



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE – ICA  
CURSO DE DESIGN-MODA**

**Sea304 | MARCA AUTORAL  
Projeto de Moda**

**Fernanda Rodrigues Colares**  
Araguacy Paixão Almeida Filgueiras (Orientadora)

**Fortaleza  
2017**

**FERNANDA RODRIGUES COLARES**

**Sea304 – MARCA AUTORAL**

**Projeto de Moda**

Estudo realizado como requisito à aprovação na atividade intitulada Trabalho de Conclusão de Curso – TCC I apresentada no curso de Design-Moda pertencente ao Instituto de Cultura e Arte (ICA) da Universidade Federal do Ceará (UFC).

Orientadora: Prof. Dra. Araguacy Paixão Almeida Filgueiras

**FORTALEZA**

**017**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

C649s Colares, Fernanda Rodrigues.

Sea304 : Moda Autoral / Fernanda Rodrigues Colares. – 2017.

49 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2017.

Orientação: Profa. Dra. Araguacy Paixão Almeida Filgueiras .

1. Moda. . 2. Praia. 3. Padrões. 4. Mercado. I. Título.

CDD 391

---

## Sea304 – MARCA AUTORAL

### Projeto de Moda

Estudo realizado como requisito à aprovação na atividade intitulada Trabalho de Conclusão de Curso – TCC I apresentada no curso de Design-Moda pertencente ao Instituto de Cultura e Arte (ICA) da Universidade Federal do Ceará (UFC).

Aprovada em: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

#### BANCA EXAMINADORA

---

Prof<sup>a</sup>. Dra. Araguacy Paixão Almeida Filgueiras  
(Orientadora)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof<sup>a</sup>. Dra. Cyntia Tavares Marques de Queiroz  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof<sup>a</sup>. Ms. Marta Sorelia Felix de Castro  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço à Deus e Nossa Senhora de Fátima pela luz no caminho até aqui, à minha mãe, Fátima que esteve ao meu lado durante toda a jornada e ao meu pai que deu o suporte necessário para que me dedicasse a este projeto. Aos amigos: Erivânia, Lia, Marília, Natália, Nivia, Simone, Rami que sempre estiveram presentes em todos os momentos, às apoiadoras do editorial: Domitilia, Jeovana, Rafaelli e Waleska. Aos professores que foram além da docência, dedicaram tempo, sorrisos, palavras de apoio, tranquilidade, especialmente à minha orientadora, Araguacy que endossou este projeto comigo. Meu carinho e afeto às professoras Cyntia e Marta por aceitarem participar da banca examinadora.

## RESUMO

Enquanto elemento social a moda deve abranger o maior número de pessoas. A Sea304 contempla o segmento feminino *resortwear*, que integra moda praia e pós-praia com a proposta de valorizar a silhueta feminina, foi desenvolvida a partir da metodologia de Löbach, que busca conhecer previamente as necessidades dos consumidores, para então começar o processo criativo. Através de uma análise de público-alvo, feita por meio de questionário virtual aplicado entre possíveis clientes, a marca busca fornecer produtos de moda para um número maior de mulheres com variados tipos físicos. A grade de tamanhos será estendida para que as clientes dentro ou fora dos padrões estéticos vigentes possam encontrar peças que contemplem diversos tipos corporais, diferenciando-se e entrando no mercado de forma competitiva em relação aos concorrentes do setor.

**Palavras-chave:** Moda. Praia. Padrões. Mercado.

## **ABSTRACT**

As a social element the fashion should cover the largest number of people. The Sea304 includes the resortwear female segment, which integrates beach and post-beach fashion with the proposal to value the female silhouette, developed from the Löbach methodology, which seeks to know the needs of consumers in advance, and then begin the creative process. Through an analysis of the target audience, made through a virtual questionnaire applied among possible clients, the brand seeks to provide fashion products to a larger number of women with various physical types. The size grid will be extended so that customers within or outside current aesthetic standards can find pieces that contemplate different types of corporations, differentiating and entering the market in a competitive way compared to competitors in the industry.

**Keywords:** Fashion. Beach. Patterns. Marketplace.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>Quadro 1 – Briefing SEA304 .....</b>	<b>14</b>
<b>Quadro 2 – Método de Löbach .....</b>	<b>23</b>
<b>Tabela 1 – Parâmetros da SEA304 .....</b>	<b>24</b>
<b>Quadro 3 – Custos da SEA304 .....</b>	<b>43</b>

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>2. BRIEFING.....</b>	<b>12</b>
<b>3. MARCA.....</b>	<b>15</b>
<b>3.1 Tema de coleção.....</b>	<b>15</b>
<b>4. COMPOSTO DE MARKETING.....</b>	<b>16</b>
<b>4.1 Análise de produto.....</b>	<b>16</b>
<b>4.2 Análise de público-alvo.....</b>	<b>17</b>
<b>4.3 Análise da praça.....</b>	<b>18</b>
<b>4.4 Promoção.....</b>	<b>19</b>
<b>4.5 Preço.....</b>	<b>19</b>
<b>5. AVALIAÇÃO CDS.....</b>	<b>21</b>
<b>5.1 Competitividade.....</b>	<b>21</b>
<b>5.2 Diferenciação.....</b>	<b>21</b>
<b>5.3 Sustentabilidade.....</b>	<b>22</b>
<b>6. METODOLOGIA.....</b>	<b>23</b>
<b>7. TABELA DE PARÂMETRO.....</b>	<b>24</b>
<b>8. FICHAS TÉCNICAS.....</b>	<b>25</b>
<b>9. Custo das Peças .....</b>	<b>43</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>44</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>45</b>
<b>APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO.....</b>	<b>46</b>
<b>APÊNDICE B – TRATAMENTO DOS DADOS DA PESQUISA</b>	<b>47</b>
<b>RESULTADOS.....</b>	

## 1 INTRODUÇÃO

O trabalho consiste em produzir uma coleção comercial do segmento *resortwear*<sup>1</sup> feminino visando abranger diferentes silhuetas, cuja produção apresenta incremento na grade de tamanho padrão do setor para que a consumidora encontre dentre os produtos, peças que atendam às suas especificidades corporais.

Este Projeto executivo se alinha à realização do Portfólio Criativo, sendo base e apoio à sua realização.

Neste trabalho intitularemos um novo segmento denominado moda *all size* (tradução livre: todos os tamanhos), visando contemplar também consumidoras que não encontram produtos que satisfaçam suas necessidades (tamanho, informações de moda, design).

A moda está cada vez mais padronizada, o que exclui grande parte dos consumidores. O mercado deste segmento atende a uma numeração padrão nas lojas convencionais. Quem veste tamanhos maiores ou tem alguma desproporção corporal, tende a consumir em lojas específicas de silhuetas maiores, muitas vezes encontrando produtos que não atendem às suas necessidades, com cores escuras e modelagens amplas.

Usaremos o método de Löbach cuja base é entender e conhecer previamente as necessidades do público-alvo e, a partir desse estudo, procurar soluções e alternativas para atender a tal público.

A partir desta pesquisa, que foi base para a construção do conceito da marca, percebemos que existe um novo perfil de consumidoras que busca produtos diferenciados dos ofertados pelo mercado, seja pela limitação de tamanhos, modelagem ou estilo. Estar fora destes padrões gera uma privação de consumo em grande parte das lojas que normalmente atende a uma grade de tamanhos restrita.

Existem diversas silhuetas para definir o corpo feminino, porém, o mercado não contempla todos os *shapes*, muitas vezes produzindo produtos que valorizam o corpo padrão (magro e retilíneo). Os demais tipos físicos não são pensados como base do produto de moda.

Procuramos produzir uma coleção com produtos leves, confortáveis e versáteis que podem ser usados além da praia/piscina. A praça inicialmente será

---

<sup>1</sup> O segmento *resortwear* não possui definição oficial, mas em tradução livre, é o segmento *resort*, uma variação do segmento moda praia, que contempla também traje passeio.

virtual, e-commerce<sup>2</sup> com venda através do site e divulgação por meio das plataformas digitais e mídias sociais.

Buscaremos através do design, da modelagem e preço entrar no mercado de forma competitiva com os concorrentes diretos. Com a grade de tamanho estendida, nos posicionaremos de forma diferenciada, atendendo a um público que tem dificuldade de consumo no segmento.

---

<sup>2</sup> O e-commerce, que em português significa comércio eletrônico, é uma modalidade de comércio que realiza suas transações financeiras por meio de dispositivos e plataformas eletrônicas, como computadores e celulares. Um exemplo deste tipo de comércio é comprar ou vender produtos em lojas virtuais.  
<https://ecommercenews.com.br/o-que-e-e-commerce>

## 2 BRIEFING

Quadro 1 – Briefing SEA304		
TÓPICOS BÁSICOS	CONTEÚDOS	DESCRIÇÃO
NAUREZA DO PROJETO E CONTEXTO	Justificativa	A marca visa atender à necessidade de um aumento da grade de tamanhos do segmento <i>beach/resort wear</i> , contemplando maior número de consumidoras.
	Objetivos do projeto	Lançar no mercado a marca Sea 304 veiculada por loja virtual, inicialmente. Os produtos abordam o segmento <i>resortwear</i> , aliando as tendências de moda com as necessidades das consumidoras.
	Resultados desejáveis	Atender a um público com diferentes tipos físicos, incluindo e igualando os segmentos de moda numa mesma marca.
	Responsabilidades do projeto	Ampliação e inclusão de numeração maior na grade atual de tamanhos.
	Marca	Sea304
	Produto	Vestuário feminino
	Preço	78,90 – 138,90
	Promoção	Catálogo digital, Facebook, Instagram, Site.

ANÁLISE SETORIAL	Praça	Loja virtual
	Estudo das tendências	As tendências apontadas foram: Cores (Lápis Blue, Flame), Formas (tops, ombro só, calcinhas mais largas).
	Concorrentes	Triangl, MyraSwim, Ostra Brasil, Salinas, Kerk, Rio de Jas.
	Tecnologia	Maquinário para malhas: overloque, interloque, reta, corte, laser, tecidos tecnológicos (Hightech Ultra Violeta).
	Estratégia da empresa	Com a ampliação da grade de tamanhos a empresa busca atender um público maior de consumidoras.
PÚBLICO ALVO	Sexo	Feminino
	Faixa etária	Entre 18- 35 anos
	Nível de renda	Classe B
	Hábitos de consumo	Público que acompanha tendências de moda e com acesso a mídias sociais e que busca produtos que atendam às suas necessidades.
USO DOS PRODUTOS	Estação do ano	Primavera/Verão 2018
	Local	Viagens de veraneio, luais, lounges, bares de hotéis, festas diurnas, praias e piscinas.
PORTFÓLIO DA	Segmento de mercado	<i>Beachwear/resortwear</i> feminino.

EMPRESA		
OBJETIVOS DO NEGÓCIO E ESTRATÉGIAS DO DESIGN	Principais resultados visados pelo projeto, atividades de design, correspondentes ao resultados visados	Estratégia de design voltada para atender às necessidades do público (previamente conhecidas através da pesquisa de público-alvo) tais como conforto, praticidade, tendências de moda.

Fonte: Adaptação da sugestão de briefing de Phillips (2007)

### **3 MARCA**

Conceito: A Sea304 é uma marca de *resortwear* criada para contemplar e abranger diferentes tipos de silhuetas. Evidencia as curvas femininas que através de suas roupas expressa personalidade de quem a veste. Traduz tendências contemporâneas em que as roupas de praia passam a assumir novas funções além do bronze. A marca visa atender às necessidades de uma mulher moderna, antenada com as tendências de moda, que pode frequentar diferentes ocasiões sociais com o mesmo *look*.

