



Sunny Side
brechó kids



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

GILDERLÂNIA TEIXEIRA DE SOUSA

SUNNYSIDE BRECHÓ KIDS
DESENVOLVIMENTO DE SERVIÇO EM MODA

FORTALEZA
2018

GILDERLÂNIA TEIXEIRA DE SOUSA

SUNNYSIDE BRECHÓ KIDS
DESENVOLVIMENTO DE SERVIÇO EM MODA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Design – Moda do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará, como requisito à obtenção do diploma de graduação em Design – Moda.

Orientador(a): Prof.^a Dr.^a.
Dijane Maria Rocha Victor.

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)

S696s Sousa, Gilderlânia Teixeira de.
 SunnySide Brechó Kids : Desenvolvimento de serviço em moda / Gilderlânia Teixeira de
 Sousa. – 2018.
 29 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. Dra. Dijane Maria Rocha Victor.

1. Brechó infantil. 2. Sustentabilidade. 3. Reuso de roupas. 4. Consumo consciente . I. Título.

CDD 391

GILDERLÂNIA TEIXEIRA DE SOUSA

SUNNYSIDE BRECHÓ KIDS
DESENVOLVIMENTO DE SERVIÇO EM MODA

Aprovada em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Profª Drª Dijane Maria Rocha Victor (Orientadora)

Profª Ms. Walkíria Guedes de Souza

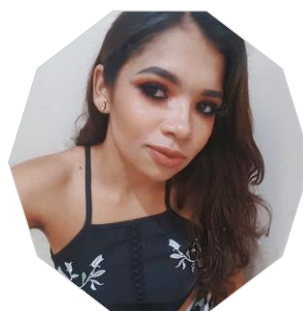
Profª Ms. Maria do Socorro de Araújo



SOBRE A DESIGNER

Gilderlânia Teixeira de Sousa

Graduanda em Design – Moda pela Universidade Federal do Ceará (UFC), cursando seu último semestre. Possui experiência em produção de moda, foi bolsista de iniciação acadêmica por dois anos. Tem curso de Personal Stylist e Fotografia.



Rua Padre Guerra, 341, Parque Araxá, Fortaleza/CE
[85] 9 8727 5551 | @gitteixeira | /gitteixeira
gilderlania_sousa@hotmail.com

SOBRE O PROJETO

A comercialização de roupas para reuso é uma tendência crescente, seja por necessidade de espaço, pela aquisição de novas peças ou mesmo por questões financeiras, todas essas justificativas apontam os brechós (físicos ou virtuais), como uma ferramenta estrutural nesse processo de compra e venda de itens de moda. Esses espaços viabilizam oportunidades de adquirir roupas, sapatos e acessórios, em bom estado de uso, e ainda de impulsionar o consumo sustentável.

Nesse sentido, temos a sustentabilidade como agente de mudanças no panorama de uso e consumo de peças do vestuário, intencional ou não, a compra em brechós afirma uma tendência de consumo consciente que impulsiona o mercado sustentável ressignificando o ato da compra e o papel do consumidor nesse processo. (BERLIM, 2012).

Tendo esse cenário como tendencioso a crescimento, desenvolve-se aqui um plano de negócio de um brechó especializado em produtos infantis, um segmento do nicho de brechós ainda pouco explorado, que visa atender consumidores que veem na aquisição de peças para reuso uma oportunidade de economia na compra de itens de qualidade e conseqüentemente, voluntariamente ou não, impulsionam o consumo consciente.

