



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

**NÁDIA GLEIDE MATOS CARDOSO**

**DESENVOLVIMENTO DA MARCA DE BOLSAS FEMININAS *MONDERO*.**

**FORTALEZA**  
**2016**

**NÁDIA GLEIDE MATOS CARDOSO**

**DESENVOLVIMENTO DA MARCA DE BOLSAS FEMININAS *MONDERO*.**

Projeto executivo apresentado ao curso Design-Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Design-Moda.

Orientador: Prof<sup>a</sup>. Me. Adriana Leiria Barreto Matos.

**FORTALEZA**

**2016**

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)

---

- C265d Cardoso, Nádia Cleide Matos.  
Desenvolvimento da marca de bolsas femininas Mondero / Nádia Cleide Matos Cardoso. – 2016.  
72 f. : il. color.
- Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2016.  
Orientação: Profa. Dra. Adriana Leiria Barreto Matos.
1. Bolsas. 2. Cotidiano Feminino. I. Título.

CDD 391

---

**NÁDIA GLEIDE MATOS CARDOSO**

**DESENVOLVIMENTO DA MARCA DE BOLSAS FEMININAS *MONDERO*.**

Projeto executivo apresentado ao curso Design-Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Design-Moda.

Orientador: Prof<sup>a</sup>. Me. Adriana Leiria Barreto Matos.

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

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof<sup>a</sup>. Me. Adriana Leiria Barreto Matos. (Orientadora)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof<sup>a</sup>. Me. Walkiria Guedes De Souza.  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof<sup>a</sup>. Manuela Medeiros Pessoa.  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Idade do público-alvo.....	12
Gráfico 2	Atividades que exerce.....	12
Gráfico 3	Quando tempo permanece fora de casa.....	12
Gráfico 4	Meio de transporte utilizado.....	13
Gráfico 5	Utilização de bolsas pelos respondentes.....	13
Gráfico 6	Quando se deu a utilização de bolsas pelos respondentes.....	14
Gráfico 7	O que é levado diariamente na bolsa.....	15
Gráfico 8	O que influencia na escolha de uma bolsa.....	15
Gráfico 9	Características importantes de uma bolsa.....	15
Gráfico 10	Renda familiar.....	17
Gráfico 11	Quanto paga por uma Bolsa.....	17
Gráfico 12	Meios Utilizados para Fazer Compras.....	18
Gráfico 13	Formas de pagamento utilizadas.....	18
Gráfico 14	A Bolsa ajuda de algum modo no dia-a-dia?.....	19

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Briefing.....	8
Tabela 2 – Análise dos concorrentes.....	20
Tabela 3 – Avaliação de CDS.....	21
Tabela 4 – Tabela de Parâmetros da Coleção.....	23
Tabela 5 – Planilha de custos da bolsa tote.....	32
Tabela 6 – Planilha de custos da mochila.....	32
Tabela 7 – Planilha de custos da bolsa multifuncional.....	33

## SUMÁRIO

	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	8
<b>1</b>	<b>BRIEFING</b> .....	9
<b>2</b>	<b>COMPOSTO DE MARKETING</b> .....	12
2.1	Análise de produto.....	12
2.2	Análise de Preço.....	14
2.3	Análise do Público-Alvo.....	17
2.4	Proposta de ponto de venda.....	18
2.5	Proposta de promoção.....	19
<b>3</b>	<b>ANÁLISE DOS CONCORRENTES</b> .....	21
3.1	Avaliação de CDS da marca <i>Mondero</i> .....	22
<b>4</b>	<b>METODOLOGIA PROJETUAL</b> .....	23
4.1	Tabela de Parâmetros da Coleção.....	24
4.2	Fichas Técnicas.....	25
4.3	Planilhas de custos.....	34
4.3.1	<i>Tote</i> .....	34
4.3.2	<i>Mochila</i> .....	34
4.3.3	<i>Multifuncional</i> .....	35
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	36

## INTRODUÇÃO

Pode-se dizer que a bolsa está intrínseca ao cotidiano das mulheres ocidentais. Seja concretizando sua função básica de carregar pertences, ou realizando um desejo de legitimação de status, a grande maioria das mulheres não sai de casa sem uma bolsa. Isso se deve ao estilo de vida ativo adotado por elas, pois a figura feminina acumula funções. Segundo Lipovetsky (2000), após a emancipação iniciada nos últimos 50 anos, a mulher assumiu a postura de “mulher-sujeito” em contestação à “mulher-objeto”. O seu engajamento no mercado de trabalho é reflexo das mudanças sociais iniciadas no último século.

Nesse período, nasceu uma nova relação entre às mulheres e suas bolsas, e esse laço se perpetua até os nossos dias. Assumindo diferentes formas nos mais diversos materiais, segundo Dana Thomas (2008), muito mais que acessório, as bolsas contam a história de quem as usa; suas aspirações e sua realidade. Desde a menos sofisticada, que viaja no ônibus levando os pertences da mulher mais simples, àquela de grife, feita em materiais luxuosos de modo artesanal. A bolsa está presente na vida das mulheres contribuindo para que elas exerçam suas funções.

Grandes impulsionadoras de receita para o mercado da moda, a bolsa é aposta das grandes grifes. Além de apresentar uma resposta rápida na hora da compra, pois independem de tamanho ou prova, oferecem um considerável retorno financeiro. Dada a sua importância e difusão no mercado de consumo feminino em função de sua vida social e independente de seu poder aquisitivo, as bolsas se tornaram praticamente uma extensão de seus corpos e assumem papel coadjuvante mulher na narração de seu cotidiano.

Vê-se que a relação do ser feminino com esse objeto, vai muito além de consumo se levado em consideração que as bolsas assumiram diferentes significados em sua vida à medida que elas escreveram sua história. Basta observar a evolução dos modelos utilizados pelas mulheres no decorrer do século XIX e início do XX, *reticules*<sup>1</sup> e *châtelaines*<sup>2</sup>. Modelo de bolsas bem pequenas que demonstravam o quanto o ambiente social ainda não fazia parte de sua rotina. Na segunda metade do século XX a situação já se mostrava muito diferente, de acordo com Lipovetsky (2002, p.11) “nosso meio século mudou mais a condição feminina que todos os milênios anteriores”.

---

<sup>1</sup> Derivado do termo francês “ridicules”.

<sup>2</sup> Derivado da palavra francesa châtelaine, que significa castelã.

Como resultado da análise desse contexto e do mercado de acessórios em Fortaleza-CE, o presente trabalho aborda o desenvolvimento da marca *Mondero* que visa satisfazer o anseio de pessoas do gênero feminino, com estilo de vida ativo (trabalho, estudo, e tantas outras atividades) por acessórios que contribuam no exercício diário de suas funções. A marca pretende aliar praticidade, ergonomia e estética no desenvolvimento de bolsas que não apenas correspondam as exigências do público-alvo, mas também o surpreenda.

## 1 BRIEFING

Briefing da marca *Mondero* de acordo com o modelo sugerido por Phillips (2008);

Tabela 1 - Briefing

<b>NATUREZA DO PROJETO E CONTEXTO</b>	Justificativa	Hoje, as pessoas possuem um estilo de vida bastante ativo, isso por vezes resulta em muitas horas fora de casa. Com o gênero feminino não é diferente, a propósito, se torna um desafio ainda maior, pois essas precisam carregar cotidianamente um número maior de itens. O que nem sempre é compatível com as características ergonômicas e práticas de muitas marcas de bolsas femininas que encontradas hoje no mercado de Fortaleza - CE.
	Objetivos do projeto	Desenvolver a marca <i>Mondero</i> , a qual produzirá bolsas “inteligentes”, que

		ofereçam conforto e praticidade aos seus consumidores.
	Resultados desejáveis	Produzir bolsas “inteligentes”, que ofereçam conforto e praticidade aos seus consumidores. Conquistar e fidelizar esses clientes, conforme os produtos supram as suas expectativas. Alcançar grande divulgação e projeção da marca, no mercado de bolsas de Fortaleza-CE e valorizar a mão-de-obra local.
	Responsabilidades do projeto	Produzir bolsas de qualidade, com materiais duráveis e design inteligente.
<b>ANÁLISE SETORIAL</b>	Marca	Mondero
	Produto	Bolsas e carteiras femininas.
	Preço	Entre R\$80 e R\$250
	Promoção	Redes sociais; INSTAGRAM, FACEBOOK e site da marca.
	Praça	Loja online, redes sociais e feiras autorais. (Babado Coletivo, Feira Mútua e outras)
	Estratégia da empresa	O produto <i>Mondero</i> é diferenciado e busca atender

		as exigências do consumidor por bolsas praticas, compatíveis com as necessidades do cotidiano, com as necessidades ergonômicas e, além disso, sejam esteticamente atrativas. Propõe aos clientes a possibilidade de serem utilizadas em diferentes ambientes ao longo da jornada diária.
<b>ANÁLISE DO PÚBLICO-ALVO</b>	Gênero	Feminino
	Idade	Entre 20 e 38 anos
	Renda	São pessoas financeiramente ativas, ou que recebem ajuda financeira dos pais. Enquadram-se na classe C.
	Hábitos de consumo	O público alvo <i>Mondero</i> , vive de forma intensa com muitos afazeres diariamente, utiliza bolsas aonde quer que vá e se preocupa em utilizar produtos de qualidade, com praticidade sem abrir mão do conforto. São pessoas que dependem de ônibus em sua maioria, e que precisam de objetos que de alguma forma facilitem essa jornada intensa, seja na organização dos objetos transportados rotineiramente ou na

		comodidade que essa bolsa deve lhes proporcionar.
--	--	---

Fonte: PHILLIPS, Peter L. Briefing: a gestão do projeto de design. São Paulo: editora Edgard Blücher Ltda, 2008.

## 2 COMPOSTO DE MARKETING

A função do marketing, mais do que qualquer outra nos negócios, é lidar com os clientes e administrar os relacionamentos lucrativos com eles. (KOTLER; ARMSTRONG, 2007, p.3). O plano de marketing é imprescindível para proporcionar orientação e foco para uma marca, produto ou empresa. Para ter sucesso em um mercado competitivo, as empresas precisam ser voltadas para o cliente. Elas devem conquistá-los na disputa com os concorrentes e então, mantê-los e cultivá-los com a entrega de maior valor. Para melhor compreender esse público, foi realizada uma pesquisa com 108 pessoas do gênero feminino com idade entre 18 e 53 anos. As respostas foram analisadas para desenvolver de forma mais precisa o composto de marketing da marca *Mondero*.

