coleções, a fim de induzir o cliente a comprar uma ideia que já está pronta. O espaço para produções exclusivas deve trazer história e detalhes em elementos chaves e abstratos, como painéis e objetos, que envolvam os processos, e expresse a criatividade, a identidade e o estilo dos criadores.

Também vale lembrar que a experiência a ser vivida nesse espaço deve ser preparada pensando em uma visita mais longa e freqüente por parte do cliente. Para ilustrar esse conceito, trazemos outro exemplo, na revista Casa Vogue, de 7 de setembro de 2014, a estilista Lu Sião comenta sobre a arquitetura de seu ateliê em Belo Horizonte

Uma das premissas adotadas foi garantir que os ambientes refletissem a personalidade e a visão estética da estilista. 'Também era importante que o espaço tivesse um clima de casa, que fosse acolhedor e não se parecesse com um espaço comercial'. (CASA VOGUE, 2014).

Figura 02 - Ateliê da estilista Lu Sião.



Fonte: Site Casa Vogue, 2021.

Por fim, entendemos que cada ateliê precisa ter uma identidade e deve conseguir transmiti-lo em um ambiente que traga referências do segmento, do estilo da marca e do criador em cada detalhe. Esse é um elemento muito importante para que o cliente perceba o valor agregado a esse serviço e seus produtos. Acompanhado de um espaço envolvente, o cliente desse ateliê também espera por um atendimento inesquecível, onde ele se sinta respeitado e valorizado.

A linguagem dessa marca precisa ter a consciência de se adaptar à linguagem de cada cliente, assim como é feito com as peças, sempre de forma sutil e agradável, para que ele tenha um impacto marcante e não uma experiência neutra, vazia, ou irrelevante. Essa relação com o cliente fica ainda mais marcante e próxima quando pensamos que ele fecha o negócio, mas volta ao ateliê diversas vezes antes de receber a peça, criando uma relação entre as partes. E mesmo quando o cliente não contrata o serviço, se tiver vivido uma boa experiência de confiança e respeito, é possível que volte em outro momento ou até mesmo que recomende o ateliê para outras pessoas.

Segundo Cristiano Chaves, OMNI Customer Support na Arezzo\$Co, em palestra ministrada no Sebrae do Rio Grande do Sul no dia 04 de julho de 2018, um bom atendimento é visto como obrigação, mas atender com excelência gera fidelidade e encantamento, e só tem a fortalecer uma marca. Ele também destaca pontos muito importantes sobre a linguagem ideal com o cliente:

No momento de decidir a linguagem ideal do meu atendimento, algo interessante e que vale a reflexão é: 'devo me comunicar com meus clientes usando a linguagem institucional da marca ou me adaptar à linguagem de cada um?' Cada cliente é único e gosta de ser bem atendido, porém, de formas diferentes. É claro que precisamos ter muito bem definida a linguagem da nossa marca, mas é extremamente importante falarmos do jeito que cada cliente gosta, ou seja, do jeito que cada um se sentirá mais confortável. Conheça seu cliente. Além de saber a forma que ele gosta de se comunicar, é imprescindível que você conheça seus gostos, preferências, frequência e potencial de compra, datas importantes para ele, profissão, etc. Isso tudo é básico, é obrigação. Diferente mesmo é você buscar um relacionamento sem o interesse da venda, como ligar pra ele no aniversário apenas para parabenizá-lo, fazer contato pra perguntar se ele melhorou de algo, enviar uma mensagem até mesmo para saber se alguém importante na vida dele está bem, entre outros exemplos. São simples gestos que encantarão muito mais. (CHAVES, 2018).

Na citação acima ele exemplifica um bom atendimento em um contexto de moda varejo. Mas trazendo para o mundo do sob medida, um empresário de um ateliê exclusivo deve investir em profissionais de alta capacidade para exercer funções que muitas vezes são subestimadas, mas na verdade são as grandes responsáveis por vender o seu produto, desde a hora que abrem a porta do espaço e recebem o cliente com um "bom dia".

O recepcionista é o grande protagonista desse momento. Porém em um ateliê sob medida ele pode assumir outras funções essenciais e ter um cargo como o de representante de marketing e relacionamento. O agendamento da visita, a conversa inicial, a abertura da porta, o oferecimento de água, café e outras bebidas, e a boa apresentação do espaço e da marca. Todos esses elementos somam valores à experiência que se pretende proporcionar ao cliente nos momentos de transição até a chegada do encontro de criação com o estilista.

Figura 03 - Representante de marketing e relacionamento e água saborizada.



Fonte: Site Pexels, 2021

Essas ações de encantamento estão contidas no conjunto de estratégias do conceito de 'marketing de relacionamento'. "O termo 'marketing de relacionamento' surgiu para designar o campo de estudos que analisa os relacionamentos entre as organizações e seus clientes, observando a relação de trocas existente entre eles, no âmbito da disciplina de marketing" (Rocha & Luce, 2006).

Por isso, também é muito importante que os funcionários a frente desse cargo tenham motivação, paixão e orgulho pela marca, para tornar ainda mais autêntica essa impressão passada ao cliente. É possível fazer uma comparação desse Representante de marketing e relacionamento com o vendedor de uma loja de varejo.

O seu primeiro cliente é o seu colaborador. Faça-o se apaixonar pela sua marca. Se ele tiver paixão pelo que faz e vende/representa, você terá resultados infinitamente maiores. Para isso, aproxime-o da essência da marca e de seus produtos. É importantíssimo que um atendente/vendedor conheça tudo daquele sapato, bolsa, vestido ou qualquer outro produto, desde os tipos de materiais até a tendência da coleção. O vendedor não pode ofertar um produto dizendo apenas que é lindo. Ele precisa conhecer todos os diferenciais que agregam valor para tal, inclusive podendo dar dicas de como combinar looks diversos. (CHAVES, 2018).

Em um ateliê sob medida não é preciso que o representante de marketing e relacionamento descreva ou convença o cliente a comprar um determinado produto, mas sim que ele demonstre e reafirme a essência da marca através do bom tratamento, que vai muito além de educação e cordialidade, pois envolve despender atenção, esclarecer dúvidas sobre como funciona o processo, desenvolver soluções rápidas e eficazes para resolver algum problema pontual ou qualquer resposta em nome de toda a equipe sobre o serviço que será realizado.

De acordo com a minha experiência pessoal de trabalho em um ateliê sob medida por aproximadamente seis anos nesse modelo de negócio, acredito que a função do representante se mescla à função do secretário, onde o contato começa *online* ou por telefone antes da primeira visita, envolvendo a parte de marcações e organização da agenda dos atendimentos do estilista e das provas.

Clientes comparam o desempenho do produto com a sua expectativa a respeito dele. Seu grau da satisfação é absolutamente proporcional à adequação do atendimento às suas necessidades, preferências e exigências. Ao adquirir um produto ou serviço, o cliente forma julgamento de valor e age sobre o mesmo. O julgamento positivo gera a satisfação que, por sua vez, é a premissa para a fidelização. (KOTLER E KELLER, 2006 *apud* SANTOS, 2020).

Sempre se identificando pelo nome, esse profissional tende a tornar a relação ainda mais simbólica e confiável já que o cliente se sente familiarizado ao encontrar na recepção do espaço a mesma pessoa com quem ele se comunicou e marcou sua vinda anteriormente, dando uma sensação de continuidade, segurança e aproximação. Corroborando essas ideias supracitadas, segundo Kotler e Keller (2006) *apud* Santos, (2020), p.81, notamos a importância de passar uma sensação de segurança para o cliente:

1.2 Desenvolvimento da criação com o Estilista

O primeiro atendimento em um ateliê de moda sob medida é um grande momento, o ápice do processo para conquistar a venda, é a hora de seduzir e interpretar o cliente para que ele não cogite realizar aquilo de outra forma ou em outro lugar.

Figura 04 - Museu Yves Saint Laurent.



Fonte: Site 30 Jours Paris, 2018.

É essencial dar a ele espaço de expressão, onde poderá explorar ideias, referências fotográficas, desejos e principalmente dizer o que não lhe agrada, como podemos confirmar na narrativa de Linke e Carvalho (2011):

Quando uma pessoa busca um ateliê sob medida ela busca a diferenciação. Mais do que nunca, o sucesso de um ateliê sob medida depende da capacidade criativa do estilista, vontade e determinação em oferecer ao cliente novas soluções. O ateliê deve focar o seu cliente como um consumidor que busca boa qualidade, praticidade, modernidade e funcionalidade nas roupas que deseja consumir.

Após escutar todas as suas necessidades e vontades do o cliente, o estilista entra em ação destrinchando e abrindo caminhos viáveis para a ideia apresentada, lapidando-a com seu olhar de *design*. Esse é o momento de demonstrar técnicas e tendências coerentes com o estilo do cliente e a peça a ser desenvolvida, sobre modelagem, caimento favorável para o biótipo, tecidos, aviamentos, customizações exclusivas ou qualquer outro diferencial que o segmento desse ateliê tenha como proposta.

Figura 05 - Museu Yves Saint Laurent.



Fonte: Site 30 Jours Paris, 2018.

O momento da criação, além de todas as etapas de inspiração e criação, é também o momento decisivo da venda, por isso o cliente precisa sair dali com certeza e confiança nas ideias propostas e bem visualizadas. Essa visualização pode acontecer através de croquis, catálogos de modelos base, pranchas, cartela de cores, telas improvisadas em *drapping* – técnica de modelagem direto no manequim – no corpo do cliente, e, principalmente, amostras de cada material proposto. Assim também é percebido por Linke e Carvalho (2011):

O estilista transforma informações sobre comportamento, proporções do corpo, cores e combinações de materiais em uma ideia que é transmitida ao cliente através de demonstrações em croquis ou apenas explicações orais detalhadas de como será o vestuário pensado.

