



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
DEPARTAMENTO DE DESIGN-MODA
PROGRAMA DE GRADUAÇÃO EM DESIGN-MODA**

CAMILLE DE OLIVEIRA BARBOSA

DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO PARA A MARCA URSULINA

FORTALEZA

2018

CAMILLE DE OLIVEIRA BARBOSA

DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO PARA A MARCA URSULINA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programa de Graduação em Design-Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design-Moda. Área de concentração: Desenvolvimento de Produto.

Orientadora: Profa. Ma. Walkíria Guedes de Souza.

FORTALEZA

2018

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)

B196d Barbosa, Camille de Oliveira.

Desenvolvimento de coleção para a marca Ursulina / Camille de Oliveira Barbosa. – 2018.
99 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: Profa. Ma. Walkíria Guedes de Souza.

1. Desenvolvimento de coleção. 2. Criação de marca. 3. Moda. 4. Sustentabilidade. I. Título.

CDD 391

CAMILLE DE OLIVEIRA BARBOSA

DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO PARA A MARCA URSULINA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programa de Graduação em Design-Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design-Moda. Área de concentração: Desenvolvimento de Produto.

Aprovada em: 27/06/2018.

BANCA EXAMINADORA

Profª. Ma. Walkíria Guedes de Souza (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profª. Ma. Marta Sorelia Felix de Castro
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profª. Esp. Joelma Damasceno de Matos
Universidade Federal do Ceará (UFC)

RESUMO

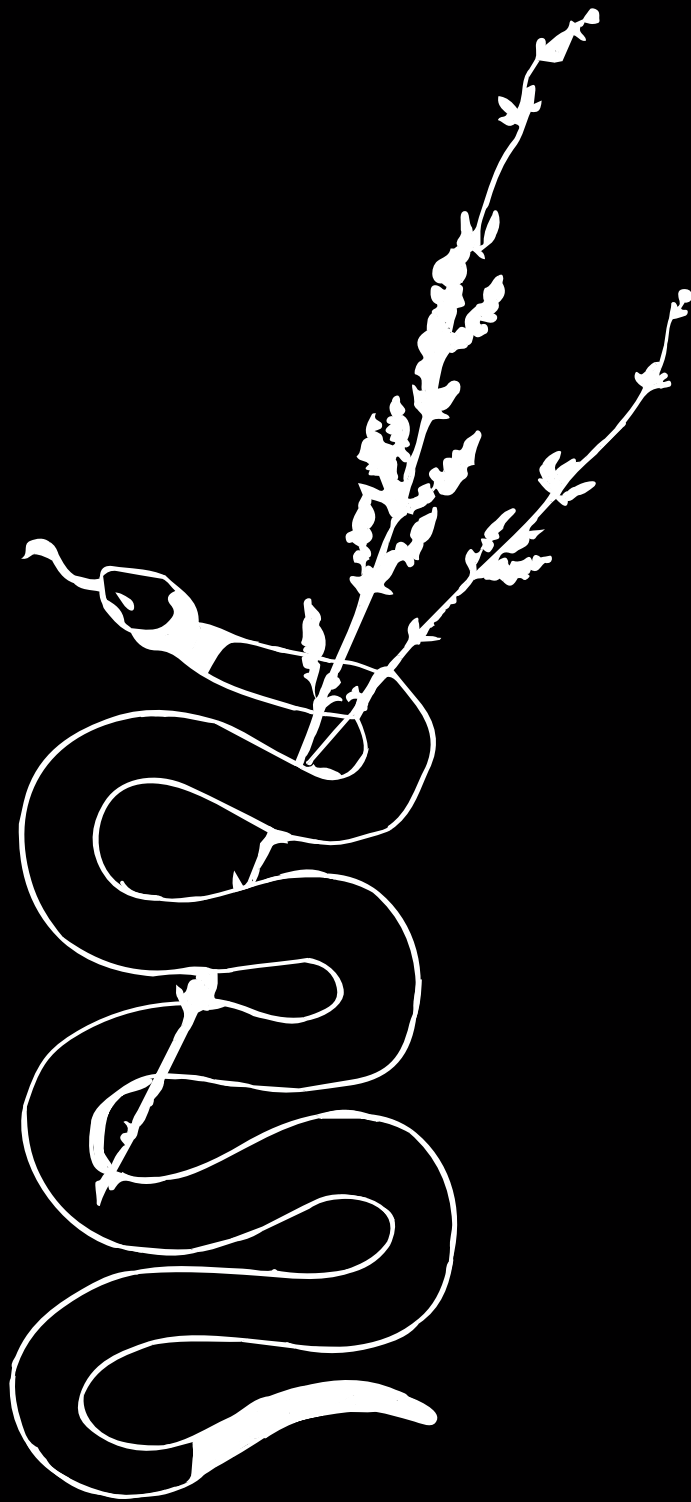
O presente trabalho apresenta a marca Ursulina e o desenvolvimento de sua primeira coleção. São descritas todas as etapas do processo de criação, desde pesquisas até o produto final. A marca combina os estilos *rocker*, *gothic*, *grunge*, *90's* e *70's*, também mesclando referências de outros movimentos de cultura *underground*. Em sua coleção *Filha da Lua*, as raízes ancestrais femininas são resgatadas em meio ao cotidiano moderno, utilizando vocações regionais como o bordado manual e renda artesanal. O projeto tem como um dos objetivos principais conectar moda e sustentabilidade, trazendo estratégias como o reuso de materiais em seu processo de produção, criação desacelerada e em pequena escala. Enfatiza o consumo consciente e o ciclo de vida dos itens de vestuário, combinando suas peças autorais com achados vintage. Através de pesquisa de público, foi identificada uma ausência de marcas com estilo alternativo que pautam sustentabilidade social, econômica e ambiental. Portanto, Ursulina pretende atingir esse público e se consolidar no mercado de Moda autoral de Fortaleza. Nesse portfólio são apresentados os percursos criativos e executivos para sua criação, que contou com pesquisas de campo e bibliográficas, além de métodos de observação. Como resultado, obteve-se uma coleção de Moda coerente com o conceito e público da Ursulina, atendendo as demandas que foram identificadas no mercado em que ela se insere.

Palavras-chave: Moda alternativa. Sustentabilidade. Artesanal. Coleção de Moda.

ABSTRACT

The present work introduces the brand Ursulina and development of its first collection. All stages of creation process, from researches till the final product, are described. The brand combines rock, gothic, grunge, 90's and 70's styles, also mixing references from other underground culture movements. In *Daughter of the Moon* collection, the ancestral roots of woman are rescued in the middle of modern life, using regional vocations like manual embroidery and handmade lace. The main goal of the project is to connect fashion and sustainability, bringing strategies such as reuse of materials in production process, decelerated creation and in small scale. Emphasizes the conscious consumption and life cycle of clothing by combining their authorial articles with vintage pieces. Through target audience research, it was identified an absence of brands with alternative style that guide social, economic and environmental sustainability. Therefore, Ursulina intends to reach this public and consolidate itself in fashion market of Fortaleza. In this portfolio are presented the creative and executive paths for its creation, which counted on field and bibliographical research, as well as methods of observation. As a result, was obtained a fashion collection that is consistent with the concept and public of Ursulina, attending demands that have been identified in market in which it is inserted.

Keywords: Alternative fashion. Sustainability. Handmade. Fashion collection.



) URSULINA (

URSULINA NASCEU DO DESEJO
DE CASAR DOIS AMORES:
MODA ALTERNATIVA E
CONSUMO CONSCIENTE.
COMBINA PEÇAS AUTORAIAS
COM ACHADOS DE BRECHÓS.

TEM SEU ESTILO PRÓPRIO:
MISTURA AS REFERÊNCIAS
ROCKER, GOTHIC, 90'S E 70'S.
TUDO ISSO SEM PERDER SUA
RAIZ REGIONAL.





A CRIADORA:

CAMILLE BARBOSA
DESIGNER DE MODA

APAIXONADA POR SUBCULTURAS E MODA ALTERNATIVA.
BUSCA TER UMA VIDA MAIS CONSCIENTE
E MENOS CONSUMISTA.
UNE SUA ESTÉTICA MARCANTE AO CONCENTO
DE SUSTENTABILIDADE.
PROCURA SEMPRE SAIR DO LUGAR-COMUM.

HABILIDADES:

(CRIAÇÃO, PRODUÇÃO DE MODA,
STYLING, MARKETING, COOLHUNTING,
ESTAMPARIA E BORDADO MANUAL.

INTERESSES:

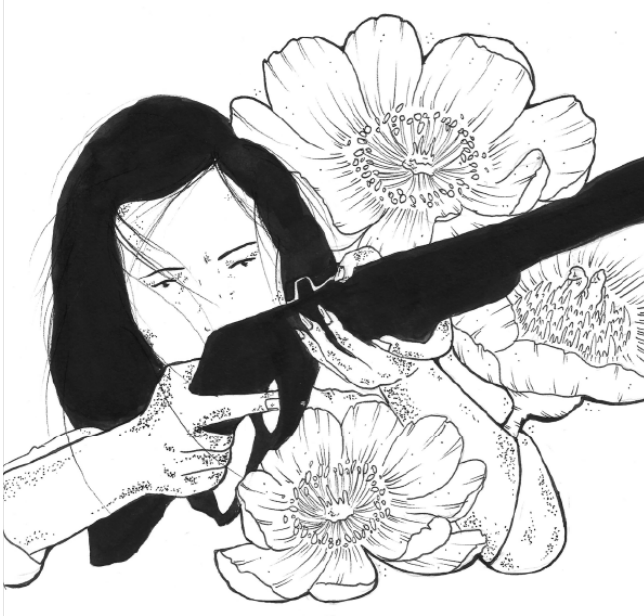
FOTOGRAFIA, ILUSTRAÇÃO E DESIGN GRÁFICO.

MENTE CRIATIVA E INQUIETA.



BRIEFING





I WROTE MY
FEELINGS IN THIS
GOTH PIECE OF
PAPER.



O PROJETO

JUSTIFICATIVA

O PROJETO TEM COMO PROPOSTA TRAZER UMA MARCA DE MODA ALTERNATIVA CONECTADA COM O CONCEITO DE SUSTENTABILIDADE, COM PEÇAS AUTORAIS E DE BRECCHÓS.

FOI OBSERVADA UMA CARÊNCIA DE MARÇAS ALTERNATIVAS AUTORAIS EM FORTALEZA, ASSIM COMO UMA URGÊNCIA EM SE FALAR DE CONSUMO CONSCIENTE.

OBJETIVOS E RESULTADOS

CONSTRUIR E CONSOLIDAR A MARCA URSULINA NO MERCADO DE MODA CEARENSE, POSTERIORMENTE, NACIONAL. PROMOVER A SUSTENTABILIDADE E O CONSUMO CONSCIENTE.

ESPERA CAPTAR SEU PÚBLICO ALVO E ATINGIR O MAIOR NÚMERO DE PESSOAS COM A IDEIA DE MARCA INOVADORA, DIFUNDINDO SEU CONCEITO PARA PESSOAS QUE NÃO TERIAM ACESSO.

RESPONSABILIDADES DO PROJETO

TER RESPONSABILIDADE AMBIENTAL E SOCIAL. CULTIVAR AS RAÍZES CEARENSES. ENALTECER O TRABALHO DE MULHERES.

SE MANTER FIEL AO SEU CONCEITO E IDEOLOGIA. VALORIZAR AS PROFISSIONAIS DA INDÚSTRIA DA MODA.



ANÁLISE SETORIAL	
MARCA, PRODUTO, PREÇO E PRAÇA	
<p>URSULINA. PEÇAS DE VESTUÁRIO, ACESSÓRIOS E SAPATOS, COM FOCO EM ROUPAS.</p>	<p>PREÇO MÉDIO DE 50 A 200 REAIS. LOJA ONLINE (INSTAGRAM E SITE), FUTURAMENTE COM LOJA FÍSICA OU POP-UP STORE.</p>
PROMOÇÃO	
<p>PROMOÇÃO ONLINE, VIA INSTAGRAM, FACEBOOK E GOOGLE ADWORDS.</p>	<p>PARCERIAS COM PÁGINAS E BLOGS QUE SE ENCAIXEM COM O CONCEITO DA MARCA. FUTURAMENTE PUBLICIDADE OFFLINE, EM REVISTAS E JORNAIS.</p>
ESTUDO DE TENDÊNCIAS	
<p>NAS ÚLTIMAS SEMANAS DE MODA, FORAM OBSERVADAS ALGUMAS TENDÊNCIAS QUE SE ALINHAM COM O CONCEITO DA MARCA.</p>	<p>ALGUMAS DELAS SÃO: TOTAL PRETO, REFERÊNCIAS AO MOVIMENTO GÓTICO, INFLUÊNCIA 90'S, USO DE TECIDOS FLUIDOS E TRANSPARÊNCIAS.</p>
CONCORRENTES	
<p>DIRETOS: BACK TO BASICS, BASICO.COM, SRI (LOTHING, SALOON 33)</p>	<p>INDIRETOS: TULIPA, MOOD, USO ASSIM, BOUTIQUE SÃO PAULO, LOJAS DE DEPARTAMENTO</p>
ESTRATÉGIAS DA EMPRESA	
<p>REAFIRMAR O VALOR IDEOLÓGICO DOS PRODUTOS. FOCAR EM SUSTENTABILIDADE E CONSUMO CONSCIENTE. MOSTRAR O PODER DA MULHER COMO LÍDER NO MERCADO. TER TRANSPARÊNCIA NO PROCESSO DE PRODUÇÃO.</p>	<p>SE MANTER ATUALIZADA EM RELAÇÃO AO SEU PÚBLICO E JOVENS NO GERAL. SER ATIVA NA INTERNET. TRANSFORMAR A MARCA EM CONCEITO.</p>



OUTRAS INFORMAÇÕES

PÚBLICO ALVO

MULHERES JOVENS (18 A 30 ANOS) DE FORTALEZA, DAS CLASSES C, D. POSSUEM ESTILO ALTERNATIVO E SE PREOCUPAM COM O MEIO AMBIENTE.

NA SUA MAIORIA UNIVERSITÁRIAS OU RECENTEMENTE FORMADAS, SE INTERESSAM POR MODA E VALORIZAM UMA PEÇA COM ESTILO.

NÃO COSTUMAM COMPRAR NAS MARCAS AUTORAIS DA CIDADE POR NÃO TEREM SEU ESTILO, MAS GOSTARIAM DE CONSUMIR NESSE TIPO DE LOJA. PRATICAM - OU TENTAM PRATICAR - UM CONSUMO MAIS CONSCIENTE.

NÃO POSSUEM RENDA ALTA, POR ISSO ACABAM COMPRANDO EM LOJAS DE DEPARTAMENTO E/OU FEIRAS DO CENTRO. COMPREENDEM EM PARTES O IMPACTO NEGATIVO QUE ESSA FORMA DE CONSUMO TEM.

ESTRATÉGIAS DO DESIGN

CRIAR PEÇAS COM ESTILO ALTERNATIVO E MODERNO. USAR O PRETO COMO COR BASE PARA TODAS AS CRIAÇÕES, TENDO ASSIM ROUPAS SEM ESTAÇÃO E PRAZO DE VALIDADE.

TRAZER TÉCNICAS ARTESANAIS COMO O ROCHÊ E BORDADO À MÃO, VALORIZANDO O MODO DE PRODUÇÃO SLOW. TER MODELAGENS QUE VALORIZEM OS MAIS VARIADOS TIPOS DE CORPOS.

INFORMAÇÕES DE PESQUISAS

SUSTENTABILIDADE E CONSUMO CONSCIENTE SÃO TEMAS QUE ESTÃO GANHANDO CADA VEZ MAIS DESTAQUE NA GRANDE MÍDIA.

OUTROS PONTOS IMPORTANTES: TRABALHOS MANUAIS, PEQUENA ESCALA DE PRODUÇÃO, PREOCUPAÇÃO COM A VIDA ÚTIL DAS PEÇAS.



CONCEITO



URSULINA DE JESUS, SÃO PAULO, 1754

ACUSADA DE BRUXARIA PELO MARIDO.

CONSIDERADA CULPADA PELA IGREJA.

EXECUTADA EM PRAÇA PÚBLICA,
QUEIMADA VIVA.

JÁ EM SEU NOME, URSULINA RESGATA TODA A FORÇA
DAS RAÍZES ANCESTRAIS FEMININAS.