#### **3.1 Tema de coleção**

A coleção *Sunset in the world* teve como inspiração o pôr do sol em diferentes lugares do mundo. Elementos como cores, água, coqueiros, flores, areia e pedras, assim como equilíbrio entre o dia e noite, calor e frio, luz e sombra, serão representados numa coleção distribuída em cinco famílias, cada uma dedicada a uma famosa praia paradisíaca – Miami (EUA) , Fortaleza (Brasil), Rio de Janeiro (Brasil), Santorini (Grécia) e Honolulu (Havaí- EUA).

## 4 COMPOSTO DE MARKETING

### 4.1 Análise de produto

A Sea 304 se define como uma marca de *resortwear*, segmento que contempla o traje de praia com traje passeio. A proposta da marca é oferecer no mercado produtos confortáveis, leves e versáteis. Tais características agregam valor ao produto, já que foi desenvolvido para ter vida útil prolongada. Conforto, qualidade, elegância e durabilidade são as características relevantes na criação das nossas peças, aspectos citados nas respostas da nossa pesquisa de público-alvo. A identidade visual da marca busca atender à mesma proposta dos produtos, com elementos associados à leveza e praticidade.

Os produtos foram pensados para atender às necessidades do público alvo desde a pesquisa, criação, modelagem e escolha de matérias-primas. As peças serão vendidas separadamente, buscando contemplar os diferentes corpos, tendo em vista que a maioria das mulheres entrevistadas diz vestir tamanhos diferentes na parte de cima (busto) e de baixo (quadril).

Faremos uso de amarrações, elásticos e tecidos com elastano para garantir um melhor ajuste ao corpo, do mesmo modo atender maior número de consumidoras.

Para Kotler e Keller (2006), o produto relaciona o consumidor com a empresa, mostrando seu nível de qualidade e posicionamento social. Nossos produtos têm características ergonômicas, que vão além do design, analisando a estrutura do corpo. A experiência do uso das peças é tão importante quanto a atração visual gerada pela consumidora.

De acordo com Rigueiral (2002) a diferenciação é uma forma de agregar valor à peça. O produto aumentado é o que vai além da expectativa do cliente, oferecendo mais do que ele pensa que necessita ou mais do que está acostumado a receber. Uma embalagem utilitária que servirá para guardar o produto, o cheiro da marca como brinde e um manual com informações adicionais sobre a manutenção do produto fazem o valor agregado aumentar, assim como a satisfação do cliente.

Para Miranda (1999), a moda tem uma relação de retorno no momento que liga o prazer de ver ao prazer de ser visto. Com isso, a marca visa atender a outras funções além do vestuário, como: função simbólica (comportamental), por

isso a necessidade de uma análise de público alvo; de comunicação, quando se pretende comunicar a situação em que a roupa está sendo usada; de integração, ou seja, como a consumidora vai se sentir dentro do meio social em que vai vestir o produto e autoestima, no momento em que vai adquirir uma peça que valoriza seu corpo.

#### **4.2 Análise de público-alvo**

Nosso público pode ser definido por mulheres jovens e adultas, que acompanham tendências de moda, têm acesso às redes sociais, consomem em weblojas e com considerável poder de compra (mensalmente, na maioria). Buscam produtos que atendam às suas necessidades (físicas e comportamentais).

São mulheres com corpos reais podendo ou não estar dentro dos padrões estéticos vigentes (a maioria das consumidoras se diz não estar dentro dos padrões) e acham que o mercado do segmento não produz produtos que valorizam o corpo. Gostariam de consumir produtos de moda com mais facilidade, em lojas convencionais. Buscam valorizar o corpo, sem precisar exibí-lo de forma sensual. São mulheres que procuram produtos exclusivos, assim como conforto, praticidade e qualidade nas peças.

Realizamos um questionário virtual com 565 mulheres entre os meses de março e junho de 2017 com o objetivo de obter informações sobre o público-alvo e as necessidades de consumo das consumidoras no segmento praia. Disponibilizamos o formulário (Apêndice A) on line em grupos do facebook. O questionário contém 12 questões sobre: idade das entrevistadas, consumo em lojas virtuais, interesse sobre moda, satisfação com o mercado de moda (tamanho, modelagem, cores e estampas), corpo, padrões corporais e necessidades de consumo.

Nos resultados percebemos que a maioria acha que o mercado do segmento *resortwear/beachwear* não atende às necessidades de grande parte das mulheres, assim como a grade de tamanhos não contempla a maioria das consumidoras.

## Resultado da pesquisa de público-alvo<sup>3</sup>:

PERGUNTAS RESPOSTAS **565**

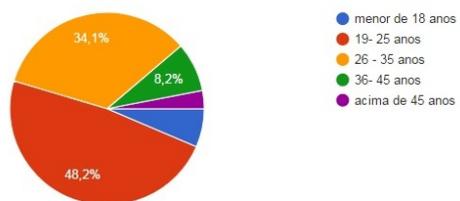
565 respostas

RESUMO INDIVIDUAL

Aceitando respostas

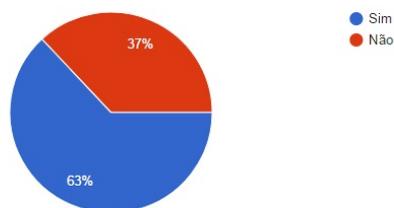
Qual sua faixa etária?

558 respostas



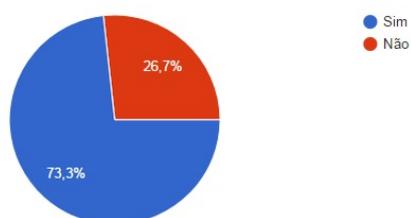
Já comprou algum produto em weblojas (lojas virtuais)?

552 respostas



Você acompanha as redes sociais de marcas de moda?

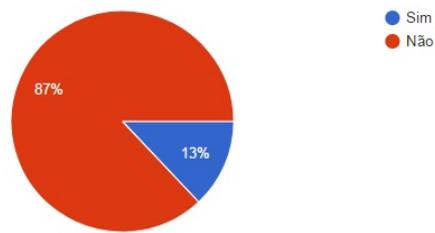
554 respostas



<sup>3</sup> A pesquisa e os resultados seguem em anexo.

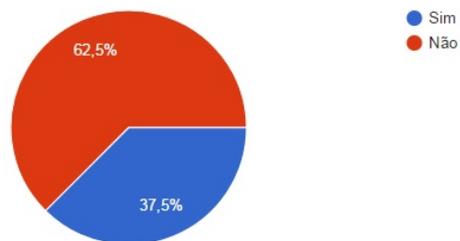
### Conhece a moda resortwear?

554 respostas



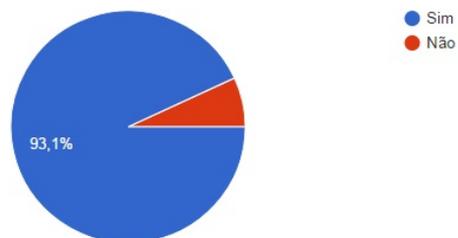
### Você se considera dentro dos padrões corporais vigentes?

550 respostas



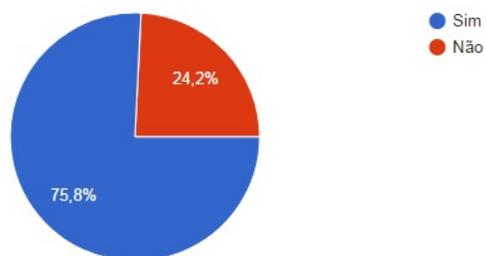
### Acha necessário o aumento da grade de tamanho atual?

550 respostas



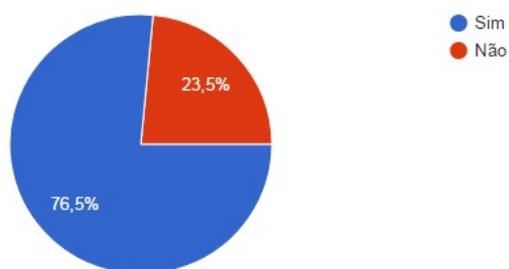
### Veste tamanho diferente na parte superior e inferior?

553 respostas



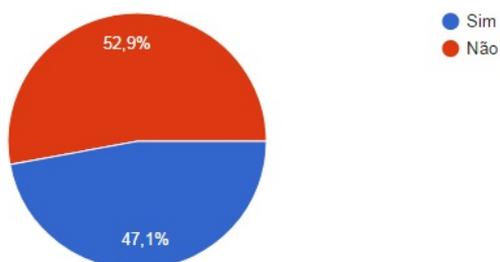
### Compra as peças do biquini separadas?

553 respostas



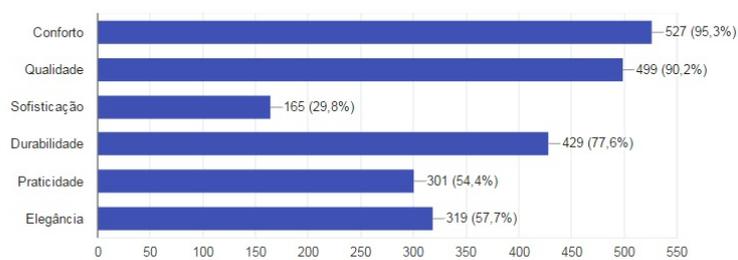
### Se sente bem com o seu corpo?

552 respostas



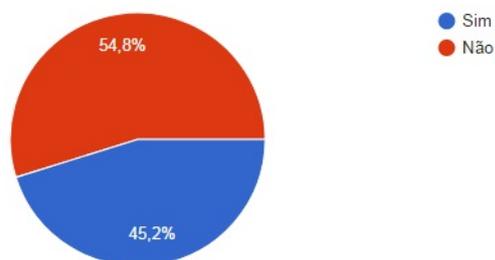
### Quais características você espera encontrar num produto de moda? (Pode marcar mais de uma alternativa)

553 respostas



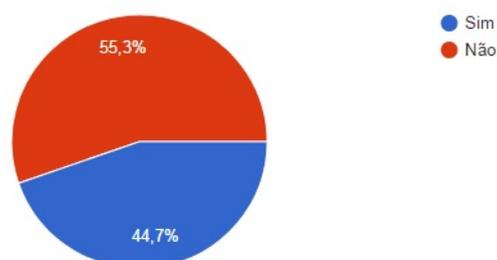
Se você usa tamanhos grandes, se sente confortável em consumir em lojas especializadas em tamanhos maiores?

434 respostas



O mercado atende às suas expectativas?

537 respostas



### **Consumo**

Realidade de consumo em weblojas;

Acompanhamento de tendências de moda através das redes sociais –  
instagram, sites, facebook;

Frequência de consumo: mensal;

Preferência por produtos exclusivos;

Preferência de consumo em lojas convencionais (que atualmente atendem  
dos tamanhos p ao g);

O mercado não atende às expectativas da maioria das consumidoras, que  
se mostram insatisfeitas com os produtos ofertados, seja no tamanho, modelagem  
ou cor.

### **Necessidades**

Maioria das entrevistadas não se considera dentro dos padrões corporais  
vigentes;

Grade de tamanhos não atende à maioria das mulheres;

Necessidade de ampliação dessa grade;

Procuram peças que valorizem as formas do corpo sem exibí-lo de forma sensual;

Buscam peças com conforto, qualidade, durabilidade.

### **4.3 Análise da Praça**

A compra virtual é uma realidade, segundo nossa pesquisa de público-alvo. A maioria das entrevistadas disse consumir em plataformas virtuais, como visto nos resultados da pesquisa. É uma estratégia de venda que gera conforto por realizar a compra pela internet.

Sobre a realidade de compra através da praça virtual: “A realização de toda a cadeia de valores dos processos de um negócio em um ambiente eletrônico, por meio da aplicação intensa das tecnologias da comunicação e de informação, atendendo aos objetivos de negócio”, Albertin (2001, p.40).