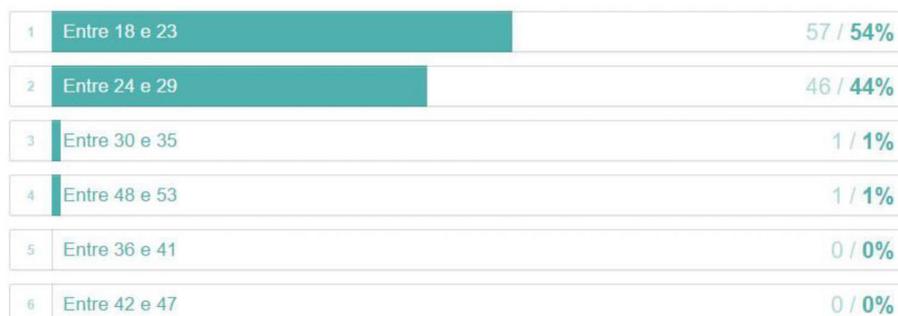
### 2.1 - Análise de Público-alvo

O público-alvo, “pode ser formado por compradores potenciais ou usuários atuais, os que tomam a decisão de compra e os que a influenciam. ” (KOTLER; ARMSTRONG, 2007, p.36). Para conhecer nosso público-alvo e compreender seu consumo realizamos uma pesquisa em forma de questionário com mulheres de 18 a 53 anos. No questionário, foram indagadas a respeito das atividades que exercem no dia-a-dia, de valores que costumam pagar por suas bolsas, locais de compra e da relação entre suas bolsas e seu cotidiano. A partir dos resultados da pesquisa, como demonstra o gráfico 1, foi percebido que o público-alvo *Mondero* tem aproximadamente entre 20 e 35 anos

### Gráfico 1 - Idade do Público-Alvo

Sua idade está entre:

105 de 108 pessoas responderam esta pergunta



Fonte: Elaborada pela autora.

Tem uma jornada ativa de estudo e/ou trabalho, como pode ser visto no gráfico 2. Consequentemente, passa bastante tempo fora de casa como mostra o gráfico 3.

### Gráfico 2 – Atividades que exerce

Qual (is) atividade (s) exerce?

105 de 108 pessoas responderam esta pergunta

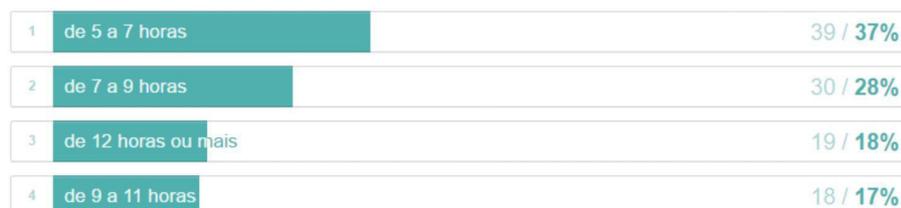


Fonte: Elaborada pela autora.

### Gráfico 3 – Quando tempo permanece fora de casa.

Quantas horas costuma passar fora de casa?

106 de 108 pessoas responderam esta pergunta

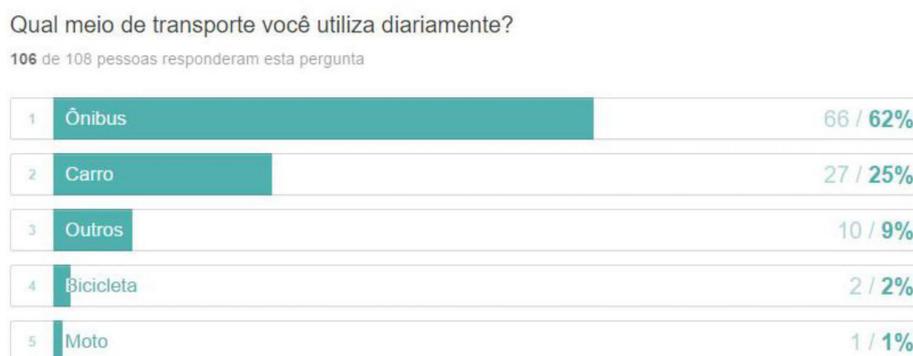


Fonte: Elaborada pela autora.

Analisando o gráfico 4, vê-se que a maioria das respondentes utiliza transporte público para se locomover. Com isso infere-se que elas esperam um mínimo de praticidade

nas bolsas que compram. Caminhar, esperar condução, se mover dentro do ônibus que quase sempre está cheio são detalhes que pedem mais atenção no desenvolvimento de produtos para esse público; conforto, funcionalidade e segurança, na medida do possível, devem ser elementos primordiais.

Gráfico 4 – Meio de Transporte Utilizado



Fonte: Elaborada pela autora.

## 2.2 - Análise de produto

Definimos um produto como algo que pode ser oferecido a um mercado para apreciação, aquisição, uso ou consumo e que pode satisfazer um desejo ou uma necessidade. Produtos incluem mais do que bens tangíveis. (KOTLER; ARMSTRONG, 2007, p.200). A marca *Mondero* atuará na produção e comercialização de bolsas femininas, feitas em materiais alternativos ao couro (materiais sintéticos e tecidos). Essas bolsas serão projetadas com o intuito de estabelecer relação entre as necessidades do público-alvo e os recursos técnicos disponíveis no mercado local.

Gráfico 5 - Utilização de Bolsas pelos Respondentes.

### Com que frequência utiliza bolsas?

106 de 108 pessoas responderam esta pergunta



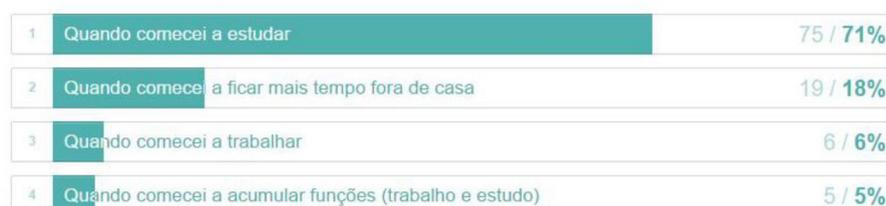
Fonte: Elaborada pela autora.

Pode-se observar no gráfico 5, que as bolsas estão presente no cotidiano das respondentes. Na pesquisa, como se vê no gráfico 6, elas foram indagadas também sobre quando as bolsas passaram a fazer parte de sua rotina. Em resposta, afirmaram que se deu quando começaram a trabalhar, estudar ou assumir qualquer responsabilidade que as mantivessem fora de casa por mais tempo. Com isso, pode-se notar o estilo de vida ativo que possuem.

### Gráfico 6 – Quando se deu a utilização de bolsas pelos respondentes.

#### Lembra quando as bolsas começaram a fazer parte de sua rotina?

105 de 108 pessoas responderam esta pergunta



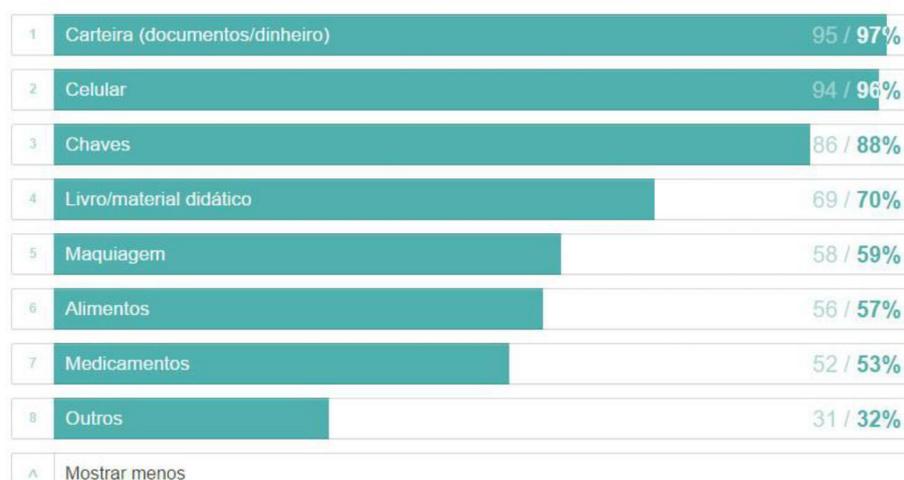
Fonte: Elaborada pela autora.

A quantidade de pertences que as pessoas levam quando saem de casa, costuma ser proporcional ao tempo em que permanecem no ambiente externo. Logo, mulheres de vida ativa, que estudam ou trabalham fora tendem a levar mais coisas na bolsa. O gráfico 7 demonstra que tipos de objetos costumam ser levados rotineiramente.

### Gráfico 7 – O que é levado diariamente na bolsa.

Quais objetos você costuma levar dentro da bolsa? (Marcar quantas opções quiser).

98 de 108 pessoas responderam esta pergunta



Fonte: Elaborada pela autora.

Itens como carteira, celular, chaves, livros, maquiagem e alimentos tem presença confirmada no dia-a-dia feminino. Com isso, foi percebido que a configuração da bolsa é um fator primordial para as mulheres atarefadas organizarem todos esses e outros pertences. No gráfico 8, pode-se perceber alguns dos critérios que o público-alvo julga importante. A preferência é por bolsas grandes, mas não apenas isso. Elas precisam também ser bem divididas para que os objetos carregados nela sejam alcançados sem muita dificuldade.

### Gráfico 8 - O que Influencia na Escolha de uma Bolsa

O que influencia na escolha da sua bolsa na hora de sair de casa?

107 de 108 pessoas responderam esta pergunta



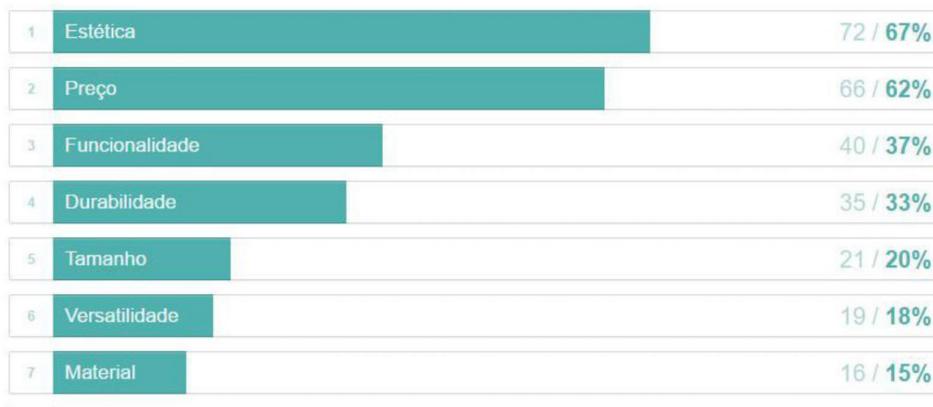
Fonte: Elaborada pela autora.

O gráfico 9, expõe outros aspectos também importantes para nossa consumidora.

### Gráfico 9 - Características Importantes de Uma Bolsa

O que leva em consideração hora da compra de uma bolsa? (Marcar somente duas opções)

107 de 108 pessoas responderam esta pergunta



Fonte: Elaborada pela autora.