SE CONECTA COM A NATUREZA, MAS SEM PERDER
SUA ESSÊNCIA URBANA.

URSULINA É MULHER MODERNA, ATIVA, DONA DE SI.
QUE BUSCA UMA VIDA MENOS COMPLICADA MAS
QUE TENHA SUA CARA.

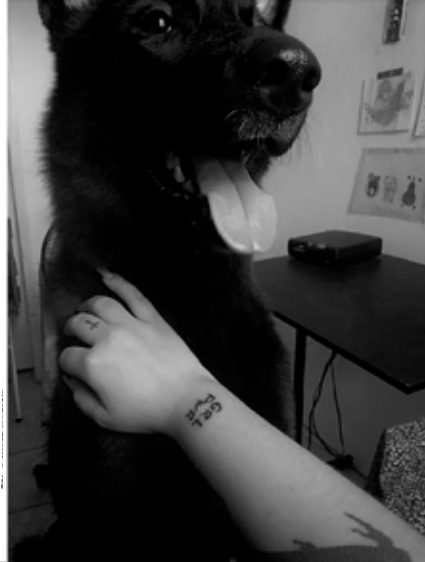
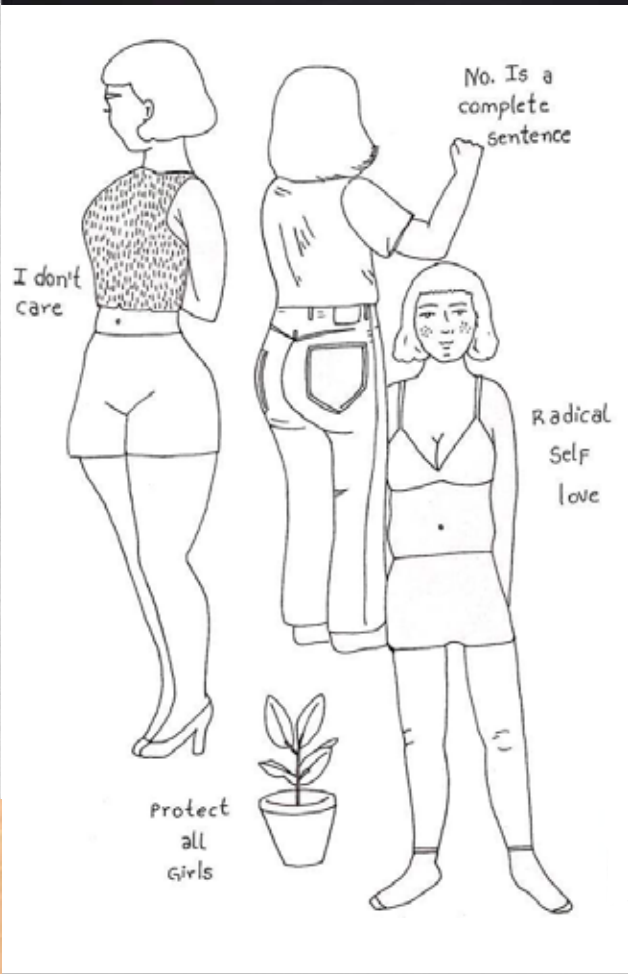
É ROCKER, CASUAL, GRUNGE, GÓTICA.

SÃO VÁRIAS EM UMA. CADA UMA ÚNICA.

E TODAS COM A MESMA REBELDIA E IRREVERÊNCIA.

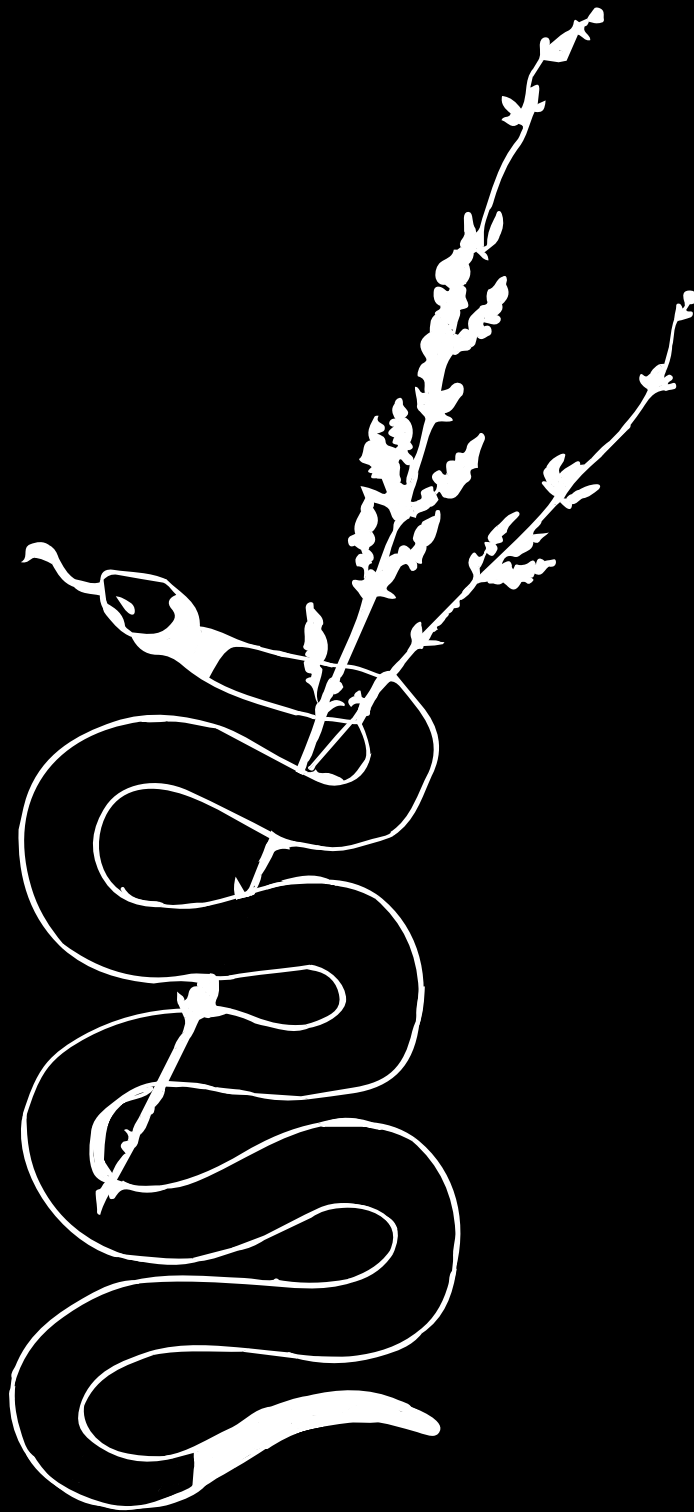
PORQUE NÓS SOMOS NETAS DAS BRUXAS QUE NÃO
CONSEGUIRAM QUEIMAR!





IDENTIDADE
DE
MARCA





) URSULINA (

PARA A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE DA MARCA,
FORAM USADOS ELEMENTOS QUE LEMBRAM
O UNIVERSO DAS BRUXAS, MAS SEM
ESQUECER AS REFERÊNCIAS REGIONAIS.

A COBRA: SEMPRE ASSOCIADA À BRUXARIA,
ELA REPRESENTA SABEDORIA E MISTÉRIO.
AS BRUXAS POSSUÍAM LIGAÇÕES FORTES
COM ANIMAIS, QUE ERAM CONSIDERADOS
SUAS ALMAS FORA DOS CORPOS.

A ALFAZEMA: A ESPÉCIE NA COR BRANCA
É NATIVA DO BRASIL. (CHAMADA DE ERVA SANTA,
REMETE AO CUIDADO COM A NATUREZA
E O CONHECIMENTO SOBRE SUA TERRA.

XILOGRAVURA: ARTE TÍPICA NORDESTINA,
USADA COMO INSPIRAÇÃO PARA O
TRAÇADO DA LOGO.





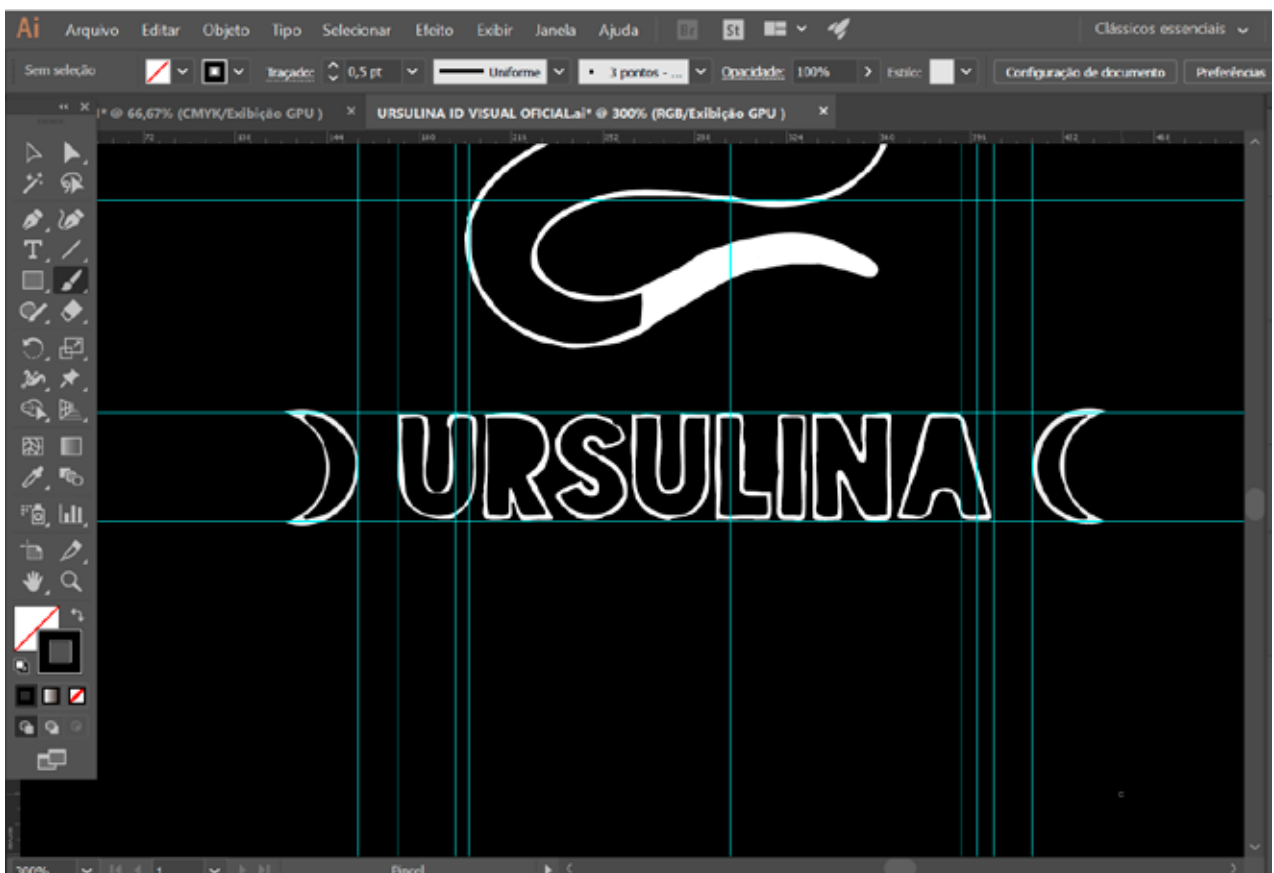
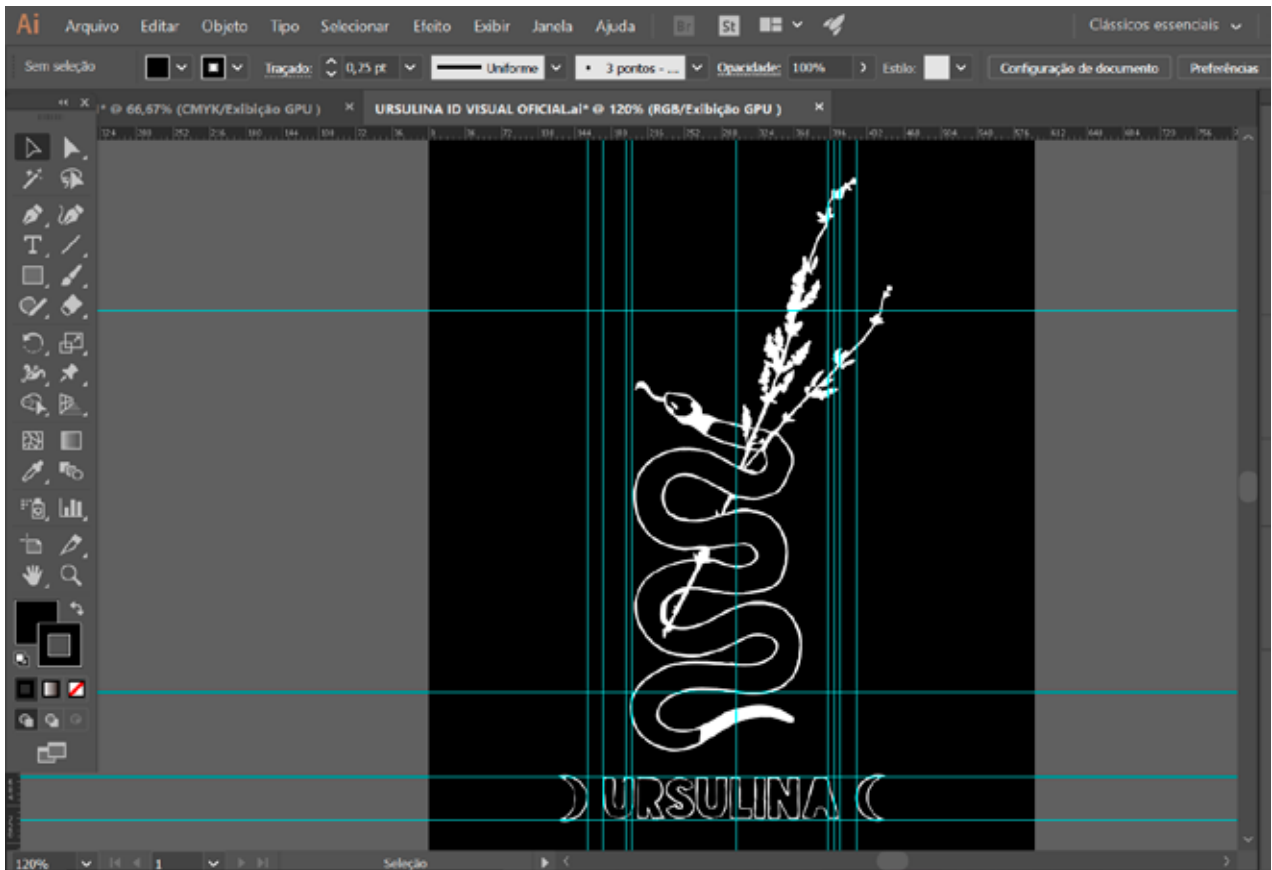
PROCESSO CRIATIVO

NO PROCESSO DE CRIAÇÃO DA LOGO,
A HARMONIA DOS ELEMENTOS E
FIDELIDADE AO CONCEITO DA MARCA
FORAM OS PONTOS MAIS IMPORTANTES.

A COBRA SE ENROSCA SOBRE OS RAMOS
DE ALFAZEMA, UNINDO ASSIM OS
DOIS ELEMENTOS PRINCIPAIS, SEM CAUSAR
UM GRANDE CONTRASTE ENTRE ELES.

AS LINHAS SÃO IRREGULARES, REMETENDO
AO TRABALHO MANUAL DA XILOGRAVURA.
A IDEIA É FUGIR DE RETAS PRECISAS
E AUTOMÁTICAS.

