



SINCE DAY ONE.

**Cecília de Sousa Tigre França**

TCC I - Criação de Marca

7º semestre - 2018.1

Curso de Design-Moda

Instituto de Cultura e Arte

Universidade Federal Ceará

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)

---

- F1e FRANÇA, Cecília de Sousa Tigre.  
ERGIT / Cecília de Sousa Tigre FRANÇA. – 2018.  
38 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2018.

Orientação: Prof. Davi Sombra Montenegro.

1. Marca de Moda. 2. Slow Fashion. 3. Upcycling. 4. Patchwork. 5. Minimalismo. I. Título.

CDD 391

---



**CECÍLIA DE SOUSA TIGRE FRANÇA**

**ERGIT**

Projeto de moda – Criação de marca apresentado ao curso de Design-Moda como obtenção parcial do título de Bacharel sob a orientação do Prof. Davi Sombra Montenegro.

Aprovada em: 25/06/2018.

**BANCA EXAMINADORA:**

---

Prof. Davi Sombra Montenegro (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Júlio César Silva de Castro  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Profa. Ma. Maria do Socorro de Araújo  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

# INTRODUÇÃO

Cecília Tigre, 21 anos, estudante do Curso de Design-Moda da UFC.

Inspirada pela minha avó, costureira no interior do Ceará, que comprava retalhos de tecido para fazer as suas criações, fui provocada a questionar como todos aqueles retalhos, que ainda se encontram na casa dela, poderiam ser utilizados. Assim, junto às experiências e o contato que as participações no DFB Festival, com estilistas e equipe de organização, criação e produção, nasceu a ideia de criar uma marca que se utilizasse das técnicas do upcycling e do patchwork, para montar produtos de moda que se aliassem ao SlowFashion e à sustentabilidade.

O projeto descrito a seguir traz o meu desejo, como designer e idealizadora da marca, de trazer ao público perspectivas diferentes sobre as técnicas do Upcycling e do Patchwork e sua aplicação em camisaria, a fim de levar ao cliente produtos minimalistas e de design atemporal. Muito da marca, traz a minha própria identidade enquanto designer, com o minimalismo e as formas geométricas, sempre presentes em minhas criações e o pensamento sustentável em ser responsável pelo ciclo de vida do produto por completo, visando a redução do lixo têxtil local.

SlowFashion: [...] é um movimento sustentável, uma alternativa à produção em massa, [...] A moda slow representa todas as coisas “eco”, “ética” e “verdes” em um movimento unificado.

Upcycling: [...] consiste no reaproveitamento de objetos e materiais para criar novos itens, muitas vezes com funções diferentes, sem alterar as principais características do objeto original.

Patchwork: A tradução literal de patchwork é “trabalho com retalho”.

# MODELO BRIEFING PHILIPS - Ergit Design & Co.

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

TÓPICOS BÁSICOS	CONTEÚDOS	DESCRIÇÃO
NATUREZA DO PROJETO E CONTEXTO	Justificativa	Trazer ao público perspectivas diferentes sobre as técnicas do Upcycling e do Patchwork e sua aplicação em camisaria, a fim de levar ao cliente produtos minimalistas e de design atemporal.
	Objetivos do projeto	Lançar no mercado a marca Ergit veiculada por loja física, cujos produtos abordam o segmento adulto com o viés sustentável e design voltado para o slow fashion.
	Resultados desejáveis	Conscientização do público quanto a diferenciação de um produto de qualidade, exclusividade e sustentabilidade.
	Responsabilidades do projeto	Valorização das peças produzidas dentro de parâmetros de sustentabilidade e responsabilidade sobre o ciclo de vida desses produtos

ANÁLISE SETORIAL	Marca	Ergit
	Produto	Vestuário feminino, masculino e/ou agênero
	Preço	A partir de R\$ 115,00
	Promoção	Instagram e Mensagens de Texto/WhatsApp
	Praça	Instagram, através de página oficial da ERGIT e a presença da marca em Lojas Colaborativas (ELABORE)
	Estudo das tendências	As tendências apontadas foram: Slow; Significados; Conhecimento; Matéria-prima; Conforto; Design; Acabamento; Qualidade;
	Concorrentes	Re-Roupa, Think Blue e C(+)/MAS
	Tecnologia	Maquinário de costura reta, overlock, interlock, caseado e para montagem de acessórios. Ferramentas para modelagem (mesa, esquadros, réguas). Tecnologia para reciclagem de materiais (tecidos, solados, lonas).
	Estratégia da empresa	Agressividade de marketing quanto a conscientização do produto de valor sustentável.

