



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

Mariane Costa Martins

**MARÉ DE SAL | MARCA AUTORAL
Desenvolvimento de coleção/Projeto Executivo**

**Fortaleza
2017**

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)

- M344m Martins, Mariane Costa.
Maré de Sal / Marca autoral : desenvolvimento de coleção/ Projeto executivo / Mariane Costa Martins. –
2017.
121 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 Figueiras.
1. Desenvolvimento de coleção. 2. Moda praia. 3. Vintage. I. Título.

CDD 391

MARIANE COSTA MARTINS

MARÉ DE SAL | MARCA AUTORAL

Desenvolvimento de coleção

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Coordenação do Curso de Graduação em Design-Moda, da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Design-Moda.

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Araguacy Paixão Almeida Filgueiras (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Msnda. Manuela Fátima Paula de Medeiros Pessoa
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Ms, Regina Célia dos Santos de Almeida
Faculdade Ateneu (FATE)

Dedico este trabalho com amor à minha Mãe Marinez e ao meu pai Gilvan, que são meu porto seguro perante as dificuldades durante este percurso.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por ter permitido que tudo isso acontecesse, ao longo de minha vida, e não somente nestes anos como universitária, mais em todos os momentos.

À minha mãe Marinez, ao meu pai Gilvam e à minha irmã Marília e Mayara que estiveram sempre presentes me apoiando e dando forças para que eu continuasse na luta durante essa etapa de minha vida. Sempre me senti segura para continuar.

Muito obrigada ao meu namorado, Gustavo Calado, que compartilhou comigo esse momento, foi muito paciente e me ajudou bastante dando dicas e apoio moral para o desenvolvimento deste e de todos os outros trabalhos na Universidade.

Agradeço imensamente à minha orientadora Araguacy Figueiras pela gentileza de ter me ajudado e guiado no decorrer deste trabalho, dando todo o suporte necessário.

Agradeço também aos meus amigos e colegas, em principal Larissa Calado pela disposição e colaboração necessária na produção das fotos e Kadu Sousa por ser o amigo de todas as horas.

Obrigada às entrevistadas, por terem dedicado alguns minutos preciosos do seu dia-a-dia.

Enfim, muito obrigada a todos que me apoiaram em mais esta jornada!

RESUMO

A Maré de Sal | Moda autoral é o projeto de moda para o desenvolvimento de uma coleção de moda praia feminina. Esse trabalho se constitui no Projeto Executivo, necessário à compreensão do Portfólio Criativo, elementos do Trabalho de Conclusão do Curso de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará. Baseado em pesquisa mercadológica e apoiado em autores ligados ao marketing, a metodologia projetual e ao processo criativo, a Maré de Sal | Moda autoral apresenta a coleção MaRetrô, inspirada nas *pin-ups* da década de 1950 e busca possibilitar conforto e bem estar às usuárias, a partir de uma modelagem diferenciada e valorização das formas do corpo feminino que não segue aos padrões estéticos vigentes.

Palavras chave: Desenvolvimento de Coleção. Moda Praia. Vintage.

LISTA DE FIGURAS

Figura1 – Briefing Maré de Sal.....	9
Figura 2 – Metodologia de produto de Moda/vestuário.....	18
Figura 3 – Parâmetros da coleção.....	19
Figura 4 – Custos do produto REF. MODELO MS001.....	39
Figura 5 – Custos do produto REF. MODELO MS002.....	39
Figura 6 – Custos do produto REF. MODELO MS003	40
Figura 7 – Custos do produto REF. MODELO MS004.....	40
Figura 8 – Custos do produto REF. MODELO MS005.....	41
Figura 9 – Custos do produto REF. MODELO MS006.....	41

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	8
2. BRIEFING.....	9
Figura 1. Briefing Maré de Sal.....	9
3. COMPOSTO DE MARKETING.....	12
3.1 Análise do produto.....	12
3.2 Análise do público-alvo.....	12
3.3 Proposta para o ponto de venda.....	13
3.4 Proposta de promoção.....	14
4.PROJETO DE PRODUTO.....	17
4.1 Metodologia projetual.....	17
Figura 2. Metodologia de produto de moda/vestuário	18
4.2 Tabela de parâmetro de coleção.....	18
Figura 3. Parâmetro da coleção.....	19
4.3 Fichas técnicas das peças prototipadas.....	20
4.4 Planilhas de custo das peças prototipadas.....	38
Figura 4. Custo do produto Ref. Modelo MS001.....	39
Figura 5. Custo do produto Ref. Modelo MS002.....	39
Figura 6. Custo do produto Ref. Modelo MS003.....	40
Figura 7. Custo do produto Ref. Modelo MS004.....	40
Figura 8. Custo do produto Ref. Modelo MS005.....	41
Figura 9. Custo do produto Ref. Modelo MS006.....	41
5.Avaliação de Competitividade, Diferenciação e Sustentabilidade.....	42

6.Criatividade da coleção.....	43
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	44
REFERÊNCIAS.....	45
APÊNDICES 1. Questionário	46
APÊNDICES 2. Resultado dos questionários aplicados.....	48

1 INTRODUÇÃO

O Projeto executivo aqui apresentado facilita a compreensão do conteúdo do Portfólio Criativo. Constitui-se uma ferramenta de apoio na qual se apresentam informações técnicas sobre o trabalho desenvolvido – a marca **Maré de Sal** Moda autoral, um ensaio dos melhores momentos da vida com os quais sempre sonhamos estando bem conosco mesmas.

Autores como Cobra (2007, 1997), Kotler (1993, 1999), Kotler, Kartajaya e Setiawan (2010), Montemezzo (2003), Phillips (2008) e Treptow (2013) foram utilizados para a fundamentação teórica e embasamento técnico e criativo do trabalho.

A lifestyle da marca envolve encontrar amigos, trocar ideias, descobrir novas culturas, desbravar praias paradisíacas e ilhas desertas, passear com o filho, procurar aventuras intermináveis e realizar sonhos. Enfim, embarcar numa viagem sem fim e sem o medo da insegurança de mostrar o corpo.

Considerando a diversidade de corpos da mulher brasileira, a Maré de Sal tem como foco deixar suas consumidoras livres para ir à praia sem medo de mostrar seu corpo, procurando sempre se sentir segura e bem consigo mesma, principalmente aquelas que não se enquadram nos padrões estéticos difundidos pela mídia e pela sociedade. Nossos biquínis não são destinados ao bronze, pois temos um diferencial nas modelagens.

A coleção da marca tem o estilo *navy* como predominância. Esse estilo é formado por peças com listras, estampa geométrica e em sua maioria as cores azul marinho e branco, deu origem à também conhecida por “moda marinheiro”. Usado por Coco Chanel no século XX, e nunca mais esquecido pelos grandes estilistas, ele ressurgiu repaginado em todas as temporadas, seja com um corte diferente em blusas, saias, tops ou vestidos, ou uma aplicação a mais.

A proposta da coleção MaRetrô é destinada para quem quer conforto, bem estar e sofisticação, adquirindo peças atemporais com modelagem vintage¹ modeladora e de estilo *navy*.

¹ Modelagem vintage é um estilo de moda retrógrada, uma recuperação de estilos das décadas de 1920, 1930, 1940, 1950 e 1960. São modelagens repaginadas de décadas passadas.

2 BRIEFING

O briefing se constitui no conjunto de diferentes orientações significativas, como informações, processos e padrões, que norteiam o trabalho do designer e sua equipe.

A partir de Phillips (2008), a Figura 1 mostra o briefing da Maré de Sal.

Figura1 – Briefing Maré de Sal

TÓPICOS BÁSICOS	CONTEÚDOS	DESCRIÇÃO
NAUREZA DO PROJETO E CONTEXTO	Justificativa	O constante crescimento do nicho de mercado está associado a marca, são de mulheres usando roupas em praias e com o pudor de não usar um biquíni ou tomar banho de mar justificam a Maré de Sal. Por conhecer essa necessidade de perto surge o desejo pessoal de iniciar uma marca no segmento de moda praia com a proposta de lançar biquínis modeladores, unindo design ao conforto e à funcionalidade dos produtos.
	Objetivos do projeto	Desenvolver a primeira coleção da marca Maré de Sal e lançá-la no mercado do segmento de moda praia.
	Resultados desejáveis	Conseguir consolidar-se no mercado, tornando-se uma marca referência no segmento de moda praia, mantendo-se esteticamente atrativa, tendo em visão de foco a valorização do corpo feminino.
	Responsabilidades do projeto	Para a Maré de Sal a responsabilidade social e ecológica se define na criação de sacolas plásticas biodegradáveis, para que a cliente ao ir à praia leve-a para o recolhimento de lixo. Cada peça adquirida acompanha duas sacolas.
	Marca	Maré de Sal
	Produto	Biquínis vintage(tops, tops <i>cropped</i> s, calcinhas <i>hot pants</i> e maiôs com e sem cetinete).

ANÁLISE SETORIAL	Preço	100,00 a 350,00 reais
	Promoção	Lookbook, Facebook, Instagram.
	Praça	Loja virtual (site).
	Estudo de tendência atemporal	A tendência Praia-Resort, foi a escolhida para compor a coleção da marca Maré de Sal. Sendo utilizado elementos de inspiração como o requinte dos locais, a relação do entardecer, não ao bronze, mas a qualidade de vida e a exposição da beleza feminina, independente do corpo. A praticidade e liberdade de poder colocar algo que vista em várias ocasiões. As formas geométricas, unidas a estampas deixando as peças com um ar sofisticado e as cores monocromáticas.
	Concorrentes	Cherry Pie, marca de moda vintage em formas, cores e estampas, com referências que vão do rock ao jazz, pin-up girls a madona (www.cherrypielojavirtual.com.br), Virall Retrô, moda praia e lingerie retro de todos os tamanhos (www.virallretro.com.br) e Sundae Inc, site de roupa alternativa retro especializada em moda praia, moda pin up e acessórios (www.gosundae.com). São marcas que estão no mercado por vendas virtuais.
	Tecnologia	Material para montagem dos biquínis (malhas lycra, malhas fator 50+, cetinete, forro, elástico, linhas, fios, argolas, reguladores, fivelas, fechos), mesa de corte, máquina de corte, máquina galoneira e máquina orvelock.
Estratégia da empresa	Preços competitivos, estratégias de marketing que aproximem a marca do público e processos produtivos das peças (a marca tem como diferencial o cetinete – malha usada para comprimir a circunferência abdominal, muito usada em modeladores).	

PÚBLICO ALVO	Sexo	Feminino
	Faixa etária	Entre 26 e 35 anos
	Nível de renda	Classe C
	Hábitos de consumo	Mulheres com o foco principal de “se sentir bem consigo mesmas na praia”, antenadas em tendências de moda, mas que não são reféns delas, buscam sempre algo que as façam estar felizes. Estão conectadas às mídias sociais nas quais adquirem boa parte das informações de moda. Adoram sair para beber e comer, e costumam curtir a vida com a família ou mesmo sozinhas.

Fonte: A Autora, adaptado de Phillips (2008).

3 COMPOSTO DE MARKETING

3.1 Análise do produto

Um produto ou serviço é dito certo ao consumo quando atende às necessidades e desejos de seus consumidores-alvos tendo também características que o produto deve ter, tais como qualidade, padronização, modelos, tamanhos e configurações (COBRA, 2007).

É nesse contexto que a Maré de Sal se define como uma marca autoral de biquínis com proposta de oferecer produtos com qualidade, design, conforto e modelagem diferenciada e adequada à valorização do corpo feminino. A empresa destina transmitir ao seu público segurança, alegria, elegância e sensualidade em suas peças.

A marca tem identidade vintage e inspirada nas *pin-ups* de 1950, mulheres com curvas femininas e silhueta valorizada. Esses são critérios relevantes na criação e no desenvolvimento das peças.

Tem como musa inspiradora Marilyn Monroe, que se tornou símbolo de feminilidade e sexualidade nos anos de 1950. Famosa por interpretar personagens nos filmes da época, Marilyn se tornou um dos *SeySymbols* mais populares.

O mix de produtos da marca, formado por biquínis, maiôs com e sem cetinete, calcinhas *hot pants*, calcinhas *hot pants* com cetinete, tops, tops cropped, assim equilibrando-se entre acessórios como bijuterias, bolsas e chapéus que podem ser usados não só na praia, mas também no seu dia-a-dia, aliando charme e estilo.

A identidade visual da marca transmite a mesma segurança e autoconfiança dos produtos oferecidos. As peças seguem um padrão de qualidade, principalmente por conta dos materiais usados e pela sua modelagem, pois foram desenvolvidas pensando em cada detalhe que envolve o universo da marca.

3.2 Análise do público-alvo

Cobra(1997) define a importância do plano de mídia falando que o planejador de mídia deve, em primeiro lugar, definir o *target*, em termo demográfico, geográfico, sociopsicológico e/ou de uso do produto.

O questionário APÊNDICE1, foi realizado por meio digital e foram consideradas 123 respostas. Os resultados podem ser visualizados no APÊNDICE

2, contudo podemos compreender o perfil da nossa consumidora na seguinte descrição, a partir dos dados obtidos.

O público da Maré de Sal é um pouco diferente daquele que se vê dentro das lojas de moda praia. A pesquisa realizada² orienta a Maré de Sal que suas principais clientes têm entre 26 e 35 anos, são mulheres solteiras, casadas, divorciadas ou noivas. Algumas têm filhos e outras não. São mulheres bem informadas, gostam de arte, música e moda; são sofisticadas, elegantes e viajantes. Exigem qualidade, inovação e priorizam o conforto e o bem-estar. Buscam diferenciação e exclusividade. Elas trabalham e estudam; são divertidas, vaidosas, românticas, femininas e despojadas. Querem manter o espírito livre, ter prazer e alegria quando estão na praia. Algumas fazem exercícios físicos, mas não com frequência. Têm vida agitada, porém, de certa forma sedentária, não são muito adeptas à vida saudável. Ecléticas, apreciam música, livros e guias de viagem. Trabalham muitas vezes com moda, arquitetura, publicidade e comunicação. A casa dessas mulheres tem objetos antigos aliados ao toque moderno. Frequentam restaurantes aconchegantes e diferentes. Gostam de beber cerveja aos finais de semana e não têm preconceito nem restrição em comer um hambúrguer e tomar um sorvete, só que isso faz com que muitas vezes essas mulheres não queiram frequentar à praia por conta do corpo físico. São eternas apaixonadas pela vida, família, amor, filhos e animais.

3.3 Proposta para o ponto de venda

O produto ou serviço só tem utilidade se posicionado junto ao seu mercado consumidor e que a escolha do ponto para esse produto ou serviço relacione-se com a escolha do canal de distribuição, como atacado, varejo ou distribuidor (COBRA, 2007). Esse ponto significa um modo de levar o produto de forma mais prática e rápida possível ao mercado consumidor.

Visando o processo de comercialização de modo acessível ao cliente varejista, em princípio a Maré de Sal não irá ter uma loja física, o contato com a coleção e a venda pode ser feito pelo site da marca. Neste, as peças terão todas as

² A pesquisa de público alvo foi realizada por meio do *Google docs* e compreende a respostas de 123 mulheres residentes em Fortaleza. A mesma fortaleceu a ideia da criadora da marca para o desenvolvimento de peças de moda praia para mulheres que estão fora dos padrões estéticos difundidos pela mídia; captou desejos e necessidades, possibilitando compreender o perfil da mulher da Maré de Sal.

descrições específicas (referência, composição, tamanho e cor/estampa disponíveis), preço, formas de pagamento e de entrega, custo do frete, política da empresa e fotos das peças (frente, costas e detalhes de aviamento). Na parte de visualização das fotos existe a ferramenta da lupa, onde a cliente pode ver os detalhes das peças ampliadas. Com relação ao frete, será cobrado das nossas clientes pelo site, junto com o preço da peça escolhida. A Maré de Sal conta com um contrato feito com os Correios para a entrega de suas peças, contando com o envio pelo PAC, Sedex, e-Sedex. Esse contrato permite um desconto no valor das postagens, para envio via PAC o desconto gira em torno de 5 a 20%. Além disso, não precisa pagar pelas postagens na hora, podendo esperar pelo vencimento da fatura dentro do espaço de um mês, assim tendo um controle de quanto está gastando com as postagens e de repente até poder fazer alguma promoção relacionada a frete grátis. Com relação aos pagamentos, a Maré de Sal conta com o PagSegurool com a ferramenta Checkout transparente, totalmente personalizada na loja virtual e onde a cliente ficará no ambiente do site durante todo o processo da compra. Na loja virtual a marca também disponibilizará a compra de biquínis personalizados na ferramenta Monte seu Biquíni.

O Instagram e o Facebook, aplicativos disponíveis para Android, IOS e Windows Phone, também serão uma maneira de visibilidade e ferramenta de venda, pois nessas páginas a cliente encontrará todas as novidades da marca com suas referências e poderá opinar sobre modelos de peças para novas coleções, assim servindo como feedback de aceitação de produtos. Por meio do WhatsApp a cliente tira suas dúvidas, visualiza as peças e contato com o link do site da loja que, ao clicar o cliente será direcionado para o site da loja virtual.

A logística de produção da empresa é de reposição das peças que tiverem recorde em vendas e ocorrerá de forma acelerada.