A praça virtual gera comodidade ao cliente de poder ter acesso aos produtos sem precisar se deslocar até uma loja física. Assim, disponibilizaremos todas as informações referentes ao produto, como composição, tamanhos disponíveis, cores, preços, detalhes ampliados, formas de pagamento, prazos de entrega, valor do frete e dicas de manutenção da peça. As trocas, caso haja algum defeito no produto ou em caso de erro de envio do produto escolhido, assim como a entrega (frete), serão feitas via correios.

Como inicialmente nossa praça será apenas virtual, disponibilizaremos no site uma tabela de medidas para a consumidora encontrar o tamanho ideal ao seu corpo. Explicaremos também como realizar essa medição, para evitar possíveis problemas de ergonomia, desconforto, evitando possíveis trocas e garantindo o bem estar e satisfação da cliente. No site além dos produtos, disponibilizaremos nossos contatos para dúvidas, sugestões e informações em geral. Buscaremos retornar a esses contatos de forma rápida e adequada.

#### **4.4 Promoção**

Inicialmente divulgaremos nossa marca através do marketing direto por catálogos e plataformas digitais, mídias sociais e e-mail. Usaremos perfis de divulgação nas redes sociais, como instagram, facebook, twitter e website. Não utilizaremos catálogos impressos, visando a sustentabilidade.

Buscaremos parcerias com marcas de acessórios (bijouterias, chapéus, sandálias) para ganhar visibilidade no mercado, assim como associar a marca à outras de produtos complementares.

Confeccionaremos brindes como a fragrância personalizada da marca, para ser usada como perfumador de roupas. Assim, nossas consumidoras associaram o perfume à Sea304. O brinde vai embalado junto com a peça e uma sacola de algodão também personalizada com a logomarca, que além de embalagem, vai auxiliar no armazenamento da peça, o que valoriza e agrega valor à marca e ao produto, já que buscamos ir além da satisfação das necessidades de nossas clientes.

#### **4.5 Preço**

Kotler e Armstrong (2007) explica que o preço é a soma de todos os valores que os consumidores pagam por seus produtos ou serviços. O preço será definido a partir dos custos totais de produção de cada peça, relacionando com os preços dos concorrentes diretos, posicionando a marca de modo competitivo no mercado. Para Kotler e Keller (2006) o preço funciona como sendo o determinante na escolha dos compradores.

Las Casas (1997) acredita que o preço ajuda a dar valor ao produto, além de representar uma troca pelo esforço feito pela empresa com a aplicação dos recursos provenientes. Para a precificação utilizamos a ferramenta markup, que é um índice multiplicador aplicado sobre o custo de um produto ou serviço pra que se forme o preço de venda. O autor afirma que o mesmo é baseado na ideia de preço margem, adicionado ao custo unitário com uma margem de lucro. Usaremos com o multiplicador 2,5 sobre o custo de produção da peça para obtermos o preço do produto.

## 5 AVALIAÇÃO CDS

### 5.1 Competitividade

Segundo Marques (2011), os consumidores estão cada vez mais exigentes e segmentados, por isso, o setor de moda não pode investir apenas na produtividade, mas também atender às exigências do público-alvo.

A marca busca atender à necessidade de ampliação da grade de tamanhos do segmento *resortwear*. Grande parte das marcas atuantes no mercado produz em três tamanhos (p, m, g), selecionando algumas peças para a produção em tamanho gg. Outras marcas fazem coleções exclusivas para tamanhos maiores. A Sea 304 busca se tornar mais competitiva no mercado através da produção de todas as peças em tamanhos p, m, g, gg e xg.

A Sea 304 busca entrar no mercado com preço competitivo ao das marcas concorrentes, visando atender a um público mais amplo, a partir da variedade de tamanhos ofertados e buscando alternativas de materiais, design, modelagem.

### 5.2 Diferenciação

Outro aspecto importante para a marca se tornar diferenciada no mercado é o estudo de tendências, desde as macro tendências mundiais segundo WGSN<sup>4</sup>, no caso, uma tendência presente na nossa coleção, é o noturno, associado ao pôr do sol (tema da coleção primavera-verão 2018), que mostra o equilíbrio entre o dia e a noite, o calor e o frio, assim como tendências de moda específicas como as cores da estação, formas e matérias-primas.

Os produtos serão vendidos separadamente (no caso de biquinis e conjuntos) para garantir maior composição de looks e atender às especificidades corporais das diferentes silhuetas. São peças com modelagens que atendem a diferentes shapes, ficando a critério da cliente escolher quais peças satisfazem às suas necessidades de corpo e de consumo.

---

<sup>4</sup> Referência mundial em pesquisa de tendências

Outro aspecto diferencial é a tabela de medidas disponibilizada no site e nos catálogos, informando as dimensões das peças e instruções para esta medição, para as consumidoras identificarem com facilidade o tamanho ideal para o seu corpo, facilitando a compra virtual evitando possíveis trocas.

### **5.3 Sustentabilidade**

O design tem uma grande importância na diferenciação e sustentabilidade dos produtos, pois ele agrega valor, podendo reduzir o uso de matérias-primas, economia de energia, racionalização da produção e otimização do processo, assim como o aumento da qualidade, que gera uma vida útil maior ao produto, segundo Dias (2011).

Não utilizaremos catálogos impressos, visando um consumo consciente de materiais gráficos. Faremos todos os nossos catálogos e propagandas digitais, que além da sustentabilidade, é uma realidade no e-commerce.

Visando mostrar o consumo consciente às consumidoras, a marca vai disponibilizar junto à peça adquirida, um manual de manutenção do produto, para que ele tenha uma maior durabilidade e menor uso de produtos prejudiciais ao meio ambiente. As embalagens são desenvolvidas em material reutilizável e ou reciclável.

## 6 METODOLOGIA

<b>Quadro 2 – Método de Löbach</b>	
<b>Análise do problema</b>	Análise da necessidade Análise da relação social homem-produto Análise da relação produto-ambiente Análise do mercado Análise da configuração (funções estéticas) Análise de materiais e processos de fabricação Distribuição, serviço a clientes, manutenção Descrição das características do novo produto Exigências para com o novo produto
<b>Definição do problema e dos objetos</b>	Com a ampliação da grade de tamanhos, a empresa busca atender um público maior de consumidoras.
<b>Alternativas de design</b>	Conceitos do design Alternativas de solução Esboços de ideias, modelos
<b>Avaliação das alternativas de design</b>	Escolha da melhor solução Incorporação das características ao novo produto
<b>Solução de design</b>	Projeto estrutural Configuração dos detalhes Desenvolvimento de modelos Desenhos técnicos, desenhos de representação.

Fonte: Löbach, 2001, p.208

## 7 TABELA DE PARÂMETRO

A tabela de parâmetro foi desenvolvida seguindo o modelo de Treptow (2013). Na coleção existem modelos que serão produzidos entre as três categorias de mix de moda, que são: vanguarda, fashion e básico.

**Tabela 1 – Parâmetros da SEA304**

<b>PEÇA</b>	<b>TOTAL</b>	<b>BÁSICO</b>	<b>FASHION</b>	<b>VANGUARDA</b>
<b>Top</b>	8	3	4	1
<b>Blusa</b>	3	1	1	1
<b>Calcinha</b>	5	3	1	1
<b>Maiô</b>	6	1	4	1
<b>Saia</b>	3		1	2
<b>Vestido</b>	4	3		1
<b>Short</b>	1		1	
<b>Calça</b>	1		1	
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>11</b>	<b>13</b>	<b>7</b>
<b>Percentual</b>	<b>100%</b>	<b>35%</b>	<b>42%</b>	<b>23%</b>

Fonte: Adaptado de Treptow, 2003, pag 103



## 8 FICHAS TÉCNICAS

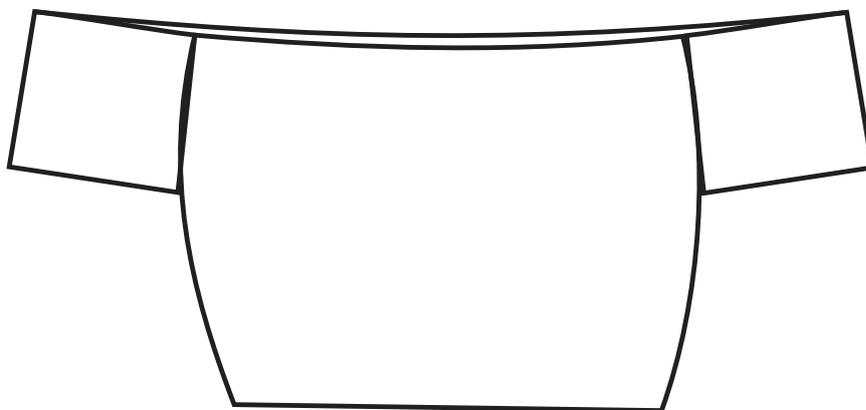


Logomarca <i>Sea</i> Resortwear for all	Empresa: Sea 304	
	Coleção: Sunset in the World	
	Ref. Modelo: Top Ipanema	Data:03/06/2017
	Designer: Fernanda Colares	Modelista: Fernanda Colares

### FICHA TÉCNICA (pág. 1 de 3)

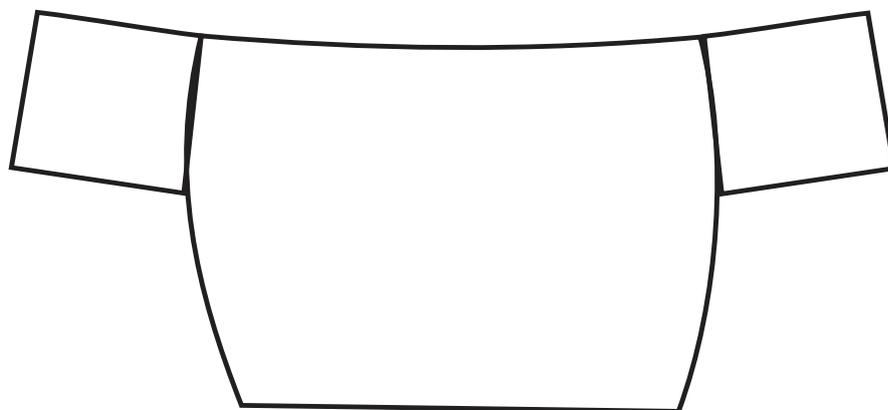
Frente:

Elástico chato pigeon na parte superior (mangas/frente/costas)



Elástico Jaraguá n.20 na cintura

Costas:





Logomarca 	Empresa: Sea304	
	Coleção: Sunset in the World	
	Ref. Modelo: Top Ipanema	Data:03/06/2017
	Designer:Fernanda Colares	Modelista:Fernanda Colares

## FICHA TÉCNICA (pág. 2 de 3)

Tabela de Materiais					
Material	Fabricante/Fornecedor	Composição	Cor	Quant.	Un.
Lycra	Invista	85%Poliamida 15%Elastano	Estampa Rio Eletric Blue Preto	0,150	kg
Forro	Mazzi	100%Poliamida	Branco/Preto	0,035	kg

Tabela de Aviamentos					
Material	Fabricante/ Fornecedor	Composição	Cor	Quant.	Un.
Linha	Sancriis	100%Poliéster	Preto/lilás	70	m
Fio	Sancriis	100%Poliamida	Preto/lilás	140	m
Elástico Chato Pigeon 07mm	São José	69%Algodão 31%Látex	branco	1	m
Elástico Jaraguá n.20	São José	73%Poliéster 27% Elastodueno	branco	0,75	m

Tabela de Etiquetas			
Descrição	Material	Tamanho	Fixação
Bandeira	Poliéster	2,5 x 2,5 cm	Costura (interna) - costas
Composição	Nylon	5 x 2,5 cm	Costura (interna) - costas