PÚBLICO ALVO	Sexo	Feminino e Masculino
	Faixa etária	Entre 18 a 30 anos
	Nível de renda	Classe C
	Hábitos de consumo	Público com satisfatório acesso a mídias sociais e que procuram diversidade/exclusividade em produtos, qualidade, sustentabilidade e design na hora da compra.
PORTFÓLIO DA EMPRESA	Imagem corporativa	Branding com apelo emocional através do site, mídias sociais, embalagens e materiais complementares.
	Segmentação do mercado	Mulheres e homens entre 18 e 30 anos que desejam ter um produto de moda exclusivo e sustentável.
OBJETIVOS DO NEGÓCIO E ESTRATÉGIAS DO DESIGN	Principais resultados visados pelo projeto, atividades de design, correspondentes ao resultados visados	Promover o consumo de produtos desenvolvidos em uma estrutura de slow fashion a partir de técnicas upcycling para produção de peças com design minimalista e sustentável.
INFORMAÇÕES DE PESQUISAS	Tendências dos negócios, avanços tecnológicos, lançamentos de novos produtos	Serão feitas pesquisas mercadológicas constantes a fim averiguar as novas oportunidades de mercado e a satisfação do consumidor com a marca.

# CONCEITO DA MARCA

A marca foi criada com a intenção de utilizar o sistema de produção SlowFashion, aplicando técnicas de Upcycling para o desenvolvimento de peças com design minimalista que prezam pelo conforto e o design como pilares para trazer aos clientes um produto de qualidade.

A Ergit traz a seus clientes produtos exclusivos, produzidos a partir do desmanche de outras peças (doadas por outros clientes ou compradas pela própria marca em brechós, bazares e fornecedores de retalhos) ou tecidos de descarte.

Além disso, sua cartela de produtos é pequena, o que traz mais qualidade a cada peça, pois será confeccionada com todo o cuidado e dedicação para cada produto.

Em paralelo, a marca tem a responsabilidade sustentável como missão. Cuidar do descarte e reciclagem de seus produtos é um ponto forte que transformará cada peça que seria descartada em um produto novo, pronto para ser consumido por um outro cliente em potencial.

Para atender o público, que está cada vez mais atento ao Slow e ao Upcycling, a marca estabelece um diálogo que permite que o cliente perceba o cuidado em todos os detalhes do produto que vai adquirir e, ao efetuar a compra, junto com o produto, o cliente leva pra casa uma embalagem reutilizável e sementes para serem plantadas e cultivadas.



# MISSÃO

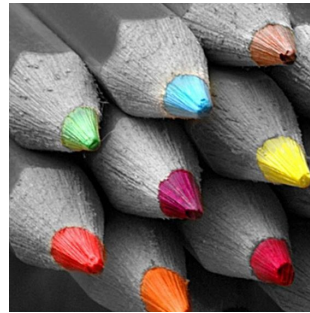
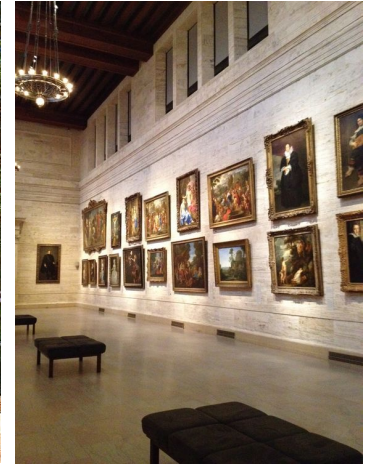
Um dos principais objetivos da ERGIT é a **responsabilidade sustentável**, cuidando do ciclo de vida do produto e acompanhando a construção de cada peça.

Além de trazer técnicas do Upcycling e do Patchwork para uma perspectiva mais clean e atemporal de design.

# VISÃO

Tornar-se, em 5 anos, uma marca de SlowFashion reconhecida no Ceará por seus produtos de qualidade e seu design minimalista atrelado ao Upcycling e ao Patchwork.

# PAINEL DE PÚBLICO-ALVO



Minimalista, Básico,  
Urbano, Consciência  
sustentável, Artístico,  
Atual/Atemporal,  
Gosta de viajar,  
Gosta de comer.

## Minimalista Clean Sustentável



## PAINEL DE PERSONA



# PAINEL DE MERCADO/CONCORRENTES

Tanto a RE-ROUPA quanto a THINK BLUE são marcas que trazem o upcycling e o patchwork como base para seus produtos. A “roupa feita de roupa” slogan da RE-ROUPA também faz parte da ERGIT, quando nossas peças são feitas a partir do desmanche de outras peças, porém, nosso diferencial é trabalhar apenas com peças lisas ou com texturas na construção do nosso produto. Já a THINK BLUE traz também as padronagens criadas com recortes na produção de suas peças, o que a ERGIT também faz, porém, não apenas em peças de jeans, mas em camisaria também. Assim como a C(+)MAS, que se utiliza das mesmas técnicas do upcycling para criar camisaria e outras peças minimalistas.

RE -  
ROUPA

Think  
blue  
upcycled and  
slow fashion



MARCAS DE INSPIRAÇÃO

AHLMA

Think  
blue  
upcycled and  
slow fashion

HANDRED

R E —  
R O U  
P A



Novo. Expressão. Mudança.