Após a análise do gráfico 9 e dos gráficos anteriores, foi percebido que o público-alvo anseia por bolsas que ofereçam praticidade para levar os pertences, dos quais precisa diariamente, que ofereçam conforto e, além disso, que sejam também esteticamente atrativas para acompanhá-las no decorrer do dia. Visando satisfazer esse anseio, a *Mondero* desenvolverá produtos com foco nos seguintes quesitos:

**-modelagem:** as bolsas contarão com bolsos e divisórias internas para otimizar a organização dos diversos objetos que precisam ser levados pelos seus consumidores rotineiramente. Cada objeto em seu lugar, é sinônimo de menos tempo para localizar e conseqüentemente menos bagunça. Isso deve contribuir para que a bolsa se mantenha organizada do decorrer do dia.

**-materiais:** a matéria-prima utilizada na produção das bolsas serão materiais alternativos ao couro; sintéticos e tecidos. Serão utilizados também materiais térmicos para conservar alimentos. Os forros serão de cor luminosa, amarelo, por exemplo, para facilitar a localização de objetos. Os metais serão resistentes e não mudarão a cor com facilidade.

**-ergonomia:** as bolsas serão planejadas de forma que valorizem os aspectos ligados ao conforto, tentando sempre equilibrar a relação entre tamanho da bolsa e estrutura das alças. Sempre pensando na usabilidade.

### 2.3 - Análise de Preço

Analisando o custo dos materiais, os preços praticados por possíveis concorrentes, e os resultados da pesquisa, foi decidido que os produtos *Mondero* serão direcionados à classe C e custarão entre R\$80,00 e R\$250,00.

Como pode ser visto no gráfico 10, 63% dos respondentes alegou que a renda da família está entre 3 e 10 salários mínimos. No gráfico 11, 91% afirmou que são dispostos a pagar entre menos de R\$100,00 até R\$200,00 por uma bolsa.

Gráfico 10 – Renda Familiar

Qual a renda mensal da sua família?

106 de 108 pessoas responderam esta pergunta

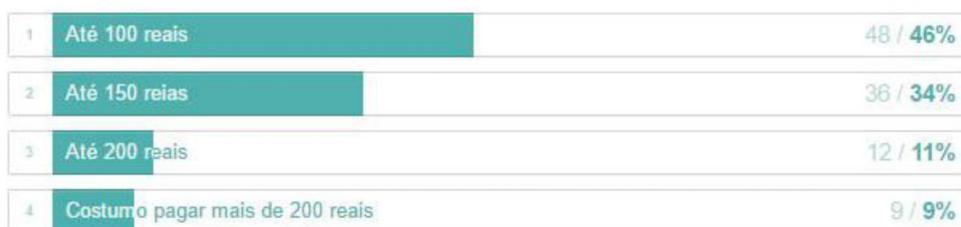


Fonte: Elaborada pela autora.

Gráfico 11 – Quanto Paga por uma Bolsa

Qual o valor médio você costuma pagar por uma bolsa?

105 de 108 pessoas responderam esta pergunta



Fonte: Elaborada pela autora.

## 2.4 - Proposta de ponto de venda

A *Mondero*, inicialmente não contará com loja própria, as vendas se darão através da loja online e redes sociais (INSTAGRAM, FACEBOOK E WHATSAPP). As vendas em espaços físicos acontecerão em feirinhas locais de moda autoral na cidade de Fortaleza - CE. Segundo o gráfico 12, a pesquisa apontou entre nosso público, um percentual de: 22% de

adeptos de compra em loja online; 11% de adeptos de compra através de redes sociais e 12% de adeptos de compra em feiras de moda autoral.

### Gráfico 12 - Meios Utilizados para Fazer Compras

Qual meio você costuma utilizar para fazer compras? (Marcar somente duas opções)

107 de 108 pessoas responderam esta pergunta



Fonte: Elaborada pela autora.

As formas de pagamento serão; em dinheiro, cartão de débito e crédito com parcelas de até 3 vezes. Através do gráfico 13 percebe-se que 75% dos respondentes pagam a vista (dinheiro ou débito) e 24% com cartão de crédito (parcelado em 1 vez ou mais).

### Gráfico 13 – Formas de Pagamento Utilizadas

Como costuma pagar suas contas/compras?

107 de 108 pessoas responderam esta pergunta



Fonte: Elaborada pela autora.

## 2.5 - Proposta de Promoção

Segundo Kotler e Armstrong (2007), a promoção é um incentivo que visa estimular a compra ou a venda de um produto ou serviço. É a partir dela que a marca mostra não apenas o seu produto, mas também os seus valores. A promoção da marca se dará através das redes sociais; *Facebook*, *Instagram* e site da marca sempre divulgando os modelos disponíveis a venda e/ou participações em eventos. Nas feirinhas, serão entregues brindes aos visitantes. Espera-se assim conquistar mais seguidores e possivelmente mais clientes.

Gráfico 14 – A Bolsa ajuda de algum modo no dia-a-dia?

Você acha que sua bolsa te ajuda a exercer suas funções do dia-a-dia?

107 de 108 pessoas responderam esta pergunta



Fonte: Elaborada pela autora.

No gráfico 14, 96% das respondentes reconhecem que suas bolsas lhes ajudam a desenvolver suas funções. Pensando nisso, a promoção da *Mondero* se dará através do site e mais forte nas redes sociais propondo uma abordagem mais emotiva. Segundo Baudrillard (2000, P. 196),

A compra nada tem de uma troca livre e viva. É uma operação pré-coercitiva na qual se defrontam dois sistemas irreductíveis: um, móvel, incoerente, do indivíduo – com suas necessidades, seus conflitos, sua negatividade – o outro, codificado, classificado, descontínuo, relativamente coerente dos produtos em toda a sua positividade. Nada de interação, antes integração forçada do sistema das necessidades no sistema dos produtos. Certamente o conjunto constitui um sistema de significações e não somente de satisfação.

Baudrillard nos faz refletir sobre esse caráter alegórico dos objetos que por vezes transcendem ao funcional, essa significação é propiciada pela relação direta dos objetos com o ser humano. A marca propõe valorização de aspectos intangíveis, pois vê-se que ao longo do tempo as bolsas se tornaram praticamente uma extensão dos corpos femininos. Pensando nisso as publicações das mídias sociais terão um teor mais emotivo e que ressaltem essa relação das mulheres e suas bolsas.

### 3 ANÁLISE DOS CONCORRENTES

Para planejar estratégias competitivas de marketing efetivas, a empresa precisa descobrir tudo o que puder sobre seus concorrentes. À primeira vista, identificar seus concorrentes pode parecer uma tarefa simples para uma empresa. No sentido mais restrito ela pode definir seus concorrentes como as outras empresas que oferecem produtos e serviços semelhantes aos mesmos clientes por preços similares. (KOTLER E ARMSTRONG, 2007, p.200). Complementando, segundo Phillips (2008), a partir da análise dos concorrentes, procuramos listar as características que possam diferenciar o nosso produto.

Analizamos alguns dos concorrentes, levando em consideração o produto, os preços e a praça. Esses concorrentes vendem bolsas através de mídias sociais, sites e/ou em loja física, feirinhas, e praticam preços similares aos preços visados pela *Mondero*.

Tabela 2 – Análise dos concorrentes

Marca	Características	Pontos fracos	Pontos fortes
<i>Gêmeos Bags</i>	A marca atua há seis anos no mercado de acessórios local. Fazem bolsas que utilizam muitas cores, estampas e materiais alternativos, resultando em uma estética divertida. O nome é resultado da união entre os irmãos gêmeos Isaque e Isaquiel e atualmente vendem através das redes sociais INSTAGRAM e FACEBOOK.	As bolsas não são apresentadas por coleções. O que por vezes faz com que elas não tenham relação alguma entre si.	Fazem bolsas também sob encomendas.
<i>Jinja</i>	A marca utiliza materiais alternativos ao couro e já atua no mercado local há 10 anos. Possui loja online, INSTAGRAM e FACEBOOK e loja física. Costuma nomear suas bolsas, talvez como uma forma de dar maior valor simbólico às mesmas.	Utilizam há bastante tempo sempre o mesmo material. Não se vê inovação nesse aspecto.	Apresentam coleções periódicas.
<i>Green bag</i>	A marca utiliza materiais reaproveitados, entre eles lona de caminhão para o corpo da bolsa e cinto de segurança, para as alças. Apresentam modelos diferenciados dos modelos	A lona torna as bolsas um pouco grosseiras, o que por vezes dificulta sua usabilidade.	Suas bolsas apresentam aspectos estéticos inovadores.

	encontrados atualmente no mercado. Prima pelo design sustentável.		
--	---	--	--

Fonte: Elaborada pela autora.

### 3.1 - Avaliação de CDS (Competitividade, Diferenciação e Sustentabilidade) da marca.

Tabela 3 – Avaliação de CDS

COMPETITIVIDADE	DIFERENCIAÇÃO	SUSTENTABILIDADE
Qualidade	As bolsas e carteiras <i>Mondero</i> são desenvolvidas com material sintético e metais de alta qualidade.	Os sintéticos e metais possuem uma vida útil longa, a cor dos metais não muda fácil.
Praticidade	São desenvolvidas primando sempre pela praticidade; contam com muitos bolsos para organizar os pertences visando facilitar a rotina das consumidoras da marca.	Analisando a relação custo-benefício, as bolsas <i>Mondero</i> não são sazonais e possuem vida útil longa.
Design	As bolsas serão apresentadas por coleções periódicas e utilizará materiais diferentes. Além de esteticamente atrativas, bolsas e carteira possuem detalhes pensados no dia-a-dia das consumidoras.	A funcionalidade dos produtos, seja através de materiais inteligentes ou do design, é sua principal característica, pois são realmente eficazes na vida das pessoas com multitarefas. A marca acredita na empatia, que é preciso se colocar no lugar da consumidora para compreender o que ela espera de uma bolsa.
Versatilidade	Alguns modelos das bolsas <i>Mondero</i> , possuem até mais de duas formas de uso. O que permite visitar lugares diferentes no decorrer do dia. Além disso, mesmo tendo como foco o público feminino, a estética das bolsas <i>Mondero</i> permite que elas sejam utilizadas por qualquer gênero.	A marca oferece modelos que possibilitam a consumidora a sair de casa usando apenas com uma bolsa. Ainda que ela precise levar a refeição ou um calçado extra por exemplo.

Fonte: Elaborada pela autora.

#### 4 METODOLOGIA PROJETUAL

Para que um produto tenha sucesso no mercado, é necessário que ele seja projetado seguindo algumas diretrizes. Segundo Sanches (2008 p.289), o mercado da moda está em crescente desenvolvimento e segue com grande movimento financeiro. Porém “crescer exige planejamento e gerenciamento de riscos, para que tal criatividade não se perca em experiências puramente intuitivas.” (SANCHES, 2008, p. 289).

Para metodologia de desenvolvimento dos produtos *Mondero*, foi escolhida o modelo apresentado por Sanches em “Planejando moda: diretrizes para a concepção de produtos”.