3.4 Proposta de promoção

O composto promocional do produto ou serviço compreende a publicidade, as relações públicas, a promoção de venda, a venda pessoal e o merchandising. A promoção deve comunicar o produto ou serviço ao mercado, estimulando e realizando a venda, isto é, a transferência de posse (COBRA, 1997).

Dessa forma, Kotler (1993) explana que:

A promoção de vendas consiste em um conjunto diversificado de ferramentas de incentivo, em sua grande maioria de curto prazo, visando estimular a compra mais rápida e/ou em maior volume de um produto específico. Enquanto a propaganda oferece uma razão para comprar, a promoção de venda oferece um incentivo para comprar. Ela inclui: promoção para clientes (como amostra grátis, cupons, descontos, prêmios, brindes, experimentações gratuitas, garantias, demonstrações, concursos etc.); promoções para intermediários (como descontos, concursos, propagandas cooperativas etc.) e promoção para força de vendas da organização (como concurso, sorteios etc.) (KOTLER, 1993, p. 720).

Da ferramenta de “promoção de venda” a marca tem como proposta um *coffee break* de lançamento da coleção “MaRetrô”, referente ao verão 2018. O evento acontecerá na Confeitaria Sublime, localizada na Rua Eduardo Bezerra, 1276 A, São João do Tauape em Fortaleza. A Confeitaria tem cenário retrô, agradável, charmoso e confortável que proporciona bem estar aos convidados. A atmosfera do local irá se unir com a coleção e com o estilo da marca.

No lançamento de coleção a marca disponibilizará aos seus clientes brindes que fazem parte dos seus produtos promocionais. Estes brindes serão sacolas em algodão ecológico com *bottons*, personalizadas com a logo da marca seguindo as cores da identidade visual.

Kotler (1999) fala a respeito do marketing direto que, apesar de ter surgido primeiramente na forma de mala direta e de venda por catálogo, ele vem tomando diversas formas como o telemarketing e a compra eletrônica. O fato comum nesses veículos é que eles são usados para obter pedidos diretamente de clientes-alvos.

Na ferramenta de marketing direto são utilizados como proposta de promoção: catálogo, mala direta via e-mail e por mídias sociais e compras eletrônicas via internet. Para desenvolver esse material foi produzido um ensaio fotográfico com peças da coleção “MaRetrô”, ensaio realizado na Praia de Antunes e Vilarejo da Praia de Barra Grande, ambos distritos da cidade de Maragogi, situada no litoral norte do estado de Alagoas.

O local está inserido no contexto da marca, Maragogi é um destino incrível para se conhecer sozinho, com um grupo de amigos, em família ou numa viagem romântica. É conhecida como o caribe brasileiro por despertar um espírito livre e pelo fato de seu mar ser de águas transparentes e de cor azul turquesa, a mesma cor da logo marca da Maré de Sal. Nas Galés, piscinas naturais formadas por corais onde peixinhos coloridos dão as boas-vindas e já indicam que ali a vida pode ser de constante liberdade deixando o visitante fascinante com o ambiente.

Foi nesse local que a Marca Maré de Sal realizou o seu primeiro ensaio fotográfico, trazendo sensualidade, feminilidade, conforto e bem-estar de seus biquínis para se harmonizar com esse ambiente paradisíaco, libertador e excepcional, chamado Maragogi.

As páginas de mídias sociais como Facebook e Instagram são, também, ferramentas de propaganda e servem de divulgação da marca.

4 PROJETO DE PRODUTO

4.1 Metodologia projetual

O projeto obedece à proposta de metodologia projetual de Montemezzo (2003), na qual os procedimentos metodológicos da autora têm reflexões de alguns autores a respeito das novas abordagens das metodologias para estruturar um projeto. A partir dessas reflexões, tendo em vista os fatores envolvidos na realidade profissional do designer de moda, é possível sintetizar o percurso do desenvolvimento do produto de moda/vestuário, como mostra a Figura 2.

De acordo com Montemezzo (2003), esse diagrama discrimina as principais ações realizadas no desenvolvimento de produtos de moda/vestuário, destacando em cinza aquelas nas quais o designer está diretamente envolvido. Entretanto, a sua participação nas ações anteriores irá influenciar as suas decisões de configuração do produto, bem como o acompanhamento das posteriores poderá garantir a qualidade do projeto.

É importante salientar quando Montemezzo (2003) fala a respeito do contato com o mercado, pois tem que ser constante, inclusive nas primeiras fases do desenvolvimento, assim o gerenciamento dos riscos terá maior eficiência. Da mesma maneira, os testes de usabilidade irão assegurar melhores possibilidades de satisfação do usuário/consumidor.

Sob tal perspectiva, a autora acredita que a proximidade com o público-alvo, no caso dos produtos de moda, será vital para a sua elaboração tendo em vista a relação estreita e pessoal que tais produtos mantêm com seu usuário. Sendo assim, o contato com a realidade do mercado, focalizando o projeto no usuário/consumidor, é fator fundamental no desenvolvimento do raciocínio projetual na moda.

Para concluir, Montemezzo (2003) explica que, a partir de informações do mercado e histórico de seus produtos anteriores, uma empresa de moda pode detectar as necessidades e desejos dos consumidores, percebendo oportunidades que podem ser transformadas em problemas de design, deflagrando ideias para possíveis produtos.

Figura 2 – Metodologia de produto de Moda/vestuário

Etapas	Ações
Planejamento	Percepção do mercado e descoberta de oportunidades
	Análises / expectativas e histórico comercial da empresa
	Idéias p/ produtos/ Identificação do problema de design
	Definição de estratégias de marketing, desenvolvimento, produção, distribuição e vendas
	Definição do cronograma
Especificação do projeto	Análise e definição do problema de design (diretrizes)
	Síntese do universo do consumidor (físico e psicológico)
	Pesquisa de conteúdo de moda (tendências)
	Delimitação do projeto (objetivos)
Delimitação Conceitual	Geração de conceitos e definição do Conceito Gerador
	Definição de princípios funcionais e de estilo
Geração de alternativas	Geração de alternativas de solução do problema (esboços/desenhos, estudos de modelos).
	Definições de configuração, materiais e tecnologias
Avaliação e Elaboração	Seleção da(s) melhor (es) alternativa(s)
	Detalhamento de configuração (desenho técnico)
	Desenvolvimento de ficha técnica, modelagem e protótipo
	Testes ergonômicos e de usabilidade
	Correções/adequações
Realização	Avaliações técnicas e comerciais apuradas
	Correções/adequações
	Graduação da modelagem
	Confecção de Ficha técnica definitiva e Peça piloto (aprovação técnica e comercial do(s) produto(s))
	Aquisição de matéria prima e aviamentos
	Orientação dos setores de produção e vendas
	Definição de embalagens e material de divulgação
	Produção
	Lançamento do(s) produto(s)

FONTE: MONTEMEZZO, 2003, p. 62

4.2 Tabela de parâmetro da coleção

A tabela de parâmetro da coleção (Figura 3) foi desenvolvida a partir do modelo sugerido por Treptow (2013). Segundo a autora, a coleção deve distribuir a quantidade de modelos que serão produzidas de cada artigo listado no mix de produtos (variedade de produtos oferecidos) entre as três categorias de mix de moda (vanguarda, fashion e básico). O cruzamento desses dados serve como parâmetro para o trabalho da equipe de criação (TREPTOW, 2013).

Pires (2008 apud Treptow, 2003, p.51) aponta para o fato de que as pessoas que se enquadram no perfil Tradicional valorizam a praticidade, o conforto e o preço justo.

Indiferentes à etiqueta e à moda, motivadas pela necessidade, não gostam de chamar a atenção. O tipo Fashion valoriza a moda, as etiquetas, a juventude; gosta do consumo em geral; é socialmente ativo; julga-se sensual e atraente; aceita novidades com facilidade. As pessoas do perfil Vanguarda adotam moda própria, valorizam estilos, novidades; não são fiéis a etiquetas; são pessoas criativas, sem medo de críticas.

Figura 3 – Parâmetros da coleção

MIX DE PRODUTO	BÁSICO	FASHION	VANGUARDA	TOTAL
TOP	2			2
TOP CROPPED	2	9	-----	11
TOP OMBRO SÓ	1	-----	-----	1
TOP TOMARA QUE CAIA		1	-----	1
CALCINHA LARGA	3		-----	3
CALCINHA LARGA COM DRAPEADOS LATERAIS	-----	1	-----	1
CALCINHA SHORTINHO	-----	2	-----	2
CALCINHA <i>HOT PANTS</i>	-----	5	-----	5
CALCINHA SAIA <i>HOT PANTS</i> COM DRAPEADOS LATERAIS	-----	1	-----	1
CALCINHA SAIA <i>HOT PANTS</i> TUBINHO	-----	1	-----	1
CALCINHA SAIA <i>HOT PANTS</i> GODÊ	-----	1	-----	1
CALCINHA SAIA <i>HOT PANTS</i> GODÊ ABERTO	-----	1	-----	1
MAIÃO	1	2	-----	3
MAIÃO TUBINHO	-----	-----	1	1
MAIÃO COM MANGAS MOCERGO	-----	-----	1	1
TOTAL	9	24	2	35
	25,7%	68,6%	5,7%	100,0%

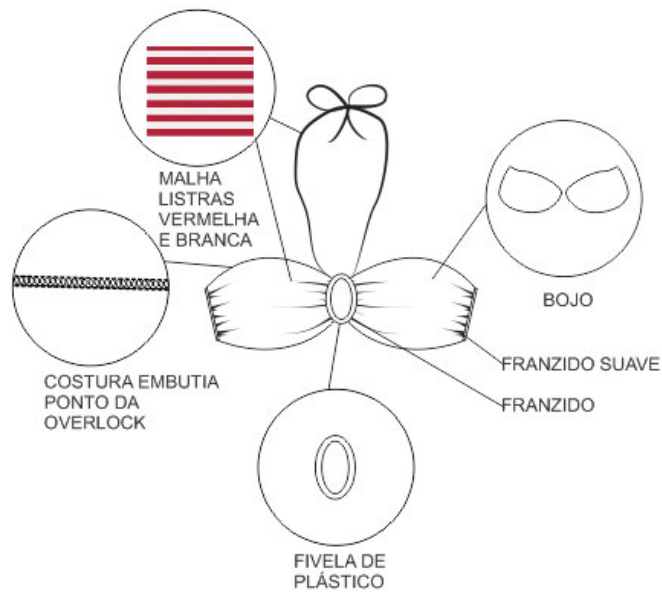
4.3 Fichas técnicas das peças prototipadas



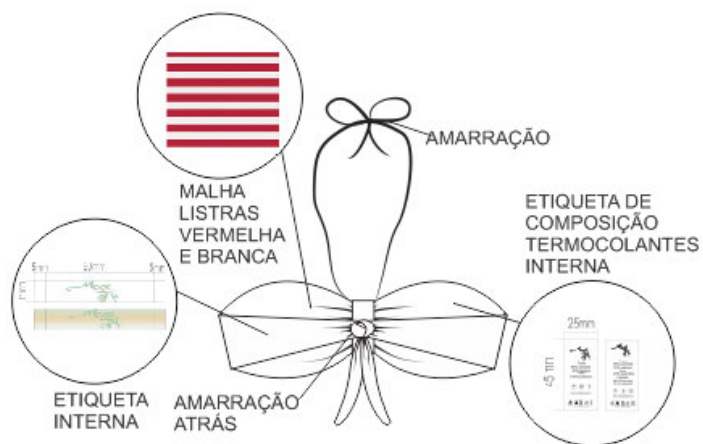
<p>Logomarca</p>	Empresa: Maré de Sal	
	Coleção: MaRetrô	
	Ref. Modelo: MS001	Data: 24/01/17
	Designer: Mari Martins	Modelista: Mari Martins

FICHA TÉCNICA (pág. 1 de 3)


Frente:



Costas:





Logomarca 	Empresa: Maré de Sal		
	Coleção: MaRetrô		
	Ref. Modelo: MS001	Data: 24/01/17	
	Designer: Mari Martins	Modelista: Mari Martins	

FICHA TÉCNICA (pág. 2 de 3)

Tabela de Materiais					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
MALHA LYCLA PRAIA ESTAMPADA	MALHARIA ITAPUÃ	84% POLIAMIDA/ 16% ELASTANO	LISTRAS BRANCAS E VERMELHAS	30	CM

Tabela de Aviamentos					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
FIO	SÃO JOSÉ AVIAMENTOS	100% POLIÉSTER	BRANCO	2	ROLO
LINHA	SÃO JOSÉ AVIAMENTOS	91% POLIÉSTER/ 9% ELASTANO	BRANCO	1	ROLO
BOJO	SÃO JOSÉ AVIAMENTOS	100% POLIÉSTER	BRANCO	2	PAR
FIVELA DE PLÁSTICO	SÃO JOSÉ AVIAMENTOS	PLÁSTICO	VERMELHO/ DOURADO	1	UNI

Tabela de Etiquetas			
Descrição	Material	Tamanho	Fixação
ETIQUETA-MARCA	ALGODAO	6 X 1,1 CM	LATERAL ESQUERDA (INTERNO/COSTA)
ETIQUETA-COMPOSIÇÃO	TERMOCOLANTE (SILICONE)	2,5 X 4,5 CM	LATERAL DIRETO(INTERNO/FRENTE)

Beneficiamentos	

Grade de tamanhos				
Tamanho	Cor 01	Cor 02	Cor 03	SKU
36	1			1
38	1			1
40	1			1
42	1			1
44	1			1
Total SKU				5



Logomarca 	Empresa: Maré de Sal	
	Coleção: MaRetrô	
	Ref. Modelo: MR001	Data: 27/01/17
	Designer: Mari Martins	Modelista: Mari Martins

FICHA TÉCNICA (pág. 3 de 3)

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
Costurar a alça	Overlock	2 minutos
Unir os dois lados do top, a frente e o forro que são em lycra	Overlock	5 minutos
Colocar a fivela no meio do top	Manual	10 segundos
Colocar os bojos dentro do top	Manual	10 segundos
Costurar as duas laterais da costa do top	Overlock	5 minutos
Unir as laterais das costas, a etiqueta da marca e a frente do top(acabamento embutido)	Overlock	10 minutos
Colocar a alça do top dentro da presilha	Manual	10 segundos
Aplicar a etiqueta de composição termocolante	Ferro de passar	10 minutos
Limpeza da peça	Tesoura de mão	5 minutos

Observações importantes:
A aplicação da etiqueta termocolante requer técnica para a sua aplicação, pois será aplicada em malha.

_____/_____/_____
Designer:

_____/_____/_____
Modelista:

_____/_____/_____



Logomarca



Empresa: Maré de Sal

Coleção: MaRetrô

Ref. Modelo: MS002

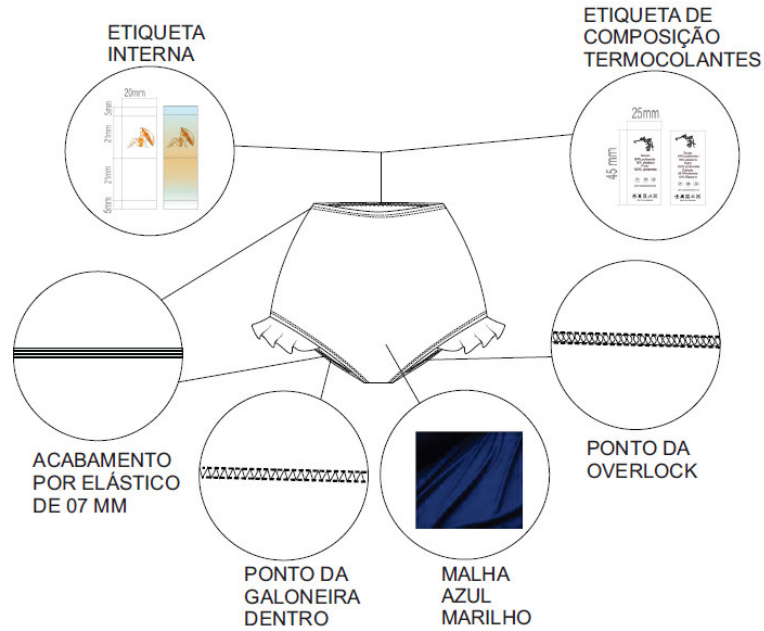
Designer: Mari Martins

Data: 24/01/17

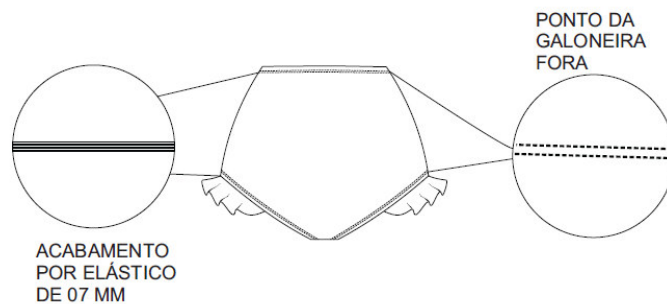
Modelista: Mari Martins

FICHA TÉCNICA (pág. 1 de 3)

Frente:



Costas:





Logomarca 	Empresa: Maré de Sal	
	Coleção: MaRetrô	
	Ref. Modelo: MS002	Data: 24/01/17
	Designer: Mari Martins	Modelista: Mari Martins

