



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

MAYRLA CANAFISTULA FERREIRA

PORTIFÓLIO EXECUTIVO DA MARCA LAS MARIAS

FORTALEZA
2016

MAYRLA CANAFISTULA FERREIRA

PORTIFÓLIO EXECUTIVO DA MARCA LAS MARIAS

Trabalho para Conclusão do Curso de Graduação em Design-Moda, do Instituto de Cultura e Arte, da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design-Moda.

Orientadora: MSC. Adriana Leiria Matos

FORTALEZA

2016

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)

F442p Ferreira, Mayrla Canafistula.

Portfólio executivo da marca Las Marias / Mayrla Canafistula Ferreira. – 2016.
72 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2016.
Orientação: Profa. Ma. Adriana Leiria Matos.

1. Moda feminina. 2. Las Marias. 3. Marca. I. Título.

CDD 391

MAYRLA CANAFISTULA FERREIRA

PORTIFOLIO EXECUTIVO DA MARCA LAS MARIAS

Trabalho para Conclusão do Curso de Graduação em Design-Moda, do Instituto de Cultura e Arte, da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design-Moda.

Orientadora: MSC. Adriana Leiria Matos

Aprovada em: ___/___/_____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. MSC. Adriana Leiria Matos (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Prof. Kaline Lopes

Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Prof. Dra. Dijane Maria Rocha Victor

Universidade Estadual do Ceará (UFC)

1. INTRODUÇÃO.

O objetivo do projeto executivo foi embasar toda a estrutura apresentada no portfólio criativo que planeja o lançamento da marca Las Marias, uma marca exclusivamente feminina. Através do nome da marca já podemos dar um indicativo de seu público. O nome da marca remete a feminilidade de todas as marias que representam a classe feminina, as Marias mães, trabalhadoras, estudantes, pesquisadoras ... enfim todas as mulheres que a marca representa.

A mesma é criação de duas sócias que perceberam as necessidades do mercado feminino de moda cearense: comprar um produto de qualidade, uma boa modelagem e um preço acessível. A partir da percepção das necessidades dos nossos clientes foi que decidimos criar nossa marca reunindo características que considerávamos importantes para o resultado de um produto bem direcionado para nosso público.

A marca Las Marias, produz um mix de produtos para mulheres que gostam de estar na moda com conforto e que mesmo na correria do cotidiano que gostam de se cuidar e manter sua aparência feminina. As peças vão do básico a peças modernas para produções mais elaboradas. Considerando as afirmações de Vasques (2007, p202) “O consumidor vincula uma marca não só com uma qualidade física do produto, mas com uma série de associações emocionais e sociais que ela transmite” (VASQUEZ, 2007, p.202). Portanto, é de importância significativa que nosso cliente se identifique com a marca.

2. BRIEFING

Tabela1- Briefing da marca Las Marias, baseado no modelo de Phillips-(2007)

Tópicos Básicos	Conteúdos	Descrição
NATUREZA DO PROJETO	Justificativa	A marca visa atender às necessidades de consumo do público-alvo que desejam consumir um produto de qualidade com um preço justo.
	Objetivos do projeto	Lançar no mercado a marca de moda Las Marias, com o objetivo de atender às necessidades das mulheres que desejam praticidade, agilidade e um produto confortável.
	Resultados desejáveis	Oferecer praticidade na hora da compra, Com produtos que atendam às necessidades do público alvo.
	Responsabilidade do projeto	A marca atende ao público feminino, por isso pretende apoiar projetos e combate ao câncer de mama, desenvolvendo alguns produtos que tenham o lucro revertido para esses projetos.
ANÁLISE SETORIAL	Marca	Las Marias
	Produto	Vestuário Feminino
	Preço	De 30,00 a 120,00
	Promoção	Facebook e Instagram
	Praça	Mercado Virtual.
	Estudo de tendências	As tendências apontadas para esta estação são: Kaleidoscopic tropic Black and White Jeans com aplicações.
	Concorrentes	Camélia moda, Urb store

	diretos	
	Tecnologia	Máquinas de costura, reta, overloque, goleira, aparelhos de viés para malha e tecido plano.
	Estratégia da empresa	Fortalecer a imagem de feminilidade da marca para nosso público.
PÚBLICO ALVO	Sexo	Feminino.
	Faixa etária	Entre 20 a 40 anos.
	Nível de renda	Classe D e E.
	Hábitos de consumo	Mulheres que tem acesso a redes sociais, que querem agilidade, praticidade e facilidade no atendimento.
PORTFÓLIO DA EMPRESA	Imagem corporativa	Branding, visando a fortificação da imagem da marca perante o mercado, através das redes sociais e ferramentas de marketing.
	Segmentação do mercado	Mulheres entre 20 e 40 que se identifiquem com as mulheres que a marca representa.
OBJETIVOS DO NEGÓCIO E ESTRATÉGIAS DO DESIGN	Principais resultados visados pelo projeto, atividades de design, correspondentes aos resultados visados.	Lançar no mercado a Las Marias, uma marca que atende às necessidades das mulheres modernas que buscam por uma praticidade na hora da compra.
INFORMAÇÕES DE PESQUISAS	Tendências dos negócios, avanços tecnológicos, lançamentos de novos produtos.	Através da pesquisa realizada, percebeu-se a necessidade de lançar produtos em um pequeno período de tempo e sempre alinhados com as últimas tendências.