A estrutura projetual se traduz em uma cadeia de operações de pensamento, que pode ocorrer inúmeras vezes sucessivas. E essa estrutura, por sua vez, se caracteriza pela geração de informações seguida de análise, síntese e avaliação.

A partir disso, desenvolvimento de um produto de moda pode se dividir nas seguintes fases:

- a) **Planejamento** – esta fase consiste na análise de informações que darão subsídios as decisões tomadas no decorrer do processo. A partir de dessas análises, tornar-se possível delimitar as características necessárias ao conjunto de produtos, definindo seu direcionamento mercadológico, metas técnicas, funcionais e estéticas. As decisões dessa fase devem sempre ser focadas nas necessidades e desejos do consumidor.
- b) **Geração de alternativas** – nesta são geradas as possibilidades de produtos e as ideias começam a se materializar através de experimentações concretas. Para a realização destes o designer deve usufruir de ferramentas como desenho, informática e modelagem tridimensional. Esses elementos o ajudarão a elaborar, expressar e concretizar suas ideias.
- c) **Avaliação e detalhamento** – serão escolhidas as alternativas de acordo com os critérios especificados pelo projeto na fase de planejamento. Aqui serão preparadas as fichas técnicas, serão desenvolvidas as modelagens e protótipos de teste para que sejam analisados do ponto de vista da usabilidade, além de análises técnicas e comerciais mais detalhadas para que seja aprovado. Deve se levar em consideração a relação entre usuário e produto que podem ser de ordem prática ou emocional.
- d) **Produção** – neste ponto, ainda é necessário que sejam experimentados os quesitos de conforto, usabilidade, e segurança para evitar a insatisfação do usuário. Somente

depois dos ajustes feitos nos protótipos serão realizadas as fichas técnicas definitivas e desenvolvidas peças-piloto para guiar a produção seriada.

#### 4.1 - Tabela de Parâmetros da Coleção

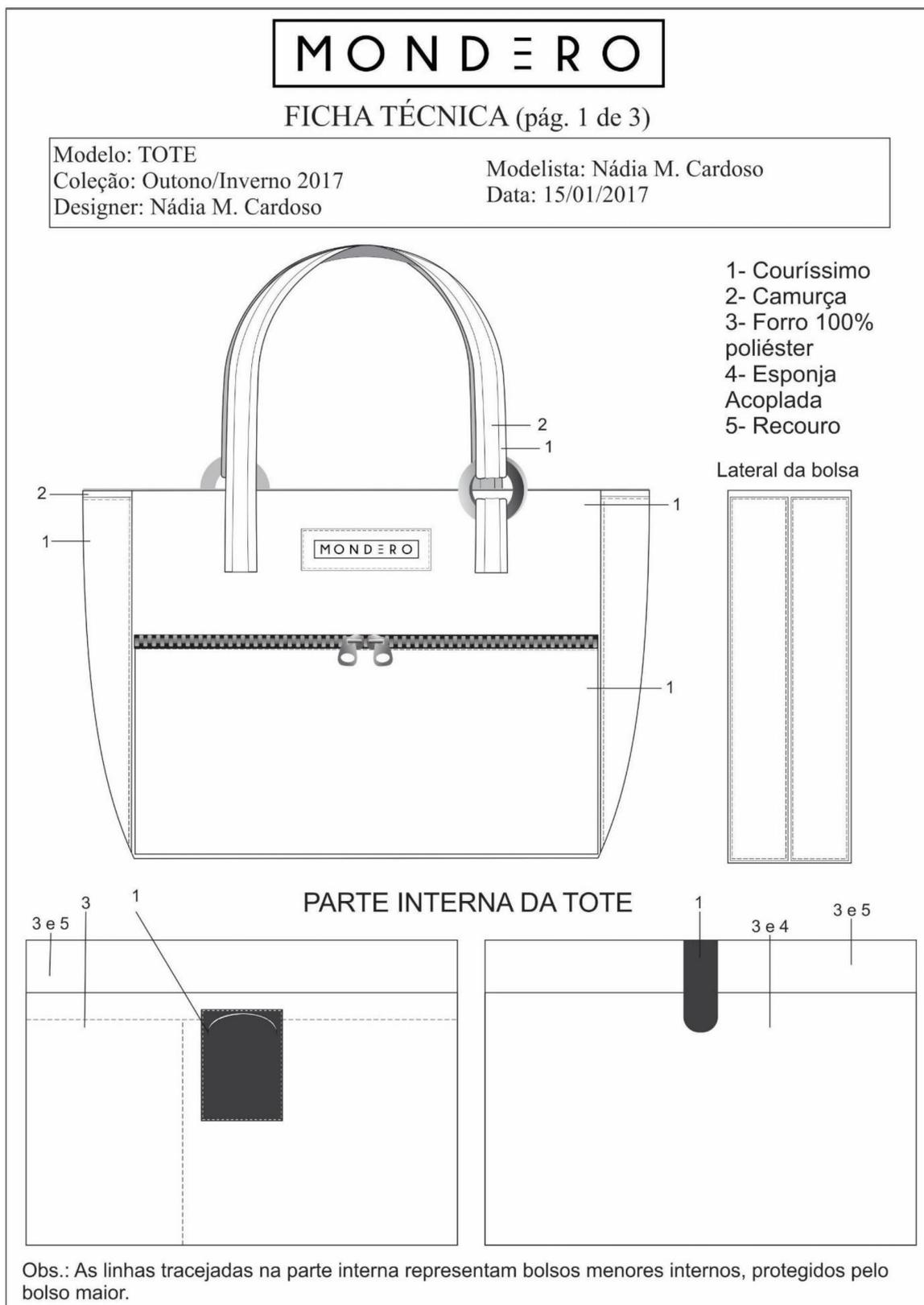
Tabela 4 – Tabela de Parâmetros da Coleção

	Básico	Fashion	Vanguarda	Total
Mochila	2		1	3
Tote	1		1	2
Tiracolo	1		1	2
Carteira	1		1	2
Estojo térmico	1			1
Total percentual	60%	0%	40%	100%

Fonte: Elaborada pela autora.

Observação: Alguns itens se enquadram em mais de um modelo, pelas diferentes formas de uso.

## 4.2 - Fichas Técnicas



# MONDERO

## FICHA TÉCNICA (pág. 2 de 3)

Modelo: TOTE

Coleção: Outono/Inverno 2017

Designer: Nádia M. Cardoso

Modelista: Nádia M. Cardoso

Data: 15/01/2017

### MATERIAIS E AVIAMENTOS

Matéria prima	Fornecedor	Composição	Cor	Quantidade
Couríssimo	Sola e Couro	70% de policloreto vinílico(PVC), 25% de poliéster e 5% de poliuretano	Preto	0,80 cm
Camurça	Liliana	50% Algodão 50% Poliéster	Preto	0,40 cm
Tecido p/ forro	Casa Blanca	100% Poliéster	Mostarda	1 metro
Espuma acoplada 5mm	Casa Amazonas	100% poliuretano	-	0,25 cm
Recouro	Sola e Couro	100% de fibras de couro	-	30 cm

Aviamento	Fornecedor	Cor	Quantidade
Zíper metal Zíper destacável	Casa Potyguar	Preto/Prata	0,32 metro 0,30 metro
Cursor	Altero	Onix	2 uni
Puxador	Altero	Onix	2 uni
Argola Grande	Altero	Onix	2 uni
Ímas	Casa China	Prata	3 uni

# MONDERO

## FICHA TÉCNICA (pág. 3 de 3)

Modelo: TOTE

Coleção: Outono/Inverno 2017

Designer: Nádia M. Cardoso

Modelista: Nádia M. Cardoso

Data: 15/01/2017

### SEQUÊNCIA OPERACIONAL

### MAQUINÁRIO

<p>Prepare o zíper da abertura principal da bolsa, costure nos acabamentos. Aplique a tinta borda italiana nos pedaços da lateral.</p>	Máquina de braço para couro
<p>Prepare e costure o porta celular no bolso maior. Costure o bolso menor na parte inteira do forro, em seguida costure o bolso maior protegendo os menores. Coloque a parte baixa do ímã no tecido do bolso maior.</p>	Reta Industrial
<p>Prepare o bolso para notebook.</p>	Reta Industrial
<p>Costure a espuma no tecido do bolso de forma que não se veja a espuma. Costure o bolso no tecido maior do forro da costa da bolsa. Coloque o ímã no bolso e na lapelinha de couríssimo.</p>	Reta Industrial
<p>Monte o corpo do forro costurando as partes laterais. Logo após, quando o forro estiver inteiro costure o recouro e o zíper, que já deve estar pronto, na abertura principal. Por ultimo costure o acabamento de couríssimo, que aparecerá um pouco quando a bolsa estiver pronta.</p>	Reta Industrial
<p>Prepare o bolso frontal, costure o zíper embutindo-o entre a camurça e o couríssimo na parte externa e o forro na parte interna. Costure as laterais do bolso externo e o fundo. Costure as laterais do forro e o fundo deixando uma pequena abertura.</p>	Máquina de braço para couro Reta Industrial
<p>Costure o bolso na parte frontal da bolsa. A costura deve ser feita de dentro do bolso.</p>	Máquina de braço para couro
<p>Prepare as alças Com a ajuda de cola universal faça a tira das alças, dobrando as bordas. Quando estiver a cola estiver seca costure o acabamento de camurça sobrepondo-o a junção do couríssimo. Costure nas elos.</p>	Máquina de braço para couro
<p>Costure as alças na parte superior da frente e da costa externa da bolsa. Atenção para o sentido dos elos, pois deve ser sempre do lado direito. Cole e costure a etiqueta.</p>	Máquina de braço para couro
<p>Costure os pedaços da lateral sobre o parte maior de camurça, com a tinta borda italiana já seca.</p>	Máquina de braço para couro
<p>Costure as laterais na bolsa.</p>	Máquina de braço para couro
<p>Costure o forro na bolsa através da abertura principal.</p>	Máquina de braço para couro