BRIEFING

Quadro I – Briefing SunnySide Brechó Kids

TÓPICOS BÁSICOS

	CONTEÚDOS	DESCRIÇÃO
Natureza do projeto e contexto	Justificativa	Roupas infantis são itens que perdem a usabilidade rapidamente, devido ao rápido crescimento das crianças, gerando a necessidade de se desfazer desses itens. O projeto facilitará esse desapossamento, enquanto oferta roupas novas e seminovas por preços baixos.
	Objetivos do projeto	Desenvolver um brechó infantil, com roupas, sapatos e acessórios, tendo a sustentabilidade como premissa e o marketing emocional como ferramenta.
	Resultados desejáveis	Semear uma cultura de consumo sustentável de roupas de segunda mão no segmento infantil.
	Responsabilidades do projeto	Sustentabilidade, meio ambiente, responsabilidade social.
Análise setorial	Marca	SunnySide Brechó Kids
	Produto	Roupas, calçados e acessórios infantis.
	Preço para as roupas	Será calculado uma depreciação de 30% do valor do item novo gerando o preço final no brechó.
	Promoção	Redes sociais (Instagram e Facebook).
	Praça	Loja no Instagram.
	Estudo das tendências	A aposta para os brechó é trabalhar em cima das tendências de consumo consciente e desenvolvimento sustentável.
	Concorrentes	Bebêtenkitê, CeA, Riachuelo, feiras populares, Brechó Reinvenção Kids e Maria Chiquinha Brechó Infantil.
	Tecnologia	Máquina de costura, maquina de cartão, lavanderia (parcero terceirizado), celular, notebook e câmera fotográfica.
Estratégia da empresa	Preço competitivo, produto de excelência, estética sofisticada (quando comparada aos brechós já existentes), sustentabilidade e marketing emocional.	

BRIEFING

Quadro I – Briefing SunnySide Brechó Kids

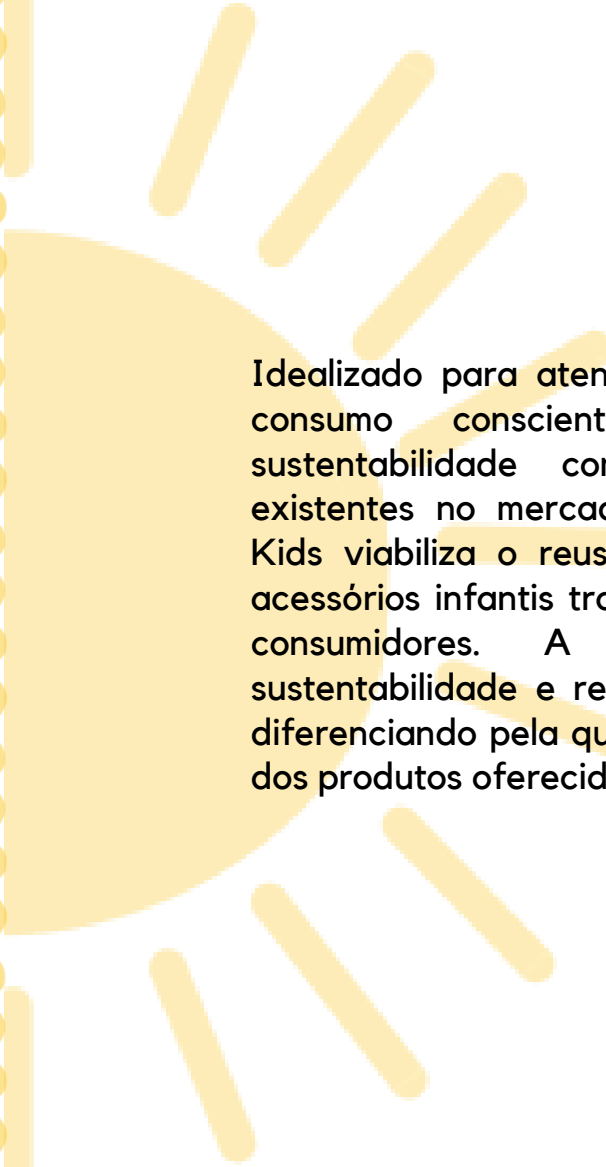
TÓPICOS BÁSICOS

	CONTEÚDOS	DESCRIÇÃO
Público alvo	Sexo	Feminino.
	Faixa etária	Mulheres jovens (24 a 32 anos), mães de crianças de 0 a 4 anos de idade.
	Nível de renda	Classe C e D (renda entre 3 e 5 salários mínimos).*
	Hábitos de consumo	Consumo moderado, comprando quando vê peças das quais gosta.
Portfólio da empresa	Imagem corporativa	Economia, qualidade e sustentabilidade.
	Segmentação do mercado	Mães contemporâneas e dinâmicas que acompanham as mudanças globais e são consumidoras de informações.
Objetivos do negócio e estratégias do design	Principais resultados visados pelo projeto, atividades de design, correspondentes aos resultados desejados	Lançar no mercado um empreendimento sustentável, que fortalecendo e semeando o consumo responsável e a responsabilidade social.
Informações de pesquisas	Tendências dos negócios, avanços tecnológicos, lançamentos de novos produtos	Serão realizadas pesquisas de mercado, participação em feiras do segmento e pesquisa com os consumidores.

