



Instituto Politécnico
de Castelo Branco
Escola Superior
de Artes Aplicadas



FACULDADE DE ARQUITETURA
UNIVERSIDADE DE LISBOA

Instituto Politécnico de Castelo Branco
Escola Superior de Artes Aplicadas

Universidade Técnica de Lisboa
Faculdade de Arquitetura

Estágio na Empresa Raji Sociedade Comercial de Confeções, Lda.
“Portfólio- divulgação dos produtos de uma confeção de vestuário”

Paula Fonseca Branco

Mestrado em Design de Vestuário e Têxtil

Orientadores

Prof. Carla Isabel Roque Rodrigues

Prof. Paula M. F. Leão das Neves

Relatório de Estágio apresentado à Escola Superior de Artes Aplicadas de Castelo Branco e Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em *Design* de Vestuário e Têxtil, realizado sob orientação científica da Professora Adjunta Carla Isabel Roque Rodrigues e da Professora Adjunta Paula Mercedes Ferreira Leão das Neves, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Março 2022

Composição do júri

Presidente do júri

Professora Doutora Ana Sofia André Bentes Marcelo

Vogais

Professora Doutora Manuela Cristina Paulo Carvalho Almeida Figueiredo.

Professora Carla Isabel Roque Rodrigues.

Para Berta por nunca me deixar desistir.

Agradecimentos

Às minhas orientadoras, Professora Carla Isabel Roque Rodrigues e Professora Paula M. F. Leão das Neves, agradeço pela disponibilidade e apoio prestado.

À Raji Sociedade Comercial de Confeções, Lda., obrigada pela oportunidade de concretizar o estágio e pela formação.

A toda a equipa da Raji Sociedade Comercial de Confeções, Lda., obrigada pela ajuda e ensinamentos, em especial à Engenheira Isabel Rovisco, Filomena Simão e Leopoldina Paula Rodrigues.

Ao meu pai, obrigada pelo apoio e sábios conselhos.

Aos meus amigos, obrigado por ouvirem e pelas confidências.

Resumo

O presente relatório consiste na exposição dos projetos realizados ao longo de um período de nove meses de estágio, na empresa têxtil Raji - Sociedade Comercial de Confeções, Lda., sediada em Castelo Branco, especializada em vestuário de criança, mulher e homem, *design* de uniformes escolares e vestuário exterior.

Este relatório está dividido em três capítulos. No primeiro são descritos os objetivos gerais e específicos assim como os benefícios e a metodologia de investigação adotada. É ainda estabelecido o contexto histórico e de investigação da indústria de vestuário, o tipo de empresas e portfólios, dando assim resposta à questão da investigação. O segundo versa a exposição das experiências e projetos em contexto de estágio na empresa Raji. O terceiro capítulo foca um projeto de criação de portfólio, em formato físico e digital (PDF), para facilitar a comunicação da empresa com os clientes.

Ao longo do estágio foi possível aplicar os conhecimentos adquiridos durante a formação académica numa experiência a nível profissional, mas também adquirir novas competências teóricas e práticas.

A realização deste relatório assentou em metodologias mistas de base não-intervencionista e intervencionista, tendo incluído técnicas de observação direta, através de pesquisa e realização dos projetos práticos propostos ao longo do estágio.

O estágio foi uma experiência fundamental que contribuiu para a realização de um projeto de desenvolvimento do portfólio, assim como para a reflexão da sua importância no ambiente empresarial e como o mesmo pode contribuir para a divulgação dos produtos de uma confeção de vestuário. Este estudo veio complementar a formação e possibilitar um contributo da estagiária para com a empresa.

Palavras-chave

Estágio, Produção vestuário, Uniformes; Design de moda; Portfólio

Abstract

This report consists of the exhibition of the projects conducted over a period of nine months of internship, in the textile company Raji - Sociedade Comercial de Confeções, Lda., based in Castelo Branco, specialized in children's clothing, women and men, design of school uniforms and outdoor clothing.

This report is divided into three chapters. In the first are described the geriatric and specific aims as well as the benefits and the research method adopted. It is made the historical and research context of the garment industry, the type of companies and portfolios, thus responding to the question of research. The second in the exhibition of experiences and projects in internship context at Raji company.

The third chapter focuses on a portfolio creation project, in physical and digital format (PDF), to help the company's communication with customers.

Throughout the internship it was possible to apply the knowledge got during academic training in a professional experience, but also getting new theoretical and practical skills.

The method applied in the realization of this report were mixed methodologies of noninterventionist and interventionist basis and applied techniques of direct observation through research and realization of practical projects proposed throughout the internship.

The internship was a fundamental experience that contributed to the realization of a portfolio development project, and reflection of its importance in the business environment and how it can contribute to the dissemination of the products of a clothing confection. This study complemented the training and contributed to the company.

Keywords

Internship, Clothing Production, Uniforms; Fashion design; Portfolio

Índice geral

Capítulo I	1
1. Introdução	1
2. Área de Estudo.....	3
2.1. Tema.....	3
2.2. Título.....	3
2.3. Tópico Investigativo	3
3. Objetivos	4
3.1. Objetivos gerais	4
4. Metodologia	5
4.1. Descrição da Metodologia Adotada.....	6
4.2. Benefícios.....	7
5. Estado da Arte.....	8
5.1. Contextualização Histórica	8
5.2. A indústria de confecção de vestuário	10
5.3. Tipos de empresas na indústria do Vestuário	11
5.3.1. Empresas Subcontratadas.....	11
5.3.2. Private Label	11
5.3.3. Empresas com marca própria e private label.....	11
6. Divulgação.....	12
6.1. O uso do <i>Portfólio</i> como forma de divulgação.....	13
6.1.1. <i>Portfólio</i>	13
6.1.2. Tipos de <i>portfólio</i>	15
6.1.3. Vantagens do <i>portfólio</i>	16
6.1.4. <i>Portfólio</i> dos produtos de uma confecção.....	17
Capítulo II	19
7. Estágio na empresa Raji.....	19
7.1. A empresa Raji.....	19
7.2. Estrutura Organizativa da Raji.....	20
7.3. Público-alvo da Raji.....	22
7.4. Métodos de trabalho.....	25
7.5. Atividades desenvolvidas em estágio	26
8. Projetos realizados	27
8.1. Projeto coleção inverno 2020	27
8.2. Fases de produção de uma coleção	31

8.3.	Etiquetagem dos produtos.....	34
8.4.	Projeto Calça <i>Hijas Caridad</i>	36
8.5.	Ficha Técnica calça <i>Hijas Caridade</i>	39
8.6.	Projetos Saia Calção <i>Novas School</i>	49
8.7.	Projeto <i>Madre Dios</i>	51
8.8.	Projeto Bibes Infantilário	57
8.9.	Projeto Augustinas.....	60
9.	Reflexão do estágio.....	71
Capítulo III.....		73
10.	<i>Portfólio</i>	73
10.1.	Metodologia	73
11.	Desenvolvimento do <i>portfólio</i> da <i>Raji</i>	74
11.1.	Briefing do projeto.....	74
11.2.	Pesquisa	75
11.3.	Tema.....	76
11.3.1.	Inspiração.....	76
11.4.	Público-alvo	77
11.5.	Desenvolvimento do <i>portfólio</i>	78
11.5.1.	Fase 1- Estudo capa.....	78
11.5.2.	Fase 2- Estudo <i>layout</i>	80
11.5.3.	Fase 3- Desenvolvimento dos coordenados.....	84
12.	Conclusão	89
13.	Referencias bibliográficas	91
14.	Bibliografia	93
15.	Apêndice.....	97

Índice de figuras

Figura 1- Exemplo se site para criar portfólio- Wix. Fonte: wix.....	14
Figura 2-Exemplo de site para criar portfólio - Behance. Fonte: Behance.....	14
Figura 3-Exemplo de site para criar portfólio -DeviantArt. Fonte: DeviantArt.....	14
Figura 4- Exemplo de site para criar portfólio - Cargo. Fonte: Cargo.....	14
Figura 5- Exemplo de portfólio impresso. Fonte: blog- carteiro de alfaces.....	15
Figura 6- Exemplo de portfólio impresso. Fonte: blog- Neil Patel.....	15
Figura 7- Exemplo de portfólio digital. Fonte: blog-Criar Portfólio.....	16
Figura 8- Logotipo Raji- fonte autor.....	19
Figura 9- Fachada frontal Raji- fonte autor.....	20
Figura 10- Imagem ilustrativa de público-alvo dos 2 a 12 anos -Fonte: autor.....	22
Figura 11-Imagem ilustrativa de público-alvo dos 12 a 18 anos. Fonte: autor.....	23
Figura 12-Imagem ilustrativa de público-alvo sénior -Fonte: autor.....	23
Figura 13-Imagem ilustrativa de público-alvo- fardas. Fonte: autor.....	24
Figura 14- Painel de inspiração senhora: fonte- autor.	27
Figura 15- Painel de inspiração homem: fonte- auto.....	28
Figura 16-Propostas de modelos para senhora- Fonte autor.....	29
Figura 17-Propostas de modelos selecionados Homem- Fonte: autor.....	29
Figura 18-roposta de cores para os modelos escolhidos- Senhora.....	30
Figura 19- Proposta de cores para os modelos escolhidos-Homens e Senhora.....	30
Figura 20- Fase de escolha das matérias-primas- Fonte: autor.....	32
Figura 21- Fase de modelagem- Fonte: autor.....	32
Figura 22-Fase de digitalização dos moldes para o programa-Fonte: autor.....	32
Figura 23- Fase de criar modelagem no programa-Fonte: autor.....	32
Figura 24- Exemplo de uma ordem de corte-Fonte: autor.....	32
Figura 25- Fase de planeamento do corte- Fonte: autor.....	32
Figura 26- Fase de estendimento dos moldes- Fonte: autor.....	33
Figura 27- Fase de corte- Fonte: autor.....	33
Figura 28- Fase de marcação das peças- Fonte: autor.....	33
Figura 29- fase de termocolagem- Fonte: autor.....	33
Figura 30- Fase de produção- Fonte autor.....	33
Figura 31- Embalagem -Fonte: autor.....	33
Figura 32- Exemplo de etiquetas- 1-Compusão; 2- Registo: Fonte- autor.....	34
Figura 33- Símbolos de lavagem- Fonte: Raji- (Anivec, Ginetex).....	34
Figura 34- Modelo final coleção 2020- protótipo 1 senhora- Fonte: autor.....	35
Figura 35- Modelo final coleção 2020- Protótipo 2 senhora- Fonte: autor.....	35
Figura 36- Modelos finais da coleção 2020- protótipos 1 homem- Fonte: autor.....	35
Figura 37- Modelo da calça original com logo na lateral- Fonte: autor.....	36
Figura 38- Proposta escolhida- fonte: autor.....	37
Figura 39- Proposta escolhida e resultado final- Fonte: autor.....	38
Figura 40- Amostra final da calça com as alterações-Fonte: autor.....	38
Figura 41- Modelo existente a alterar- saia calção Nova School- Fonte autor.....	49
Figura 42- propostas idealizadas- Fonte: autor.....	49
Figura 43- Proposta escolhida- Fonte autor.....	50
Figura 44-Amostra da proposta final-Fonte: autor.....	50
Figura 45- Desenvolvimento casacos senhora, Fonte: autor.....	51
Figura 46- Desenvolvimento de coleção de casacos homem, Fonte: autor.....	52
Figura 47- Desenvolvimento de estudo de cores casaco senhora- Fonte: autor.....	53
Figura 48- Desenvolvimento de estudo de cores casaco homem- Fonte: autor.....	53

Figura 49- Desenvolvimento de camisas. - Fonte: autor.....	54
Figura 50- Desenvolvimento de camisas. - Fonte: autor.....	54
Figura 51- Desenvolvimento de camisas. - Fonte: autor.....	55
Figura 52-Desenvolvimento de calções- Fonte: autor.....	55
Figura 53- Fase dos protótipos casaco homem- Fonte: autor.....	56
Figura 54- Fase dos protótipos casaco senhora- Fonte: autor.	56
Figura 55- Desenvolvimento de Bibes-Fonte: autor.....	57
Figura 56- Desenvolvimento de cores para Bibes- Fonte: autor.	58
Figura 57-Desenvolvimento de saias- Fonte: Autor.....	60
Figura 58- Desenvolvimento de calções- Fonte: Autor.....	61
Figura 59-Modelo escolhido pelo cliente- Fonte: autor.....	61
Figura 60-Desenvolvimento de calça Augustinas- Fonte: autor.....	62
Figura 61- Modelo escolhido pelo cliente- Fonte: autor.....	62
Figura 62- Amostra calção infantil- Fonte: autor	63
Figura 63- Amostra saia - Fonte: autor.....	63
Figura 64- Esquema da metodologia projetual de Bruno Munari. Fonte autor.	73
Figura 65- Tabela de pesquisa, exemplo de uniformes. Fonte: autor.....	75
Figura 66- Moodboard- painel inspiração- fonte: autor.....	76
Figura 67- Moodboard do publico alvo jovem. Fonte: autor.....	77
Figura 68- capa aprovada pela empresa. Fonte: autor.	79
Figura 69- Estudo layout 1. Fonte: autor.	80
Figura 70- Estudo layout 2. Fonte: autor.	81
Figura 71- Estudo layout 3. Fonte: autor.	82
Figura 72- Layout aprovado. Fonte: autor.	83

Índice de tabelas

Tabela 1- Descrição da Metodologia adotada- fonte: autor.....	6
Tabela 2- Organograma da Empresa Raji- fonte: autor.....	21
Tabela 3- Tabela atividades em estágio - fonte: autor.	26
Tabela 4- Cores selecionados casaco homem	28
Tabela 5-- Cores selecionados casaco senhora.....	28
Tabela 6- Cores selecionados para anoraques.	28
Tabela 7- Propostas idealizadas para a calça Hijas Caridade - Fonte autor.	37
Tabela 8- Desenvolvimento de padrões-Fonte: autor.....	59
Tabela 9- Estudos da capa do portfólio- Fonte: autor.....	78
Tabela 10-Defnição peças standard inverno feminino. Fonte: autor.	84
Tabela 11Defnição peças standard verão femenino. Fonte: autor.	85
Tabela 12-Defnição peças standard inverno masculino. Fonte: autor.....	86
Tabela 13-Defnição peças standard verão masculinoo. Fonte: autor.....	87

Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos

- **ATP**- Associação Têxtil Portuguesa;
- **B2b** - *Business to Business*;
- **C.A.D** - *Computer Aided Design* / Desenho assistido por computador (DAC);
- **C.C** - Corta e cose- máquina especial de *overlocks*.
- **CMT**- "*Cut, Make and Trim*" – Corte, confeção e acabamento;
- **DP** - Departamento de Produção;
- **DT**- Departamento Técnico;
- **CPT**- Cadeia produtiva Têxtil;
- **ITV**- Indústria do Têxtil e do Vestuário;
- **GINETEX**- Associação Internacional para a Etiquetagem de Conservação de Têxteis;
- **PP**- Peça piloto;

Glossário

Alta-costura – O termo foi pela primeira vez utilizada em referência ao trabalho de Charles Worth, em 1958. O termo refere-se à criação em escala artesanal de vestuário exclusivos, feito à medida na maioria das vezes feito à mão. Os preços desses produtos são imensamente altos.

Agentes de venda – Pessoa responsável pela apresentação e venda dos produtos.

Antropométricos – Relativo às proporções e medidas do corpo humano e partes agregadas.

Cor – É o reflexo da luz sobre um objeto. Onde não há luz, não existe percepção de cor. A cor é considerada como elemento da forma.

Sketch-Book – Caderno ou livro sem linhas usado para desenho, muito usado por artistas ou designers.

Styling – Habilidade em combinar peças de vestuário e acessórios de modo a criar um estilo ou uma combinação que faça ou não sentido. Atualmente é uma profissão.

Molde – É a reprodução das partes do digrama, em papel ou fibra, no tamanho real que ficará a peça depois de pronta.

Porta-fólio - A palavra soa tão estranha que ninguém usa, apesar de correta. Porta-fólio é formada pelo verbo portar (possuir, ter) e o substantivo fólio (livro de registo), e originada do francês porte-feuille.

Portefólio - A palavra existe, mas é uma versão aportuguesada de portfólio apenas em Portugal, não sendo reconhecida pelos dicionários. Ou seja, não está errada, mas não é usada.

Portfólio - A palavra acentuada, por tratar-se de uma proparoxítone, é a versão aportuguesada mais aceita e que consta nos dicionários.

Peça-piloto – É um protótipo que segue todas as especificações de cada uma das peças desenvolvidas para uma coleção a ser produzida.

Prêt-à-Porter – Expressão que significa “pronto para vestir” ou “pronto para usar”. Surgiu no final da década de 1940 para indicar roupas confeccionadas em série, como resultado da industrialização da moda. Até então, as roupas eram feitas sob encomenda e sob medida. O sistema prêt-à-porter cresceu principalmente nos Estados Unidos, onde as técnicas de produção de massa já estavam bem desenvolvidas.

Proporção – Diz respeito à maneira como comparamos cada uma das partes em relação ao todo, no design de uma peça.

Prototipagem – Processo de desenvolvimento do protótipo. O protótipo é uma versão inicial do produto final e podem ser desenvolvidos utilizando tecnologias que nada se assemelham com o processo final de fabrico.

Prova de correção – Confeciona-se uma peça para averiguar o caimento. Depois de provada, havendo necessidade, fazem-se as devidas correções no molde. A prova de correção é desenvolvida a partir da elaboração da peça piloto.

Silhueta – Roupas, calçado e acessórios são tridimensionais e relacionam-se com o corpo / forma. Podem ser vistos em 360 graus e modificam os ângulos conforme os movimentos. A silhueta, ou volume da roupa, pode acompanhar os contornos do corpo ou alterá-los e valorizá-los.

Capítulo I

1. Introdução

A indústria têxtil de vestuário está cada vez mais acelerada, através da forma como responde às demandas do cliente e no modo como comunica e divulga os seus produtos. A constante exigência de novidade leva o setor a ser mais competitivo e exigente com a qualidade dos produtos disponibilizados e do *design* dos mesmos.

O *design* de moda é um recurso essencial na indústria do vestuário para a criação de novos artigos e tendências, seja na produção industrial ou em *atelier*. Os *designers* detêm um papel importante em dar respostas rápidas e criativas, mas em algumas situações as ideias dos *designers* podem não ir ao encontro das necessidades do consumidor, o que poderá conduzir a alguns prejuízos para a empresa, criando algum grau de desacreditação do *designer*, assim como da sua função na empresa.

Para uma adaptação adequada do *designer* de moda na indústria, é fundamental ter em conta os conhecimentos técnicos do *design*, da história da moda, compreender a dinâmica do mercado e a pressão do trabalho do *designer*. O estágio é indispensável para um primeiro contato direto com o mercado do trabalho, pela experiência e ligação a outros especialistas ou outras áreas profissionais. O mesmo proporciona a aquisição de competências práticas, que irão consolidar as competências teóricas adquiridas na formação académica.

A expansão da moda sempre esteve ligada a divulgação, e hoje em dia ainda mais, as ferramentas que promovem os produtos de uma empresa são cada vez mais valorizadas, pela forma como auxiliam na criação de desejo. A publicidade e todas essas práticas dirigidas ao público-alvo certo podem contribuir para conduzir uma empresa ao sucesso. O aumento da concorrência desencadeou outros perfis empresariais ao serviço do cliente. Empresas altamente profissionais na sua gestão e qualificação comercializam a sua marca própria, trabalhando igualmente com empresas/marcas subcontratadas.

O estágio na Raji, permitiu assistir de perto ao funcionamento, assim como ao posicionamento da empresa na indústria do vestuário, participar em diversos projetos de criação, participar no desenvolvimento das coleções e compreender o sistema de produção do início até ao fim, desde a encomenda até à expedição em embalagem. A Raji trabalha não só como marca própria, mas também em *private label*. Proporciona *design*, modelagem, corte, confeção, acabamentos com a etiqueta da marca própria (ou com a etiqueta do cliente final), tal como com distribuição e *marketing* da marca própria.

Foi uma experiência incomparável e essencial, trabalhar em ambiente profissional com uma equipa e desenvolver diferentes tipos de tarefas desde o desenho, a modelagem, o desenvolvimento de coleção, planeamento da produção, formalidades burocráticas, criação de fichas técnicas e outros componentes, que se tornaram possíveis no período de duração do estágio de nove meses.

Contudo, o contato diário numa empresa permite observar de perto e atentamente o *backstage* da indústria. Diariamente tem-se a perceção de que, tudo quanto um *designer* cria, sendo produzido, será vendido, pressupondo uma constante pressão em responder com produtos que representam a marca, de acordo com as exigências do cliente.

A marca própria da Raji é especializada em parkas e casacos de senhora. Tem um *design* sóbrio e atemporal, no entanto moderno, seguindo as novas tendências do mercado. As marcas dos clientes com que a Raji trabalha são maioritariamente marcas de produtos do tipo *Coorporative Wear*, desde os uniformes colegiais, às fardas de trabalho em várias áreas

profissionais. Nesse sentido, tornou-se pertinente para o estudo entender como a empresa distingue a sua marca das marcas dos seus clientes e, como a importância da confiança, fidelização e sigilo profissional se refletem no sucesso da empresa.

2. Área de Estudo

Design de Vestuário e Têxtil

2.1. Tema

Relatório de Estágio

2.2. Título

Estágio na Empresa Raji Sociedade Comercial de Confeções, Lda.
Portfólio- divulgação dos produtos de uma confeção de vestuário

2.3. Tópico Investigativo

Como o uso do *portfólio* pode contribuir para a divulgação dos produtos de uma confeção de vestuário.