# MONDERO

## FICHA TÉCNICA (pág. 1 de 3)

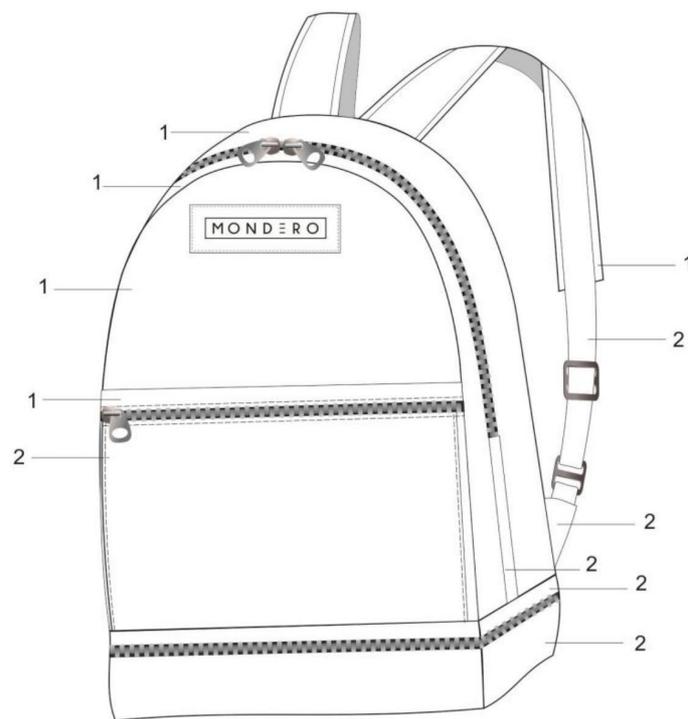
Modelo: MOCHILA

Coleção: Outono/Inverno 2017

Designer: Nádia M. Cardoso

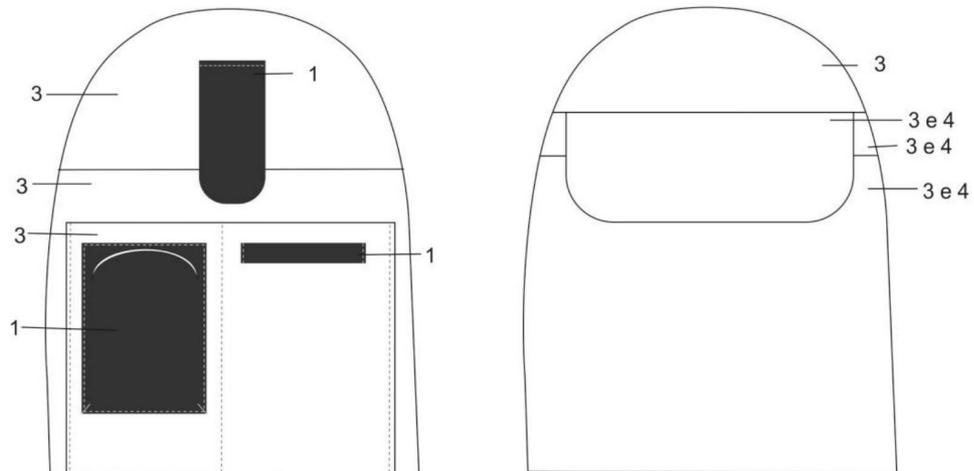
Modelista: Nádia M. Cardoso

Data: 15/01/2017



- 1- Couríssimo
- 2- Camurça
- 3- Forro 100% poliéster
- 4- Esponja Acoplada
- 5- Recouro

### PARTE INTERNA DA MOCHILA



# MONDERO

## FICHA TÉCNICA (pág. 2 de 3)

Modelo: MOCHILA

Coleção: Outono/Inverno 2017

Designer: Nádia M. Cardoso

Modelista: Nádia M. Cardoso

Data: 15/01/2017

### MATERIAIS E AVIAMENTOS

Matéria prima	Fornecedor	Composição	Cor	Quantidade
Couríssimo	Sola e Couro	70% de policloreto vinílico(PVC), 25% de poliéster e 5% de poliuretano	Preto	85 cm
Camurça	Liliana	50% Algodão 50% Poliéster	Preto	40 cm
Tecido p/ forro	Casa Blanca	100% Poliéster	Mostarda	1 metro
Espuma acoplada 5mm	Casa Amazonas	100% poliuretano	-	30 cm
Recouro	Sola e Couro	100% de fibras de couro	-	15 cm

Aviamento	Fornecedor	Cor	Quantidade
Zíper metal	Casa Potyguar	Preto/Prata	1,8 metro
Cursor	Altero	Onix	4 uni
Puxador	Altero	Onix	3 uni
Regulador	Altero	Onix	4 uni
Ìmas	Casa China	Prata	3 uni
Argola pequena (puxador)	Altero	Onix	1 uni

# M O N D E R O

## FICHA TÉCNICA (pág. 3 de 3)

Modelo: MOCHILA

Coleção: Outono/Inverno 2017

Designer: Nádia M. Cardoso

Modelista: Nádia M. Cardoso

Data: 15/01/2017

### SEQUÊNCIA OPERACIONAL

### MAQUINÁRIO

<p>Prepare e costure o porta celular e o porta-chaves no bolso menor. Costure o bolso menor no bolso médio, coloque os ímãs no bolso médio e na lapelinha de couríssimo. Em seguida costure o bolso médio no forro da frente da bolsa.</p>	Reta Industrial
<p>Prepare o bolso para notebook. Costure a espuma no tecido do bolso de forma que não se veja a espuma. Costure o bolso no tecido maior do forro da costa da bolsa.</p>	Reta Industrial
<p>Prepare a lapela, costure a espuma na lapela de forma que não se veja a espuma. Coloque os ímãs. Costure a lapela na borda superior do tecido onde o bolso foi costurado e acrescenta a parte superior do forro, de forma que a lapela fique entre os dois.</p>	Reta Industrial
<p>Prepare o bolso frontal, costurando o zíper e embutindo entre a camurça e couríssimo na parte externa e o forro na parte interna. Aplique o ímã na abertura entre o bolso e a frente da bolsa e fixe o bolso na bolsa com costura nas laterais e no fundo.</p>	Máquina de braço para couro Reta Industrial
<p>Prepare o zíper da lateral. Costure as tiras de camurça em cada borda do zíper completando o tamanho da lateral. Costure o zíper nas laterais que contornam a bolsa unindo-as através do zíper.</p>	Máquina de braço para couro
<p>Prepare as alças Costure uma tira de camurça e vire. Costure as tiras viradas sobre o couríssimo. Costure as alças na parte superior da costa externa da bolsa. Prepare o pedacinhos fixos da alça. Costure as tirinhas dos reguladores fixos nos moldes de camurça com forma de triângulo. Costure e vire. Costure os pedaços já com os regulados na parte inferior dos lados da costa da bolsa.</p>	Máquina de braço para couro
<p>Costure as laterais na costa e frente da bolsa.</p>	Máquina de braço para couro
<p>Prepare o compartimento extra.</p>	
<p>Costure o zíper unindo a parte inferior e a superior do compartimento extra. Costure a parte superior do compartimento extra no fundo da bolsa. Costure o fundo da bolsa na mesma costura que uniu o fundo e compartimento extra. Costure o fundo do compartimento extra. Costure o forro do fundo do compartimento extra, deixando uma pequena abertura. Cole o recouro no fundo no compartimento extra.</p>	Máquina de braço para couro

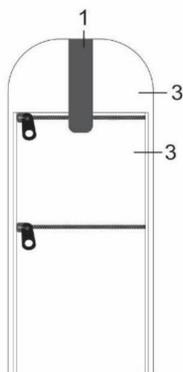
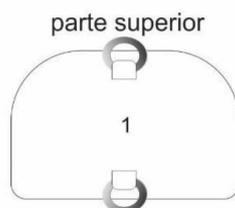
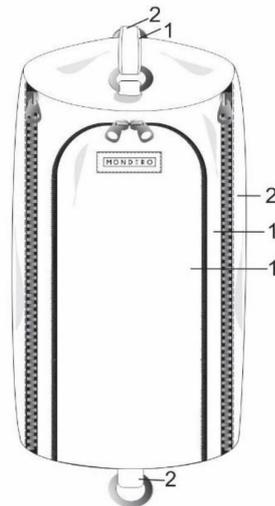
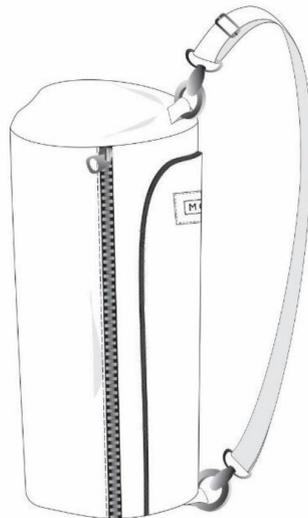
# MONDERO

## FICHA TÉCNICA (pág. 1 de 3)

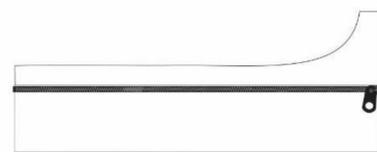
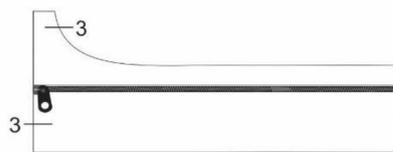
Modelo: MULTIFUNCIONAL  
 Coleção: Outono/Inverno 2017  
 Designer: Nádia M. Cardoso

Modelista: Nádia M. Cardoso  
 Data: 15/01/2017

- 1- Couríssimo
- 2- Camurça
- 3- Forro 100% poliéster



### PARTE INTERNA DA MULTIFUNCIONAL



# MONDERO

## FICHA TÉCNICA (pág. 2 de 3)

Modelo: MULTIFUNCIONAL  
 Coleção: Outono/Inverno 2017  
 Designer: Nádia M. Cardoso

Modelista: Nádia M. Cardoso  
 Data: 15/01/2017

### MATERIAIS E AVIAMENTOS

Matéria prima	Fornecedor	Composição	Cor	Quantidade
Couríssimo	Sola e Couro	70% de policloreto vinílico(PVC), 25% de poliéster e 5% de poliuretano	Preto	80 cm
Camurça	Liliana	50% Algodão 50% Poliéster	Preta	40 cm
Tecido p/ forro	Casa Blanca	100% Poliéster	Mostarda	1 metro
TNT	Casa China	Não tecido	Preto	40 cm
Alça de poliamida	Casa Amazonas	100% Poliamida	Preta	1,8 metro

Aviamento	Fornecedor	Cor	Quantidade
Zíper de metal Zíper de Poliéster	Casa Potyguar	Preto/Prata Preto	82 cm 2,10 cm
Cursor metal p/ zip metal Cursor metal p/ PES	Altero	Onix	2 uni 2 uni
Cursor simples para zip PES	Casa Potyguar	Preto	4 uni
Puxador	Altero	Onix	4 uni
Mosquetão	Altero	Onix	3 uni
Argola Grande	Altero	Onix	4 uni
Regulador	Altero	Onix	1 uni
Botão de pressão	Casa potyguar	prata	1 uni
Ímã	Casa China	Prata	1 uni

