



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

**INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
DESIGN - MODA**

**IZZY ATELIÊ –
DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO FESTAS E NOIVAS**

Isadora Maria Dantas Silva

Fortaleza - CE
2017

ISADORA MARIA DANTAS SILVA

IZZY ATELIÊ –
DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO FESTAS E NOIVAS

Estudo realizado e apresentado ao curso de Design-Moda do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Design-Moda.

Orientadora: Prof. Mestre Walkiria Guedes de Sousa

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)

- S58i Silva, Isadora Maria Dantas.
Izzy Ateliê : desenvolvimento de coleções festas e noivas / Isadora Maria Dantas Silva. – 2017.
64 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. Ma. Walkiria Guedes de Sousa.
1. Ateliê. 2. Vestido. 3. Festa. 4. Noive. I. Título.

CDD 391

ISADORA MARIA DANTAS SILVA

IZZY ATELIÊ –
DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO FESTAS E NOIVAS

Estudo realizado e apresentado ao curso de Design-Moda do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Design-Moda.

Orientadora: Prof. Mestre Walkiria Guedes de Sousa

Aprovada em: ____ / ____ / ____.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Mestre. Walkiria Guedes de Sousa (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof^a. Especialista Manuela Medeiros
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof^a. Mestre Marta Sorelia Félix de Castro
Universidade Federal do Ceará (UFC)

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
2. BRIEFING	7
3. COMPOSTO DE MARKETING	11
3.1 Análise do produto	11
3.2 Análise do público-alvo	12
3.3 Proposta de ponto de venda	13
3.4 Proposta de promoção da marca	14
4. PROJETO DE PRODUTO	14
4.1 Metodologia projetual em formato de fluxograma	14
4.2 Tabela de parâmetro da coleção	15
4.3 Fichas Técnicas	16
4.4 Planilhas de custo	28
5. AVALIAÇÃO DO CDS	31
5.1 Competitividade	31
5.2 Diferenciação	31
5.3 Sustentabilidade	31
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	32
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	33
APENDICE A – Roteiro do questionário on line	34

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Quadro de Briefing da Marca	7
Figura 2 - Gráfico do Questionário 1	11
Figura 3 – Gráfico do Questionário 2	11
Figura 4 – Gráfico do Questionário 3	12
Figura 5 – Fases do processo segundo Lobach	15
Figura 6 – Tabela de parâmetro	16
Figura 7 – Ficha técnica 1	16
Figura 8 – Ficha técnica 2	21
Figura 9 – Ficha técnica 3	25
Figura 10 – Planilha de custo 1	28
Figura 11 – Planilha de custo 2	29
Figura 12 – Planilha de custo 3	30

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho apresenta o desenvolvimento da marca IZZY, um ateliê de vestidos de festa e peças sob medida que tem como conceito criativo elegância e simplicidade, com o propósito de produzir roupas especiais para momentos únicos, que complementam a história das consumidoras. A marca foi pensada para suprir uma parte de mercado, que vem crescendo nos últimos anos. Apesar do crescimento de novos pequenos ateliês que trabalham o sob medida, a concorrência não está saturada como em outros segmentos, na cidade de Fortaleza, Ceará.

A escolha de tal segmento, deu-se pela experiência da autora, que em seu último ano de curso pode estagiar em um ateliê local, vivenciando os processos criativos e produtivos, e conhecendo as necessidades das clientes. Neste tempo, percebeu-se como o mercado local produz muito de um mesmo estilo, e como os consumidores estão em um processo de busca por produtos diferenciados.

A coleção apresentada chama-se Fleur, que significa flor em francês, como representação de leveza, feminilidade despretensiosa tanto nos vestidos de festa como nos vestidos de noivas. Nas coleções as peças serão produzidas em quantidades restritas, em tamanhos e cores diferentes, já que exclusividade é um dos ideais da marca.

O projeto foi organizado de forma a mostrar o processo de desenvolvimento, com um capítulo com o briefing, contendo todas as informações de construção da marca, um capítulo com o detalhamento do composto de marketing, feito de acordo com uma pesquisa realizada com possíveis clientes. O capítulo seguinte apresenta o projeto de produto, iniciando com a explanação da metodologia utilizada e suas fases, até chegar a parte prática, com a tabela de parâmetros da coleção, fichas técnicas e planilhas de custo das peças prototipadas.

2 BRIEFING

Durante a elaboração e desenvolvimento de um projeto, diversas etapas são fundamentais para alcançar o produto final. Segundo Phillips (2007), o *briefing* torna-se uma ferramenta de início do projeto, contendo todas as informações necessárias aos interessados, ele deve ter clareza e utilidade para guiar o desenvolvimento do projeto.

A partir do modelo de Phillips, foi elaborado um *briefing* para a marca IZZY, com dados relevantes recolhidos de pesquisas preliminares de mercado junto a potenciais consumidores que se encaixam no público-alvo.

Figura 1 – Quadro de *Briefing* da marca

TOPICOS BASICOS	CONTEUDOS	DESCRIÇÃO
NATUREZA DO PROJETO E CONTEXTO	Justificativa	Oferecer ao publico alvo produtos diferenciados dentro do universo de festas, proporcionando à cliente satisfação e elegância quando utilizar as peças, produzindo boas memorias. Peças exclusivas com apelo estético leve (melhor utilização dos materiais, para não haver exageros) e sofisticado.
	Objetivo do Projeto	Lançar no mercado a marca IZZY, com produtos do segmento feminino adulto. Envolvendo a criação

		de vestidos de festas e noivas.
	Resultados Desejáveis	Aceitação e fidelização de clientes à marca. Conscientização do custo/benefício de fabricação de produtos exclusivos.
	Responsabilidades do Projeto	Prezar pelo bem-estar e satisfação do cliente, e valorização da produção <i>slow fashion</i> com processos manuais.
ANALISE SETORIAL	Marca	IZZY ateliê
	Produto	Roupas de festas e noivas.
	Preço	De R\$ 800,00 a R\$ 10.000,00 (dentro vestidos de festa e de noiva)
	Promoção	Catálogos, Facebook, Instagram e site.
	Praça	Ateliê físico em Fortaleza.
	Estudo das tendências	As tendências apontadas foram: Babados, <i>Sheer Dress</i> (transparência) e Flores 3D.

	Concorrentes	MissMano couture, Lisblu, Ticiana Sampaio, Lunee Couture, Tribuss Maison, Maison Cris, Atelie Solange Sahdo, Maison Vip, Kalil Nepomuceno, Ivanildo Nunes.
	Tecnologia	Maquinário de costura reta, overloque, maquina de cobrir botão e material de modelagem (mesa, manequim para moulage, régua, esquadros).
	Estratégia da empresa	Marketing na conscientização do valor sentimental do produto.
PUBLICO ALVO	Sexo	Feminino
	Faixa etária	De 20 a 50 anos
	Nível de renda	Classe A e B
	Hábitos de consumo	Público que preza a qualidade, exclusividade e design do produto. Com acesso frequente a internet e mídias sociais

		e procura se destacar em seu meio social.
PORTFÓLIO DA EMPRESA	Imagem corporativa	Branding com apelo emocional através do site, mídias sociais, embalagens e materiais complementares como tag's.
	Segmentação do mercado	Mulheres de 20 a 50 anos que frequentam eventos sociais.
OBJETIVOS DO NEGOCIO E ESTRATEGIAS DO DESIGN	Principais resultados pretendidos pelo projeto, atividades de design correspondentes aos resultados visados	As estratégias de design são de caráter emocional e psicológico de modo com que a ludicidade e de técnicas de costura artesanal do produto personifiquem os valores da marca.
	Tendências dos negócios, avanços tecnológicos, lançamentos de novos produtos	Realização de pesquisas mercadológicas constantes a fim averiguar as novas oportunidades de mercado, tendências, tecnologias, o nível de satisfação e expectativas do consumidor em relação à marca.

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

3 COMPOSTO DE MARKETING

Uma pesquisa preliminar de público-alvo, aplicada virtualmente com potenciais clientes da marca IZZY, delineou o desenvolvimento deste composto, considerando aspectos inerentes ao produto, público, marketing e venda.

3.1 Análise do produto.

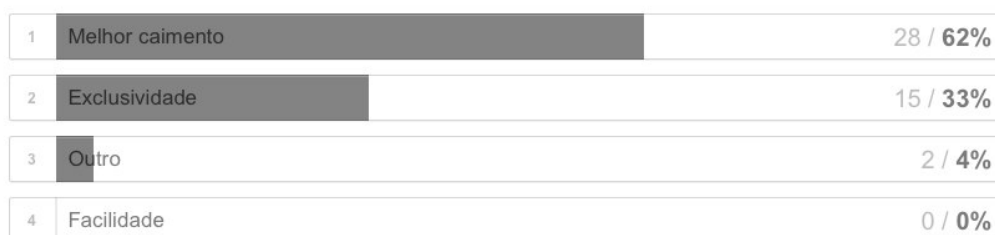
A IZZY é uma marca de moda festa e sob medida feminina, com o propósito de fornecer roupas com qualidade, valorizando silhuetas e modelagens. Oferecendo coleções sazonais e marketing voltado para vestidos exclusivos. A marca posiciona-se no mercado sob o prisma de leveza, elegância, naturalidade, sonhos. Prezando por tecidos leves, criando novas texturas a partir de aplicações, recortes, pregas, entre outros.

Neste mercado, foi identificado através de questionário que a grande maioria do público se direciona a este segmento buscando melhor caimento e exclusividade. As características que mais valorizam a compra são os materiais utilizados para a confecção da peça, o acabamento, e a modelagem.

Figura 2 – Gráfico do Questionário 1

O que você procura em um vestido sob medida?

45 de 45 pessoas responderam esta pergunta



Fonte: Acervo do autor

Figura 3 – Gráfico do Questionário 2

Em um vestido exclusivo, o que você mais valoriza?