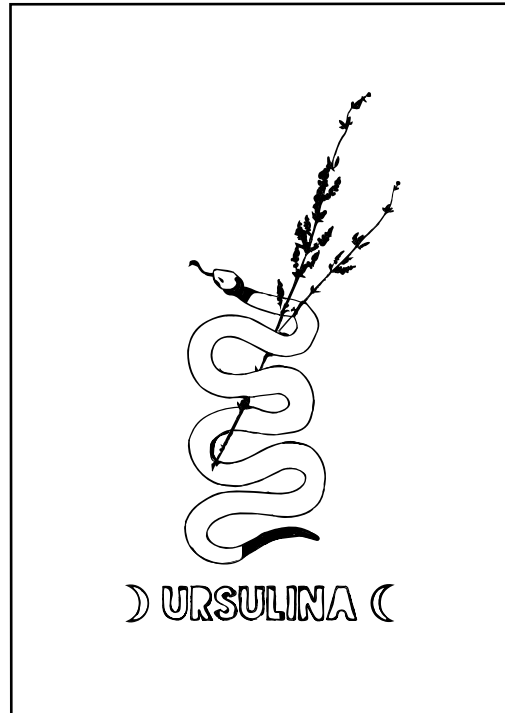
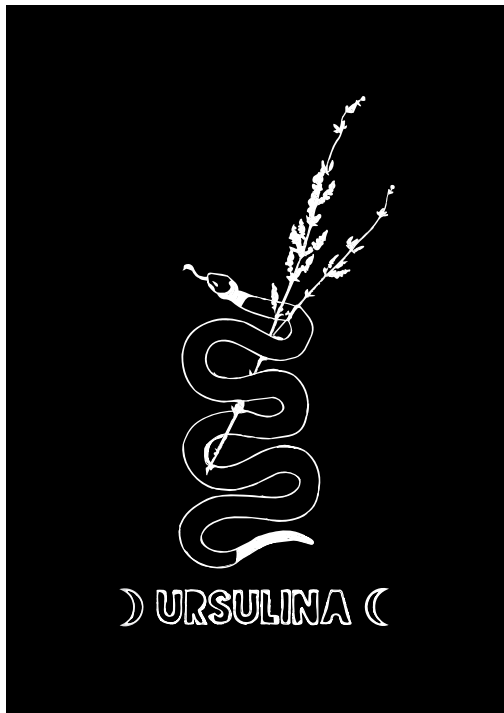




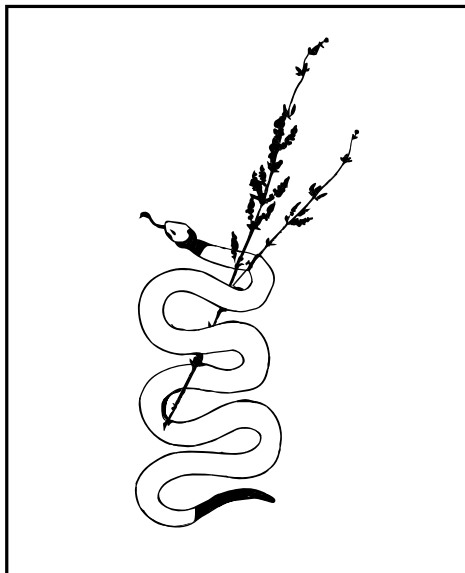
CONSTRUÇÃO DA LOGO NO PROGRAMA ILLUSTRATOR

APLICAÇÕES

A LOGO POSSUI APENAS DUAS VARIAÇÕES
DE CORES: PRETO E BRANCO.



OUTRAS VERSÕES: SÍMBOLO E NOME
USADOS SEPARADAMENTE.



PESQUISAS



PÚBLICO ALVO

MULHERES JOVENS, QUE POSSUEM ESTILO ALTERNATIVO E PROCURAM NOVAS MARÇAS PARA CONSUMIR EM FORTALEZA.

EM SUA MAIORIA UNIVERSITÁRIAS OU RECÉM FORMADAS, ESTANDO NAS CLASSES C, D.

GOSTAM DE SAIR À NOITE, SE DIVERTIR COM AMIGAS E VIAJAR. POSSUEM LIGAÇÃO COM A NATUREZA E SE PREOCUPAM COM SUA PRESERVAÇÃO, SEJA DE FORMA ATIVA OU EM PEQUENAS ATITUDES.





NAS FOTOS: ANNA JÉSSICA, CAMILLE BARBOSA, KAROL MACHADO, LETHICA VIDAL, MELISSA FERREIRA

PERSONA

MULHER FORTE E DECIDIDA.

FEMINISTA.

CONECTADA COM OUTRAS MULHERES.

GOSTA DE SAIR E VIVER TUDO QUE

A VIDA PODE PROPORCIONAR.

JOVEM, SE MISTURA COM VÁRIAS TRIBOS,

MAS TEM APEGO À SUA ESSÊNCIA.

RAÍZES FINCADAS NO ROCK E

EM MOVIMENTOS DE CULTURA ALTERNATIVOS.

GOSTA DO CONTATO COM A NATUREZA,

SE SENTE PARTE DA TERRA E

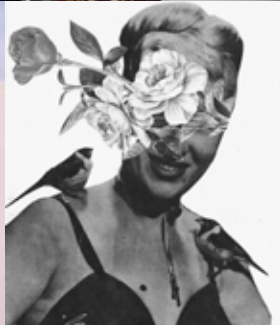
PRESERVA SUA ANCESTRALIDADE.

SEUS HÁBITOS DE CONSUMO SÃO MAIS

LIGADOS À HISTÓRIA DAS PEÇAS E MARCAS,

MAS NÃO DEIXAM DE SE PREOCUPAR COM ESTILO.





ARTISTAS: ANASTACIA PUGACHEVA, CAMILLA ALBANO, ILANA MACHADO, JADE MARRA, JANIS LIMA, JULI RIBEIRO, KAROL MACHADO, LAÍZA FERREIRA, LUANA DORNELAS, MARINA NAGAMULLI, MELISSA FERREIRA, NÁDIA MARIA

CONCORRENTES DIRETOS

A PRINCIPAL CONCORRENTE É A MARCA AUTORAL DE FORTALEZA BACK TO BASICS. AS ROUPAS SÃO MINIMALISTAS, POSSUEM PREOCUPAÇÃO AMBIENTAL E O PRETO É BASTANTE USADO, SENDO SIMILAR À IDEIA DA URSULINA. A DIFERENCIAÇÃO FICA POR CONTA DO ESTILO, MAIS BÁSICO E CLEAN NA BACK TO BASICS.

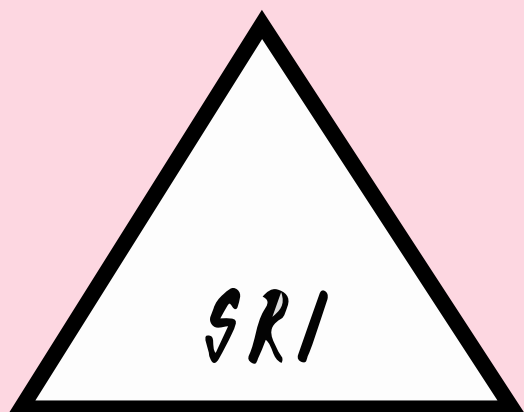
A LOJA ONLINE BÁSICO.COM TAMBÉM POSSUI CONCEITO PARECIDO, COM PEÇAS BÁSICAS E COM PEGADA SUSTENTÁVEL.

OUTROS CONCORRENTES DIRETOS SÃO SALOON 33, SRI CLOTHING E SUPERFLUOS, POR POSSUÍREM ESTILO ALTERNATIVO SIMILAR AO DA MARCA.



BACK TO BASICS
essential clothing

SLN



—
basico.com

superfluous

CONCORRENTES INDIRETOS

COMO CONCORRENTES INDIRETOS, TEMOS A MOOD E TULIPA, MARÇAS AUTORAIS DE FORTALEZA.

OUTRAS MARÇAS QUE SEGUEM O CONCEITO MINIMALISTA, AUTORAL E SUSTENTÁVEL: BOUTIQUE SÃO PAULO E USO ASSIM, AMBAS COM LOJAS ONLINE.

AS LOJAS DE DEPARTAMENTO ENTRAM COMO CONCORRENTES INDIRETAS POR POSSUÍREM FAIXA DE PREÇO SIMILAR À URSULINA E POR SEREM LOCAIS DE COMPRA FREQUENTE DO PÚBLICO ALVO DA MARCA.



M O

O D

TULIPA

b o u t
i q u e
s ã o p
a u l o

USO ASSIM



RCHLO
RIACHUELO

MATERIAIS E PROCESSOS

NA PRIMEIRA COLEÇÃO, FORAM USADOS OS TECIDOS: (REPE, ALGODÃO, MALHA (ESTAMPADA E LISA), SARJA, RENDA ARTESANAL, VELUDO, TULE, HELANCA LIGHT E (ETIM BORDADO.

AVIAMENTOS: LINHA E FIO, BOTÕES, ZÍPER, FIO TRANÇADO, LINHA PARA BORDADO E RENDA.

PARA A CONFECCÃO DAS PEÇAS, FORAM USADAS AS MÁQUINAS INDUSTRIAIS RETA E OVERLOCK.

ALGUNS ACABAMENTOS FORAM FEITOS À MÃO, ALÉM DOS TRABALHOS MANUAIS DE BORDADOS E RENDA ARTESANAL.





CREPE



SARJA



MALHA LISA



HELANCA LIGHT



TULE



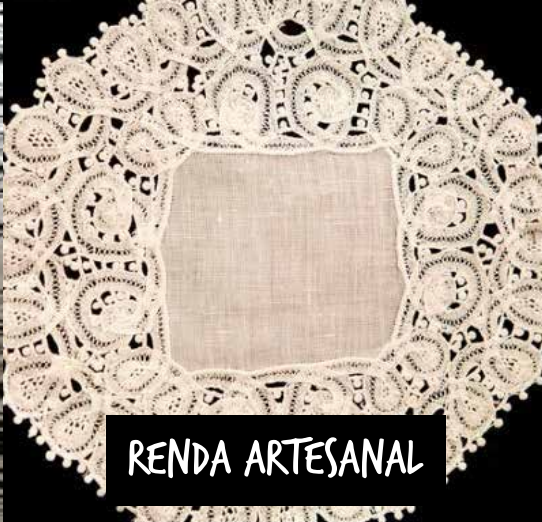
ALGODÃO



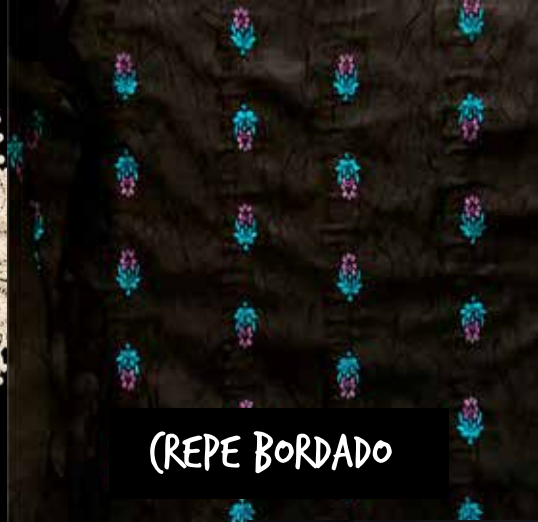
VELUDO



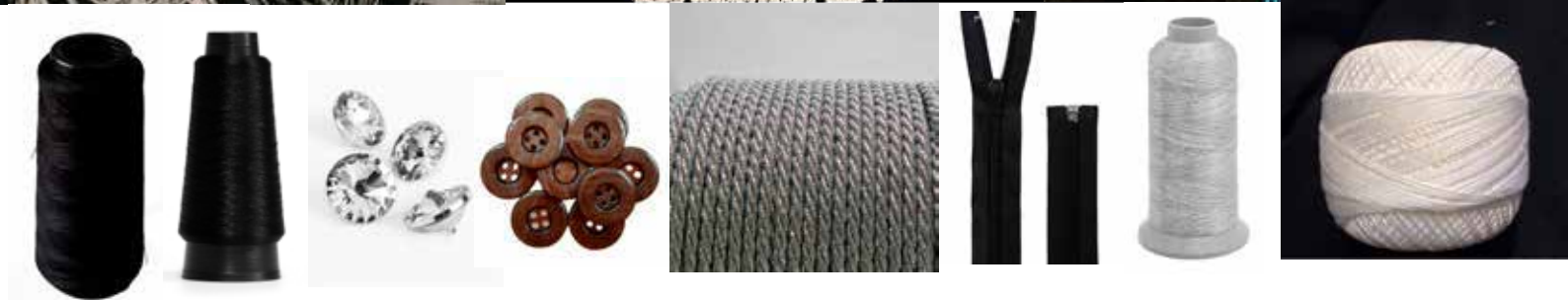
MALHA ESTAMPADA



RENDA ARTESANAL



CREPE BORDADO



LINHA E FIO, BOTÕES, FIO TRANÇADO, ZÍPER, LINHA PARA BORDADO E (ROCHÊ)



MÁQUINA INDUSTRIAL RETA



MÁQUINA OVERLOCK

TENDÊNCIAS

FORAM ANALISADOS DESFILES FALL 2018
DE MARCAS COMO DOLCE & GABBANA E
SAINT LAURENT.

AS TENDÊNCIAS QUE MAIS SE ENCAIXARAM
NO ESTILO DA MARCA FORAM:

GOthic VIBES
MODERN WITCH E
ALL BLACK.





GOthic VIBES: 1 E 3. DOLCE & GABBANA FALL 2018 READY-TO-WEAR, 2. VALENTINO FALL 2018 READY-TO-WEAR



MODERN WITCH: 1 E 3. SAINT LAURENT FALL 2018 READY-TO-WEAR, 2. VALENTINO FALL 2018 READY-TO-WEAR



ALL BLACK: 1 E 2. (ÉLINE FALL 2018 READY-TO-WEAR, 3. VERA WANG FALL 2018 READY-TO-WEAR

VOCAÇÕES REGIONAIS

A MARCA TEM COMO CONCEITO O USO DE PRÁTICAS MANUAIS E ARTESANAIS QUE SÃO PRESENTES NO CEARÁ.

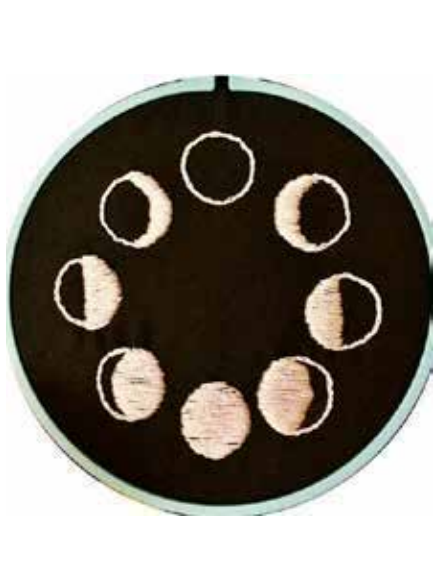
NA PRIMEIRA COLEÇÃO, FORAM USADOS BORDADOS MANUAIS E RENDA ARTESANAL.

PARA AS PRÓXIMAS COLEÇÕES, SERÃO USADAS ESTAMPAS FEITAS PELO MÉTODO DE XILOGRAVURA E (ROCHÊ.





BORDADO À MÃO



RENDA ARTESANAL



XILOGRAVURA EM ESTAMPA

JORGES



©Tableau

V/A

SAMECO 68



ROCHÊ

PROJETO
DE
PRODUTO



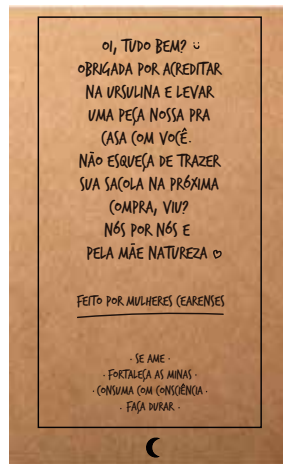
TAG E (ARTÃO

TAGS E (ARTÕES FEITOS COM SOBRAS DE PAPEL CRAFT USADO NAS MODELAGENS.

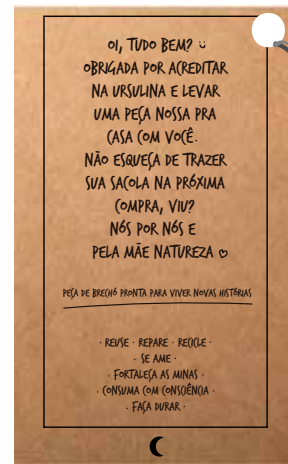
TAGS



FRENTE



VERSO (PEÇAS AUTORAIS)



VERSO (PEÇAS BRECÓ)



FRENTE



VERSO

(ARTÕES



ETIQUETAS E EMBALAGENS

ETIQUETAS DA MARCA FEITAS DE RETALHOS DOS TECIDOS USADOS, (COM LOGO EM SILK.
OUTRA POSSIBILIDADE É APLICAR A LOGO NO AVESSE DA PRÓPRIA PEÇA.