Figura 06 - Amostras de tecido e desenho de croqui no tablet.



Fonte: Site Pexels, 2021.

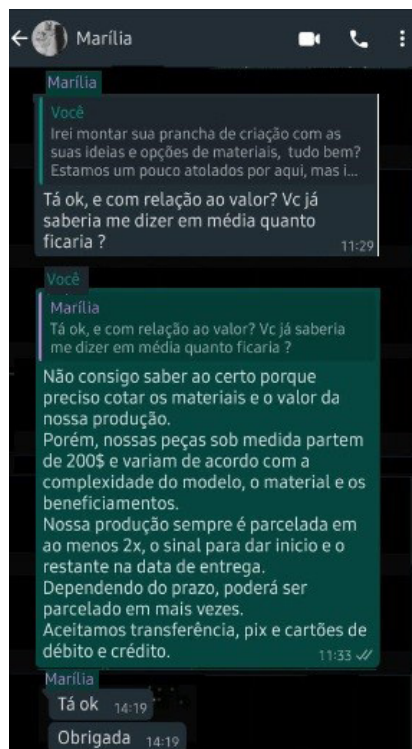
Terminada a criação, o estilista elabora uma ficha com as principais identificações do cliente e da peça como nome, data do evento (caso tenha), prazo previsto para entrega, além do nome dado ao projeto ou à peça. Além disso, essa ficha contém um resumo de todo combinado com o cliente, incluindo o croqui da peça exclusiva, descrição de todos os materiais principais escolhidos e onde cada um será encaixado. Essa é a ficha principal, que vai ser compartilhada entre todos os setores de produção e irá servir de base para a elaboração de fichas técnicas futuras, com as necessidades específicas de cada área.

1.3 Orçamento

É importante que o cliente saiba a base de preços e as formas de pagamentos possíveis desde o primeiro contato, pois isso faz com que o cliente não se surpreenda com um valor final acima do seu orçamento após algumas etapas já terem sido concluídas.

Segundo a estilista Layla Rego, empresária dona do Ateliê Lazuli, um ateliê sob medida de moda e arte localizado no Rio de Janeiro, em entrevista realizada em 15 de maio de 2021 para este trabalho de conclusão de curso, na primeira conversa do cliente com a equipe de atendimento via mensagens pelo aplicativo *whatsapp*, é passado um previsão de orçamento para o cliente. Esse valor é estipulado a partir da escolha do modelo da peça e os serviços iniciais.

Figura 7 - Troca de mensagens entre atendimento do Ateliê Lazuli e cliente em potencial.



Fonte: Acervo Ateliê Lazuli, 2021.

Todavia, o orçamento final do projeto só poderá ser concluído após o fim da etapa de atendimento com o estilista, onde já foram definidos todos os detalhes e materiais, pois são a partir deles que a equipe do setor financeiro poderá orçar o preço de custo dos materiais somado ao custo de mão de obra e ao percentual de lucro estabelecido por cada ateliê em cada peça.

Sendo assim, após o orçamento ser montado pelo setor financeiro, é encaminhado junto com o contrato para a equipe de representantes de marketing e relacionamento. Nos ateliês sob medida, geralmente o orçamento não é passado simultaneamente após o atendimento de criação, o cliente o recebe em um prazo possivelmente de até 24 horas, documentado por *e-mail* ou mensagem via aplicativo *whatsapp*.

Esse tempo de espera existe, pois não é o ideal que a porta-voz desse orçamento seja o estilista, primeiro por ela ser uma figura que se dedica ao trabalho artístico da marca e segundo para que esse orçamento seja passado pelo profissional que se comunica com o cliente desde o início, fazendo-o de forma padrão, descrevendo tudo o que estará incluso, uma previsão do cronograma com o número de provas, além das condições de pagamento (REGO, 2021).

Isso também envolve a intenção de não deixar o cliente se sentir pressionado, o que pode ser visto como um ponto negativo e apelativo de uma venda em um ateliê exclusivo. Após o envio do orçamento, o ateliê estipula um prazo máximo para o fechamento do contrato pelo cliente. Essa é uma prática que protege a empresa de possíveis prejuízos por inflação tanto do preço de custo dos materiais quanto de todo o contexto envolvido, caso o cliente demore para aprovar ou volte depois de um longo período de tempo exigindo o mesmo preço.

Figura 8 - Prancha de criação com orçamento do Ateliê Lazuli.

Ateliê Lazuli
MARILIA OLIVEIRA
LOOK ANIVERSÁRIO 1 ANO (FILHA)
- 1 DE MAIO DE 2021

ESTILO E MATERIAIS
Forro + Sobreposição
VISCOSE + RENDA OU TULE BORDADO
Usaremos tons de nude, branco ou Off
EFEITO:
Ateliê Lazuli - Sob Medida

MODELO INSPIRAÇÃO
Macaquinho
Sobre Modelagem
Decote V frente e inteiro costas
Queremos caimento bem soltinho e confortável
Mangas Flaite longas com caimento fluido e bocas de sino
Abertura frontal com botões forrados
Short soltinho com desenho levemente mais curto nas laterais da coxa
A peça será toda de tule bordado OU renda, COM FORRO de viscose(a definir).

CRONOGRAMA
• **TIRAGEM DE MEDIDAS**
Presencial no ateliê com data marcada após o sinal do pagamento.
• **PROVA DA TELA**
Nessa prova testaremos a modelagem no corpo para visualização do caimento e aprovação da cliente em tecido alternativo.
• **PRODUÇÃO**
Modelagem, corte, costura e acabamentos.
• **ÚLTIMA PROVA + ENTREGA**
Nesse encontro, traremos as peças finalizadas para última prova e revisão. A cliente poderá levar a peça no mesmo dia caso esteja tudo ok. Se for necessário algum ajuste, marcaremos uma data extra para entrega.

ORÇAMENTO
MÃO DE OBRA + MATERIAL
R\$850
Formas de pagamento:
A produção será iniciada a partir do sinal de 50% do valor do projeto, através do depósito bancário ou pix. Os outros 50% precisam ser quitados até o dia da entrega. Aceitamos cartões de débito, crédito ou transferência.
ESSE ORÇAMENTO TEM VALIDADE DE 1 MÊS A PARTIR DA DATA DO ENVIO

CROQUI

Fonte: Acervo Ateliê Lazuli, 2021.

Vale destacar que, por envolver todos os pontos citados acima, conseqüentemente o orçamento não poderá ser comparado com o de uma loja de varejo ou de uma costureira independente, exatamente pelo processo ser a todo o momento exclusivo. O início da produção é iniciado após o depósito do sinal (percentual do valor total) ou pagamento integral do valor do projeto, além do envio do contrato assinado, dando prosseguimento à etapa de mapeamento de silhueta em uma nova visita.

1.4 Mapeamento de silhuetas exclusivas

Ainda sobre a entrevista exclusiva e detalhada para os pontos abordados nesse projeto, com a estilista Layla Rego, segundo as informações coletadas a etapa de tiragem de medidas é interpretada como um mapeamento da silhueta do corpo. O encontro para a realização do mapeamento acontece somente após a aprovação do orçamento, pois evita o desperdício de tempo de trabalho da equipe em realizar as medições de clientes que, podem vir a não aprovar o projeto da peça ou o orçamento. Até esta etapa nada deve ser cobrado nem pode ser garantido que a venda seja concretizada apenas pelo potencial cliente ter passado pelo atendimento de criação.

A visita para o mapeamento de silhueta é realizada com hora marcada e o ideal é que esta seja realizada por duas profissionais distintas, que se complementam na 25 realização do serviço. Uma assistente de estilo, que explica os procedimentos para

o cliente e é a responsável por desenvolver a ficha de modelagem; e uma modelista, que realiza as medições necessárias com uma fita métrica e as dita para a assistente de estilo.

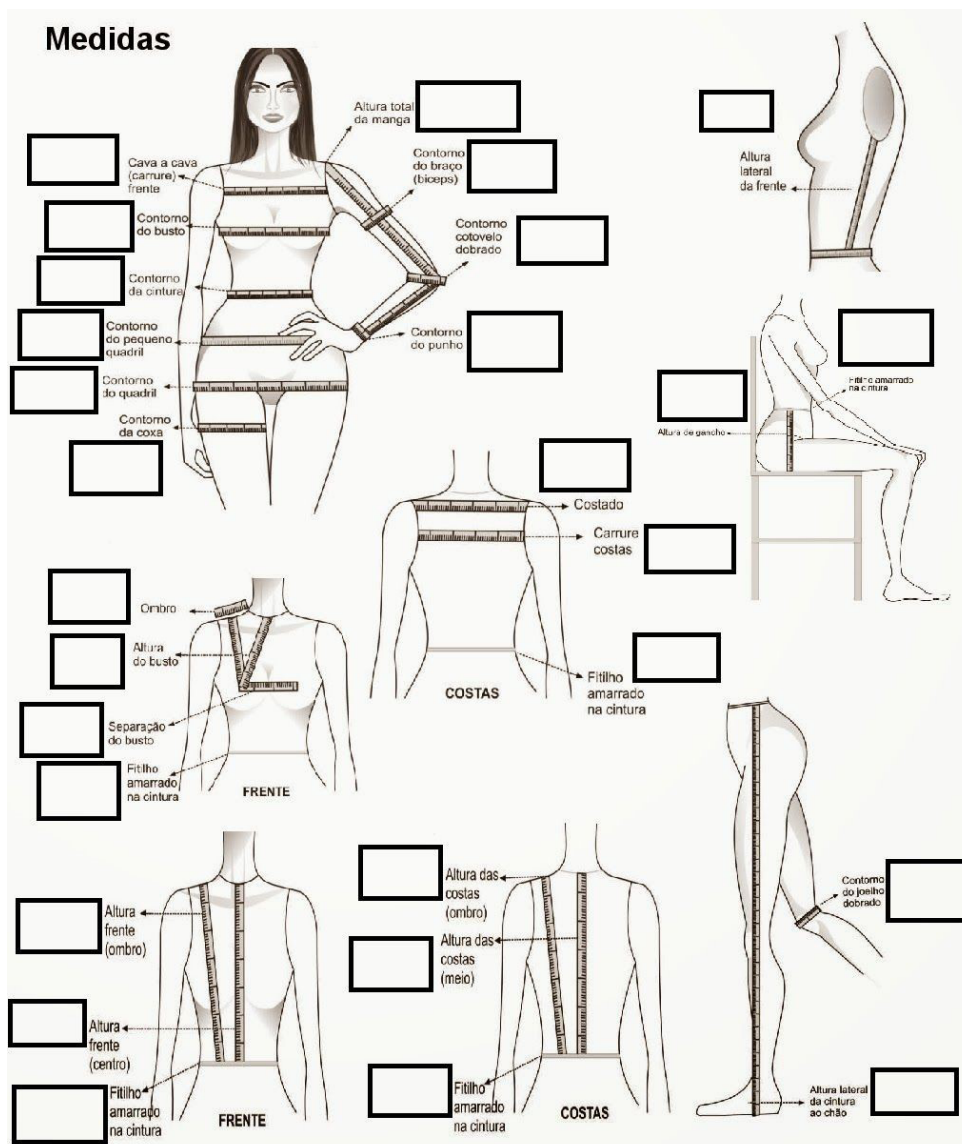
Figura 9 - Tomada de medidas.