45 de 45 pessoas responderam esta pergunta



Fonte: Acervo do autor

Desta forma, nota-se que a opinião dos potenciais consumidores é compatível com a proposta da marca: proporcionar produtos exclusivos e diferenciados, com acabamento de qualidade. As coleções contemplarão desde malhas (como a trilobal, e neoprene) á tecidos finos (crepes, musselines e acetinados, por exemplo), em modelagens simples e diferenciadas.

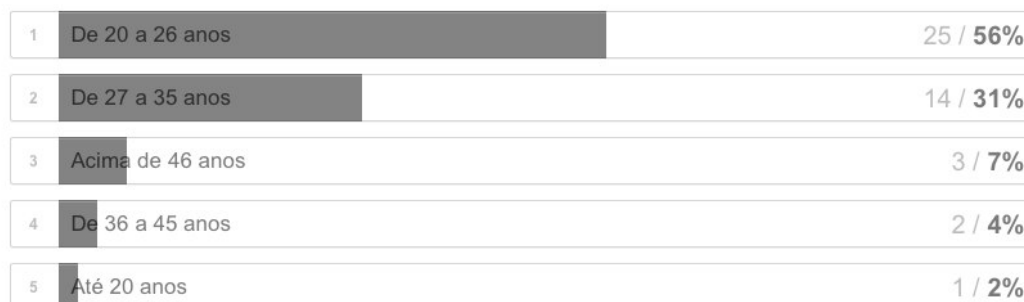
3.2 Análise de público-alvo

A IZZY foi pensada para abranger diversas mulheres, já que proporciona um produto consumido com menor frequência. E no segmento sob medida, a idade não é muito determinante. Porém, de acordo com as respostas do questionário, a faixa etária de maior frequência são de 20 a 35 anos. É dentre essa faixa etária que estão, normalmente, as noivas, e quando as clientes frequentam um maior numero de eventos sociais onde precisam de roupas de festa, como formaturas e casamentos.

Figura 4 – Gráfico do Questionário 3

Qual a sua idade?

45 de 45 pessoas responderam esta pergunta



Fonte: Acervo do Autor

Após conhecer a idade média das possíveis clientes, julgou-se necessário investigar dentro do perfil socioeconômico se a renda e a intenção de gastos seriam compatíveis com a estimativa de preço pretendida pela marca. A resposta foi positiva, visto que 40% da amostra declarou ter renda familiar mensal de 5 a 10 salários mínimos, 22% de 10 a 15 salários mínimos, e 24% acima de 15 salários mínimos.

A intenção de gastos foi dividida em duas partes, vestido de festa, e vestido de noiva, já que têm preços médios distintos. Dentre os vestidos de festa, a maior parte, 33% respondeu que gastaria até 2.000,00 reais, 27% gastaria até 1.000,00 reais. Já nos vestidos de noiva, 44% gastaria até 5.000,00 reais, 33% até 10.000,00 reais e 13% até 15.000,00 reais.

3.3 Proposta de ponto de venda

O ponto de venda da marca IZZY, deve ser de loja física, onde o serviço de atendimento, tirar medidas e provas do sob medida se tornam possíveis e de melhor acesso. Devido a aproximação com o cliente para desenvolvimento de peças exclusivas, o método de venda online não se encaixa tão bem. Já as coleções sazonais, que serão produzidas em uma grade de tamanhos, poderão ser vendidas online, caso haja interesse do cliente.

A loja será localizada na cidade de Fortaleza, Ceará. Há preferência, de que este espaço físico esteja próximo do cotidiano da cliente, por isso ele deve estar entre os bairros Meireles, Guararapes, Cocó, Aldeota, Mucuripe, Dionísio

Torres e Varjota. O ambiente da loja da marca deve conter uma área para expor os vestidos de coleções de pronta entrega, alguns provadores, uma sala de atendimento personalizado, e uma sala de provas onde serão feitas as provas e os ajustes do sob medida.

3.4 Proposta de promoção da marca

Considerando que a loja será física, a organização da loja deve estar de acordo com a comunicação da marca. As cores serão predominantemente bege com detalhes preto, para remeter a logo e manter a comunicação linear.

Como meio de divulgação será utilizado as redes sociais Facebook e Instagram, para divulgar as imagens produzidas para catálogos, lookbooks, e imagens de inspiração que remetam ao conceito da marca, informações sobre a loja e sobre o agendamento para o desenvolvimento de vestidos exclusivos. Para a inauguração da loja, será feito um coquetel, convidando possíveis clientes, como forma de divulgar.

4 PROJETO DE PRODUTO

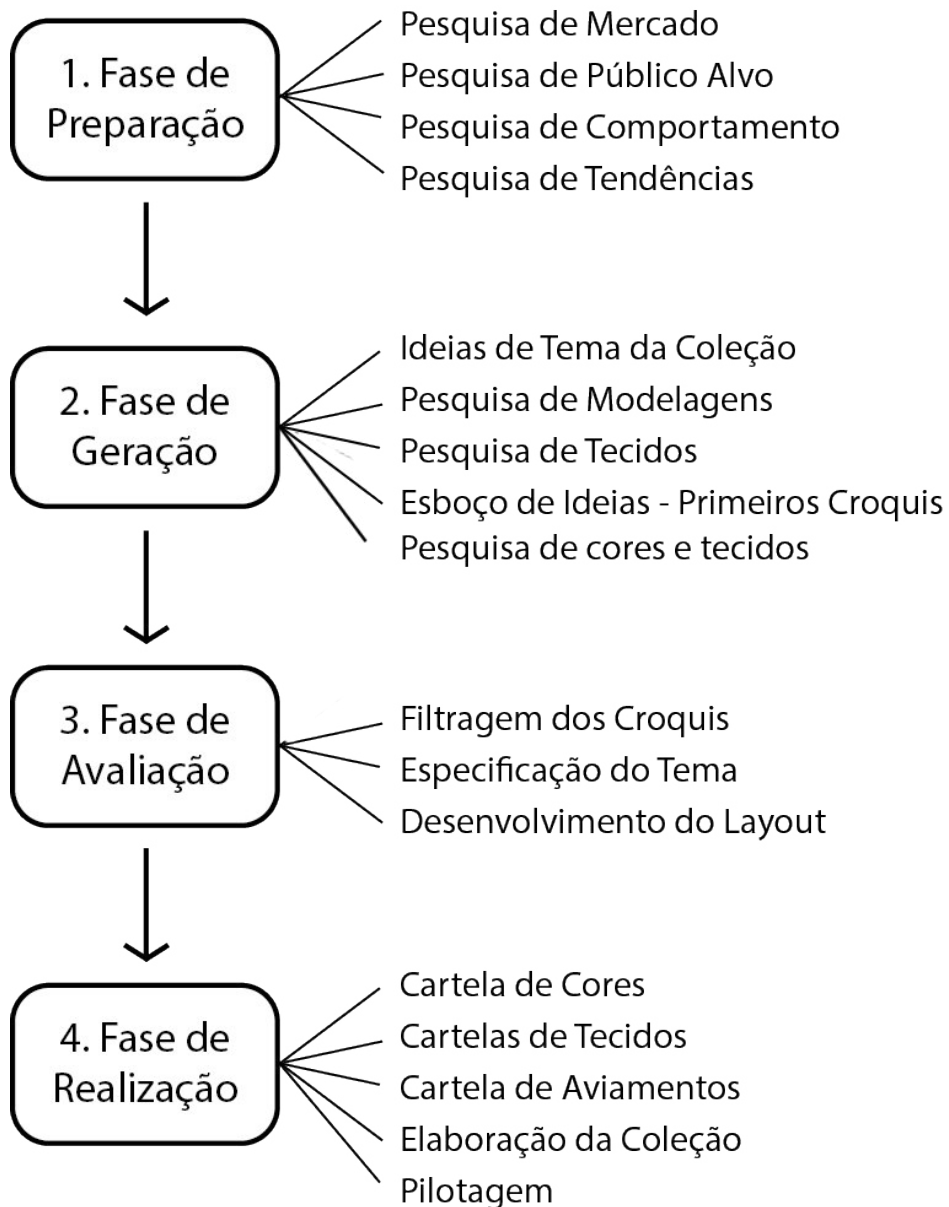
4.1 Metodologia Projetual em formato de fluxograma

O método projetual é a organização de processos por ordem lógica, que objetivam chegar a um melhor resultado para o problema encontrado.

Segundo Lobach (2001) todo processo de design, se forma da união de um processo criativo junto a um processo de solução dos problemas apontados. Onde o designer vai utilizar de seus conhecimentos e experiências para sanar os impasses. Lobach dividiu esse processo em quatro fases distintas, mas que se entrelaçam umas às outras, são elas: Fase de preparação, Fase da geração, Fase da avaliação e Fase de realização.

A seguir, temos o gráfico do trabalho em fluxograma, desenvolvido a partir do modelo de Lobach (2001).

Figura 5 – Fases do Processo segundo Lobach



Fonte: Acervo do Autor

4.2 Tabela de parâmetro da coleção

A coleção, que tem como tema “Fleur”, possui um mix de produto maior na categoria Fashion. Por ser uma coleção por período, é necessário manter uma linha de acordo com a estação em que será lançado, as tendências da época.