Fonte: Adaptado de Philips (2007).

*Fonte IBGE.

CONCEITO DA MARCA



Idealizado para atender à uma demanda do consumo consciente que trabalhe a sustentabilidade com itens e peças já existentes no mercado, o SunnySide Brechó Kids viabiliza o reuso de roupas, sapatos e acessórios infantis trazendo economia para os consumidores. A marca preza pela sustentabilidade e responsabilidade social, se diferenciando pela qualidade, estética e preço dos produtos oferecidos.

IDENTIDADE VISUAL

LOGO



FAMÍLIA TIPOGRÁFICA

MISS NEALLY

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
01234567890

COOLVETICA RG

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
01234567890

IDENTIDADE VISUAL

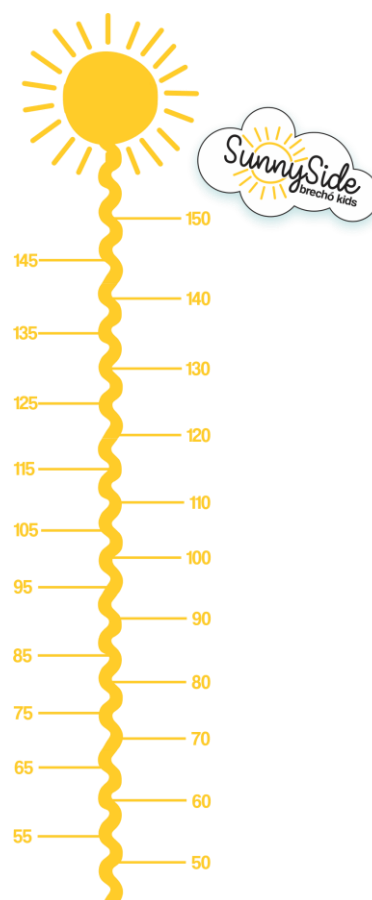
MÍDIA KIT E PAPELARIA

SEMENTES



Envelope contendo sementes de plantas de fácil cultivo e manutenção reforçando a política do SunnySide Brechó Kids de respeito ao meio ambiente e manutenção da natureza.

ADESIVO RÉGUA DO CRESCIMENTO



Régua adesiva personalizada com a identidade do brechó para colar na parede e acompanhar o desenvolvimento das crianças.

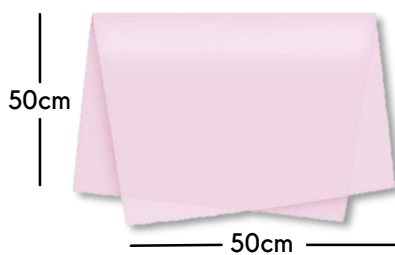
IDENTIDADE VISUAL

MÍDIA KIT E PAPELARIA

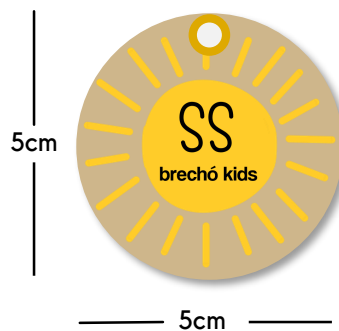
EMBALAGEM



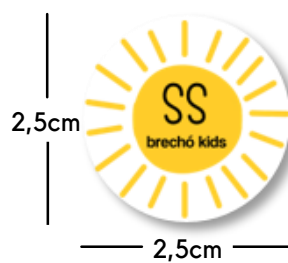
PAPEL SEDA



TAG



ADESIVO



IDENTIDADE VISUAL

REDES SOCIAIS



PÚBLICO CONSUMIDOR

Mulher jovem – 24 a 32 anos

Mãe – primeiro filho

Graduada – ou em processo

Trabalha

Classe C e D

Consome mais em loja física, mas
também compra online

Compra quando vê algo de que gosta

Preza pela qualidade e pelo preço



Informações compiladas da pesquisa realizada com mães de crianças de 0 a 4 anos de idade, aplicada pela plataforma online *Typeform* entre os dias 06 e 17 de maio de 2018, foram obtidas 57 respostas, das quais 51 se mostraram relevantes para o projeto.