3. Objetivos

3.1. Objetivos gerais

O presente relatório tem como objetivo, descrever a experiência em contexto de estágio assim como revelar alguns dos projetos realizados durante o período de formação na empresa Raji Sociedade Comercial de Confeções, Lda. Igualmente pretende demonstrar o projeto de desenvolvimento do portfólio como um contributo para a empresa.

A Raji Sociedade Comercial de Confeções, Lda. é uma empresa de confecção de vestuário diversificada. Por esse motivo, e como complemento ao relatório de estágio é proposto realizar uma investigação aprofundada sobre a importância do portfólio para a divulgação do produto aos seus clientes.

3.2. Objetivos Específicos

O relatório tem como objetivos específicos compreender o funcionamento de uma empresa de confecção de vestuário, participar nos projetos e tarefas práticas como forma de assimilar todos os processos necessários para a produção do vestuário, entender a metodologia de trabalho da empresa que se inicia num problema e acaba num produto destinado ao consumidor final.

Pretende, ainda, analisar diretamente as várias etapas do processo criativo e explorar a função do designer numa empresa de confecção, procurando criar soluções para possíveis problemas que possam surgir de acordo com as funções do designer e a equipa de trabalho onde se integra.

O relatório pretende descrever a experiência através do relatório de estágio e aplicar os novos conhecimentos adquiridos para uma futura experiência profissional.

Um outro dos objetivos é o de criar o portfólio físico e em formato digital para a empresa.

4. Metodologia

O presente relatório tem como objetivo expor a experiência de estágio e o projeto desenvolvido na empresa Raji Sociedade Comercial de Confeções, Lda. enquanto contributo para otimizar a divulgação dos produtos de uma confeção de vestuário.

O estágio foi realizado com base na metodologia mista de investigação, combinando a metodologia não-intervencionista, sobre o qual foram implementadas técnicas teórico-práticas.

Foi utilizado o método não-intervencionista na observação, na aprendizagem de uso do sistema de desenho da empresa, na recolha de dados de investigação, assim como através de pesquisa de tendência e anotações de tópicos importantes para o relatório final.

Durante o estágio, relativamente à metodologia intervencionista, destacam-se as atividades práticas tais como, a realização da coleção inverno da marca Raji, o planeamento de produção de uma encomenda, a criação de fichas técnicas, a procura de resolução de problemas ao nível de *design* e o desenvolvimento de novos produtos. (ver. tabela 1)

A aprendizagem mais significativa registou-se no período do estágio, através da observação e contato direto com a equipa. Ver de perto como funciona uma confeção de vestuário foi importante para entender o sistema organizacional da empresa e as suas metodologias de implementar tarefas.

Contudo, o projeto de investigação assim como o relatório foram realizados em metodologia não-intervencionista, através de análises, pesquisas e reflexão a partir de imagens, bibliografias físicas ou digitais existentes sobre o tema.

4.1. Descrição da Metodologia Adotada

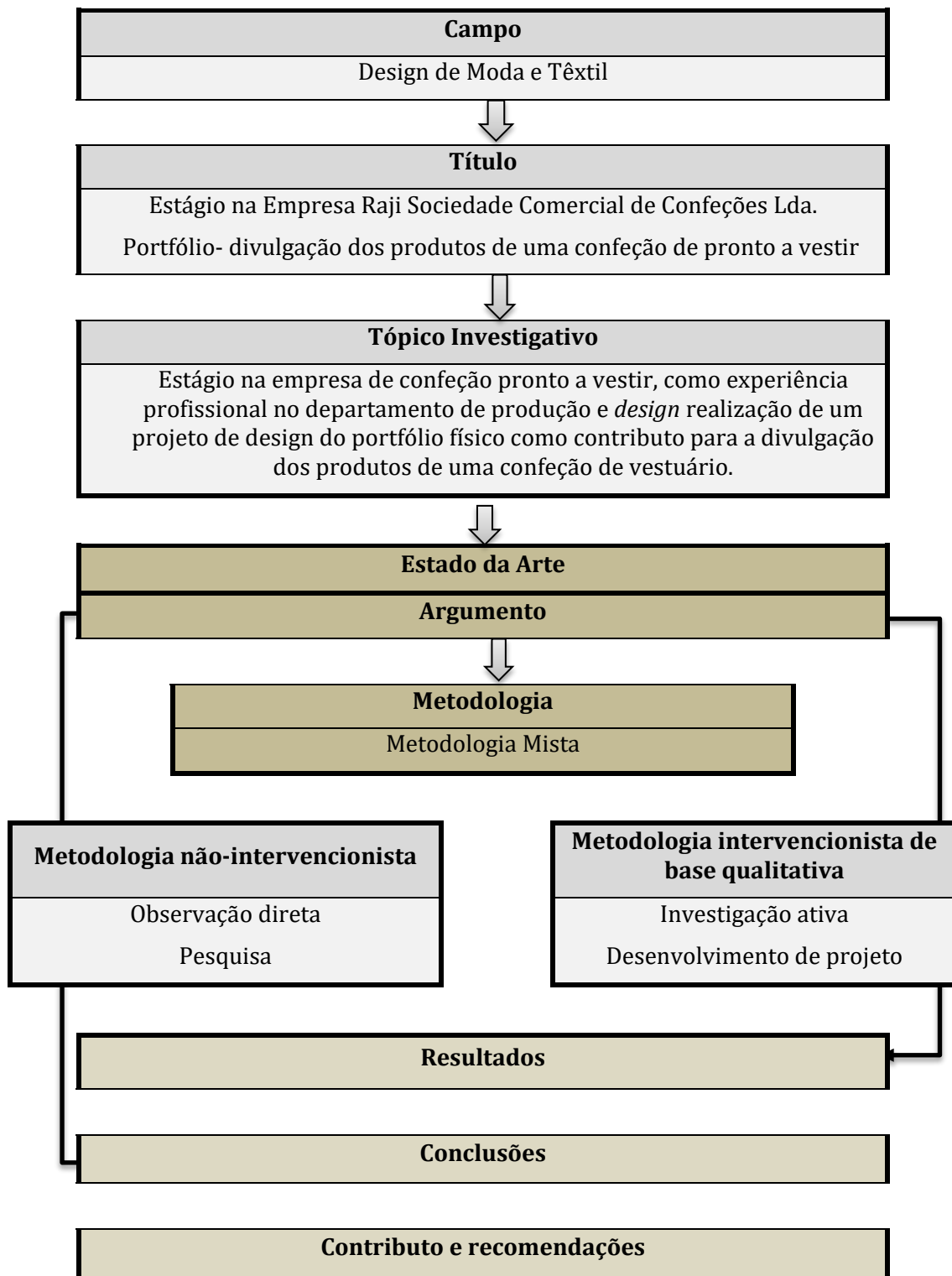


Tabela 1- Descrição da Metodologia adotada- fonte: autor.

4.2. Benefícios

O estágio, como o presente relatório trouxeram benefícios para a aprendizagem e desenvolvimento de competências práticas e profissionais da estagiária.

A realização do estágio vai permitir o contato direto com a área profissional, aplicar os conhecimentos teóricos. A estagiária beneficia também do privilégio de trabalhar com profissionais experientes que certamente são uma fonte de conhecimento nesta área da indústria.

A empresa também se beneficia com a colaboração ativa da estagiária nos seus projetos e desenvolvimento de produtos de senhora, homem e criança. O próprio relatório pode ser igualmente um benefício, por ser um item fundamental para a formação académica da mestranda, por representar uma sistematização de projetos realizados, apresentando o trabalho de investigação que permitiu compreender da melhor forma a indústria têxtil do vestuário.

Por fim, espera-se que todo o trabalho possa contribuir positivamente para consulta, investigação e estudos futuros.

5. Estado da Arte

5.1. Contextualização Histórica

A indústria do vestuário sofreu grandes progressos ao longo dos anos devido ao desenvolvimento da tecnologia. A moda antes da Revolução Industrial¹ no séc. XVIII, era um consumo de luxo exclusivo para as classes sociais da nobreza² e burguesia³ endinheiradas, as quais ditavam as mais recentes tendências da moda nas festas e eventos da corte.

Após a Revolução Industrial o processo produtivo da indústria alterou e a forma de viver a moda que mudou principalmente com o surgimento do pronto-a-vestir.

“[...] a verdadeira revolução que destruiu a arquitetura da moda, [...] corresponde à irrupção e ao desenvolvimento daquilo que se chama pronto-a-vestir...produção industrial de roupas acessíveis a todos, mas, todavia, moda, inspirada nas últimas tendências do momento” (Lipovetsky, 2010, p.148).

A alta-costura parisiense constituía o epicentro da moda moderna, o polo mundial de confecção, as coleções mais luxuosas eram apresentadas anualmente em Paris à imprensa internacional.

A produção da moda passou a ser mais simples e prática, implementando-se novas formas de produzir roupa, de forma rápida, barata, em grande escala, mas de qualidade inferior. Produziu-se a democratização da moda que ia contra as roupas feitas por medida, menos acessíveis, de produção lenta, minuciosa e com qualidade superior.

Até aos finais dos anos cinquenta, o pronto-a-vestir não apresenta grandes inovações a nível da criatividade ou a nível estético, limita a imitar de forma moderada as criações da Alta-Costura.

“[...]cópia vulgar e degradada dos protótipos mais cotado [...]É a partir do início dos anos sessenta que o pronto-a-vestir vai aceder de algum modo à verdade de si próprio concebendo roupas com um espírito mais virado para audácia, juventude e a novidade do que para a perfeição “classe” (Lipovetsky, 1989, p. 149).

A nova moda pronto-a-vestir não tinha identidade, foi importante o uso de estilistas da época para acrescentar ao vestuário algum valor através do *design*. Assim, o pronto-a-vestir começou a ganhar autonomia em relação à Alta-Costura, apesar de esta ainda continuar a ditar as tendências. Passou a ser inovador, requintado, com audácia e de melhor qualidade. As coleções passaram a ser feitas e definidas com antecedência, já não eram meras cópias, mas sim coleções com estilo próprio, ditando as suas próprias tendências.

O desenvolvimento industrial permitiu a produção de moda em massa e democratização do pronto-a-vestir. As grandes casas de alta-costura começaram a criar alternativas para além do vestuário.

¹ **Revolução industrial** é o nome pelo qual conhecemos o período de grande avanço tecnológico que se iniciou na Inglaterra no final do século XVIII, permitiram o surgimento da indústria e contribuiu para o estabelecimento do capitalismo. Fonte: História do mundo.

² **Nobreza** - condição de pessoa que, por descendência ou decisão régia, possui títulos e goza de regalias em relação a outros grupos sociais. classe constituída por essas pessoas. Fonte: Dicionário Porto Editora.

³ **Burguesia**- a classe média da sociedade. Fonte: Dicionário Porto Editora.

“A alta-costura perdeu o estatuto de vanguarda que até então a caracterizava, deixou de ser o ponto de mira e o núcleo da moda viva no preciso instante em que a sua vocação e as suas atividades conheciam um *aggiornamento*⁴ crucial. Certas casas ainda podiam girar por-medida não representava mais de 18% do volume de negócio direto” (Lipovetsky, 2010, p. 145).

A alta-costura não era suficiente para as grandes casas de costuras continuarem a trabalhar, era necessário explorar novas formas de negócio. Investir em moda mais acessível ou novos produtos, como perfumes, acessórios e maquilhagem. Foram essas as alternativas encontradas para manter as casas a funcionarem:(Cobra, 2007, p.11) “essa migração do conceito de moda do vestuário para outros segmentos de consumo pode ser explicada pelas mudanças rápidas que ocorreram no estilo de vida da sociedade”.

Essa nova forma de produção de moda em massa, fez surgir o *fast-fashion* segundo o qual as marcas competem pela sua permanência no mercado e lançam novas coleções a cada estação, o que obriga a indústria a produzir cada vez mais, segundo Neves (2014). “A produção manual foi substituída pela utilização da máquina. O resultado foi o estímulo à exploração dos recursos da natureza de maneira excessiva, uma vez que a capacidade produtiva aumentou.” O aparecimento do consumismo inconsciente é apenas um dos problemas que surgiu com a massificação da produção. Uma das maiores consequências negativas que ainda hoje se tenta combater é a poluição do meio ambiente.

Consoante a nova forma massiva de produção, as marcas começaram a apostar na publicidade e no design. A moda é fortemente influenciada pela publicidade, uma forma de tornar os consumidores dependentes, criando um padrão de consumo, comportamento e estilo de vida (*standard*). Ou seja, criar o produto certo, comunicá-lo ao público-alvo certo, tem importância no sucesso de uma empresa e reflete na margem de lucro. Marcos Cobra (2007, p. 28) afirma ainda que “o marketing deve identificar as necessidades e os desejos do cliente e desenvolver produtos cujos design e características signifiquem uma evolução”.

Atualmente, verifica-se uma grande preocupação com a origem dos produtos que consumimos, o modo como são produzidos, os recursos que foram utilizados, em que condições e até que ponto se tornam sustentáveis. As primeiras preocupações com o design e o ambiente foram levantadas ainda na década de 1960. A partir de então, diferentes ações para a redução do impacto causado pela moda no meio ambiente e na sociedade já foram tomadas.

“Mesmo que o foco ainda esteja concentrado na seleção de materiais adequados, a moda hoje em dia passa muitos outros caminhos que vão além da preocupação com o material certo, a indústria ainda é bastante poluente e a luta em reduzir os impactos é diária” (Gwilt 2014, p. 16).

A moda está constantemente sujeita a apreciação pública, mesmo uma moda que não vai para as ruas. A imagem da marca é importante para divulgação certa. Existem formas diversas de divulgação da moda que passam não só pelas icónicas revistas de moda e publicidade, como igualmente pelas redes sociais, vídeos, filmes ou pelos próprios desfiles de moda.

⁴ **Aggiornamento** é um termo italiano, que significa “atualização”, renovação. Esta palavra foi a orientação chave dada como objetivo para o Concílio Vaticano II, convocado pelo Papa João XXIII. Fonte: Vatican News.

5.2. A indústria de confecção de vestuário

Na indústria têxtil podemos distinguir dois setores fundamentais, o setor têxtil e o setor de vestuário. O setor têxtil encontra-se associado às atividades que se iniciam com a obtenção das fibras, os fios e tecidos e os tratamentos ao nível de tingimento e acabamento, bem como os têxteis-lar e os têxteis técnicos. Inserem-se no setor de Vestuário todas as atividades relacionadas com a transformação do tecido ou malha em vestuário interior ou exterior, que vão desde o *design*, a criação e o desenvolvimento dos produtos, nomeadamente as coleções, indo até à confecção e ao acabamento do produto final.

A Indústria de confecção do vestuário caracteriza-se, ao contrário da Têxtil por ser uma atividade de mão-de-obra intensiva e com baixos requisitos ao nível de investimento de capital, a grande maioria do setor localiza-se em países ainda em desenvolvimento económico, devido à mão-de-obra barata. Outras características desta Indústria são:

“[...] os baixos níveis de qualificação da mão-de-obra, a tecnologia de produção acessível, o custo moderado e por ser maioritariamente constituída por pequenas empresas de gestão familiar” (Almeida, 2017, p. 86).

As grandes mudanças que ocorreram no setor, a nível tecnológico e de comunicação, despertaram o aumento da concorrência e a redução dos preços por causa da oferta e procura elevadas.

A produção do vestuário português é tradicional, localiza-se maioritariamente na região Norte do país e detém um papel fundamental na economia nacional. Não obstante, ao nível internacional, o gigante da indústria têxtil é a China. Os produtos têxteis produzidos em Portugal, na sua maior parte são exportados para o exterior. De acordo com os dados publicados pelo INE, as exportações têxteis e vestuário do passado mês de julho 2021 representam um volume superior a 553 milhões de euros, face ao período homólogo do ano anterior. A indústria encontra-se em expansão, no entanto: o setor português continua a exportar a maior parte da sua produção para os mercados francês, dos EUA e espanhol.

O produto português é de qualidade, estando a indústria equipada para dar respostas a novos desafios do mercado. Atualmente, as empresas estão a investir na marca própria, no *design* e *marketing* dos seus produtos, a fim de elevar o seu valor no mercado.

“Estas mudanças está a criar um novo perfil empresarial, empresas orientadas para o serviço ao cliente, altamente profissionais na sua gestão, com quadros mais qualificados e com necessidades de outros em áreas mais sofisticadas” (Almeida, 2017, p. 88)⁵.

Um grande número das referidas empresas passou a comercializar a sua marca própria, a par de outras que preferiram investir na inovação tecnológica ou na especialização de atividades.

“Esta nova geração de empresas deixou de trabalhar em subcontratação básica e encara o private label como um serviço sofisticado e complexo, muitas vezes assente em coleções de grande criatividade e/ou em serviços de logística avançada, numa relação “b2b” (business to business)” (Almeida, 2017, p.88).

⁵ ALMEIDA, 2017 apud, BESSA, VAZ, 2007, p.29.

5.3. Tipos de empresas na indústria do Vestuário

5.3.1. Empresas Subcontratadas

As empresas subcontratadas, também designadas CMT (*Cut, Make and Trim* – Corte, Confeção e Acabamento), são apenas produtoras, especializadas num só tipo de produto. Garantem frequentemente a capacidade de entrega do produto. No entanto, são dependentes dos parceiros económicos, uma vez que não conseguem chegar diretamente ao mercado e ao consumidor final. Estas empresas não possuem grande margem de lucro, porque apenas vendem mão-de-obra.

5.3.2. Private Label

Empresas que trabalham em *private label*, têm design, modelagem, corte, confeção, acabamento e eventualmente logística/distribuição, com etiqueta do cliente final. Elas apresentam coleções próprias que comercializam através do *private label*, desenvolvendo modelos que chegam ao mercado com a etiqueta do cliente/marca.

“Empresas orientadas para o serviço ao cliente, altamente profissionais na sua gestão, normalmente também especializadas num tipo de produto, embora com um maior grau de adaptação das anteriores. Privilegiam-se as relações B2B (business to business), duradoras e confiáveis, muitas vezes objeto de relações contractuais. Podem obter vantagens competitivas através de “associações” estratégicas com grandes marcas internacionais.” (Almeida, 2017, p. 89).

5.3.3. Empresas com marca própria e private label

Empresas com marca própria, mas que também trabalham em *private label* proporcionam, design, modelagem, corte, confeção e acabamento com a etiqueta da marca própria ou com etiqueta do cliente final, logística/distribuição, comercialização e marketing da marca própria.

“Estas empresas possuem unidade(s) produtiva(s) e possuem uma marca própria que não toma toda a capacidade produtiva da empresa. Tendo uma capacidade produtiva excedente, recebem encomendas de outras marcas, trabalhando em *private label* ou subcontratação” (Almeida, 2017, p. 89).

Estas empresas podem, por sua vez, contratar outras através de subcontratação para produtos diferentes daqueles que produzem, a fim de complementar a coleção para a marca própria.

⁶ - **Private Label** é um tipo de terceirização da produção, em que uma empresa contrata outra para o desenvolvimento de um serviço ou produto com o seu nome. Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha].

6. Divulgação

As marcas concorrem diariamente para um lugar de destaque no seu setor de indústria e necessitam de novos produtos assim como da sua divulgação. Atualmente, os meios de divulgação como as redes sociais e os *media*, entre outros são os meios mais acessíveis e práticos. Contudo, no caso português ainda existem marcas que sentem dificuldades em divulgar os seus produtos por falta de recursos humanos e pessoal qualificado que possam atender a essas carências. A Raji não é exceção, apesar de existir no mercado há mais de cinquenta anos.

Os grandes avanços tecnológicos que surgiram no século passado refletiram-se na indústria da moda. Os meios de comunicação mudaram e afetaram a forma como a moda é comunicada e chega ao consumidor. Cobra afirma que:

“Atrair o consumidor não é tarefa fácil, é lenta e dispendiosa, considerando que, além dos custos de desenvolvimento de uma coleção (design, modelagem e produção) existem os custos para gerar lembrança e aceitação de novos produtos de moda...o sucesso depende da qualidade e do marketing”. O ciclo de vida dos produtos é cada vez mais curto, existe concorrência e produtos novos no mercado a cada dia que passa e muitas vezes os produtos lançados não são imediatamente aceites pelo público. “A fase de introdução de um produto é importante, é o primeiro contacto do produto com o público, é preciso tempo para criar confiança, fase de crescimento, fase de desenvolvimento, fase de maturidade e finalmente a fase de declínio” (Cobra, 2017, p.36)

No entanto, a moda atualmente está cada vez mais focada na sustentabilidade dos seus produtos e na sua durabilidade: os ciclos de vida dos produtos estão cada vez mais longos. Antes terminava na fase do declínio, mas agora os materiais são reaproveitados e reciclados para criar novos produtos, passando a ganhar uma nova vida e função. O ciclo circular tem como prioridade a sustentabilidade e uma elevada consciência para com o meio ambiente. No entanto, ainda existem empresas que praticam uma produção pouco sustentável e um marketing enganador, porque o caminho para uma produção inteiramente sustentável e ecológica é um processo longo.

Conclui-se, assim, que a indústria do vestuário está à procura de alcançar os mercados atuais, investindo nos meios de divulgação digital como as lojas online, a publicação em sites e páginas das redes sociais, a promoção dos produtos nas redes sociais. O papel dos *designers*, tendo de moda como de comunicação numa empresa é bastante vantajoso por consistirem num recurso humano qualificado nestas áreas.