Figura 6 – Tabela de parâmetro

Mix de Produto	Básico	Fashion	Vanguarda	Total
Vestido Longo	3	8	4	15
Vestido Curto	2	2		4
Blusa + Saia	1			1
Total	30% = 6	50% = 10	20% = 4	100% = 20

Fonte: Acervo do Autor

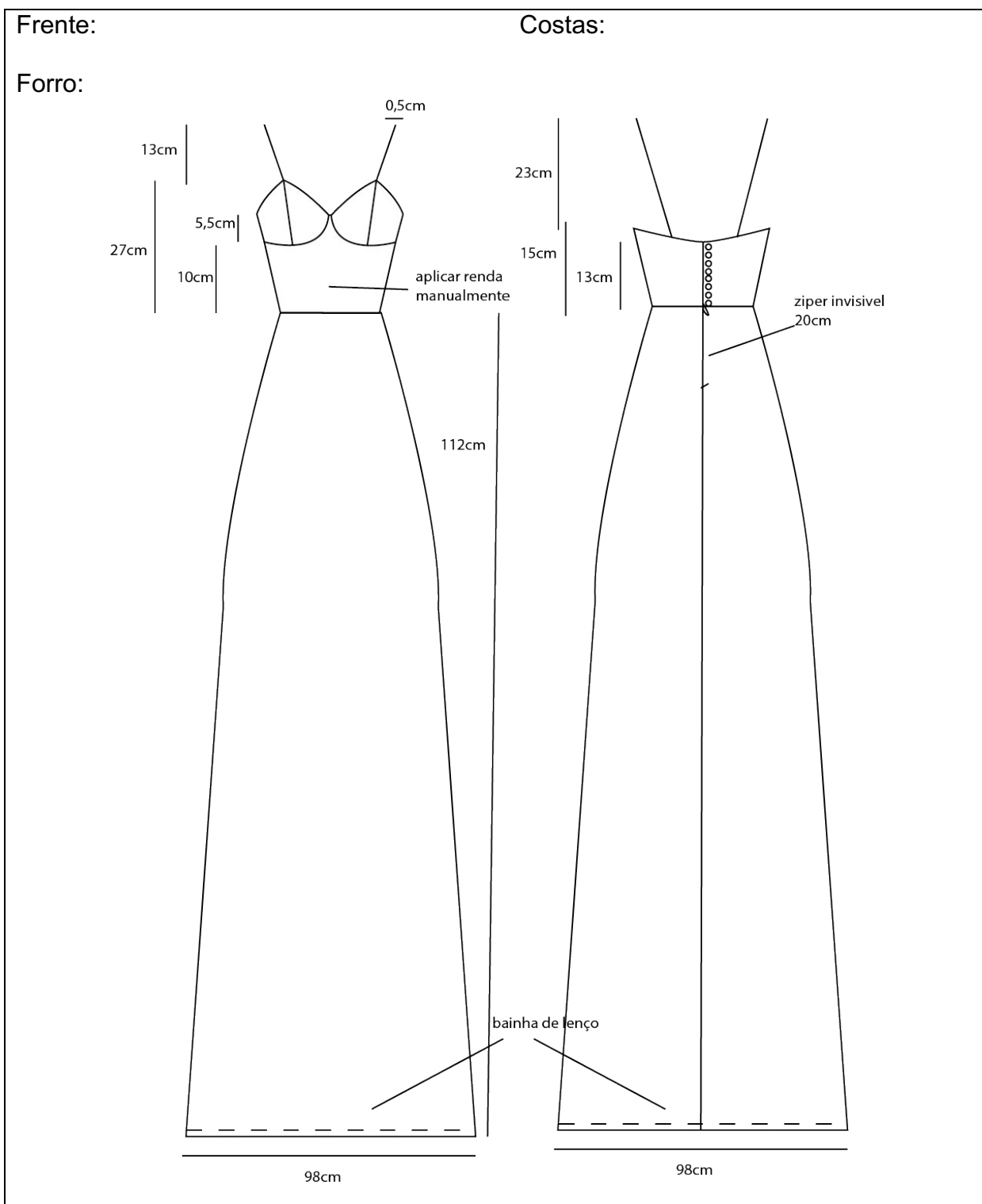
4.3 Fichas técnicas

Figura 7 – Ficha técnica 1



	Empresa: IZZY Ateliê	
	Coleção: Fleur	
	Ref. Modelo: Ve Noiva F4L4	Data: 30/01/17
	Designer: Isadora D.	Modelista: Júlia Costa

FICHA TÉCNICA (pág. 1 de 4)





IZZY
Ateliê

Empresa: IZZY Ateliê

Coleção: Fleur

Ref. Modelo: Ve Noiva
F4L4

Data: 30/01/17

Designer: Isadora D.

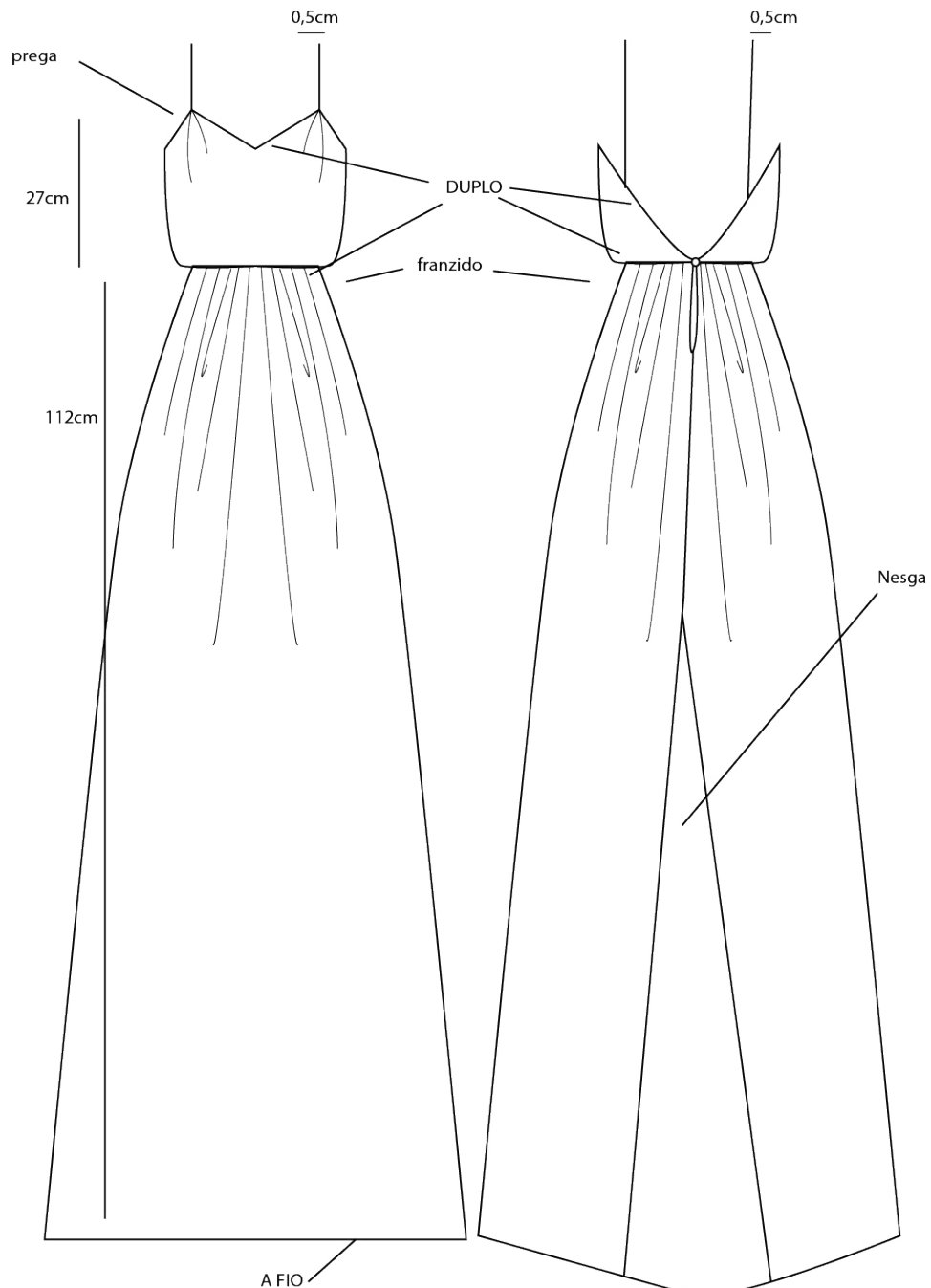
Modelista: Júlia Costa

FICHA TÉCNICA (pág. 2 de 4)

Frente:

Costas:

Tulle:





	Empresa: IZZY Ateliê	
	Coleção: Fleur	
	Ref. Modelo:	Data: 30/01/17
	Designer: Isadora D	Modelista: Júlia Costa

FICHA TÉCNICA (pág. 3 de 4)

Tabela de Materiais					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
Sarja acetinada	Casa Blanca	62% PES 36% CO 2% PUE	Off white	3	m
Tulle Ilusione	Armazém Guanabara	100% PA	Off white	9	m
Viscose	Armazém Guanabara	100% CV	Off White	2	m

Tabela de Aviamentos					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
Botoes			Off white	10	un
Zíper Invisível	Casa Potyguar	100% PES	Off white	20	cm
Fio	Corrente	100% PES	Off white	1	un
Linha	Corrente	100% PES	Off white	1	un

Tabela de Etiquetas			
Descrição	Material	Tamanho	Fixação
Bandeira	Tafetá	3x7	Costas Cintura
Composição	Cetim	5x4	Lateral Esquerda Inferior

Beneficiamentos	

Grade de tamanhos				
Tamanho	Cor 01	Cor 02	Cor 03	SKU
38	1			1
Total SKU				1



	Empresa: IZZY Ateliê	
	Coleção: Fleur	
	Ref. Modelo:	Data: 30/01/17
	Designer: Isadora D.	Modelista: Júlia Costa

FICHA TÉCNICA (pág. 4 de 4)