ETIQUETA COSTURADA

ETIQUETA DIRETO NA PEÇA



ETIQUETA DE COMPOSIÇÃO TRADICIONAL.
MATERIAL: (ETIM

EMBALAGENS FEITAS COM MATERIAIS RECICLADOS. NÃO SERÁ USADO PLÁSTICO.



ECOBAGS FEITAS COM SOBRA DE TECIDOS DAS PEÇAS



SACOLA FEITA COM SOBRAS DE PAPEL (RAFT

TEMA DA COLEÇÃO

) FILHA DA LUA ☾

IMAGEM DO PODER FEMININO, A DEUSA TRÍPLICE É UMA DAS PRINCIPAIS DIVINDADES DA RELIGIÃO WICCA.

REPRESENTADA SIMBOLICAMENTE POR 3 LUAS

- (CRESCENTE, CHEIA E MINGUANTE -

CADA UMA DELAS FALA UM

POUCO SOBRE O QUE É SER MULHER.

AS LUAS NOVA E CRESCENTE REPRESENTAM

A DONZELA, PURA E INGÊNUA.

LUA CHEIA, A MÃE, QUE EVOCA TODO O PODER E PROTEÇÃO FEMININA. MINGUANTE, É A ANCIÃ, SÁBIA

E VIVIDA. POR FIM, O CICLO SE FECHA, TENDO

SEU INÍCIO NOVAMENTE NA DOCE LUA NOVA.

EM SUA PRIMEIRA COLEÇÃO, URSULINA

TRAZ A FORÇA DA MULHER, DESDE SUAS RAÍZES ANCESTRAIS.

RETOMA A CONEXÃO COM A NATUREZA E SEU ESPÍRITO.

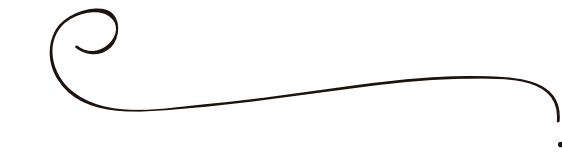
NÓS SOMOS A ESSÊNCIA DA DEUSA TRÍPLICE.

NÓS SOMOS FILHAS DA LUA.





ARTISTAS: ALICE VASCONCELOS, ANASTASIA PUGACHEVA, ANA CLARA OLAG, BRENDDA LIMA, CAMILLA ALBANO, CAMILLE BARBOSA, FERNANDA VALLOIS, GABRIELA SILVEIRA, JADE MARRA, SUSANNA MOTA



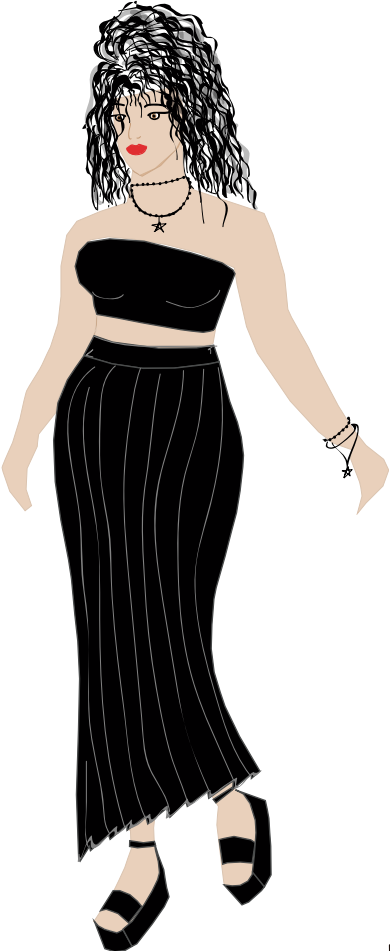
LVA NOVA



(RESCENTE



LVA (HEIA)



MINGUANTE

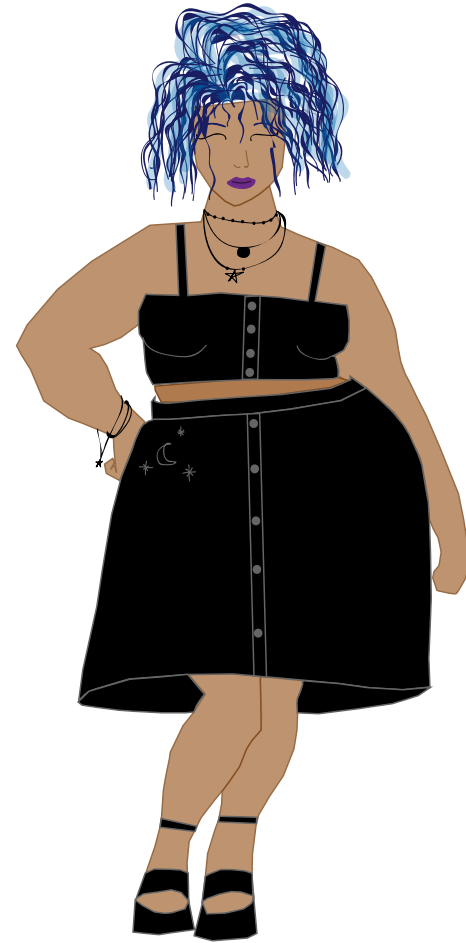
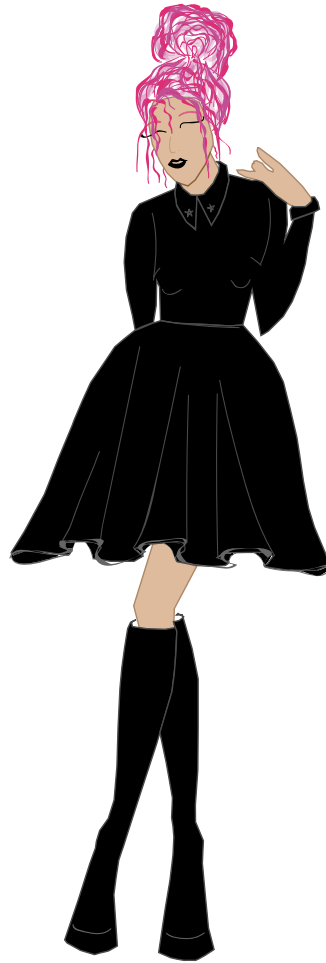
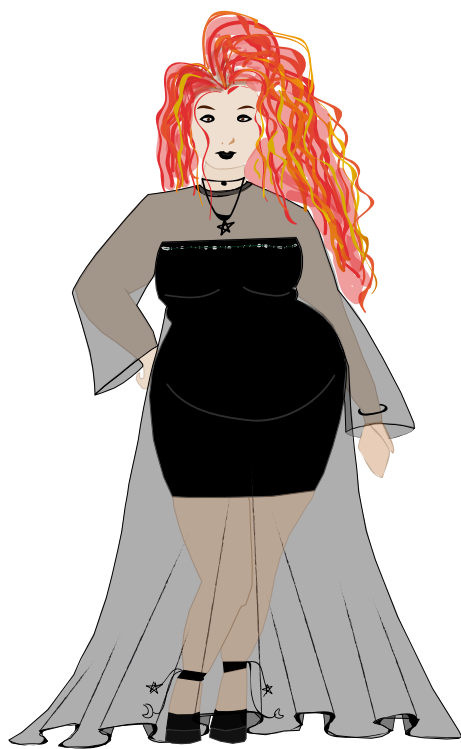


TABELA DE PARÂMETRO DA COLEÇÃO

MIX DE PRODUTOS	BÁSICO	FASHION	VANGUARDA
VESTIDO	3	4	2
MACAQUINHO	-	1	-
SHORT	2	-	-
SAIA	5	1	-
CALÇA	2	-	-
(ROPPED	4	2	-
BODY	1	-	-
TOP	1	1	-
TSHIRT	1	-	-
KIMONO	1	1	-
TOTAL	20	10	2

COMPOSIÇÕES EXECUTADAS



LUA NOVA



CRESCENTE



LUA CHEIA




MINGUANTE

FICHAS TÉCNICAS

LOOK 1

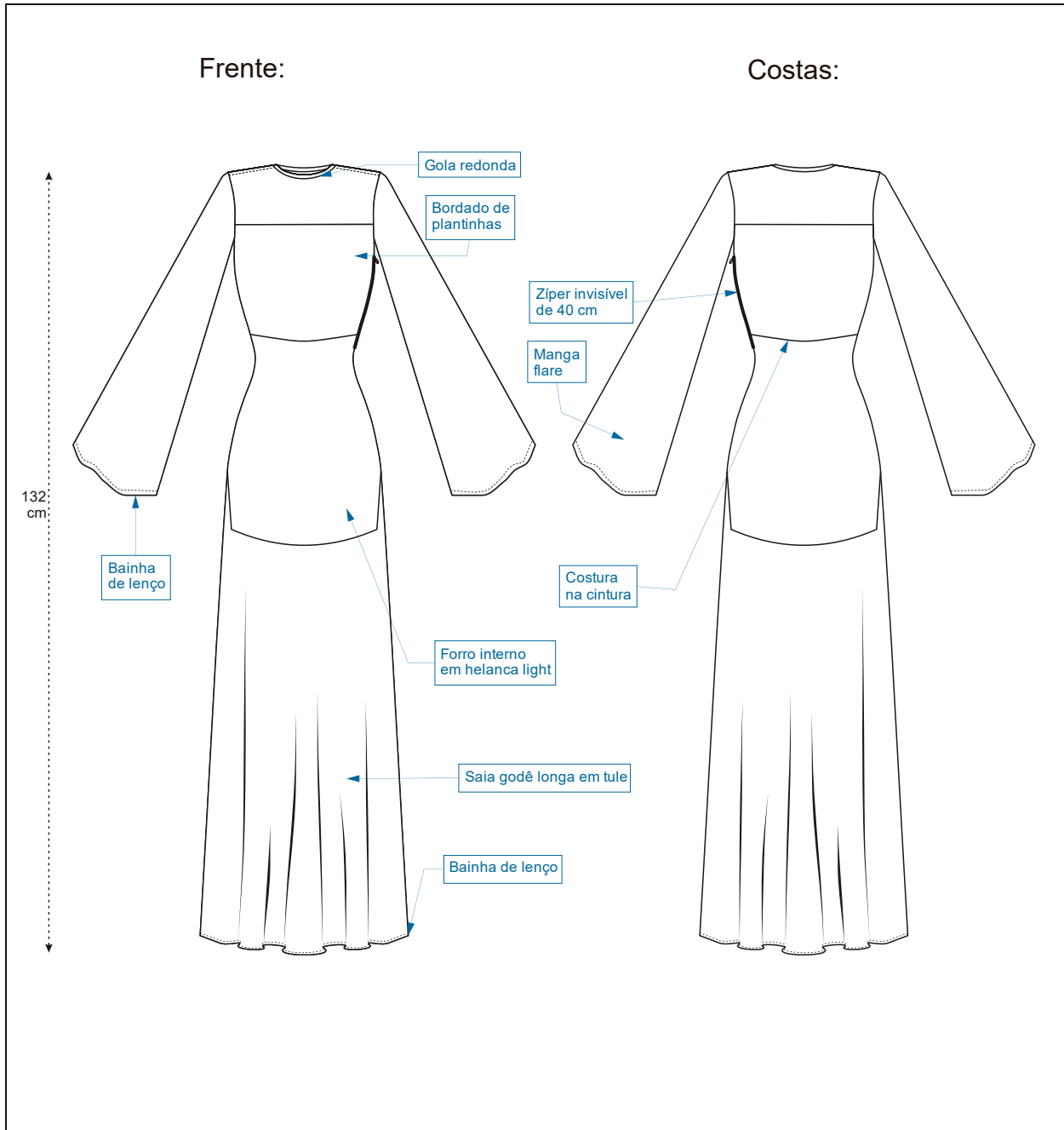


VESTIDO LONGO

	Modelo: Vestido godê longo	
	Coleção: Filha da Lua	
	Empresa: Ursulina	Data: 28/05/18
	Designer: Camille Barbosa	Modelista: Camille Barbosa

FICHA TÉCNICA (pág. 1 de 3)

Vestido godê longo





Modelo: Vestido godê longo	
Coleção: Filha da Lua	
Empresa: Ursulina	Data: 28/05/18
Designer: Camille Barbosa	Modelista: Camille Barbosa

FICHA TÉCNICA (pág. 2 de 3)

Tabela de Materiais

Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
Helanca light	Casablanca	100% PES	Preto	1,50	Metro
Tule	Casablanca	100% PES	Preto	2	Metro

Tabela de Aviamentos

Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
Linha	Coats Corrente Ltda.	100% PES	Preto	1	Tube
Fio	Coats Corrente Ltda.	Misto	Preto	1	Tube
Zíper invisível de 40 cm	YKK	Nylon	Preto	1	Un.
Linha para bordado	Camila Fashion	Mista	Verde/Prateado	1	Tube

Tabela de Etiquetas

Descrição	Material	Tamanho	Fixação
Marca	Algodão	11 cm x 6 cm	Centro, interna
Composição e instrução	Poliéster	20mm X 45mm	Lateral esquerda, interna

Beneficiamentos

Bordado manual de plantas na parte superior frente



Modelo: Vestido godê longo	
Coleção: Filha da Lua	
Empresa: Ursulina	Data: 28/05/18
Designer: Camille Barbosa	Modelista: Camille Barbosa

FICHA TÉCNICA (pág. 3 de 3)

Sequência Operacional

Operação	Máquina	Tempo
Preparar forro inferior	Reta e Overlock	8min
Preparar forro superior	Reta e Overlock	8min
Juntar frente de tule com forro	Reta e Overlock	5min
Juntar costas de tule com forro	Reta e Overlock	5min
Juntar laterais	Reta e Overlock	13min
Pregar mangas	Reta e Overlock	10min
Fechar ombros	Reta e Overlock	4min
Preparar gola	Reta	6min
Pregar gola	Reta e Overlock	10min
Fazer barra da manga	Reta	5min
Fazer bainha	Reta	8min
Limpar e passar	Manual	15min

Observações importantes:

Camille de Oliveira Barbosa

28 / 05 / 2018

Designer:

Camille de Oliveira Barbosa

28 / 05 / 2018

Modelista:

Camille de Oliveira Barbosa

28 / 05 / 2018


PCP:

FICHAS TÉCNICAS

LOOK 2

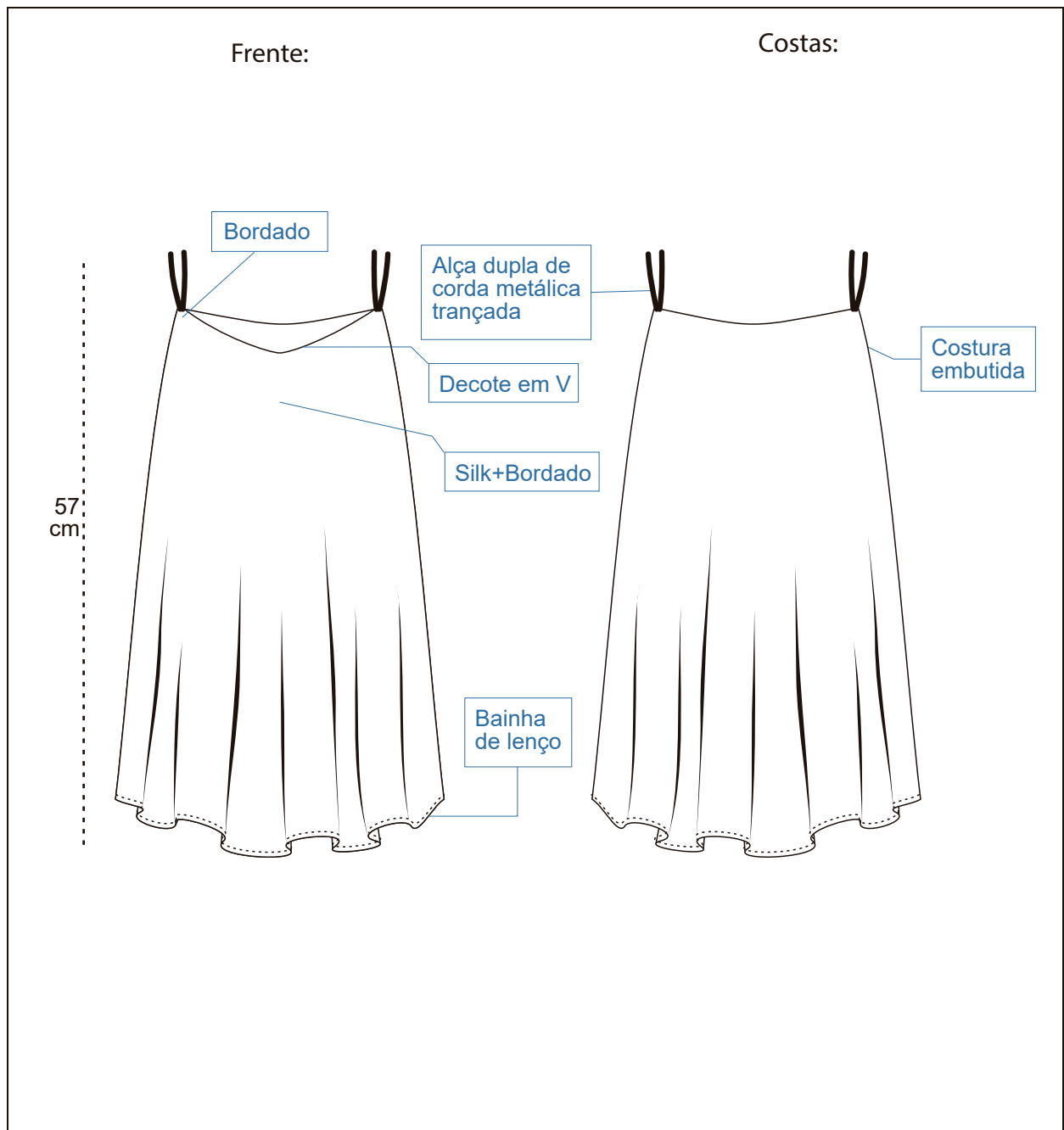


VESTIDO CURTO EVASÊ

	Modelo: Vestido evasê	
	Coleção: Filha da Lua	
	Empresa: Ursulina	Data: 28/05/18
	Designer: Camille Barbosa	Modelista: Camille Barbosa

FICHA TÉCNICA (pág. 1 de 3)

Vestido Evasê



FICHAS TÉCNICAS

LOOK 3



(CROPPED E SAIA LONGA)

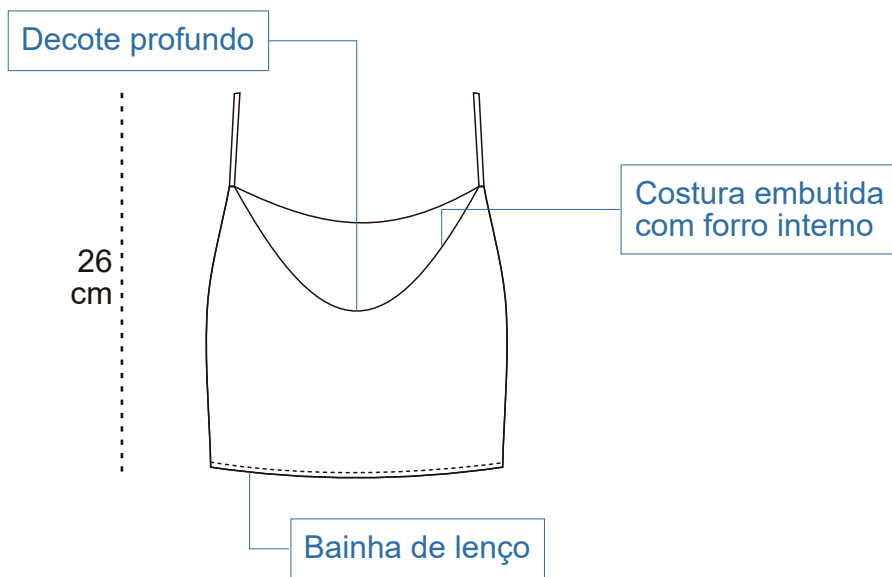


Modelo: Cropped de alças	
Coleção: Filha da Lua	
Empresa: Ursulina	Data: 28/05/18
Designer: Camille Barbosa	Modelista: Camille Barbosa

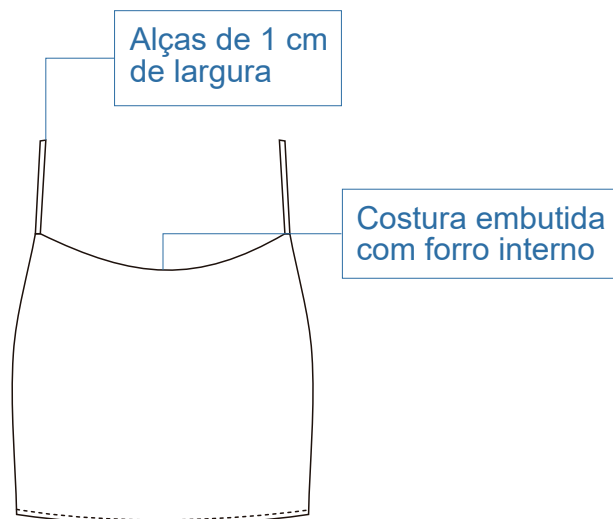
FICHA TÉCNICA (pág. 1 de 3)

Cropped de alças

Frente:



Costas:

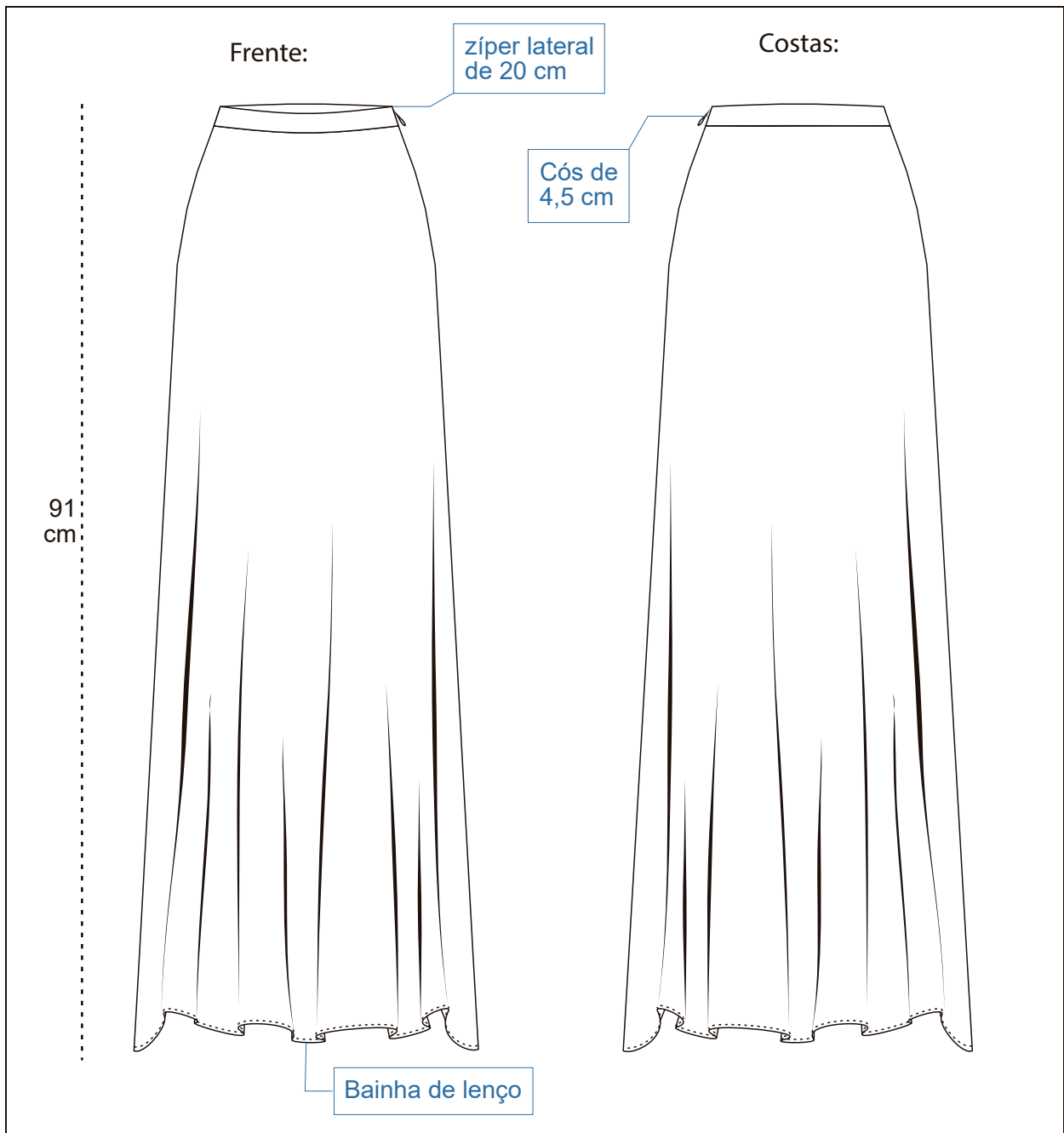




Modelo: Saia longa	
Coleção: Filha da Lua	
Empresa: Ursulina	Data: 28/05/18
Designer: Camille Barbosa	Modelista: Camille Barbosa

FICHA TÉCNICA (pág. 1 de 3)

Saia longa



FICHAS TÉCNICAS

LOOK 4



(ROPPED E CALÇA



Modelo: Cropped gola militar

Coleção: Filha da Lua

Empresa: Ursulina

Data: 28/05/18

Designer: Camille Barbosa

Modelista: Camille Barbosa

FICHA TÉCNICA (pág. 1 de 3)

Cropped gola militar

Frente:

Gola militar

31
cm



Barra de 1,5 cm

Costas:

Abertura gola
traseira de botão



Barra virada
de 2 cm



Modelo: Cropped gola militar	
Coleção: Filha da Lua	
Empresa: Ursulina	Data: 28/05/18
Designer: Camille Barbosa	Modelista: Camille Barbosa

FICHA TÉCNICA (pág. 2 de 3)

Tabela de Materiais

Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
Algodão fio 30	Casablanca	100% CO	Preto	50	cm

Tabela de Aviamentos

Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
Botão 1,5 cm	Casas Fátima	Acrílico	Preto	1	un
Linha	Coats Corrente Ltda	100% PES	Preto	1	tubo
Fio	Coats Corrente Ltda	Misto	Preto	1	tubo
Linha para bordado	Camila Fashion	Mista	Prata	1	tubo

Tabela de Etiquetas

Descrição	Material	Tamanho	Fixação
Marca	Algodão	11cm X 6cm	Centro, interna
Composição e instrução	Poliéster	20mm X 45mm	Lateral esquerda, interna

Beneficiamentos

Estampa localizada em silk
Bordados manuais



Modelo: Cropped gola militar	
Coleção: Filha da Lua	
Empresa: Ursulina	Data: 28/05/18
Designer: Camille Barbosa	Modelista: Camille Barbosa

FICHA TÉCNICA (pág. 3 de 3)

Sequência Operacional

Operação	Máquina	Tempo
Preparar forro inferior	Reta e Overlock	8min
Preparar forro superior	Reta e Overlock	8min
Juntar laterais	Reta e Overlock	5min
Pregar mangas	Reta e Overlock	5min
Fechar ombros	Reta e Overlock	13min
Preparar gola	Reta e Overlock	10min
Pregar botão na abertura gota	Reta e Overlock	4min
Fazer barra da manga	Reta	6min
Fazer bainha	Reta e Overlock	10min
Limpar e passar	Manual	15min

Observações importantes:

Camille de Oliveira Barbosa

Designer:

28 / 05 / 2018

Camille de Oliveira Barbosa

Modelista:

28 / 05 / 2018

Camille de Oliveira Barbosa

PCP:

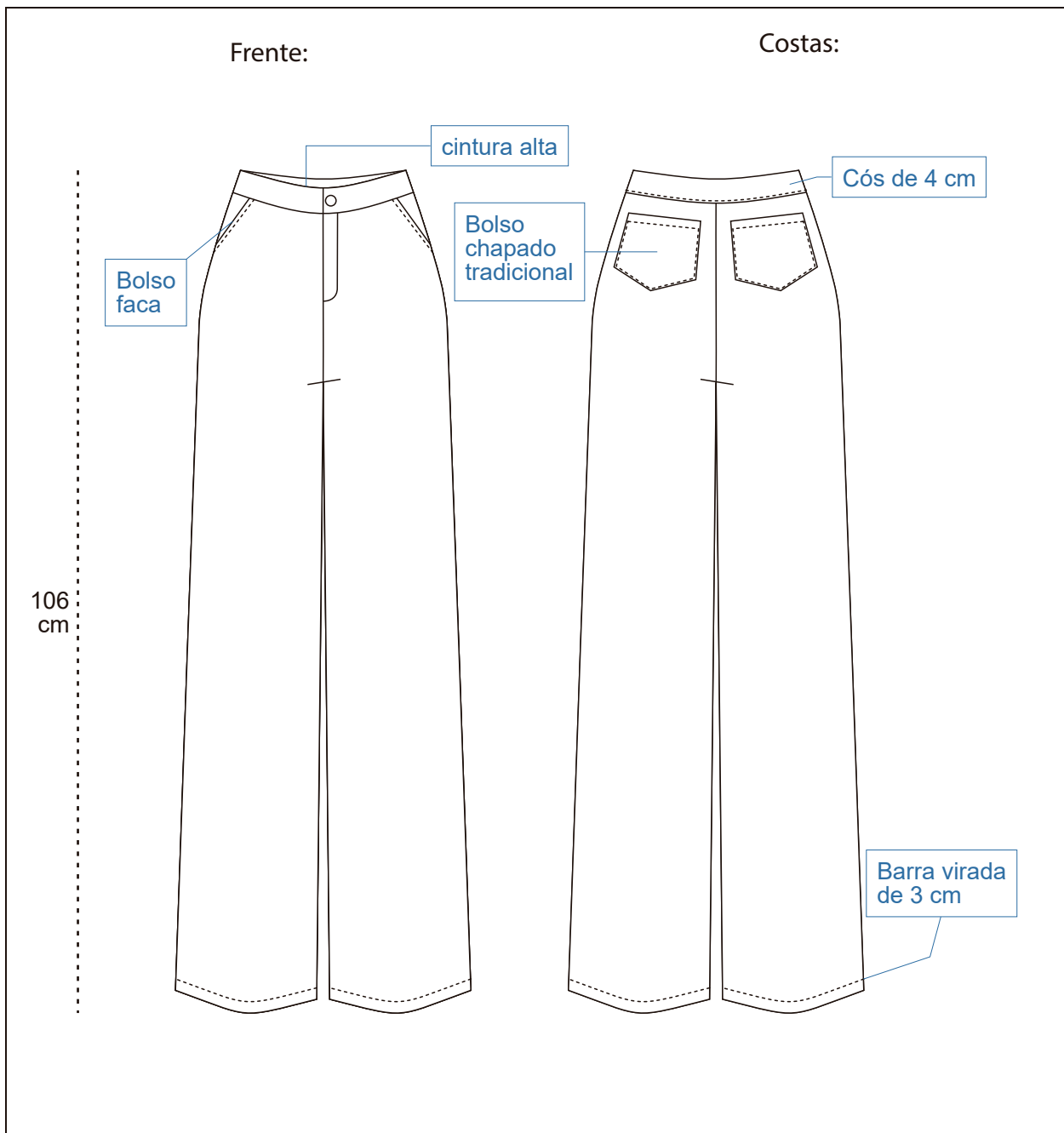
28 / 05 / 2018



Modelo: Calça	
Coleção: Filha da Lua	
Empresa: Ursulina	Data: 28/05/18
Designer: Camille Barbosa	Modelista: Camille Barbosa

FICHA TÉCNICA (pág. 1 de 3)

Calça





Modelo: Calça	
Coleção: Filha da Lua	
Empresa: Ursulina	Data: 28/05/18
Designer: Camille Barbosa	Modelista: Camille Barbosa

FICHA TÉCNICA (pág. 2 de 3)

Tabela de Materiais					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
Sarja	Casablanca	100% CO	Preto	120	cm

Tabela de Aviamentos					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
Botão brilhante	Casas Fátima	Acrílico	Prata	1	un
Linha	Coats Corrente Ltda	100% PES	Preto	1	tubo
Fio	Coats Corrente Ltda	Misto	Preto	1	tubo
Zíper 15 cm	Casas Fátima	Nylon	Preto	1	un
Linha para bordado	Camila Fashion	Mista	Prata	1	tubo

Tabela de Etiquetas			
Descrição	Material	Tamanho	Fixação
Bandeira	Tafetá Plus	18mm X 70mm	Lateral esquerda int.
Composição e instrução	Poliéster	20mm X 45mm	Lateral esquerda int.