Grade de tamanhos				
Tamanho	Cor 01	Cor 02	Cor 03	SKU
P	Estampa Rio	Eletric Blue	Preto	3
M	Estampa Rio	Eletric Blue	Preto	3
G	Estampa Rio	Eletric Blue	Preto	3
GG	Estampa Rio	Eletric Blue	Preto	3
EG	Estampa Rio	Eletric Blue	Preto	3
Total SKU				15





Logomarca

Sea<sup>3</sup><sub>0</sub>  
Resortwear for all<sup>4</sup>

Empresa: Sea 304

Coleção: Sunset in the World

Ref. Modelo: Calcinha Leblon

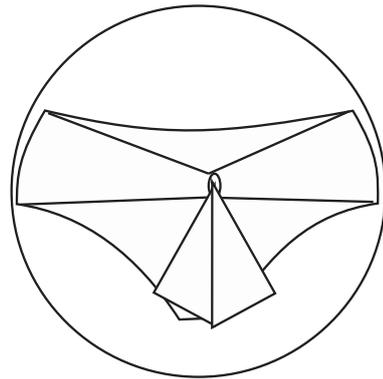
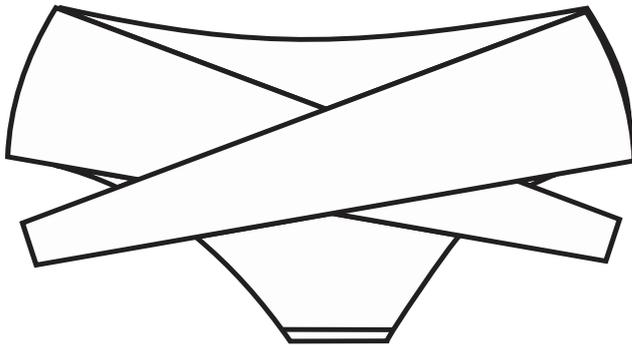
Data:03/06/2017

Designer: Fernanda Colares

Modelista: Fernanda Colares

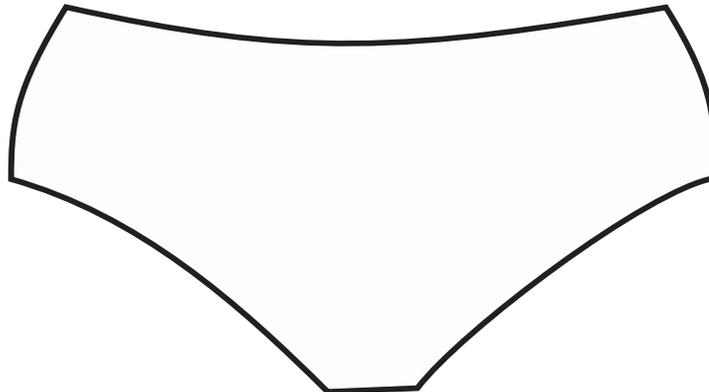
## FICHA TÉCNICA (pág. 1 de 3)

Frente:



Detalhe da amarração do laço.

Costas:





Logomarca  Resortwear for all 4	Empresa: Sea304	
	Coleção: Sunset in the World	
	Ref. Modelo: Calcinha Leblon	Data:03/06/2017
	Designer: Fernanda Colares	Modelista:Fernanda Colares

### FICHA TÉCNICA (pág. 2 de 3)

Tabela de Materiais					
Material	Fabricante/Fornecedor	Composição	Cor	Quant.	Un.
Lycra	Invista	85% Poliamida 15%Elastano	Estampa rio Eletric Blue Preto	0,150	kg
Forro	Mazzi	100%Poliamida	Branco	0,050	kg

Tabela de Aviamentos					
Material	Fabricante/Fornecedor	Composição	Cor	Quant.	Un.
Linha	Sancis	100%Poliéster	Preto/lilás	80	m
Fio	Sancris	100%Poliamida	Preto/lilás	160	m
Elástico chato pigeon 07 mm	São José	69%Algodão 31%Látex	branco	1,85	m

Tabela de Etiquetas			
Descrição	Material	Tamanho	Fixação
Bandeira	Poliéster	2,5 x 2,5 cm	Costura (interna) - costas
Composição	Nylon	5 x 2,5 cm	Costura (interna) - costas

Grade de tamanhos				
Tamanho	Cor 01	Cor 02	Cor 03	SKU
P	Estampa Rio	Eletric Blue	Preto	3
M	Estampa Rio	Eletric Blue	Preto	3
G	Estampa Rio	Eletric Blue	Preto	3
GG	Estampa Rio	Eletric Blue	Preto	3
EG	Estampa Rio	Eletric Blue	Preto	3
Total SKU				15



Logomarca 	Empresa:Sea304	
	Coleção: Sunset in the World	
	Ref. Modelo: Calcinha Leblon	Data:03/06/2017
	Designer:Fernanda Colares	Modelista: Fernanda Colares

### FICHA TÉCNICA (pág. 3 de 3)

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
Preparar laço	Overloque	60 s
Fixar laço com a frente (já com o forro)	Overloque	60 s
Fechar laterais (costas já com forro) e colocar etiquetas	Overloque	40 s
Colocar elástico cintura	Galoneira	30 s
Colocar elástico coxas	Galoneira	40 s
Limpeza	Tesoura	30 s
Embalagem	Manual	20 s

#### Observações importantes:

Forro embutido

Fernanda Colares    03/06/2017  
Designer

Fernanda Colares    03/06/2017  
Modelista

Fabiana Ferreira    03/06/2017  
PCP



Logomarca  <i>Resortwear for all</i> 4	Empresa: Sea 304	
	Coleção: Sunset in the World	
	Ref. Modelo: Pareô Havái	Data: Data:03/06/2017
	Designer: Fernanda Colares	Modelista: Fernanda Colares

### FICHA TÉCNICA (pág. 1 de 3)

Frente:

--	--	--

P.s: Peça inteira aberta



Logomarca  Resortwear for all 4	Empresa: Sea304	
	Coleção: Sunset in the World	
	Ref. Modelo: Pareô Havaí	Data: 03/06/2017
	Designer: Fernanda Colares	Modelista: Fernanda Colares

### FICHA TÉCNICA (pág. 2 de 3)

Tabela de Materiais					
Material	Fabricante/Fornecedor	Composição	Cor	Quant.	Un.
Malha	Mazzi	95%Poliéster 5%Elastano	Estampa floral/ Preto/branco	0,4	kg

Tabela de Aviamentos					
Material	Fabricante/Fornecedor	Composição	Cor	Quant.	Un.
Linha	Sancris	100%Poliéster	Bege/preto /branco	98,9	m
Fio de overloque	Sancris	100%Poliamida	Bege/preto /branco	197,8	m

Tabela de Etiquetas			
Descrição	Material	Tamanho	Fixação
Bandeira	Poliéster	2,5 x 2,5 cm	Costura (interna) – cós
Composição	Nylon	5 x 2,5 cm	Costura (interna) – cós

Grade de tamanhos				
Tamanho	Cor 01	Cor 02	Cor 03	SKU
P	Estampa floral	Preto	Branco	3
M	Estampa floral	Preto	Branco	3
G	Estampa floral	Preto	Branco	3
GG	Estampa floral	Preto	Branco	3
EG	Estampa floral	Preto	Branco	3
Total SKU				15





Logomarca

Sea<sup>3</sup><sub>0</sub>  
Resortwear for all<sup>4</sup>

Empresa: Sea 304

Coleção: Sunset in the World

Ref. Modelo: Top Maui

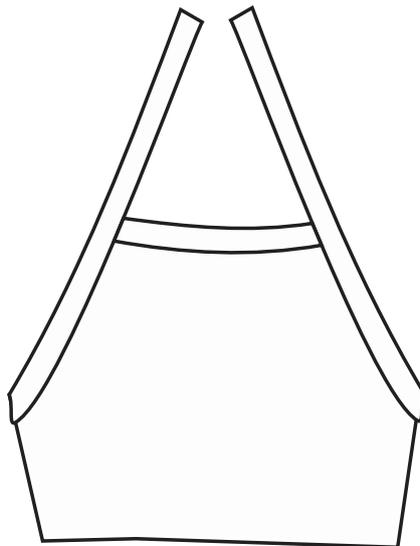
Data:03/06/2017

Designer:Fernanda Colares

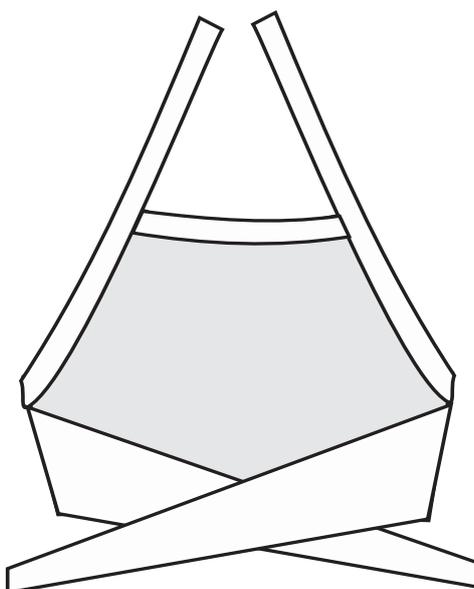
Modelista: Fernanda Colares

## FICHA TÉCNICA (pág. 1 de 3)

Frente:



Costas:





<b>Logomarca</b>  <i>Resortwear for all</i>	Empresa: Sea304	
	Coleção: Sunset in the World	
	Ref. Modelo: Top Maui	Data:03/06/2017
	Designer: Fernanda Colares	Modelista: Fernanda Colares

## FICHA TÉCNICA (pág. 2 de 3)

<b>Tabela de Materiais</b>					
Material	Fabricante/Fornecedor	Composição	Cor	Quant.	Un.
Malha	Casablanca	95%Poliéster 5%Elastano	Estampas: Floral/ Rio/Fortaleza	0,220	kg
Forro	Mazzi	100%Poliamida	Branco	0,035	kg

<b>Tabela de Aviamentos</b>					
Material	Fabricante/Fornecedo	Composição	Cor	Quant.	Un.
Linha	Sancris	100%Poliéster	Bege/branco/preto	72,4	m
Fio de overloque	Sancris	100%Poliamida	Bege/branco/preto	144,8	m
Elástico Jaraguá n.20	São José	73%Poliéster 27%Elastodueno	branco	0,45	m

<b>Tabela de Etiquetas</b>			
Descrição	Material	Tamanho	Fixação
Bandeira	Poliéster	2,5 x 2,5 cm	Costura interna (lateral direita)
Composição	Nylon	5 x 2,5 cm	Costura interna (lateral direita)

<b>Grade de tamanhos</b>				
Tamanho	Cor 01	Cor 02	Cor 03	SKU
P	Estampa Floral	Estampa Rio	Estampa Fortaleza	3
M	Estampa Floral	Estampa Rio	Estampa Fortaleza	3
G	Estampa Floral	Estampa Rio	Estampa Fortaleza	3
GG	Estampa Floral	Estampa Rio	Estampa Fortaleza	3
XG	Estampa Floral	Estampa Rio	Estampa Fortaleza	3
Total SKU				15



<b>Logomarca</b>  <i>Resortwear for all</i>	Empresa: Sea304	
	Coleção: Sunset in the World	
	Ref. Modelo: Top Maui	Data:03/06/2017
	Designer: Fernanda Colares	Modelista: Fernanda Colares

### FICHA TÉCNICA (pág. 3 de 3)

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
Preparar alça das costas	Overloque	60 s
Colocar elástico cintura (frente com forro) e barra	Galoneira	40 s
Preparar decote (viés)	Galoneira	30 s
Pregar alças frente	Galoneira	60 s
Unir costa e pregar etiquetas	Overloque	50 s
Colocar aviamentos	Manual	20 s
Limpeza	Tesoura	30 s
Embalagem	Manual	20 s