Sequência Operacional		
Forro:	Máquina	Tempo
Unir recortes	Reta / overloque	7min
Unir cintura	Reta / overloque	5min
Unir laterais	Reta / overloque	5min
Fazer Alça	Reta	10min
Unir decote forro interno e externo e alças	Reta	10min
Rebater decote	Reta	3min
Fazer e aplicar casinhas dos botoes	Reta	15min
Aplicar e rebater zíper	Reta	5min
Fazer bainha	Reta	25min
Tulle:		
Fazer prega nas blusas	Reta	3min
Fazer alças	Reta	4min
Unir as duas blusas – decote e lateral	Reta	4min
Aplicar nesga nas saias	Reta	10min
Unir saias e franzir	Reta	10min
Unir saias e blusas	Reta	5min

Observações importantes:

Isadora Dantas

Designer:

10 / 01 / 17

Júlia

Modelista:

10 / 01 / 17

Isadora Dantas

PCP:

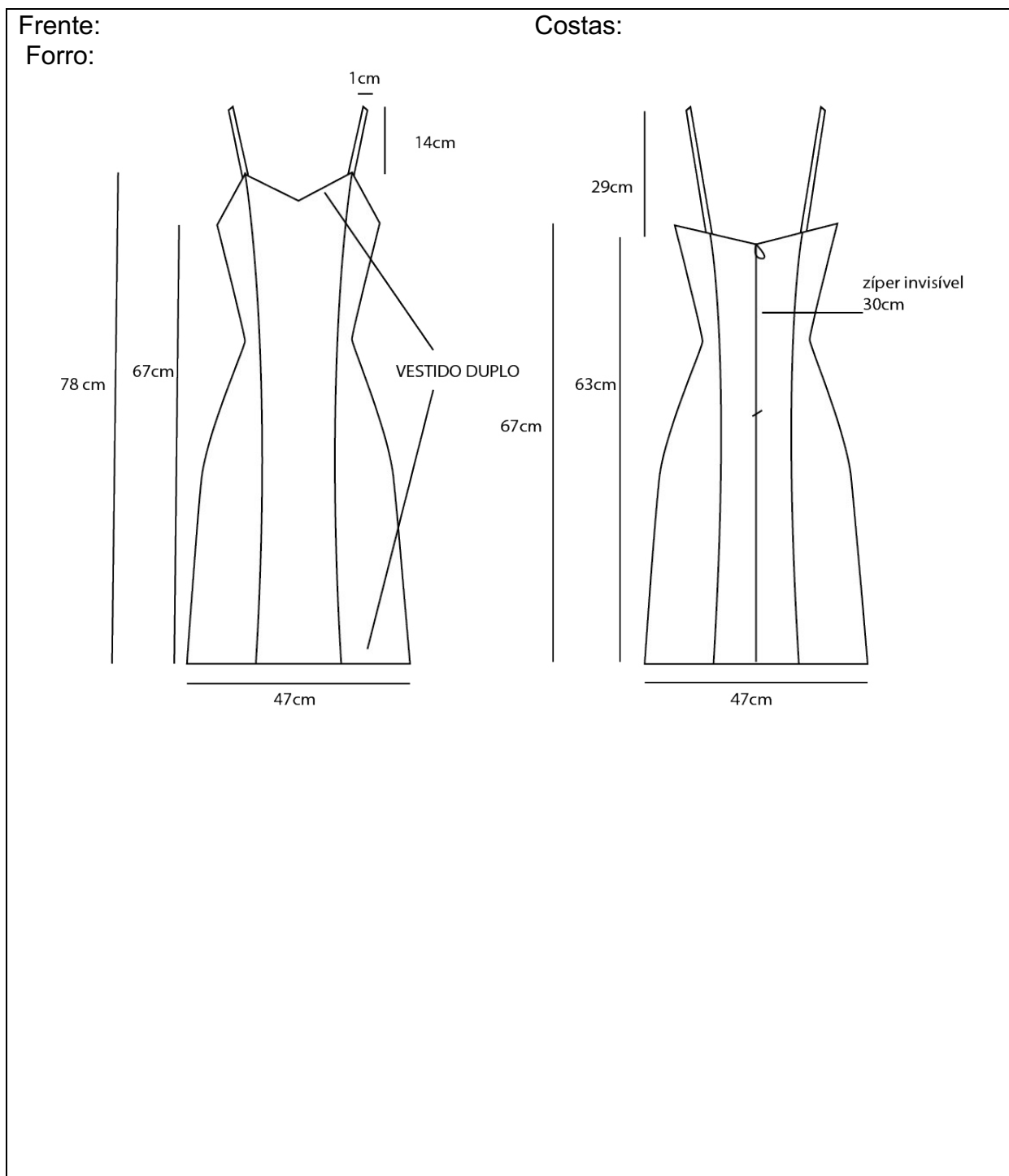
10 / 01 / 17

Figura 8 – Ficha técnica 2



	Empresa: IZZY Ateliê	
	Coleção: Fleur	
	Ref. Modelo: Ve Noiva F4L2	Data: 30/01/17
	Designer: Isadora D.	Modelista: Júlia Costa

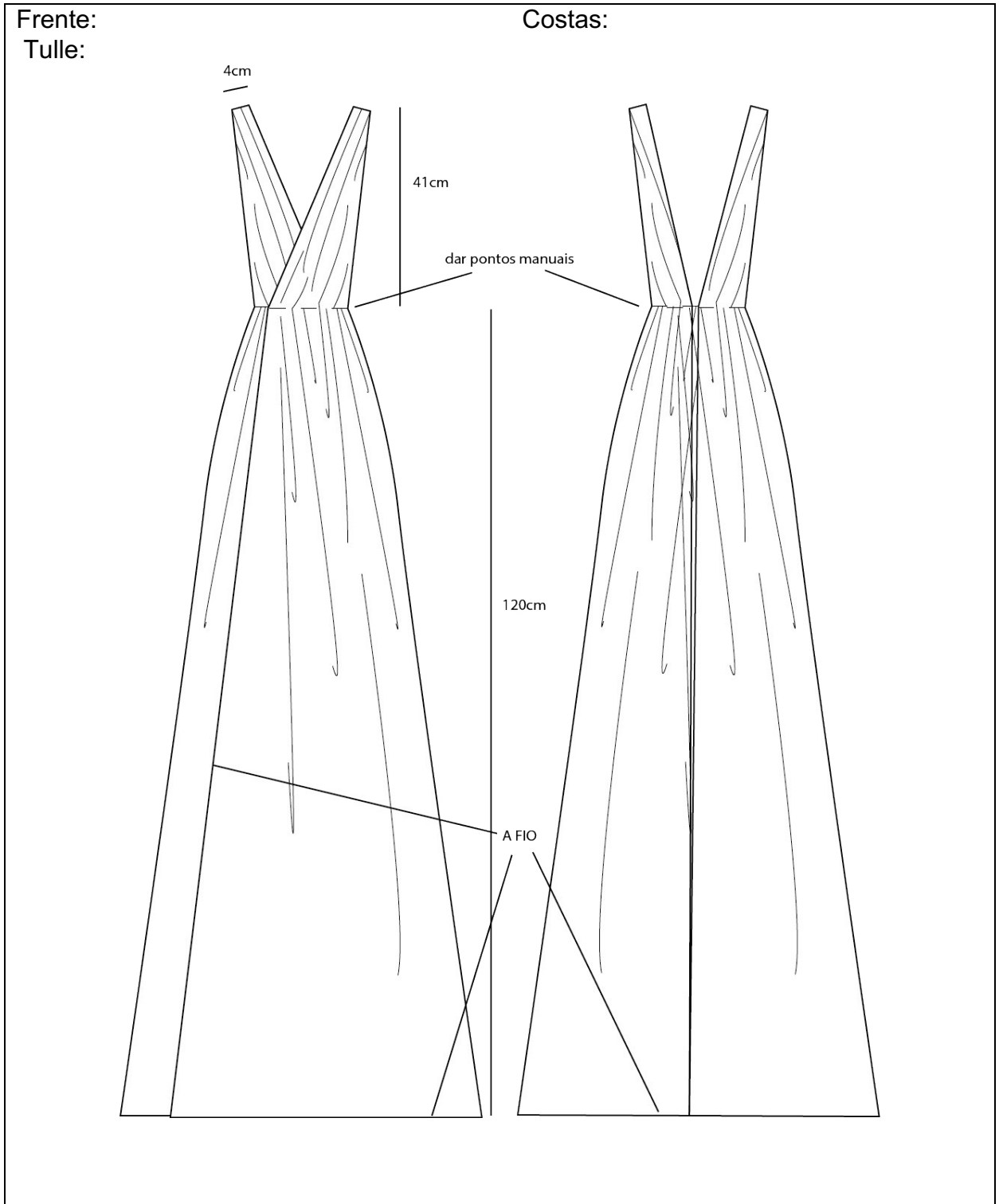
FICHA TÉCNICA (pág. 1 de 4)





Empresa: IZZY Ateliê	
Coleção: Fleur	
Ref. Modelo: Ve Noiva F4L2	Data: 30/01/17
Designer: Isadora D.	Modelista: Júlia Costa

FICHA TÉCNICA (pág. 2 de 4)





	Empresa: IZZY Ateliê	
	Coleção: Fleur	
	Ref. Modelo: Ve Noiva F4L2	Data: 30/01/17
	Designer: Isadora D	Modelista: Júlia Costa

FICHA TÉCNICA (pág. 3 de 4)

Tabela de Materiais					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
Sarja acetinada	Casa Blanca	62% PES 36% CO 2% PUE	Off white	3	m
Tulle Ilusione	Armazém Guanabara	100% PA	Off white	10	m

Tabela de Aviamentos					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
Entretela	Casa Potyguar	100% CV	Branco	1	m
Zíper Invisível	Casa Potyguar	100% PES	Off white	1	cm
Fio	Corrente	100% PES	Off white	1	un
Linha	Corrente	100% PES	Off white	1	un
Flor de renda	Flox	100% PES	Off white	4	un

Tabela de Etiquetas			
Descrição	Material	Tamanho	Fixação
Bandeira	Tafetá	3x7	Costas
Composição	Cetim	5x4	Lateral Esquerda Inferior