Beneficiamentos
Bordado manual (frente e bolsos traseiros)



Modelo: Calça	
Coleção: Filha da Lua	
Empresa: Ursulina	Data: 28/05/18
Designer: Camille Barbosa	Modelista: Camille Barbosa

FICHA TÉCNICA (pág. 3 de 3)

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
Preparar bolsos laterais	Reta e Overlock	8min
Preparar bolsos traseiros	Reta e Overlock	6min
Preparar cócs	Reta e Overlock	10min
Juntar costas	Reta e Overlock	5min
Preparar braguilha com zíper	Reta e Overlock	10min
Juntar frente	Reta e Overlock	5min
Pregar bolsos traseiros	Reta e Overlock	5min
Juntar laterais com bolsos faca	Reta e Overlock	9min
Juntar entrepernas	Reta e Overlock	5min
Pregar cócs	Reta	7min
Fazer barra	Reta	6min
Limpar e passar	Manual	15min

Observações importantes:

Camille de Oliveira Barbosa
Designer: 28 / 05 / 2018

Camille de Oliveira Barbosa
Modelista: 28 / 05 / 2018

Camille de Oliveira Barbosa
PCP: 28 / 05 / 2018

FICHA DE PRECIFICAÇÃO



PEÇA: VESTIDO LONGO GODÊ (COM MANGA SINO)

REFERÊNCIA: V-0101

INSUMOS DIRETOS	PREÇO	INSUMOS INDIRETOS	PREÇO
TECIDOS	R\$ 21,00	TRANSPORTE/ENERGIA/INTERNET*	R\$ 3,00
AVIAMENTOS	R\$ 4,50	DEPRECIÇÃO DE MAQUINÁRIO*	R\$ 2,00
CORTE	R\$ 4,00	MARKETING*	R\$ 3,00
MODELAGEM	R\$ 10,00	ETIQUETAS E EMBALAGENS**	R\$ 2,00
COSTURA	R\$ 20,00	PRO-LABORE***	R\$ 7,00
ACABAMENTO	R\$ 2,00		
BORDADOS	R\$ 5,00		
TOTAL	R\$ 66,50	TOTAL	R\$ 17,00
CUSTO TOTAL: R\$ 83,50			
MARGEM DE LUCRO: 50% (R\$ 41,75)			
PREÇO DE VENDA: R\$ 126,00			

* VALORES CALCULADOS COM BASE NO CUSTO MENSAL DE CADA ITEM DIVIDIDO PELO NÚMERO DE PEÇAS PRODUZIDAS AO MÊS (200 PEÇAS)

** REFERENTE AO CUSTO DE PRODUÇÃO DAS EMBALAGENS E ETIQUETAS

*** GASTOS PESSOAIS POR VOLTA DE 1400 REAIS AO MÊS, DIVIDIDO PELA PRODUÇÃO MENSAL

FICHA DE PRECIFICAÇÃO



PEÇA: VESTIDO CURTO EVASÊ (COM ALÇAS)

REFERÊNCIA: V-0108

INSUMOS DIRETOS	PREÇO	INSUMOS INDIRETOS	PREÇO
TECIDOS	R\$ 10,00	TRANSPORTE/ENERGIA/INTERNET *	R\$ 3,00
AVIAMENTOS	R\$ 2,00	DEPRECIÇÃO DE MAQUINÁRIO *	R\$ 2,00
CORTE	R\$ 4,00	MARKETING *	R\$ 3,00
MODELAGEM	R\$ 5,00	ETIQUETAS E EMBALAGENS **	R\$ 2,00
COSTURA	R\$ 5,00	PRO-LABORE ***	R\$ 7,00
ACABAMENTO	R\$ 2,00		
BORDADOS	R\$ 2,00		
TOTAL	R\$ 31,00	TOTAL	R\$ 17,00
CUSTO TOTAL: R\$ 48,00			
MARGEM DE LUCRO: 50% (R\$ 24,00)			
PREÇO DE VENDA: R\$ 72,00			

* VALORES CALCULADOS COM BASE NO CUSTO MENSAL DE CADA ITEM DIVIDIDO PELO NÚMERO DE PEÇAS PRODUZIDAS AO MÊS (200 PEÇAS)

** REFERENTE AO CUSTO DE PRODUÇÃO DAS EMBALAGENS E ETIQUETAS

*** GASTOS PESSOAIS POR VOLTA DE 1400 REAIS AO MÊS, DIVIDIDO PELA PRODUÇÃO MENSAL

FICHA DE PRECIFICAÇÃO



PEÇA: CROPPED EM CREPE COM ALÇAS

REFERÊNCIA: (R-0113)

INSUMOS DIRETOS	PREÇO	INSUMOS INDIRETOS	PREÇO
TECIDOS	R\$ 5,00	TRANSPORTE/ENERGIA/INTERNET *	R\$ 3,00
AVIAMENTOS	R\$ 0,50	DEPRECIÇÃO DE MAQUINÁRIO *	R\$ 2,00
CORTE	R\$ 4,00	MARKETING *	R\$ 3,00
MODELAGEM	R\$ 5,00	ETIQUETAS E EMBALAGENS **	R\$ 2,00
COSTURA	R\$ 5,00	PRO-LABORE ***	R\$ 7,00
TOTAL	R\$ 19,50	TOTAL	R\$ 17,00
CUSTO TOTAL: R\$ 36,50			
MARGEM DE LUCRO: 25% (R\$ 9,00 APROX.)			
PREÇO DE VENDA: R\$ 45,50			

* VALORES CALCULADOS COM BASE NO CUSTO MENSAL DE CADA ITEM DIVIDIDO PELO NÚMERO DE PEÇAS PRODUZIDAS AO MÊS (200 PEÇAS)

** REFERENTE AO CUSTO DE PRODUÇÃO DAS EMBALAGENS E ETIQUETAS

*** GASTOS PESSOAIS POR VOLTA DE 1400 REAIS AO MÊS, DIVIDIDO PELA PRODUÇÃO MENSAL

FICHA DE PRECIFICAÇÃO



PEÇA: SAIA LONGA EM MALHA ESTAMPADA

REFERÊNCIA: S-0113

INSUMOS DIRETOS	PREÇO	INSUMOS INDIRETOS	PREÇO
TECIDOS	R\$ 10,50	TRANSPORTE/ENERGIA/INTERNET*	R\$ 3,00
AVIAMENTOS	R\$ 0,50	DEPRECIÇÃO DE MAQUINÁRIO*	R\$ 2,00
CORTE	R\$ 4,00	MARKETING*	R\$ 3,00
MODELAGEM	R\$ 5,00	ETIQUETAS E EMBALAGENS**	R\$ 2,00
COSTURA	R\$ 10,00	PRO-LABORE***	R\$ 17,00
ACABAMENTO	R\$ 2,00		
TOTAL	R\$ 32,00	TOTAL	R\$ 17,00
CUSTO TOTAL: R\$ 49,00			
MARGEM DE LUCRO: 50% (R\$ 24,50)			
PREÇO DE VENDA: R\$ 73,50			

* VALORES CALCULADOS COM BASE NO CUSTO MENSAL DE CADA ITEM DIVIDIDO PELO NÚMERO DE PEÇAS PRODUZIDAS AO MÊS (200 PEÇAS)

** REFERENTE AO CUSTO DE PRODUÇÃO DAS EMBALAGENS E ETIQUETAS

*** GASTOS PESSOAIS POR VOLTA DE 1400 REAIS AO MÊS, DIVIDIDO PELA PRODUÇÃO MENSAL

FICHA DE PRECIFICAÇÃO



PEÇA: CROPPED DE MANGAS COM BORDADO

REFERÊNCIA: (R-0116)

INSUMOS DIRETOS	PREÇO	INSUMOS INDIRETOS	PREÇO
TECIDOS	R\$ 5,00	TRANSPORTE/ENERGIA/INTERNET*	R\$ 3,00
AVIAMENTOS	R\$ 1,00	DEPRECIÇÃO DE MAQUINÁRIO*	R\$ 2,00
CORTE	R\$ 4,00	MARKETING*	R\$ 3,00
MODELAGEM	R\$ 5,00	ETIQUETAS E EMBALAGENS**	R\$ 2,00
COSTURA	R\$ 5,00	PRO-LABORE***	R\$ 7,00
ACABAMENTO	R\$ 1,00		
BORDADOS	R\$ 2,00		
TOTAL	R\$ 23,00	TOTAL	R\$ 17,00
CUSTO TOTAL: R\$ 40,00			
MARGEM DE LUCRO: 50% (R\$ 20,00)			
PREÇO DE VENDA: R\$ 60,00			

* VALORES CALCULADOS COM BASE NO CUSTO MENSAL DE CADA ITEM DIVIDIDO PELO NÚMERO DE PEÇAS PRODUZIDAS AO MÊS (200 PEÇAS)

** REFERENTE AO CUSTO DE PRODUÇÃO DAS EMBALAGENS E ETIQUETAS

*** GASTOS PESSOAIS POR VOLTA DE 1400 REAIS AO MÊS, DIVIDIDO PELA PRODUÇÃO MENSAL

FICHA DE PRECIFICAÇÃO



PEÇA: CALÇA CINTURA ALTA COM BORDADOS

REFERÊNCIA: CA-0116

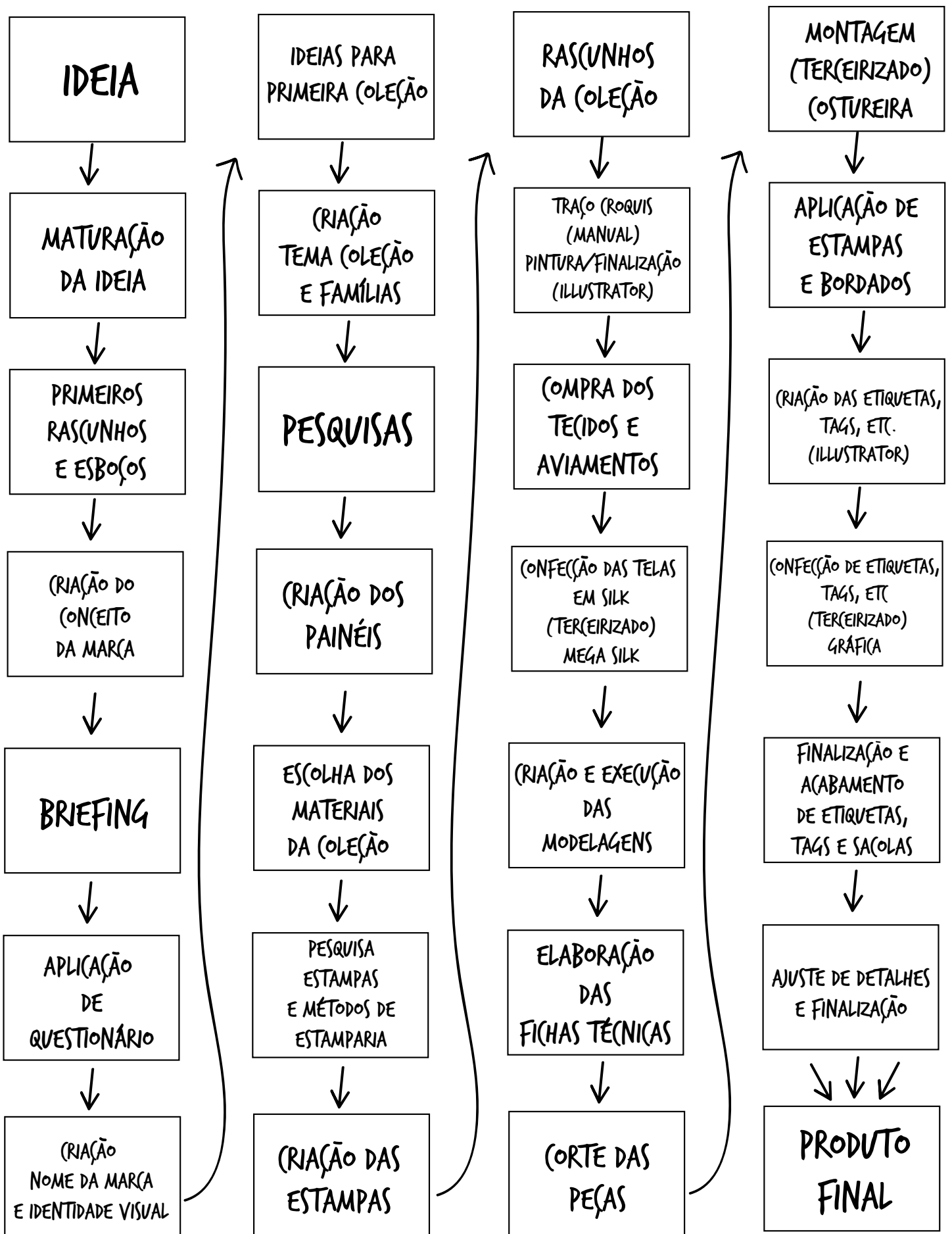
INSUMOS DIRETOS	PREÇO	INSUMOS INDIRETOS	PREÇO
TECIDOS	R\$ 20,00	TRANSPORTE/ENERGIA/INTERNET *	R\$ 3,00
AVIAMENTOS	R\$ 4,00	DEPRECIÇÃO DE MAQUINÁRIO *	R\$ 2,00
CORTE	R\$ 4,00	MARKETING *	R\$ 3,00
MODELAGEM	R\$ 5,00	ETIQUETAS E EMBALAGENS **	R\$ 2,00
COSTURA	R\$ 15,00	PRO-LABORE ***	R\$ 10,00
ACABAMENTO	R\$ 2,00		
BORDADOS	R\$ 5,00		
TOTAL	R\$ 55,00	TOTAL	R\$ 17,00
CUSTO TOTAL: R\$ 72,00			
MARGEM DE LUCRO: 50% (R\$ 36,00)			
PREÇO DE VENDA: R\$ 108,00			

* VALORES CALCULADOS COM BASE NO CUSTO MENSAL DE CADA ITEM DIVIDIDO PELO NÚMERO DE PEÇAS PRODUZIDAS AO MÊS (200 PEÇAS)

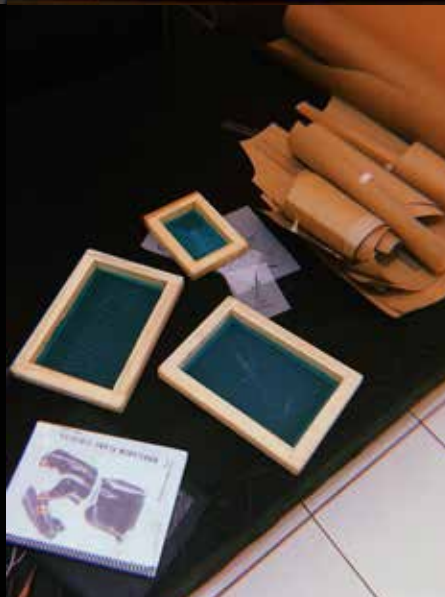
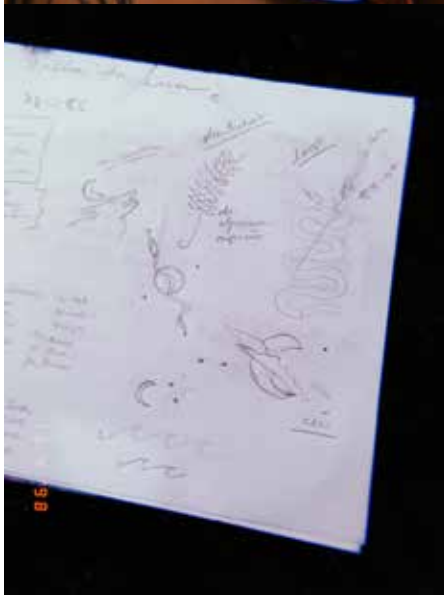
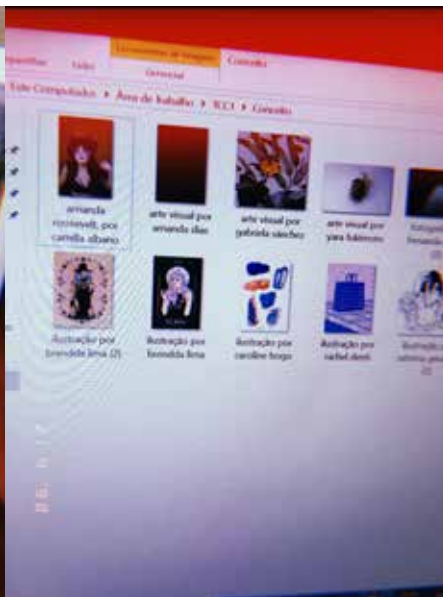
** REFERENTE AO CUSTO DE PRODUÇÃO DAS EMBALAGENS E ETIQUETAS