**AHLMA**

**HANDREID**

atelier made

# R E - R O U P A

Roupa  
feita de  
Roupa



Think  
blue  
upcycled and  
slow fashion



# PAINEL TECNOLÓGICO



Máquina Overlock Industrial

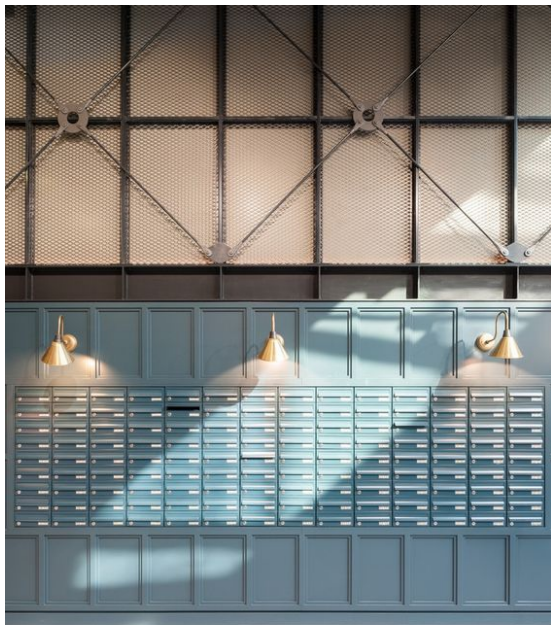


Máquina Reta Industrial



# PAINEL DE IMAGENS ASSOCIATIVAS

Linhas Shapes Cores Materiais Texturas



# PAINEL DE TENDÊNCIAS

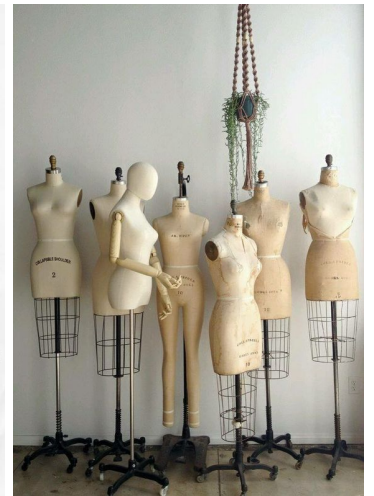
**Evolução, não Revolução:**

Qualidade > Quantidade

SlowFashion

Significados

Conhecimento

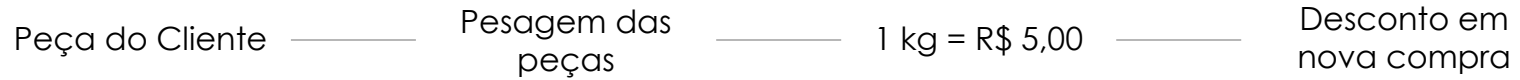


# PAINEL DE VOCAÇÃO REGIONAL

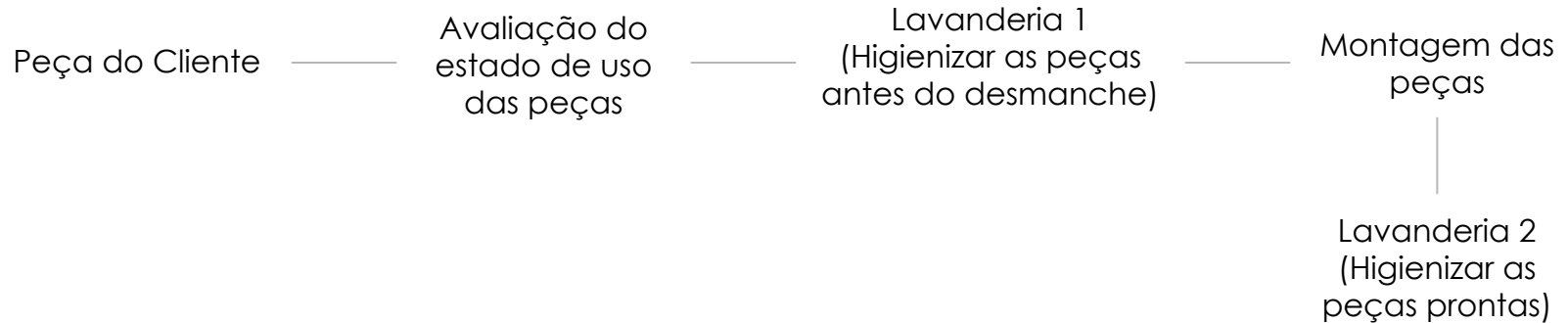
A Ergit estabelece o contato entre **costureiras e designers locais** que trabalham e se utilizam das técnicas do Upcycling e do Patchwork para a **construção e personalização de peças** de roupa, o que **ressignifica** as matérias-primas, que podem vir de fornecedores de tecidos ou de brechós, ou doadas pelos próprios clientes. Promovendo a **valorização** do produto final a partir da **história** das peças. Além disso, dialogar e aplicar técnicas e produtos do artesanato local em algumas peças, enaltecendo e divulgando os artesãos que participaram do feitiço daquelas peças.