PERSONA I



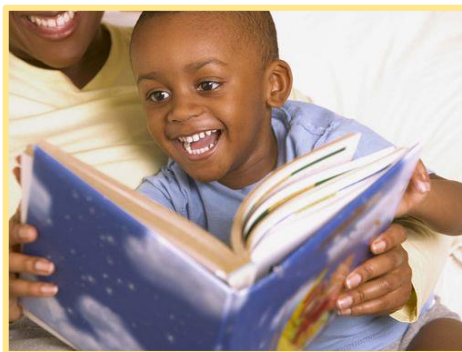
ANTENADA
INFORMADA
ORGANIZADA
AMA OS ANIMAIS
BEM RELACIONADA
RESPEITA A NATUREZA



PERSONA II



FOFURA
ALEGRIA
DIVERSÃO
BOM HUMOR
BRINCADEIRAS
ESPONTANEIDADE



MERCADO | CONCORRENTES



RCHLO
RIACHUELO



Feiras populares
Fortaleza



BRKIDS
Brechó Reinvenção Kids

Fortaleza
Loja física



Rio de Janeiro
Loja física e online

As lojas Bebêtenkitê, CeA e Riachuelo, bem, como as feiras populares da cidade de fortaleza, foram as mais citadas na pesquisa realizada. Os brechós, BRKIDS e Maria Chiquinha atuam no mesmo nicho de mercado oferecendo os mesmos produtos

DEMANDAS



A pesquisa realizada mostrou que 89% dos consumidores compram mais peças de roupas em detrimento de calçados e acessórios, os quais, serão ofertados quando em consignação com os fornecedores.

CENÁRIO DE USO



COTIDIANO



MATERIAIS E PROCESSOS



Lavanderia
(parceiro
terceirizado)



Máquina de
costura***



Notebook***



Câmera
fotográfica***



Maquineta de
cartão***



Celular***

***ACERVO

IMAGENS ASSOCIATIVAS | TENDÊNCIAS



PRECIFICAÇÃO

Quadro II – Estoque inicial SunnySide Brechó Kids

		TAMANHO	IDADE DA CRIANÇA
QUANTIDADE DE PEÇAS	6	PP – P	Recém-nascido até 3 meses
	6	M – G	3 a 9 meses
	4	GG	9 a 12 meses
	4	1	12 a 18 meses
	4	2	18 meses a 2 anos
	6	3	3 anos
	6	4	4 anos
	TOTAL DE PEÇAS = 32		

Fonte: Os autores.

ESTOQUE INICIAL SUNNYSIDE BRECHÓ KIDS

O investimento para a aquisição das peças do estoque inicial do SunnySide Brechó Kids será de aproximadamente 290 reais serão compradas 32 peças que vestem desde recém-nascidos até crianças de 4 anos de idade. Cada item terá um preço de compra médio de 9 reais, e para cada peça será adicionado uma porcentagem equivalente a 80% do valor da mesma gerando assim o preço final ao consumidor, compatível com o nicho do mercado. Também será investido um valor de 222 reais referente aos gastos com higienização, tag, sacola, e entrega dessas peça iniciais. O faturamento obtido com essas vendas consistirá no capital de giro da empresa tornando o brechó autossustentável. O estoque inicial se resumirá apenas a roupas visto quê, os dados obtido com a pesquisa apontam que o consumo dessas é mais elevado, estando em 89% das respostas recebidas. Quando trabalhando em consignação com os fornecedores, serão disponibilizados calçados e acessórios aos consumidores.