*** GASTOS PESSOAIS POR VOLTA DE 1400 REAIS AO MÊS, DIVIDIDO PELA PRODUÇÃO MENSAL

METODOLOGIA PROJETUAL



PESQUISAS, RASCUNHOS E COLEÇÃO



MODELAGEM E CORTE

ESTAMPARIA E BORDADO



SACOLAS, ETIQUETAS E TAGS



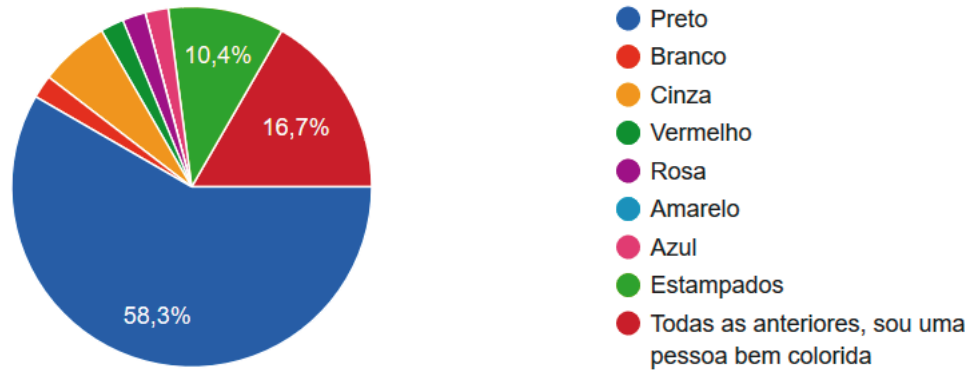
QUESTIONÁRIO

PARA IDENTIFICAR ESTILO DO PÚBLICO, TENDÊNCIAS DE COMPRAS, ACEITAÇÃO DA MARCA NO MERCADO E DEMAIS QUESTÕES, FOI APLICADO UM QUESTIONÁRIO VOLTADO PARA O PÚBLICO ALVO, QUE FOI RESPONDIDO TAMBÉM POR OUTRAS PESSOAS QUE SE INTERESSARAM PELA IDEIA INOVADORA DA MARCA.

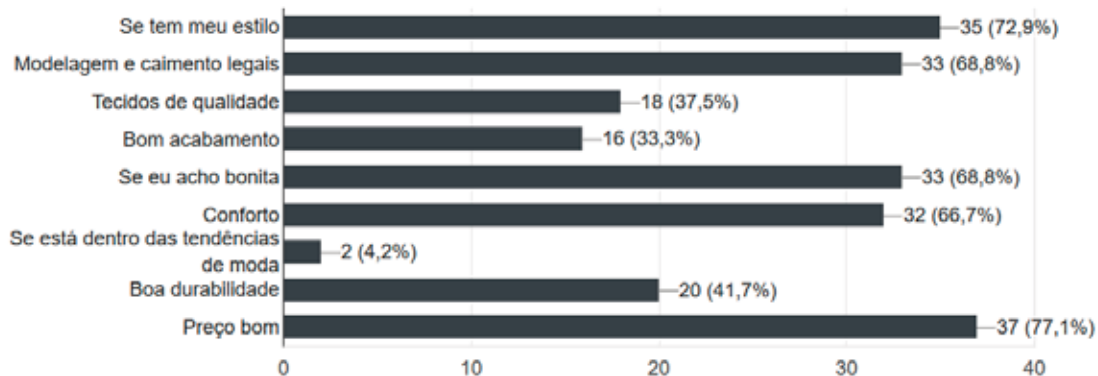


ALGUMAS RESPOSTAS

Qual a cor mais presente no seu armário?



O que você mais considera na hora de comprar uma roupa?



Quais lojas de roupas você costuma comprar?

Lojas de departamento (ex: C&A, Renner, Riachuelo)

Lojas online/lojas do Instagram

Brechó

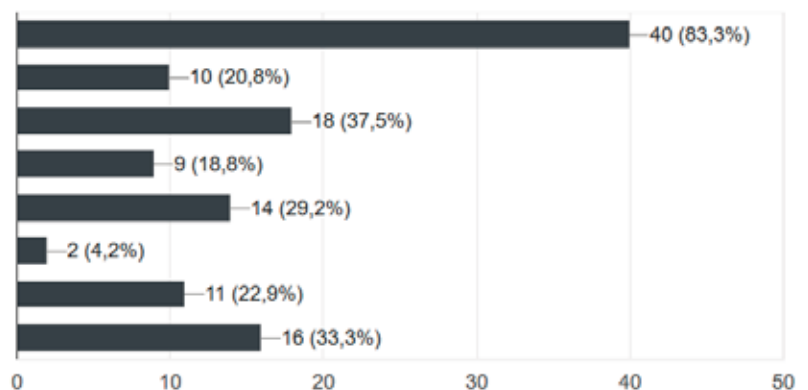
Feiras alternativas

Centro e/ou feiras populares

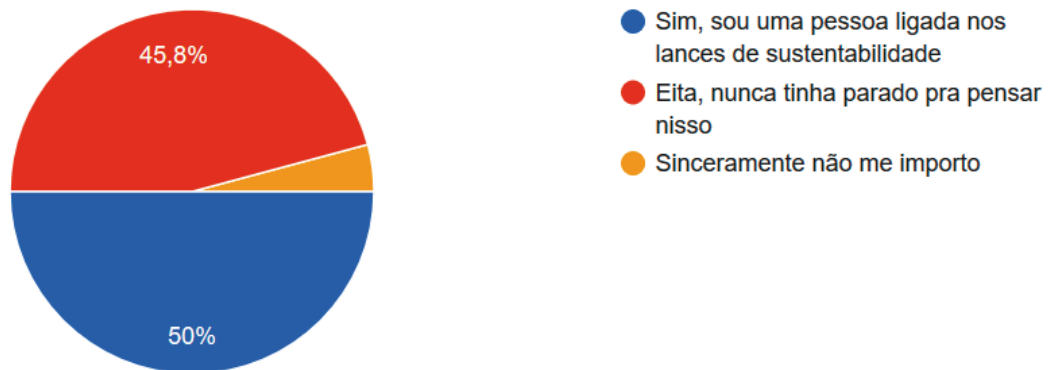
Galeria do Rock

Marcas autorais de Fortaleza (ex: Ahazando, Universo, Genuine)

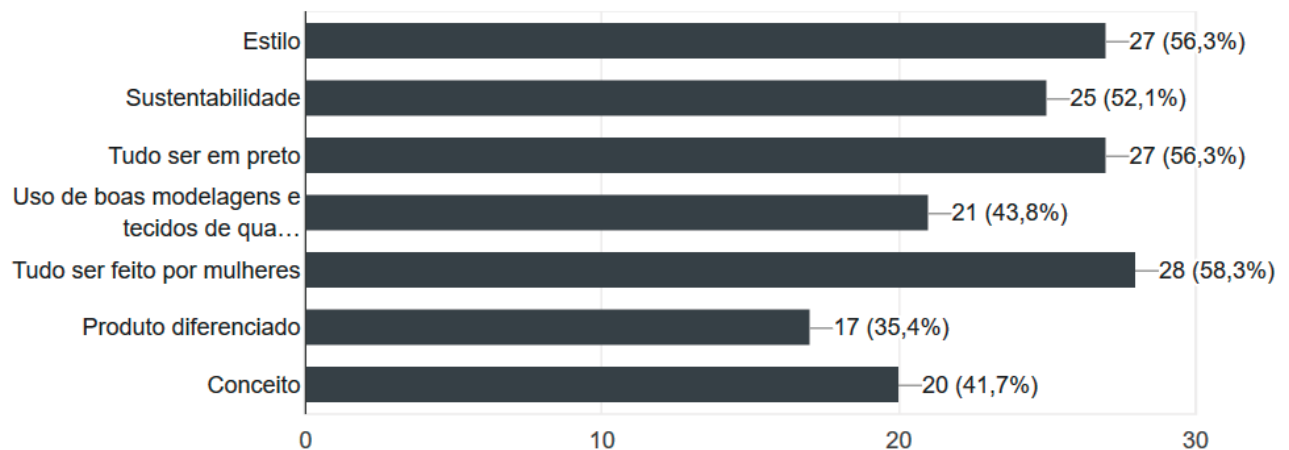
Shopping



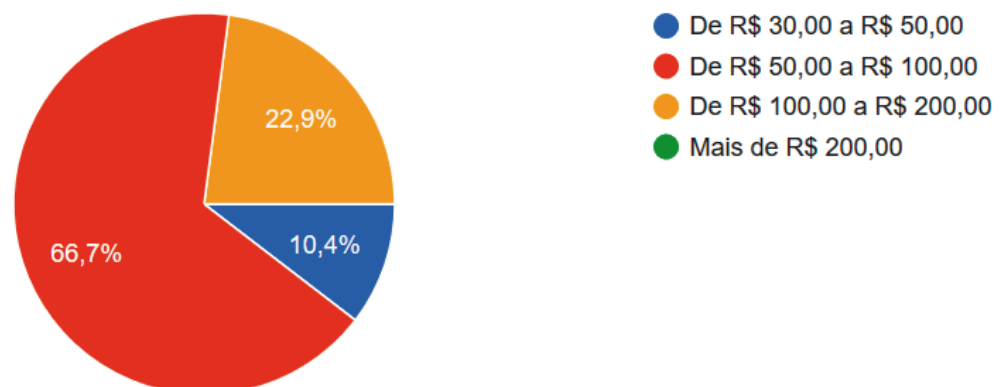
Você procura saber se as marcas que consome prezam pela sustentabilidade socioambiental?



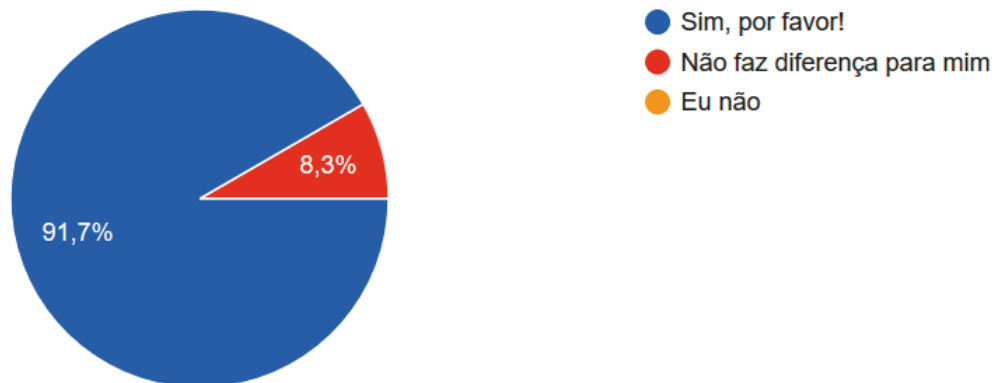
O que mais chamou sua atenção na marca?



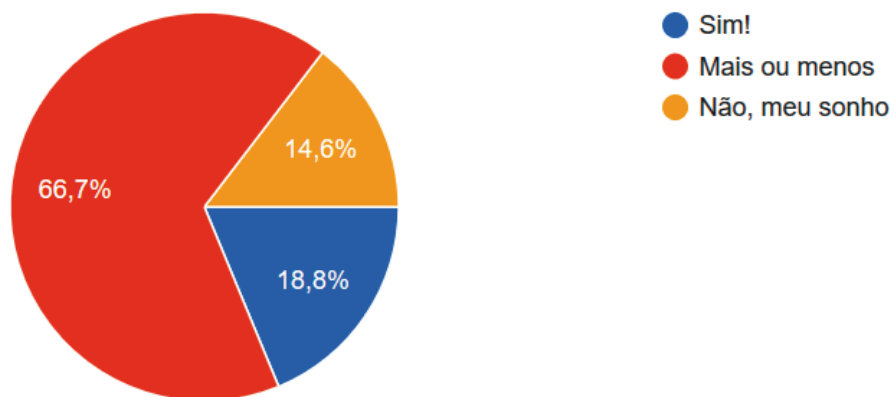
Quanto você pagaria em uma peça dessa marca?



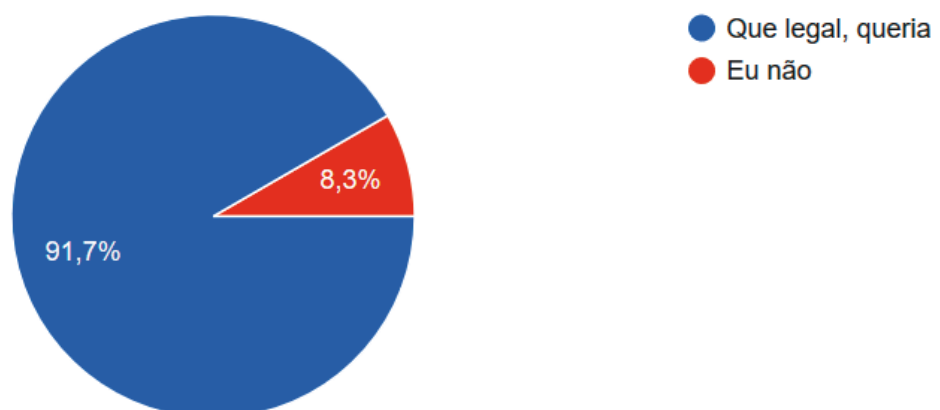
Gostaria que existissem mais marcas que trazem o conceito de sustentabilidade em sua produção?



As marcas que você consome atendem todas as suas necessidades?



Você gostaria de ter mais conexão com as marcas que consome?



SUSTENTABILIDADE



EM SEU CONCEITO, URSULINA RESGATA
A CONEXÃO COM A NATUREZA,
PREOCUPAÇÃO AMBIENTAL E
CONSUMO CONSCIENTE.

SUAS PEÇAS NÃO POSSUEM ESTAÇÃO,
TEM MODELAGENS VERSÁTEIS E
SÃO FEITAS EM SUA MAIORIA EM UMA ÚNICA
COR, O PRETO. TRAZ IDEIAS
SUSTENTÁVEIS EM DIVERSAS ETAPAS
DE SEU PROCESSO PRODUTIVO, DESDE CRIAÇÃO
AO FIM DO CICLO.

MOSTRA OUTRO OLHAR SOBRE
AS VOCAÇÕES REGIONAIS,
VALORIZANDO O TRABALHO DAS ARTESÃS.

AS PEÇAS SÃO PRODUZIDAS DE FORMA
NÃO ACELERADA, CUIDADOSA E EM
POUCA QUANTIDADE.

POSSUI PEÇAS DE BRECHÓS NA SUA
GRADE DE PRODUTOS, RESSIGNIFICANDO
ROUPAS E HISTÓRIAS.