6.1. O uso do *Portfólio* como forma de divulgação

6.1.1. *Portfólio*

O *portfólio* era apenas uma forma básica de compilar desenhos, mas tem evoluído com o passar do tempo e hoje em dia é cada vez mais desenvolvido, sofisticado e interativo.

“O *portfólio* é normalmente utilizado para organizar atividades relacionadas às artes, fotografia e publicidade, em particular para apresentação de trabalhos e trajetória profissional, já o dossiê no sentido de arquivo fotográfico ou ilustrado em parte, é constituído por um profissional da área das artes ou moda para apresentar seus trabalhos ou promover suas atividades” (*Legifrance* 2005 s.p.).

Com o avançar do tempo, passou a ganhar importância como instrumento de trabalho para profissionais da moda, da arte, como igualmente para empresas, que desejam apresentar um determinado produto. É muito mais que um dossiê para comunicar e compilar trabalhos, sendo também utilizado em candidaturas profissionais e servindo como apresentação. Pode também conter material publicitário de leitura.

“O *portfólio* é a compilação de materiais ou trabalhos desenvolvidos por um profissional ou empresa, que demonstra suas habilidades, competências, qualificações e experiências. Um portfólio pode ser usado para atrair clientes, fechar negócios, candidatar a empregos e outros fins académicos” (*Talentnetwork* 2019: s.p.).

Os *portfólios* atualmente são desenvolvidos e publicados em plataformas digitais apropriados como *Wix* e *Behance*, *Cargo Collective* e *DeviantArt*, são uma forma prática e interativa de partilha de trabalho que pode acompanhar constantemente. Também apresentam uma grande vantagem em termos de armazenamento, com a possibilidade de editar e de acrescentar trabalhos. (ver imagens 1, 2, 3 e 4).

Assim, o *portfólio* não tem apenas uma função refletiva para o seu autor, mas também se pode transformar numa plataforma pessoal de organização de trabalho. Tanto o *portfólio* físico, como o digital são necessários para a expor os trabalhos porque facilitam a comunicação. No entanto, o *portfólio* digital é mais usado pelo seu carácter prático. Muitas entrevistas de emprego são realizadas por videoconferência e hoje em dia ainda mais após a situação pandémica relacionada com a Covid 19.

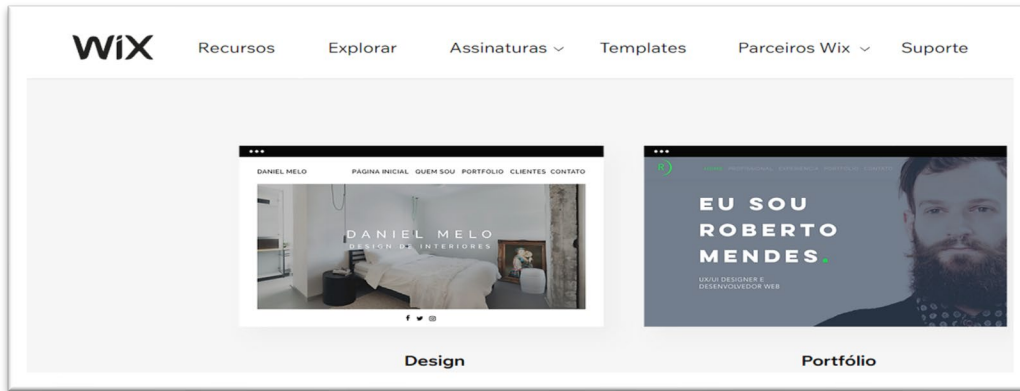


Figura 1- Exemplo se site para criar portfólio- Wix. Fonte: wix

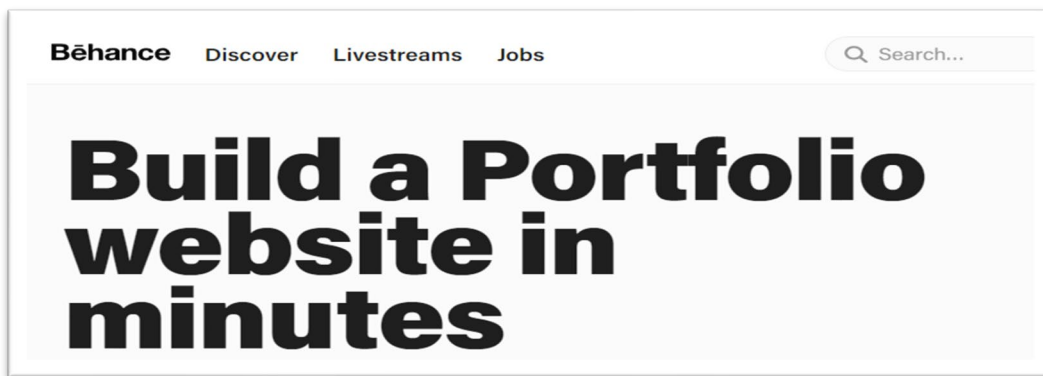


Figura 2-Exemplo de site para criar portfólio - Behance. Fonte: Behance.

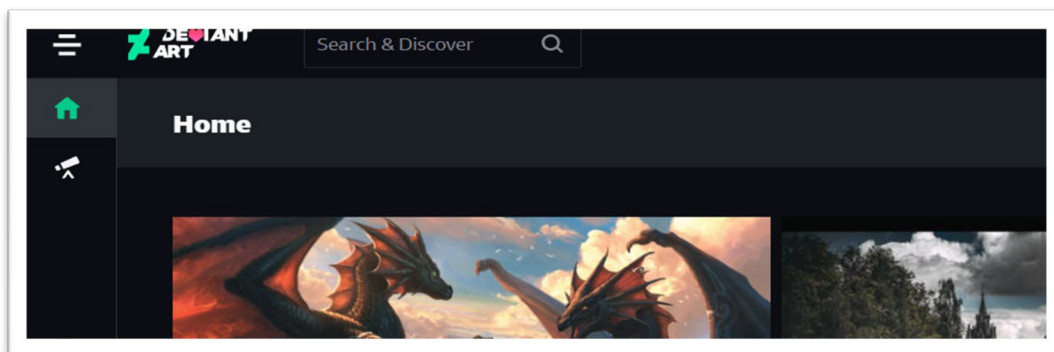


Figura 3-Exemplo de site para criar portfólio -DeviantArt. Fonte: DeviantArt.



Figura 4- Exemplo de site para criar portfólio - Cargo. Fonte: Cargo.

6.1.2. Tipos de *portfólio*

Os *portfólios* são versáteis, existindo atualmente diferentes modelos que podem ser utilizados para diversos fins e objetivos, de acordo com as necessidades do profissional e com a forma com pretende exibir o seu trabalho. As variedades de portfólio disponíveis, incluem o *portfólio* impresso (físico) e *portfólio* digital.

Ambos têm vantagens e desempenham a sua função, o *portfólio* impresso impressiona e oferece a vantagem do tato, por isso os trabalhos apresentados devem ser de boa qualidade e apelativos. (ver imagem 5 e 6).

No caso dos portfólios digitais, uma grande vantagem é serem construídos de forma fácil, com baixo custo e poderem ser transportados e partilhados com extrema facilidade. Os *portfólios* digitais podem ser organizados de formas diferentes como por exemplo, PDF; plataformas online próprias, entre outros. (ver imagem 7).



Figura 5- Exemplo de portfólio impresso. Fonte: blog- carteiro de alfaces.



Figura 6- Exemplo de portfólio impresso. Fonte: blog- Neil Patel.

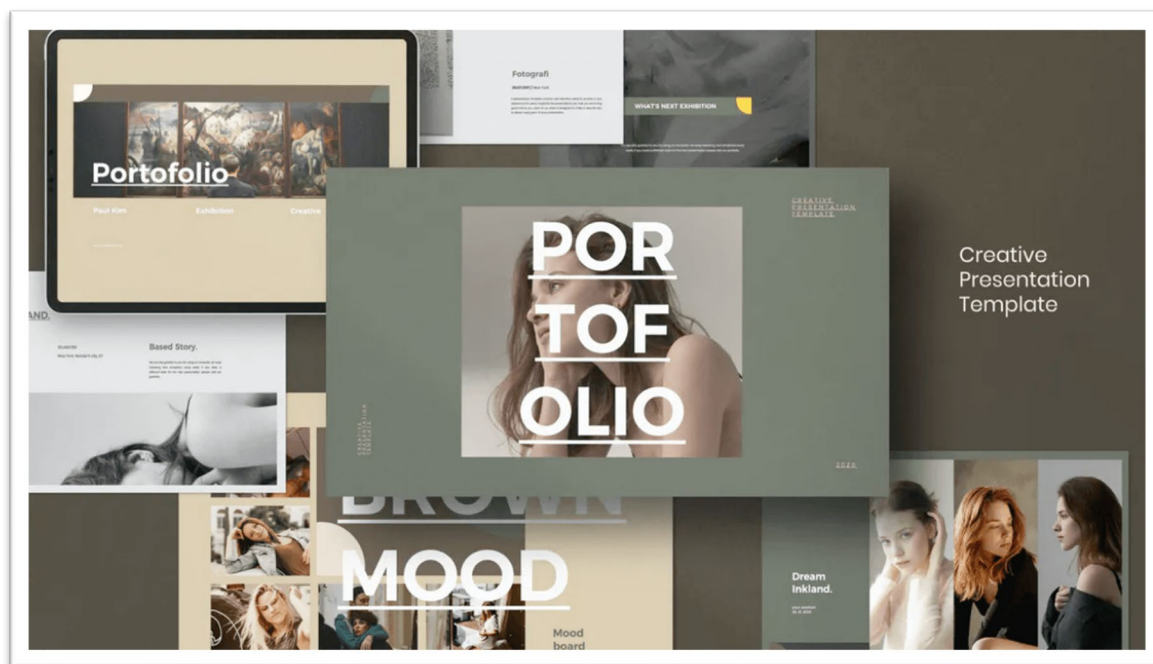


Figura 7- Exemplo de portfólio digital. Fonte: blog-Criar Portfólio.

6.1.3. Vantagens do portfólio

Todas as empresas possuem um conjunto de programas. Os projetos que fazem parte do seu repertório, mas também implementam e desenvolvem novos produtos, adicionando melhorias em alguns processos com o objetivo de aumentar os seus resultados.

O gestor de *portfólio* tem como responsabilidade a supervisão de todos os projetos realizados, assim como os projetos novos ou o arquivamento dos projetos concluídos.

A boa gestão dos *portfólios* a nível empresarial é benéfica e tem vantagens. Antes de mais, a organização destes produz um conjunto visual de informações e compilação de todos os projetos que a empresa já desenvolveu e que estão a decorrer. Todos esses dados, uma vez organizados, são fundamentais para tomar decisões mais eficazes na produção dos produtos e minimizar erros. O planeamento torna-se vantajoso para avaliação de novos projetos e auxilia na avaliação dos produtos mais vendidos.

6.1.4. *Portfólio* dos produtos de uma confeção

O *portfólio* de projetos é fundamental em qualquer empresa do setor têxtil, assim como nas artes. O setor da indústria têxtil trabalha muito com contextos visuais como imagens, desenhos, cores e textos, todos esses elementos são essenciais para explicar, demonstrar e reproduzir um produto.

Numa confeção para se fazer a reprodução exata de um produto é importante existir arquivo e relato visual ou textual sobre os aspetos e detalhes de um produto, que pode ser representado por desenho ou fotografia. Muitas empresas de confeção possuem arquivos de todos os seus produtos, com todo o detalhe e especificações para a produção e reprodução.

Assim como o arquivo de projetos é uma grande vantagem na gestão dos projetos, porque possibilita o controle dos produtos mais vendidos e também detém dados que facilitam na gestão do stock de matéria-prima, o portfólio físico ou digital pode facilitar no processo de contato com o cliente.

O uso do *portfólio* pode contribuir para a divulgação dos produtos de uma confeção de vestuário, porque apresenta os produtos ⁷*standard* do tipo de vestuário produzido e também os serviços que a empresa realiza. Torna-se prático para a empresa e para o cliente, porque é de rápido acesso e de baixo custo, em comparação com a publicidade.

⁷ **Standard**- Que é conforme a uma norma de fabricação, a um modelo, a um tipo, a um padrão ou a uma marca. Modelo padrão. Fonte: Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha].

Capítulo II

7. Estágio na empresa Raji

7.1. A empresa Raji

A Raji Sociedade Comercial de Confeções foi fundada na cidade de Castelo Branco em 1971. Em 1985, mudou-se para a Zona Industrial da mesma cidade, onde se encontra a laborar até aos dias de hoje.

A mesma sociedade foi inicialmente fundada por quatro sócios, mas é atualmente dirigida pelo fundador Rui Rovisco e a sua filha a sócia-gerente engenheira Isabel Rovisco.

A Raji é uma empresa de confeção em série diversificada, com marca própria, mas que também trabalha em *private label*. É especializada no fabrico de parkas e anoraques de senhora, fazendo também parte da sua gama de produtos todo o tipo de *Coorporative Wear*, desde os uniformes colegiais às fardas de trabalho das várias áreas como restauração, saúde, hotelaria, entre outras.

Com um processo produtivo que proporciona serviços desde design, corte, confeção, embalagem e distribuição, a empresa assume com os seus clientes o compromisso de um serviço de excelência, em termos de qualidade e prazos de entrega.



Figura 8- Logotipo Raji- fonte autor.



Figura 9- Fachada frontal Raji- fonte autor.

7.2. Estrutura Organizativa da Raji

A empresa está organizada estruturalmente de forma hierárquica vertical, onde o quadro administrativo é composto pelos dois gerentes da empresa, Rui Rovisco e Isabel Rovisco. A administração garante o bom funcionamento da empresa, bem como o sucesso com a colaboração da equipa.

As instalações da Raji estão divididas em setores; na parte superior encontra-se a secção administrativa, o escritório da Direção, Gabinete Técnico e de Design, na parte inferior a secção do corte, linha de produção e acabamentos, cuidado do vestuário (ferro, fiscalização) e logística (embalagem e distribuição) (ver tabela 2).

No departamento técnico (DT), encontra-se o centro da parte produtiva da empresa, que colabora com os outros departamentos na resolução de problemas, decisão das metodologias a serem adotadas em cada produção, para que o produto final seja de qualidade e a um bom preço. No departamento técnico existem outras organizações e funções que são desenvolvidas. Na Raji, atualmente o DT é composto pela sócia-gerente engenheira Isabel Rovisco e pela Estagiária.

Nesse sentido, a Estagiária desempenhou funções no Gabinete Técnico, tendo como funções específicas:

- Desenvolvimento de produtos (novos modelos)
- Modelagem assistida por computador
- Planeamento de produção
- Seleção dos materiais a usar no processo de fabrico
- Elaboração de fichas técnicas dos produtos
- Gestão de *stocks*
- Organização do inventário mensal
- Elaboração de etiquetas
- Participação no controlo de qualidade

O departamento da produção é também subdividido noutras áreas, mas depende das ordens provenientes do departamento técnico. As fichas técnicas; as datas e organização da produção previamente feitos pelo DT, são executados pelo DP. Neste setor existem também etapas para a produção.

A produção inicia-se no corte e na termocolagem, nestas mesmas seções assegura-se a existência de tecidos, entretelas, forros, ou seja, todas as matérias necessárias para a produção. Certifica-se o cumprimento das fichas técnicas; estender o tecido de acordo com as ordens dadas; corte do tecido e outros materiais; colagem de alguns componentes; distribuição das peças para a zona da linha de confeção; também se garante a limpeza da seção.

Na zona de confeção e acabamentos, as operações de cada colaborador são executadas de acordo com as diretrizes das fichas técnicas. O responsável da linha de produção, organiza a distribuição de tarefas pelos operadores e informa sobre as produções em conformidade com as metas estabelecidas para o tipo de produto em causa.

No controlo e fiscalização, é avaliada a qualidade do produto, nomeadamente defeitos no tecido, acabamentos, defeitos de confeção, etc., separados por tamanho e referência. As encomendas são executadas individualmente, de acordo com as ordens provenientes do DT, de forma a cumprir os prazos de entrega e expedidos para o cliente.

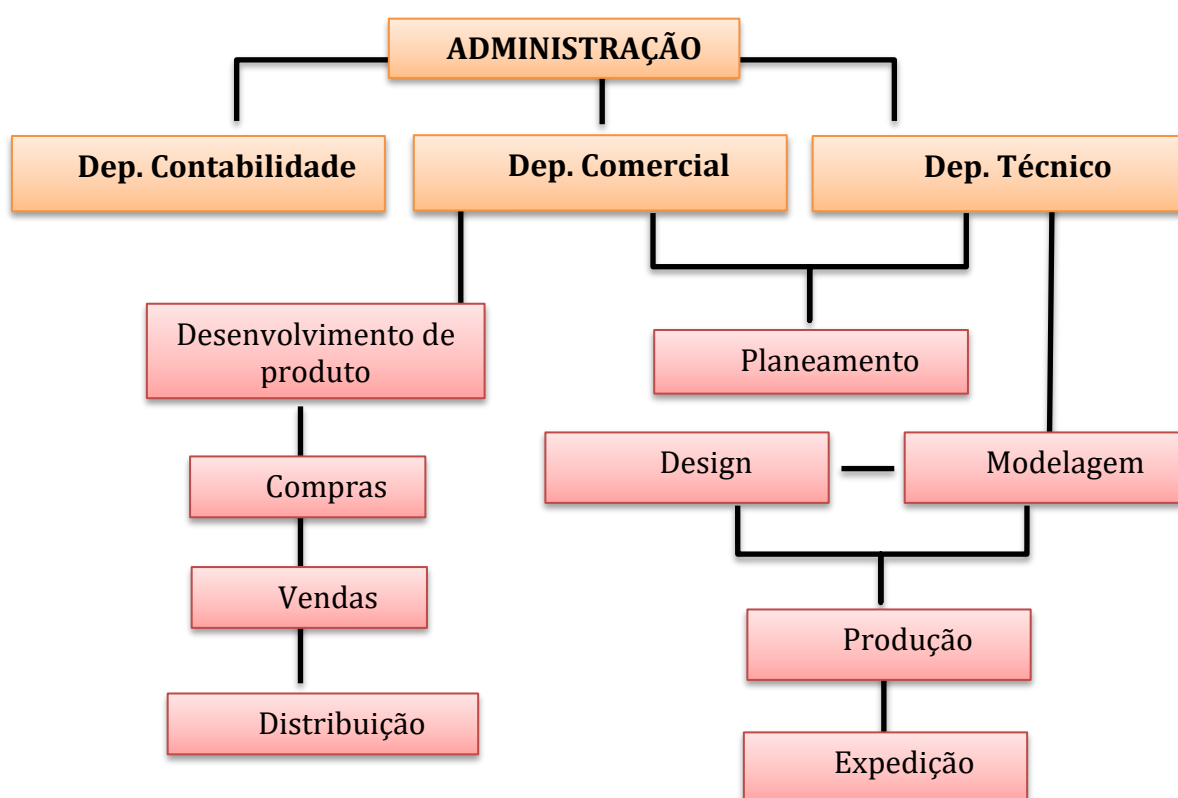


Tabela 2- Organograma da Empresa Raji- fonte: autor.

7.3. Público-alvo da Raji

A empresa Raji ao longo dos tempos teve alterações e crescimento a nível da gama de produtos que tem vindo a produzir, o seu público-alvo também foi sofrendo mudanças e alargado; atualmente possui um público diversificado.

O seu público-alvo abrange todas as idades desde crianças em idade pré-escolar até jovens adultos em idade escolar, adultos e funcionários de todo o tipo de instituição que usem fardamentos. A gama de coleção de senhora tem como público-alvo principalmente mulheres com idades entre os 40 aos 70, trabalhadoras ou reformadas.

A gama de produtos para idade pré-escolar consiste na produção de Bibes para infantário. Relativamente ao público-alvo de Crianças com idades situadas entre os 2 e os 12 anos, frequentando infantários, escolas e colégios privados, o look diário é o uniforme definido pela escola. O seu vestuário é versátil e resistente, podendo ser composto por bibes, batas ou conjunto de calça /saia, camisa, blazer e gravata. O jovem estudante de colégio ou instituição privada, com idades entre os 14 e os 18 anos, possui um look diário que é o uniforme definido pela escola, sendo o seu vestuário muitas vezes composto por conjunto de calça/saia, camisa, blazer, gravata, casacos e calções.

A gama de produtos para adulto assenta no vestuário corporativo, fardas profissionais para pequenas, médias e grandes empresas, para uma vasta gama de profissões. Os artigos da marca própria Raji como casacos, parkas e anoraques são direcionados para o público-alvo sénior, Homem ou Senhora, com idades a partir dos 40 anos.



Figura 10- Imagem ilustrativa de público-alvo dos 2 a 12 anos -Fonte: autor



Figura 11-Imagem ilustrativa de público-alvo dos 12 a 18 anos. Fonte: autor.



Figura 12-Imagem ilustrativa de público-alvo sénior -Fonte: autor.



Figura 13-Imagem ilustrativa de público-alvo- fardas. Fonte: autor.

7.4. Métodos de trabalho

O desenvolvimento das coleções de marca própria ou para outras marcas são processados de formas diferentes. É um trabalho sistemático que requer uma abordagem de trabalho em equipa.

Na Raji, a produção de uma coleção da marca própria é dividida por etapas e fases. Inicialmente é determinada a estação da coleção, objetivo sazonal, sendo neste caso específico a estação o inverno 2020. Ao definir-se o objetivo sazonal é determinado o número de modelos a produzir, o número de cores e tipos de modelo (casaco comprido, saia ou calça); o orçamento disponível para a coleção, o preço médio por modelo e calendarização.