Beneficiamentos	

Grade de tamanhos				
Tamanho	Cor 01	Cor 02	Cor 03	SKU
38	1			1
Total SKU				1



Empresa: IZZY Ateliê	
Coleção: Fleur	
Ref. Modelo: Ve Noiva F4L2	Data: 30/01/17
Designer: Isadora D.	Modelista: Júlia Costa

FICHA TÉCNICA (pág. 4 de 4)

Sequência Operacional		
Forro:	Máquina	Tempo
Aplicar entretela		10 min
Unir recortes	Reta/ overloque	10min
Unir laterais	Reta / overloque	5 min
Costurar alças	Reta	7min
Unir decote e aplicar alças e rebater	Reta	15min
Colocar zíper e rebater	Reta	5 min
Unir bainha	Reta	7 min
Reajustar recorte do forro interno.	Reta	
Tulle:		
Montar no manequim		
Unir ombro		
Unir lateral		
Pespontar na cintura		

Observações importantes:
Cinto entretelado de 4cm

Isadora Dantas
Designer:

10 / 01 / 17

Júlia
Modelista:

10 / 01 / 17

Isadora Dantas
PCP:

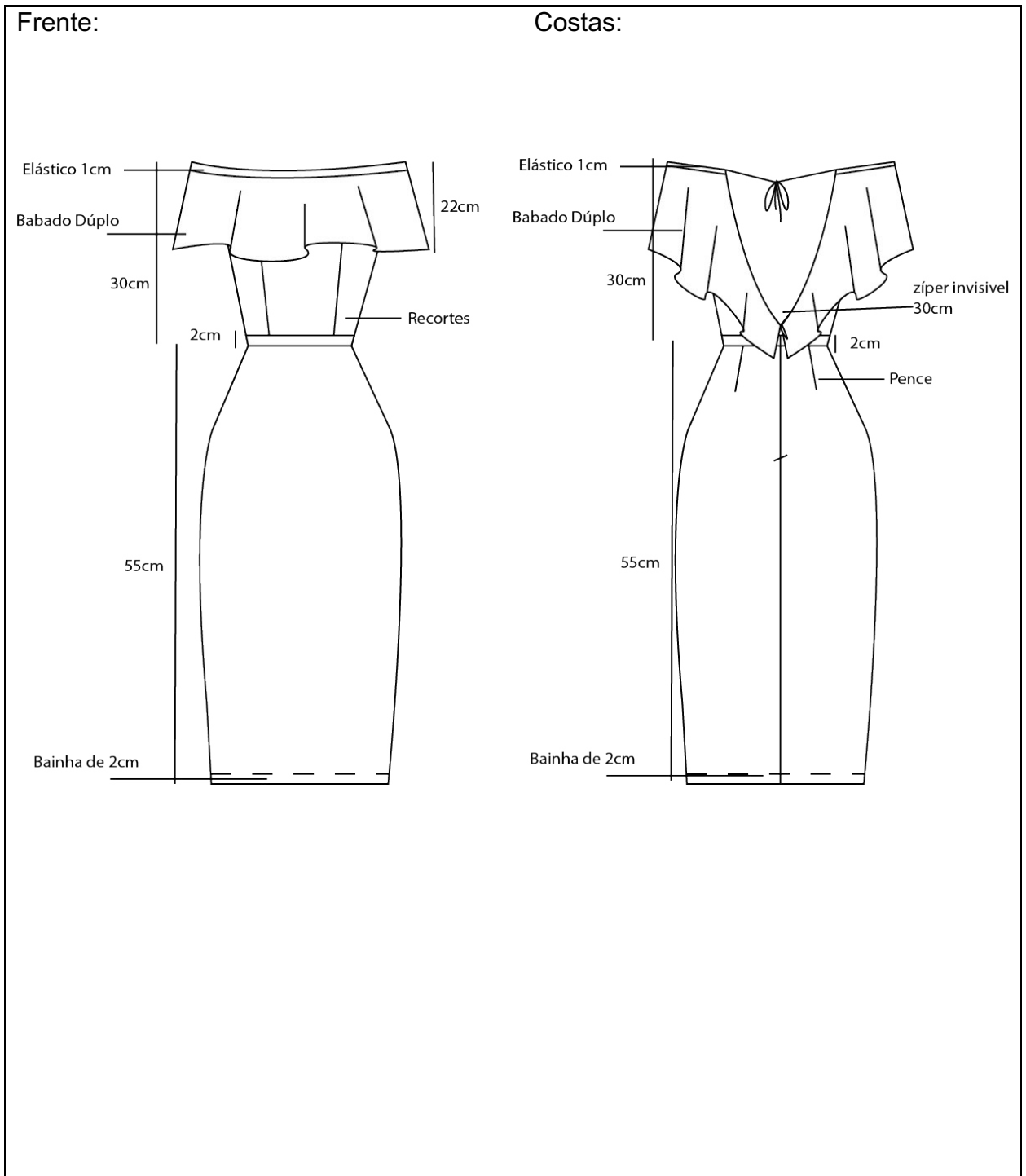
10 / 01 / 17

Figura 9 – Ficha técnica 3




	Empresa: IZZY Ateliê	
	Coleção: Fleur	
	Ref. Modelo: Ve Curto F1L5	Data: 30/01/17
	Designer: Isadora D.	Modelista: Júlia Costa

FICHA TÉCNICA (pág. 1 de 3)





	Empresa: IZZY Ateliê	
	Coleção: Fleur	
	Ref. Modelo: Ve Curto F1L5	Data: 30/01/17
	Designer: Isadora D	Modelista: Júlia Costa

FICHA TÉCNICA (pág. 2 de 3)

Tabela de Materiais					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
Crepe Russia	Casa Blanca	95% PES 5% PUE	Azul	3	m
Forro Oxford	Casa Blanca	100% PES	Azul	1	m

Tabela de Aviamentos					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
Elástico	Casa Potyguar	100% PES	branco	1	m
Zíper Invisível	Casa Potyguar	100% PES	azul	30	cm
Fio	Corrente	100% PES	azul	1	un
Linha	Corrente	100% PES	azul	1	un

Tabela de Etiquetas			
Descrição	Material	Tamanho	Fixação
Bandeira	Tafetá	3x7	Costas Cintura
Composição	Cetim	5x4	Lateral Esquerda Inferior

Beneficiamentos	

Grade de tamanhos				
Tamanho	Cor 01	Cor 02	Cor 03	SKU
42	1			1
Total SKU				1



Empresa: IZZY Ateliê	
Coleção: Fleur	
Ref. Modelo: Ve Curto F1L5	Data: 30/01/17
Designer: Isadora D.	Modelista: Júlia Costa

FICHA TÉCNICA (pág. 3 de 3)

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
Unir Recortes Frente	Reta / overloque	5 min
Fazer Pencas Costas	Reta	7 min
Unir Blusa Cós, Saia e forro	Reta / overloque	15min
Unir laterais	Reta / overloque	5 min
Unir babado com forro e elástico	Reta/ overloque	25 min
Colocar zíper	Reta	5 min
Fazer bainha	Reta	10 min

Observações importantes:
Babado é enviesado.

Isadora Dantas
Designer:

10 / 01 / 17

Júlia
Modelista:

10 / 01 / 17

Isadora Dantas
PCP:

10 / 01 / 17

4.4 Planilhas de custo

Nas planilhas de custo, foram avaliados o consumo real de materiais e o valor da mão de obra necessária para realizar cada peça. Ao calcular o valor de venda de cada modelo, percebeu-se que o *mark up*, precisava ser diferente a depender do tipo do produto, já que um vestido de noiva, por exemplo, requer uma maior atenção, tempo e dedicação, já que demanda maior número de provas, e esse tempo precisa ser adicionado ao valor do produto. Também se sentiu necessário, avaliar o valor da peça junto ao seu design, pois algumas peças têm baixo custo de produção, mas alto valor agregado.

Figura 10 - Planilha de custo 1

Vestido Noiva Longo 1					
Tabela de Tecidos					
Material	Fornecedor	Composição	Quant.	Valor por Mt	Custo (R\$)
Sarja Acetinada	Casa Blanca	62% Poliéster 36% Algodão 2% Elastano	3 mts	15,00	45,00
Tule Illusione	Armazém Guanabara	100% Poliamida	7 mts	2,60	18,20
Viscose	Armazém Guanabara	100% Viscose	2 mts	9,00	18,00
Tabela de Aviamentos					
Material	Fornecedor	Composição	Quant.	Valor unitário	Custo (R\$)
Av. Flor	Flox	100% Poliamida	3 mts	3,50	10,5
Av. Flox	Flox	100% Poliamida	2 mts	5,50	11,00
Cristais SS12	OLeeya Rhinestones	Cristal de vidro	200 uni	0,04	8,00
Cristais SS16	OLeeya Rhinestones	Cristal de vidro	200 uni	0,04	8,00

Botões Cobertos	Armarinho		10 uni	0,50	5,00
Linha			1 tubo	1,50	1,50
Tabela de Etiqueta					
Material	Fornecedor	Composição	Quant.	Valor unitário	Custo (R\$)
Etiqueta					
Etiqueta de composição					
Valores Totais					
Matéria Prima : $81,20 + 44,00 = 125,20$					
Mão de obra (Modelagem + Pilotagem) : $100 + 100 = 200,00$					
Custo de Produção: $125,20 + 200,00 = R\$ 325,20$					
Valor de Venda : R\$ 2.500,00					

Fonte: Acervo do Autor

Figura 11 – Planilha de custo 2

Vestido Noiva F4L2					
Tabela de Tecidos					
Material	Fornecedor	Composição	Quant.	Valor por Mt	Custo (R\$)
Sarja Acetinada	Casa Blanca	62% Poliéster 36% Algodão 2% Elastano	3 mts	15,00	45,00
Tule Illusione	Armazém Guanabara	100% Poliamida	10 mts	2,60	26,00
Tabela de Aviamentos					
Material	Fornecedor	Composição	Quant.	Valor unitário	Custo (R\$)
Av. Flor	Flox	100 % Poliamida	50 cm	6,90	3,45
Cristal SS12	OLeeya Rhinestones	vidro	20 uni	0,04	0,80