Fonte: Site Pexels, 2021.

A inclusão do modelista nesta fase reduz a margem de erros, permitindo que a profissional faça a análise presencial do corpo do cliente e facilitando a interpretação das medidas no momento da elaboração dos moldes. A ficha de modelagem deve ser padronizada, com o nome de cada parte do corpo a ser medida. Essa padronização auxilia o modelista a ter as medidas reais do corpo do cliente naquele período de tempo para que se possa ser confeccionada qualquer peça e para que se tenha um conhecimento mais amplo da silhueta total. Feito o mapeamento, a assistente de estilo é responsável por unir a ficha de modelagem à ficha de criação e entregar para a coordenadora de produção.

Figura 10 - Modelo de ficha de medidas.



Fonte: Site AF, 2018.

Essa parte do processo é um grande diferencial do ateliê sob medida e que garante maior conveniência para o cliente, que na maioria das vezes procuram esse ateliê por terem alguma parte do corpo que não se encaixa nos padrões de tamanho das lojas de varejo de moda. Com a falta de opções inclusivas nas marcas de moda consagradas, tanto populares quanto de luxo, consumidores com corpos fora do padrão das grades de tamanhos convencionais não conseguem vestir o que gostam ou peças de tendências do momento, e passam a comprar e usar o que tem disponível para as suas medidas.

Segundo o site do SEBRAE (2019), dados da Associação Brasileira do Vestuário (Abravest) informam que o mercado *plus size* cresce 6% ao ano, movimentando em torno de R\$ 5 bilhões. Mesmo com o crescimento de marcas de moda *plus size* e do surgimento de coleções sem gênero em marcas de moda tradicionais, essas produções ainda não abrangem toda a pluralidade de corpos e suas particularidades. Esse é um mercado pouco explorado, porém com muito potencial,

para um público que é tão grande e diverso, mas tratado como um público único

A mulher tem se tornado cada vez mais detentora do seu próprio capital, também devido às conquistas de direitos advindos dos efervescentes movimentos feministas nas últimas décadas, tendo também recursos e poder de decisão para investir em uma moda que se encaixe em seu corpo e desejos de forma mais customizada e exclusiva.

De acordo com o Instituto Data Popular, entre 2003 e 2010 a renda da mulher brasileira aumentou 83%. (...) Na economia a representatividade da produção de riqueza por mulheres, segundo dados de 2016, do Boston Consulting Group, cresceu 25%. Dados da PWC consideram que, até 2025, entrará 1 bilhão de mulheres a mais no mercado de trabalho. (AGÊNCIA SANTA FÉ, 2021)

O movimento de empoderamento feminino também corrobora com a possibilidade de consumidoras poderem vestir peças que sigam tendências de moda, caso queiram, ainda que não estejam submetidas aos estereótipos de corpo e comportamento fixados na sociedade. Além do movimento feminista, essa nova dinâmica da moda foi influenciada também pelo movimento LGBTQIAP+:

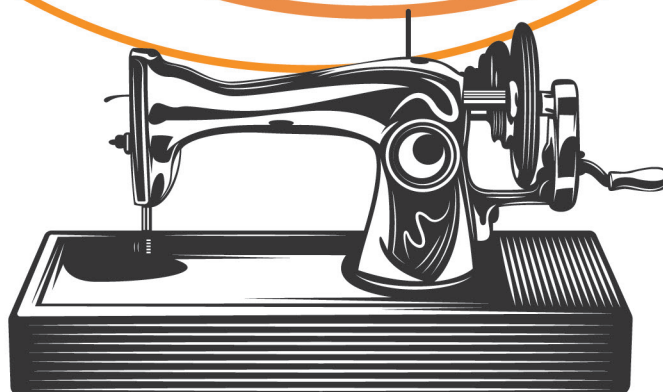
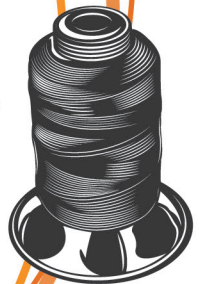
Essa nova identidade masculina que está surgindo necessita de identificação e legitimação. Nesse sentido, a mídia exerce um papel de propagador dessas novas identidades, contribuindo para a proliferação dos valores simbólicos percebidos entre as novas possibilidades de formação da identidade masculina e a moda. (FERRARI, 2013)

O setor masculino, por sua vez, não ficou para trás nessa evolução do mercado de moda exclusivo e personalizado: o universo masculino passou a se deixar influenciar por elementos do universo feminino e a investir também no autocuidado estético, explorando as possibilidades de cores, texturas modelagens e tendências de moda.

2.



*Encaminhando a
peça para a produção*



2 Encaminhando a produção

Neste capítulo será abordado todo o processo de entrada da peça em produção na prática, após a decisão do setor de estilo em relação à criação do modelo, passando pelas etapas de alinhamento entre os setores de estilo e produção, pela etapa de compras e primeira tela da modelagem.

2.1 Alinhamento entre Estilo e Produção

Com toda a parte das áreas de atendimento, criação e financeiro resolvidas, essa peça entra no cronograma da produção através da organização do coordenador de produção. Esse profissional tem a função de integrar os setores, receber a ficha de criação e de modelagem da equipe de estilo, e interpretar as necessidades e prioridades para começar a distribuição de trabalho por ordem de setores.

Feito o desenho da roupa, o estilista o encaminha para modelagem, depois para o corte e, em seguida, para a montagem (...). A equipe do ateliê é composta de 48 pessoas. A maioria delas está na linha de produção. São costureiras, acabadeiras, modelistas e bordadeiras. Tudo é feito internamente (...) 'Tudo é feito aqui', explica o estilista. (DISITZER E VIEIRA, 2006 apud KELLER, 2007)

O primeiro setor a ser sinalizado por esse coordenador é o setor de compras, através de uma ficha onde é descrita toda a lista de material envolvida, com metragens e quantidades elaboradas por ele junto com o estilista. O coordenador de produção também é o grande responsável pela passagem de trabalho, principalmente pela explicação das prioridades definidas pelo estilista na criação para cada profissional que vai trabalhar na peça. Podemos dizer que ele é os olhos do estilista dentro da confecção e quem vai garantir que a peça não vá para o próximo processo com erros ou interpretações erradas.

Figura 11 - Estilista em alinhamento com a coordenadora de produção.



Fonte: Site Guia Têxtil, 2015.

A elaboração de uma planilha de planejamento e execução auxilia este profissional a cumprir os prazos de produção de todas as peças que estão sendo produzidas paralelamente. Nessa planilha são incluídas todas as tarefas, etapas, anotações e observações peculiares de cada modelo proposto, com a finalidade de que os detalhes não se percam conforme o fluxo de pessoas e setores que irão trabalhar na mesma peça.

Existem ferramentas digitais específicas para este controle de atividades, como o *Asana*, *Trello*, *Google Drive* ou até mesmo o *Excel*, ficando a cargo do coordenador disponibilizar instrução específica para que cada chefe de setor inclua as devidas ações tomadas em termos de produção e execução de cada peça.

O diferencial desta metodologia de trabalho é conseguir reunir semelhanças de processo entre peças diferentes, otimizando as etapas. Por exemplo: Se duas peças possuem o corte semelhante ou em um mesmo tecido, elas podem entrar em produção simultaneamente. Quem define e interpreta as melhores possibilidades de semelhança entre as peças é o coordenador. Tal prática, agiliza a parte técnica, deixando-a mais parecida com um modelo industrial, pois a diferença entre as peças não difere o processo.

2.2 Compras

O setor de compras tem seu desempenho ligado diretamente a outros dois principais gestores: produção e financeiro. Deles, recebe e entrega definições e pesquisas de material, orçamentos e toda a organização do estoque. A equipe de compras é formada, pelo menos, por 3 pessoas: o comprador chefe, o assistente de compras interno e o assistente de compras externo.