# FLUXO DE RECEBIMENTO DE TECIDOS: Cliente - ERGIT



## HIGIENIZAÇÃO DAS PEÇAS



# PAINEL DE CONTEXTO

A **vantagem competitiva** da ERGIT está nas **peças exclusivas** e no **diálogo direto** com o cliente, possibilitando que o mesmo contribua com a criação e produção das peças, através da doação de outras peças antigas ou tecidos.

A **sustentabilidade** também é uma **vantagem competitiva** da ERGIT, já que a **reutilização** de outros produtos de moda e a **responsabilidade pelo ciclo de vida de seus produtos** é um grande cuidado da marca.



# PAINEL DE BENEFÍCIOS DA MARCA



A **diferenciação** da ERGIT está nos **recortes e montagens** de Patchwork feitas de forma **simétrica, assimétrica e geométrica**, com **tecidos planos**. A partir disso, criamos **padrões minimalistas** e trazemos aos clientes **peças exclusivas**.

# APRESENTAÇÃO DA LOGO BIDIMENSIONAL

- **Nome da marca:** baseado no sobrenome de sua idealizadora, Cecília Tigre, ERGIT é um anagrama para TIGRE.

**TIGRE = T I G R E = E R G I T = ERGIT**

- **Leis da Gestalt utilizadas:**

- **Proximidade:** Partes mais próximas umas das outras, em um certo local, inclinam-se a ser vistas como um grupo.
- **Boa Continuidade:** Alinhamento harmônico das formas.
- **Pregnância:** Este é o postulado da simplicidade natural da percepção, para melhor assimilação da imagem. É praticamente a lei mais importante.

(<https://www.infoescola.com/psicologia/gestalt/>) - Acesso em 06 de junho de 2018

## Cores e Formas:

- **Amarelo** - concentração, disciplina, comunicação, ativa o intelecto, positividade, boa sorte; (<http://www.teoriadascotes.com.br/psicologia-das-cores.php>) - Acesso em 13 de junho de 2018

Para a construção da logo da ERGIT, utilizamos o quadrado, como forma geométrica base.

- **Quadrado** - Do mesmo modo como o ângulo reto é o ângulo mais objetivo, o quadrado é também a forma geométrica mais simples e objetiva. [...] O quadrado também é o símbolo do mundo estabilizado. Daí sua identificação com o poder e o domínio, o controle e a força. É a forma da inteligência, da razão e da capacidade de definir, dissecar, digitalizar. Representa ainda a fixação e a permanência. [...] Se o quadrado tem quatro lados, a terra tem quatro direções, o homem tem quatro membros, os instrumentos de orientação têm quatro pontos cardeais. ([http://www.ensp.fiocruz.br/portal-ensp/uploads/documentos-pessoais/documento-pessoal\\_314.pdf](http://www.ensp.fiocruz.br/portal-ensp/uploads/documentos-pessoais/documento-pessoal_314.pdf)) - Acesso em 06 de junho de 2018

Além da justificativa científica, o quadrado também foi escolhido por representar a ideologia da marca em ser responsável pelo ciclo de vida do produto, que foi aqui dividido em: Produção, venda, uso e descarte. E por ser “a forma geométrica mais simples e objetiva”, o que remete ao minimalismo da ERGIT.