Na empresa, estes objetivos são definidos pelo departamento técnico e comercial, a empresa possui parceria com lojas multimarcas para venda dos produtos, através dos vendedores que têm contato direto com os clientes. É possível determinar as quantidades e os produtos mais procurados. Depois de os objetivos estarem assentes, o projeto passa para a fase de *design*.

Nesta fase é elaborado o tema da coleção, com auxílio de visitas a feiras internacionais (Première Vision e Texworld) e pesquisa de tendências ou inspirações em revistas e catálogos de tendências do departamento de moda. Com base no tema, são elaborados croquis, escolha de cores e procura dos tecidos. Após a elaboração dos croquis, são selecionados alguns para a fase de prototipagem. Frequentemente, os desenhos não se adequam à produção pelo que é necessário analisar a forma como se vai produzir, tendo em conta o tipo de material, os acessórios e as máquinas da empresa. O primeiro protótipo é essencial para a estimativa de custos de produção a cronometragem da peça, a qualidade e funcionalidade das peças.

A primeira peça piloto é alvo de alterações e ajustes, que se vão refletir na modelagem e novamente a uma avaliação final, antes de passar para a produção em massa. O processo de aprovação passa pelo departamento técnico e de *design*.

Em seguida, é estimado o custo dos artigos. Toda a informação é reunida numa ficha técnica de custos e gastos. Durante todo o processo são registados os detalhes da produção como, consumo de matéria-prima, aviamentos, o tempo, o tipo e a quantidade de operações, de acordo com o fluxo da linha de produção. Todos esses detalhes são especificados na ficha que é sempre acompanhada por uma amostra. O decorrer da produção é controlado pelo chefe de linha. O preço de venda corresponde ao cálculo da matéria-prima (consumos), custo de produção (mão de obra, material, energia); gastos da estrutura da empresa (criação, comercialização, gestão e distribuição) e lucro.

A coleção é apresentada aos clientes pelos vendedores. Depois das vendas realizadas, são reunidos os consumos necessários e feitas as encomendas aos fornecedores de matéria-prima e acessórios.

É então realizado o planeamento da produção da coleção. Normalmente, entre a apresentação da coleção e a entrega das encomendas aos clientes, distam seis meses.

7.5. Atividades desenvolvidas em estágio

Projetos Realizados no Período de Estágio			
	Projeto principal	Outros Projetos e Atividades	MESES
1º trimestre	Projeto coleção inverno 2020	Aprender a usar as ferramentas do programa de desenho	Out.
		Aprender a transferir e graduar os moldes	Nov.
		Fazer planeamento de corte e ordem de corte	Dez.
		Desenvolvimento de coleção inverno 2020	
		Fase de protótipos e produção coleção inverno 2020	Jan.
		Desenvolvimento do novo bolso calça Hijas Caridade	
		Desenvolvimento da saia calção Novas School	
2º trimestre	Projeto casacos Madre Dios	Desenvolvimento projeto Madre Dios	Fev.
		Fases de amostras do projeto Madre Dios	Mar.
		Produção Madre Dios,	Abr.
		Projeto Bibes infantil.	
3º trimestre	Projeto Augustinas	Desenvolvimento do projeto Augustinas	Mai.
		Fase de protótipos Augustinas	Jun.
		Fichas técnicas dos produtos mais vendidos	Jul.

Tabela 3- Tabela atividades em estágio - fonte: autor.

8. Projetos realizados

8.1. Projeto coleção inverno 2020

No início do estágio, depois do reconhecimento do espaço, a observação dos projetos realizados, o sistema de produção e as funções a desempenhar ao longo dos meses, o primeiro projeto atribuído à Estagiária consistiu no projeto coleção de inverno 2020.

As primeiras semanas foram dedicadas à aprendizagem das ferramentas essenciais do programa *Accumark* da *Gerber Technology*. As semanas seguintes do primeiro mês foram essencialmente despendidas na procura e desenvolvimento de painéis de inspiração para a coleção.

A Estagiária desenhou dezassete propostas de modelo de casacos e anoraques para Homem e Senhora para a coleção, tendo sido submetidas a uma seleção. Em seguida, foi feita a seleção dos tecidos (tecido em lã para casacos e tecidos de algodão/poliéster para anoraques). Foram, ainda, selecionadas cores para Homem e para Senhora.

Desenvolveu-se a modelagem, planeou-se a ordem de corte e foram produzidas as primeiras amostras. Estas ainda sofreram algumas alterações no molde até à fase final de aprovação.

No final, foram produzidos para cada modelo cinco peças, no total de sessenta peças, sendo trinta de Homem e trinta de Senhora.



Figura 14- Painel de inspiração senhora: fonte- autor.



Figura 15- Painel de inspiração homem: fonte- autor

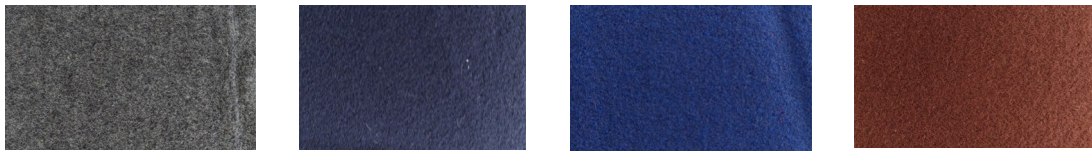


Tabela 4- Cores selecionados casaco homem



Tabela 5-- Cores selecionados casaco senhora

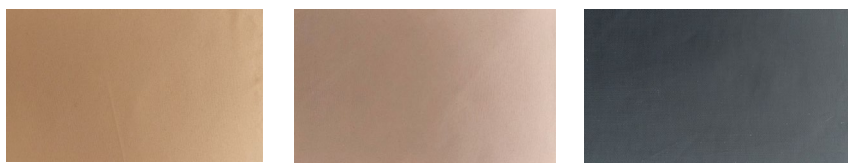


Tabela 6- Cores selecionados para anoraques.

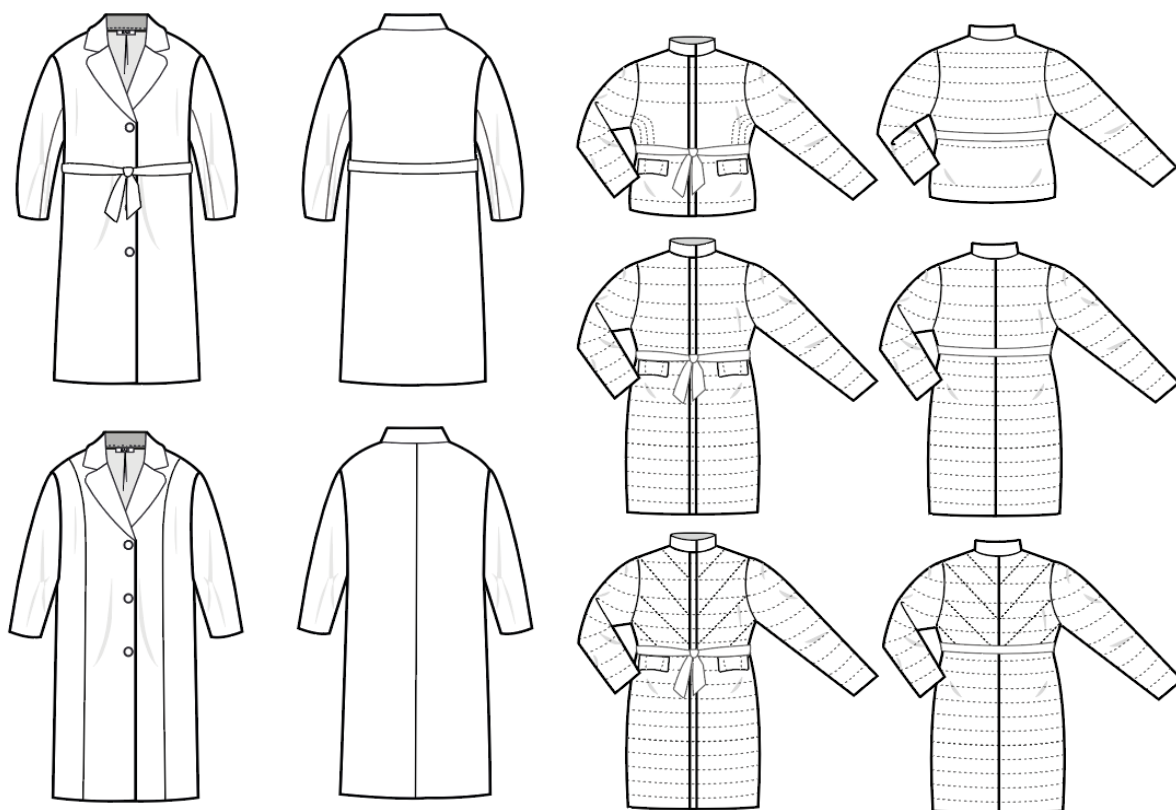


Figura 16-Propostas de modelos para senhora- Fonte autor.



Figura 17-Propostas de modelos selecionados Homem- Fonte: autor



Figura 18-proposta de cores para os modelos escolhidos- Senhora.



Figura 19- Proposta de cores para os modelos escolhidos-Homens e Senhora

8.2. Fases de produção de uma coleção

A Raji produz casacos de lã e anoraques, sendo que a produção de uma coleção a nível industrial apresenta algumas diferenças em relação ao atelier de design, pois é feita por fases que requerem um trabalho diário de equipa.

A primeira fase é a do *design* com procura de inspirações e tendências para a coleção. De seguida, procede-se à escolha das matérias-primas, a cargo do departamento técnico, sendo esta seleção fundamental, como já foi mencionado. Nesta fase são igualmente escolhidos os aviamentos e as cores.

Segue-se a conceção dos moldes em papel, sendo depois transferidos para o computador através da mesa digitalizadora para o programa *Accumark* da *Gerber Technology*, onde se faz a gradação das peças de acordo com tabelas de medidas.

De seguida, passamos à fase do planeamento de corte que engloba os seguintes procedimentos:

- Elaboração da ordem de corte e respetivo desdobramento, levando em conta o agrupamento dos tamanhos que permitem a obtenção de bons rendimentos/pouco desperdício
- Realização das marcadas, ou seja, o estudo do encaixe por forma a minimizar os consumos de matérias-primas; esta fase é muito importante porque os consumos determinam o preço final da peça de vestuário.
- Emissão dos planos de corte para papel à escala real, para um *ploter*.
- Elaboração das etiquetas de composição

Entretanto o que se considera a produção propriamente dita inicia-se. Após os planos estarem impressos são levados para a zona do corte. Então, os tecidos e outros materiais que compõem o modelo são cortados, de acordo com a ordem de corte. O corte pode ser manual (caso seja só uma folha), com tesouras elétricas verticais ou circulares ou serra fita. Logo em seguida, é feita a etiquetagem ou marcações dos moldes cortados (peça a peça) para facilitar depois na costura e na termocolagem das partes que levam entretela. Segue-se a linha de produção e acabamentos.

A parte final consiste na passagem a ferro, fiscalização, etiquetagem exterior, e embalagem das peças. (ver figuras seguintes).

Na Raji, o *designer* não é somente responsável pelo *design* do vestuário, tendo por vezes também a seu cargo outras funções, como é o caso de arranjar soluções para problemas de projetos; criação de novas etiquetas; realização de planeamento de corte, entre outros.

A marca presta uma gama variada de serviços ao cliente, que pode incluir design de novos produtos, resolução de problemas de funcionalidade, produção de peças exclusivas (tamanhos especiais) entre outros. A estagiária teve oportunidade de experienciar e participar em algumas dessas tarefas. O mais comum, é a encomenda de tamanhos especiais, onde os clientes propõem a alteração das medidas base (tabela de medida padrão) para medidas de um cliente específico. Estes serviços são exclusivos para clientes que se denominam “da casa”, por serem serviços morosos.

No entanto também é comum surgirem pedidos para solucionar problemas funcionais dos produtos já existentes e criar novas formas ou novos produtos, de acordo com a encomenda do cliente.

Figura 26- Fase de estendimento dos moldes- Fonte: autor.



Figura 27- Fase de corte- Fonte: autor



Figura 28- Fase de marcação das peças- Fonte: autor.



Figura 29- fase de termocolagem- Fonte: autor.

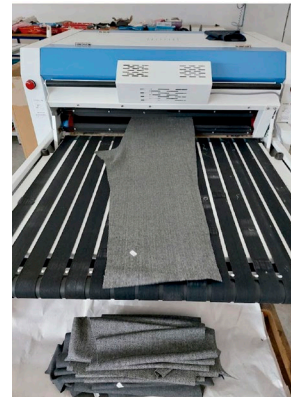


Figura 30- Fase de produção- Fonte autor.

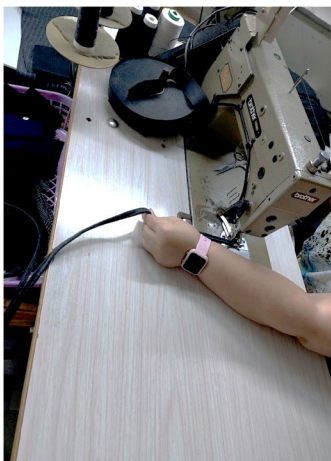
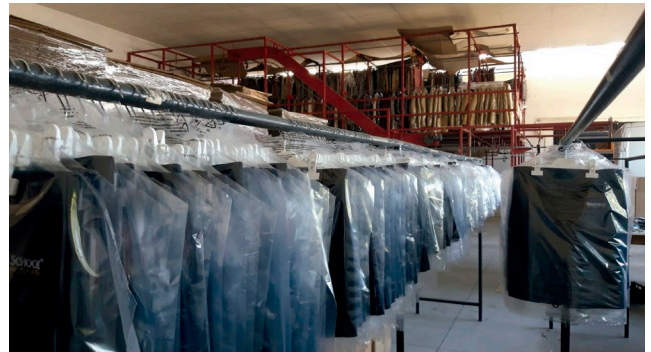


Figura 31- Embalagem -Fonte: autor.



8.3. Etiquetagem dos produtos

Todas as etiquetas são produzidas na empresa, no DT, de acordo com a norma de composição e lavagem, A norma ISO 3758 é um sistema de símbolos destinados a usar na marcação de artigos têxteis, que fornecem aos consumidores informação sobre os tratamentos domésticos mais adequados para lavar, secar ou limpar, de forma doméstica, os seus artigos têxteis. As etiquetas são produzidas em idiomas diferentes, um código que as identifica, a composição das matérias-primas em percentagem, o tamanho da peça, símbolos das lavagens, o país de origem e código do produtor. (ver. Fig. 32)

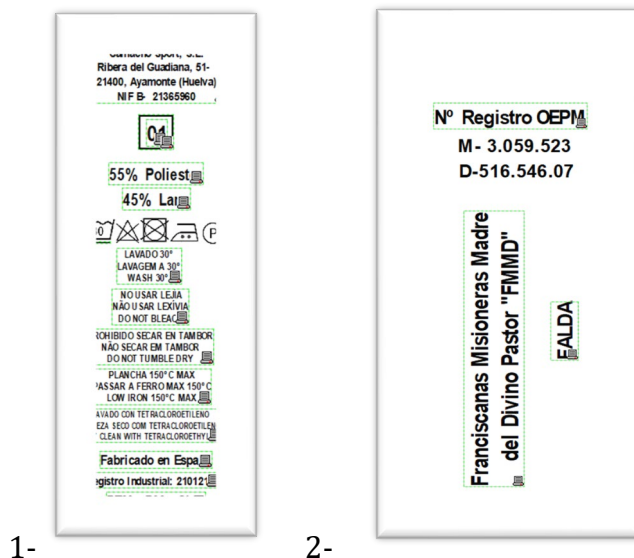


Figura 32- Exemplo de etiquetas- 1-Composição; 2- Registo: Fonte- autor.

Os símbolos de lavagem e conservação do produto ou sistema de conservação, apresentam informação correta sobre tratamento dos têxteis para evitar danos nas lavagens. (ver fig. 33).

		LAVAGEM	BRANQUEAMENTO	SECAGEM EM TAMBOR	PASSAGEM A FERRO	LIMPEZA PROFISSIONAL			
	Programa Normal		Todos os tipos de branqueamento		Temperatura normal		Máx. 200°C		Limpeza a seco com percloroetileno ou produtos petrolíferos
	Programa Normal		Só é permitido o branqueamento com produtos de branqueamento à base de oxigénio (interditos os produtos à base de cloro)		Temperatura moderada		Máx. 150°C		Programa moderado
	Programa Moderado		Interdito qualquer tipo de branqueamento		Não secar em tambor		Máx. 110°C		Somente Produtos petrolíferos
	Programa Normal						Não passar a ferro		

Figura 33- Símbolos de lavagem- Fonte: Raji- (Anivec, Ginetex).



Figura 34- Modelo final coleção 2020- protótipo 1 senhora- Fonte: autor.



Figura 35- Modelo final coleção 2020- Protótipo 2 senhora- Fonte: autor.



Figura 36- Modelos finais da coleção 2020- protótipos 1 homem- Fonte: autor

8.4. Projeto Calça *Hijas Caridad*

No caso do bolso das calças *Hijas Caridad*, foi proposto alterar a forma do bolso, mas sem alterar o *design* da calça. O bolso existente não tinha qualquer carácter funcional para encaixar a mão, pois tendia a rasgar com facilidade. A Estagiária estudou novas soluções práticas para este caso e realizou diferentes propostas, das quais foi selecionada uma pelo cliente.

O modelo foi assim alterado; o encaixe do bolso passou a ter dois moldes diferentes um confeccionado no tecido poliéster /algodão cinzento e o outro molde no tecido com logotipo da marca (ver imagens a seguir)

Foi também desenvolvida uma nova ficha técnica para a produção da calça com os novos detalhes do produto e dos materiais necessários para a sua confeção. (ver ficha técnica no ponto 8.5).

Alteração do bolso:

O tecido do logo azul está cosido no encaixe e na lateral. A zona do encaixe do bolso tem tendência a rasgar e prende a mão.

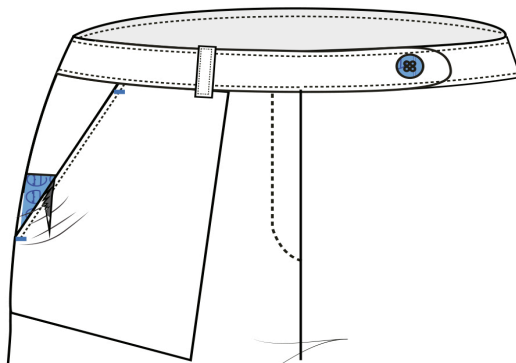


Figura 37- Modelo da calça original com logo na lateral- Fonte: autor

Desenvolvimento de novas propostas para o tecido com logo.

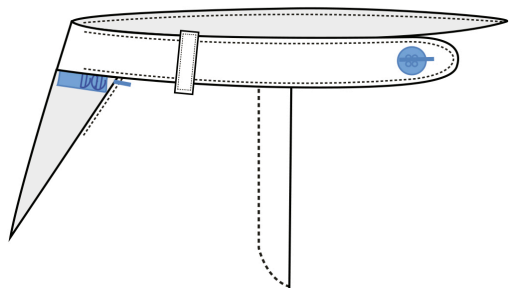
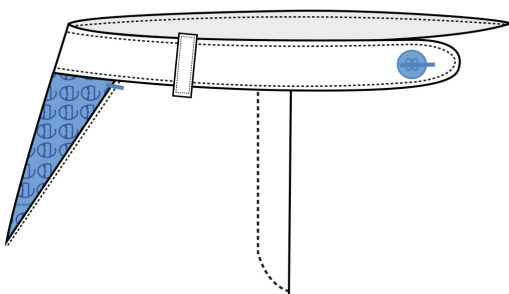
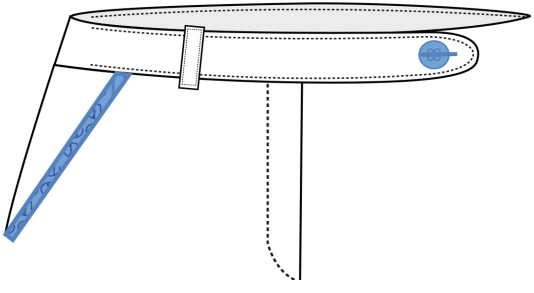
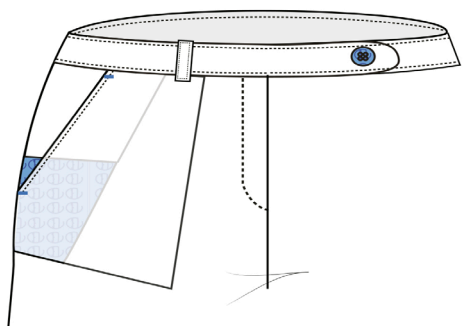
 <p>Proposta 1- usar o tecido do logotipo como se fosse um vivo no cinto da calça.</p>	 <p>Proposta 2- passar a confeccionar todo o encaixe do bolso com o tecido do logo.</p>
 <p>Proposta 3- usar o tecido do logo como vivo na abertura do bolso de boca.</p>	 <p>Proposta 4- dividir o molde do encaixe do bolso em dois moldes. O molde de baixo será confeccionado no tecido azul do logo e o molde de cima no tecido cinzento. A frente mante-se intacta e cose por cima do encaixe do bolso, visualmente é igual ao modelo original.</p>

Tabela 7- Propostas idealizadas para a calça Hijas Caridade - Fonte autor.