O comprador chefe é responsável por guiar esse setor, recebendo informações, delegando funções e aprovando todas as compras feitas pela empresa, desde material de limpeza, até aviamentos importados. Todos os insumos fixos do ateliê, que são necessários ter em estoque independente das peças a serem criadas e produzidas, como linhas, agulhas, tecidos de mostruário e qualquer material voltado pra costura, são divididos em 2 estoques diferentes, um estoque principal e outro de segurança.

Esses insumos são encomendados e estocados pelo o assistente de compras interno, que tem o dever de sinalizar o comprador chefe caso haja alguma intercorrência com prazos ou reposição do estoque. Ele é o distribuidor oficial de material para qualquer funcionário, tanto de material de trabalho, como papelaria ou estoque de cozinha e banheiro. Além de estar disponível para assessorar ou representar o comprador chefe em qualquer eventualidade. Já o assistente de compras externo tem a função de pesquisar, orçar e encomendar todo o material comprado exclusivamente para cada peça, tanto em fornecedores cadastrados quanto em compras únicas em lojas físicas.

Ou seja, se o material que a peça exige não está na lista básica dos materiais do estoque, toda pesquisa e compra é através desse assistente. A partir do recebimento da ficha principal, já com as respectivas metragens e quantidades de materiais definidas pelo coordenador de produção, o comprador chefe consegue organizar os insumos necessários em duas partes: os itens que já tem em estoque no ateliê para separação; e os itens que precisarão ser comprados, desenvolvendo assim a ficha de compras.

De acordo com Rego (2021), a compra e a separação do material devem ser feitos de acordo com o prazo de produção de cada peça e também de acordo com o cronograma de provas agendadas com o cliente. Caso algum insumo a ser comprado não seja possível chegar a tempo da produção ou provas agendadas, o setor de compras precisa sinalizar o coordenador de produção para possíveis soluções, como substituição de qualquer material ou remarcação da prova.

Todo o material comprado especificamente para a peça é separado em uma bolsa exclusiva, com o nome do cliente. O assistente de compras interno reúne nesta bolsa todos os insumos envolvidos na confecção da peça, como forro, tecido principal, aviamentos etc. Qualquer material que for necessário encomendar após o fechamento da primeira ficha de compras deve ser sinalizado ao comprador chefe por e-mail, com descrição, quantidades e prazo de entrega hábil para a produção desenvolver a etapa de confecção da peça – ou parte dela – antes da próxima prova.

2.3 Modelagem sob medida - primeira tela

Em paralelo ao processo de compras e o prazo para a chegada do material necessário para a confecção da peça, é iniciada a etapa de interpretação da roupa em moldes de papel, antes de ser feito o corte do tecido. Esse trabalho é executado pela modelista. O seu primeiro contato com a peça se dá no encontro com o cliente para o mapeamento de silhueta, onde o profissional já consegue visualizar o biótipo do cliente e realizar a tiragem das medidas necessárias para a interpretação do molde de papel. Para entendermos melhor a função do profissional modelista, podemos nos valer da definição a seguir:

Dentro de uma confecção nomeia-se modelista o profissional que se dedica à construção tridimensional de projetos de produtos de moda. Para isso, ele utiliza recursos e conceitos de ergonomia, anatomia, geometria/trigonometria aplicada e matemática. A operação de modelar, representada por meio de moldes, é denominada modelagem. (MARTINS E MOTTA, 2017)

A interpretação é feita a partir do croqui, além de ser relevante a consideração de todos os detalhes de material e caimento da peça apresentados na ficha principal. O modelista traça em cima das bases de papel a interpretação do modelo sob medida e o corta em um tecido alternativo, chamado de primeira tela. Esse tecido não é o oficial escolhido pelo cliente, eles geralmente tem o caimento parecido com o original e são parte dos materiais base do ateliê, como algodão cru e tnt.

Figura 12 - Cliente em prova de primeira tela.



Fonte: Site Pexels, 2021

Essa primeira tela serve para testar o molde no corpo do cliente, proporcionando a visualização inicial do caimento e minimizando possíveis erros ou desperdícios quando acontecer a etapa de corte do tecido oficial. Feita a interpretação no molde de papel, o corte em tecido alternativo e a montagem da primeira tela, pode ser agendada a primeira prova do cliente, chamada de prova de tela. Nesse encontro o modelista também deve estar presente, sendo o guia de todas as marcações no corpo, já visualizando melhorias e retificações no retorno da primeira tela para a produção.

Figura 13 - Telas prontas aguardando a prova das clientes.



Fonte: Pinterest, 2021.

3.



*Provas e
desenvolvimento
da peça*



3 Provas e desenvolvimento da peça

Esse capítulo abordará toda trajetória da peça: do momento da primeira prova, onde o croqui se transforma em tela, até o seu retorno à produção para retificação de todos os ajustes, corte, montagem e acabamentos para a entrega de uma peça final impecável e exclusiva.

3.1 Prova da tela

É chegado o momento da primeira prova de tela com o cliente, também chamado de *toile*: “Primeira peça de uma roupa feita para a prova. Um *toile* não possui costuras acabadas, fechamentos como botões e casas, forros ou debruns.” (FISCHER, 2010, p.181). Geralmente esse encontro une dois fatores muito desafiadores para o ateliê sob medida: o cliente cria uma enorme expectativa de ver sua peça pela primeira vez, mas é preciso conseguir atingir a meta de fazê-la enxergar-se em um tecido totalmente diferente do que ela escolheu.

Apesar disso sempre ser sinalizado antes do encontro, alguns clientes tem dificuldade de visualizar o resultado final a partir da tela e podem demonstrar frustração ou insegurança. É preciso muita paciência e atenção do estilista, do assistente de estilo responsável, e da modelista presentes nesta prova. O primeiro passo é relembrar e reafirmar para o cliente alguns pontos importantes, já ditos na etapa do mapeamento de silhueta: 1) A primeira prova é a casca do projeto; 2) Primeiro ponto a resolver é a modelagem de acordo com a silhueta do cliente.

Durante a primeira prova, o estilista verifica as proporções e o caimento da peça. Somente depois que a silhueta estiver estabelecida é que se dará atenção aos detalhes, que incluem posição de bolsos, passadores de cintos, tamanho de gola, entre outros. Geralmente, os detalhes são marcados com fita, caneta, ou pedaços de tecidos presos com alfinete. (FISCHER, 2010, p. 59)

Na tela de algodão ou TNT se define apenas caimentos e melhorias de modelagem, como: ajustes, solturas, subida e descida de eixos, além da confirmação do mapeamento da silhueta com o molde no corpo. Nessa tela é possível recortar e remendar no próprio corpo do cliente, a fim de que ele consiga enxergar e participar de decisões de ajustes em tempo real (modelagem tridimensional). Esse é o melhor momento para decidir qualquer mudança no modelo após a interpretação do croqui.

Figura 14 - Cliente em prova de primeira tela.



Fonte: Acervo Ateliê Lazuli, 2020.

Por exemplo: o cliente encomendou um blazer, mas durante a prova da tela resolveu acrescentar ombreiras que lhe foram oferecidas, além disso optou por trocar as mangas longas por mangas 3/4. Na prova da tela essa retificação será feita com menos prejuízos para ambos os lados, pois ainda resguardamos os tecidos originais. “Nessa etapa é muito comum surgirem *insights* e pequenas mudanças no modelo, o que torna a peça ainda mais exclusiva e única!” (DONNA, 2020).

O marco da prova de tela está atrelado à confirmação da modelagem e definição da ordem de corte, que é a organização do tecido e seu respectivo molde. Exemplo: couro - frente e costas / renda - mangas. Com isso, depois de definir a modelagem ideal e resolver os ajustes principais, o último passo do encontro é o cliente entrar em contato com o restante das amostras que envolvem a peça, como: tecido principal; tecidos dos acabamentos; aviamentos, bordados e/ou pinturas; montagens.

Figura 15 - Amostra de bordado.



Fonte: Blog de Formatura Cheers, 2016.

Figura 16 - Bandeiras de padronagem para customização em *tie dye*.



Fonte: Site Textile Industry, 2017.

A proposta é sempre preparar uma resposta a todos os detalhes acordados durante a criação do projeto que ainda não foram visualizados ao vivo, em forma de amostras ou explicações.

Nas provas, a cliente visualiza cada etapa de evolução do vestido e, junto ao estilista, passa pelo processo de construção do modelo no momento em que entram os materiais, como aplicação de rendas, bordados, drapeados e introdução de acessórios. Esse é o momento em que existe uma integração da cliente com o estilista, onde se define juntos intensidade de aplicação de rendas, volumes de bordados e outros detalhes visuais da peça. (DONNA, 2020).

Sejam detalhes de beneficiamento, acabamento, tingimento, tecido original, tudo o que foi prometido ou futuramente for aplicado na peça e já puder ser apresentado, vai ajudar o cliente a se sentir mais seguro com o resultado, além dele ter certeza de que nenhum detalhe foi esquecido. É importante ressaltar que cada peça feita sob medida tem seus processos particulares envolvidos.

3.2 Retificação e acabamento

Ao fim da etapa de prova da tela, o estilista estará munido das decisões tomadas com o cliente e o modelista terá todos os detalhes do corpo visualizados e anotados para entrar em ação na retificação dos moldes de papel. De acordo com Rego (2021), os passos mais importantes após a prova da tela consistem em:

Bater todas as decisões combinadas em prova com minha equipe de produção e compras. Elas precisam estar por dentro se acrescentamos qualquer tecido ou material, se houve mudança no modelo e até mesmo como foi a reação da cliente ao ver a tela antes da peça.