# ESTUDO DE TIPOGRAFIA

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

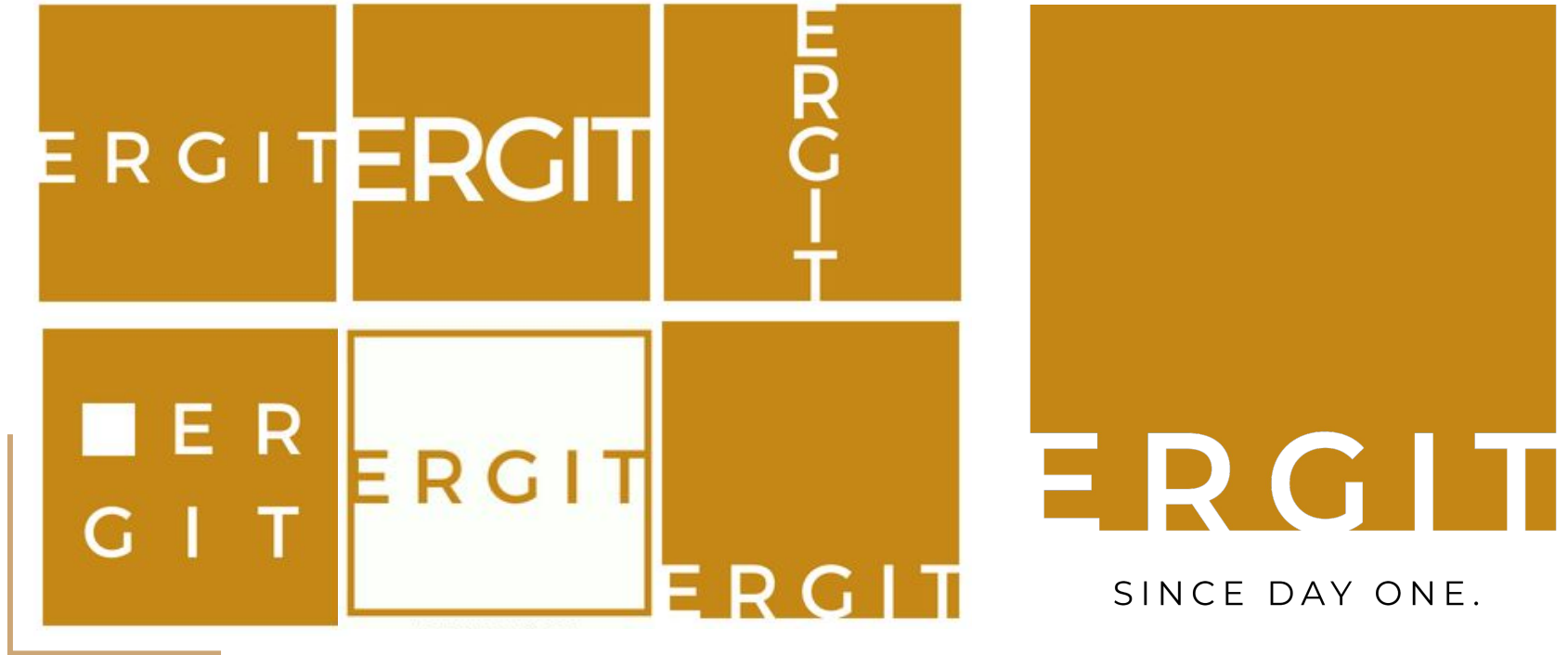
Montserrat - ERGIT/Ergit  
**Montserrat - ERGIT/Ergit**  
**Montserrat - ERGIT/Ergit**  
*Montserrat - ERGIT/Ergit*

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Century Gothic - ERGIT/Ergit  
**Century Gothic - ERGIT/Ergit**  
*Century Gothic - ERGIT/Ergit*

# APRESENTAÇÃO DA LOGO BIDIMENSIONAL

Estudos e Geração de Alternativas:



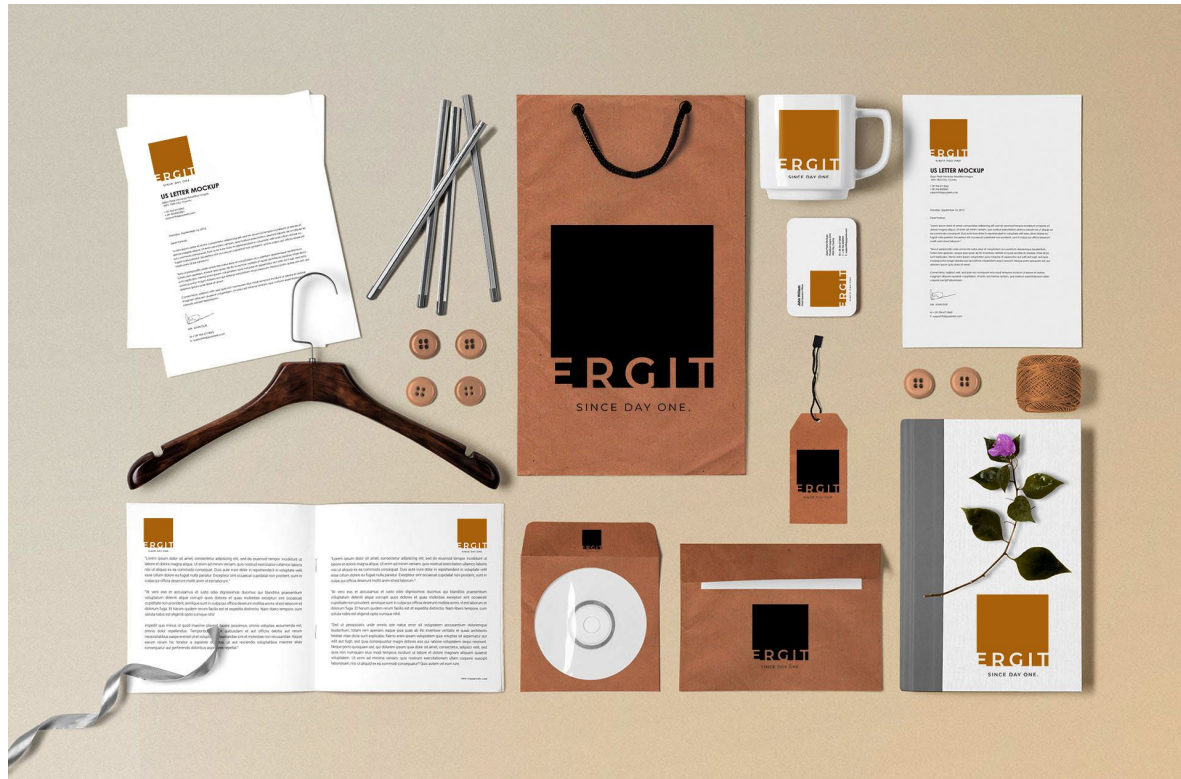
# APRESENTAÇÃO DA LOGO BIDIMENSIONAL

## Definição da Marca:

Slogan: “*Since day one.*” - Quer dizer que tudo parte de uma primeira idéia, um primeiro dia no processo criativo e de produção de cada peça. Significa que Tudo precisa de um início, um primeiro passo para que possa se tornar real.



# MANUAL DE APLICAÇÃO



## EMBALAGEM/PAPELARIA:

- Papel reciclado
- Sem TAG - informações silkadas no produto.

# PAINEL DE DESEMPENHO E PERFORMANCE DA MARCA

Objetivo	Atingir participação considerável no mercado de SlowFashion e Upcycling mostrando um produto de qualidade ao público.
Indicador	Índice crescente de vendas no PDV (ELABORE) e no Instagram
Meta	Crescimento de 5% ao ano
Iniciativa Estratégica	Acompanhamento semanal do consumo e satisfação dos clientes através de Stories e Mensagens Diretas no Instagram e Mensagens de Texto/WhatsApp
Análise de Vendas	Número de vendas realizadas; Valor total de vendas realizadas; Produtos mais vendidos e procurados; Dias e horários com maior volume de vendas; Retorno sobre investimento;

Site utilizado para os dados de análise de vendas:

<https://www.casamagalhaes.com.br/blog/vendas/como-fazer-um-relatorio-de-vendas/> - Acesso em 15 de junho de 2018

# Ficha de precificação contendo: insumos diretos , mão de obra, insumos indiretos

Modelista (por 3 modelagens planas)	R\$ 240,00
Fornecedor de tecidos (kg)	R\$ 5,00
Costureira (fixo)	R\$ 420,00
Impostos (ICMS, DARE & DARF)	R\$ 138,85
Internet móvel	R\$ 39,90
<b>Custo Inicial Total</b>	<b>R\$ 843,75</b>

Aluguel ELABORE	R\$ 300,00
Pro Labore	R\$ 1500,00
<b>Custo Fixo (por mês)</b>	<b>R\$ 1800,00</b>
Internet móvel (Celular)	R\$ 39,90
ICMS	R\$ 46,85
<b>Custo Variável (por mês)</b>	<b>R\$ 86,75</b>

Insumo - Tecido (por kg)	R\$ 6,00	Custo de Produção	R\$ 25,00
Mão de Obra (Costureira, Lavanderias, Desmanche, Encaixe e Corte)	R\$ 19,00	Mark Up	4,5%
		Embalagem	R\$ 2,50
<b>Custo de Produção (por peça)</b>	<b>R\$ 25,00</b>	<b>Preço de Venda (por peça)</b>	<b>RS 115,00</b>

Referência de Modelagem	3 modelos	(Dados de precificação fornecidos por profissionais da área)
Numeração (Grade)	3 (P, M e G)	
<b>Produção Mensal Mínima</b>	<b>42</b>	

<b>Lucro Líquido</b> [Faturamento - (Custo total de Produção + Custo fixo mensal + Custo de venda direta total)]	<b>R\$ 1138,15</b>
--	--------------------

<b>Faturamento (preço de venda x produção mensal mínima)</b>	<b>R\$ 4830,00</b>
--	--------------------