# MONDERO

## FICHA TÉCNICA (pág. 3 de 3)

Modelo: MULTIFUNCIONAL

Coleção: Outono/Inverno 2017

Designer: Nádia M. Cardoso

Modelista: Nádia M. Cardoso

Data: 15/01/2017

### SEQUÊNCIA OPERACIONAL

### MAQUINÁRIO

<p>Prepare os bolsos do forro. Comece pela parte frontal da bolsa. Costure os zípers. Monte os dois bolsos pequenos e em seguida forre para fazer o bolso maior. Coloque o ímã no bolso e na lapelinha de couríssimo.</p>	Reta Industrial
<p>Monte o forro do corpo da bolsa. Costure os zípers nos bolsos internos laterais. Costure os bolsos prontos no forro, costure o forro da costa da bolsa para completar a circunferência. Costure o forro da parte superior da bolsa na parte com a circunferência completa.</p>	Reta Industrial
<p>Costure o zíper de poliéster na abertura da bolsa e na parte parte pequena. Deixe-as separadas. Cole e costure a etiqueta.</p>	Máquina de braço para couro
<p>Costure o zíper de metal nos bolsos das laterais. Um lado do zíper no bolso e outro lado na bolsa. Em seguida costure a parte da costa da bolsa. Deixe a circunferência completa.</p>	Máquina de braço para couro
<p>Coloque os elos no fundo e na parte superior da bolsa.</p>	Máquina de braço para couro
<p>Costure a parte superior da bolsa, (que já deve estar com os elos) na circunferência fechada, (parte superior da bolsa).</p>	Máquina de braço para couro
<p>Costure a parte pequena (pedaço da abertura frontal), ao seu forro. Faça isso de modo que o zíper fique embutido. Vire e pesponte.</p>	Máquina de braço para couro
<p>Costure o corpo da bolsa ao seu forro, una-os pelo abertura do zíper, fazendo com que este fique embutido. Vire e pesponte.</p>	Máquina de braço para couro
<p>Una a aba ao corpo da bolsa (para formar a abertura frontal/principal) através dos zíperes utilizando os cursores de metal para zíper de poliéster. Com a circunferência inferior completa, costure o fundo da bolsa. Em seguida, costure o forro desta parte e faça o acabamento com um viés do tecido do forro.</p>	Máquina de braço para couro
<p>Prepare a alça de mão. Cole a tira colocando as bordas em direção ao centro. Costure o acabamento de camurça cobrindo a abertura entre as bordas. Faça o acabamento das bordas com a tinta borda italiana. Coloque o botão de pressão e por ultimo cole o velcro.</p>	Máquina de braço para couro
<p>Prepare a alça grande. Costure um mosquetão em uma das extremidades da tira de poliamida. Passe a outra extremidade da tira pelo o segundo mosquetão (para ficar livre na alça), pelo regulador e pelo terceiro mosquetão. Por último, passe novamente pelo mosquetão e costure-o.</p>	Reta Industrial

### 4.3 - Planilhas de custos das peças prototipadas

#### 4.3.1 Tote

Tabela 5 – Planilha de custos da bolsa tote

TOTE			
Materiais	Valor unitário ou por metro	Quantidade utilizada	Custo
Ímã	R\$ 0,25	3	0,75
Puxadores	R\$ 1,87	2	3,74
Cursores	R\$ 1,05	2	2,1
Argolas G	R\$ 1,9	2	3,83
Zíper metal	R\$ 6,9	0,33	2,1
Zíper destacável	R\$ 5,1	0,4	5,1
Couríssimo	R\$ 39,00	0,8	23,4
Camurça	R\$ 24	0,2	4,8
Ferro	R\$ 2,5	1m	2,5
Recouro	R\$ 16	0,3	4,8
Tnt	R\$ 1,9	1m	1
		Mão de obra	40,00
		Pró-labore	100,00
		Custo final	194,12
		Valor de venda	292,00

Fonte: Elaborada pela autora.

#### 4.3.2 Mochila

Tabela 6 – Planilha de custos da mochila

MOCHILA			
	Valor unitário ou por metro	Quantidade	Custo
Ímã	R\$ 0,25	3	0,75
Puxadores	R\$ 1,87	3	5,61
Cursores	R\$ 1,05	4	4,2
Reguladores	R\$ 1,65	4	6,6
Argolas p	R\$ 0,2	1	0,2
Zíper metal	R\$ 6,9	1,8	12,42
Couríssimo	R\$ 39	0,8	32
Camurça	R\$ 24	0,4	9,6
Ferro	R\$ 2,5	1m	2,5
Recouro	R\$ 16	0,15	2,4
Tnt	R\$ 1,9	1m	1,9

Esponja acoplada	R\$ 5	30cm	2
		Mão de obra	45,00
		Pró-labore	100,00
		Custo Final	225,00
		Custo de Venda	337,00

Fonte: Elaborada pela autora.

#### 4.3.3 Multifuncional

Tabela 7 – Planilha de custos da bolsa multifuncional

MULTIFUNCIONAL			
	Valor unitário ou por metro	Quantidade	Custo
Ímã	R\$ 0,25	1	0,25
Puxadores com cursores	R\$ 0,07	4	0,28
Puxadores	R\$ 1,87	4	7,48
Cursores zíper de poliéster	R\$ 1,1	2	2,2
Cursores para zíper de metal	R\$ 1,05	2	2,1
Reguladores	R\$ 1,6	1	1,6
Argolas M (AR29-42)	R\$ 1,1	5	5,5
Zíper de poliéster	R\$ 0,4	2,08	0,83
Zíper de metal	R\$ 6,9	0,8	5,52
Mosquetões	R\$ 4,15	3	12,45
Botão pressão	R\$ 1,5	1	1,5
Couríssimo	R\$ 39	0,6	23,4
Camurça	R\$ 24	0,2	4,8
Forro	R\$ 2,5	1m	2,5
Alça poliéster	R\$ 3	1,8	3
Tnt	R\$ 1,9	0,5	0,95
		Mão de obra	40,00
		Pró-labore	100,00
		Custo Final	214,36
		Custo de Venda	322,00

Fonte: Elaborada pela autora.

## REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 2000. Tradução: Zulmira Ribeiro Tavares.

KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher: permanência e revolução do feminino**. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

PHILLIPS, Peter L. **Briefing: a gestão do projeto de design**. São Paulo: editora Edgard Blücher Ltda, 2008.

PIRES, Dorotéia Baduy (Org.). **Design de moda: olhares diversos**. Barueri: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

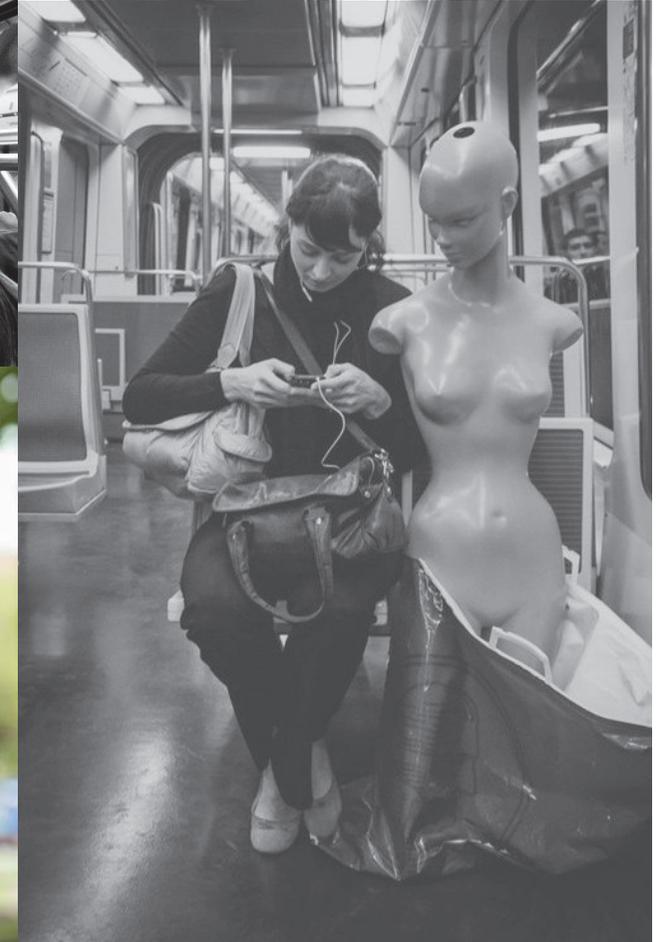
THOMAS, Dana. **Deluxe: como o luxo perdeu o brilho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

MONDÉRO



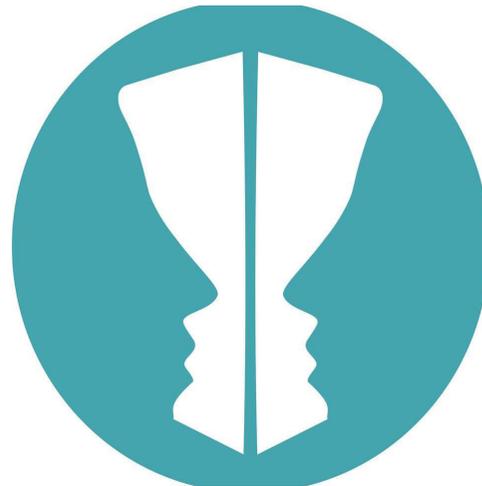
# COMPORTAMENTO

Nossa cliente tem uma jornada intensa: trabalha, estuda, depende de transporte público e ainda consegue tempo pra ver os amigos.



# MERCADO

green  bag  
Brasil<sup>®</sup>



Gêmeos Bags

JimJa  
ESTILO & CONSCIÊNCIA

BOLSAS | MOCHILAS | NECESSAIRES  
MATERIAL SINTÉTICO E VEGETAL  
-FEITO NO CEARÁ-

MONDERO

# TECNOLÓGICO



Estilete



Tinta Borda Italiana



Linha Nylon Settanyl  
(para Couro)

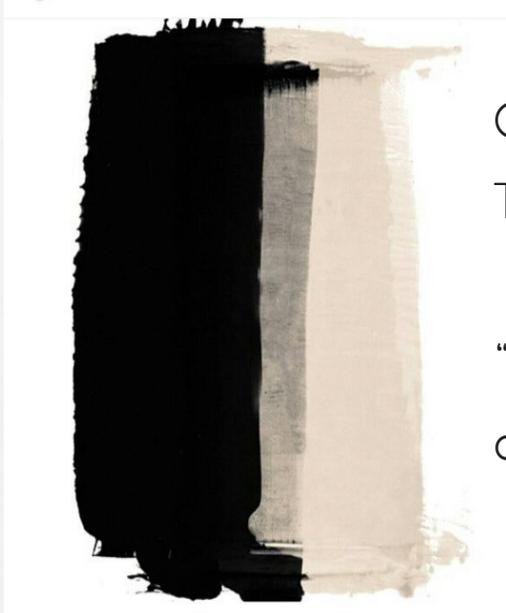


Máquina de Braço para Couro



Máquina Reta Industrial

# TENDÊNCIAS



Outono/Inverno 2017/2018 - WGSN  
Tendência - Design Substancial

“O ‘menos’ se tornará menos  
ainda, e significará muito mais.”



# TEMA DA COLEÇÃO

## INCITTÀ

In città. Do Italiano “na cidade”.

A coleção mostrará o espaço urbano como inspiração. InCittà, o cotidiano é movimento, é dinamismo.