Na ordem cronológica, pós prova de tela o primeiro papel do estilista é:

1) Sinalizar a equipe de compras e o coordenador de produção com a confirmação dos cortes e insumos caso haja qualquer mudança ou acréscimo nos materiais definidos originalmente. Nessa comunicação também contém fotos de referências dos pontos principais falados na prova, das principais exigências, o perfil do cliente, o nível de dificuldade ou qualquer outro ponto relevante para o processo estar completamente coerente e guiar as equipes de produção que não estavam presentes durante a prova.

2) Além desta comunicação de alinhamento geral, o estilista elabora uma ficha de produção com informações de pedidos técnicos separadas por etapas e espaços correspondentes a serem preenchidos pelos profissionais que vão atuar em cada uma delas.

A ficha técnica é o documento descritivo de uma peça de coleção. Ela inclui ilustrações e anotações sobre materiais utilizados, dimensões do modelo, procedimentos de manufatura e acabamentos. (TREPTOW, 2013, p.161)

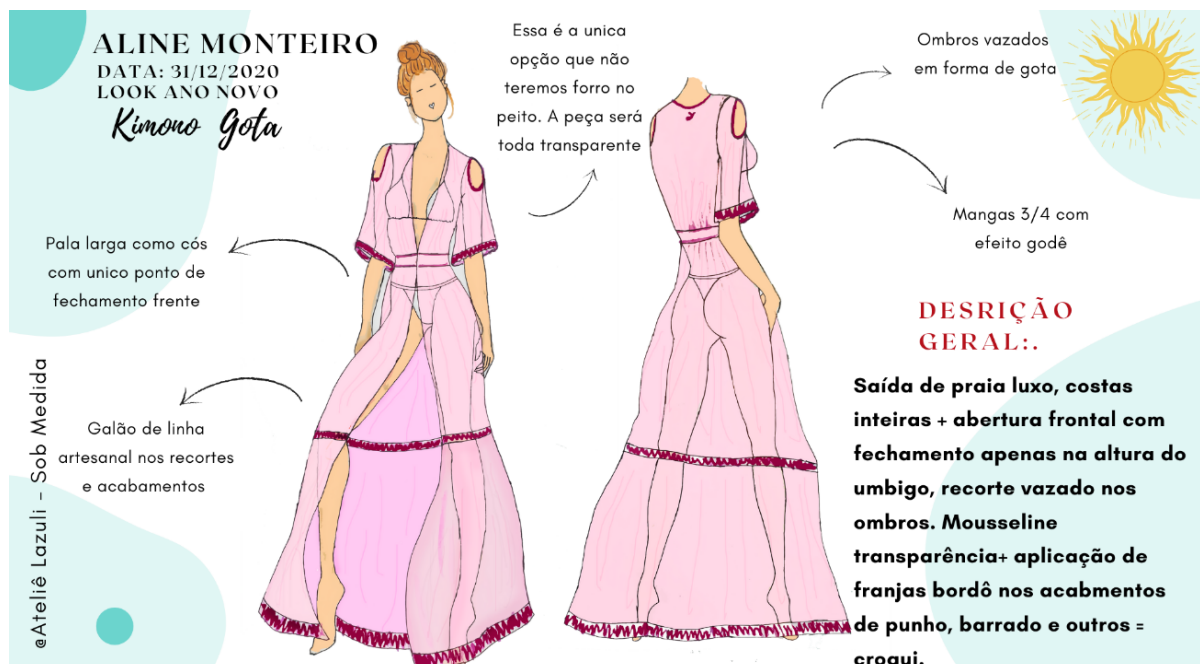
Figura 17 - Exemplo de ficha de produção unificada;

 FICHA DE PRODUÇÃO		
Projeto/Cliente: Aline Monteiro		Designer: Layla Rego
Produto: Saída de praia mousseline rosa bebê	REF: 01 - Look Aniversário	Data: 01/05/21
Descrição: Saída de praia Luxo costas inteiras + abertura frontal com fechamento apenas na altura do umbigo, recorte vazado nos ombros . Mousseline transparência + aplicação de franjas bordô nos acabamentos de manga, barrado e outros= croqui.		
DESENHO		
RETIFICAÇÃO PÓS TELA: Mudanças no molde • Ajustar ombros= marcação • Diminuir bainha= marcação • Ajustar levemente cintura = marcação		
ORDEM DE CORTE: • Mousseline Rosa bebê: saída de praia frente e costas 1x sem forro.		
COSTURA: • Acabamento bainha inglesa • Bainha de Lenço • Preparar casinhas de tule rolo para fechamento umbigo frente		
BENEFICIAMENTO • Aplicar franjas Bordô nas alturas marcadas com alfinete • Confeccionar e aplicar trancinhas de tule ilusão bordô na cintura • Fazer bordado de linha logo baleia Lazuli		

Fonte: Acervo Ateliê Lazuli, 2021.

Essa ficha é sempre separada em temas, que representam setores e linhas de produção diferentes dentro da confecção. São elas: retificação pós tela (modelagem); ordem de corte; costura; e beneficiamento. Toda ficha tem em anexo uma cópia da prancha de criação com todas as informações e croqui. Essas páginas tonam-se uma ficha só, que acompanha a peça desse momento até a entrega. Também é atualizada com novas fichas toda vez que houver necessidade de existir uma nova prova antes da entrega, ou seja, todo encontro que o cliente experimenta a peça e solicita novos ajustes.

Figura 18 - Prancha de criação.



Fonte: Acervo Ateliê Lazuli, 2021.

É preciso separar a ação envolvida em temas diferentes, pois a coordenação de produção vai encaminhar funções paralelas ao mesmo tempo, dentro de cada área, dependendo das necessidades. O último papel do estilista é conferir, após a passagem de todo trabalho, com a coordenação de produção e compras, qual é o tempo mínimo para a próxima prova e sinalizar a equipe de atendimento que entre em contato com o cliente para o agendamento da data. Com a nova data de encontro marcada, a peça entra na agenda de produção e vai ser iniciada a partir da ordem de prioridades sempre eleita e acompanhada pela coordenação de produção.

Para elucidar a função do coordenador de produção:

Trata-se do conjunto de atividades da administração da produção relacionadas à alocação eficaz e eficiente dos recursos de produção da organização (materiais, máquinas, equipamentos e pessoas) para a produção dos bens e serviços demandados pelos clientes. (...) Entretanto, a atividade de planejamento não se limita ao nível operacional. No nível tático-estratégia, a gerência de produção toma decisões de médio e longo prazo que incluem decisões sobre a aquisição de equipamentos e máquinas, contratação de pessoas, administração de materiais e fornecedores, com base em previsões atualizadas de demanda. (PLANEJAMENTO, 2021)

O primeiro passo a ser encaminhado pelo coordenador é ao modelista, a função de retificar os ajustes no molde de papel com todas as modificações marcadas em prova.

Figura 19 - Modelista refiticando ajustes da tela.



Fonte: Blog MaximusTecidos, 2017.

O segundo passo é checar a ordem de corte que geralmente vem descrita na ficha com o nome do material e qual parte do molde vai ser cortada em cada tecido, como já demonstrado na ficha de produção acima. O direcionamento do corte é passado para o cortador pelo modelista, sempre com uma breve explicação, além de fazer a entrega dos materiais já separados na bolsa de produção.

Figura 20 - Modelista explicando modelagem para cortador.



Fonte: Site Quero Bolsa, 2018.

Corte finalizado é hora de iniciar a costura da peça. O coordenador de produção deve distribuir as partes referentes a cada setor dependendo da especialidade e tempo de mão de obra, a fim de otimizar e padronizar os processos. Ou seja, se temos o projeto de uma jaqueta sob medida com mangas bordadas, as partes cortadas, frente e costas, serão unidas pela costureira enquanto a bordadeira estica as mangas no bastidor para começar o processo do bordado sem precisar que a peça fique parada em uma das etapas.

Segundo High Fash Business (2021), sobre a padronização de processos:

Descentralizar e simplificar a implementação vai facilitar muito o processo. Ter o gerenciamento por áreas torna o controle da padronização de processos mais fácil e a análise, por setor, mais apurada. Os padrões a serem seguidos devem ser claros e de fácil entendimento por parte dos funcionários. É necessário que o padrão adotado pela empresa seja acompanhado de perto. Desse modo, ajuda a identificar a realização das mudanças que visam a melhoria do desempenho. Deve-se também definir a periodicidade em que haverá revisões da padronização de processos para adaptar-se melhor ao ambiente.

Em termos de estratégia de produção, é mais vantajoso costurar as mangas após o bordado estar pronto. Lembrando que nem todas as técnicas são aplicadas para todas as peças, por isso é tão importante a análise do coordenador de produção, que interpreta o projeto e planeja o processo ideal, diversificando e organizando as etapas necessárias.

Figura 21 - Profissionais trabalhando paralelamente na mesma peça.



Fonte: Site Pexels, 2021.

A área da costura deve contar com maquinário diverso, onde cada costureira é alocada em sua especialidade, com as peças circulando entre elas. Assim a entretela – “material tecido ou não tecido, usado entre o forro e o tecido externo de uma roupa. Pode ser colante (aplicado com o calor do ferro) ou não colante (para ser costurado).” (FISCHER, 2010, p.179) – pode ser colada por uma profissional (uma assistente de produção ou de costura), que entrega a peça pronta para a costureira 1 montar o forro, enquanto a costureira 2 monta o tecido principal. Também são funções dessa assistente outros preparos da peça antes de entrar na máquina, como passadoria de gabaritos, posicionamento de partes com alinhavo, entre outros serviços que podem acelerar o tempo de produção.

Figura 22 - Máquinas overlocke e reta em produção.