Zíper invisível	Casas Potyguar		1 uni	4,00	4,00
Linha			1 tubo	1,50	1,50
Tabela de Etiqueta					
Material	Fornecedor	Composição	Quant.	Valor unitário	Custo (R\$)
Etiqueta					
Etiqueta de composição					
Valores Totais					
Matéria Prima : $71 + 9,75 = 80,75$					
Mão de obra (Modelagem + Pilotagem + Customização manual) : $40 + 45 + 50 = 135$					
Custo de Produção: $80,75 + 135 = 215,75$					
Valor de Venda: 2.000,00					

Fonte: Acervo do Autor

Figura 12 – Planilha de custo 3

Vestido Curto F1 L5 - azul					
Tabela de Tecidos					
Material	Fornecedor	Composição	Quant.	Valor por Mt	Custo (R\$)
Crepe Russia	Casa Blanca	95% Poliéster 5% Elastano	3 mts	21,90	65,70
Forro Oxford	Casa Blanca	100% Poliéster	1 mts	12,90	12,90
Tabela de Aviamentos					
Material	Fornecedor	Composição	Quant.	Valor unitário	Custo (R\$)
Zíper invisível	Casas Potyguar		1 uni	4,00	4,00
Linha			1 tubo	1,50	1,50
Tabela de Etiqueta					
Material	Fornecedor	Composição	Quant.	Valor unitário	Custo (R\$)
Etiqueta					
Etiqueta de composição					

Valores Totais
Matéria Prima : $78,60 + 5,50 = 84,10$
Mão de obra (Modelagem + Pilotagem) : $75 + 100 = 175$
Custo de Produção: $84,10 + 175,00 = 259,10$
Preço de Venda: R\$ 900,00

Fonte: Acervo do Autor

5. AVALIAÇÃO DO CDS

5.1 Competitividade

- Preços condizentes com o mercado.
- Peças exclusivas.
- Qualidade do produto.

5.2 Diferenciação

- Produtos feitos manualmente.
- Produção sob medida.

5.3 Sustentabilidade

- Valorização da cadeia produtiva.
- Reaproveitamento de resíduos de tecidos.
- Pequenas quantidades de peças com boa durabilidade.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A marca IZZY pretende trazer uma proposta de roupas para festas e noivas prêt-à-porter e sob medida, com qualidade e atenção, valorizando as formas femininas. Participando de momentos especiais junto da vida das clientes, para junto do produto, a marca possa formar uma memória afetiva.

Foi possível constatar que na cidade de Fortaleza, o mercado ainda não está saturado, possibilitando o crescimento de novas marcas nesta área. Com a pesquisa de o público alvo ficou conhecido alguns aspectos que as clientes buscam neste tipo de produto, e também sua pretensão de gasto.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

LOBACH, B. **Design Industrial:** bases para a configuração dos produtos industriais.

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

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda** – Planejamento de coleções. 4 ed. São Paulo. Editora Empório do Livro, 2009

APÊNDICE A – ROTEIRO DO QUESTIONARIO ON LINE

1 – Qual a sua idade?

- a) Até 20 anos
- b) De 20 a 26 anos
- c) De 27 a 35 anos
- d) De 36 a 45 anos
- e) A cima de 46 anos

2 – Qual a sua renda mensal familiar?

- a) Ate 5 salários mínimos
- b) De 5 a 10 salários mínimos
- c) De 10 a 15 salários mínimos
- d) Acima de 15 salários mínimos

3 – Quanto você gastaria em um vestido de festa sob medida?

- a) Ate 500 reais
- b) Ate 1.000 reais
- c) Ate 2.000 reais
- d) Ate 5.000 reais
- e) Ate 7.000 reais

4 – Quanto você gastaria num vestido de noiva?

- a) Até 5 mil reais
- b) Até 10 mil reais
- c) Até 15 mil reais
- d) Até 20 mil reais
- e) Acima de 20 mil reais

5 – Você prefere / preferiria alugar ou comprar um vestido de festa? Por que?

6 – E um vestido de noiva, você preferiria fazer sob medida, ou alugar? Por que?

7 – O que você procura em um vestido sob medida?

- a) Exclusividade
- b) Melhor caimento
- c) Facilidade
- d) Outro : _____

8 – Num vestido exclusivo, o que você mais valoriza?

- a) Acabamento
- b) Material utilizado (renda e tecido)
- c) Modelagem
- d) Cor
- e) Bordados

9 – Com relação a cor, você prefere:

- a) Prefiro cores clássicas
- b) Prefiro cores fortes
- c) Prefiro cores pastéis
- d) Posso usar todas as cores, dependendo da situação.

10 – O que você acha do uso de cores em um vestido de noiva?

Trabalho de Conclusão de Curso
Desenvolvimento de Coleção de Moda



SPRING SUMMER 2017

Isadora Dantas

Orientadora: Walkíria Guedes

IZZY

Atelië

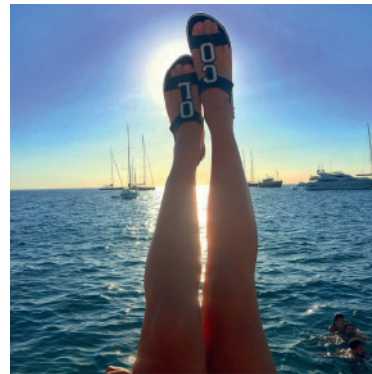
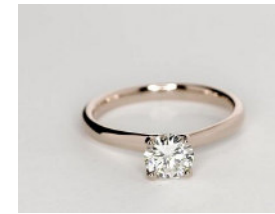
SPRING SUMMER 2017

Conceito da Marca

Na construção de um vestido de festa, estão envolvidas muitas histórias. Silhuetas e materiais, formam peças únicas, sonhadas junto, para celebrar momentos importantes. Estando com o cliente nestes momentos, criamos, assim, uma memória afetiva relacionada a marca.

A marca *IZZY Ateliê* traz formas mais leves, mantendo a simplicidade e a elegância. Prezando por acabamento primoroso e a delicadeza dos detalhes. Trabalhamos com o Sob Medida, com vestidos exclusivos, construídos junto as necessidades da cliente, e também com coleções sazonais, com peças em quantidades reduzidas, utilizando o conceito de “feito a mão”.

Compartamento - Exclusivo, Organização, Festa, Celebrar, Viagens, Amor



Mercado

Concorrentes diretos



Tecnológica



Máquina Reta



Overloque



Caneta Aplicadora



Bastidores



Agulhas



Pedraria



Manequim

Esma - Flores, Jardim, Feminino, Encantado, Leveza, Natural.



Tendências - Babados, Transparência, Aplicações de Flores

BABADOS



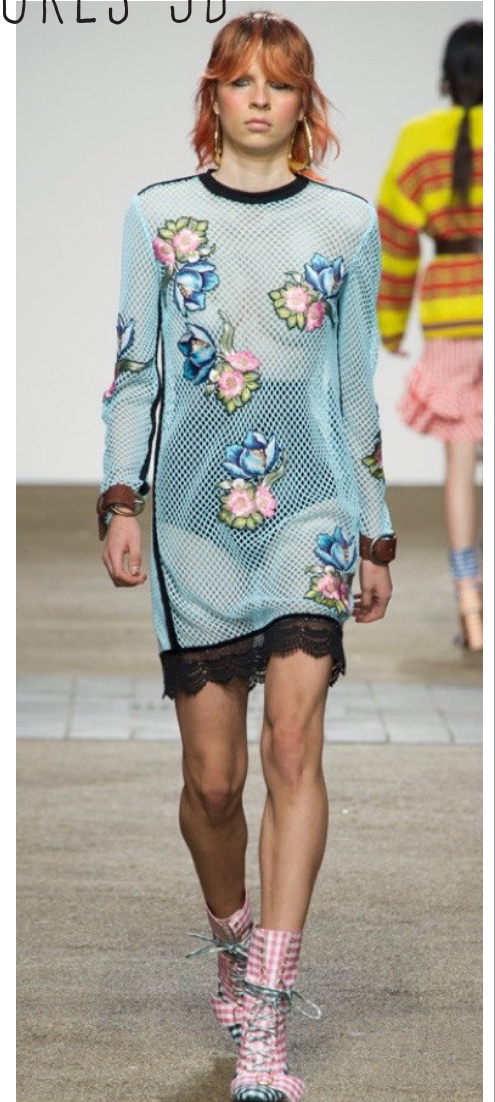
ALBERTA FERRATI

SHEER DRESS



GUCCI

FLORES 3D



HOUSE OF HOLLAND



FLEUR

Release

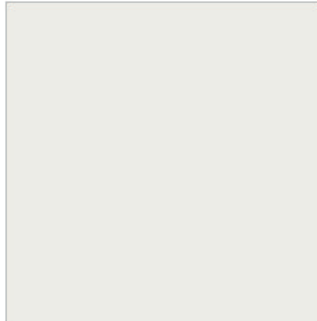
A inspiração vem da mulher. A flor representa essa mulher, em toda sua feminilidade, delicadeza, e romantismo. Os materiais nobres incluem um mix de rendas, tule, crepes e musselines. Trazendo formas leves, transparencias e detalhes e bordados manuais.

A cartela de cor traz rosas, verdes e azul para festas, e mantém o branco e o off white para os vestidos de noivas, como tradição.