PRECIFICAÇÃO

Quadro III – Investimento inicial SunnySide Brechó Kids

		QUANT	INVESTIMENTO
ITENS PARA AQUISIÇÃO	Peças	32	288,00
	Embalagem	32	49,60
	Tag	32	17,60
	Lavagem	32	57,60
	Entrega	32	96,00
			508,80 = VALOR TOTAL

Fonte: Os autores.

ZERO ESTOQUE – PEÇAS CONSIGNADAS

Após a venda do estoque inicial, o brechó passará a utilizar o sistema zero estoque, trabalhando em consignação com fornecedores, o preço será pré-estabelecido pelos consignatários considerando o valor do item novo no mercado, a depreciação do mesmo, e os custos fixos e variáveis com a peça.

As peças consignadas estarão disponíveis para venda por até 30 dias, após esse período, se não vendidas, serão devolvidas aos donos sem custos para ambas as partes. O cálculo do preço final para essas peças será o valor do item novo no mercado depreciado em 30%, essa porcentagem foi definida considerando a boa condição de uso, por serem peças usadas por poucas vezes, bem como, pesquisas realizadas no segmento de revenda de roupas infantis, que tornam o preço praticado pelo SunnySide Brechó Kids competitivo no mercado. Quando vendida a peça, 25% do seu preço final será destinado aos custos de venda da mesma, higienização, tag, embalagem, e entrega. O valor restante será dividido em partes iguais entre o fornecedor e o brechó.

PRECIFICAÇÃO

Quadro IV – Vendas consignadas

ITEM	PREÇO NOVO	PREÇO CLIENTE (DEPRECIADO EM 30%)	CUSTOS VARIÁVEIS (COM MARGEM FIXA)		LUCRO (MENOS 25% DOS CUSTOS VARIÁVEIS)	
EXEMPLO Body manga longa 3 a 6 meses	25,99	18,20	Higienização	1,80	Brechó	6,82
			TAG	0,55		
			Embalagem	1,55	Fornecedor	6,82
			Entrega	3,00		
EXEMPLO Body manga curta 3 a 6 meses	29,99	21,00	Higienização	1,80	Brechó	7,87
			TAG	0,55		
			Embalagem	1,55	Fornecedor	7,87
			Entrega	3,00		

Fonte: Os autores.