Fonte: Site Delta Cable, 2021

A ideia é que o processo seja dividido em etapas menores, para acelerar o fluxo de produção, sem perder qualidade. Segundo Felix, Luna e Araújo (2017, p. 11):

Quanto a peças com bordados, a OP (Operação), denominação entendida na empresa referente ao pedido do cliente, é anotada (1) e repassada ao escritório, onde é realizada a triagem do material que deverá ser utilizado, como também a arte que será do bordado (2), o pedido é recebido pelo corte, setor responsável pelo risco do molde e o corte da peça (3), em seguida o material é encaminhado para o setor de bordados.

Com a peça montada, o coordenador envia para o setor de arte e beneficiamento para a etapa de acabamento. Lá são aplicados os aviamentos, confeccionadas as faixas, bordados e até pinturas. Esse é um setor com um trabalho majoritariamente artesanal e conta com toda parte de acabamento e toque artístico/criativo. Esse é o setor responsável por criar a identidade da marca, a assinatura de um ateliê.

3.3 Controle de qualidade e finalização

O controle de qualidade é um momento chave do encerramento do processo e o sucesso da peça depende deste passo. Após passar por todas as etapas de modelagem retificada, corte e costura, a roupa é colocada em um manequim para revisão. Ainda de acordo com Felix, Luna e Araújo (2017, p. 11): “as peças pré-prontas são encaminhadas para a revisão (7), onde o excesso de linha é retirado e a peça passa por uma inspeção quanto à qualidade, quantidade e se está em conformidade com o pedido do cliente (8).”

Nesse momento são checados se todos os tópicos pedidos na ficha de produção foram realizados. Ali também são checados possíveis erros e melhorias, simetrias, linhas que escaparam possíveis sujeiras, afim de que a peça esteja de fato impecável. Em seguida a peça passa por processo de higienização, se houver necessidade, passadoria, é colocada no cabide com etiquetas da marca - que podem conter informações sobre a peça exclusiva, instruções de lavagem etc. - e, por fim, é inserida na capa protetora. Após toda a revisão o coordenador de produção assina a ficha consolidada e torna aquela peça apta para a prova final ou a entrega.

Figura 23 - Etiqueta de ateliê com instruções de lavagem especial



Fonte: Site Mia Estúdio Criativo, 2020

Nesse momento o produto é analisado para escolha da embalagem mais adequada, que pode ser em formato de capa, caixa, sacola, entre outros, de acordo com as especificidades da peça produzida, como por exemplo: tamanho, se é delicada, se amassa, se pode dobrar, se precisa de estrutura etc. Tudo afim de facilitar o deslocamento do cliente com a peça e impactar através do cuidado com os detalhes. Há ainda o convite implícito da embalagem ser sempre a “casa” dessa peça especial dentro do armário do cliente.

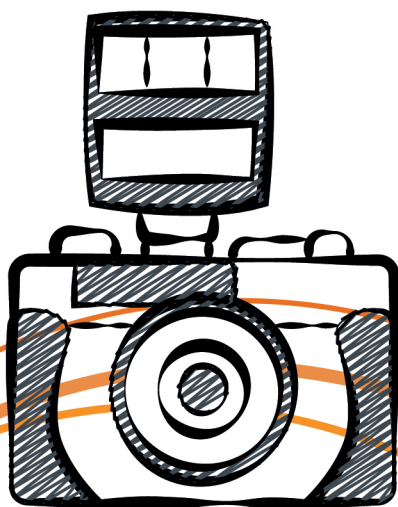
Figura 24 - Capas protetoras de roupas para *closet*.



Fonte: Site Gisela Personal Organizer, 2021

Nesse momento o produto é analisado para escolha da embalagem mais adequada, que pode ser em formato de capa, caixa, sacola entre outros, de acordo com as especificidades da peça produzida, como por exemplo: tamanho, se é delicada, se amassa, se pode dobrar, se precisa de estrutura etc. Tudo afim de facilitar o deslocamento do cliente com a peça e impactar através do cuidado com os detalhes. Há ainda o convite implícito da embalagem ser sempre a “casa” dessa peça especial dentro do armário do cliente.

4.



*Entrega e
Pós entrega*



4 Entrega e pós entrega

A entrega é o momento mais especial para ambas as partes e a missão de proporcionar uma experiência inesquecível para cada cliente é sempre a prioridade. Primeira regra: toda entrega tem prova final antes. Essa é a garantia do cliente e do ateliê de que todos os pedidos foram atendidos. Até esta última prova o cliente ainda tem a oportunidade de solicitar qualquer ajuste ou apontar um detalhe que não o agrada. Esse é um dos diferenciais dos ateliês sob medida..

4.1 Prova final

É possível que tenham provas intermediárias entre a prova da tela e a entrega. Tudo vai depender das necessidades e do prazo para entrega da peça. O número de provas geralmente é previsto após a prova da tela, já que algumas peças exigem chegada de material ou processos mais delicados e demorados, mas em muitos casos é possível entregar o projeto logo após a prova da tela, totalizando duas provas.

Segundo a matéria da revista online iCasei, Pastore (2018):

Por mais que seja bastante lúdico, as provas são muito mais da nossa equipe de costura do que da noiva em si. Mas precisamos do corpo dela presente para vermos os mínimos detalhes ao vivo. Então primeira e segunda provas são bem técnicas, da terceira em diante, quando o vestido já está ficando mais pronto, é que ela vai curtir mais.

A prova da entrega como citado acima, existe apenas por garantia, porque o esperado é que a peça já esteja totalmente pronta para o cliente recebê-la no mesmo dia. De acordo com a matéria “processo de construção sob medida” no blog Coleção.Moda, Donna (2020) a entrega “é onde a cliente se imagina como estará no evento, andando com o vestido pelo ateliê, analisando mobilidade e apontando algum detalhe que é solucionado imediatamente.” Além de realizar a experimentação e debater todos os pontos da ficha, a prova da entrega permite a percepção do sentimento do cliente ao vestir a roupa: é muito importante ter certeza que ele está saindo completamente satisfeito, com suas expectativas atendidas.

Figura 25 - Cliente na sua última prova.



Fonte: Site Coleção.Moda, 2020.

Em casos de peças confeccionadas para eventos específicos, é muito importante que a data da entrega seja marcada no máximo na semana anterior, evitando qualquer possibilidade de erro por possíveis mudanças no corpo do cliente.

É também nesse dia que toda parte financeira combinada é conferida, para que nenhum projeto seja entregue sem estar devidamente quitado. Após aconfecção da peça no corpo do cliente, é preciso que todas as instruções de lavagem e conservação sejam comunicadas. Um bom exemplo de instrução de lavagem, de acordo com site Reale Alfaiataria (2021), no caso de uma peça feita em algodão, é:

Somente lave suas peças em água fria, nunca lave suas peças em algodão em água acima de 30 graus celsius. A lavagem em água quente pode promover o encolhimento das fibras e alteração das cores. Antes de lavar suas peças em algodão, vire suas peças do avesso, isto protege os tecidos mais delicados do atrito com outras peças durante a lavagem. Nunca lave peças brancas com outras cores. Não recomendamos secar suas peças em algodão sob medida em maquinas de secar. Deixe secar sempre à sombra.

Figura 26 - Quadro de instruções de lavagem.

LAVAR	ALVEJAR	SECAR	PASSAR	LIMPAR A SECO

Fonte: Site Reale Alfaiataria, 2021.

Roupas mais delicadas, a maioria das confeccionadas em ateliês sob medida, exigem um cuidado maior, como lavagem a seco. Por isso é tão importante que o cliente esteja consciente das características específicas e detalhes de lavagem da sua peça. Em ateliês de sob medida é comum encontrar etiquetas produzidas em papel ou tecidos finos.

4.2 Tudo envolve Marketing

No dia da entrega, é estratégico aproveitar a emoção desta conquista para comemorar o sucesso do projeto, criando no imaginário do cliente um cenário simbólico de que o ateliê é um lugar de confiança, com profissionais que interpretam e realizam desejos, além de ser um espaço aconchegante e acolhedor.

Na revista online iCasei, Donna (2020) reafirma o valor de toda a experiência envolvida para além da confecção:

No chamado artesanato de luxo impera o bom gosto e a originalidade, onde é levado em consideração não somente as medidas e proporções da cliente, mas o processo criativo de um trabalho elaborado e sofisticado, no qual a estética e as predileções da cliente tem sempre prioridade criando uma roupa perfeita no corpo para o qual foi criado.

Figura 27 - Registro de vestido e croqui no dia da entrega.



Fonte: Site Revista iCasei, 2018.

É necessário salientar a importância da produção de conteúdo de fotografia e vídeo de todos esses momentos de encontro, das etapas de evolução do projeto, dos profissionais que participaram das provas e da peça no corpo. Essas memórias agregam em várias frentes: para o cliente, uma recordação de um momento especial no ateliê; para a empresa, material de registro que pode ser usado como estudo interno das equipes, divulgação da marca nos seus pontos de comunicação – site institucional, redes sociais, matérias em veículos de comunicação, anúncios e campanhas–, ajudando a construir e fortalecer o posicionamento e autoridade da marca do ateliê para o seu público.

Figura 28 - Foto da última prova, no dia da entrega da peça.



Fonte: Site Revista iCasei, 2018

Outra forma de eternizar a conclusão do projeto da peça sob medida é a entrega de uma reprodução do croqui original para o cliente, que simboliza a concretização entre a ideia e o resultado final. Essa reprodução pode ser impressa, enquadrada, confeccionada em miniatura e vestida em uma boneca, dentre outros formatos.

Figura 29 - Croqui e peça pronta.



Fonte: Site Escola Pró-Arte, 2017.

Muitos ateliês de peças sob medida finalizam a entrega com um brinde de espumante entre o cliente e os profissionais presentes. Isso torna a experiência ainda mais exclusiva e mágica através do paladar e do ritual simbólico.