FICHA TÉCNICA (pág. 2 de 3)

Tabela de Materiais					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
MALHA LYCLA PRAIA LISA	MALHARIA ITAPUÃ	84% POLIAMIDA/ 16% ELASTANO	AZUL MARILNHO	50	CM
FORRO	MALHARIA ITAPUÃ	100% POLIAMIDA	BEGE	50	CM

Tabela de Aviamentos					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
FIO	SÃO JOSÉ AVIAMENTOS	100% POLIÉSTER	AZUL MARINHO	2	ROLO
LINHA	SÃO JOSÉ AVIAMENTOS	91% POLIÉSTER/ 9% ELASTANO	AZUL MARINHO	1	ROLO
ELÁSTICO DE 07 MM	SÃO JOSÉ AVIAMENTOS	69% POLIÉSTER/ 31% ELASTODIENO	BRANCO	10	M

Tabela de Etiquetas			
Descrição	Material	Tamanho	Fixação
ETIQUETA-MARCA	ALGODAO	2 X 2,1 CM	MEIO/COSTAS(INTERNO)
ETIQUETA-COMPOSIÇÃO	TERMOCOLANTE (SILICONE)	2,5 X 4,5 CM	MEIO/COSTAS(INTERNO)

Beneficiamentos	

Grade de tamanhos				
Tamanho	Cor 01	Cor 02	Cor 03	SKU
36	1			1
38	1			1
40	1			1
42	1			1
44	1			1
Total SKU				5



Logomarca 	Empresa: Maré de Sal	
	Coleção: MaRetrô	
	Ref. Modelo: MR002	Data: 27/01/17
	Designer: Mari Martins	Modelista: Mari Martins

FICHA TÉCNICA (pág. 3 de 3)

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
Unir os dois lados frente e costa da calcinha <i>hot pant</i> , o forro e a lycra praia na parte inferior (fundo)	Overlock	2 minutos
Unir os dois lados frente e costa da calcinha <i>hot pant</i> , o forro e a lycra praia (duas laterais)	Overlock	5 minutos
Aplicar o babado godê e o elástico na calcinha <i>hot pant</i> (duas laterais das pernas)	Overlock	10 minutos
Costurar o elástico e a etiqueta da marca na parte superior da calcinha da <i>hot pant</i> (cós)	Overlock	5 minutos
Costurar fazendo o acabamento com dupla costura na parte superior da calcinha <i>hot pant</i>	Galoneira	5 minutos
Costurar fazendo o acabamento da parte lateral da perna da calcinha <i>hot pant</i> com a dupla costura	Galoneira	10 minutos
Aplicar a etiqueta de composição termocolante	Ferro de passar	10 minutos
Limpeza da peça	Tesoura de mão	5 minutos


Observações importantes:
A aplicação da etiqueta termocolante requer técnica para a sua aplicação, pois será aplicada em malha.

Designer: _____ / / _____

Modelista: _____ / / _____

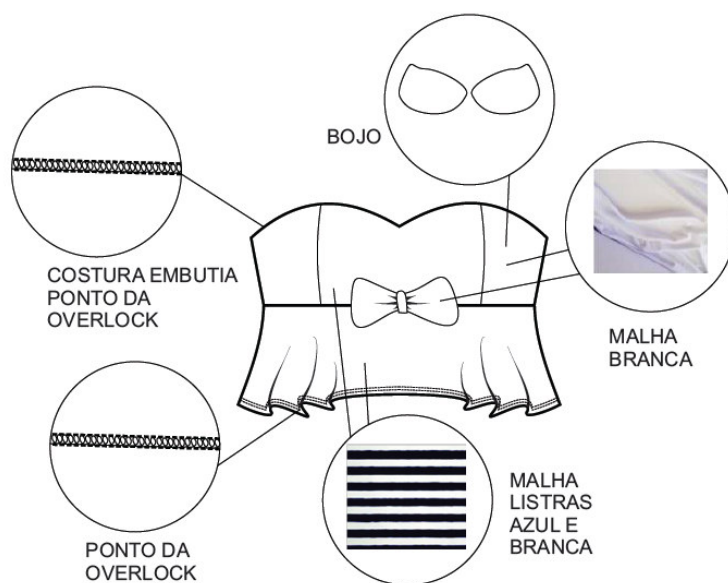
_____ / / _____



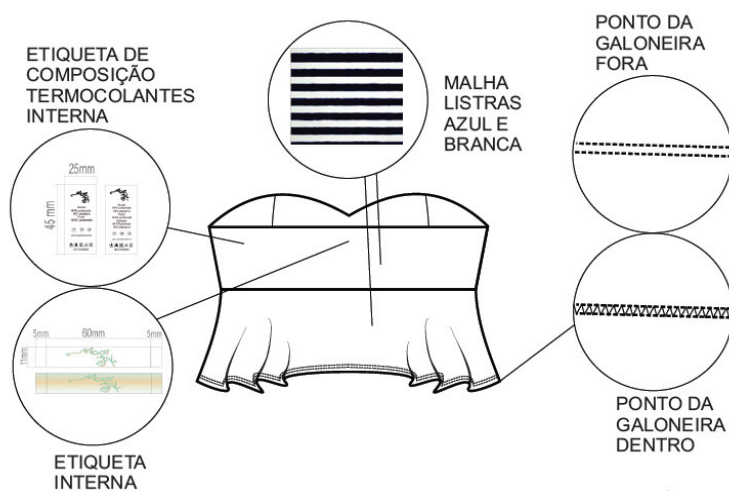
Logomarca 	Empresa: Maré de Sal	
	Coleção: MaRetrô	
	Ref. Modelo: MS003	Data: 24/01/17
	Designer: Mari Martins	Modelista: Mari Martins

FICHA TÉCNICA (pág. 1 de 3)


Frente:



Costas:





Logomarca 	Empresa: Maré de Sal		
	Coleção: MaRetrô		
	Ref. Modelo: MS003	Data: 24/01/17	
	Designer: Mari Martins	Modelista: Mari Martins	

FICHA TÉCNICA (pág. 2 de 3)

Tabela de Materiais					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
MALHA LYCLA PRAIA ESTAMPADA	MALHARIA ITAPUÃ	84% POLIAMIDA/ 16% ELASTANO	LISTRAS BRANCA E AZUL MARINHO	50	CM
MALHA LYCLA PRAIA LISA	MALHARIA ITAPUÃ	84% POLIAMIDA/ 16% ELASTANO	BRANCA	50	CM


Tabela de Aviamentos					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
FIO	SÃO JOSÉ AVIAMENTOS	100% POLIÉSTER	BRANCO	2	ROLO
LINHA	SÃO JOSÉ AVIAMENTOS	91% POLIÉSTER/ 9% ELASTANO	BRANCO	1	ROLO
BOJO	SÃO JOSÉ AVIAMENTOS	100% POLIÉSTER	BRANCO	2	PAR

Tabela de Etiquetas			
Descrição	Material	Tamanho	Fixação
ETIQUETA-MARCA	ALGODAO	6 X 1,1 CM	MEIO/INTERNO/COSTA
ETIQUETA-COMPOSIÇÃO	TERMOCOLANTE (SILICONE)	2,5X 4,5 CM	LATERAL /ESQUERDA INTERNO/COSTA

Beneficiamentos	

Grade de tamanhos				
Tamanho	Cor 01	Cor 02	Cor 03	SKU
36	1			1
38	1			1
40	1			1
42	1			1
44	1			1
Total SKU				5



Logomarca 	Empresa: Maré de Sal	
	Coleção: MaRetrô	
	Ref. Modelo: MR003	Data: 27/01/17
	Designer: Mari Martins	Modelista: Mari Martins

FICHA TÉCNICA (pág. 3 de 3)

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
Unir os três recortes da frente e de dentro do top (no todo são seis)	Overlock	10 segundos
Unir as duas partes de fora e de dentro da parte superior de trás do top	Overlock	5 minutos
Unir a parte da frente com a parte de trás e o bojo (acabamento interno)	Overlock	10 segundos
Unir a lateral da parte inferior do top (babado meio godê)	Overlock	10 segundos
Costurar a parte do top superior com o babado meio godê inferior	Overlock	5 minutos
Fazer a barra da parte inferior do top com costura dupla de acabamento	Galoneira	10 minutos
Costurar o laço e seu meio	Overlock	5 segundos
Costurar o laço no top	Manual	5 segundos
Aplicar a etiqueta de composição termocolante	Ferro de passar	5 minutos
Limpeza da peça	Tesoura de mão	10 minutos

Observações importantes:


A aplicação da etiqueta termocolante requer técnica para a sua aplicação, pois será aplicada em malha.

_____/_____/_____
Designer:

_____/_____/_____
Modelista:

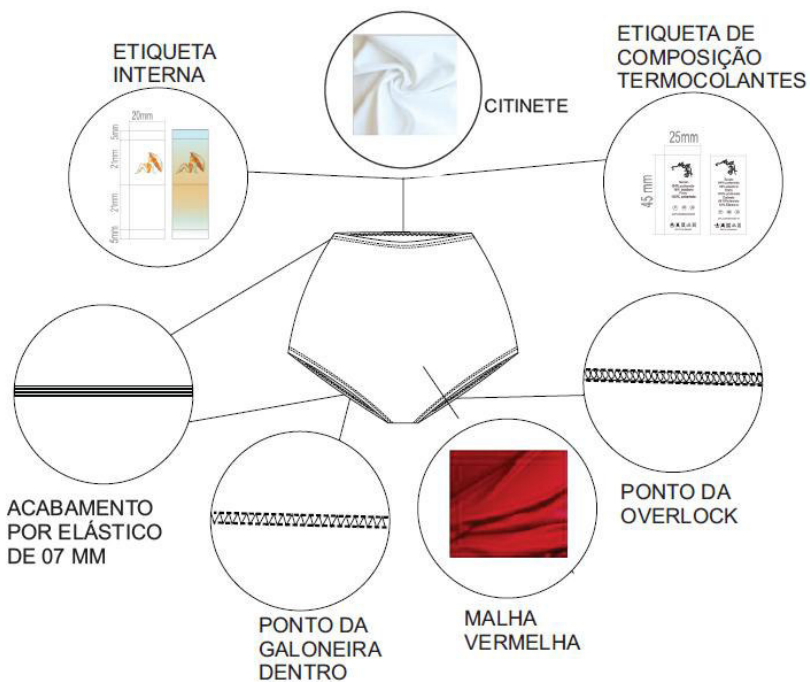
_____/_____/_____



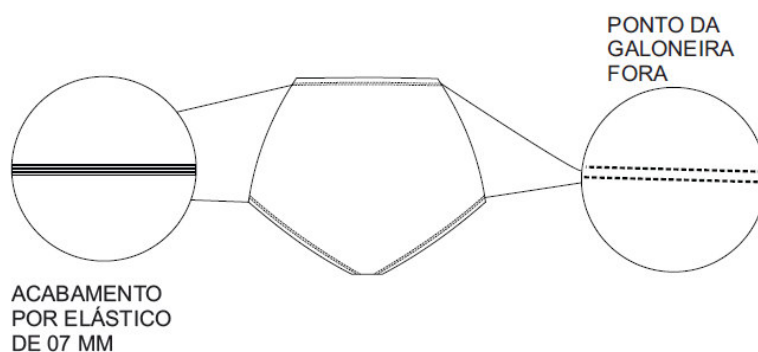
Logomarca 	Empresa: Maré de Sal	
	Coleção: MaRetrô	
	Ref. Modelo: MS004	Data: 24/01/17
	Designer: Mari Martins	Modelista: Mari Martins

FICHA TÉCNICA (pág. 1 de 3)


Frente:



Costas:





Logomarca 	Empresa: Maré de Sal	
	Coleção: MaRetrô	
	Ref. Modelo: MS004	Data: 24/01/17
	Designer: Mari Martins	Modelista: Mari Martins

FICHA TÉCNICA (pág. 2 de 3)

Tabela de Materiais					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
MALHA LYCLA PRAIA LISA	MALHARIA ITAPUÃ	84% POLIAMIDA/ 16% ELASTANO	VERMELHA	50	CM
FORRO	MALHARIA ITAPUÃ	100% POLIAMIDA	BEGE	50	CM
CETINETE	CASAS FATIMA	93% POLIAMIDA/ 7% ELASTANO	BRANCO	50	CM


Tabela de Aviamentos					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
FIO	SÃO JOSÉ AVIAMENTOS	100% POLIÉSTER	VERMELHO	2	ROLO
LINHA	SÃO JOSÉ AVIAMENTOS	91% POLIÉSTER/ 9% ELASTANO	VERMELHO	1	ROLO
ELÁSTICO DE 07 MM	SÃO JOSÉ AVIAMENTOS	69% POLIÉSTER/ 31% ELASTODIENO	VERMELHO	10	M

Tabela de Etiquetas			
Descrição	Material	Tamanho	Fixação
ETIQUETA-MARCA	ALGODAO	2 X 2,1 CM	MEIO/COSTAS(INTERNO)
ETIQUETA-COMPOSIÇÃO	TERMOCOLANTE (SILICONE)	2,5 X 4,5 CM	MEIO/COSTAS(INTERNO)

Beneficiamentos	

Grade de tamanhos				
Tamanho	Cor 01	Cor 02	Cor 03	SKU
36	1			1
38	1			1
40	1			1
42	1			1
44	1			1
Total SKU				5



Logomarca 	Empresa: Maré de Sal	
	Coleção: MaRetrô	
	Ref. Modelo: MR004	Data: 27/01/17
	Designer: Mari Martins	Modelista: Mari Martins

FICHA TÉCNICA (pág. 3 de 3)

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
Unir os dois lados frente e costa da calcinha <i>hot pant</i> , o forro, cetinetee a lycra praia (fundo)	Overlock	2 minutos
Unir os dois lados frente e costa da calcinha <i>hot pant</i> , o forro, cetinete e a lycra praia (duas laterais)	Overlock	10 minutos
Aplicar o elástico na calcinha <i>hot pant</i> (duas laterais das pernas)	Overlock	10 minutos
Costurar o elástico e a etiqueta da marca na parte superior da calcinha da <i>hot pant</i> (cós)	Overlock	5 minutos
Costurar fazendo o acabamento com dupla costura na parte superior da calcinha <i>hot pant</i>	Galoneira	5 minutos
Costurar fazendo o acabamento da parte lateral da perna da calcinha <i>hot pant</i> com a dupla costura	Galoneira	10 minutos
Aplicar a etiqueta de composição termocolante	Ferro de passar	10 minutos
Limpeza da peça	Tesoura de mão	5 minutos

Observações importantes:
A aplicação da etiqueta termocolante requer técnica para a sua aplicação, pois será aplicada em malha.

Designer: _____ / / _____

Modelista: _____ / / _____

_____ / / _____



Logomarca



Empresa: Maré de Sal

Coleção: MaRetrô

Ref. Modelo: MS005

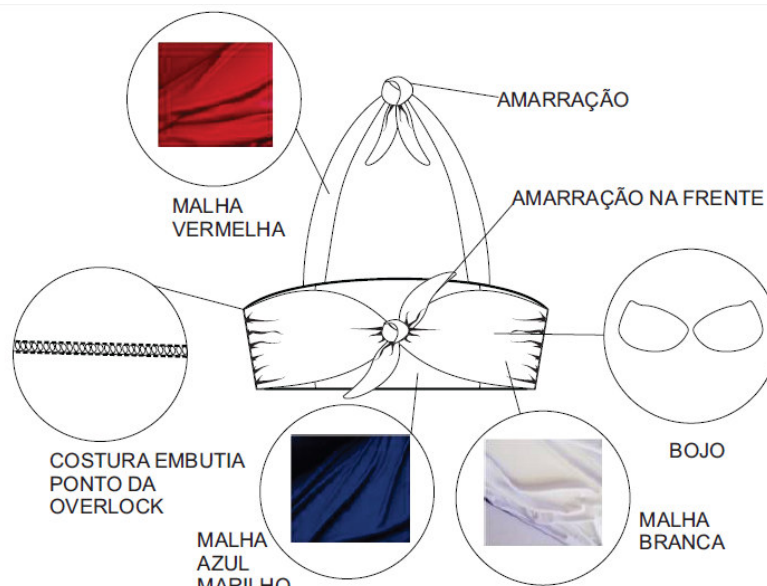
Designer: Mari Martins

Data: 24/01/17

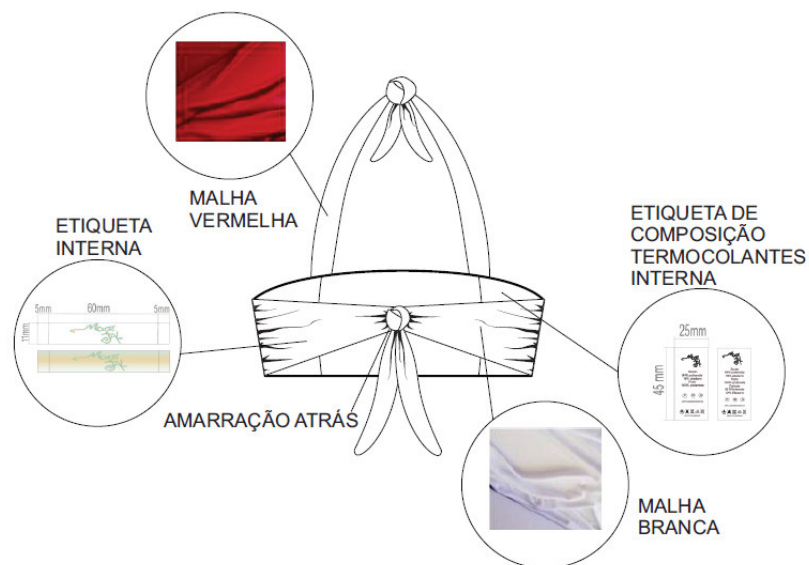
Modelista: Mari Martins

FICHA TÉCNICA (pág. 1 de 3)