#### Observações importantes:


Fernanda Colares  
Designer

03/06/2017

Fernanda Colares  
Modelista

03/06/2017

Fabiana Ferreira  
PCP

03/06/2017



Logomarca

Sea<sup>3</sup><sub>0</sub>  
Resortwear for all<sup>4</sup>

Empresa: Sea 304

Coleção: Sunset in the World

Ref. Modelo: Vestido Mikonos

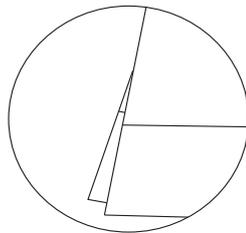
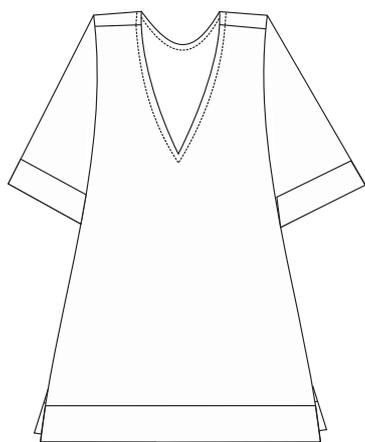
Data: 03/06/2017

Designer: Fernanda Colares

Modelista: Fernanda Colares

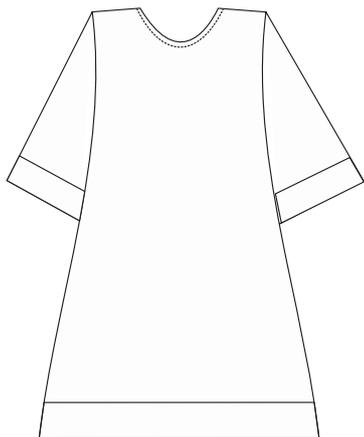
## FICHA TÉCNICA (pág. 1 de 3)

Frente:



Detalhe ampliado da abertura lateral

Costas:





<b>Logomarca</b>  <i>Resortwear for all</i>	<b>Empresa:</b> Sea304	
	<b>Coleção:</b> Sunset in the World	
	<b>Ref. Modelo:</b> Vestido Mikonos	<b>Data:</b> 03/06/2017
	<b>Designer:</b> Fernanda Colares	<b>Modelista:</b> Fernanda Colares

### FICHA TÉCNICA (pág. 2 de 3)

<b>Tabela de Materiais</b>					
Material	Fabricante/Fornecedor	Composição	Cor	Quant.	Un.
Renda Global	Casablanca	92%Poliamida 8%Elastano	Emerald/ Island	0,300	kg

<b>Tabela de Aviamentos</b>					
Material	Fabricante/Fornecedor	Composição	Cor	Quant.	Un.
Linha	Sancris	100%Poliéster	Verde/azul claro/laranja/ preto/branco	99,2	m
Fio de overloque	Sancris	100%Poliamida	Verde/azul claro/laranja/ preto/branco	198,4	m

<b>Tabela de Etiquetas</b>			
Descrição	Material	Tamanho	Fixação
Bandeira	Poliéster	2,5 x 2,5 cm	Costura (interna) - costas
Composição	Nylo	5 x 2,5 cm	Costura (interna) - costas

<b>Grade de tamanhos</b>				
Tamanho	Cor 01	Cor 02	Cor 03	SKU
P	Azul/azul celeste	Flame/preto	Branco	3
M	Azul/azul celeste	Flame/preto	Branco	3
G	Azul/azul celeste	Flame/preto	Branco	3
GG	Azul/azul celeste	Flame/preto	Branco	3
EG	Azul/azul celeste	Flame/preto	Branco	3
Total SKU				15



Logomarca  Resortwear for all 4	Empresa:Sea304	
	Coleção: Sunset in the World	
	Ref. Modelo: Vestido Mikonos	Data: 03/06/2017
	Designer:Fernanda Colares	Modelista: Fernanda Colares

### FICHA TÉCNICA (pág. 3 de 3)

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
Preparar barra vestido (frente e costas)	Overloque	50 s
Preparar barra manga	Overloque	40 s
Unir ombros	Overloque	20 s
Acabamento do decote (viés)	Galoneira	60 s
Pregar mangas	Overloque	60 s
Fechar laterais e pregar etiquetas	Overloque	90 s
Limpeza	Tesoura	30 s
Embalagem	Manual	20 s

#### Observações importantes:


Fernanda Colares  
Designer

03/06/2017

Fernanda Colares  
Modelista

03/06/2017

Fabiana Ferreira  
PCP

03/06/2017



Logomarca

Sea<sup>3</sup><sub>0</sub>  
Resortwear for all<sup>4</sup>

Empresa: Sea 304

Coleção: Sunset in the World

Ref. Modelo: Vestido Flórida

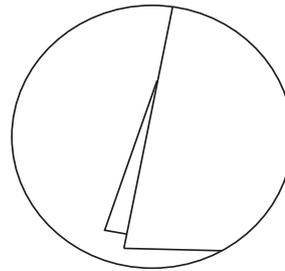
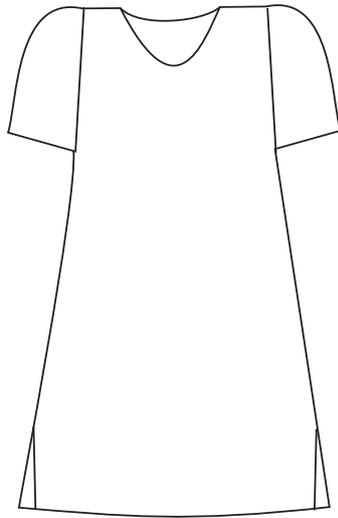
Data:03/06/2017

Designer: Fernanda Colares

Modelista: Fernanda Colares

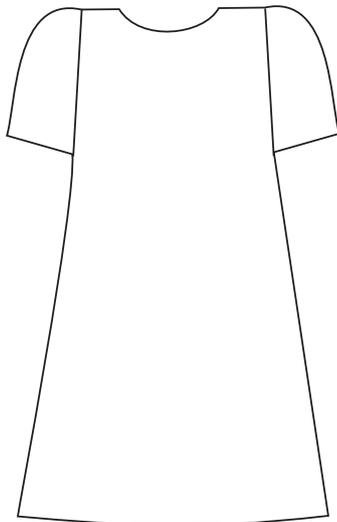
## FICHA TÉCNICA (pág. 1 de 3)

Frente:



Detalhe ampliada abertura lateral

Costas:





<b>Logomarca</b>  <i>Resortwear for all</i>	<b>Empresa:</b> Sea304	
	<b>Coleção:</b> Sunset in the World	
	<b>Ref. Modelo:</b> Vestido Flórida	<b>Data:</b> 03/06/2017
	<b>Designer:</b> Fernanda Colares	<b>Modelista:</b> Fernanda Colares

### FICHA TÉCNICA (pág. 2 de 3)

<b>Tabela de Materiais</b>					
Material	Fabricante/Fornecedor	Composição	Cor	Quant.	Un.
Lace Jacquard	Beau	96%Poliéster 4%Elastano	Azul/Emerald/Flame	0,375	kg

<b>Tabela de Aviamentos</b>					
Material	Fabricante/Fornecedor	Composição	Cor	Quant.	Un.
Linha	Sancris	100%Poliéster	Azul, verde, laranja	100	m
Fio Overloque	Sancris	100%Poliamida	Azul, verde, laranja	200	m

<b>Tabela de Etiquetas</b>			
Descrição	Material	Tamanho	Fixação
Bandeira	Poliéster	2,5 x 2,5 cm	Costura (interna) – lado direito
Composição	Nylon	5 x 2,5 cm	Costura (interna) – lado direito

<b>Grade de tamanhos</b>				
Tamanho	Cor 01	Cor 02	Cor 03	SKU
P	Lápis Blue	Emerald	Flame	3
M	Lápis Blue	Emerald	Flame	3
G	Lápis Blue	Emerald	Flame	3
GG	Lápis Blue	Emerald	Flame	3
XG	Lápis Blue	Emerald	Flame	3
Total SKU				15



Logomarca 	Empresa:Sea304	
	Coleção: Sunset in the World	
	Ref. Modelo: Vestido Flórida	Data:03/06/2017
	Designer:Fernanda Colares	Modelista: Fernanda Colares

### FICHA TÉCNICA (pág. 3 de 3)

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
Unir ombros	Overloque	60 s
Acabamento decote (viés)	Galoneira	60 s
Pregar mangas	Overloque	50 s
Fechar laterais e pregar etiquetas	Overloque	60 s
Fazer bainha do vestido (frente e costas)	Galoneira	60 s
Fazer bainha das mangas	Galoneira	40 s
Fazer bainha abertura lateral	Galoneira	40 s
Limpeza	Tesoura	30 s
Embalagem	Manual	20 s

#### Observações importantes:

O acabamento do decote é feito com viés.

Abertura lateral

Fernanda Colares  
Designer

03/06/2017

Fernanda Colares  
Modelista

03/06/2017

Fabiana Ferreira  
PCP

03/06/2017

## 9 CUSTO DAS PEÇAS

Para o custo de cada peça foram considerados: a matéria-prima, a mão-de-obra, transporte, alimentação e embalagens/brindes. Seguindo Las Casas (1997), utilizamos o mark-up de 2,5, em que o multiplicamos pelo total dos custos diretos e arredondamos para uma padronização dos preços.

Quadro 3 – Custos da SEA304								
PRODUTO	MP*	MO <sub>1</sub> *	MO <sub>2</sub> *	Outros*	EB*	TCD*	Markup	PV
TOP IPANEMA	R\$15,00	R\$10,00	R\$6,24	R\$1,20	R\$5,00	R\$37,44	R\$93,60	R\$93,90
CALCINHA LEBLON	R\$15,00	R\$7,00	R\$5,64	R\$1,20	R\$5,00	R\$33,84	R\$84,60	R\$84,90
PAREÓ HAVAIÍ	R\$18,00	R\$10,00	R\$6,84	R\$1,20	R\$5,00	R\$41,04	R\$102,60	R\$102,90
TOP MAUÍ	R\$10,00	R\$10,00	R\$5,24	R\$1,20	R\$5,00	R\$31,44	R\$78,60	R\$78,90
VESTIDO MIKONOS	R\$32,00	R\$10,00	R\$9,24	R\$1,20	R\$5,00	R\$55,44	R\$138,60	R\$138,90
VESTIDO FLÓRIDA	R\$15,00	R\$10,00	R\$6,24	R\$1,20	R\$5,00	V37,44	R\$93,60	R\$93,90

\***MP** – matéria-prima: tecidos, forros, aviamentos em geral

\***MO<sub>1</sub>** – mão-de-obra (costureira, modelista e designer), outros (alimentação e transporte), embalagens/brindes (sacola de tecido ou sacola de papel e spray com fragrância da marca).

\***MO<sub>2</sub>**\* – designer

\***Outros** – alimentação e transporte

\***EB** – embalagens e brindes (sacola de tecido ou sacola de papel e spray com fragrância da marca).

\***TCD** – Total dos custos diretos

\***Markup** – multiplicador para precificar o produto (2,5)

\***PV** – preço de venda

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sea304 é uma marca *resortwear* que busca evidenciar diferentes tipos de silhuetas femininas com tendências contemporâneas. A coleção *Sunset in the world* teve como inspiração o pôr do sol em praias famosas do mundo. Cinco famílias compõem a coleção: Miami, Fortaleza, Rio de Janeiro, Santorini e Honolulu. A marca busca entrar no mercado com preço competitivo em relação às concorrentes, visando atender a um público mais amplo e buscando alternativas de materiais, design, modelagem, assim como também a grade de tamanhos estendida.

Uma das propostas da marca é oferecer produtos confortáveis, leves, versáteis. Os produtos foram pensados para atender às necessidades do público alvo. As peças serão vendidas separadamente, buscando contemplar os diferentes tipos de corpos.