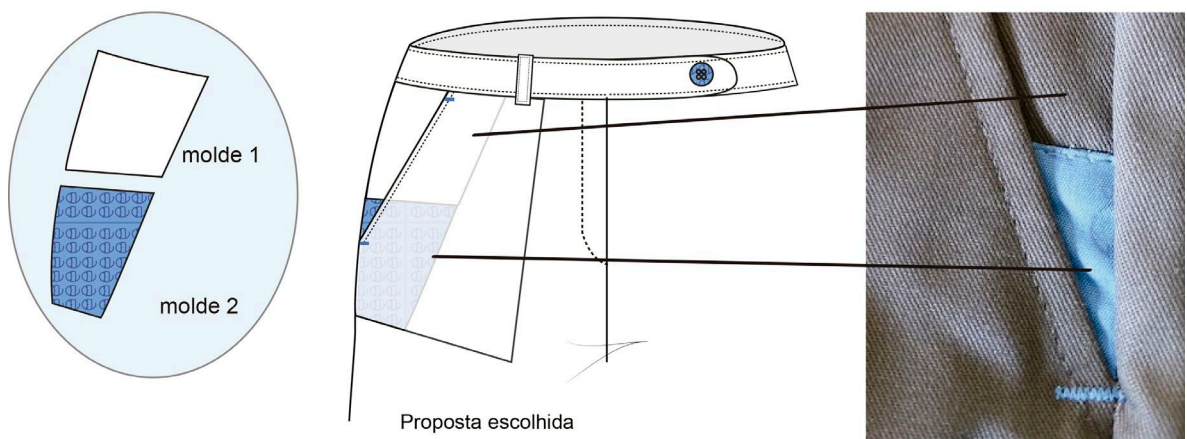


Figura 38- Proposta escolhida- fonte: autor.



Figura 39- Proposta escolhida e resultado final- Fonte: autor.



Figura 40- Amostra final da calça com as alterações-Fonte: autor

8.5. Ficha Técnica calça Hijas Caridade

Raji Sociedade Comercial de Confeções, LDA.

COLÉGIOS

DATA: 05/04/2021

IDENTIFICAÇÃO DO MODELO

Colégio: *Hijas Caridad*

Artigo: *Calça de rapaz*

Modelo: 1338

Descrição

Calça confeccionada em tecido Poliéster/Algodão com dois bolsos de faca dianteiros e pormenor do logotipo; tem carcela pespontada a 25 mm; 2 pinças no traseiro; 1 bolso de 1 vivo no traseiro direito, com casa e botão e pesponto 1 mm a toda a volta; 2 passadores no dianteiro e 3 no traseiro; cinto com elástico caseado e pespontado a 1mm a toda a volta; botão personalizado; etiqueta de nome na lateral esquerda; bordado azul no dianteiro direito.

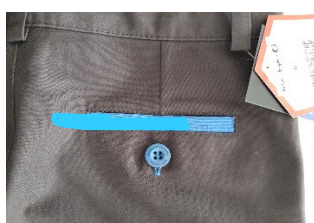
Dianteiro



Traseiro



Bolso faca com semi-encaixe em tecido azul com logo H. caridad, com duas moscas a azul



Observações:

Modelagem Raji com base na tabela de medidas Winner.

APRESENTAÇÃO

Etiquetagem e embalagem

Calça dobrada em bolsa de plástico.

Etiqueta de cartão com etiqueta de código de barras no verso + etiqueta de cartão easy-care;

Etiqueta autocolante colorida de tamanho e etiqueta código de barras autocolante.



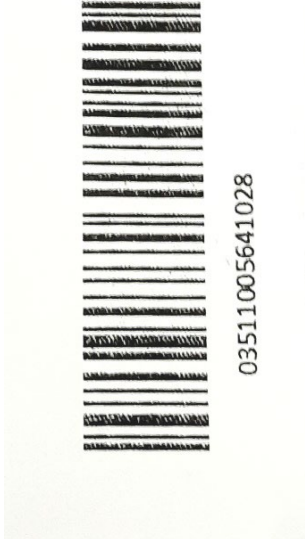
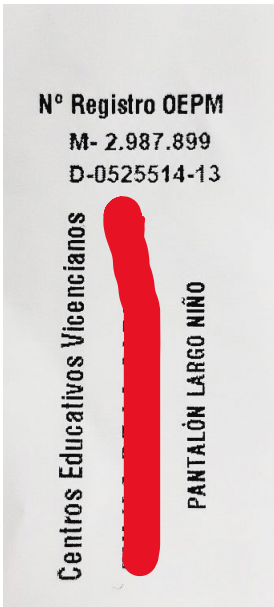

ETIQUETAGEM CMC



APLICAÇÃO DAS ETIQUETAS

1. Etiqueta tecida de marca
2. Etiqueta de composição
3. Etiqueta de código de barras
4. Etiqueta de registo patente
5. Etiqueta tecida de tamanho vermelha



Etiqueta de Composição Código 05	Etiqueta de código de barras	Etiqueta de registo patente Código 0	Etiquetas tecidas
			<p data-bbox="1177 972 1337 1039">Etiqueta de marca</p>  <p data-bbox="1193 1361 1321 1473">Etiqu. tecida de tamanho</p> 

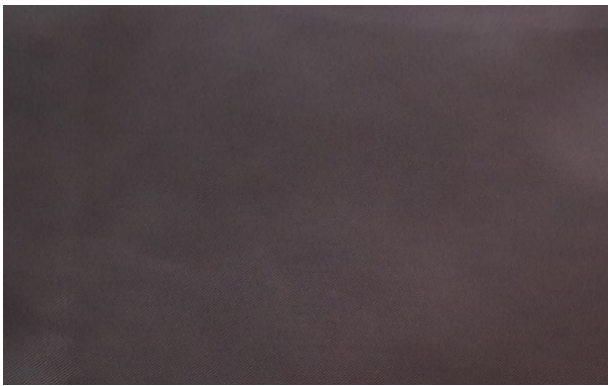












IDENTIFICAÇÃO DO TECIDO			
Fornecedor: Cliente	REF. RAJI Ref. 37	Composição 65% Poliéster 35 % Algodão	Largura útil 158 cm
Ref. Fornecedor: Ontário LP acabamento 1JOS5 cor cinzento - 25891		Gramagem: 245 g / m2	Preço 0,00 €
e-mail fornecedor: emaildofornecedor.pt			
		Amostra de tecido principal	
			
Fornecedor: Cliente	REF. RAJI Ref. 78	Composição 65% Poliéster 35 % Algodão	Largura útil 156. cm
Ref. Fornecedor: Popelina estampada com logo		Gramagem:	Preço 0,00€
		Amostra de tecido contraste	
			

Tabela de Aviamentos					
Designação	Referencia	Fornecedor	Imagem	Email Fornecedor	Preço
Pano de bolso	pol/alg P/A100 cru 150 cm	NOME DO FORNECEDOR		emaildofornecedor.pt	0.00€
Entretela Vieseline de 90 cm	2104 cor 10/4	NOME DO FORNECEDOR		emaildofornecedor.pt	0.00€
Entretela cortada cinzento 90 mm	3013 - Cor 10				0.00€
Botão personalizado (Azul-celeste) Tº 15	2645	NOME DO FORNECEDOR		emaildofornecedor.pt	0.00€
Botão transparente Tamº 13	999				0.00€
Fita Fecho espiral 4mm	Cor 156	NOME DO FORNECEDOR		emaildofornecedor.pt	0.00€
Cursor	Acabamento V7				0.00€
Linha de costura	Petic Nm 120 Cor 57 (cone branco)	NOME DO FORNECEDOR		emaildofornecedor.pt	0.00€
Linha costura para casas, mosca e botão	Petic Nm 120 cor 189 (azul) (cone branco)				0.00€
Linha de costura para cintos e costuras laterais	Petic Nm 80 cor 57 (cone preto ou rosa)				0.00€
Elástico caseado	Cinzento-escuro de 15 mm	NOME DO FORNECEDOR		emaildofornecedor.pt	0.00€






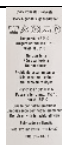

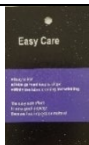




Etiqueta tecida de marca	ETT01 86 mm x 40 mm	NOME DO FORNECEDOR		emaildofornecedor.pt	0.00€
Etiqueta tecida de tamanho	ETT01 40 mm x 10 mm				0.00€
Etiqueta de cartão de marca	ECC 2018				0.00€
Etiqu. autocolante colorida de tamanho	ETAL02T				0.00€
Etiqueta Tecida lateral	ETTL21				0.00€
Etiqu. Composição 65% Poliéster 35 % Viscose	Código 05	NOME DO FORNECEDOR			0.00€
Bordado HIJAS CARIDAD	90859.00 43.4*45.5 mm	NOME DO FORNECEDOR		emaildofornecedor.pt	0.00€
Etiqu. Cartão Easy-Care para tecidos Pol/Alg.	50x80 mm cartolina couché 300g duas cores	NOME DO FORNECEDOR		emaildofornecedor.pt	0.00€
Etiqu.codig. barras		NOME DO FORNECEDOR		emaildofornecedor.pt	0.00€
Etiqu. autocolante de preço					0.00€
Etiqueta autocolante código de barras					0.00€
Bolsa de Plástico transparente	PP B/A 300x360+80 Pala adesiva x 0,04 Warning 2 + 0	NOME DO FORNECEDOR		emaildofornecedor.pt	0.00€

TABELA DE CONSUMOS

Tamanho	0	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30
Tecido	0,45	0,48	0,48 8	0,70	0,72	0,75	0,75	1,10	1,12	1,13	1,13	1,30	1,30	1,30	1,35	1,35
Popelina azul	0,03	0,03	0,03 3	0,04	0,04	0,04	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	
Pano de bolso	0,12	0,13	0,13 3	0,14	0,15	0,15	0,15	0,18	0,18	0,18	0,18	0,22	0,22	0,22	0,22	
Entretela	0,03	0,04	0,04 4	0,05	0,05	0,06	0,06	0,07	0,07	0,08	0,08	0,09	0,09	0,09	0,10	
Banda perfurada	0,61	0,63	0,63 5	0,69	0,73	0,77	0,81	0,85	0,91	0,97	1,01	1,05	1,09	1,13	1,17	
Fita fecho	0,12	0,12	0,12 2	0,13	0,14	0,15	0,16	0,17	0,18	0,19	0,19	0,20	0,20	0,21	0,21	
Cursores	1															
Botão Tº. 15 azul personalizado	2															
Botão Tº. 12	2															
Elástico caseado 15 mm	0,39	0,41	0,41 3	0,46	0,49	0,51	0,55	0,58	0,62	0,64	0,66	0,68	0,70	0,72	0,74	
Etq. Tecida Camacho	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Etq. tecida de tamanho	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Etiqueta tecida lateral	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Etq. de composição	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Etq. código de barras	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Etq. registo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Etiqueta auto. colorida de tamanho	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Etq. Autoco. Cód. barras	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Etq. cartão CMC	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Etq. de preço	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Etq. cartão Easy - Care	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Bolsa de plástico	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

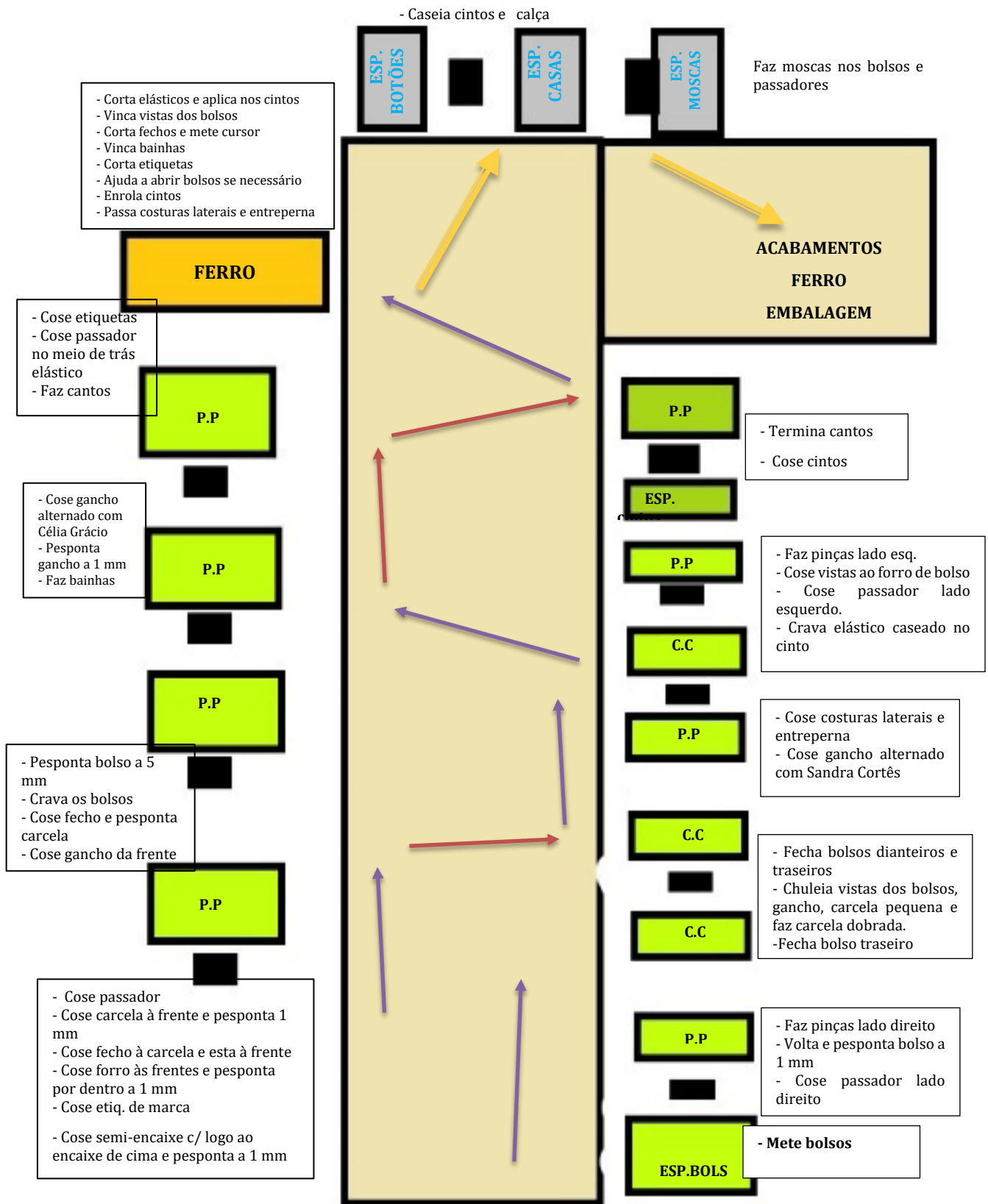
GAMA DE OPERAÇÕES
Cortar etiquetas
Cortar o elástico caseado
Casear cinto
Pregar botões no cinto
Aplicar o elástico no cinto
Orlar gancho da frente e de trás; orlar carcelas e vistas dos bolsos
Coser vistas ao forro de bolso
Coser passadores nas frentes
Coser etiqueta de marca
Coser fecho à carcela e esta à frente
Coser carcela pequena à frente e pespontar a 1 mm
Coser bolsos às frentes, dobrar e pespontar a 1 mm por dentro
Fazer pinças nos traseiros e coser passador lado esquerdo
Cravar elástico caseado no cinto
Meter bolsos; cortar extremidades e voltar;
Pespontar bolsos a toda a volta a 1 mm; coser passador lado direito
Pespontar bolsos dianteiros a 5 mm; cravar bolsos em cima e na lateral
Coser fecho
Pespontar carcela
Fechar bolsos dianteiros e fechar bolsos traseiros na máquina de corta e cose C.C
Coser as costuras laterais
Coser entreperna
Coser gancho e pespontar 1mm;
Fazer bainhas
Coser etiquetas à calça
Coser passador no meio de trás
Coser cintos
Terminar cantos
Fazer casas e pregar botões
Fazer moscas azuis e cinzentas
Cortar pontas
Passar ferro
Fiscalização e embalagem



Tabela das medidas do produto acabado (cm)

Medidas (cm)	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	Tolerância +/-
Cintura	27	29	31	33	35	37	40	43	45	47	49	51	53	55	57	1cm
Anca	32	34	37	39.5	43	45	48	50	52	54	56	58	60	62	64	1cm
Comp. Total + cinto	59	65	73	81	89	95	103	107	110	111.5	113.5	114	114.75	115.5	15.75	1cm
Entreperna	40	45	52	59	67	71	77.5	80	82	83	84	84	84	84	4	0.8cm
½ baixo	13	15	16	17	17.5	18.2	18.5	18.7	19	19.5	20	20.5	21	22	3	0.25cm
G. Frente s/ cinto	13.8	14.9	15.7	16.8	17.4	18.9	20.9	22	22.9	23.7	24.6	25	26	27	8	0.25cm
Gancho traz c/ cinto	24	25	26	27.5	29.5	31	33.5	35.5	36.5	38	38.5	39.5	42.5	43.5	6.5	0.25cm
Altura cinto	3,5															0.5cm
Bolso frente	9	11	12	13	13.5	14	16	16.5	17							0.25cm
Bolso traz	8.5	9	9	9.5	10	10.5	11	12	12.5							0.25cm
Fecho	9.9	9.9	10.5	11	12	13	13.5	14	14.5	15	15.5	16	16.5	17	7.5	0.25cm
Carcela (mm)	25															
Passador (mm)	45															

Lay out- produção calça 1338 hijas caridad



8.6. Projetos Saia Calção Novas School

O projeto saia-calça *Novas School* foi proposto à empresa que alterasse a forma de fechamento da saia calção, o *design* atual não é prático no dia-a-dia.

Modelo existente a alterar:

Tem 3 botões e leva fecho de correr normal.

Problema- Não é prático para as crianças

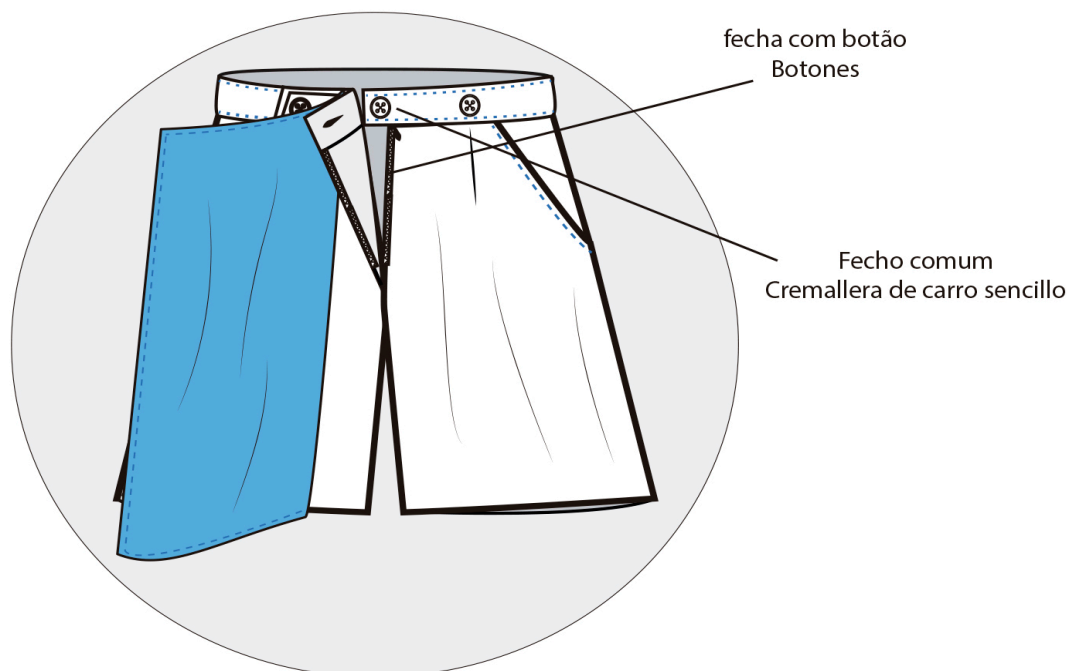
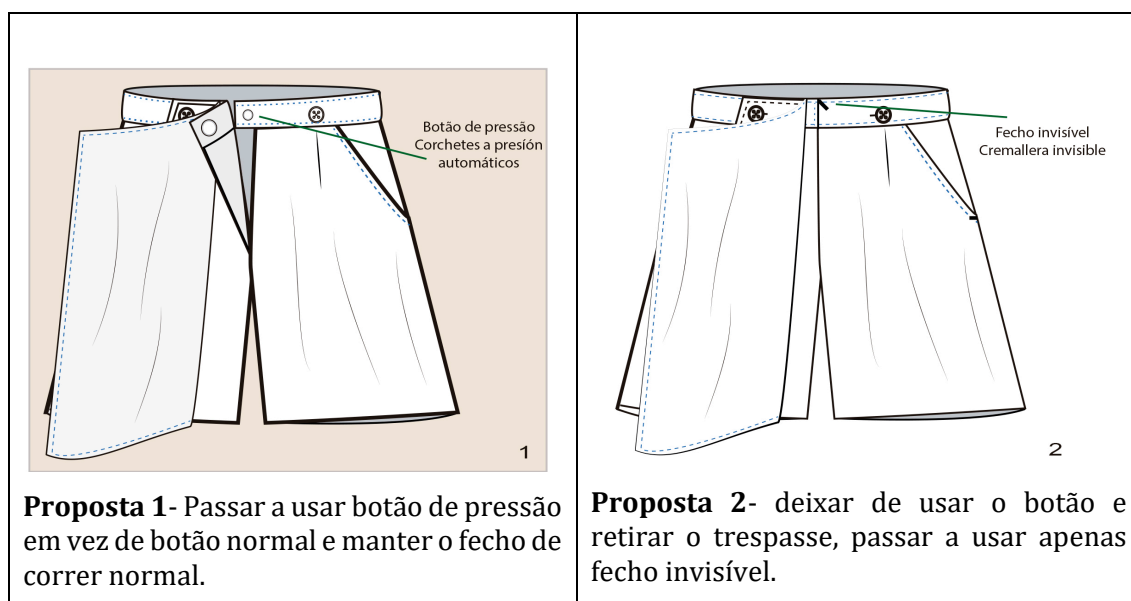


Figura 41- Modelo existente a alterar- saia calção Nova School- Fonte autor.