Frente:



Costas:





Logomarca 	Empresa: Maré de Sal	
	Coleção: MaRetrô	
	Ref. Modelo: MS005	Data: 24/01/17
	Designer: Mari Martins	Modelista: Mari Martins

FICHA TÉCNICA (pág. 2 de 3)

Tabela de Materiais					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
MALHA LYCLA PRAIA LISA	MALHARIA ITAPUÃ	84% POLIAMIDA/ 16% ELASTANO	VERMELHO	50	CM
MALHA LYCLA PRAIA LISA	MALHARIA ITAPUÃ	84% POLIAMIDA/ 16% ELASTANO	BRANCO	50	CM
MALHA LYCLA PRAIA LISA	MALHARIA ITAPUÃ	84% POLIAMIDA/ 16% ELASTANO	AZUL MARINHO	50	CM


Tabela de Aviamentos					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
FIO	SÃO JOSÉ AVIAMENTOS	100% POLIÉSTER	BRANCO/AZUL/ VERMELHO	2	ROLO
LINHA	SÃO JOSÉ AVIAMENTOS	91% POLIÉSTER/ 9% ELASTANO	BRANCO/AZUL/ VERMELHO	1	ROLO
BOJO	SÃO JOSÉ AVIAMENTOS	100% POLIÉSTER	BRANCO	2	PAR

Tabela de Etiquetas			
Descrição	Material	Tamanho	Fixação
ETIQUETA-MARCA	ALGODAO	6 X 1,1 CM	LATERAL/ ESQUERDO/INTERNO
ETIQUETA-COMPOSIÇÃO	TERMOCOLANTE (SILICONE)	2,5 X 4,5 CM	LATERAL/ DIREITA INTERNO/FRENTE

Beneficiamentos	

Grade de tamanhos				
Tamanho	Cor 01	Cor 02	Cor 03	SKU
36	1			1
38	1			1
40	1			1
42	1			1
44	1			1
Total SKU				5



Logomarca 	Empresa: Maré de Sal	
	Coleção: MaRetrô	
	Ref. Modelo: MR005	Data: 27/01/17
	Designer: Mari Martins	Modelista: Mari Martins

FICHA TÉCNICA (pág. 3 de 3)

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
Unir os três recortes da frente e de dentro do top (seis partes)	Overlock	10 segundos
Costura as duas alças	Overlock	5 minutos
Costura superior e inferior das duas partes do top, a de fora e de dentro do top, junto com as duas alças	Overlock	10 minutos
Costurar os dois recortes que fazem um detalhe na frente do top (quatro partes)	Overlock	10 minutos
Unir a parte da frente do top, o nó detalher do top, etiqueta da marca e o bojo (acabamento interno)	Overlock	5 minutos
Costurar as duas partes da costa do top, unindo a parte da frente com a de trás (acabamento interno)	Overlock	10 minutos
Aplicar a etiqueta de composição termocolante	Ferro de passar	10 minutos
Limpeza da peça	Tesoura de mão	5 minutos

Observações importantes:
A aplicação da etiqueta termocolante requer técnica para a sua aplicação, pois será aplicada em malha.

_____/_____/_____
Designer:

_____/_____/_____
Modelista:

_____/_____/_____



Logomarca



Empresa: Maré de Sal

Coleção: MaRetrô

Ref. Modelo: MS006

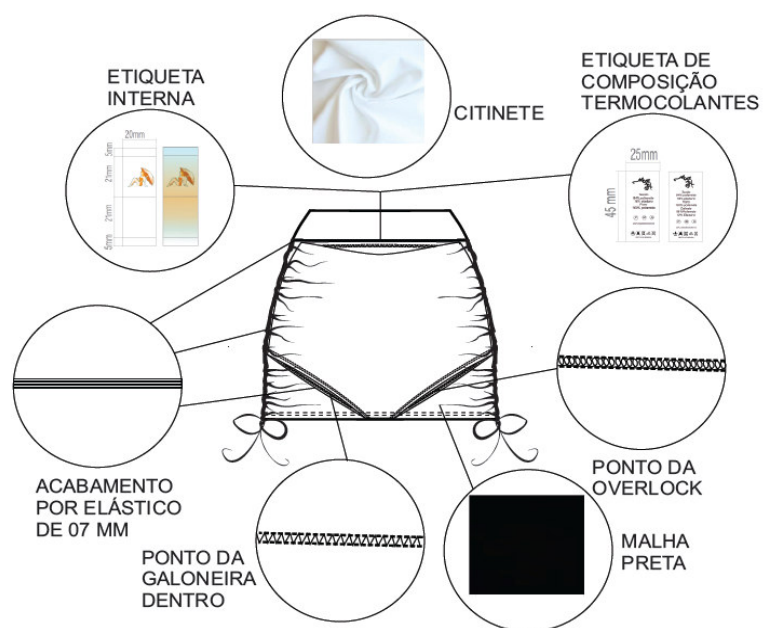
Designer: Mari Martins

Data: 24/01/17

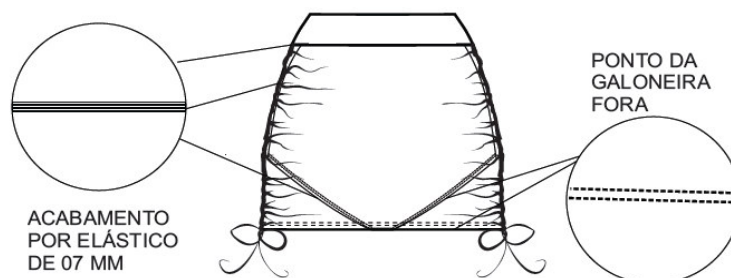
Modelista: Mari Martins

FICHA TÉCNICA (pág. 1 de 3)


Frente:



Costas:





Logomarca 	Empresa: Maré de Sal	
	Coleção: MaRetrô	
	Ref. Modelo: MS006	Data: 24/01/17
	Designer: Mari Martins	Modelista: Mari Martins

FICHA TÉCNICA (pág. 2 de 3)

Tabela de Materiais					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
MALHA LYCLA PRAIA LISA	MALHARIA ITAPUÃ	84% POLIAMIDA/ 16% ELASTANO	PRETO	1	M
FORRO	MALHARIA ITAPUÃ	100% POLIAMIDA	BEGE	50	CM
CETINETE	CASAS FATIMA	93% POLIAMIDA/ 7% ELASTANO	BRANCO	50	CM


Tabela de Aviamentos					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
FIO	SÃO JOSÉ AVIAMENTOS	100% POLIÉSTER	PRETO	2	ROLO
LINHA	SÃO JOSÉ AVIAMENTOS	91%POLIÉSTER/ 9%ELASTANO	PRETO	1	ROLO
ELÁSTICO DE 07 MM	SÃO JOSÉ AVIAMENTOS	69% POLIÉSTER/ 31% ELASTODIENO	BRANCO	10	M

Tabela de Etiquetas			
Descrição	Material	Tamanho	Fixação
ETIQUETA-MARCA	ALGODAO	2 X 2,1 CM	MEIO/COSTAS(INTERNO)
ETIQUETA-COMPOSIÇÃO	TERMOCOLANTE (SILICONE)	2,5 X 4,5 CM	MEIO/COSTAS(INTERNO)

Beneficiamentos	

Grade de tamanhos				
Tamanho	Cor 01	Cor 02	Cor 03	SKU
36	1			1
38	1			1
40	1			1
42	1			1
44	1			1
Total SKU				5



Logomarca 	Empresa: Maré de Sal	
	Coleção: MaRetrô	
	Ref. Modelo: MR006	Data: 27/01/17
	Designer: Mari Martins	Modelista: Mari Martins

FICHA TÉCNICA (pág. 3 de 3)

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
Unir os dois lados frente e costa da calcinha <i>hot pant</i> , o forro, cetinete e a lycra praia (fundo)	Overlock	2 minutos
Unir os dois lados frente e costa da calcinha <i>hot pant</i> , o forro, cetinete e a lycra praia (duas laterais)	Overlock	5 minutos
Aplicar o elástico na calcinha <i>hot pant</i> (duas laterais das pernas)	Overlock	10 minutos
Unir a lateral dos dois lados da saia frente e costa	Overlock	5 minutos
Aplicar o elástico nas duas laterais da saia	Overlock	10 minutos
Costurar a barra da saia	Galoneira	5 minutos
Costurar as duas lateral do cós	Overlock	5 minutos
Unir o cós, a calcinha <i>hot pant</i> , etiqueta da marca e a saia	Overlock	10 minutos
Costurar os dois laços	Overlock	10 minutos
Unir o laço na barra da saia	Reta	10 minutos
Aplicar a etiqueta de composição termocolante	Ferro de passar	10 minutos
Limpeza da peça	Tesoura de mão	5 minutos

Observações importantes:

A aplicação da etiqueta termocolante requer técnica para a sua aplicação, pois será aplicada em malha.

_____/_____/_____
Designer:

_____/_____/_____
Modelista:

_____/_____/_____

4.4 Planilhas de custos das peças prototipadas

O custo de uma peça engloba as despesas associadas ao produto—matéria prima, mão de obra e embalagem – que é chamado de custo direto, mais os custos indiretos que existem com a fábrica produzindo ou não – serviços terceirizados. Com as fichas técnicas contendo informações precisas, podemos calcular o custo direto de uma peça.

O preço difere dos outros elementos do composto de marketing por gerar receita; os demais geram custos. Por consequência, as empresas tentam arduamente elevar seus preços até onde o nível de diferenciação permitir. Ao mesmo tempo, reconhecem que precisam levar em consideração o impacto do preço sobre o volume. A empresa procura o nível de receita (preço vezes volume) que, ao subtrair os custos, resulte em lucros mais elevados (KOTLER, 1999).

O autor ainda ressalta que, de forma alternativa, algumas empresas praticam a definição de preço baseada em valor (ou baseada no consumidor). Dessa forma, é estimado o valor máximo que o cliente pagaria pelo produto ou serviço, contudo, cobra-se um pouco menos, para deixar o cliente com uma ‘vantagem de consumidor’.

A Maré de Sal desenvolve os preços correspondendo ao valor agregado da marca e dos seus produtos. Os custos dos produtos variam de acordo com a forma de construção da peça, da matéria-prima utilizada e do tempo que o item demanda para ser produzido. Produtos com cetinete(matéria prima usada em modeladores) apresentam o custo final mais elevado, refletindo-se no preço de venda, pois essa matéria-prima é o grande diferencial da marca.

Para Cobra (2007, p. 168), “o preço está associado ao conceito de valor percebido – a relação da soma dos custos sob a óptica do cliente. Preço é tudo o que o consumidor percebe ter dado em sacrifício para obter o produto”.

Ainda de acordo com o autor, as estratégias de preço também estão associadas à busca do valor da criação na moda e são utilizadas para valorizar o produto: “a qualidade percebida pelo consumidor e a confiança na marca são dois fatores que podem agir como redutores de tensão quando o preço de uma nova coleção é mais elevado do que os preços de produtos já presentes no mercado” (COBRA, 2007, p. 168).

As Figuras de 4 a 9 demonstram os valores referentes aos custos de cada peça, detalhadamente.

Figura 4 – Custos do produto REF. MODELO MS001

		REF. MODELO MS001			
		Material/ mão-de-obra	Quantidade	Unidade	Custo unitário
	MÃO-DE-OBRA COSTURA	1	UNIDADE	25,00	5,60
	FIO	2	UNIDADE	3,59	3,59
	LINHA	1	UNIDADE	3,14	3,14
	FIVELA DE PLÁSTICO	1	UNIDADE	1,50	1,50
	MALHA LYCRA ESTAMPADA	25 CM	QUILO (KG)	124,90	10,40
	BOJO	2	PAR	3,69	3,69
	CUSTOS FIXOS*	1	UNIDADE	20,00	20,00
	Data: 24/01/2017				Custo final: 47,92
				Preço venda**: 119,80	

Figura 5 – Custos do produto REF. MODELO MS002

		REF. MODELO MS002			
		Material/ mão-de-obra	Quantidade	Unidade	Custo unitário
	MÃO-DE-OBRA COSTURA	1	UNIDADE	25,00	4,70
	LINHA	1	UNIDADE	3,14	3,14
	FIO	2	UNIDADE	3,59	3,59
	ELÁSTICO	1	PEÇA	4,80	4,80
	FORRO	MEIO METRO	QUILO (KG)	64,61	8,61
	MALHA LYCRA LISA	MEIO METRO	QUILO (KG)	99,89	15,13
	CUSTOS FIXOS*	1	UNIDADE	20,00	20,00
	Data: 24/01/2017				Custo final: 59,97
				Preço venda**: 150,00	

*Custos fixos se referem a valores como telefone, aluguel, gasolina, energia, impostos e outros.

** Considere-se o *markup* com valor de 2,5 e o pró-labore de 1.000,00 por semana.

Figura 6 – Custos do produto REF. MODELO MS003

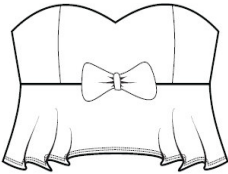
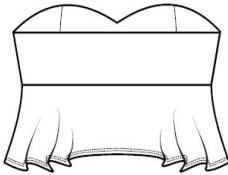

		REF. MODELO MS003				
		Material/ mão-de-obra	Quantidade	Unidade	Custo unitário	Custo total
 	MÃO-DE-OBRA COSTURA	1	UNIDADE	25,00	6,20	
	LINHA	1	UNIDADE	3,14	3,14	
	FIO	2	UNIDADE	3,59	3,59	
	BOJO	2	PAR	3,69	3,69	
	MALHA LYCRA ESTAMPADA	MEIO METRO	QUILO (KG)	124,90	20,82	
	MALHA LYCRA LISA	MEIO METRO	QUILO (KG)	99,89	15,13	
	CUSTOS FIXOS*	1	UNIDADE	20,00	20,00	
	Data: 24/01/2017				Custo final: 72,57	
					Preço venda: 182,00	

Figura 7 – Custos do produto REF. MODELO MS004

		REF. MODELO MS004				
		Material/ mão-de-obra	Quantidade	Unidade	Custo unitário	Custo total
 	MÃO-DE-OBRA COSTURA	1	UNIDADE	25,00	4,70	
	LINHA	1	UNIDADE	3,14	3,14	
	FIO	2	UNIDADE	3,59	3,59	
	ELÁSTICO	1	PEÇA	4,80	4,80	
	FORRO	MEIO METRO	QUILO (KG)	64,61	8,61	
	MALHA LYCRA LISA	MEIO METRO	QUILO (KG)	99,89	15,13	
	CETINETE	MEIO METRO	QUILO (KG)	95,89	26,04	
	CUSTOS FIXOS*	1	UNIDADE	20,00	20,00	
	Data: 24/01/2017				Custo final: 86,01	
				Preço venda: 215,00		

*Custos fixos se referem a valores como telefone, aluguel, gasolina, energia, impostos e outros.

** Considere-se o *markup* com valor de 2,5 e o pró-labore de 1.000,00 por semana.

Figura 8 – Custos do produto REF. MODELO MS005

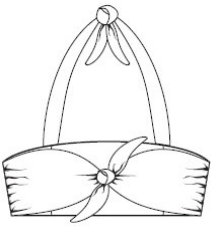
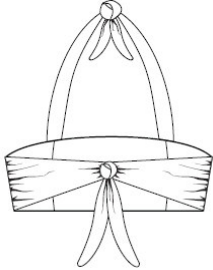
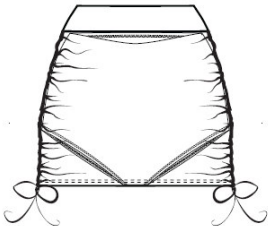
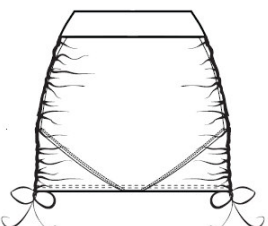
		REF. MODELO MS005			
		Material/ mão-de-obra	Quantidade	Unidade	Custo unitário
 	MÃO-DE-OBRA COSTURA	1	UNIDADE	25,00	5,40
	LINHA	1	UNIDADE	3,14	3,14
	FIO	2	UNIDADE	3,59	3,59
	BOJO	2	PAR	3,69	3,69
	MALHA LYCRA LISA	MEIO METRO	QUILO (KG)	99,89	15,13
	MALHA LYCRA LISA	MEIO METRO	QUILO (KG)	99,89	15,13
	MALHA LYCRA LISA	MEIO METRO	QUILO (KG)	99,89	15,13
	CUSTOS FIXOS*	1	UNIDADE	20,00	20,00
	Data: 24/01/2017				Custo final: 81,21
Preço venda**: 203,00					

Figura 9 – Custos do produto REF. MODELO MS006

		REF. MODELO MS006			
		Material/ mão-de-obra	Quantidade	Unidade	Custo unitário
 	MÃO-DE-BRA COSTURA	1	UNIDADE	25,00	7,20
	LINHA	1	UNIDADE	3,14	3,14
	FIO	2	UNIDADE	3,59	3,59
	ELÁSTICO	2	PAR	4,80	4,80
	FORRO	MEIO METRO	QUILO (KG)	64,61	8,61
	MALHA LYCRA LISA	1 METRO	QUILO (KG)	99,89	30,27
	CETINETE	MEIO METRO	QUILO (KG)	95,89	26,04
	CUSTOS FIXOS*	1	UNIDADE	20,00	20,00
	Data: 24/01/2017				Custo final: 103,65
Preço venda**: 260,00					

*Custos fixos se referem a valores como telefone, aluguel, gasolina, energia, impostos e outros.