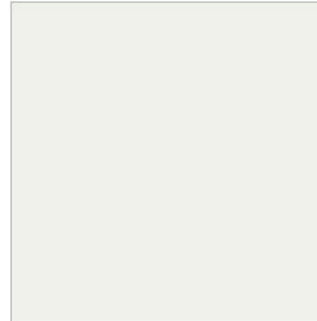
Cases

Branco

Off White



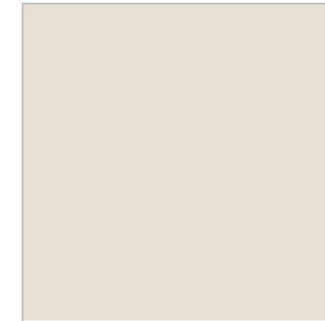
PANTONE®
PQ-11-0602TCX
Snow White



PANTONE®
11-0601 TCX
Bright White



PANTONE®
11-4301 TCX
Lily White



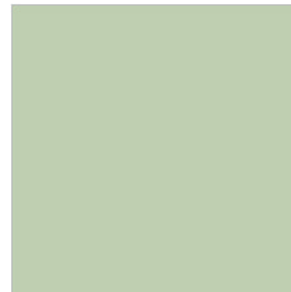
PANTONE®
11-0701 TCX
Whisper White



PANTONE®
13-4411 TCX
Crystal Blue



PANTONE®
15-6120 TCX
Ming



PANTONE®
12-0313 TCX
Seafoam Green



PANTONE®
15-1626 TCX
Salmon Rose



PANTONE®
16-1620 TCX
Tea Rose

Tecidos

Tule Ilusione



Cetim Duchese



Crepe Musse



Musseline de Seda



Tule Bordado



Rendas



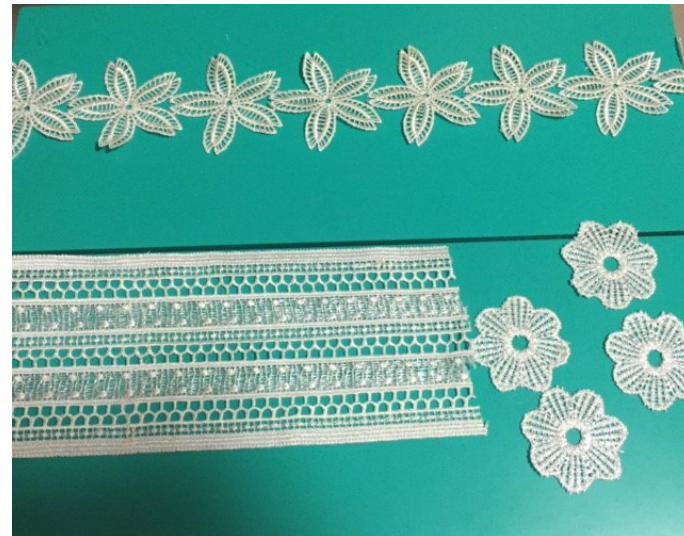
Axiamentos



Zíper invisível



Linhas



Bicos de Renda



Botões



Cristais Termocolantes

Processos Criativos



Line Alp



Família 1



Família 2



Família 3



Família 4



Comunicação Visual

Logo



Fonte Frenchpress

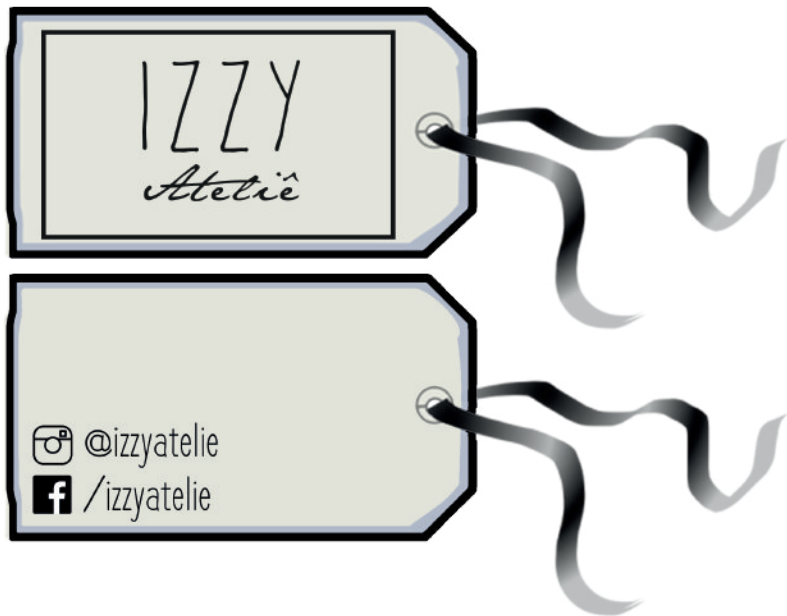
Fonte JaneAusten

O Logo foi desenvolvido com o objetivo de ser simples, elegante e atemporal, reproduzindo os valores da marca.

As fontes utilizadas foram Frenchpress, em caixa alta para dar mais destaque ao nome da marca, e a fonte Jane Austen, para descrever o tipo de produto.

Etiquetas

Tag em Papel Couchê - 55 X 95 mm



Etiqueta de Composição
Em cetim - - 5 X 4 mm



Etiqueta Bordada de Tafetá Plus - 3 X 7 mm

Embalagens

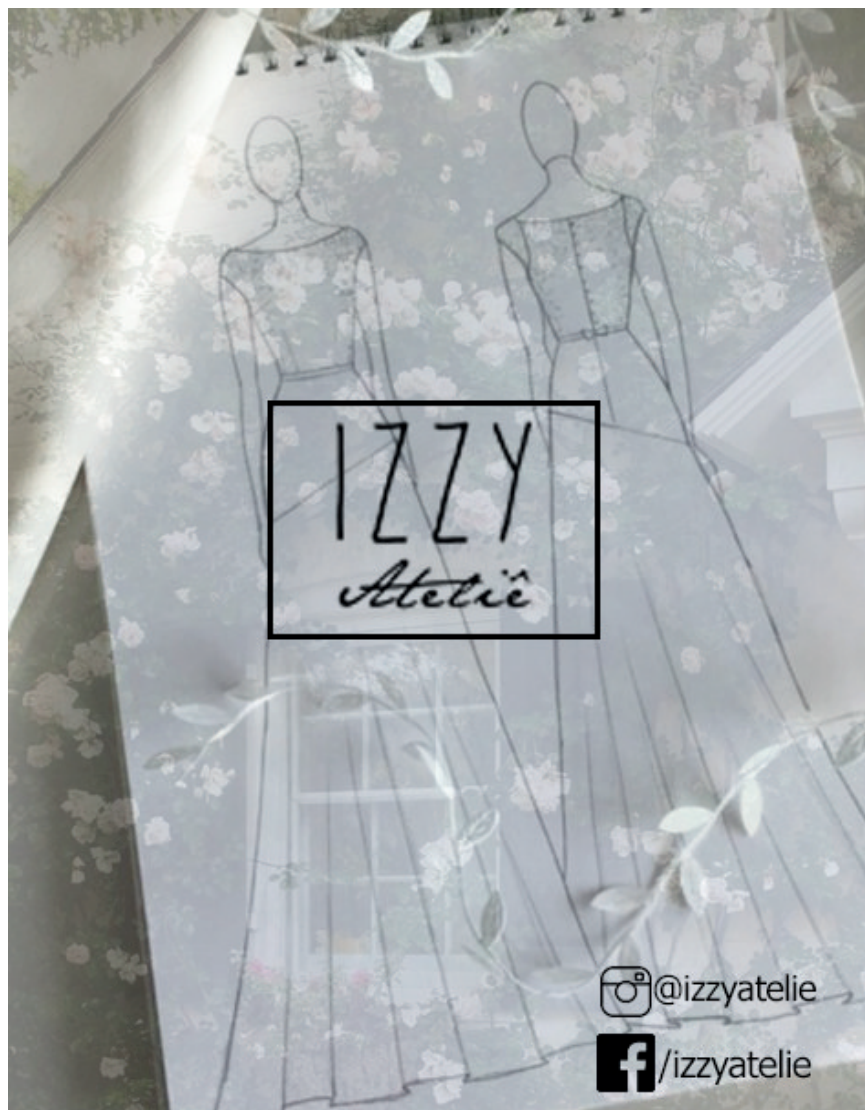


Sacola de Papel Duplex - 38 x 44 x 12 cm



Capas Protetoras de TNT
Curta - 60 x 100 cm
Longa - 60 x 160 cm

Peça Publicitária



Redes Sociais

Instagram Search [Get the app](#) [Log in](#)