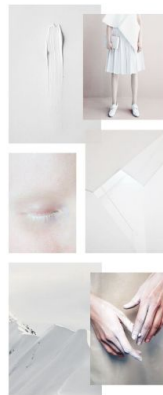
# APRESENTAÇÃO DA METODOLOGIA PROJETOAL

## 1. Disciplina de PPIII

Slow

Significados

Conhecimento



Evolução,  
não Revolução



Painel Estético

Minimalista  
Realista  
Básico

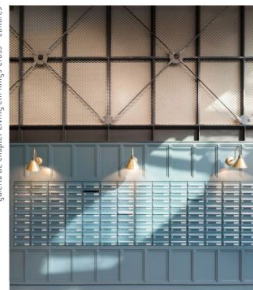


Persona

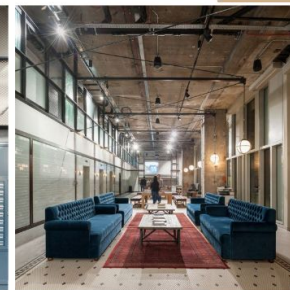
Minimalista  
Clean  
Sustentável

Imagens Pivot

plano de fundo: Linhas em tons de cinza - Londres



Linhas/Shapes



Cores/Materiais/Texturas



## 2. Definição do Conceito da Marca

### SERVIÇOS:

1. Customização
2. Reaproveitamento/Reutilização/Reciclagem
3. Workshops

### CICLO DE VIDA DO PRODUTO:

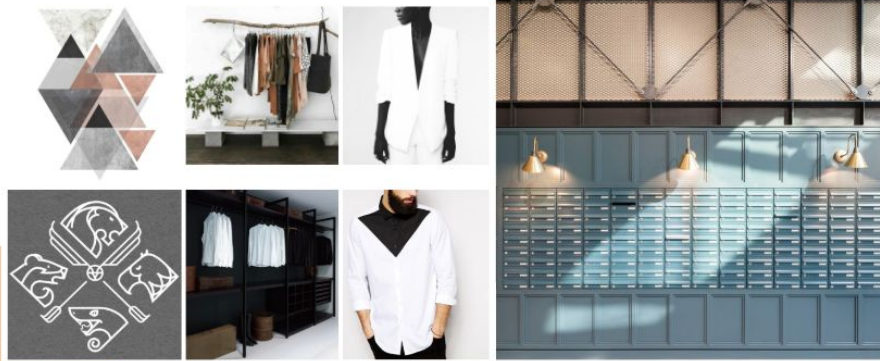
Produção → Loja → Cliente → Loja → Produção

## 3. Escolha do Nome - ERGIT

A partir da idéia do anagrama sugerida pela minha mãe: T I G R E = E R G I T

## 4. Escolha dos elementos de estilo presentes nos produtos

### Linhas/Shapes



galeria de Chapter Living em Kings Cross - Londres

## 5. Aprimoramento dos Conceitos da Marca

Tecidos de doação  
(cliente) e excedentes da  
indústria (fornecedores de  
retalhos)



Desmanche das  
peças de doação



Upcycling e  
Patchwork



Camisaria



Feminina,  
Masculina e  
Agênero

3 modelos e 3  
tamanhos

Fugir do Tradicional

CICLO DE VIDA DO PRODUTO:

Produção → Loja → Cliente → Loja → Produção

# POSICIONAMENTO SUSTENTÁVEL DA MARCA

## **- Qual a relação da marca com os pilares econômico, social e ambiental?**

A ERGIT traz a seus clientes um produto de qualidade, durável e desejável ao mesmo tempo em que cada peça é única e conta uma história, já que é formada a partir de outras peças que já foram de outra pessoa, o que mostra a responsabilidade sustentável da marca com os tecidos e as peças de descarte, além de ressignificá-los.

Mesmo com um preço mais elevado, as peças têm exclusividade e design atemporal, o que contribui para que o cliente deseje os produtos oferecidos pela ERGIT.

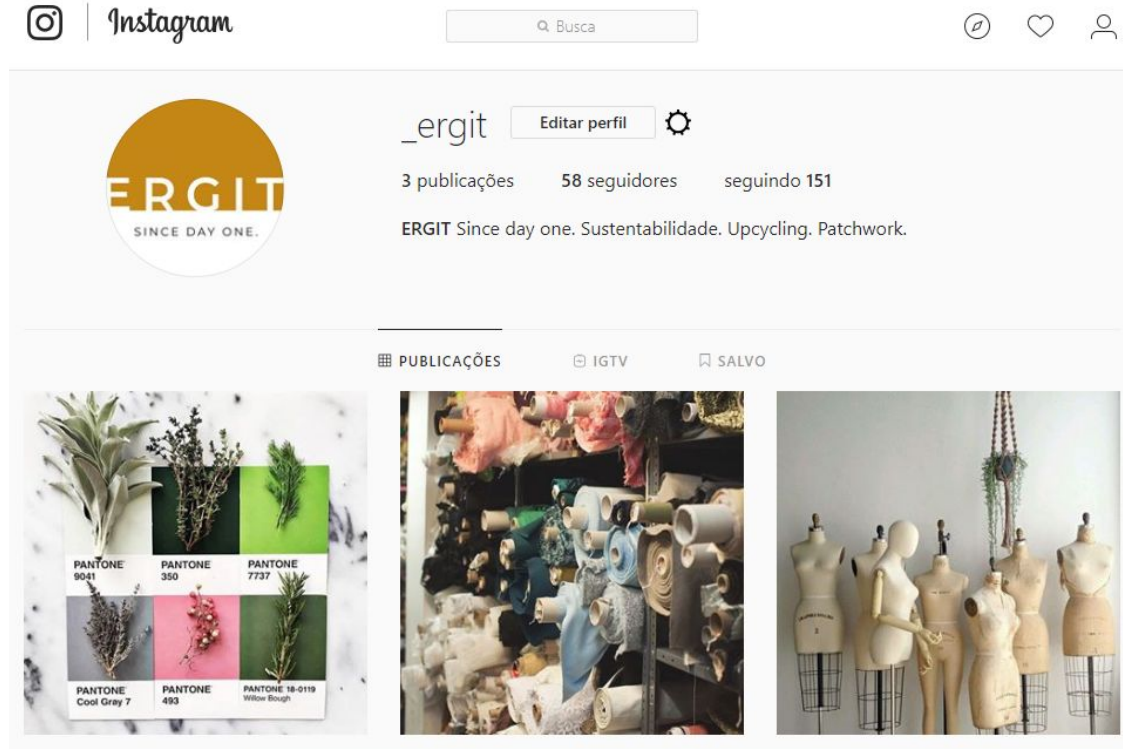
## **- Uma visão crítica e sistêmica, entendendo as limitações e apontando ações futuras e pontos para evoluir.**