Proposta 1- Passar a usar botão de pressão em vez de botão normal e manter o fecho de correr normal.

Proposta 2- deixar de usar o botão e retirar o trespasse, passar a usar apenas fecho invisível.

Figura 42- propostas idealizadas- Fonte: autor.



Figura 43- Proposta escolhida- Fonte autor.



Figura 44- Amostra da proposta final- Fonte: autor.

8.7. Projeto *Madre Dios*

Foi ainda desenvolvido pela Estagiária o *design* de outro projeto, que consistiu em apresentar diferentes *designs* de casaco, camisa, calça, calção e saia para o novo ano letivo do Colégio *Madre Dios*. Das propostas apresentadas, foram selecionados dois modelos de casaco um de Homem e um de Senhora.

A Estagiária desenvolveu a modelagem para a proposta de casaco selecionada pelo cliente e participou na criação dos primeiros protótipos

Foram desenvolvidas propostas de modelos cores diferentes, das quais foram selecionados pelo cliente dois modelos de casaco para o colégio. As peças escolhidas terão sido eventualmente produzidas em setembro de 2021.

Mais tarde, foram desenvolvidas camisas e partes de baixo, saia, calção. Para a calça foi usado um *design* já existente na empresa, apenas se alterou a cor e o tecido. A Estagiária ainda participou na fase de criação de modelagem dos modelos escolhidos e na fase dos protótipos. (ver. Fig. 53 a 54)

Desenvolvimento de estudo de casacos



Figura 45- Desenvolvimento casacos senhora, Fonte: autor.

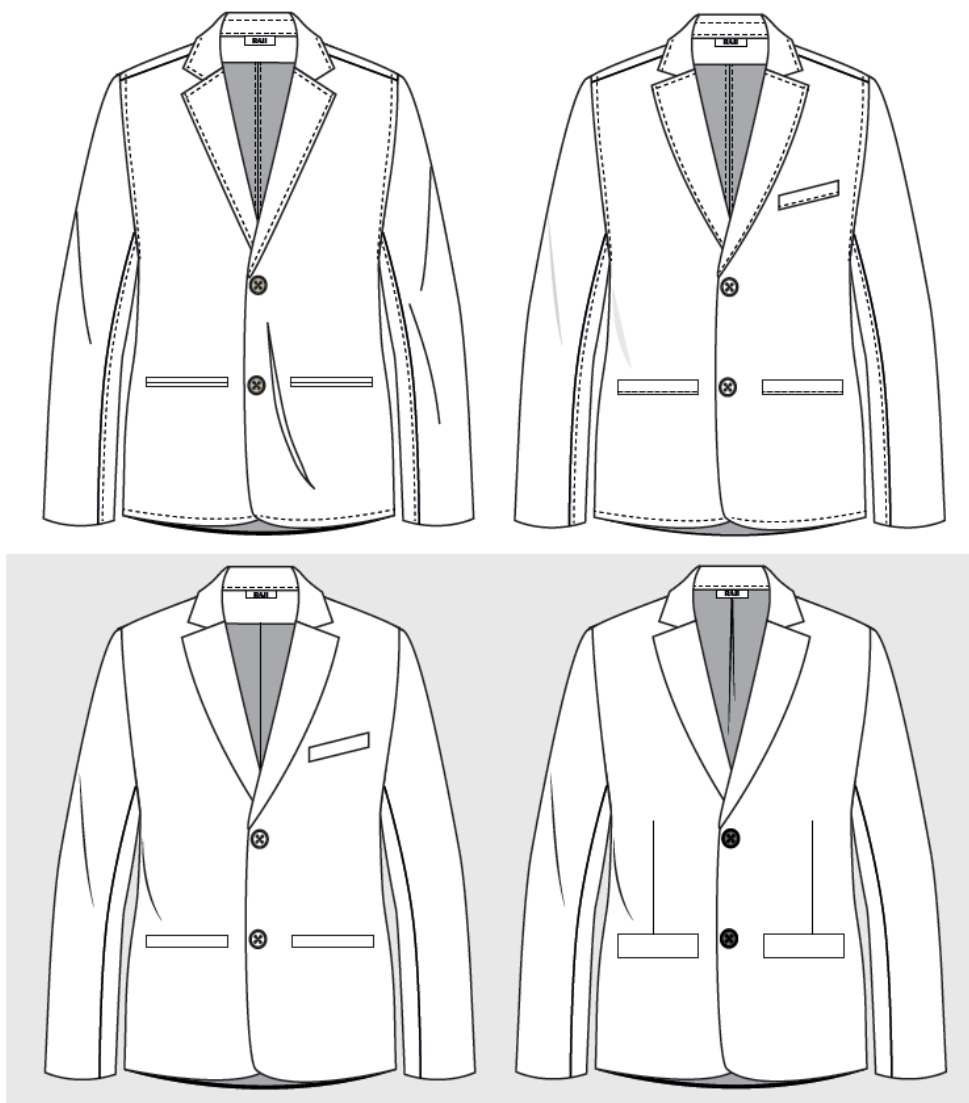


Figura 46- Desenvolvimento de coleção de casacos homem, Fonte: autor.

Seguem-se os estudos das cores dos casacos de senhora e de homem e dos modelos que foram escolhidos pelo cliente. (ver. fig. 47 e 48).

Estudos de cores



Figura 47- Desenvolvimento de estudo de cores casaco senhora- Fonte: autor.



Figura 48- Desenvolvimento de estudo de cores casaco homem- Fonte: autor.7

Mais tarde foram desenvolvidas camisas e partes de baixo, saia, calção. Para a calça foi usado um design já existente na empresa, apenas se alterou a cor e o tecido. A estagiária ainda participou na fase de criação de modelagem dos modelos escolhidos e na fase dos protótipos. (ver. Fig. 53 a 54)

Desenvolvimento de camisas



Figura 49- Desenvolvimento de camisas. - Fonte: autor.



Figura 50- Desenvolvimento de camisas. - Fonte: autor.



Figura 51- Desenvolvimento de camisas. - Fonte: autor.

Desenvolvimento de calções

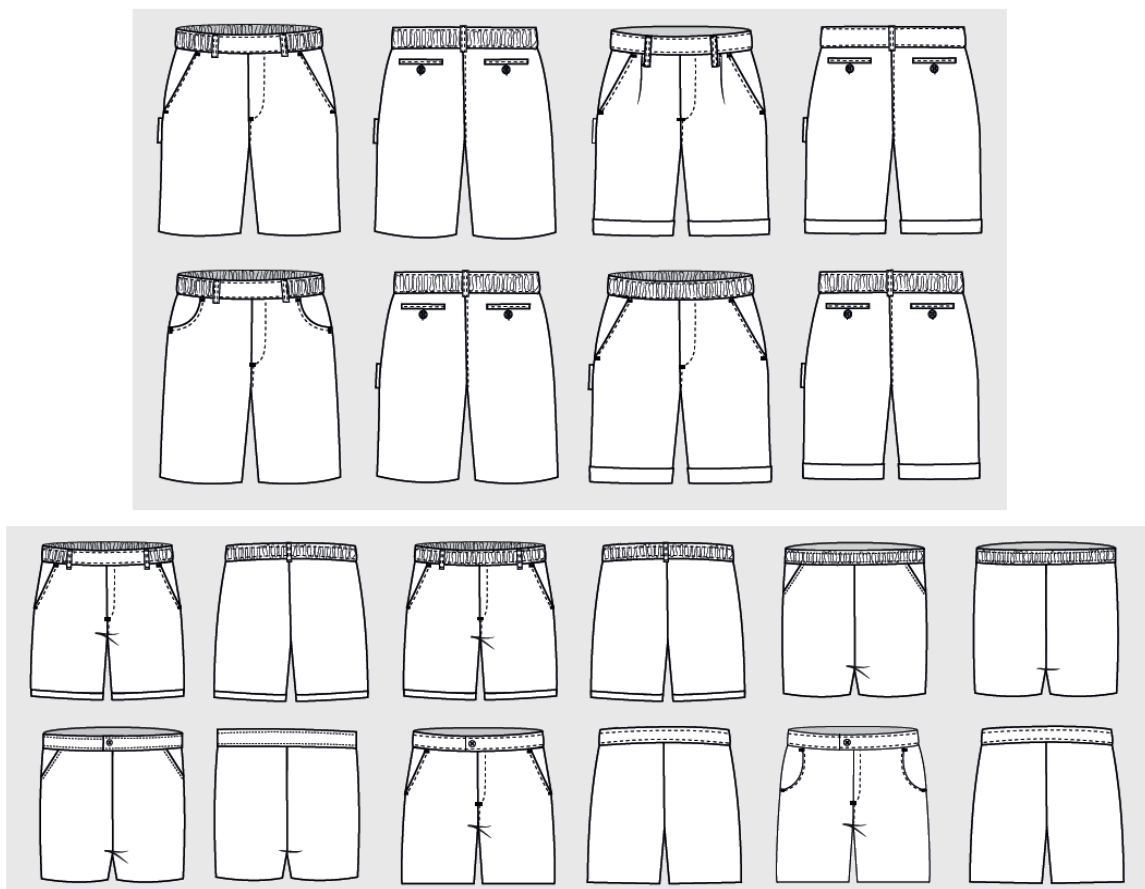


Figura 52- Desenvolvimento de calções- Fonte: autor

Desenvolvimento de protótipos



Figura 53- Fase dos protótipos casaco homem- Fonte: autor



Figura 54- Fase dos protótipos casaco senhora- Fonte: autor.

8.8. Projeto Bibes Infantil

Para este miniprojecto, foi proposto à Estagiária que criasse alguns modelos de Bibes para infantário. Contrariamente a outros projetos, a Estagiária também desenvolveu ainda alguns padrões.

Desenvolvimento de bibes

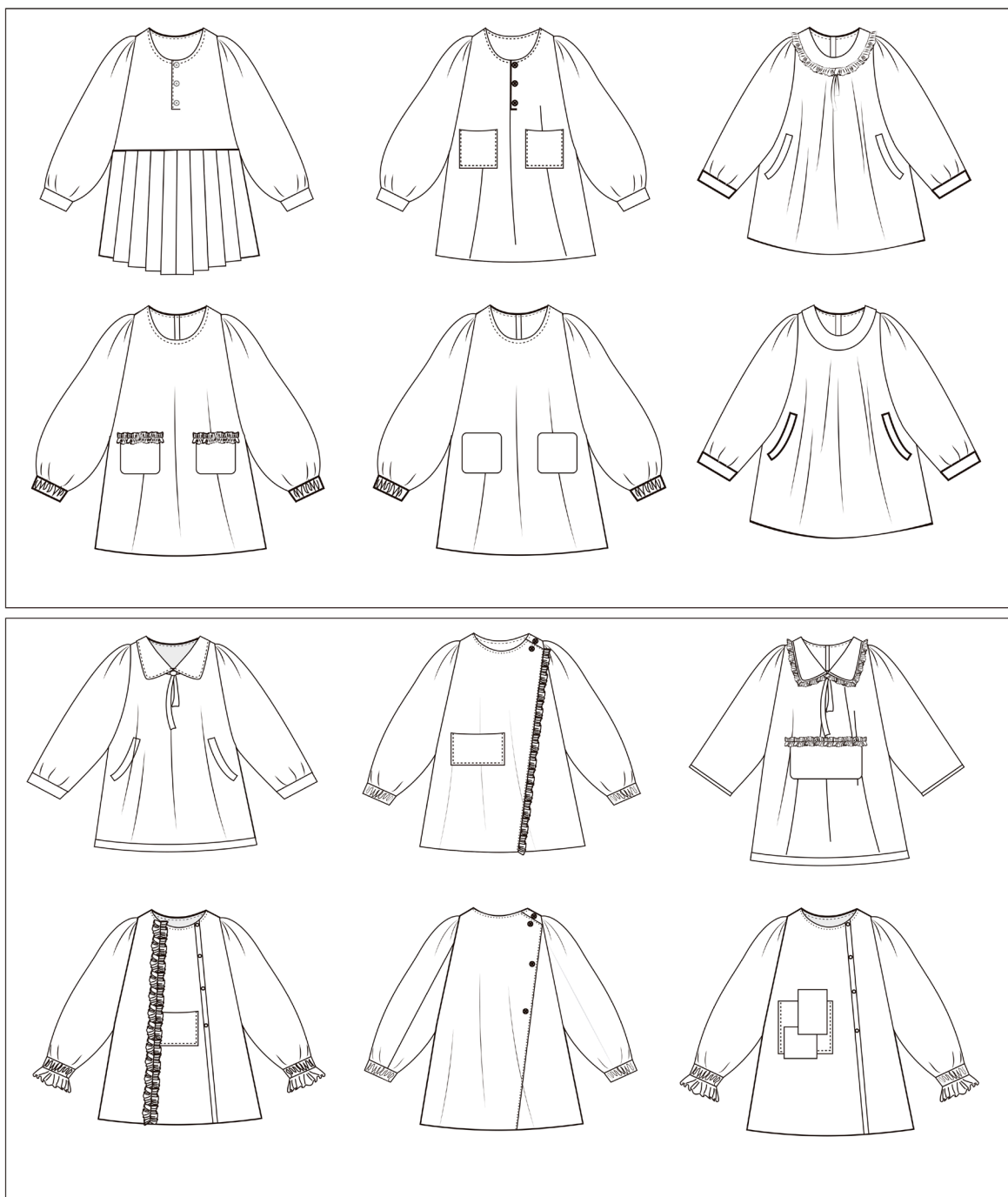


Figura 55- Desenvolvimento de Bibes-Fonte: autor.

Desenvolvimento de cores para bibes



Figura 56- Desenvolvimento de cores para Bibes- Fonte: autor.

Desenvolvimento de padrões

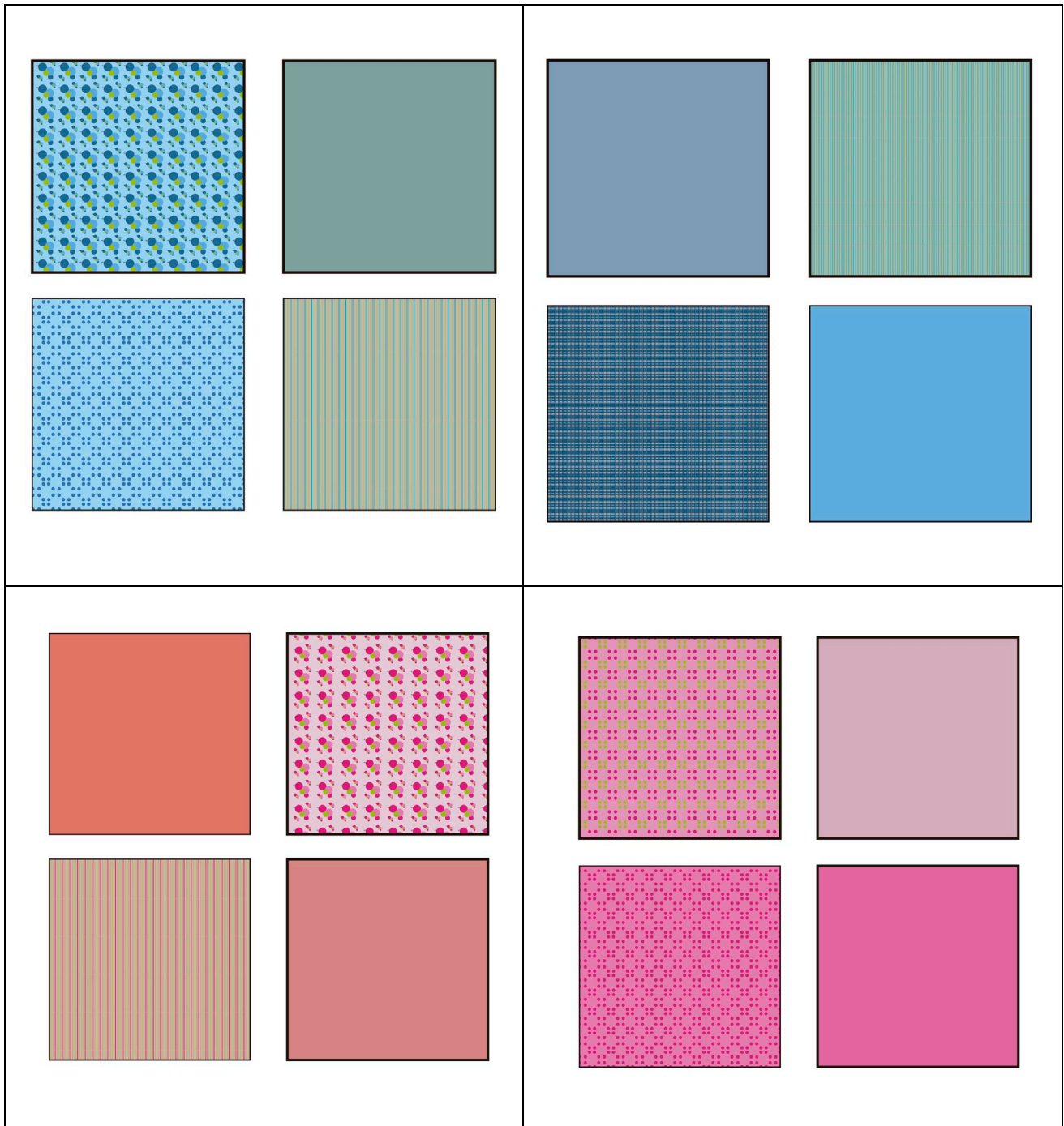


Tabela 8- Desenvolvimento de padrões-Fonte: autor.

8.9. Projeto Augustinas

O projeto, Augustinas consistiu em apresentar diferentes *designs* de partes de baixo (saia, calça e calção) para o colégio. As peças escolhidas terão sido eventualmente produzidas em outubro de 2021.

Inicialmente foram desenvolvidos estudos de saias para criança dos 2 a 12 anos e seguidamente calção dos 1 a 8 anos, com elástico na cintura e calça para os 10 a 14 anos. Os modelos de saia e calção serão produzidos em tecido xadrez poliéster lã (ver fig. 57 a 61). As calças de adulto serão em tecido liso poliéster viscose (ver fig. 62 e 63).

Neste projeto, a Estagiária participou na fase de desenvolvimento das amostras e da ficha técnica, mas não da produção em massa. Foram feitas duas amostras um para Raji e outro para a provação final do cliente.

Desenvolvimento de propostas

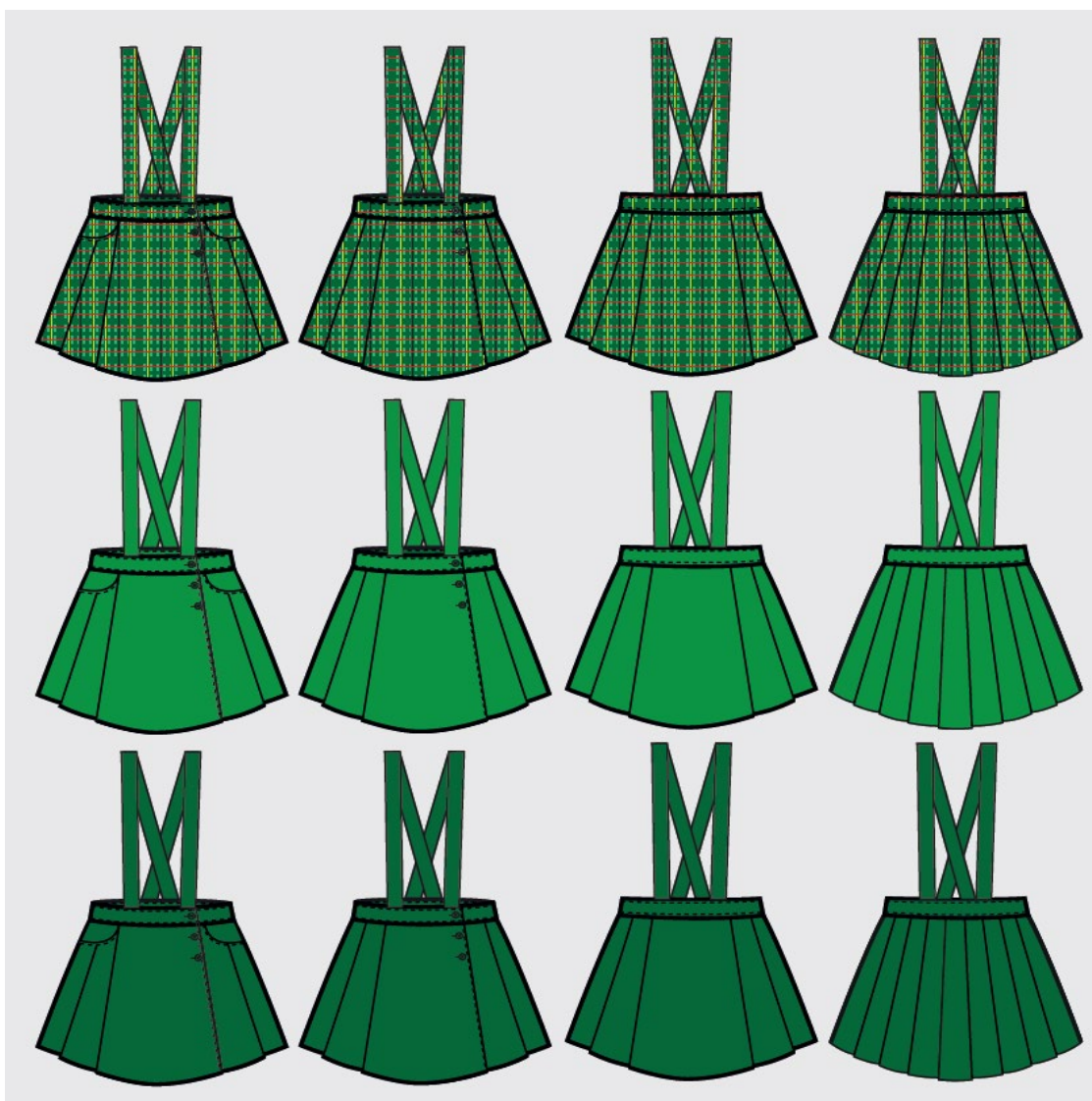


Figura 57-Desenvolvimento de saias- Fonte: Autor.