# RELEASE

InCittà, a jornada é dupla, tripla... Tempo não se pode perder, Em sua grandeza, pessoas são funções, números. São corpos em movimento. Nos lugares, muita presença. Pouca permanência. Constante somente os ruídos e a agitação. É preciso transitar, sobreviver. Ficar parado somente até o sinal abrir. E no fim do dia, a cidade ilumina a também pode ser poesia... É hora de ser pessoa, de ser conversa fiada, de relaxar e mais nada.



# CORES E MATERIAIS

Black C

16-1439 TPX  
CARAMEL

19-1109 TCX  
CHOCOLATE TORTE

CAMURÇA

COURÇISSIMO



Puxador



Argola



Mosquetão



Zíper de Metal



Cursor



Cursor e Puxador



Imã



Zíper de Poliéster



Regulador



Botão de Pressão

# PROCESSOS CRIATIVOS



# LINE-UP



# LINE-UP



Família BÁSICA

# LINE-UP

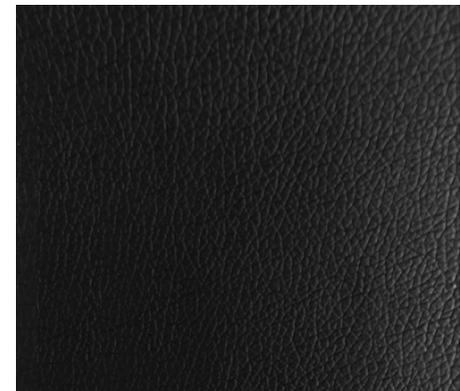


Família FUNCIONAL

# BOLSA TOTE

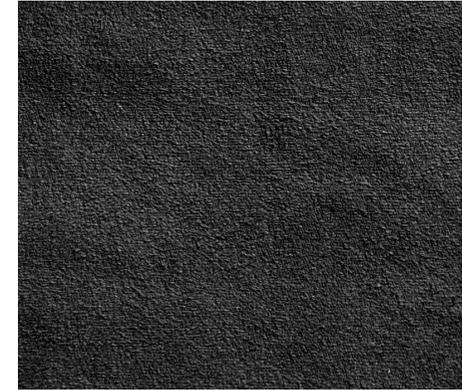


CAMURÇA

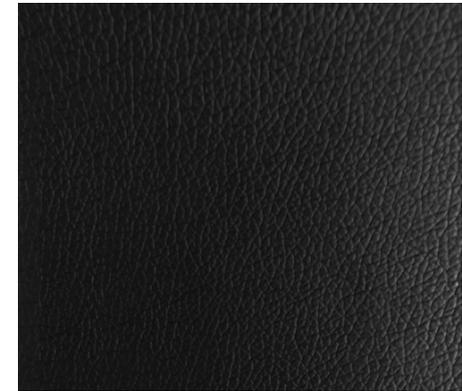


COURÍSSIMO

# MOCHILA



CAMURÇA



COURÍSSIMO

# BOLSA MULTIFUNCIONAL



HANDBAG

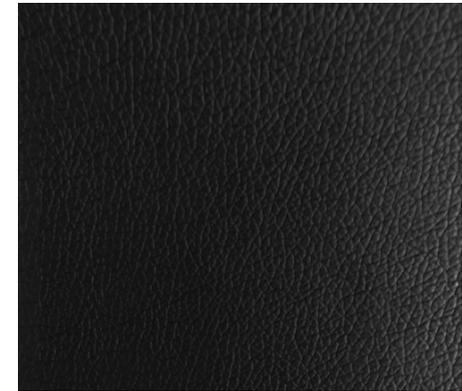


CAMURÇA



MOCHILA

ALÇA ÚNICA



COURÍSSIMO

# LOGO E VARIANTES



VARIANTE 01



VARIANTE 02



# EMBALAGENS



DIMENSÕES: 50 x 10 x 35cm



DIMENSÕES: 41 x 50cm

MONDERO

# ETIQUETAS

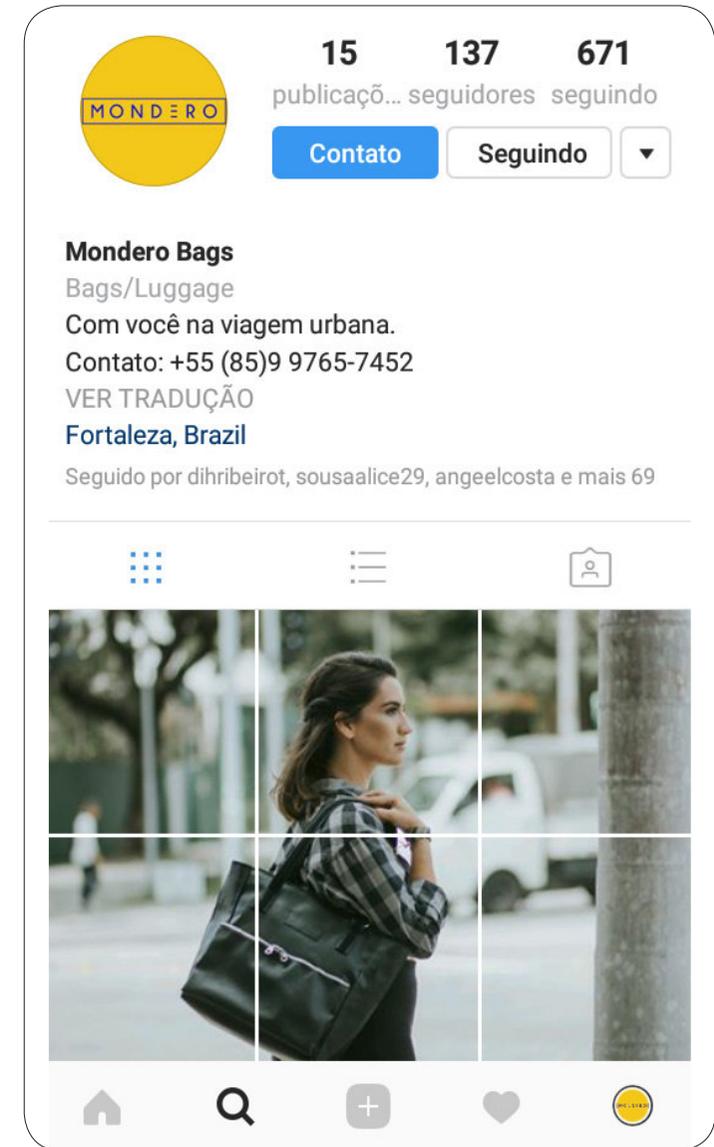
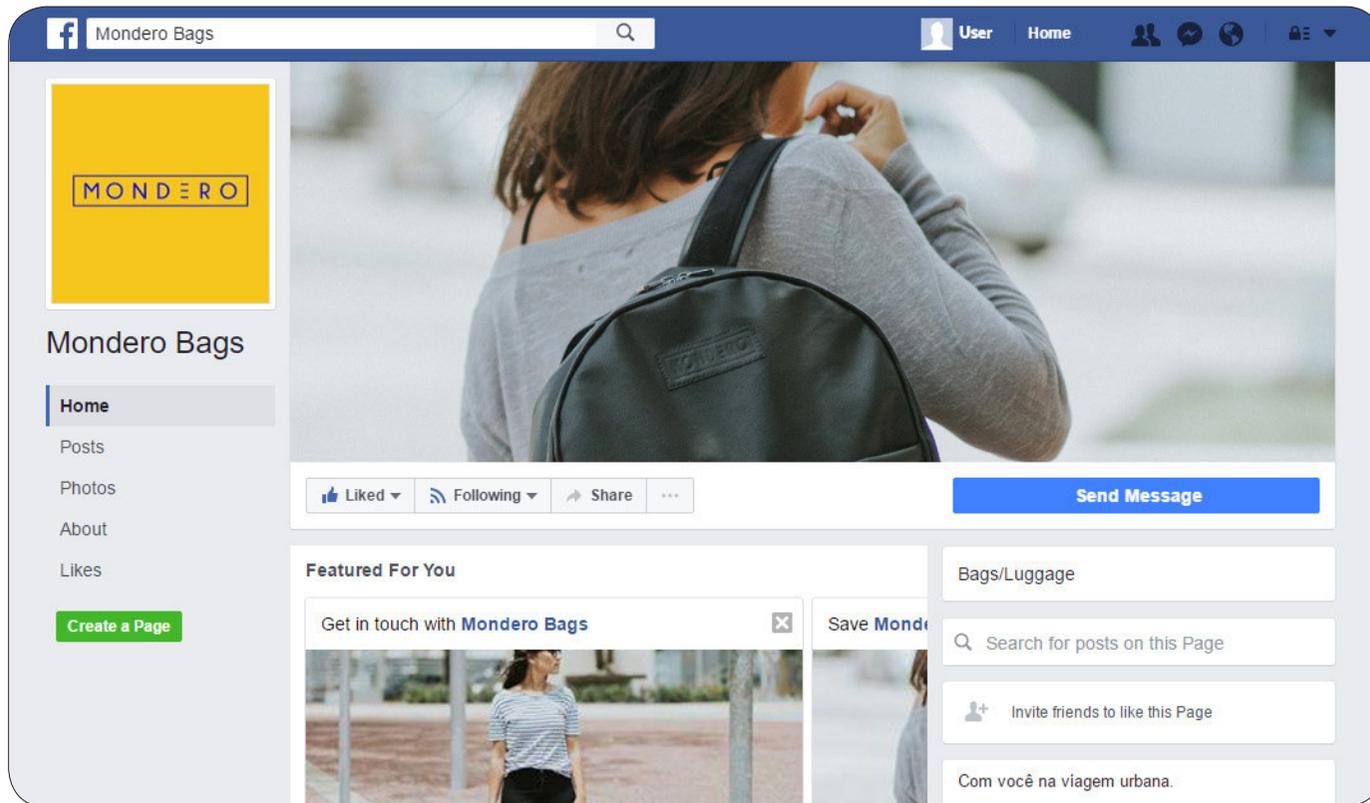