Utilizamos a metodologia de Löbach, onde a criação depende de uma análise prévia das necessidades do público-alvo. Com base na pesquisa que fizemos, podemos definir que nossas possíveis clientes são mulheres com corpos reais podendo ou não estar dentro dos padrões estéticos vigentes, que buscam produtos de moda, consomem em weblojas e estão insatisfeitas com o mercado de moda praia atual.

A praça escolhida para venda, inicialmente é a virtual gera comodidade ao cliente de poder ter acesso aos produtos sem precisar se deslocar até uma loja física. Divulgaremos nossa marca através do marketing direto por catálogos e plataformas digitais, mídias sociais e e-mail. Não utilizaremos catálogos impressos, visando um consumo consciente de materiais gráficos. Faremos todos os nossos catálogos e propagandas digitais, que além da sustentabilidade, é uma realidade no e-commerce. Usaremos perfis de divulgação nas redes sociais, como instagram, facebook, twitter e website. O preço será compatível com os custos totais e com os concorrentes. A marca será lançada no mercado no final de mês de julho de 2017

## REFERÊNCIAS

ALBERTIN, Alberto **Luiz**. Negócios na era digital: a evolução do comércio eletrônico no Brasil. In. **GESTÃO EMPRESARIAL: Oito propostas para o terceiro milênio**. RAE – 40 anos. Ed. Atlas, São Paulo: 2001.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental**: responsabilidade social e sustentabilidade. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 12.ed. São Paulo: Pearson, 2007.

LAS CASAS. Alexandre Luzzi. **Marketing**: conceitos, exercícios, casos. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1997.

LÖBACH, Bernd. **Design industrial**. São Paulo: Edgard Blücher. 2001.

MARQUES, Wagner Luiz. **Ciências empresariais**. Livro on line, 2011.

MIRANDA, A. P. C.; MARCHETTI, R.; PRADO, P. **Moda e autoconceito**: produtos como símbolos do eu. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – ENANPAD, 23., 1999, Foz do Iguaçu. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 1999.

RIGUEIRAL, Carlota; RIGUEIRAL, Flávio. **Design & moda** – como agregar valor e diferenciar sua confecção. IPT, São Paulo, 2002.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda**: planejamento de coleção, D.Treptow. Brusque, 2003.

## APÊNCICE A – QUESTIONÁRIO

- 1- Qual sua faixa etária?  
 Menor de 18 anos       36-45 anos  
 19-25 anos       Acima de 46 anos  
 26-35anos
- 2- Já comprou algum produto em weblojas (lojas virtuais)  
 Sim       Não
- 3- Você acompanha as redes sociais de marcas de moda?  
 Sim       Não
- 4- Conhece a moda *resortwear*?  
 Sim       Não
- 5- Você se considera dentro dos padrões corporais vigentes?  
 Sim       Não
- 6- Acha necessário o aumento da grade de tamanho atual?  
 Sim       Não
- 7- Veste tamanho diferente na parte superior e inferior?  
 Sim       Não
- 8- Compra as peças do biquini separadas?  
 Sim       Não
- 9- Se sente bem com seu corpo?  
 Sim       Não
- 10-Quais características você espera encontrar num produto de moda?  
 Conforto       Durabilidade  
 Qualidade       Praticidade  
 Sofisticação       Elegância
- 11- Se você usa tamanhos grandes, se sente confortável em consumir em lojas especializadas em tamanhos maiores?  
 Sim       Não
- 12-O mercado atende às suas expectativas?  
 Sim       Não

## APÊNDICE B – TRATAMENTO DOS DADOS: RESULTADO DA PESQUISA

PERGUNTAS    RESPOSTAS    565

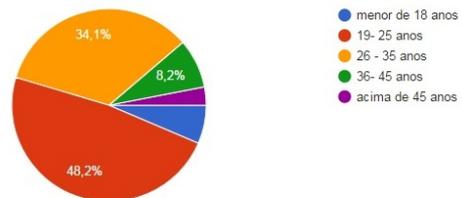
565 respostas

RESUMO    INDIVIDUAL

Aceitando respostas

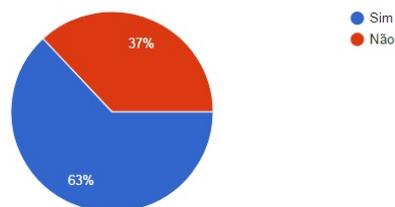
Qual sua faixa etária?

558 respostas



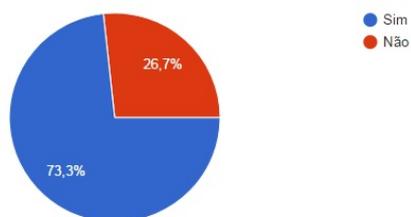
Já comprou algum produto em weblojas (lojas virtuais)?

552 respostas



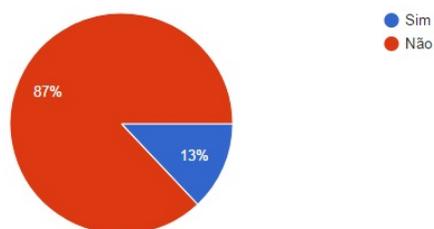
Você acompanha as redes sociais de marcas de moda?

554 respostas



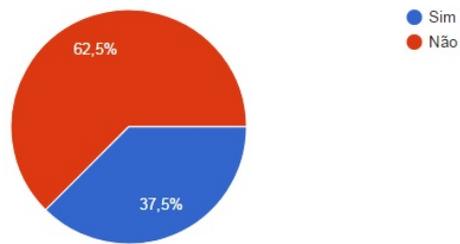
Conhece a moda resortwear?

554 respostas



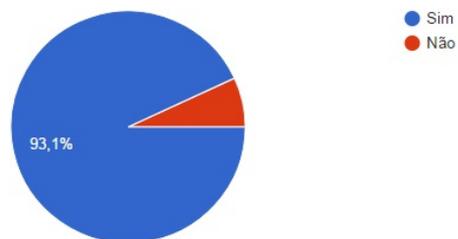
Você se considera dentro dos padrões corporais vigentes?

550 respostas



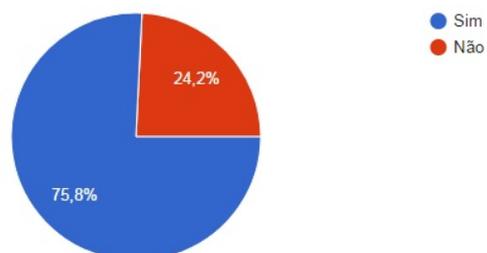
Acha necessário o aumento da grade de tamanho atual?

550 respostas



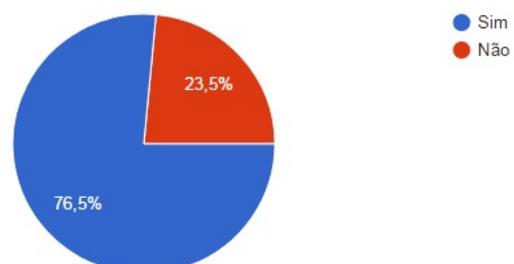
Veste tamanho diferente na parte superior e inferior?

553 respostas



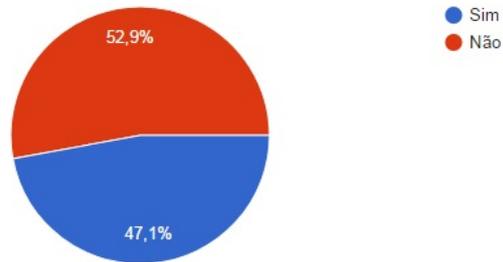
Compra as peças do biquini separadas?

553 respostas



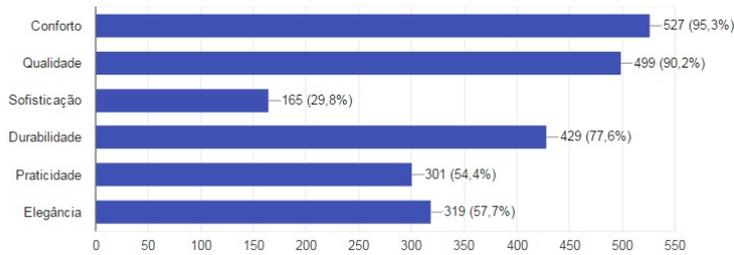
### Se sente bem com o seu corpo?

552 respostas



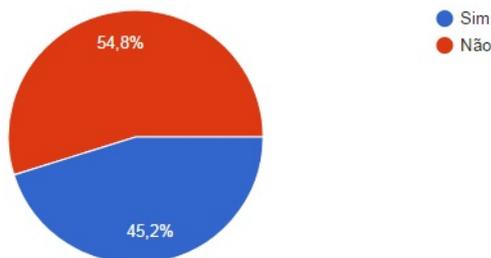
### Quais características você espera encontrar num produto de moda? (Pode marcar mais de uma alternativa)

553 respostas



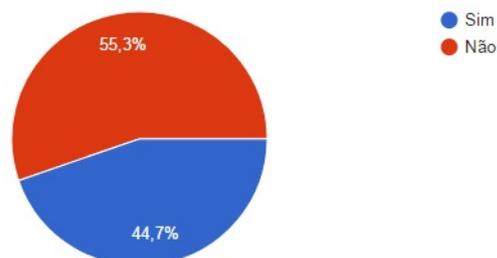
### Se você usa tamanhos grandes, se sente confortável em consumir em lojas especializadas em tamanhos maiores?

434 respostas



### O mercado atende às suas expectativas?

537 respostas



Sea 3

Resortwear for all 4



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE  
CURSO DE BACHARELADO EM DESIGN-MODA

# SUNSET IN THE WORLD – VERÃO 2018

PROJETO DE MODA

**FERNANDA RODRIGUES COLARES**

ORIENTADORA: Prof<sup>ª</sup> ARAGUACY PAIXÃO ALMEIDA FILGUEIRAS

# Briefing

## Público-alvo

**Sexo:** feminino

**Perfil de idade:** 18-35 anos

**Classe social:** B

**Hábitos de consumo:** mulheres práticas que buscam informações de moda através das redes sociais e procuram produtos que tenham características de moda e atendam às especificidades do corpo.