5 AVALIAÇÃO DE COMPETITIVIDADE, DIFERENCIAÇÃO e SUSTENTABILIDADE

A competitividade na Maré de Sal decorre inicialmente nas vantagens ao nível de custos e da qualidade dos materiais usados. A marca conta com a garantia de um ano no caso aconteça desgaste da malha ou do elástico. Diferenciação conta como contato direto com os clientes, e o curto prazo de entrega dos produtos e a estratégia de materiais como o cetinete em suas peças. Os biquínis com cetinete, material que busca comprimir o abdome, modelam a silhueta feminina. Esse material junto à modelagem adequada fará com que nossa cliente perca centímetros de circunferência abdominal.

A marca busca com responsabilidade social e ecológica, manter os seus clientes mais conscientes quando o assunto for “praia limpa”, demonstrando na criação de sacolas plásticas biodegradáveis, uma para materiais recicláveis secos e outra de materiais não recicláveis. Essas sacolas irão junto dos biquínis, e quando nossas clientes frequentarem a praia poderão usá-las.

6 CRIATIVIDADE DA COLEÇÃO

A MaRetrô, coleção da marca Maré de Sal, tem peças que combinam entre si e seguem a linha de tendência *navy*. Os biquínis são confeccionados nas cores mostradas nas tendências e sua modelagem vintage inspirada nas pin-ups, junto desses detalhes que nos remetem à referência de marinheiros encantando ainda mais a coleção, com tops e calcinhas em listras, calcinha saia godê com tops, maiôs vestidos com modelagens diferenciais fazendo o corpo e a cabeça das mulheres

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Projeto executivo se configura como uma ferramenta de exposição de todo o processo criativo, comercial e estratégico de uma marca ou produto.

No caso da Maré de Sal, marca autoral que trabalha com biquínis com modelagem e materiais inseridos em seu produto como o cetinete que são o seu diferencial, esse projeto demonstra todas as etapas da implantação da marca, pesquisas, criação e desenvolvimento dos produtos. A coleção MaRetrô, traz peças vintage atemporais no estilo navy, formado por peças com listras, estampa geométrica e de cor azul marinho, vermelho e branco, dando origem à também conhecida por “moda marinheiro”.

O projeto que surgiu no território acadêmico como proposta do Projeto de Moda do Trabalho de Conclusão de Curso é de pretensão da autora ter continuidade. As bases utilizadas aqui servirão como ferramenta para acompanhar e auxiliar a marca no seu prosseguimento e estabilização no mercado, possibilitando a sua consolidação.

REFERÊNCIAS

COBRA, Marcos. **Marketing e moda**. 2ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo; Cobra Editora & Marketing, 2007.

COBRA, Marcos. **Marketing básico: uma perspectiva brasileira/Marcos Cobra**. 4ed. São Paulo: Editora Atlas S.A, 1997.

KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados**. São Paulo: Editora Atlas S.A, 1999.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. São Paulo: Futura, 1993.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

MONTEMEZZO, Maria Celeste de Fátima Sanches. **Diretrizes metodológicas para o projeto de produtos de moda no âmbito acadêmico**. Bauru-SP, UNESP: 2003. Disponível em: <http://www4.faac.unesp.br/posgraduacao/design/dissertacoes/pdf/Maria_Celeste_Montememzzo.pdf>. Acesso em 30 de Nov. 2016.

PIRES, Dorotéia Baduy. **Design de moda: olhares diversos**. São Paulo: Estação Das Letras e cores, 2008. p.132-133. ISBN 9788560166060

PHILLIPS, Peter L. **Briefing: a gestão do projeto de design**. São Paulo: E. Blucher, 2008.

TREPTOW, Dóris. **Inventando moda: planejamento de coleções**. 5 ed. São Paulo: Edição da autora, 2013.

APÊNDICE 1- Questionário



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

Para complementar a pesquisa para a realização do trabalho de conclusão de curso, esse questionário visa obter respostas que norteiem o desenvolvimento de uma marca de moda praia feminina para valorizar corpos de mulheres que não estão 'tão naqueles padrões' que a mídia prega. Sua participação é muito importante. Obrigada.

1. Na praia/piscina você costuma ficar
A – Só de biquíni/maiô
B – com saída de banho ou outra roupa

2. Se marcou a opção 'C' explique o motivo

3. Costuma tomar banho de mar ou piscina, quando está em passeios de lazer?
A – Sim
B – Não

4. Usa modeladores diariamente?
A – Sim
B – Não

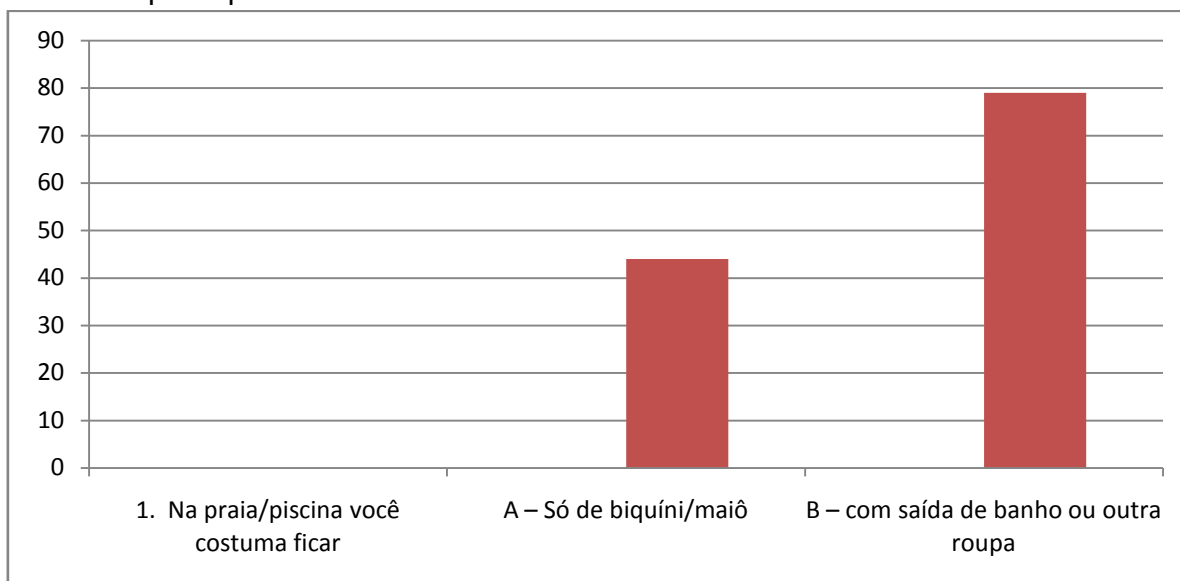
5. Que fatores você prioriza em uma roupa de banho? (pode responder mais de uma opção)
A – Beleza
B – Conforto
C – Material
D - Inovação

6. Quanto está disposta a pagar por um biquíni que valorize o seu corpo?
A – Até R\$ 150,00
B – Entre R\$ 151,00 e R\$ 200,00
C –Entre R\$ 201,00 e R\$ 250,00
D – Acima de R\$ 250,00

7. Tem prática de bronzamento quando está em praias ou piscinas?
A – Sim
B – Não
8. Tem hábitos fazer ou seguir dietas?
A – Sim
B – Não
9. Pratica exercícios físicos?
A – Sim
B – Não
10. O que mais costuma fazer nas horas vagas?(pode responder mais de uma opção)
A – Ler
B – Ir a cafés/bares
C – Ir ao cinema
11. Gosta de viajar e conhecer locais novos?
A – Sim
B – Não
12. Tem perfil em redes sociais?
A – Sim
B – Não
13. Que redes sociais costuma usar? (pode responder mais de uma opção)
A – Facebook
B – Snapchat
C – WhatsApp
14. Costuma acessar site com conteúdo de moda ou comprar revistas de moda?
A – Sim
B – Não

APÊNDICE 2- Resultado dos questionários aplicados

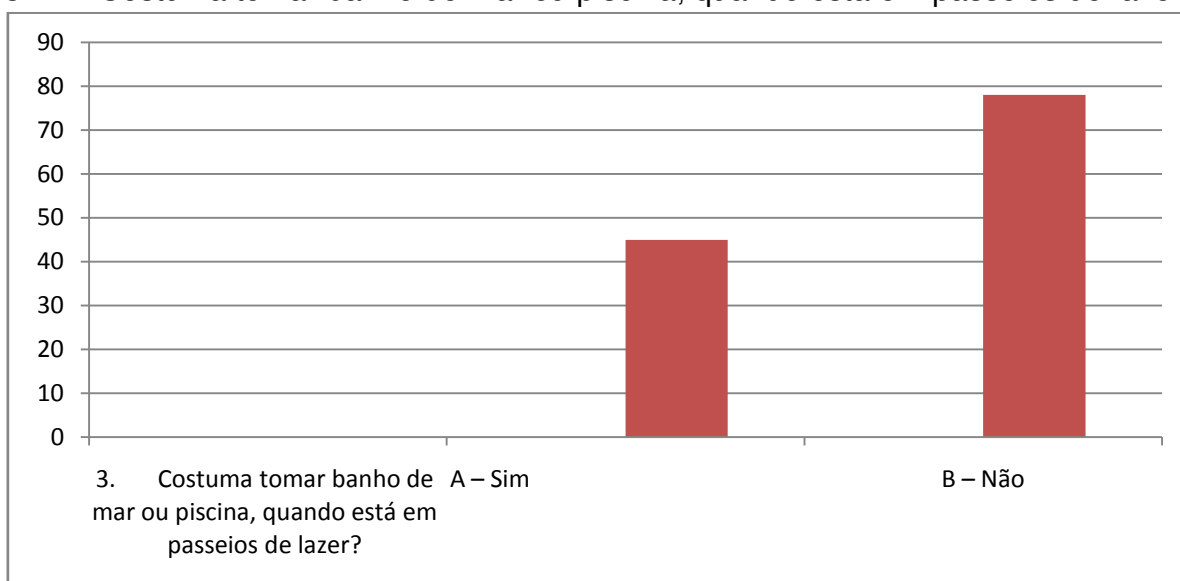
1. Na praia/piscina você costuma ficar



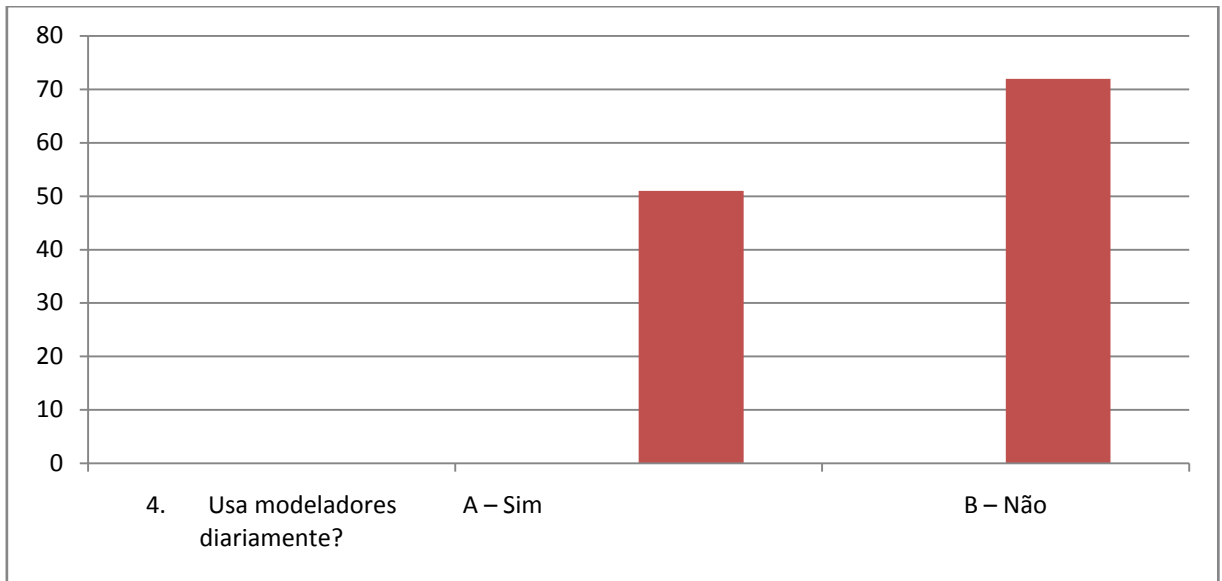
2. Se marcou a opção 'C' explique o motivo

_Variação nas respostas_____

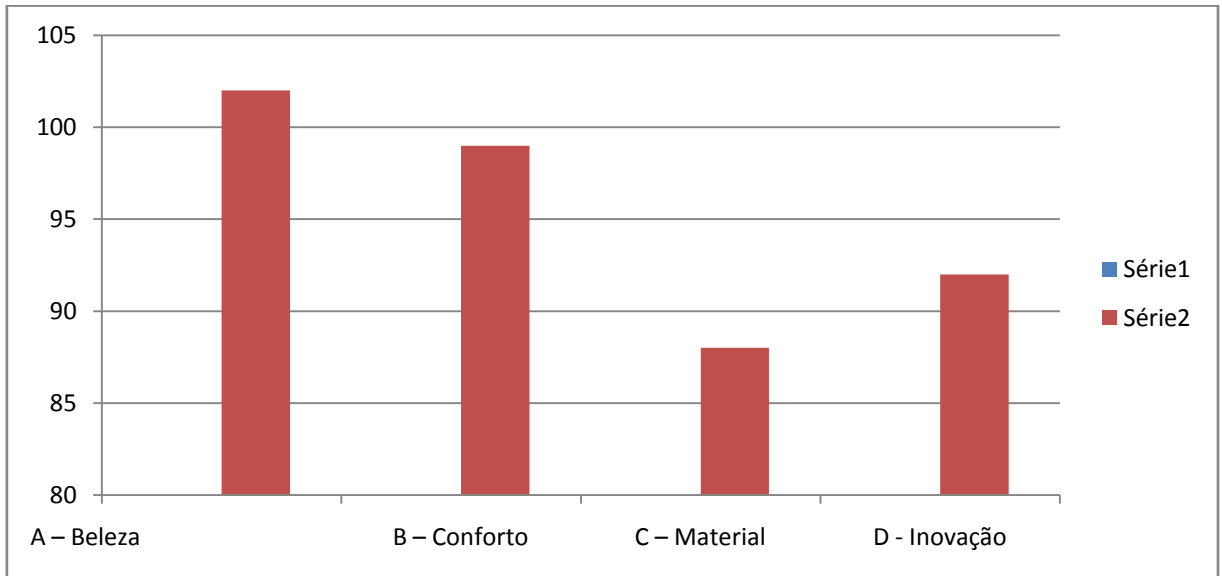
3. Costuma tomar banho de mar ou piscina, quando está em passeios de lazer?



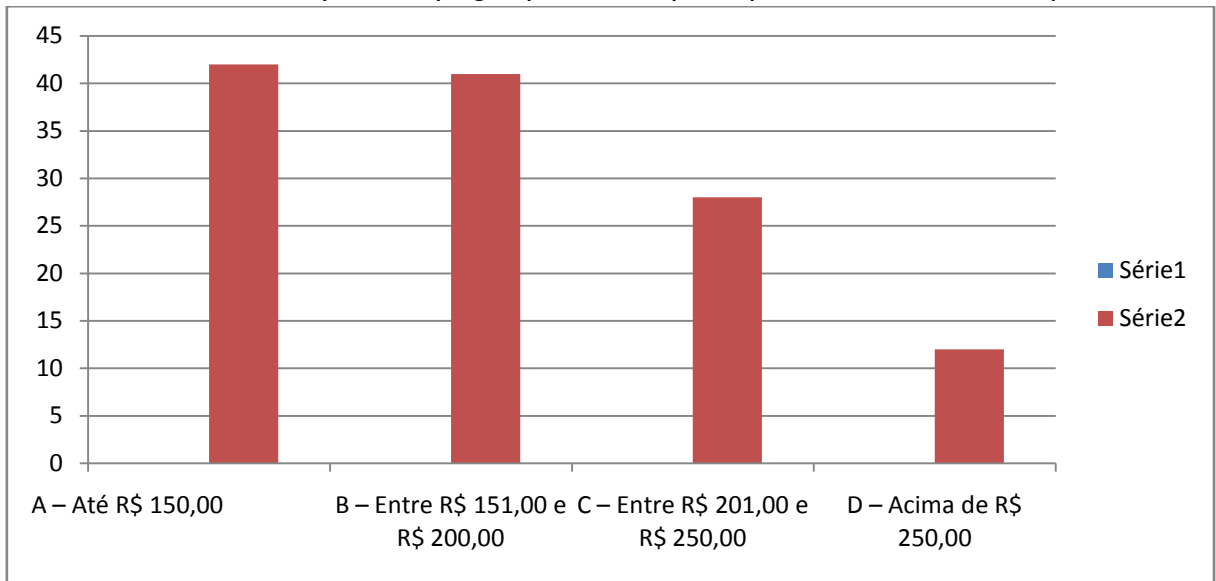
4. Usa modeladores diariamente?