A ERGIT acredita que as dificuldades de aceitação no mercado existem e que é preciso mostrar e convencer o cliente de que aquele produto é de qualidade e que ele pode confiar na marca que está consumindo.

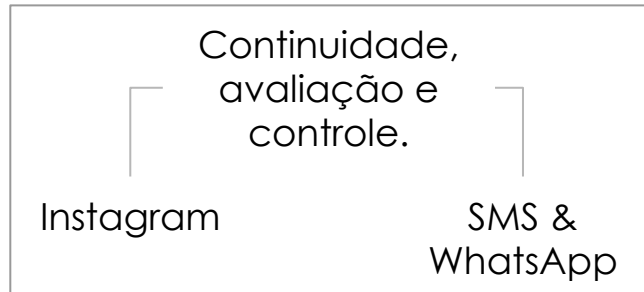
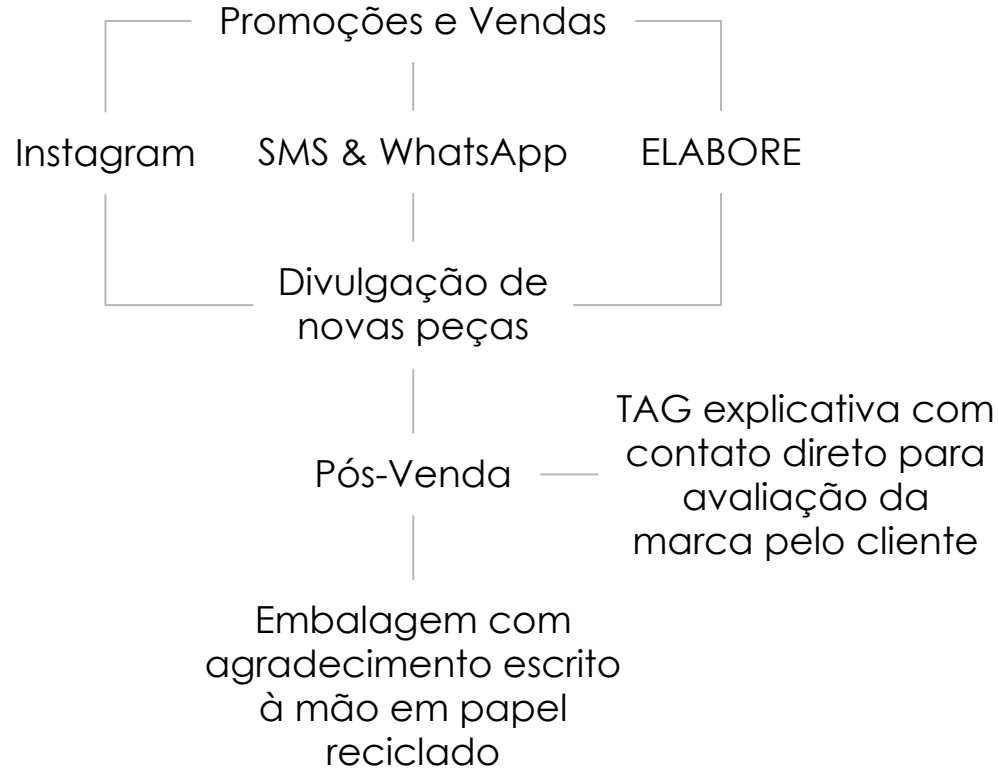
É de interesse da ERGIT criar um diálogo com o cliente, via página no Instagram e telefone/Mensagens de texto/WhatsApp, para sempre trazer melhorias no atendimento, no serviço e no produto oferecidos a seus clientes, a fim de aumentar seu número de consumidores e crescer no mercado.

# PROJETO DE COMUNICAÇÃO

Apresentação  
da marca ao  
público real



\*Print tirado da página oficial do instagram da Marca no dia 27 de junho de 2018





“A melhor maneira de prever o futuro é criá-lo.”

Abraham Lincoln



Obrigada :)