Figura 58- Desenvolvimento de calções- Fonte: Autor

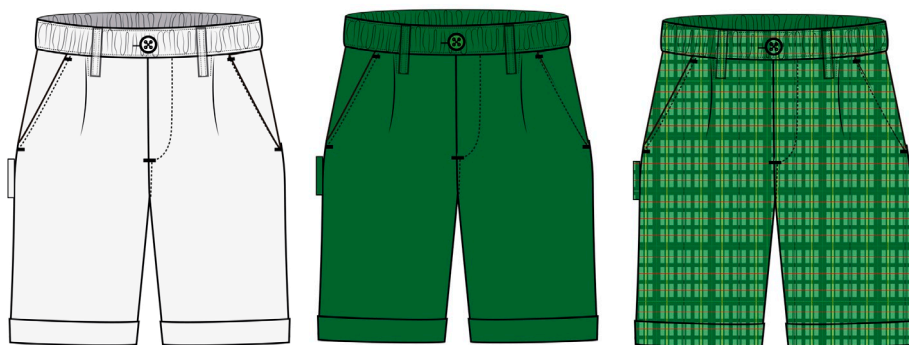


Figura 59- Modelo escolhido pelo cliente- Fonte: autor.



Figura 60-Desenvolvimento de calça Augustinas- Fonte: autor.

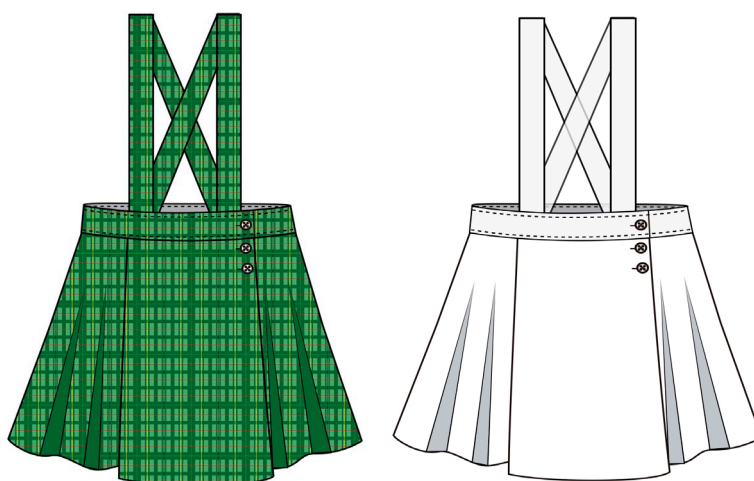


Figura 61- Modelo escolhido pelo cliente- Fonte: autor.



Figura 62- Amostra calção infantil- Fonte: autor



Figura 63- Amostra saia - Fonte: autor.

Raji Sociedade Comercial de Confeções, LDA.

COLÉGIOS

DATA: 2021

IDENTIFICAÇÃO DO MODELO

Colégio: **Saia Augustinas**

Artigo: **Saia de pregas**

Modelo: **2045**

Descrição

Saia de pregas confeccionada em tecido xadrez Pol/Lã; tem 2 pinças nos dianteiros; pregas pespontadas a toda a volta, para a esquerda, terminando no macho pespontado a 1 mm do lado direito.

Alças do tamanho 2 ao 8. Botões personalizados azul-celeste.

Dianteiro



Traseiro



Pormenor alças

Botão da alça a 4 cm da extremidade

Elástico interior para prender alça












Observações:

Modelagem "Raji" com base na tabela de medidas Winner/2014. Modelo Alterado em 2017.

IDENTIFICAÇÃO DO TECIDO			
Tecido: Sarja de xadrez	REF. RAJI Ref. 38	Composição: 55% Poliéster 45% Lã	Largura útil: 148 cm
Têxtil Gené: Ref. 242 Manuel Bruno Fraile: SERIE S-618			
Gramagem: 250g /m2		Preço: 0.00 €	
e-mail fornecedor: emaildofornecedor.pt			



Etiqueta de Composição Código 01	Etiqueta Código Barras	Etiquetas tecidas
		<p>Etiqueta tecida de marca</p> <p>Etiqu. tecida de tamanho</p>

TABELA DE AVIAMENTOS					
Designação	Referência	Fornecedor	Código/ Ref	Preço	Email Fornecedor
Botão (Verde) Tº 15	2645	NOME DO FORNECEDOR		0.00 €	emaildofornecedor.pt
Botão para elástico (cinzento) Tamº 15	999			0.00 €	
Linha de costura	Petic Nm 120 cor 34 (cone branco)	NOME DO FORNECEDOR		0.00 €	emaildofornecedor.pt
	Linha de costura para cintos		Petic Nm 80 cor 34 (cone preto ou rosa)		
Linha orlar 100% Poliéster	Cor 2679	NOME DO FORNECEDOR		0.00 €	emaildofornecedor.pt
Elástico caseado	Cinzento-claro de 15 mm	NOME DO FORNECEDOR		0.00 €	emaildofornecedor.pt
Entretela de corte 90 mm	3040 Cor 91	NOME DO FORNECEDOR		0.00 €	emaildofornecedor.pt
Linha invisível para bainhas	Nº 60	NOME DO FORNECEDOR		0.00 €	emaildofornecedor.pt
Bolsa de Plástico transparente	PP B/A 300x360+80 Pala adesiva x 0,04 Warning 2 + 0	NOME DO FORNECEDOR		0.00 €	emaildofornecedor.pt








Etiqueta tecida vermelha	95966 86 mm x 40 mm	NOME DO FORNECEDOR		0.00 €	emaildofornecedor.pt
Etiqueta tecida de tamanho	96143 40 mm x 10 mm			0.00 €	
Etiqu. colorida de tamanho				0.00 €	
Etiqueta de cartão	ECC 2018			0.00 €	
Etiqu. Composição 55% Poliéster/45% Lã	Código 01	NOME DO FORNECEDOR		0.00 €	emaildofornecedor.pt
Etiqu. código barras	00000	NOME DO FORNECEDOR		0.00 €	emaildofornecedor.pt
Etiqu. cód. Barras autocolante	00000	NOME DO FORNECEDOR		0.00 €	emaildofornecedor.pt

TABELA DE CONSUMO

TABELA DE CONSUMO																
Medidas	0	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30
Tecido	0,55	0,58	0,65	0,88	0,88	0,90	0,90	1,15	1,15	1,15	1,15	1,38	1,38	1,38	1,40	1,40
Banda perfurada	0,76	0,78	0,83	0,87	0,91	0,94	0,98	1,01	1,05	1,08	1,11	1,15	1,19	1,23	1,28	1,32
Botão ref. 999 Tº 15	2			3												
Botão ref. 999 para alça.	3															
Elástico caseado cinza 15 mm	0,26	0,27	0,28	0,30	0,32	0,33	0,35	0,37	0,38	0,40	0,42					
Etiqu. Tecida	1															
Etiqu. Tecida	1															
Etiqu. tecida de tamanho	1															
Etiqu. de composição	1															
Etiqu. código de barras	1															
Bolsa de plástico	1															

GAMA DE OPERAÇÕES
Cortar etiquetas
Cortar o elástico caseado + elástico para as alças (2x 5 cm)
Casear cinto
Pregar botões no cinto
Aplicar o elástico no cinto
Orlar as extremidades laterais da saia e da bainha
Fazer pinças nos dois tablones
Fazer as alças
Fazer bainhas nas frentes + fazer cantos e pespontar a 5 mm
Fazer pregas usando o molde diferente para cada tamanho a terminar no macho
Cravar pregas na cintura
Marcar o meio da saia + coser etiqueta de marca + composição+ código de barras + etiquetas de registo + tamanho
Cravar elástico caseado nos cintos
Enrolar os cintos para a máquina especial
Fazer bainha invisível
Coser cintos à saia
Descoser extremidades dos cintos e terminar de rematá-los
Casear
Coser botões na frente e no cinto por dentro
Cortar pontas
Passagem a ferro
Fiscalização
Pregar etiquetas e embalar

PRODUTO ACABADO – Desenho Técnico e medidas

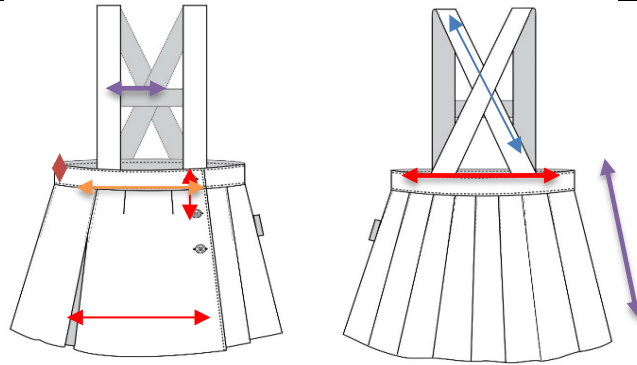


TABELA DAS MEDIDAS DO PRODUTO ACABADO (cm)

Medidas		2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	+/-
½ Cintura	A	27	28.5	30	31.5	33	34.5	36	37.5	39	40.5	42	43.5	45	46.5	0.5
Larg. Do Cinto	B	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	0.2
½Anca	C	32	34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56	58	0.5
Altura de anca	C1	11	13.5	15.5	16.5	17.5	18.25	18.5	19	19.5	20	20.5	21	21.5	22	0
Comp. total c/ cinto	D	34	37	40	43	46	49	50	51	51	53	54	55	56	57	0.8
Tira da alça	E	8	8.5	9	9.5											0.25
Comp. da alça	F	52	57	62	67											0.5
Distância do botão à da alça	F1	4	4	4	4											0.25
Largura da alça	G	3.5	3.5	3.5	3.5											0.25
Comp. das pinças	H	5	6.39	7.9		7.6	7.6	11.1	11.3							0.3
Comp. das pregas cosidas	I	5.5	6	7	7.5	8.5	10.25	10.75	11.25	12.25	12.50	13.5	13.5	13.5	13.5	0.2
Tablón cima	J	22	23.5	24	24	24.8	23.8	26	27	27.5	28.2	29	30.4	31	31	0.3
Tablón baixo	J1	24	25.5	26.8	26.9	28.9	29.4	31.8	32.8	33.3	34.0	34.6	36.2	37	37	0.5
Distância entre os botões da fr.	K	6	6	6.5	7	7.5	8	8	8.5	8.5	8.5	8.5	8.5	8.5	8.5	0.2
Distância entre os botões CI	L	23	25	27	28.4	30.4	31.9	34	36	37.8	39.6	41.4	43.8	45.4	45.4	0.5
Nº total de pregas	P	10	10	11	12	12	13	14	15	16	17	18	18	19	20	0
Medida das pregas	Q	3.35	3.45	3.4	3.35	3.55	3.45	3.4	3.3	3.25	3.1	3.06	3.15	3.1	3.1	0.2

9. Reflexão do estágio

O estágio na Raji Sociedade Comercial de Confeções, Lda., foi um trabalho pleno de desafios, não só pela experiência profissional numa empresa que existe no mercado há cinquenta anos, como também pela adaptação a um novo ritmo e rotina. Um dia de estágio pode ser muito intenso por vários acontecimentos simultâneos, o que exigiu grande determinação e considerável força de vontade. O estágio decorria entre as 8.00 e as 17.00 horas (com uma hora de período de almoço) o que exigia duas viagens diárias de transportes públicos. No escritório, as tarefas eram distribuídas a cada colaborador, em função da produção em curso. As tarefas desempenhadas foram desafios constantes às capacidades pessoais da Estagiária, desempenhando um papel importante em novas aprendizagens e permitindo adquirir novas competências profissionais e práticas na indústria da moda.

A experiência vivida durante nove meses de estágio foi importante em todos os aspetos, tendo feito compreender a importância do trabalho em equipa, com os colegas do trabalho que demonstraram um bom acolhimento e muita disponibilidade e vontade de ajudar a orientar. Tais facetas facilitaram bastante a integração na fábrica, um espaço que exigia uma grande interação e comunicação com os colegas do departamento de produção.

O período de estágio teve início no momento em que a empresa estava a terminar uma encomenda de saias colegiais e no início da preparação da nova coleção de inverno. Por isso, muitas das primeiras tarefas foram aprender a utilizar o programa de desenho, as ferramentas, que mais tarde vieram a auxiliar na coleção. Desta forma, o primeiro mês foi fundamental para aprender e participar em várias tarefas, compreender as complexidades da produção de uma coleção ou encomenda.

Durante a experiência de estágio, foi dada a oportunidade de participar na construção da coleção de inverno 2020 e de outros projetos como ter igualmente acesso ao arquivo de coleções anteriores. Participar no desenvolvimento da coleção trouxe igualmente alguns desafios, pois é sempre necessário ter em conta alguns fatores na produção da coleção ou de uma peça, como por exemplo a matéria-prima, a facilidade de fabrico e o tempo que têm implicações no custo final da peça.

A gestão de produção contribuiu para um melhor entendimento em como o trabalho de *designer*, não termina no momento em que a coleção é aprovada. O *designer* tem a responsabilidade de acompanhar todos os processos, desde confeção das amostras até a aprovação final para produção em massa, observar os defeitos e apontar formas de melhoria a serem feitas.

Um outro fato relevante é a necessidade de rapidez em produzir e apresentar soluções: tudo é feito de forma organizada e rápida. A nível de *design* (desenhos e sketches) em contexto de trabalho, muitas vezes não é tão valorizada, não pela sua execução e beleza, mas sim pela sua funcionalidade na produção. Nos primeiros tempos de estágio foi importante para a Estagiária verificar que os desenhos mais elaborados foram rejeitados, por simplesmente não serem viáveis a nível produtivo. Os modelos tinham que ser comercializados, ou seja, mais abrangentes para o público em geral e não um público específico.

Essas exigências refletiram-se na forma como a Estagiária passou a apresentar as suas propostas à equipa, optou por mostrar peças mais simples, visualmente sem grandes “ruidos” e que mostrassem de forma clara o design; optou-se pelos desenhos técnicos ilustrados, por serem de fácil leitura para toda a equipa.

Por fim conclui-se que o estágio foi uma experiência rica e trouxe muitos benefícios como a aquisição de novos conhecimentos, contribuindo ainda para ampliar as competências acadêmicas e profissionais. Uma compilação de desafios que foram ultrapassados, com o apoio dos colegas, amigos e familiares. Foi um trabalho essencial para o primeiro contato com o mercado e ficou muito claro que a criação de uma coleção na indústria não depende somente do designer, mas sim de todas as entidades que compõem a empresa. Esta experiência será definitivamente lembrada pela Estagiária.

Capítulo III

10. Portfólio

10.1. Metodologia

A Raji é uma empresa com uma vasta experiência na confeção de casacos e fardamentos. Ao longo dos anos a marca tem-se mantido no mercado e evoluído, mas atualmente a marca procura expandir-se para outro mercado, pelo que procura formas de divulgar os seus produtos.

O problema surgiu na empresa, necessitava de um *portfólio* físico para o comunicar os seus produtos aos seus clientes. A empresa definiu os detalhes e especificações que queria ver no portfólio e participara na escolha do modelo final, todos esses aspetos foram tidos em conta ao longo do processo de desenvolvimento do mesmo.

Para o desenvolvimento do *portfólio* seguiu-se a metodologia de trabalho do projeto, baseada na metodologia projetual de Bruno Munari (1998). (ver figura 64).



Figura 64- Esquema da metodologia projetual de Bruno Munari. Fonte autor.

11. Desenvolvimento do *portfólio* da Raji

O desenvolvimento do *portfólio* foi feito por fases, de acordo com o ⁸*briefing* proposto pela empresa. A realização do *portfólio* tem uma componente de *design* de moda, quando a Estagiária teve que criar peças standardizadas de fardamentos para colégios.

Primeiro foi desenvolvido o ⁹*moodboard* de inspiração para o *portfólio* em seguida o *moodboard* do publico alvo da marca que é dirigido, logo depois o desenvolvimento do projeto, que seguiu as seguintes fases: estudo da capa e do ¹⁰*layout* do *portfólio*; escolha dos coordenados e organização do *layout*.

11.1. Briefing do projeto



Raji Sociedade comercial de Confeções, Lda.
Zona Industrial Castelo branco

Briefing do portfólio físico para clientes

Componentes:

- Nome da marca
- Localização e contacto
- Breve explicação sobre a empresa.
- Definir o publico alvo do portfólio.
- Desenvolver uma coleção de vários conjuntos de uniformes escolares.
- Criar peças padrão/ standard, com base nos padrões da empresa.
- A designer tem liberdade critica para o desenvolvimento do portfólio.

⁸ **Briefing**- Reunião de informação tática antes de uma tarefa ou missão. Conjunto de informações transmitidas. Fonte: Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha].

⁹ **Moodboard**- ou painel semântico é uma ferramenta visual que tem como finalidade transmitir conceitos e propostas de projetos.

¹⁰ **Layout**- Modo de distribuição e arranjo dos elementos gráficos num determinado espaço ou superfície. Fonte: Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha].

11.2. Pesquisa



Figura 65- Tabela de pesquisa, exemplo de uniformes. Fonte: autor.

11.3. Tema

11.3.1. Inspiração

O *portfólio* vai ser desenvolvido sob o tema “Linha”. Inspirado nas linhas do tempo do desenvolvimento da Raji ao longo dos anos. Com uma estética minimalista e atemporal o *portfólio* vai apresentar peças com *design* simples, no entanto com detalhes distintos. As propostas são peças básicas e clássicas do guarda-roupa dos colégios privados, como blazer, camisa, calça, calção, saia, colete e gravata.

(ver portfólio abaixo no apêndice).



Figura 66- Moodboard- painel inspiração- fonte: autor.

11.4. Público-alvo

Jovens estudantes de colégios ou instituições privadas com idades entre os 14 e os 18 anos; o seu *look* diário é o uniforme definido pela escola, sendo que o seu vestuário é muitas vezes composto por conjunto de calça / saia, camisa, blazer e gravata.



Figura 67- Mood board do publico alvo jovem. Fonte: autor.

11.5. Desenvolvimento do *portfólio*

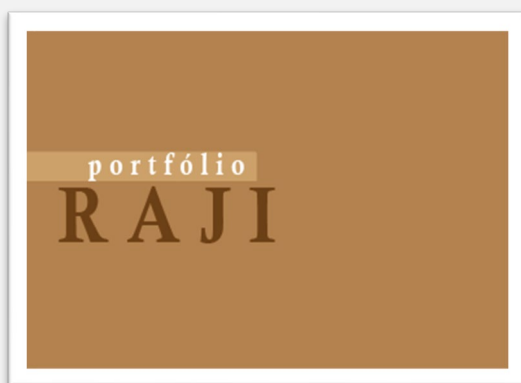
11.5.1. Fase 1- Estudo capa



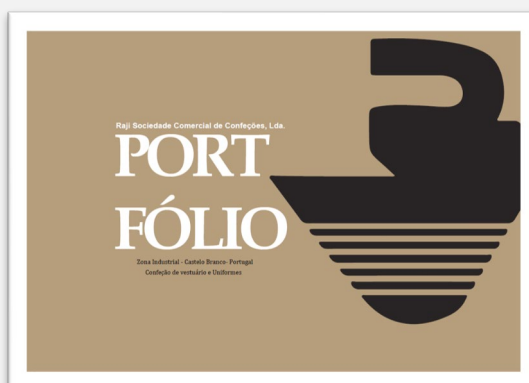
Estudo da capa 1- não foi aprovado (as cores não representam a marca).



Estudo da capa 2- não foi aprovado.



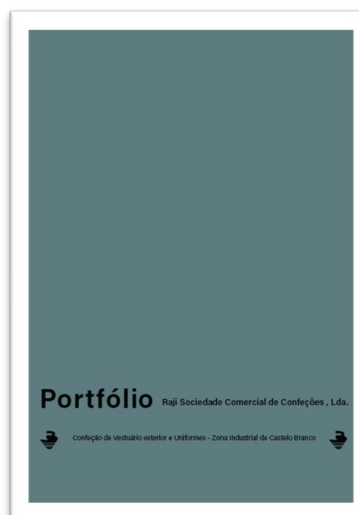
Estudo da capa 3- não foi aprovado.