- REUSO DE SOBRAS DE TECIDOS EM SACOLAS E ETIQUETAS.
- REAPROVEITAMENTO DE RESTOS DO PAPEL (RAFT, PARA TAGS E CARTÕES).
- RECICLAGEM DE PAPÉIS QUE NÃO FORAM REAPROVEITADOS (PEDAÇOS PEQUENOS, RISCADOS).
- USO DE TÉCNICAS MANUAIS COMO BORDADO, VALORIZANDO O TRABALHO DAS ARTESÃS.
- VALORIZAÇÃO DA PROFISSIONAL DE COSTURA.
- PARCERIAS COM MULHERES ARTISTAS E PEQUENAS COMERCIANTES.
- ESTAMPAS FEITAS USANDO A TÉCNICA DE SILK, PROCESSO ARTESANAL E PRODUÇÃO EM POUCA QUANTIDADE.
- ENALTECER O TRABALHO DE MULHERES, SENDO USADA SOMENTE MÃO DE OBRA FEMININA NA CONSTRUÇÃO DA MARCA.
- PRODUÇÃO LENTA E SEM ESTOQUE.
- VENDA DE PEÇAS DE BRECHÓS.
- FIM DO CICLO: O DESCARTE DAS PEÇAS PODE SER FEITO NA URSULINA, QUE TERÁ UM PONTO FIXO PARA RECOLHER AS ROUPAS. A ANTIGA DONA DAS PEÇAS RECEBE UM VALOR EM DESCONTO PARA NOVAS COMPRAS. AS PEÇAS, DEPENDENDO DE SEU ESTADO, SÃO COLOCADAS À VENDA NA SESSÃO DE BRECHÓ, CUSTOMIZADAS OU O TECIDO REAPROVEITADO PARA CONFECÇÃO DE SACOLAS E ETIQUETAS.



RESTOS DE TECIDOS E PAPEL (CRAFT) USADOS PARA ETIQUETAS, SACOLAS E TAGS



OS PAPEIS MUITO PEQUENOS E RASURADOS FORAM LEVADOS AO CENTRO DE RECICLAGEM

VALORIZAÇÃO DA COSTUREIRA, USO DE BORDADOS, PARCERIA COM ARTISTAS MULHERES



PRODUÇÃO SLOW, ESTAMPARIA MANUAL, EQUIPE FEMININA, REUSO DAS ROUPAS

BRECHÓ

COM O OBJETIVO DE RESSIGNIFICAR PEÇAS E AUMENTAR SEU CICLO DE VIDA, A URSULINA TERÁ UMA SESSÃO DE BRECHÓ EM SEU SITE E REDES SOCIAIS. AS PEÇAS SERÃO SINALIZADAS COMO DE SEGUNDA MÃO, SENDO DESCRITO O ESTADO DE CONSERVAÇÃO DA PEÇA E POSSÍVEIS AVARIAS.

SERÁ FEITA UMA CURADORIA CUIDADOSA PARA QUE TODAS AS PEÇAS COMUNIQUEM O CONCEITO DA MARCA. O FOCO SÃO ACHADOS ORIGINAIS DE ÉPOCA, SENDO MAIS PRESENTES ACESSÓRIOS E SAPATOS, QUE A MARCA NÃO POSSUI NA SUA GRADE DE PRODUTOS AUTORAIS.

PEÇAS ANTIGAS DE CLIENTES DA MARCA TAMBÉM SÃO RECEBIDAS, CUSTOMIZADAS E VENDIDAS NA SESSÃO DE BRECHÓ.



POR LIMITAÇÕES FINANCEIRAS E POUCA QUANTIDADE DE FORNECEDORES COM MEIOS SUSTENTÁVEIS, ALGUMAS PRÁTICAS AINDA NÃO SÃO POSSÍVEIS. OS TECIDOS UTILIZADOS, POR EXEMPLO, FORAM COMPRADOS EM GRANDES EMPRESAS QUE EM SUA MAIORIA NÃO POSSUEM PREOCUPAÇÃO AMBIENTAL.

PARA AÇÕES FUTURAS, A MARCA PRETENDE USAR TECIDOS ECOLÓGICOS (EX: ALGODÃO ORGÂNICO), FAZER PARCERIAS COM GRUPOS DE ARTESÃS, PROMOVER EVENTOS COM ARTISTAS FEMININAS, OFERECER CURSOS DE CAPACITAÇÃO PARA PEQUENAS EMPREENDEDORAS E ARTESÃS, FAZER A RECICLAGEM DE TODOS OS RESÍDUOS TÊXTEIS E SER UMA EMPRESA QUE PRODUZ PRATICAMENTE ZERO LIXO.



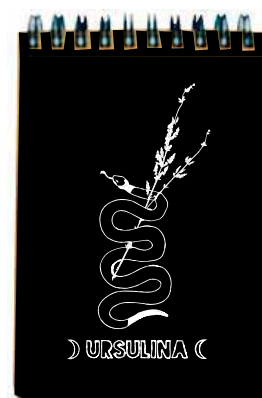
PROJETO
DE
COMUNICAÇÃO



MÍDIA KIT

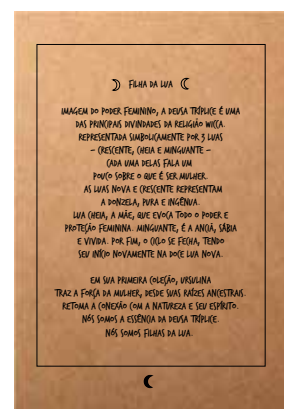
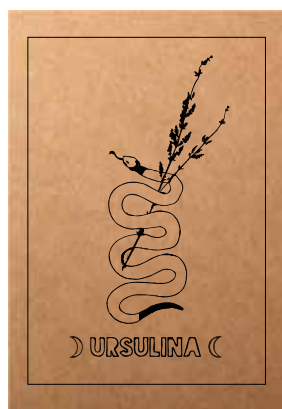
KIT COMPOSTO POR SACOLA, BLOQUINHO DE PAPEL E RELEASE DA COLEÇÃO.

DOIS MODELOS DE BLOQUINHOS



PAPEL CRAFT

CAPA FEITA DE
TECIDO (COM LOGO
EM SILK

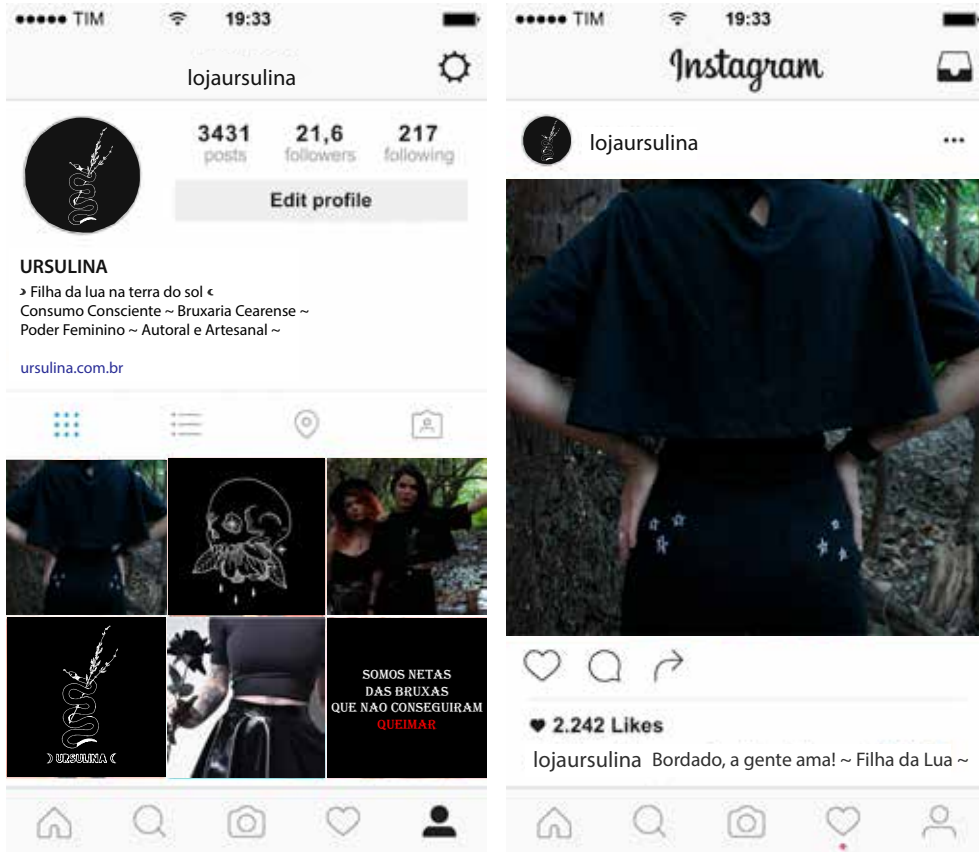


RELEASE

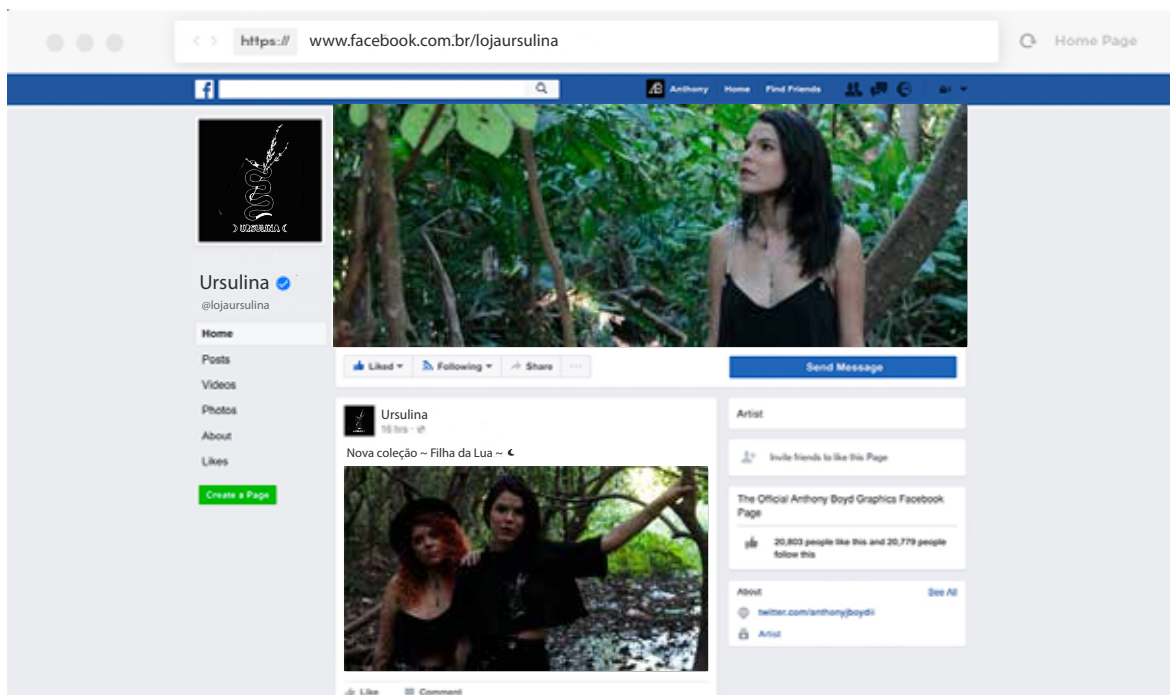


SACOLA FEITA COM
SOBRA DE TECIDOS
E LOGO EM SILK

PLANO DE COMUNICAÇÃO



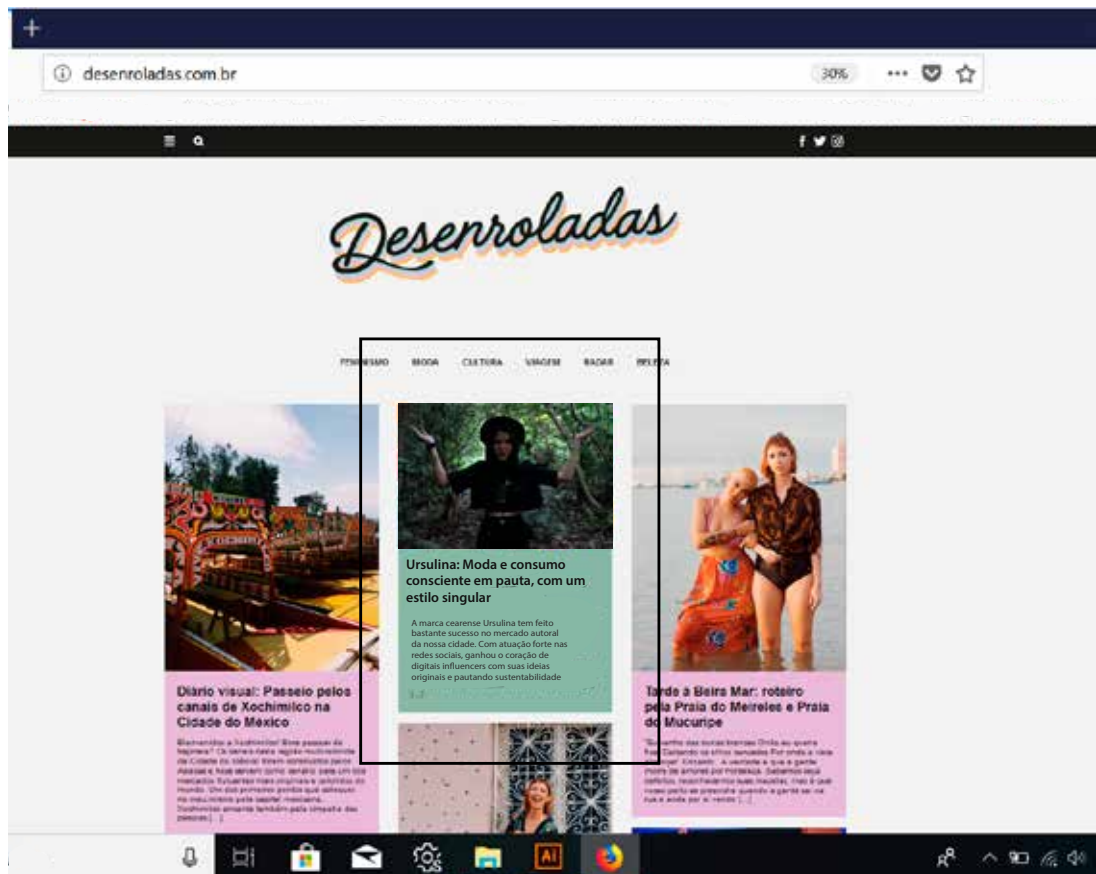
INSTAGRAM



FACEBOOK



SITE



PARCERIAS COM BLOGS

EDITORIAL







WITCH















AGRADECIMENTOS



PRIMEIRO, AGRADEÇO À DEUSA E À NATUREZA
POR TODA A INSPIRAÇÃO NECESSÁRIA.

ÀS MINHAS RAÍZES, MINHA MÃE
E AVÓ, DUAS MULHERES FORTES QUE SEMPRE
ME ENSINARAM A NÃO DESISTIR. TODA MINHA
GARRA VEM DE VOCÊS.

AGRADEÇO ESPECIALMENTE À WALKÍRIA, PROFESSORA DEDICADA
E ORIENTADORA EXCEPCIONAL. NADA DISSO SERIA
POSSÍVEL SEM SUA AJUDA.

À MINHA BANCA, JOELMA E MARTA,
MULHERES INCRÍVEIS QUE ME PASSARAM SEUS
VALIOSOS ENSINAMENTOS EM MEUS ANOS DE CURSO.
MUITO OBRIGADA PELO TEMPO E DISPOSIÇÃO.

À DONA MANINHA, MULHER GUERREIRA E COSTUREIRA
HABILIDOSA, TIROU A URSULINA DOS MEUS
SONHOS E TRANSFORMOU EM REALIDADE
À MINHA IRMÃ DE ALMA NINA, QUE HÁ
10 ANOS ESTÁ DO MEU LADO E ME AMPARA QUANDO PRECISO.

À MINHA AMIGA NOEMI E SUA
MENTE (HEIA DE IDEIAS). ESSE PROJETO CARREGA
UMA PARTE DE VOCÊ E EU ME ORGULHO MUITO DISSO.
ÀS MINHAS IRMÃS DE VIDA, ANNA JÉSSICA E LETHICIA,
QUE ME APOIAM, ME ENALTECEM E ME INSPIRAM.
ESSA TRAJETÓRIA NÃO SERIA TÃO BONITA SEM VOCÊS.

À TODAS AS MULHERES ARTISTAS QUE CONTRIBUÍRAM PARA
O NASCIMENTO DESSE PROJETO.

POR FIM, AO MEU NAMORADO GUILHERME,
MINHA BASE, MINHA LUZ, MEU AMOR.
MUITO OBRIGADA POR ACREDITAR EM MIM
QUANDO NEM EU MESMA ACREDITAVA.