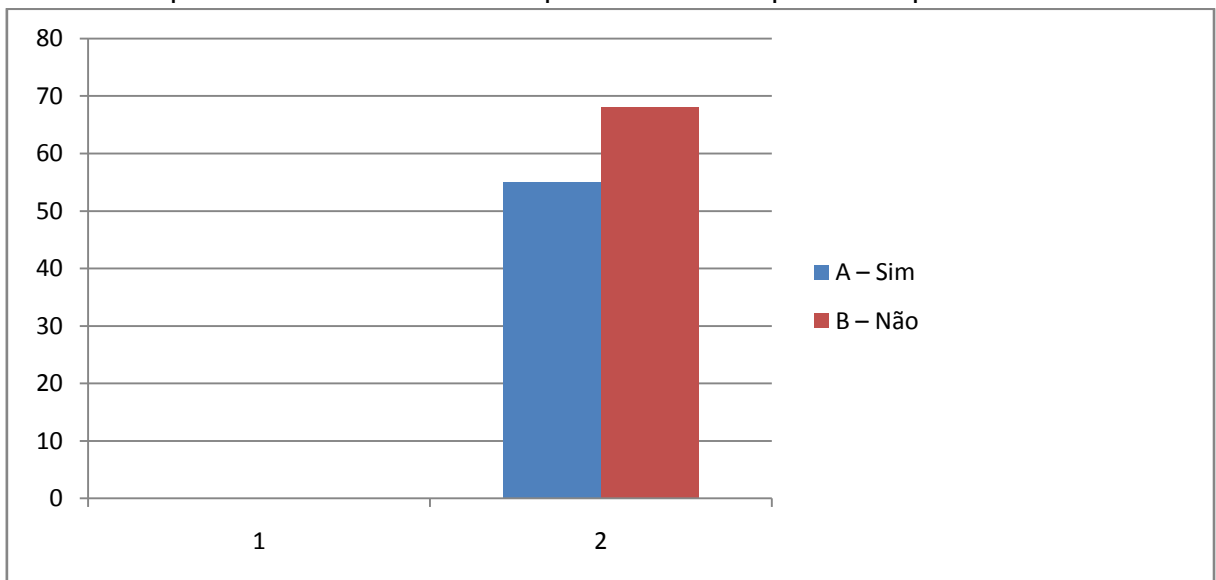
5. Que fatores você prioriza em uma roupa de banho? (pode responder mais de uma opção)



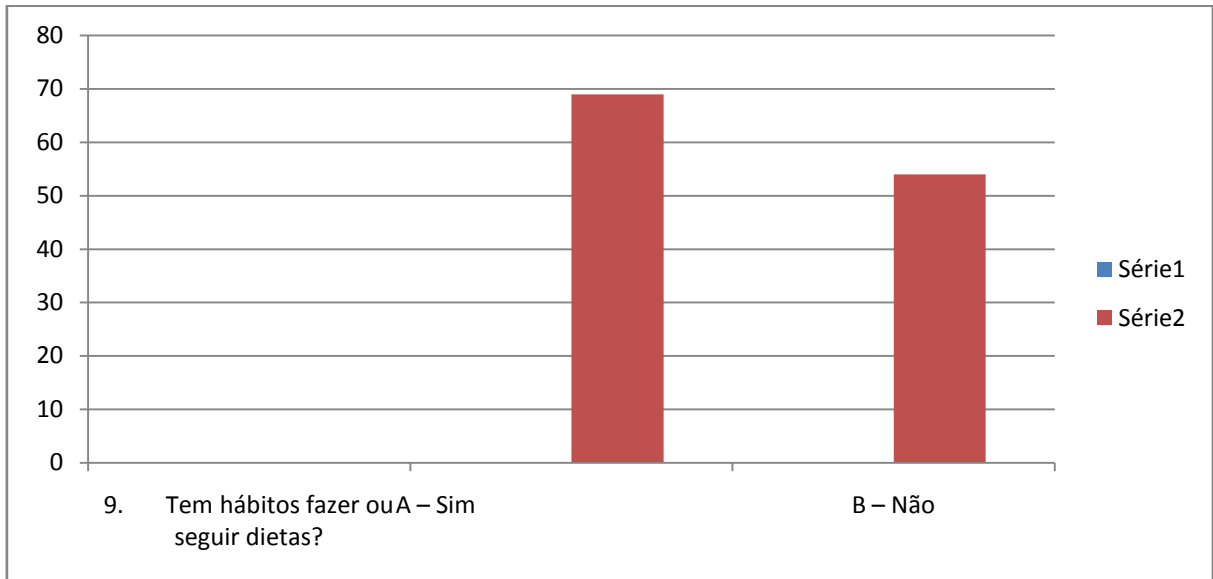
6. Quanto está disposta a pagar por um biquíni que valorize o seu corpo?



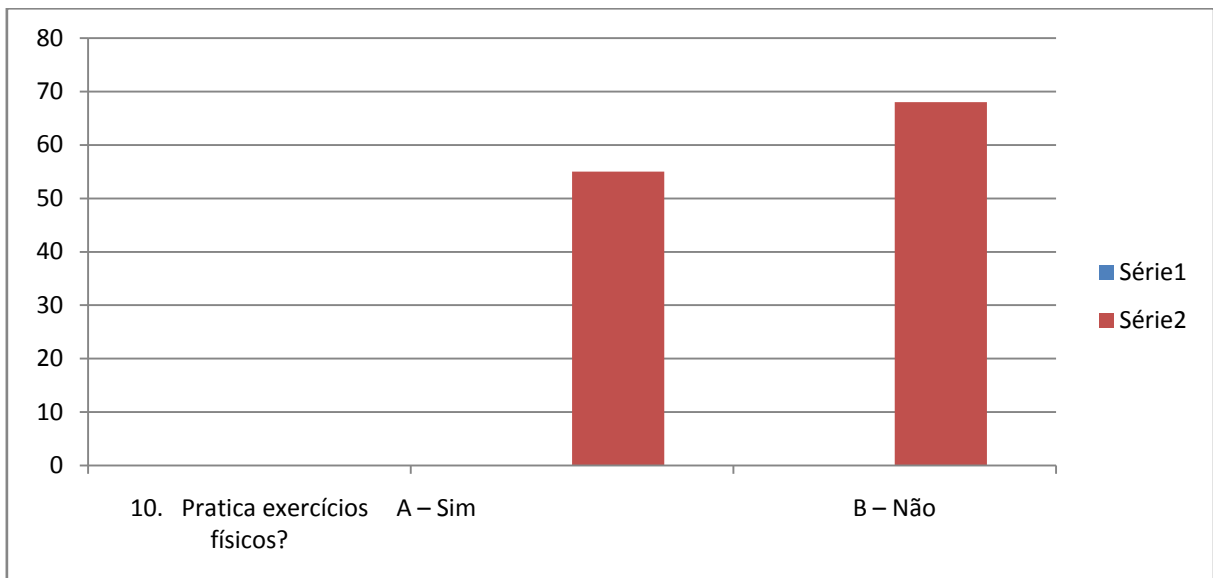
7. Tem prática de bronzamento quando está em praias ou piscinas?



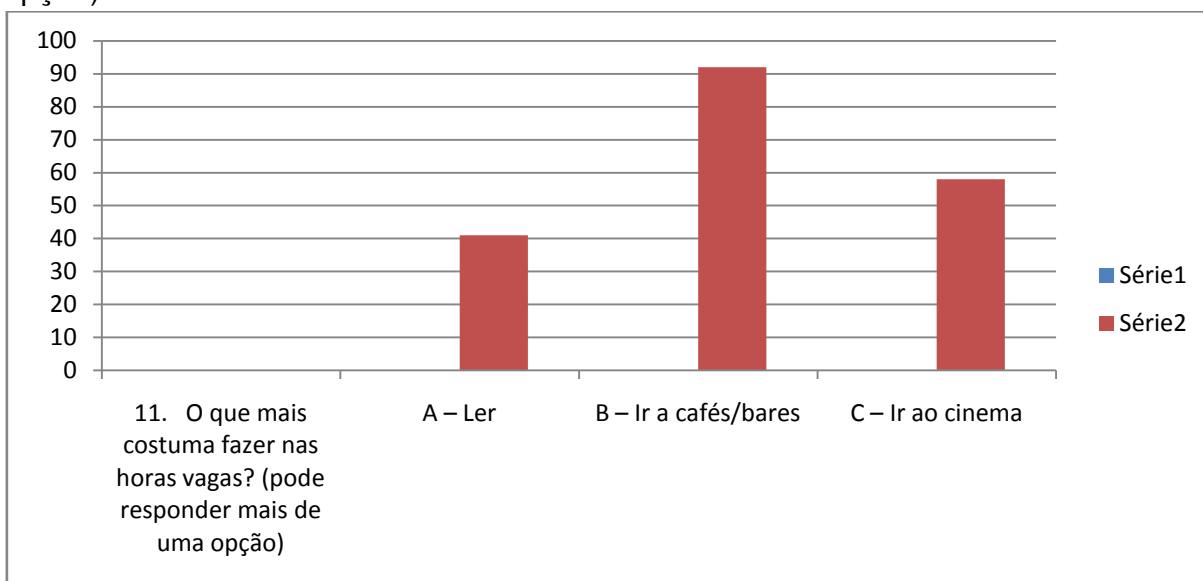
8. Tem hábitos fazer ou seguir dietas?



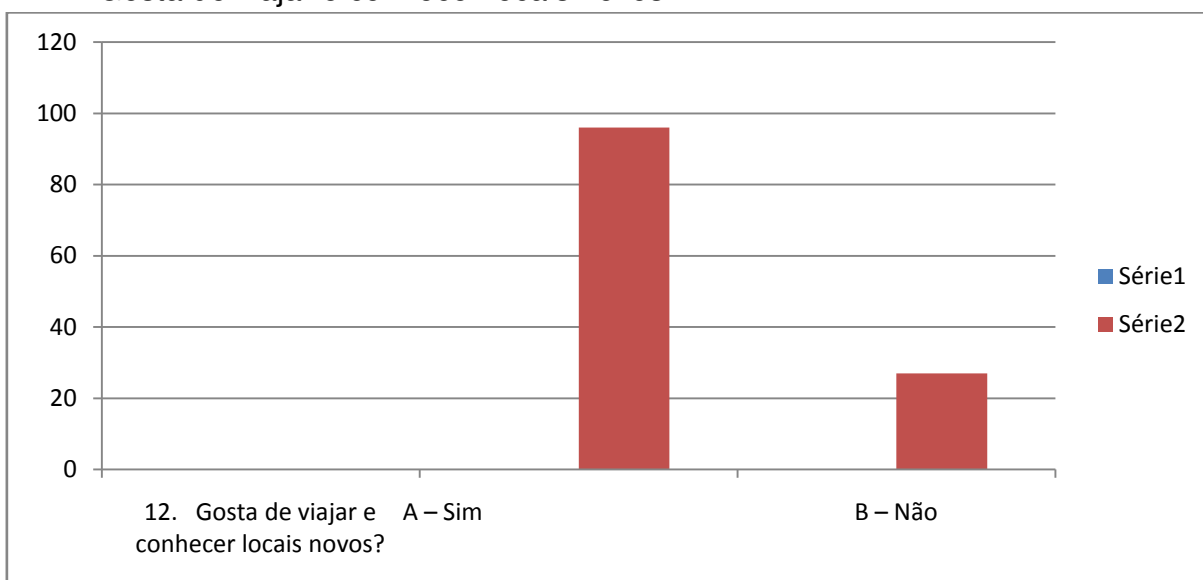
9. Pratica exercícios físicos?



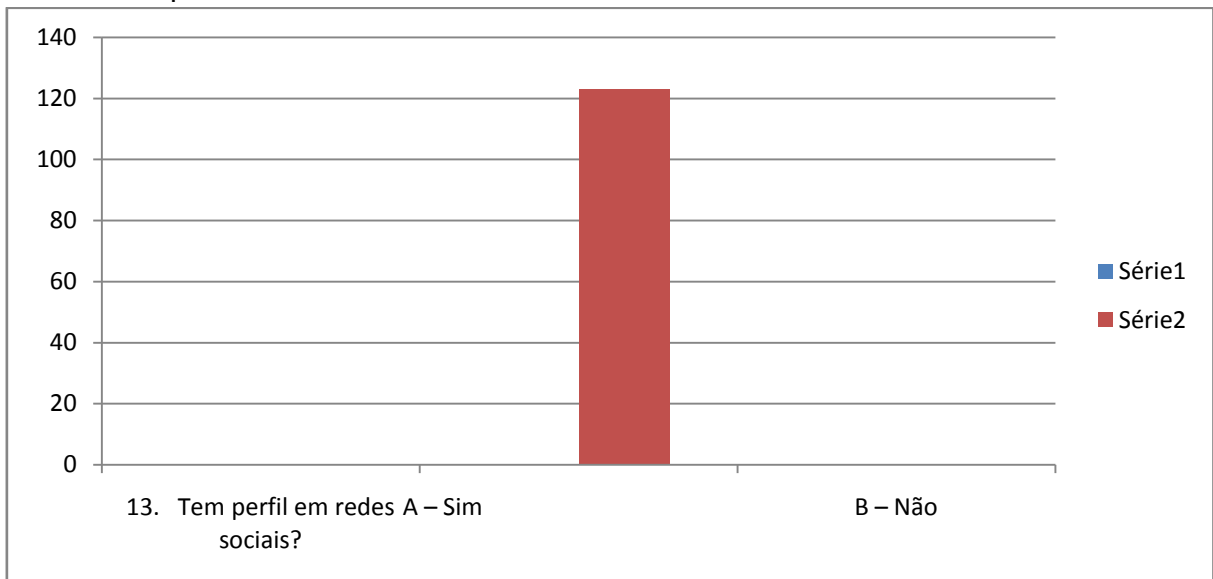
10. O que mais costuma fazer nas horas vagas?(pode responder mais de uma opção)



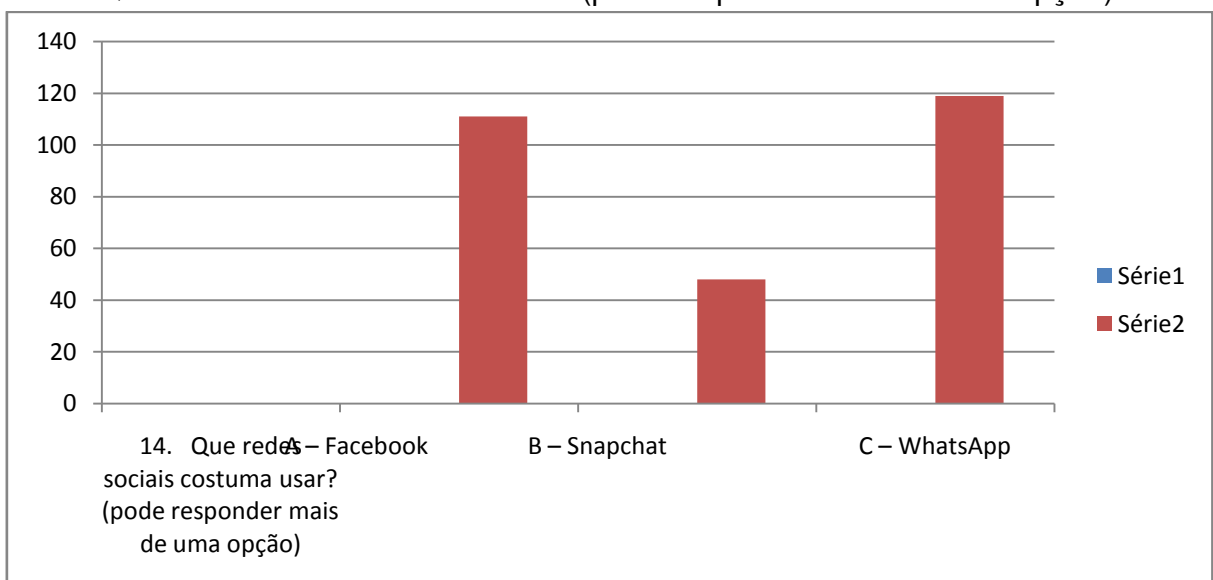
11. Gosta de viajar e conhecer locais novos?