# PEÇA PUBLICITÁRIA



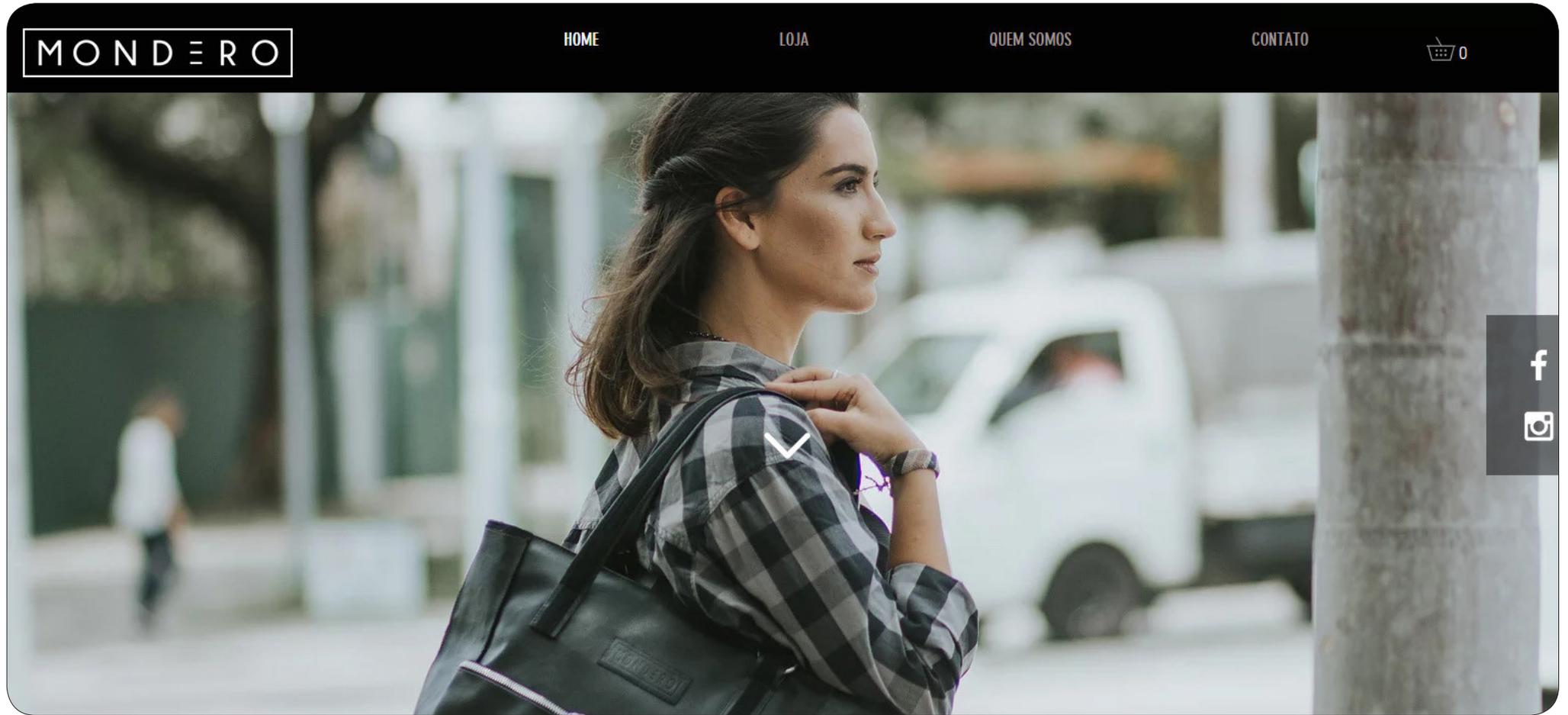
MONDERO

# REDES SOCIAIS



MONDERO

# SITE



# PROJETO DE DESFILE

## CONCEITO

Relacionado ao tema da coleção: a cidade.



# MAKE/HAIR

Maquiagem em tons fortes e  
cabelo preso para evidenciar a face.



# DESFILE



O desfile acontecerá na Feira Mútua, uma feira colaborativa de moda autoral que acontece no Salão das Ilusões (ao lado da igreja do Pequeno Grande).

Sugestão para trilha sonora:  
Hip-Hop Instrumental.

# RECURSOS HUMANOS E MATERIAIS

<b>RECURSOS HUMANOS</b>	
Modelos	R\$ 600,00
Fotógrafo	R\$ 300,00
Stylist de moda	R\$ 300,00
Cabelereiro e maquiador	R\$ 200,00
Assistentes de Produção	R\$ 150,00
DJ e Sistema de som	R\$ 400,00
Total	R\$ 1.950,00

<b>RECURSOS MATERIAIS</b>	
Gasolina para transporte	R\$ 200,00
Alimentação e bebidas	R\$ 200,00
Locação	R\$ 0
Total	R\$ 400,00

Total Geral	R\$ 2.350,00
-------------	--------------

# PROJETO FOTOGRÁFICO

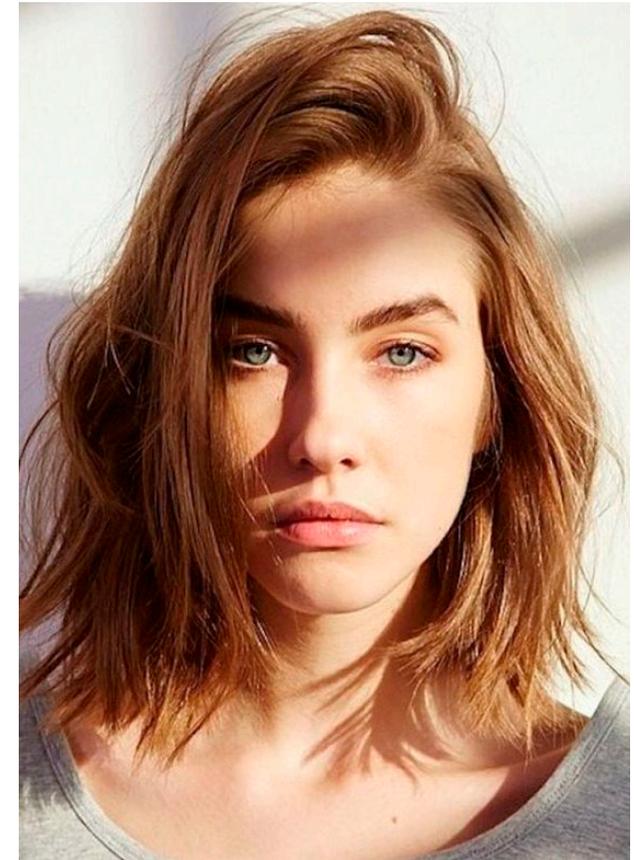
## CONCEITO

As fotos devem transmitir a interação da modelo com o espaço urbano, pois é onde seu cotidiano acontece.



# MAKE/HAIR

Maquiagem leve e cabelos soltos indicando agitação do cotidiano.



# RECURSOS HUMANOS E MATERIAIS

<b>RECURSOS HUMANOS</b>	
Modelo	R\$300,00
Fotógrafo	R\$ 300,00
Stylist de moda	R\$ 300,00
Cabelereiro e maquiador	R\$ 150,00
Assistente de Produção	R\$ 100,00
Total	R\$ 1.150,00

<b>RECURSOS MATERIAIS</b>	
Gasolina para transporte	R\$ 200,00
Alimentação e bebidas	R\$ 200,00
Locação	R\$ 0
Total	R\$ 400,00

Total Geral	R\$ 1.550,00
-------------	--------------

# STORYBOARD



# ENSAIO FOTOGRÁFICO



# ENSAIO FOTOGRÁFICO



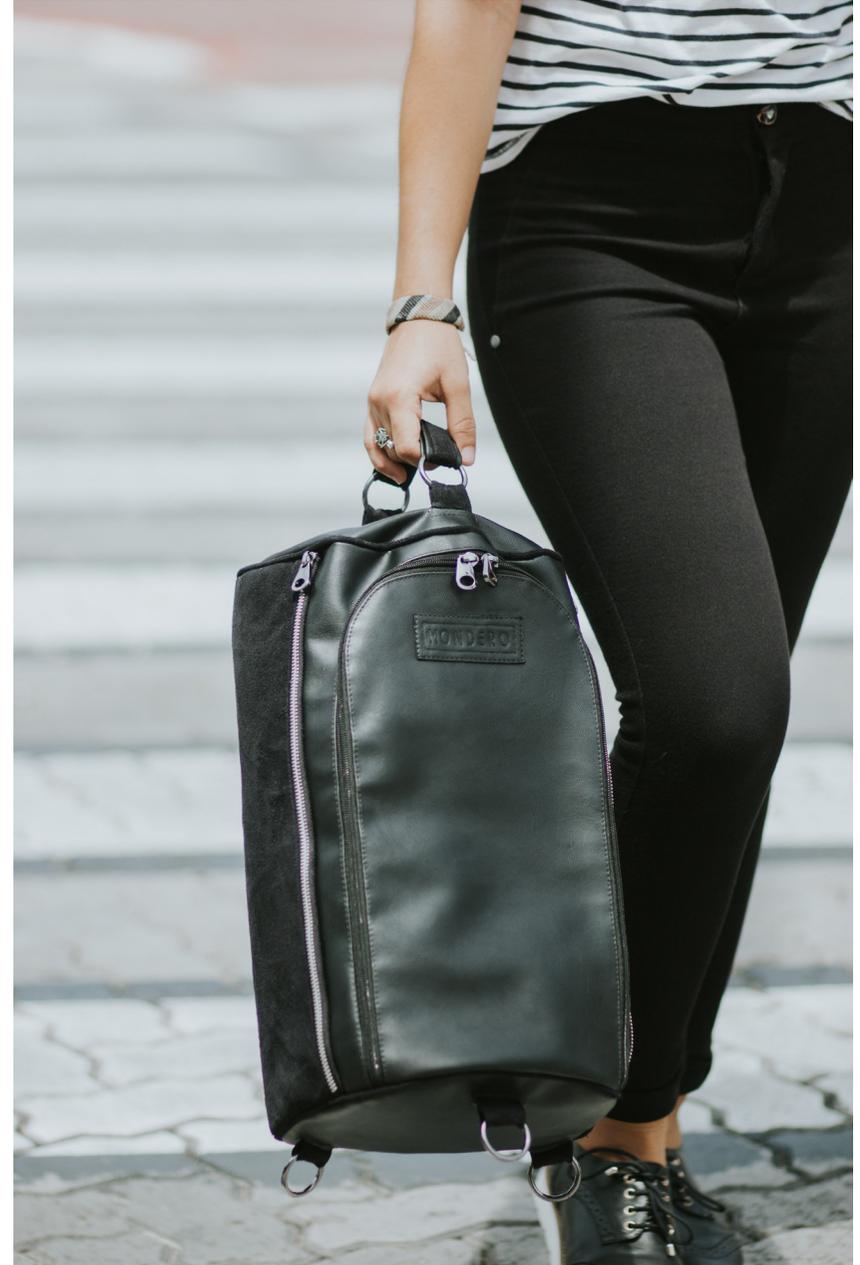
# ENSAIO FOTOGRÁFICO



# ENSAIO FOTOGRÁFICO



# ENSAIO FOTOGRÁFICO



MONDERO

# ENSAIO FOTOGRÁFICO



# ENSAIO FOTOGRAFICO



Beleza:  
Monique Parente

Modelo:  
Dáfany Duarte

Styling:  
Bruno Nogueira

Fotografia:  
Jamille Queiroz

Nádia M. Cardoso  
Graduanda em Design Moda  
Universidade Federal do Ceará

nadiamcardoso@hotmail.com  
(85) 99765 7452