Figura 30 - Brinde em comemoração à entrega da peça sob medida.



Fonte: Site Pexels, 2021.

A identidade visual do ateliê é um dos mais importantes recursos de marketing e ela pode ser encontrada desde a fachada e decoração interna do ateliê, passando pelos seus canais de comunicação, até a embalagem personalizada que, ao circular com o cliente, torna-se também uma peça de publicidade orgânica.

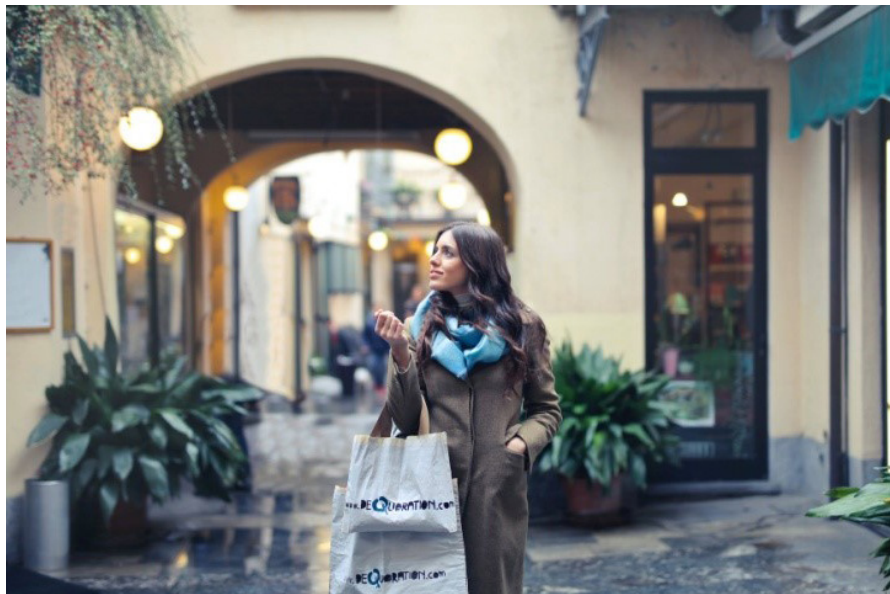
Figura 31 - Embalagem exclusiva para vestido.



Fonte: Site Revista iCasei, 2018

Em ateliês sob medida, além do papel de seda e fitas customizadas, uma boa opção é o uso de embalagens reaproveitáveis, que são sustentáveis e ainda possibilitam novos usos, pela durabilidade e valor de *design* agregado.

Figura 32 - Cliente reaproveitando bolsa de um ateliê.



Fonte: Site Pexels, 2021.

Esse conjunto de ações, que exploram os sentidos para reforçar o *branding* da marca, é conhecido como marketing sensorial:

O marketing sensorial, também chamado de Brandsense, consiste no investimento em estratégias de marketing que têm como objetivo a exploração dos sentidos. A proposta é atuar no subconsciente das pessoas para que elas avancem na jornada de compra. Trata-se da associação de imagens, cheiros, músicas e figuras a uma determinada marca. Essa técnica foca nos cinco sentidos do corpo humano para despertar sensações agradáveis e proporcionar uma experiência única e positiva aos clientes. (PULZ, 2018)

Outros exemplos podem ser o aroma personalizado, que traduz o estilo da marca; e a lista de música ambiente criada especialmente para o ateliê, reforçando a experiência e a criação de boas memórias. Além das estratégias citadas, outra ação importante é o *feedback* do cliente feito através de um contato da equipe de atendimento alguns dias após o evento onde a peça foi usada, ou no caso de peças casuais, após um período de tempo pré-determinado, reforçando o relacionamento entre cliente e ateliê.

O contato pode ser através de ligação, e-mail ou mensagem de texto e deve demonstrar o interesse do ateliê em saber qual foi a opinião do cliente sobre o resultado da peça, as etapas do processo, a durabilidade e também repercussão. As respostas farão com que o cliente se sinta ouvido e valorizado, em uma relação de confiança, mesmo que a peça tenha tido algum defeito inesperado. Além disso, com um banco de dados de *feedback*, a empresa consegue analisar possíveis erros e definir uma melhoria contínua, aprimorando cada vez mais sua linha de produção.

Todas essas ações de marketing têm o objetivo de atrair, encantar e fidelizar o cliente, além de engajá-lo a indicar o serviço para a sua rede de amigos e familiares, a fim de que também vivam experiências únicas.

4.3 Gestão (de pessoas) que dá resultado

Este tema pode ser um elemento-chave para o sucesso de um ateliê de moda sob medida, envolvendo não só o processo de criação e produtividade, mas também as pessoas, as relações humanas, seus sentimentos, diferenças e interesses em comum. A união e sintonia de uma equipe é primordial para a gestão de um projeto com resultado positivo. Apesar da tecnologia têxtil avançar a cada ano e trazer inovações e automatização em muitos processos, substituindo até mesmo a mão de obra humanizada em alguns casos, ainda não é possível produzir uma peça de roupa do início ao fim utilizando apenas recursos tecnológicos.

Figura 33 - Costureiro em execução em uma sala de produção.



Fonte: Site Correio Braziliense, 2018.

Pode-se confirmar essa ideia na entrevista de Anny Gonçalves, gerente de produção na marca de varejo Riachuelo, em entrevista para Bárbara Poerner, no site da revista Elle (2021):

Nunca seremos máquinas', afirma, enquanto relembra as dezenas de pessoas envolvidas para a criação de uma única peça de roupa: pilotista, modelista, talhadeira, costureira, revisora, etc. 'Não sei se estou muito esperançosa ou otimista, mas acredito que precisamos olhar por esse lado: como que nós, humanos, seremos mais humanos [com a tecnologia]', complementa.

Liderar uma equipe significa muito mais do que delegar funções e esperar que sejam executadas com eficiência e rapidez. Ao lidar com pessoas, os gestores precisam garantir o bem estar de cada profissional para que o processo como todo tenha um equilíbrio e coerência, com engajamento de todas as partes envolvidas. Uma equipe motivada e unida tende a alcançar resultados superiores aos de uma equipe que não é escutada ou valorizada.

Os ateliês sob medida podem expandir a produtividade e qualidade da sua confecção quando investem em gestão de pessoas e comportamento organizacional, contribuindo também para o desenvolvimento e retenção de talentos. Para reafirmar o contexto supracitado, segundo a matéria do canal de notícias online Correio Braziliense, Sabino (2018):

Uma coisa é certa: para cada criador, há um exército de trabalhadores por trás da cortina. As costureiras fazem parte desse batalhão. Por muitos anos, foram operárias escondidas. Mas sem elas, nada ganha vida. São a alma do negócio, profissionais indispensáveis para transformar um simples tecido em obra-prima.

Figura 34 - Bordadeira aplicando renda em vestido.



Fonte: Site Correio Braziliense, 2018.

Iniciativas podem ser realizadas a partir da coleta de dados em pesquisas de clima com funcionários sobre as condições de trabalho; espaços de escuta para reclamações e sugestões; treinamentos de capacitação; estruturação de plano de carreira; e ações motivacionais, como folgas e pagamentos de bonificações.

Essas propostas podem ser exemplificadas através do relato da empresa Zatom Confecções, de Santa Catarina, que recebeu o prêmio Lugares Incríveis para Trabalhar 2020 na categoria “liderança mais incrível”, entre as empresas de pequeno porte (até 300 funcionários), da FIA Employee Experience (Lazaretti, 2020):

Para além de questionários, confraternizações e cafezinhos, o contato de Cleiton e Zilda com sua equipe é constante, geralmente na própria linha de produção. (...) O clima da Zatom também se traduz em produtividade. Cleiton afirma que, em um mês típico, a empresa produz 150 mil produtos, em sua maioria peças para moda masculina e infantil. Com 50 funcionários, isso significa que cada um produz 3 mil peças por mês.

Um ambiente de trabalho saudável é facilmente refletido nos resultados internos de cada equipe, na qualidade dos produtos e serviços, e percebido também pelos consumidores, que estão cada vez mais conscientes e atentos à responsabilidade das marcas que consomem.



Conclusão

Conclusão

Este trabalho teve a intenção de jogar luz sobre os diferenciais de um espaço de criação de silhuetas exclusivas, elencando e esmiuçando as etapas da produção de uma peça sob medida, demonstrando a setorização dos serviços e justificando o atendimento personalizado, espaço acolhedor, planejamento estratégico de marketing, e gestão de processos e pessoas.

A confecção de uma roupa sob medida demonstra a adaptação da peça ao corpo humano e não o inverso. Durante as etapas do processo em um ateliê de peças exclusivas são respeitadas as assimetrias do corpo e não a reprodução de padrões de silhuetas, sempre buscando valorizar singularidades e reduzir pontos desarmoniosos – do ponto de vista do cliente – com criatividade, técnica e atenção aos detalhes.

Por meio da conexão dos setores explicados através dos capítulos, a pretensão é entender o valor captado pelo cliente ao procurar um ateliê sob medida, demonstrando ainda a viabilidade e possibilidade de êxito deste negócio do setor de moda aos seus investidores, como por exemplo, a posição estratégica do coordenador de produção que une os demais setores, com um olhar qualitativo representando o estilista e garantindo que não haja interpretações diferentes. Assim é revelado o ponto alto desta proposta de negócio: mesmo quando aplicado em uma lógica de otimização da produção artesanal e industrial ao mesmo tempo, não há perda de valor e significado singular de cada peça.