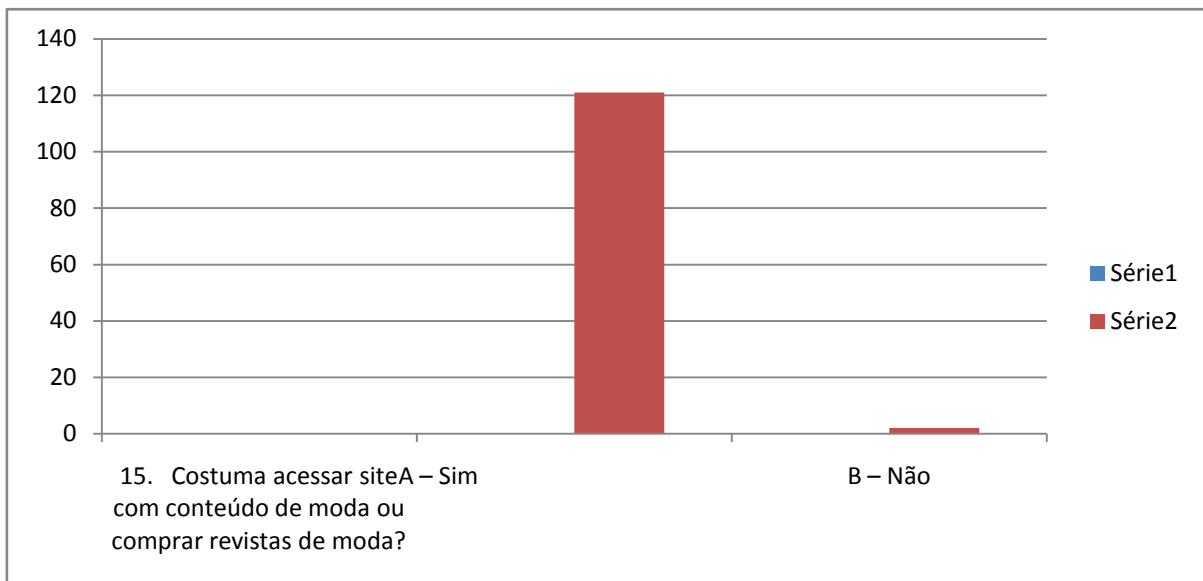
12. Tem perfil em redes sociais?



13. Que redes sociais costuma usar? (pode responder mais de uma opção)



14. Costuma acessar site com conteúdo de moda ou comprar revistas de moda?







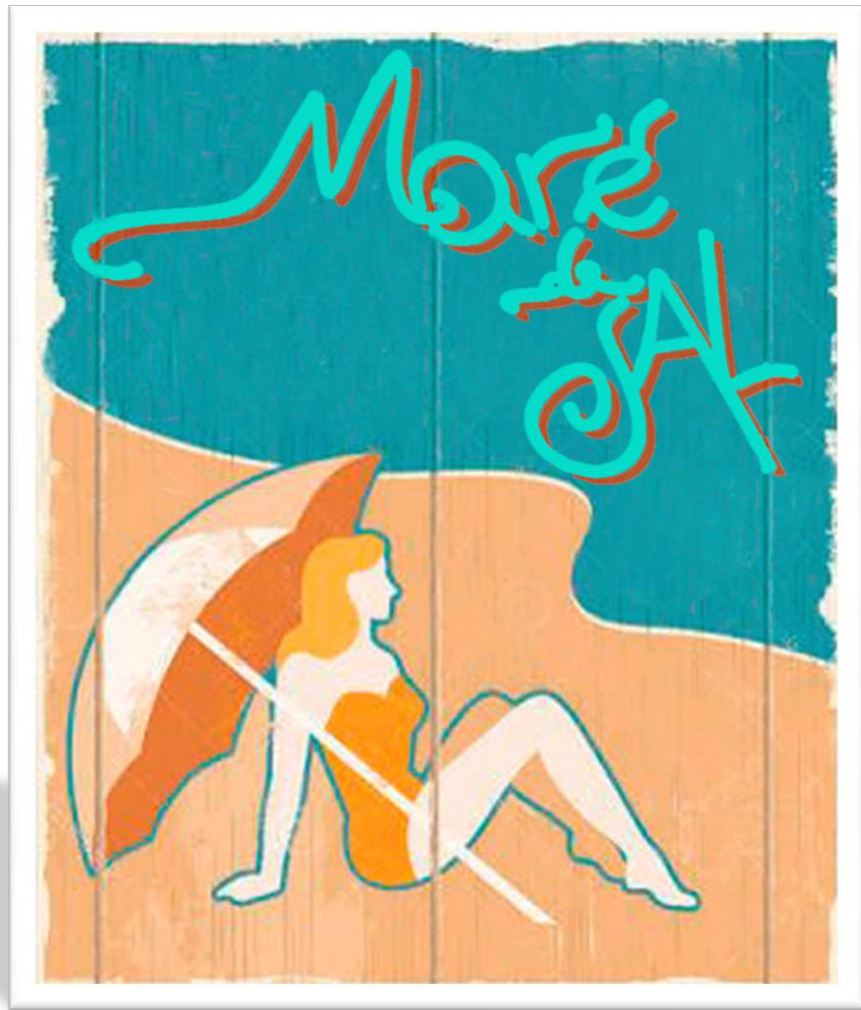
Universidade Federal do Ceará
Instituto de Cultura e Arte
Curso de Bacharelado em Design Moda



Concludente: Mariane Costa Martins
Orientadora: Prof^a. Araguacy Paixão Almeida Filgueiras



Desenvolvimento de Coleção
Maré de Sal | Marca Autoral





CONCEITO DA MARCA

A marca tem como proposta desenvolver coleções autorais sem estar presa às tendências e moda.

A Maré de Sal tem inspiração no estilo vintage das pin-ups, unindo elegância, estilo, qualidade, conforto, sofisticação, segurança e charme em suas peças, estampas e modelagens próprias, criadas com total dedicação.

São peças atemporais para mulheres que buscam produtos que vão desde o design diferenciado até um único estilo, diferente de tudo o que se encontra por aí, para acompanhá-la pela praia e pela vida.

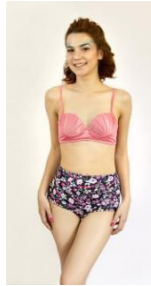


PAINEL COMPORTAMENTO





PAINEL MERCADO



Virall Retrô





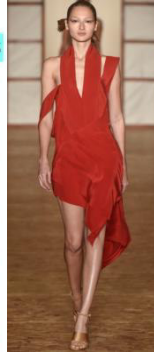
PAINEL TECNOLÓGICO





PAINEL TENDÊNCIA

PRAIA / RESORT



Fonte: SPFW





PAINEL TEMA DE COLEÇÃO

(MaRetrô)





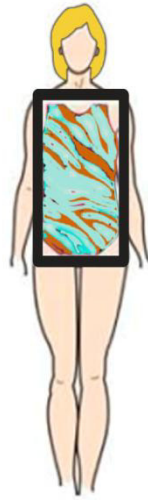
PAINEL SHAPES



Ampulheta



Oval



Quadrado



Triângulo



*Triângulo
Invertido*



RELEASE

*Pode falar que eu nem ligo,
Agora eu sigo
O meu nariz,
Respiro fundo e canto
Mesmo que um tanto rouca.
Pode falar, não me importa
O que eu tenho de torta
Eu tenho de feliz,
Eu vou cambaleando
De perna bamba e solta.
Nem vem tirar
Meu riso frouxo com algum conselho
Que hoje eu passei batom vermelho,
eu tenho tido a alegria como dom
Em cada canto eu vejo um lado bom*

Velha e louca (Mallu Magalhães)

A coleção MaRetrô traz a força que toda mulher deve ter quando se tratar da imagem de si. Ser feliz, amar a si e sorrir sem se importar com nada e com ninguém. Cada modelagem e cada cor das malhas escolhidas para a coleção estão associadas a esses sentimentos.



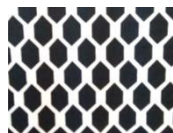
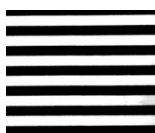
CARTELA DE CORES





PAINEL TECIDOS

MALHA LYCRA PRAIA, MALHA LYCRA (FPS 50+), FORRO 100% POLIAMIDA E CETINETE





MAQUINÁRIO



Máquina Overlock | Interlock 321C ES DD

Redução do consumo de energia em até 70%



Máquina Galoneira de Base Cilíndrica 542D ES DD

Redução do consumo de energia em até 70%



Máquina para cortar Tecido com Disco de 5"

Equivalente a 12,70 cm.

Ideal para Cortar Malhas, Jeans, Algodão e outros

Utilizada para serviço pesado

Disco de 5"



Mesa de Corte

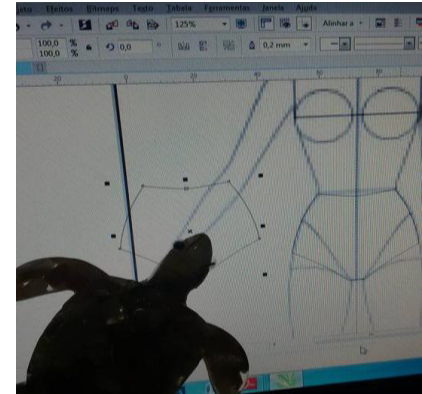
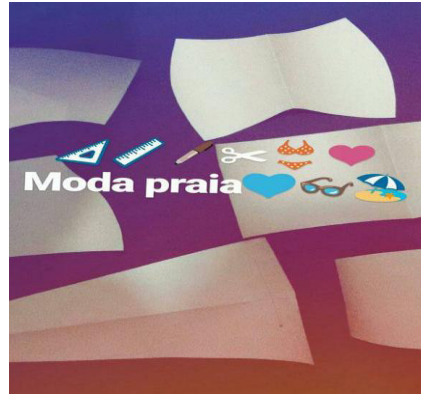


PAINEL AVIAMENTOS





PROCESSO CRIATIVO





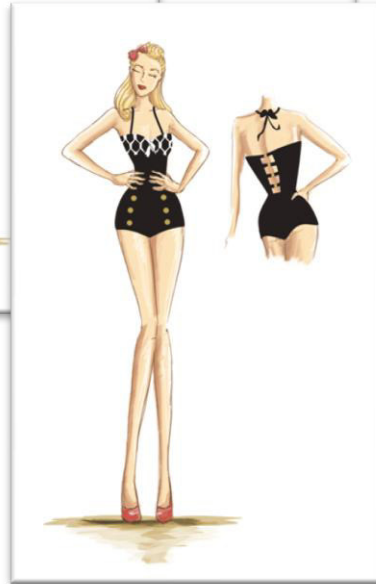
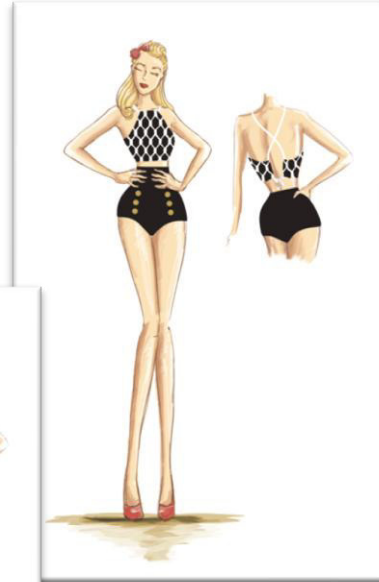
LINE UP





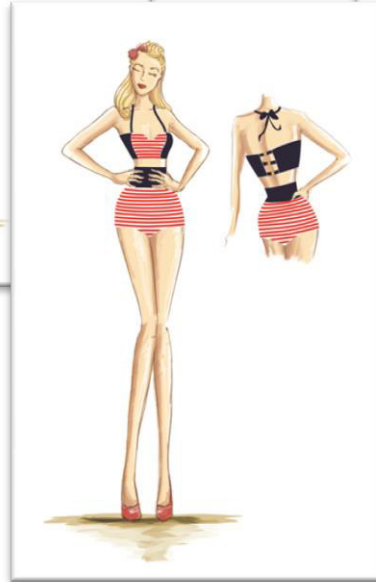
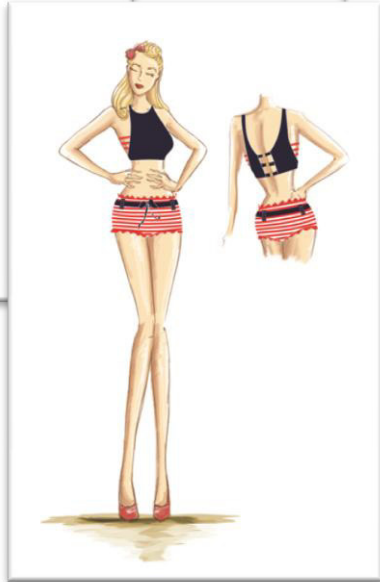
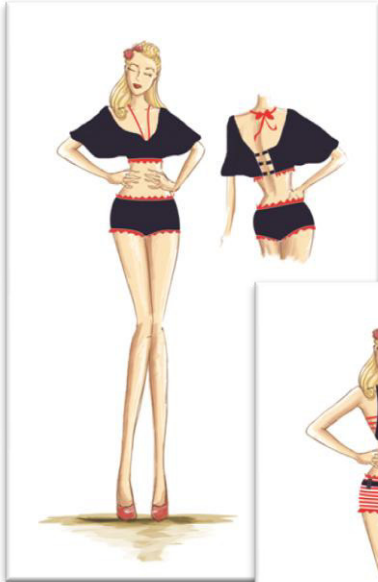


FAMÍLIA 1 MARILYN MONROE





FAMÍLIA 2 BETTY GARBLE





FAMÍLIA 3 JANE RUSSEL





FAMÍLIA 4 BETTY BOOP



PROJETO DE COMUNICAÇÃO VISUAL

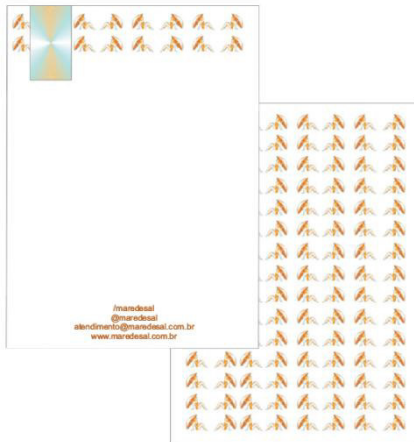




PAPELARIA

PAPEL TIMBRADO

* A4



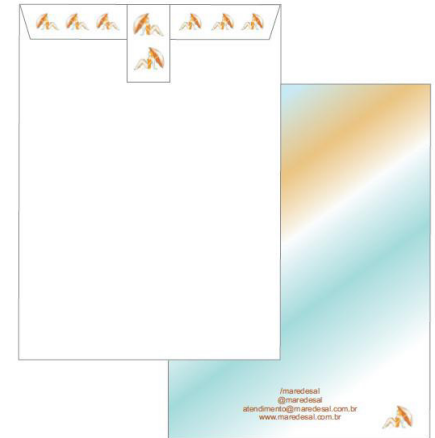
PAPEL SEDA COLORIDO

* A3



ENVELOPE

* A4



ENVELOPE COMERCIAL

* 210mm x 110mm





EMBALAGENS

CAIXAS

Caixa Maior

Comprimento: 35,5 cm

Altura: 25 cm

Largura lateral: 6 cm

Caixa Menor

Comprimento: 35,5 cm

Altura: 25 cm

Largura lateral: 6 cm



SACOLAS

Sacola Maior

Comprimento: 48 cm

Altura: 38 cm

Largura lateral: 12 cm

Sacola Menor

Comprimento: 32 cm

Altura: 30 cm

Largura lateral: 10 cm

Alça Maior

Composição: Cetim

Comprimento: 53 cm

Largura: 4 cm

Alça Menor

Composição: Cetim

Comprimento: 37 cm

Largura: 4 cm





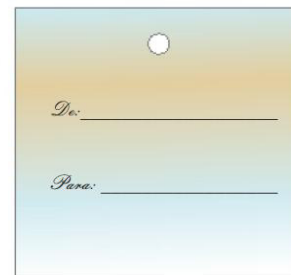
ETIQUETAS

ETIQUETA DO TOP

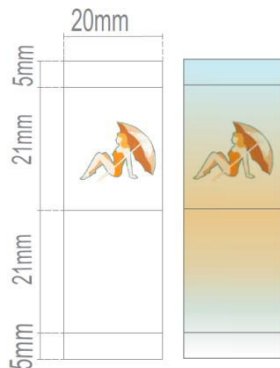


ETIQUETA DEDICATÓRIA

* 50mmx60mm



ETIQUETA DA CALCINHA



ETIQUETA DE COMPOSIÇÃO TERMOCOLANTES

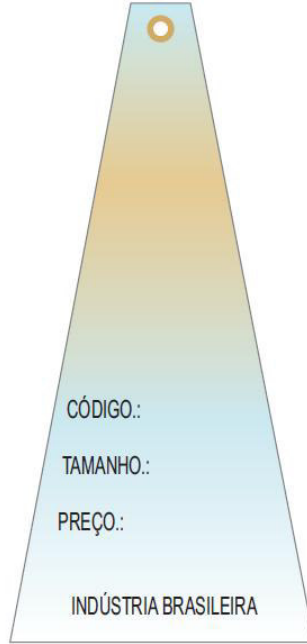
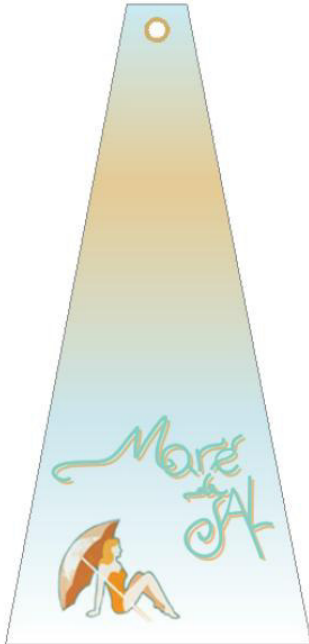