Fonte: elaborada pela autora.

3. COMPOSTO DE MARKETING.

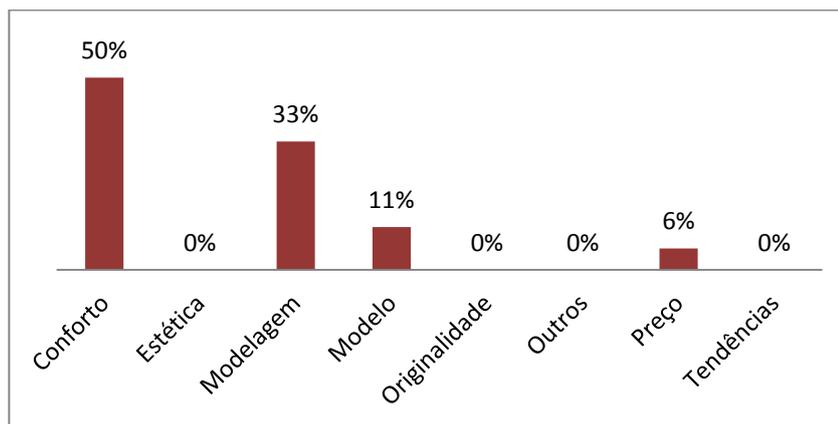
3.1. Análise do produto

As mulheres têm em sua essência características como sensibilidade, delicadeza e fortaleza constituindo o público da marca Las Marias que foi criada para atender a essas clientes que buscam por produtos que as satisfaçam em características como Preço, Modelagem , Qualidade e Conforto

Para entender melhor a necessidade do público alvo em potencial, formulou-se um questionário para avaliar a importância dos critérios que norteiam o projeto de produtos. No processo foram investigadas 36 mulheres, com perfil e hábitos de consumo compatível com a marca Las Marias. Para isso a análise das informações obtidas foi feita através dos 4 Ps, pois segundo Kotler (1999, p.124): “A estrutura dos quatro Ps requer que os profissionais de marketing decidam sobre os produtos e suas características, definam o preço, decidam sobre como distribuir o produto”.

A princípio analisaram-se os critérios considerados importantes na hora de comprar chegando aos seguintes resultados: 50% consideram o conforto como aspecto mais importante, seguido de modelagem com 33% e modelo com 11%.

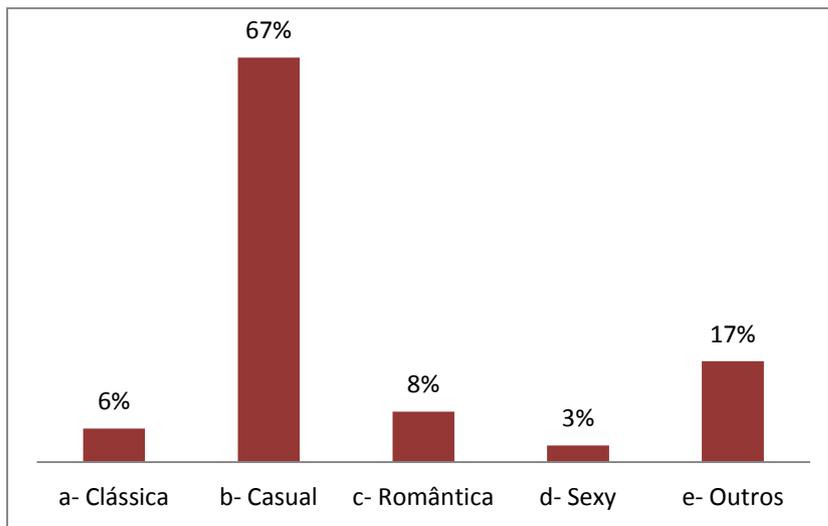
Gráfico 1 – Atributos mais importantes do produto



Fonte: Elaborada pela autora

Solicitou-se que elas apontassem com que estilo mais se identificavam e 67% preferiu o estilo casual, seguido por 8% romântico e 6% clássica.