Por fim ressalta-se a importância de uma nova proposta estrutural aos profissionais, já do universo sob medida, que por meio dessa pesquisa conseguirão melhorar seus processos e entender o valor de cada setor em singularidade, além de estender o sob medida não só ao traje de festa, mas a qualquer peça desejada pelos clientes que procuram esse serviço, por originalidade ou necessidades especiais relacionadas aos diferentes tipos de biótipos.

Referências

AAI DIGITAL. **Estética e funcionalidade como prioridades no ateliê da jovem estilista**. 29 de maio de 2019. Disponível em: <http://aaidigital.com.br/2019/05/23/jovem-estilista/>. Acesso em: 28/04/2021.

AGÊNCIA SANTA FÉ. **Consumo Feminino**: O impacto das Mulheres no mercado de consumo. 26 de maio de 2021. Disponível em: <https://www.agenciasantafe.com.br/blog/mulheres-no-mercado-de-consumo>. Acesso em: 28/05/2021.

BAUDOT, François. Os anos 50: da alta-costura à confecção. In: _____. **A moda do século**. 3ª ed. rev. São Paulo: Cosac Naify, 2002. p.170-173. Tradução: Maria Thereza de Rezende Costa.

CALDAS, Dario. **Observatório de Sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências**. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2004.

CARVALHO, Maria Helena Ribeiro de; LINKE, Paula Piva. **Criatividade no Ateliê de Moda Sob Medida**. 13 de fevereiro de 2011. Maringá, Paraná. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202012/GT08/COMUNICACAO-ORAL/99602_Criatividade_no_atelie_de_moda_sob_medida.pdf. Acesso em 7/05/2021.

CHAVES, Cristiano. **Encantando o Consumidor**: O atendimento é o maior diferencial na experiência de compra. SEBRAE, RS. 04 de julho de 2018. Disponível em: <https://sebraers.com.br/moda/o-atendimento-e-o-maior-diferencial-na-experiencia-de-compra/>. Acesso em: 28/04/2021.

DIGITAL E TÊXTIL. **O que é fast fashion e quais são seus impactos?** 02 de março de 2020. Disponível em: <https://www.digitaletextil.com.br/blog/o-que-e-fast-fashion/>. Acesso em: 15/05/2021.

BRAGEROLLI, Priscila. Já imaginou como um vestido sob medida é feito?. **Coleção. Moda**. jan. 2020. Disponível em: <https://blog.colecao.moda/processo-de-construcao-de-um-vestido-sob-medida/>. Acesso em: 15/10/2021.

BRAGEROLLI, Priscila. Padronização de processos e seus benefícios. **High fash. Business**. set. 2021. Disponível em: <https://highfashbusiness.com.br/padronizacao-de-processos-e-seus-beneficios/>. Acesso em: 15/10/2021.

FERRARI, Fernanda Bonizol. **O homem contemporâneo e sua relação com a moda**. Trabalho de conclusão em Moda, Cultura de Moda e Artes. Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, Minas Gerais. 2013. Disponível em: <https://www.ufjf.br/posmoda/files/2013/05/MONOGRAFIA-FEFRNANDA-BONIZOL.pdf>. Acesso em 14/05/2021.

FELIX, Ane ; LUNA, Tharryane; ARAUJO, Ivanildo. Uma análise ergonômica no setor de bordado e acabamento de uma empresa de confecções no Agreste Paraibano. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 37, 2017. Joinville. **Anais eletrônicos**. Joinville: ABEPRO, 2017. Disponível em: http://www.abepro.org.br/biblioteca/TN_STO_241_401_34825.pdf

FISCHER, Anette. **Fundamentos de Design de Moda**: Construção de vestuário. Porto Alegre: Bookman, 2010.

KELLER, Paulo Fernandes. **O Trabalho Imaterial do Estilista, a Produção de Moda e a Produção de Roupas**. 2007. 31º Encontro Anual da ANPOCS. Seminário Temático 34. Trabalho e Sindicato na Sociedade Contemporânea.

MARTINS, Leilane Rigatto; MOTTA, Maria Guilhermina Hining. **O papel do modelista na criação de produtos do vestuário**. In: 4º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica de Design e Moda. 11 a 15 de outubro de 2017. Bauru, São Paulo. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202017/COM_ORAL/co_1/co_1_O_Papel_Do_Modelista_Na.pdf. Acesso em 28/05/2021.

NAKAMURA, Juliana. **Moderno, ateliê reflete estilista**. Site Casa Vogue. 07 de setembro de 2014. Disponível em: <https://casavogue.globo.com/Interiores/Ambientes/noticia/2014/09/moderno-atelie-reflete-estilista.html>. Acesso em: 28/04/2021.

PASTORE, Marina. Prova de Vestido de Noiva: Saiba o que esperar desse momento!. **Revista Icasei**, 18 dez. 2018. Disponível em: <https://revista.icaei.com.br/prova-de-vestido-de-noiva/>. Acesso em: 20/09/2021.

PLANEJAMENTO de risco e corte, controle da produção. **Escola Estadual de Educação Profissional**. Curso Técnico em Vestuário. Disponível em: https://www.seduc.ce.gov.br/wp-content/uploads/sites/37/2012/06/vestuario_planejamento_de_risco_e_corte_controle_e_producao.pdf. Acesso em: 10/09/2021.

RECH, Sandra. **Estágios do produto de moda**. XXIII Encontro Nac. de Eng. de Produção. Ouro Preto, MG, Brasil, 2003.

REGO, Layla. [Entrevista concedida a] Cristal Rosa Pinheiro. Rio de Janeiro, 15 de maio de 2021.

ROCHA, A. da, &Luce, F. B. **Relacionamentos entre compradores e vendedores: Origens e perspectivas no marketing de relacionamento**. 2006. Revista de Administração de Empresas, 46(3).

SABINO, Rachel; CABRAL, Ailim. Por trás daquela roupa. Canal de notícias Correio Brasiliense, 05 ago. 2018. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/revista/2018/08/05/interna_revista_correio,699158/costureiros-falam-sobre-valorizacao-de-trabalho-na-moda.shtml. Acesso em 01/10/2021.

SANTOS, Juliara Oliveira dos. Marketing de Relacionamento no Mundo da Moda - **Um Estudo de Caso da Marca Carioca FARM**. PMKT. Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia (on-line), São Paulo, v. 13, n. 1, p. 78- 93, janeiro.-junho de 2020. Disponível em: <http://www.revistapmkt.com.br/Portals/9/Revistas/v13n1/6%20-%20Marketing%20de%20Relacionamento%20no%20Mundo%20da%20Moda%20-%20Um%20Estudo%20de%20Caso%20da%20Marca%20Carioca%20FARM.pdf>. Acesso em 05/05/2021.

SEBRAE. **Conheça o potencial de mercado da moda plus size**. 2 de fevereiro de 2019. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/moda-plus-size-explore-este-nicho-de-mercado,5e48088ec0467410VgnVCM-1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 20/05/2021.

SIMONELLI, Nádia. **Slowfashion**: Entenda o conceito sustentável e conheça as marcas brasileiras que apostam nele. Site Revista Glamour. 10 de março de 2020. Disponível em: <https://revistaglamour.globo.com/Moda/noticia/2020/03/slow-fashion-entenda-o-conceito-sustentavel-e-conheca-marcas-brasileiras-que-apostam-nele.html>. Acesso em: 25/05/2021.

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

Apêndice

Entrevista qualitativa realizada via questionário digital, em 15 de maio de 2021, com Layla Rego, empresária e estilista do Ateliê Lazuli, no Rio de Janeiro.

1) Como é o processo de montagem de orçamento para uma peça sob medida no ateliê?

Algumas coisas são cruciais para a construção de um orçamento, são eles: o modelo da peça, como blusa, calça, jaqueta etc; o custo do material escolhido pelo cliente; custo da mão de obra por dificuldade e tempo de produção; além do lucro estabelecido por peça que já temos fixo por aqui.

2) Qual a importância do atendimento na passagem do orçamento? É no momento do encontro de criação com a estilista?

Minha equipe de atendimento é quem trata de valores do início ao fim com o cliente. Sempre nos preocupamos em passar um preço inicial para evitar surpresas na expectativa criada. Além disso, focamos essa passagem de informação financeira fora do atendimento de criação, pois conseguimos unir os cálculos e informações dos outros setores, além de centralizar toda burocracia na pessoa que já está em contato com o cliente desde o início.

3) Em que momento do atendimento é feita a tiragem de medidas?

A tiragem de medidas é realizada com hora marcada no ateliê, sempre na presença de um Assistente de Estilo que guia o encontro, além da Modelista que realiza todas as marcações necessárias. Mas esse processo só acontece para clientes que já fecharam o projeto de criação, para evitar o trabalho da equipe e custos envolvidos em criações não aprovadas.

4) Você que determina a quantidade dos materiais que serão comprados?

Não. Alinho todas as necessidades de material e prioridades dos clientes com a minha Coordenadora de Produção. Ela é meu braço direito dentro de toda a linha de produção, inclusive interpretando as quantidades de material a partir de cada croqui e acompanhando o trabalho do setor de Compras.

5) Como o setor de Compras faz o planejamento de pedidos dos materiais e organiza as prioridades?

A priorização das compras é organizada de acordo com o prazo de entrega acordado com o cliente e também com os prazos definidos pela Produção para a confecção de cada peça. Assim definindo qual item será comprado primeiro ou qual pode ter um tempo maior de negociação em volume, por exemplo. Por isso é necessário o constante alinhamento entre a equipe de Compras e a Produção.

6) Quais são os passos mais importantes após a prova da tela.

Com certeza bater todas as decisões combinadas em prova com minha equipe de produção e compras. Elas precisam estar por dentro se acrescentamos qualquer tecido ou material, se houve mudança no modelo e até mesmo como foi a reação da cliente ao ver a tela antes da peça.