**Ocasião de uso das peças:** hotéis de veraneios, eventos diurnos, bares, piscinas, praias.

**Atributos que buscam nos produtos:** acabamento, conforto, durabilidade.

**Comercialização:** e-commerce e feito por encomenda.



# Conceito

**A Sea 304 é uma marca resortwear desenvolvida para contemplar e abranger diferentes tipos de silhuetas.**

**Busca evidenciar as curvas femininas através de suas roupas, expressando a personalidade da mulher.**

**Reúne tendências contemporâneas, na qual as roupas de praia vão além da função do bronze.**

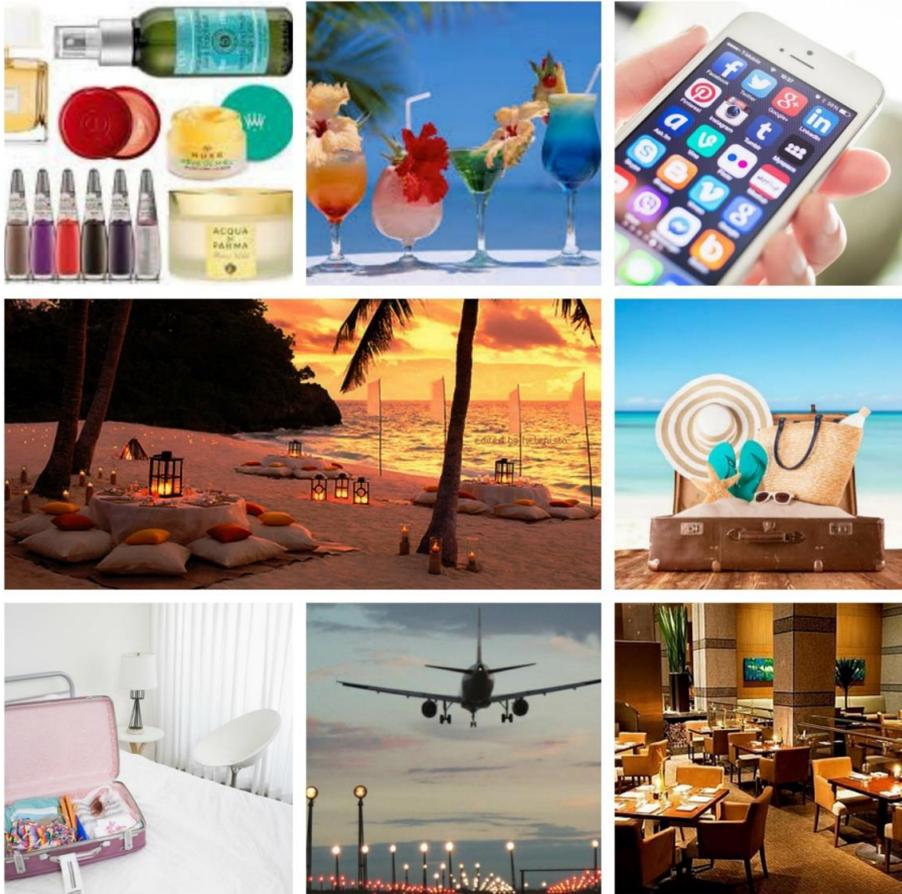
**A marca visa atender às necessidades de uma mulher moderna, antenada com as tendências de moda, que pode frequentar diferentes ocasiões sociais com o mesmo look.**



# Conceito



# Comportamento



**Vaidade**

**Consumo**

**Conectividade**

**Viagens**

**Modernidade**

**Praticidade**

# Panoramas

**TRIANGL**

4.808 publicações 3,1milhões seguidores seguindo 196

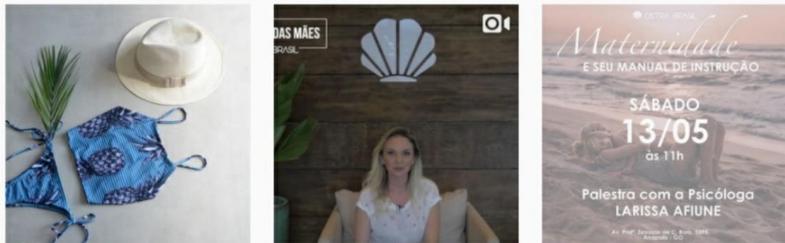
TRIANGL.customercare@triangl.com WWW.TRIANGL.COM



**ostrabrazil**

1.715 publicações 62,6mil seguidores seguindo 632

Ostra Brasil Beachwear ☎ 62 30982667 📱 62 9 98382667 •SHOP ONLINE:  
www.ostrabrazil.com.br



**MYRASWIM**

961 publicações 208mil seguidores seguindo 7

MYRASWIM WE SHIP WORLD WIDE CUSTOMER SERVICE • INFO@MYRASWIM.COM  
STOCKLISTS • WHOLESALE@MYRASWIM.COM PR/MEDIA •  
CONTACT@ASHLEYSIMMONSPR.COM WWW.MYRASWIM.COM



**salinas**

1.852 publicações 144mil seguidores seguindo 172

Salinas As cores quentes do sol #veraosalinas | compre diretamente pelo link abaixo:  
nowlink.it/salinasrio



Global

Nacional

# Concorrentes diretos



**riodejas** Seguindo ...

2.037 publicações 29,6mil seguidores seguindo 1.418

Rio de Jas • Made With Love • Rio de Jas Aldeota • (85) 3099.5601 • Rio de Jas Iguatemi • (85) 3278.7961 • Atacado BH • (31) 99642-5780 Email: contato@riodejas.com www.riodejas.com.br



**useflee** Seguindo ...

1.001 publicações 37,8mil seguidores seguindo 2.147

flee! moda praia livre Loja física Seg-Sex 9h-19h | Sab 9h-16h ☎ 85 3067-8400 | Wpp 85 99730-6702 Compre online useflee.com



**kerkpraia** Seguindo ...

1.788 publicações 27mil seguidores seguindo 4.863

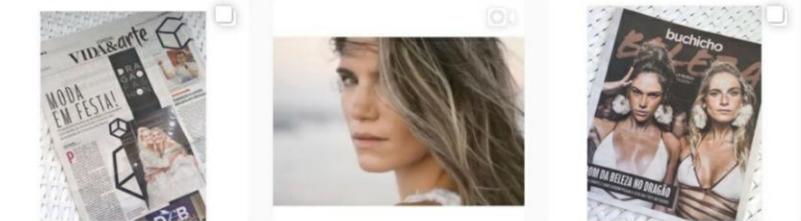
Kerk Praia Praia & Lifestyle • Jeri • Fortaleza • Av Antonio Sales 1790 ☎ 85 98983-5543 • Pátio Água Fria ☎ 85 98879-3301 • R Prof Dias da Rocha ☎ 85 99603-2349 www.kerkpraia.com.br



**bikiny society** Seguindo ...

1.909 publicações 47,6mil seguidores seguindo 1.371

BIKINYSOCIETY Made in Brasil Created Around the World RIOMAR FORTALEZA: +55(85)99144.3134 LOJA CONCEITO: +55(85)99636.5734 EUROPE: +351961102115 bit.ly/2epda5k



Local

Preço

Estilo

# Tendências - cores



# Tendências - formas



# Maquinário



Overloque



Máquina de Corte



Reta



Galoneira

# Tecidos



**Forro:** 100% poliamida

**Malha piquet:**

95%poliéster; 5%elastano

**Malha aveludada:**

87%Poliamida 13%elastano

**Viscose:** 61%viscose;

39%poliester

**Renda:** 90%poliamida;

10%elastano

**Lycra:** 85%poliamida

15%elastano

# Materiais



# Cores e estampas



Lápis Blue  
19-4045



Electric  
Blue-286



299 C



Island  
Paradise  
14-4620



Emerald  
17-5641



Hexachrome  
Green C



Yellow C



Flame  
17-1462

White C



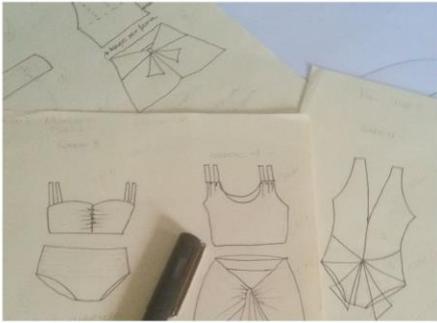
Black



# Processo Criativo- Pesquisa de imagens



# Processo Criativo



# CDS

## **Competitividade**

Atender necessidades do público-alvo

Tendências de moda

Preço compatível com a concorrência

Qualidade dos produtos

## **Sustentabilidade**

Manual de instrução e manutenção

Catálogos virtuais

Sacola reutilizável

## **Diferenciação**

Grade de tamanhos estendida  
(P, M, G, GG e EX)

Versatilidade das peças

Tabela de medidas no site

# Silhueta



RETÂNGULO



TRIÂNGULO



PERA



AMPULHETA



OVAL



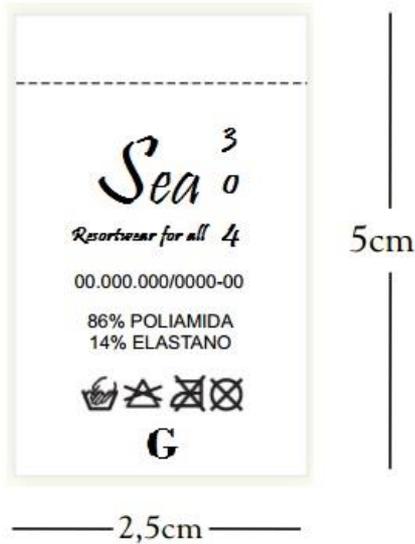
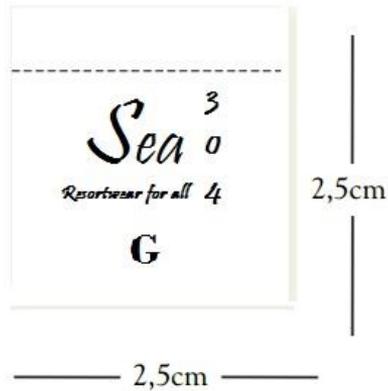
# Comunicação Visual

## Logo e aplicações

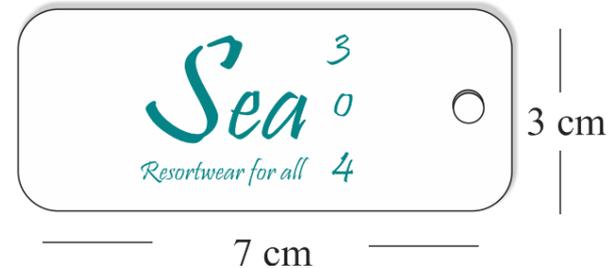
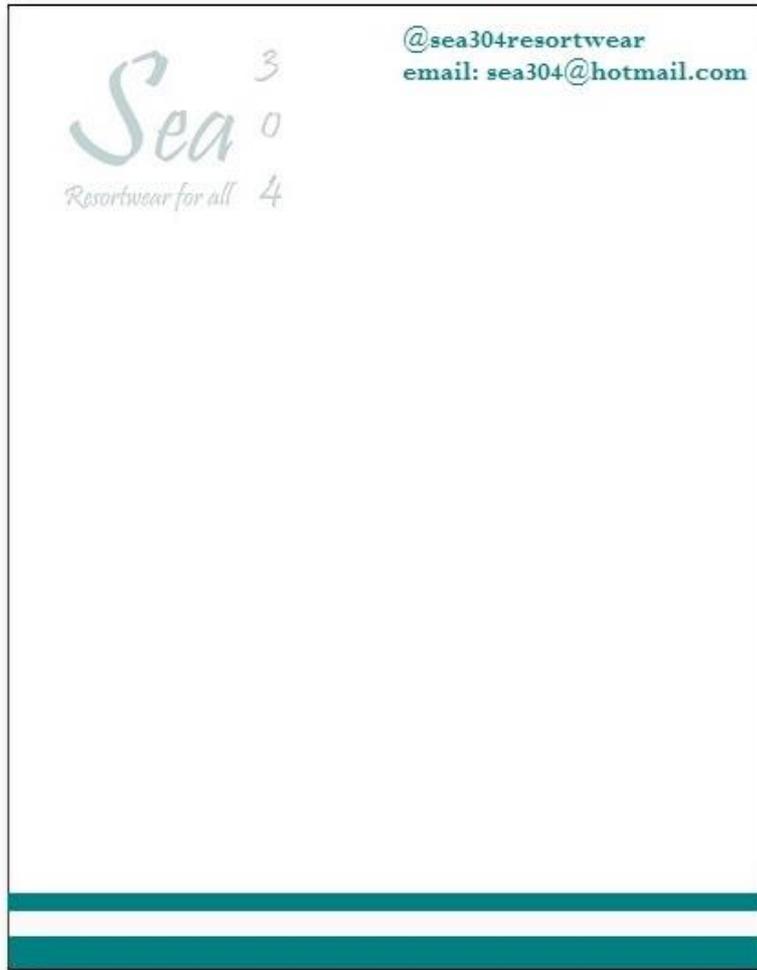


# Comunicação Visual

## Etiquetas e embalagem



# Comunicação Visual



# Coleção Sunset in the world



# Realese

*A coleção Sunset in the World tem como inspiração as cores e formas do pôr-do-sol em praias famosas do mundo. Traz equilíbrio entre dia e noite, calor e frio, luz e sombra.*