Estudo da capa 4- não foi aprovado.



Estudo da capa 5- não foi aprovado.



Estudo da capa 6- foi aprovado. Mas ainda sofreu algumas alterações.

Tabela 9- Estudos da capa do portfólio- Fonte: autor.

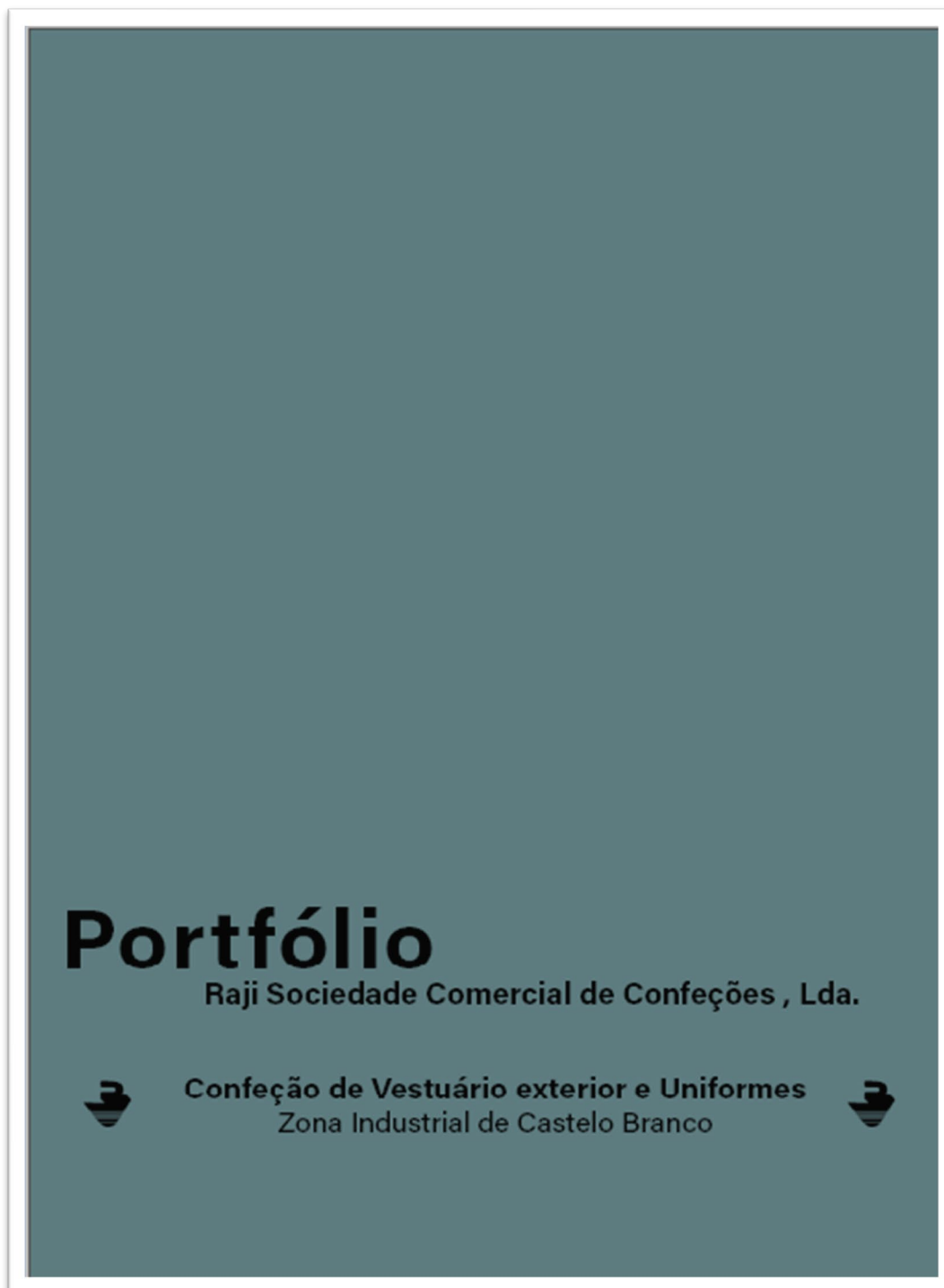


Figura 68- capa aprovada pela empresa. Fonte: autor.

11.5.2.Fase 2- Estudo layout



Figura 69- Estudo layout 1. Fonte: autor.



Figura 70- Estudo layout 2. Fonte: autor.



Figura 71- Estudo layout 3. Fonte: autor.

11.5.3.Fase 3- Desenvolvimento dos coordenados

O conjunto básico de inverno feminino consiste no Blazer, camisa e calça



Tabela 10-Definição peças standard inverno feminino. Fonte: autor.

O conjunto básico de verão feminino consiste no Blazer, camisa, colete e saia.

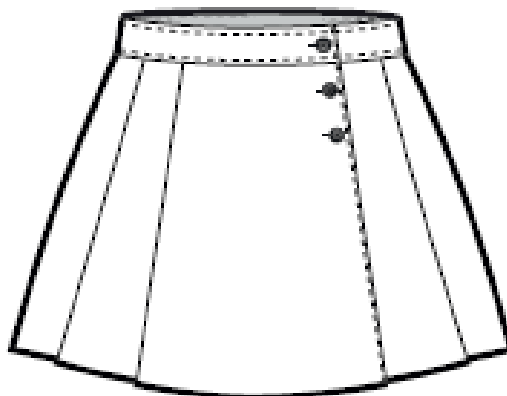


Tabela 11 Definição peças standard verão feminino. Fonte: autor.

O conjunto básico de verão masculino consiste no Blazer, camisa e calça.

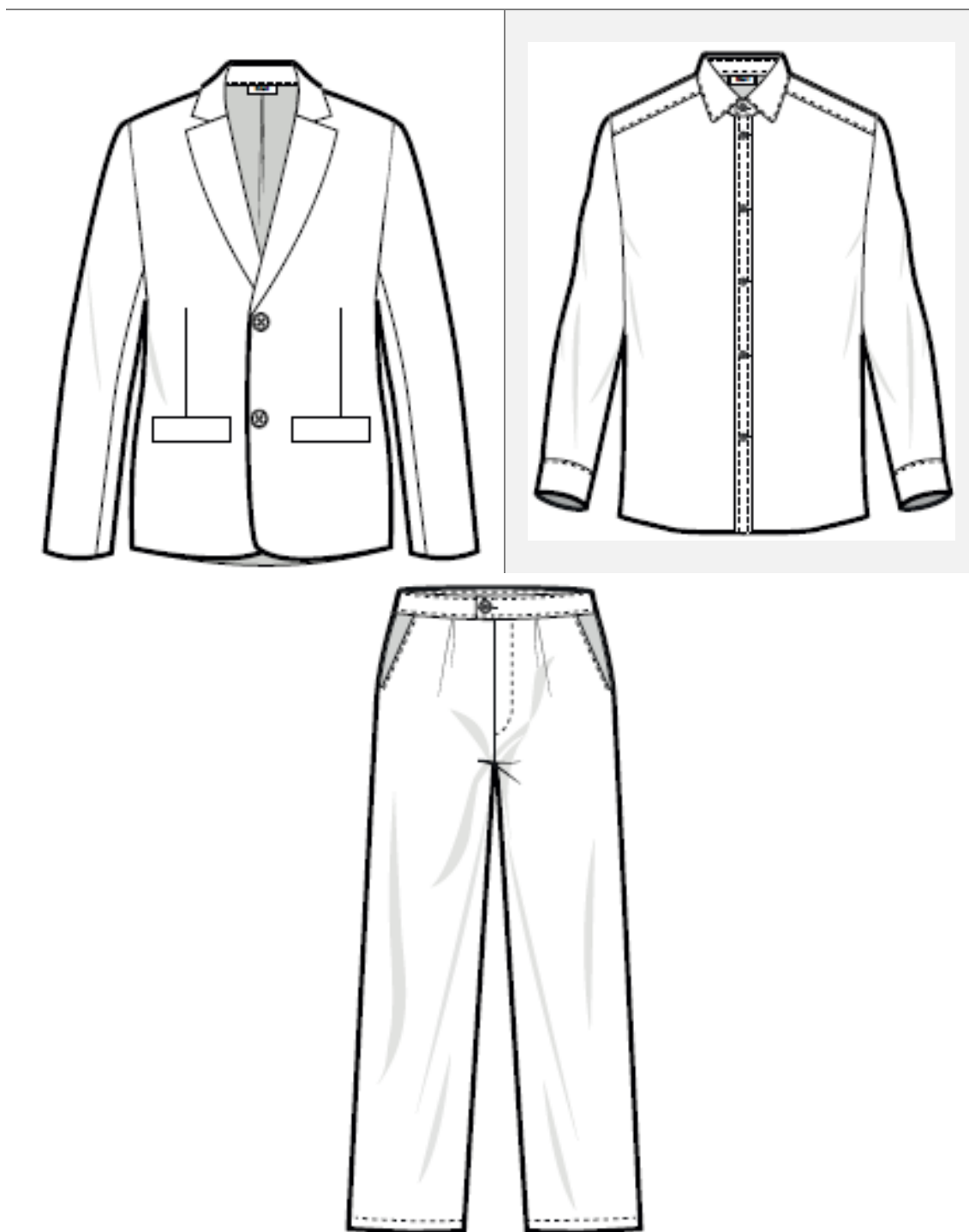


Tabela 12-Definição peças standard inverno masculino. Fonte: autor.

O conjunto básico de verão masculino consiste no Blazer, camisa e calção.

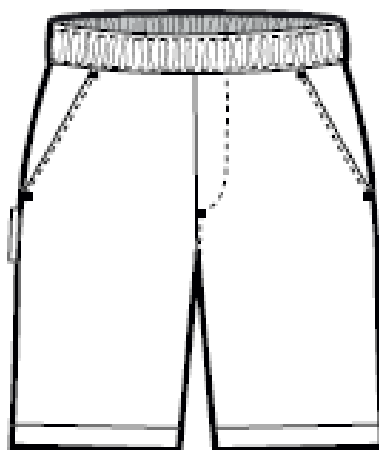


Tabela 13-Definição peças standard verão masculino. Fonte: autor.

12. Conclusão

Por meio do estágio foi possível observar e conhecer melhor a realidade de uma empresa de confeção, o sucesso da Raji Sociedade Comercial de Confeções, Lda., compreende-se pelo exímio trabalho realizado por toda a equipa dos diferentes departamentos, mas que se complementam para manter produção constante e garantir resultados.

O estágio permitiu ver de perto o funcionamento e o posicionamento da empresa na indústria do vestuário, participar em diversos projetos de criação, participar no desenvolvimento das coleções e compreender o seu sistema de produção da encomenda desde o pedido até a embalagem.

A Raji trabalha com a sua marca própria, mas também em *private label*, em que proporciona *design*, modelagem, corte, confeção, acabamento e etiquetagem com marca própria ou do cliente e também faz expedição. O trabalho de equipa é fundamental, o papel desempenhado por cada integrante é necessário para o resultado final.

O departamento técnico, onde a estagiária trabalhou, tem a responsabilidade de desenvolver ideias dos clientes e torná-los em novos artigos, comunicar com cliente e a equipa de produção para garantir um bom produto. A preocupação e atenção com o vestuário produzido é notório no resultado final, a empresa está a evoluir e a trabalhar para se destacar no mercado cada vez mais, pela qualidade.

Para além das experiências vivenciadas pela estagiária ao longo do período de estágio na empresa, foi ainda desenvolvido um projeto adjacente ao relatório de estágio. O projeto proposto pela empresa consistiu no desenvolvimento de um portfólio físico e em formato digital (PDF) para facilitar a comunicação com os clientes e demonstrar o catálogo de sugestões e modelos standard que a empresa produz. Portanto o portfólio teve como intuito alargar a forma como o cliente chega a empresa ao saber quais são os serviços que ela disponibiliza.

Desse modo agradece-se a esta oportunidade de estágio, que foi proporcionada pela Escola Superior de Artes Aplicadas e pelo curso de Mestrado em *Design* de Vestuário e Têxtil. Foi importante para conhecer o universo de produção têxtil em primeira mão, realizaram-se tarefas que permitiram a aquisição de novos conhecimentos e desenvolvimento tanto a nível académico como profissional. Foi possível participar na produção de uma coleção; criar novos produtos e soluções para clientes; aprender a trabalhar com o sistema de desenho de moldes; fazer planeamento de projetos, *design*, escolha dos materiais e ver a sua execução; realizar fichas técnicas para produção; participar na parte de controle de qualidade, embalagem e etiquetagem do produto; conhecer as diferentes máquinas que existem e entender que as regras de sigilo e confidencialidade é muito importante para criar confiança entre empresa e cliente.

A moda está em constante evolução e o setor de produção de vestuário também, com o objetivo de chegar cada vez mais longe e mercados, é preciso atualizar a forma de comunicar o produto ao cliente e manter a boa qualidade produtiva.

Contudo o contacto diário numa empresa permite observar de perto e atentamente o *backstage* da indústria de vestuário, tem-se uma perceção de que tudo que um *designer* cria e produz é para ser vendido. As aprendizagens dos longos nove meses de estágio foram enriquecedoras e benéficas para consolidação dos conhecimentos académicos com aprendizagem sobre a indústria do vestuário, servirá futuramente para a vida profissional da mestranda.

13. Referencias bibliográficas

- Araújo, Mário de (1996). *Tecnologia do Vestuário*. Fundação Colouste Gulbenkian.
- Almeida, Cristina Queijeiro. *Confeção I e II*. Apontamentos teóricos.
- Barthes, Roland (1967). *Sistema da moda - Coleções Signos- Edições 70*.
- Broega, A. C. (2008). *Contribuição para a definição de padrões de conforto de tecidos finos de lã*.
- Broega, A. C.; Cabeço-Silva, M. E. (2010) “*O conforto total do vestuário: “design para os cinco sentidos”*”. V Encuentro Latino-americano de Diseño. Buenos Aires.
- Cobra, Marcos. (2007). *Marketing e Moda*. Editora Senac. São Paulo.
- Duarte, C. (2004). *O Que é a Moda*. Lisboa: Quimera.
- Duarte, Cristina (2004). *O que é a Moda*. Editora Quimera. Portugal.
- Feyerabend, F.E (2009). *Ilustração de moda*. Editora: Gustavo Gili, Barcelona.
- Gestão, Design, Tecnologia e. (1997). *Manual de Gestão e de Design*. Coleção design, tecnologia e gestão -Centro português de design.
- Gwilt, Alison. (2014) *Moda Sustentável, um guia prático*. Editorial Gustavo Gili, SL, Barcelona.
- Lipovetsky, G. (2010). *O Império do Efêmero* (2ª ed.). Alfragide: Publicações Dom Quixote.
- Munari, Bruno (1979). *Artista e Designer*. Coleção dimensões, Editora- Editorial Presença, Portugal.
- Munari, Bruno (1968). *Design e Comunicação Visual*. Editora- Edições 70, Portugal.
- Lipovetsky, Gilles (2009). *O império do efêmero*. “A moda e seu destino nas sociedades modernas” Companhia das Letras, Portugal.
- Pereira, A. d. (2017). *A Indústria Têxtil Portuguesa*. Lisboa: Clube do Colecionador.

Victor, Sónia Lopes; Oliveira, Ivone Martins (2016). *Educação Especial na Perspetiva da Educação Inclusiva. "Conceções e Práticas Educativa"*. Editora: São Carlos ABPEE, Portugal.

Simões, J. F.; BISPO, R. (2006). *Design inclusivo. "Acessibilidade e usabilidade em produtos, serviços e Ambientes"*. Centro Português de Design, Lisboa.

14. Bibliografia

Almeida, Cristina Queijeiro. Confeção I e II. Apontamentos teóricos.

Araújo, Mário de (1996). Tecnologia do Vestuário. Fundação Colouste Gulbenkian

ATP. Associação Têxtil e Vestuário de Portugal. (2021) Estatísticas. Acedido em 2/10/2021. <https://atp.pt/pt-pt/estatisticas/estatisticas-2018/>.

ANIVVEC/ Ginetex- simbologia de etiquetagem de conservação de têxteis. Acedido em 20/9/2021 disponível em: <https://www.anivec.com/ginetex>.

Boutiques, United (2021) – As consequências da covid-19 na indústria têxtil. Acedido em 23/09 2021. <https://www.unitedboutiques.com/as-consequencias-do-covid-19-na-industria-textil/>

Barthes, Roland (1967). Sistema da moda - Coleções Signos- Edições 70.

Brito, Catarina Rosa. (2009) Estudo de caso do portfólio às competências. Acedido em 20/9/2021
<https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/3416/1/MESTRADO%201113.pdf>

Broega, A. C. (2008). Contribuição para a definição de padrões de conforto de tecidos finos de lã. Guimarães, Tese (Doutoramento em Engenharia Têxtil). Ramo: Física Têxtil, Universidade do Minho, Portugal.

Broega, A. C.; Cabeço-Silva, M. E. (2010) “O conforto total do vestuário: “design para os cinco sentidos”. V. Encuentro Latino-americano de Diseño. Buenos Aires.

Cardoso, Luisa Gomes. “Carteiros de alfaces”. Disponível em: <http://www.canteirodealfaces.com.br/2013/06/portfolio-impresso-digital-raimundo-rodriguez.html>. Acedido em 10/12/2021.

Chagas, Wallace. “Modelos de portfólio prontos para editar”. disponível em: <https://www.criarportfolio.com/modelos-portfolio-prontos.html> Acedido em 20/12/2021.

Carvalho, Joaquim de. “Esboço de uma história da educação”. Disponível em: <http://www.joaquimdecarvalho.org/artigos/artigo/190-I.-As-Universidades.-Significado-e-modalidade-das-origens>. Acedido em: 05/12/2020.

Cobra, Marcos. (2007). Marketing e Moda. Editora Senac. São Paulo.

Eduarda Cruzeiro, Maria e Silva Pereira, Raul- “Cronologia Histórica das universidades Portuguesas” disponível em:
<http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1224253416G4gLH6tv7Tt90QI0.pdf>. Acedido em 07/12/2020.

Duarte, C. (2004). O Que é a Moda. Lisboa: Quimera.

Duarte, Cristina (2004). O que é a Moda. Editora Quimera. Portugal.

Feyerabend, F.E (2009). Ilustração de moda. Editora: Gustavo Gili, Barcelona.

Gestão, Design, Tecnologia e. (1997). Manual de Gestão e de Design. Coleção design, tecnologia e gestão -Centro português de design.

Gwilt, Alison. (2014) Moda Sustentável, um guia prático. Editorial Gustavo Gili, SL, Barcelona.

Gwilt, Alison. “Moda sustentável. Um guia pratico”. Disponível em:
<https://docplayer.com.br/213677923-Moda-sustentavel-um-guia-pratico-alison-gwilt.html>. Acedido em 2/9/2021

Lipovetsky, G. (2010). O Império do Efêmero (2ª ed.). Alfragide: Publicações Dom Quixote.

Munari, Bruno (1979). Artista e Designer. Coleção dimensões, Editora- Editorial Presença, Portugal.

Munari, Bruno (1968). Design e Comunicação Visual. Editora- Edições 70, Portugal.

Lipovetsky, Gilles (2009). O império do efêmero. “A moda e seu destino nas sociedades modernas” Companhia das Letras, Portugal.

Pereira, A. d. (2017). A Indústria Têxtil Portuguesa. Lisboa: Clube do Colecionador.

Victor, Sónia Lopes; Oliveira, Ivone Martins (2016). Educação Especial na Perspetiva da Educação Inclusiva. “Conceções e Práticas Educativa”. Editora: São Carlos ABPEE, Portugal.

Simões, J. F.; BISPO, R. (2006). Design inclusivo. “Acessibilidade e usabilidade em produtos, serviços e Ambientes”. Centro Português de Design, Lisboa.

Faria, Caroline “Como surgiram as universidades” – info- escolas, disponível em: <https://www.infoescola.com/historia/como-surgiram-as-universidades> consultado em 10/12/2020

Gonçalves Sousa, Reiner “Reformas Pombalinas” - disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/historiadobrasil/reformas-pombalinas.htm> consultado em 10/12/2020.

Gomes, Gustavo (2020) “Marketing Industrial”. Disponível em: <https://www.agendor.com.br/blog/marketing-industrial/>. Acedido em: 17/10/2021.

Nfeiras. “Feiras da indústria têxtil”. disponível em <https://www.nfeiras.com/industria-textil/?page=3> consultado em 29/09/2021.

Modtissimo- disponível em: <https://modtissimo.com>. Acedido a 29/09/2021.

Portugal Têxtil. (2021). “Raji Sociedade Comercial de Confeções”. Disponível em: <https://www.portugaltexil.com/empresas/raji-sociedade-comercial-de-confecoes-lda/>. Acedido em 20/9/2021.

Santos, Raimundo Santiago “A Evolução Histórica das Universidades” – Revista Gestão Universitária- disponível em: <http://www.gestaouniversitaria.com.br/artigos/a-evolucao-historica-das-universidades> consultado em: 05/12/2020.

Vida na universidade – “História das universidades: Origens e conceitos” disponível em: <https://vidanauniversidade.com.br/historia-da-universidade-origens-do-conceito/> consultado em: 05/12/2021.

15. Apêndice