TAGS

TAG REFERÊNCIA PREÇO

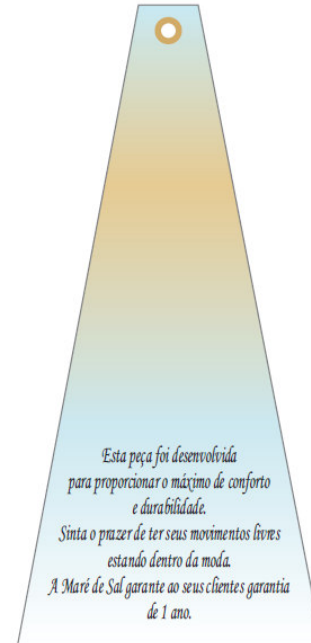
*20mmx 120mmx 70mm



TAG DESCRITIVA

*Impressa em papel vegetal

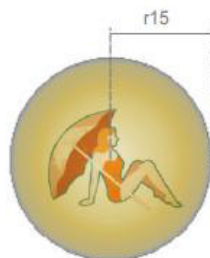
*20mmx 135mmx 70mm



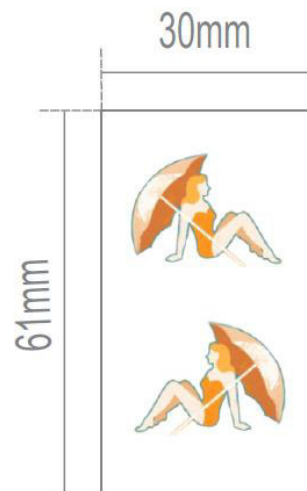


ADESIVOS

ADESIVOS



ADESIVO ENVELOPE





CARTÃO DE VISITAS

CARTÃO DE VISITA

*90mm x 50mm





PRODUTOS PROMOCIONAIS

SACOLAS PLÁSTICAS BIODEGRADÁVEIS

- *Materiais recicláveis secos
- *Materiais não recicláveis



BUTTONS PARA BOLSAS



SACOLAS 100% ALGODÃO CRÚ ECOLÓGICO

*40 x 40 cm





PEÇA PUBLICITÁRIA



V
E
R
Ã
O
2
0
1
8

MaRetrô
MA

MaRetrô



REDES SOCIAIS FACEBOOK/ INSTAGRAM

The screenshot shows the Facebook interface for the page 'Maré de Sal' (@maredesal). The page features a cover photo of a woman in a red bikini and a striped top sitting on a beach. The navigation menu includes 'Página', 'Mensagens', 'Notificações', 'Informações', 'Ferramentas de publicação', 'Configurações', and 'Ajuda'. The main content area shows a post with a photo of the same woman, and a text input field for comments. The right sidebar displays a list of users who interacted with the page, including João Henrique Baltazar, Júnior Gomes, Emanuel Rodrigues, Angelo Farias, Keures Carvalho, Dill Dias, Oscar Filho, Zelia Paz, Aleson Pinho, Augusto Costa, and Rahul Silva.



Instagram

Busca

The screenshot shows the Instagram profile for 'maredesal'. The profile picture is the same logo as seen in the Facebook screenshot. The bio reads: 'Maré de Sal | Biquínis estilo vintage | Conforto e segurança | Modelagem perfeita e diferenciada | Enviamos para todo Brasil | Whats (85) 996768114'. Below the bio are three photos: a woman in a red bikini on a beach, a woman in a black bikini in a room, and a woman in a black bikini on a beach.



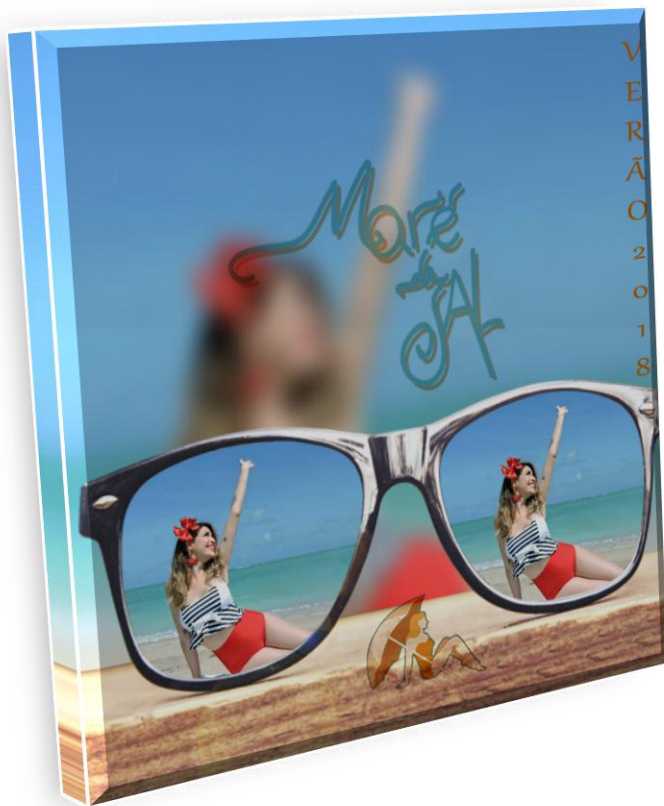
SITE





CATÁLOGO

*Frente e Costas





CATÁLOGO

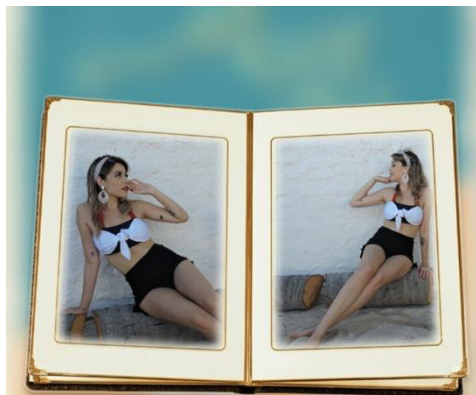




CATÁLOGO



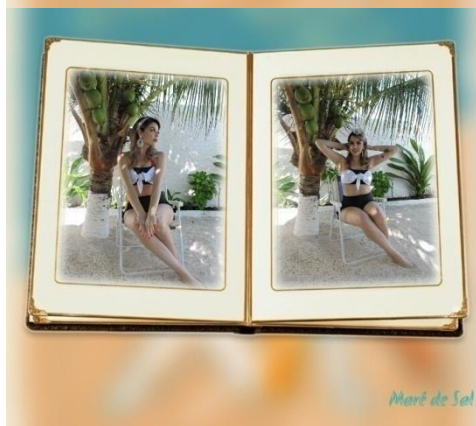
Maré de Sal



Maré de Sal



Maré de Sal



Maré de Sal

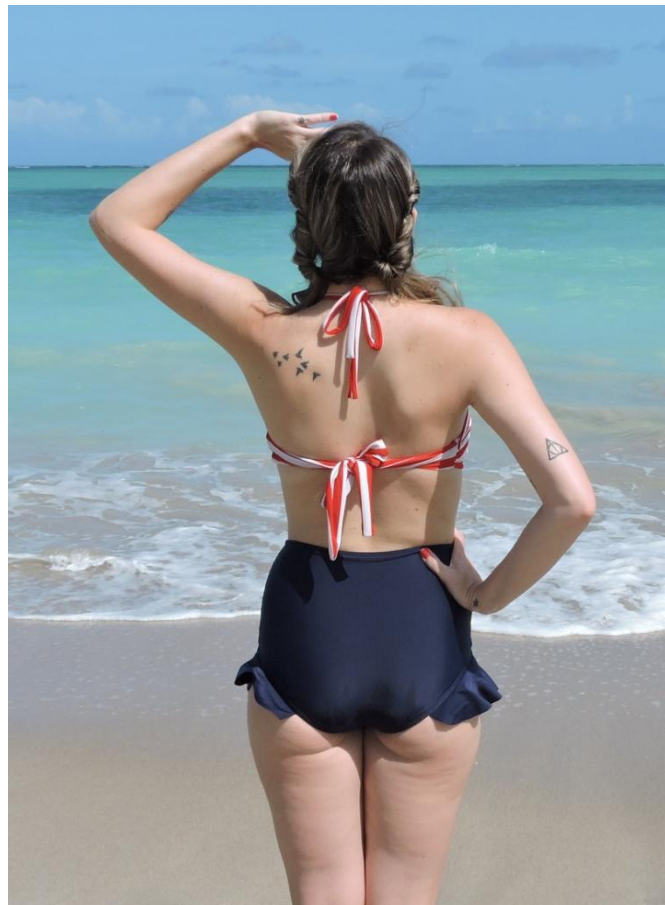


CATÁLOGO LOOKBOOK



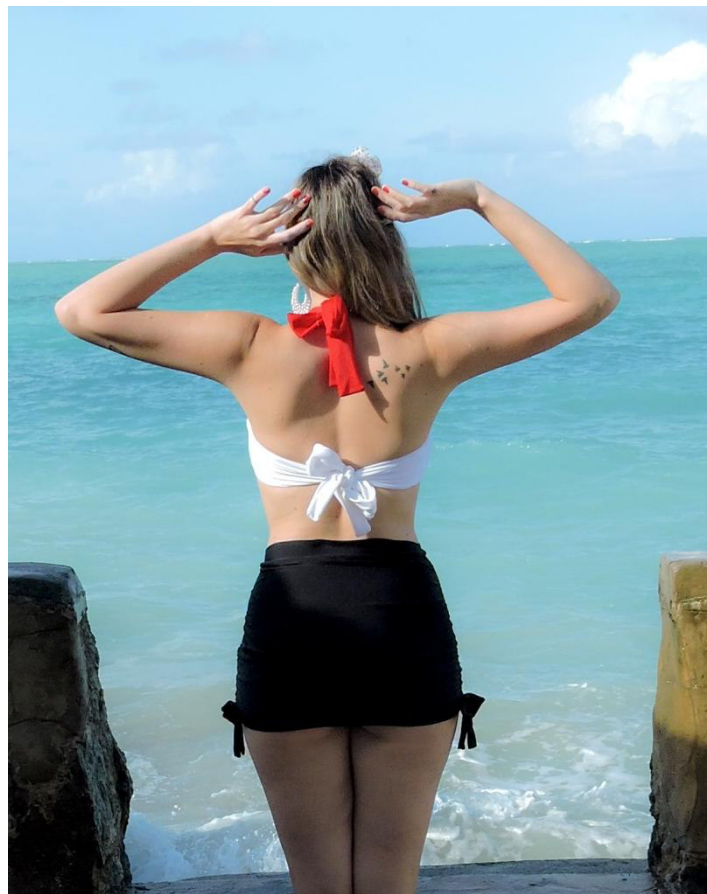


CATÁLOGO LOOKBOOK





CATÁLOGO LOOKBOOK



PROJETO DO DESFILE





PAINEL CONCEITO





PAINEL MAKE HAIR





PROPOSTAS DE RECURSOS

Proposta de Recursos Humanos

Modelos
Cabeleireiros | Maquiadores
Stylist
Camareiras
Fotógrafo
Assistente de Produção
Câmera Man
DJ

Proposta de Recursos Materiais

Carro para transporte
Alimentação para a equipe
Cachê para a equipe
Mala para transporte das roupas
Roupas
Acessórios
Equipamento fotográfico
Maquiagem
Equipamento de audiovisual



PROPOSTAS DE RECURSOS

Proposta de Locação

Barraca Vila Coqueiros, Cumbuco - Caucaia - Ceará

Evento e/ou temporada de lançamento

VERÃO 2018

Sugestão de Trilha Sonora

Roy Orbison - Oh, Pretty Woman (DJ Kolya Funk & DJ Kolya Dark Remix)



RECURSOS CENÁRIO



PROJETO DE
PRODUÇÃO
FOTOGRAFICA





PAINEL CONCEITO





PAINEL MAKE HAIR





PAINEL ATITUDE





PROPOSTAS DE RECURSOS

Proposta de Recursos Humanos

Fotógrafo
Modelo
Cabeleireira | Maquiadora
Assistente de Produção

Proposta Locação

Maragogi-Alagoas em duas praia do seu distrito:

*Praia de Antunes, Litoral Norte de Maragogi/AL.

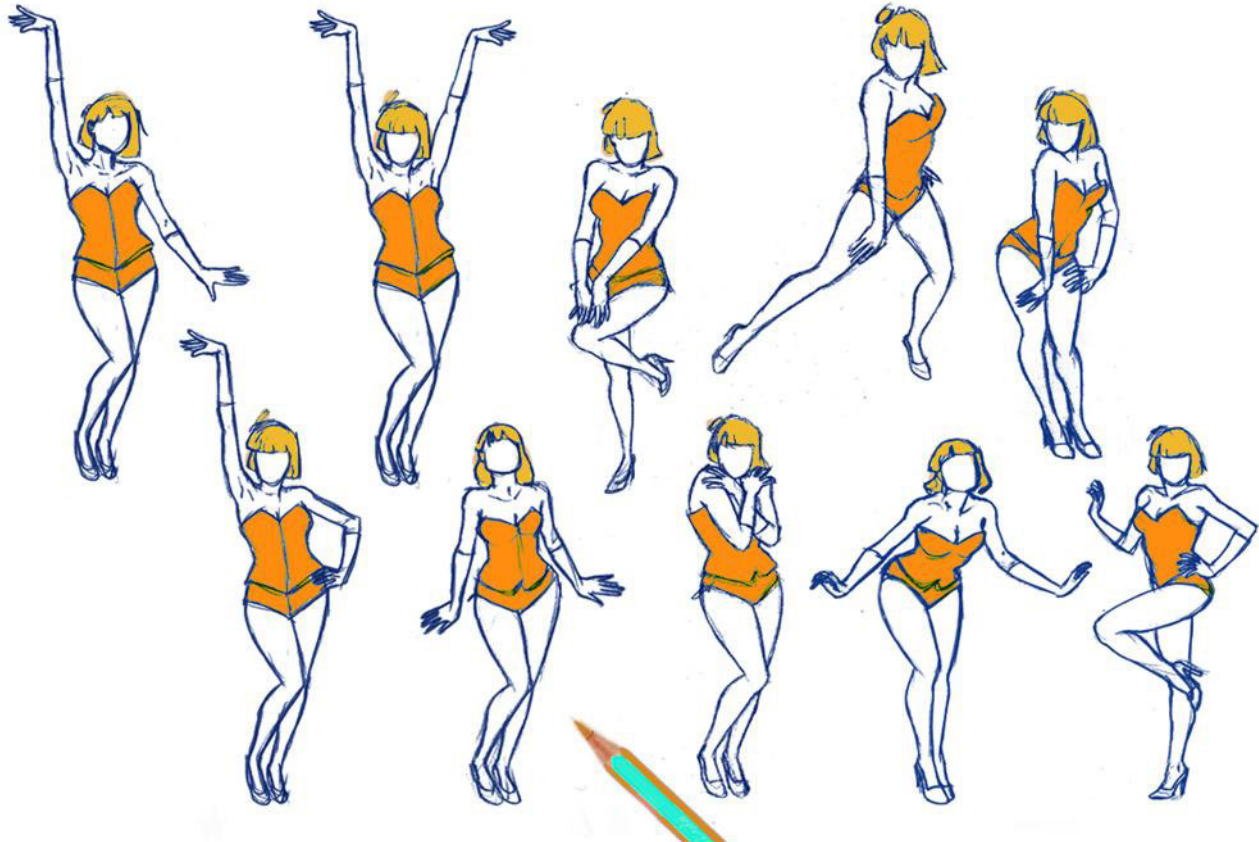
*Vilarejo da Praia de Barra Grande, Litoral Norte de Maragogi/AL.

Proposta de Recursos Materiais

Carro para transporte
Alimentação para a equipe
Cachê para a equipe
Mala para transporte das roupas
Roupas
Acessórios
Equipamento fotográfico
Maquiagem



STORYBOARD



ENSAIO FOTOGRAFÍCO































MARIANE COSTA MARTINS

Cursando o último semestre de Design-Moda (UFC). Apaixonada pelo sol e mar do verão, foi enfeitada pelo segmento de moda praia.

Foi monitora na PROGRAD atuando como produtora de imagem da Revista das Profissões da UFC; produtora de mídias e de eventos da Feira das Profissões, dos Encontros Universitários e na da Mostra de Bandas Universitárias UFC; e do projeto de Monitoria da Pró-Reitoria de Graduação-Combate à Evasão da Universidade Federal do Ceará (PROGRAD).

Ministra Oficinas de Customização e de Bonecas ABAYOMI (Bonecas de amarração produzidas com retalhos) para jovens do MST e Escola Municipal Raimundo Moreira Sena.

E-mail: marimartinsmoda@gmail.com

An illustration of a pair of feet standing on a sandy beach. The sand is a light brown color with small white speckles. Above the sand, there are three layers of blue waves with white outlines, creating a scalloped effect. The entire scene is set against a light blue background.

Entre nessa Maré.