**“Mesmo molhado  
Resplandece ao pôr-do-sol  
O campo de algodão”**

**Paulo Franchetti**

# *Sunset in Miami*



# *Sunset in Fortaleza*



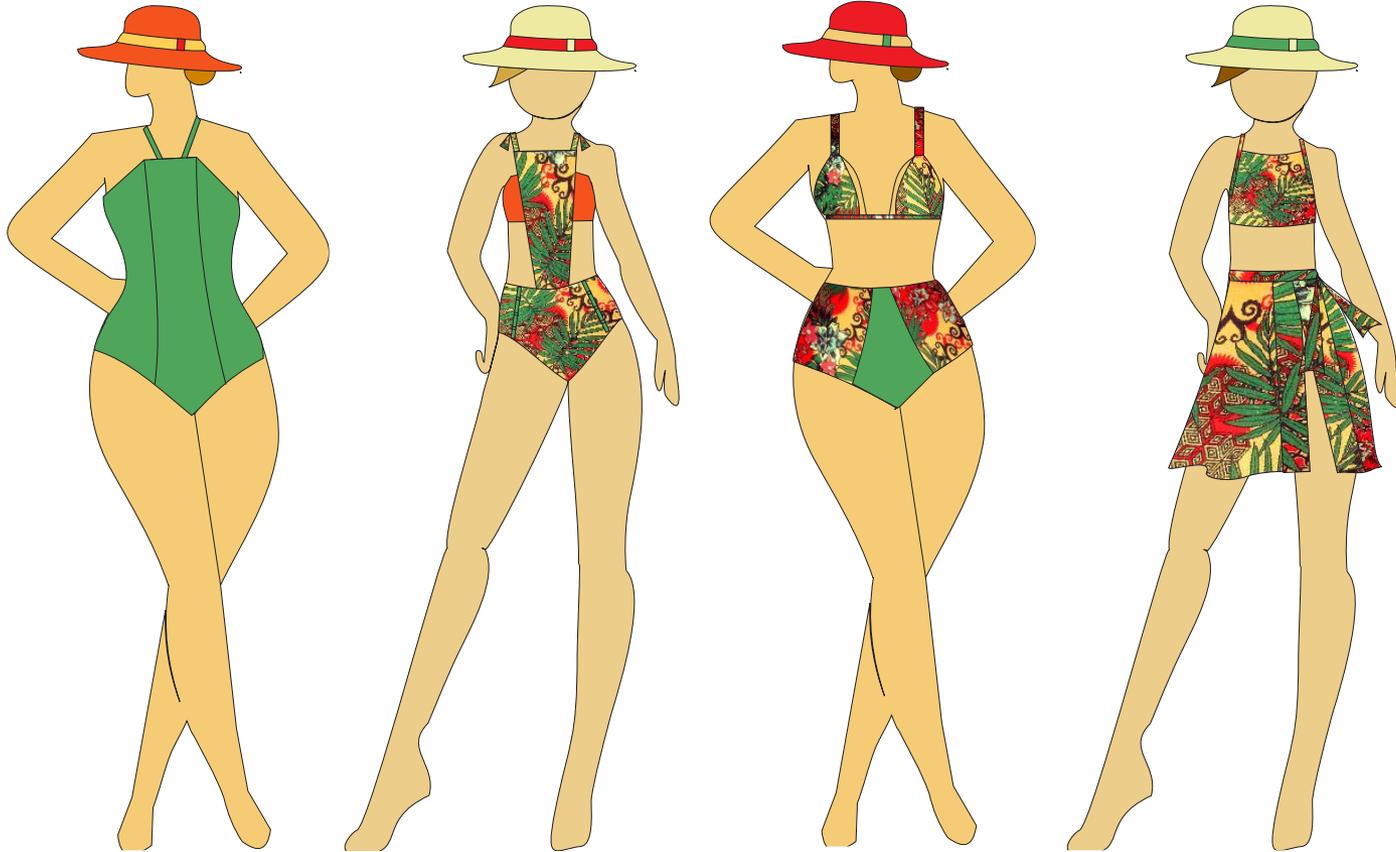
# *Sunset in Rio*



# *Sunset in Santorini*



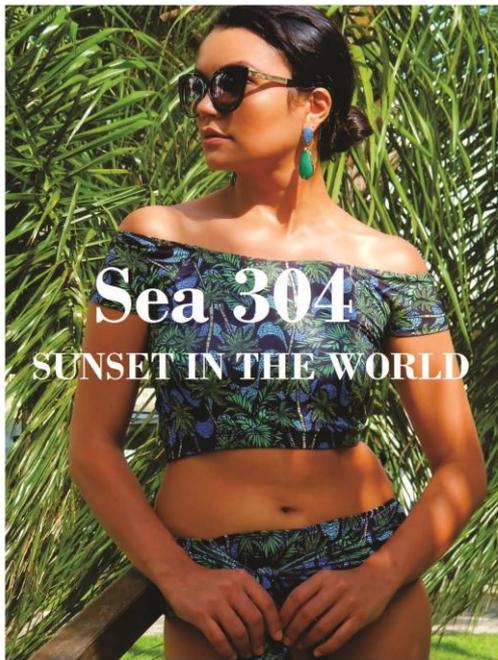
# *Sunset in Honolulu*



# Line up



# Peça Publicitária- Catálogo



# Redes Sociais - Facebook

The image shows a Facebook page for a brand named 'Sea'. The page header features the brand logo 'Sea' in a cursive font, with the tagline 'Resortwear for all' below it. To the right of the logo are three small icons: a person, a speech bubble, and a checkmark, with the numbers 3, 0, and 4 respectively. The main content area displays four photographs of a woman modeling colorful, tropical resortwear. Below the photos are interaction buttons: 'Curtir' (like), 'Seguir' (follow), 'Compartilhar' (share), and a menu icon. To the right of these buttons are two more buttons: 'Ligar agora' (call now) and 'Enviar mensagem' (send message). Below the photos, there is a section for user interest with the text 'Mostre que você tem interesse por esta Página curtindo-a.' and a green 'Curtir Página' button. To the right of this section, there is a rating section showing 'Empresa de varejo em Fortaleza' with a 4.7 star rating. At the bottom right, there is a 'Comunidade' (community) link.

**Sea** 3  
Resortwear for all 0 4

**Página inicial**

- Sobre
- Fotos
- Avaliações
- Curtidas
- Vídeos
- Publicações

Curtir Seguir Compartilhar ...

**Ligar agora** Enviar mensagem

Mostre que você tem interesse por esta Página curtindo-a.

Curtir Página

Empresa de varejo em Fortaleza  
4,7 ★★★★★

Comunidade

# Redes Sociais - Instagram



Instagram

Busca



sea304resortwear

Seguir



...

7 publicações

2.514 seguidores

seguindo 1.112

Sea304 - Resort/beachwear Sea304 resortwear for all por Fernanda Colares



# Site

SEJA BEM VINDO!

# Sea

3

0

Resortwear for all 4

Tabela de Medidas

Procurar no site...

SACOLA

CONTA

Top Calcinha Maiô Saia Blusa Vestido Short Pantalona



**SUMMER '18** *Preview*

# Desfile - conceito



# Desfile - Beleza



# Desfile

Cenário – Iluminação

Pousada Lounge Duro Beach  
Rua Beatriz Correia, 64 -  
Cumbuco, Caucaia - CE,  
61619-020(85) 3318-7491

Trilha sonora: Lord – Team

**Lançamento: Verão 2018**



# Ficha técnica/Recursos Humanos

**Fotografia: Waleska Ferreira –  
R\$ 1.000,00**

**Filmagem - R\$ 2.000,00**

**Modelo - R\$ 800,00 (cada)**

**Produção:Rami Sales - R\$ 600,00**

**Stylist: Fernanda Colares –  
R\$ 1.500,00**

**Beleza:Nivia Oliveira - R\$ 600,00**

**Camareira - R\$ 200,00**

**Passarela - R\$ 400,00**

**Iluminação - R\$ 900,00**

**Decoração - R\$ 4.700,00**

**Coquetel (90 pessoas) - R\$ 9.000,00**

**Dj - R\$ 800,00**

**Deslocamento/transporte - R\$  
200,00**

# Produção Fotográfica - Conceito



**Localção**

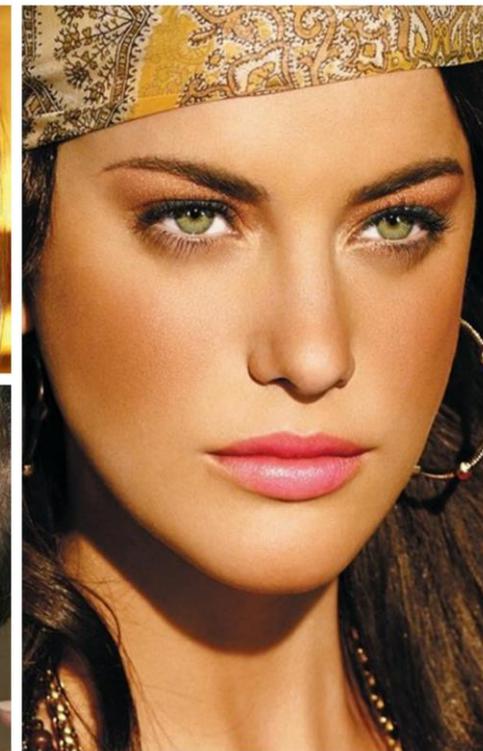
**Acessórios**



**Luz**

**Poses**

# Beleza



# Atitude



# Storyboard

1- Rafaelli evidenciando o detalhe do vestido. Luz realçando a cor da peça.

2- Rafaelli segurando o laço da calcinha, olhando- para o laado. Um pouco de sombra fazendo movimeto da estampa.

3- Domitilia com as mãos marcando a cintura, a luz evidencia a parte superior do conjunto.

4- Domitilia olhando para baixo com uma mão na cintura e outra segurando a barra do vestido (evidenciando o detalhe da cor da barra)

5- As duas modelos com pose similar. Perna direita e braço direita à frente com luz amarelada.

6- Domitilia com mãos na cintura, iluminação realçando a cor da peça

7- Rafaelli de meio perfil com perna direita à frente e braços esticados

8- Rafaelli com braço esquerdo dobrado na cintura e direito para cima.

9- Rafaelli e Domitilia usando a mesma peça (comparativo) – família Rio

10- Domitilia e Rafaelli usando a mesma peça (comparativo)- família Santorini

11- Rafaelli e Domitilia usando a mesma peça (comparativo) – família Fortaleza

12- Domitilia e Rafaelli usando a mesma peça (comparativo)- família Honolulu

# Ficha técnica/Recursos Humanos

**Localção: Condomínio Jardins  
Residence Club – Av. Sargento  
Hermínio Sampaio, 1415.**

**Lançamento: Verão 2018**

**Fotografia: Waleska Ferreira –**

**R\$ 1.000,00**

**Modelos:**

**Domitilia Andrade/ Rafaelli Monteiro:**

**R\$ 800,00 - cada**

**Produção: Rami Sales -**

**R\$ 600,00**

**Stylist: Fernanda Colares –**

**R\$ 1.500,00**

**Beleza: Nivia Oliveira - R\$ 600,00**

**Alimentação - R\$ 100,00**

**Deslocamento/transporte –**

**R\$ 80,00**



*Ensaio*

*Sunset in the World*





















# Fernanda Rodrigues Colares



**Graduanda em Design-Moda pela Universidade Federal do Ceará (UFC), cursando 8º. Semestre. Foi diretora e secretária de finanças do Centro Acadêmico Zuzu Angel na gestão 2013.2/2014.2. Representante estudantil do curso Design-Moda no ano de 2014.**

## **Contatos**

**Email: [fernanda.colares@hotmail.com](mailto:fernanda.colares@hotmail.com)**

**Telefone: (85) 99619-8252**

**Endereço: Rua Braz de Francesco, 150**

**São Gerardo**



Obrigada!