PEÇAS CUSTOMIZADAS

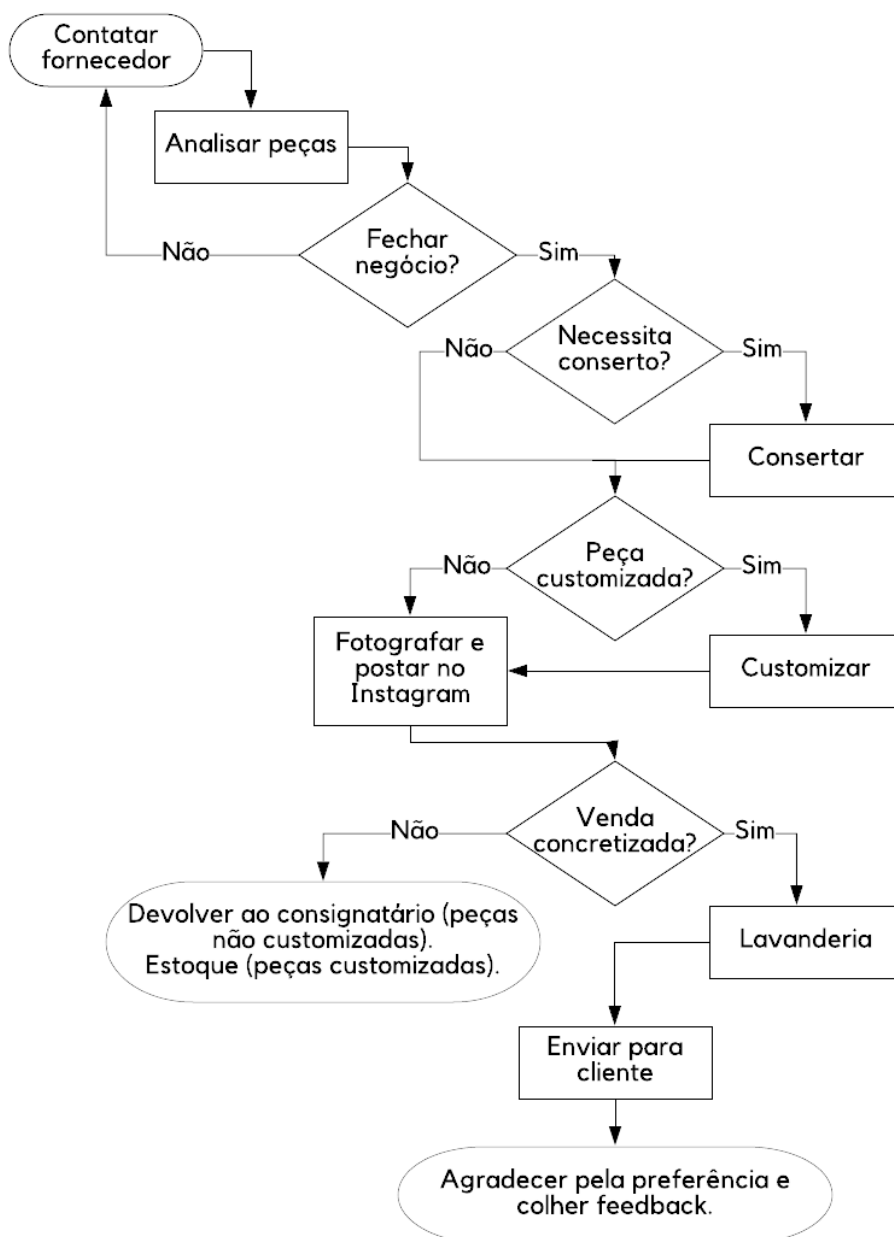
Para as peças customizadas, tidas como potencial para expansão do brechó, será depreciado os mesmos 30% do valor do item novo no mercado como nas peças consignadas, sobre esse valor serão acrescidos os custos com a customização e mão de obra, mais uma porcentagem, a ser definida, pela valorização do produto, culminando no valor final oferecido ao cliente.

O lucro mensal obtido pelo brechó será calculado uma média após 6 meses de funcionamento.

METODOLOGIA PROJETUAL

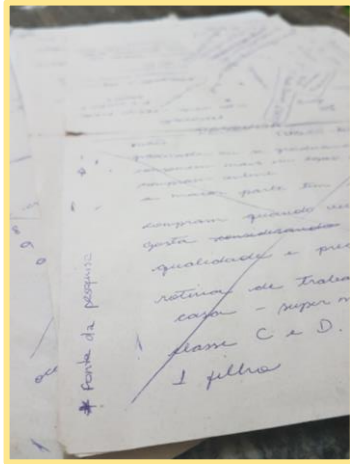
Fluxograma ou gráfico de fluxo de processo, é uma técnica utilizada para se fazer o registro de um processo de maneira objetiva, facilitando sua compreensão, consiste na descrição da sequencia dos passos realizados durante a execução identificando cada etapa do mesmo. (MELLO; SALGADO, 2005).

Quadro V – Fluxograma de processo SunnySide Brechó Kids



Fonte: Os autores.

PROCESSO CRIATIVO



GERAÇÃO DE
IDEIAS



SunnySide kids

SunnySide
kids



REFERÊNCIAS

LINK PARA ACESSO AO FORMULÁRIO DA PESQUISA: <<https://goo.gl/yxxA32>>.

LINK PARA ACESSO AOS RESULTADOS DA PESQUISA: <<https://goo.gl/DVbRKn>>.

BERLIM, Lilyan. **Moda e Sustentabilidade: uma reflexão necessária**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

MELLO, Carlos Henrique; SALGADO, Eduardo Gomes. Mapeamento dos processos em serviços: estudo de caso em duas pequenas empresas da área de saúde. **XXV Encontro Nac. de Eng. de Produção** – Porto Alegre, RS, Brasil, 29 out a 01 de nov de 2005

PHILLIPS, Peter L. **Briefing: a gestão do projeto de design** / Peter L. Phillips ; tradução Itiro Lida ; revisão técnica Whang Pontes Teixeira. - São Paulo: Editora Blucher, 2007.