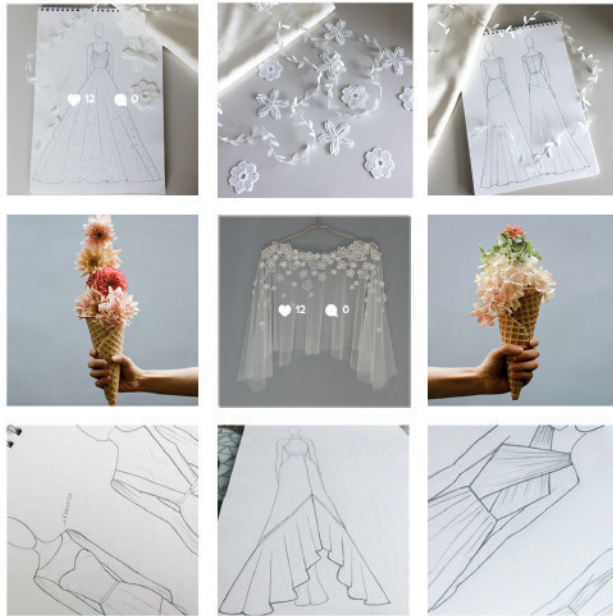


izzytelie

FOLLOW

Ateliê de Noivas e Festa, Vestidos Exclusivos.
www.izzytelie.com.br

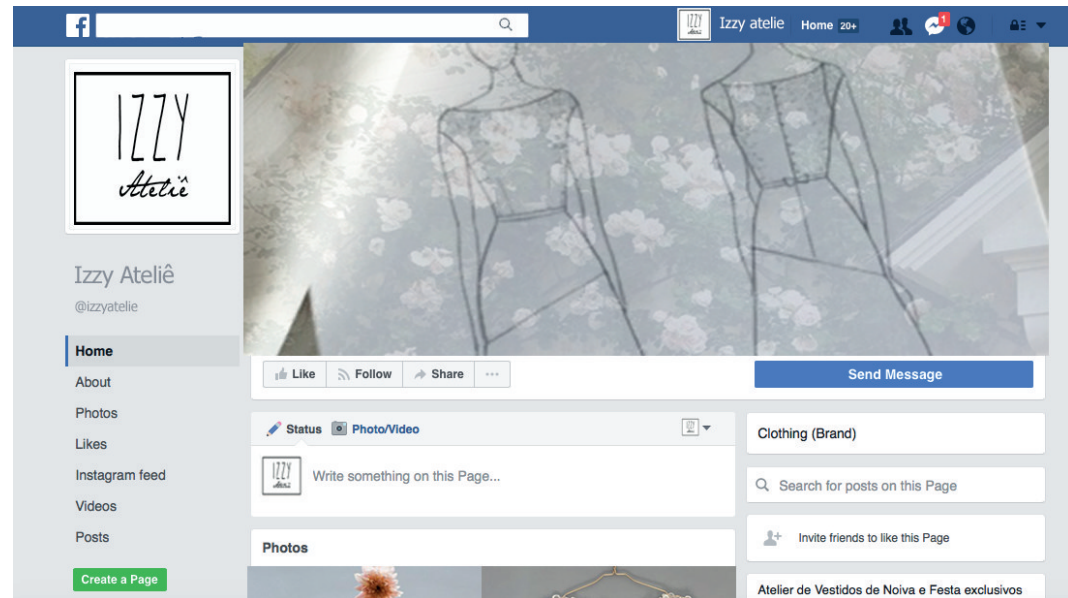
70 posts 21k followers 1102 following



[ABOUT US](#) [SUPPORT](#) [BLOG](#) [PRESS](#) [API](#) [JOBS](#) [PRIVACY](#) [TERMS](#) [LANGUAGE](#)

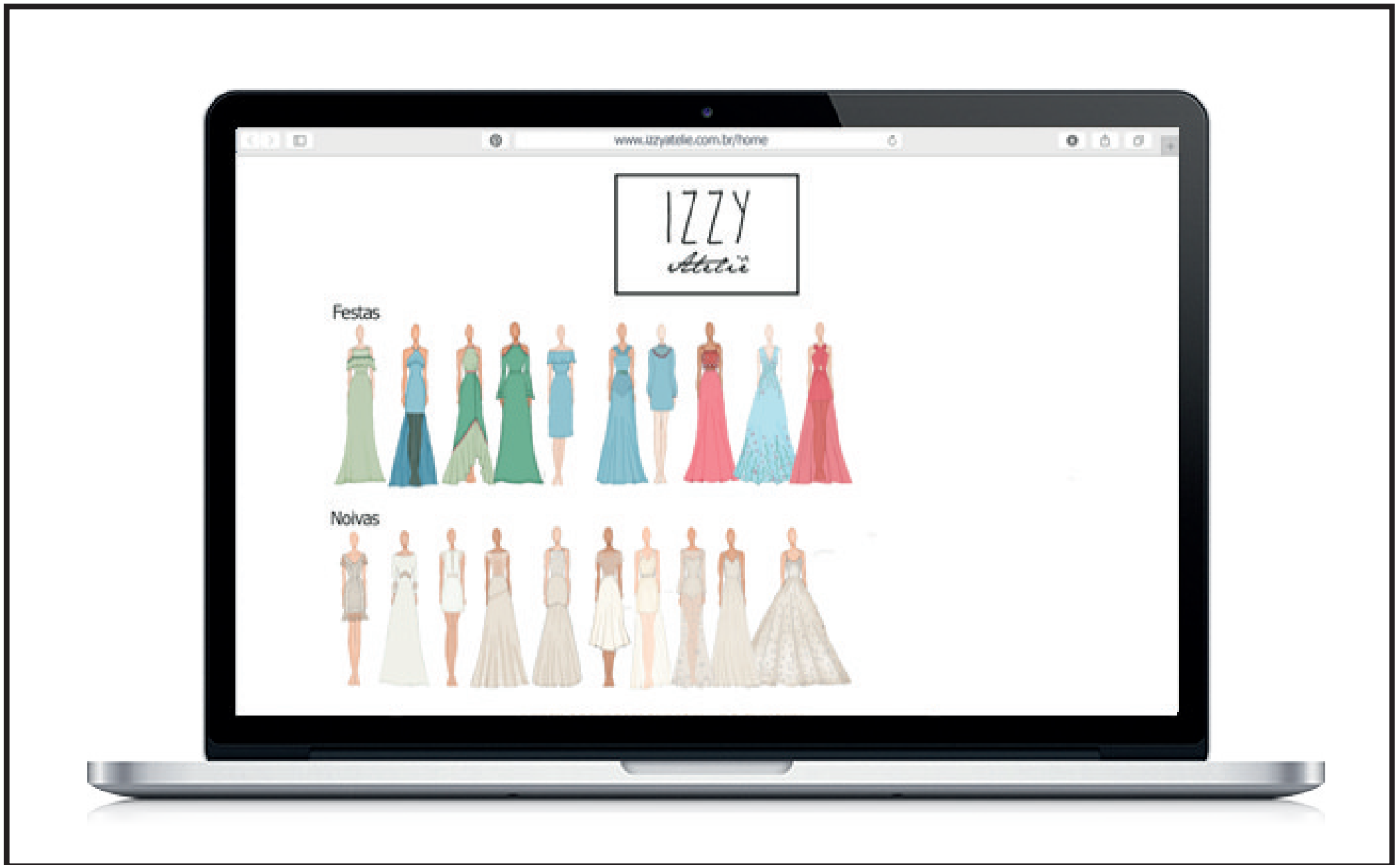
© 2016 INSTAGRAM

página da marca no instagram



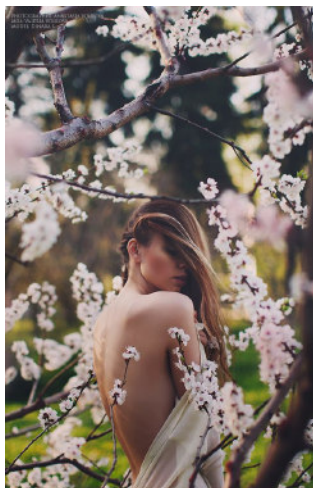
página da marca no facebook

Site



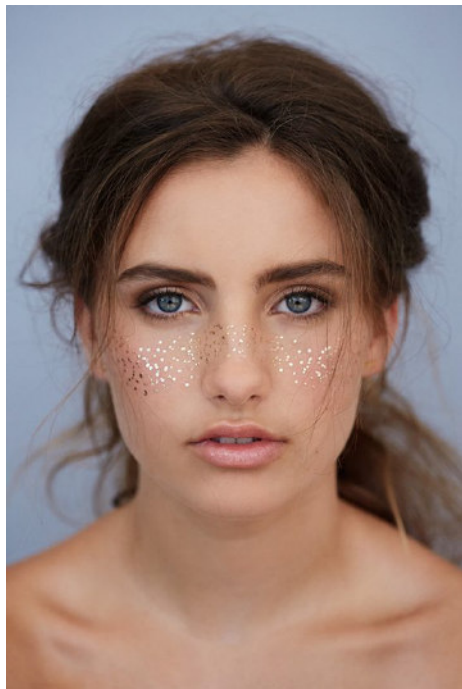
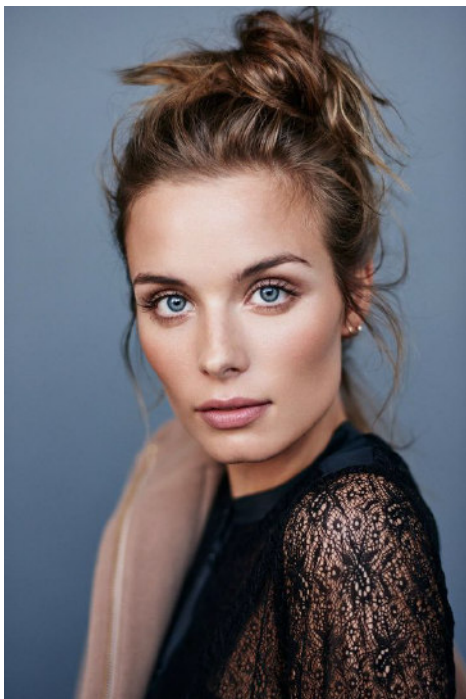
Projeto de Produção Fotográfica

CONCEITO e ATITUDE



Belera

Make - Pele perfeita, leve, bem iluminada, com pontos de luz.



Hair - Meio preso, com babyliss bagunçado.



Recursos Humanos

1 fotógrafo

1 modelo

1 beauty artist

1 produtor

1 assistente

1 pessoa que faça a ambientação do espaço

Proposta de Locação:
PARQUE DO COCÓ



Agradecimentos

Agradeço aos meus pai, ao Joao Luiz, e a minha irmã Heloisa, pelo apoio e paciência durante o processo.

Aos meus amigos do curso, por estarem sempre dispostos a compartilhar os ensinamentos e as dúvidas.

A minha orientadora Walkíria, que me acompanhou desde o início do curso, e a professora e amiga Manuela, pelos ensinamentos e oportunidades que me permitiram descobrir a minha área de trabalho.

Obrigada!

Isadora Dantas

Orientadora: Walkíria Guedes

Design - Moda

Universidade Federal do Ceará