Gráfico 2- Com qual estilo você se identifica



Fonte: Elaborada pela autora

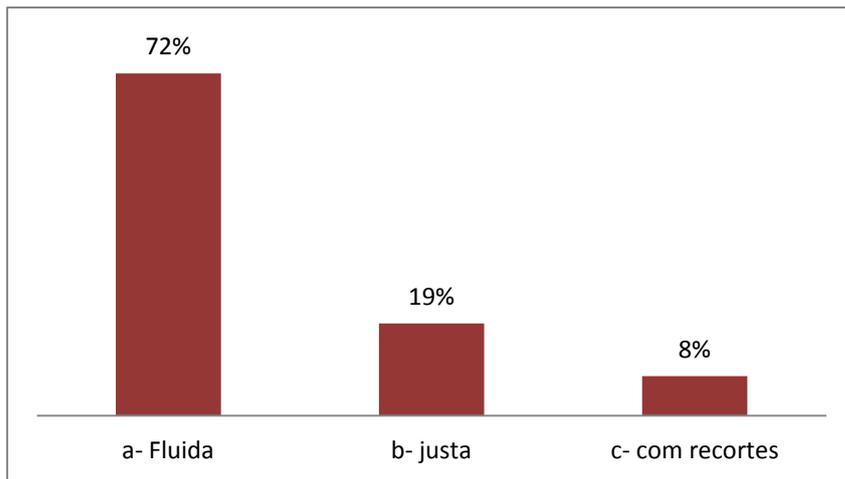
Solicitou-se também que elas escolhessem que tipo de modelagem elas preferiam de acordo com as imagens abaixo:

Figura 1 – Imagem que representa os respectivos tipos de modelagem Fluida, ajustada, com recortes.



Fonte: www.pinterest.com.br, acessado no dia 18/05/2016.

Gráfico 3- Tipo de modelagem preferido



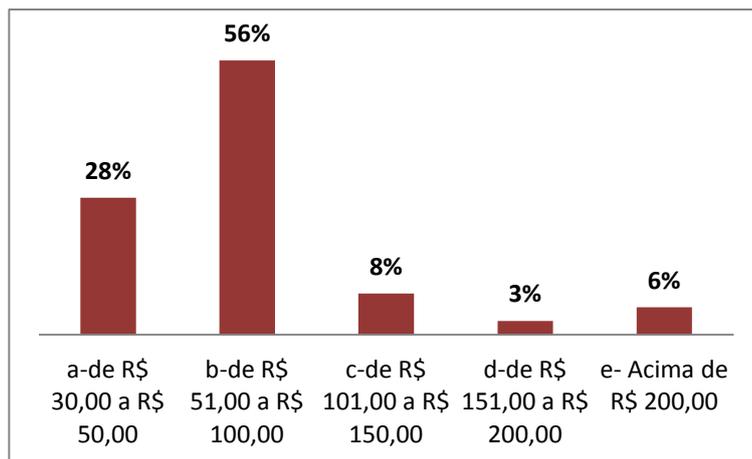
Fonte: Elaborada pela autora

De acordo com o gráfico 3, pesquisou-se que tipo de modelagem nossas entrevistadas preferem e os resultados mostraram que 72% das pessoas entrevistadas preferem modelagem *fluida* enquanto 19% opta por modelagem *justa*; e 8% prefere modelagem com *recortes*. A partir destes dados, pôde-se constatar que as entrevistadas apontam aspectos importantes na escolha de uma roupa: o conforto, com estilo casual e com modelagens fluidas.

3.2. Preço

Para definir o perfil de preço que as clientes em potencial estão dispostas a investir em roupas, perguntou-se inicialmente quanto elas a pagariam por uma peça e 56% das entrevistadas escolheram valores entre R\$ 51,00 e R\$ 100,00; 28% delas desejam pagar entre R\$ 30, 00 e R\$ 50,00 por uma peça de roupa e 8% pagariam entre R\$ 101,00 a R\$ 150,00.

Gráfico 4- Quanto você está disposta a pagar por uma peça de roupa:



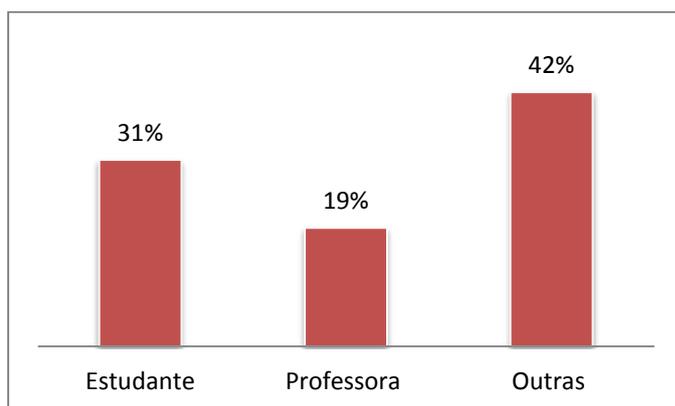
Fonte: Elaborada pela autora

Desta maneira, a marca Las Marias, definiu manter sua média de preço entre R\$ 30,00 para as peças mais simples, como blusas de malha, e R\$ 120,00 para as peças mais elaboradas como os vestidos e macaquinhos. Assim podemos manter uma média de valor condizente com as faixas de precificação indicadas na pesquisa.

3.3. Análise de público alvo.

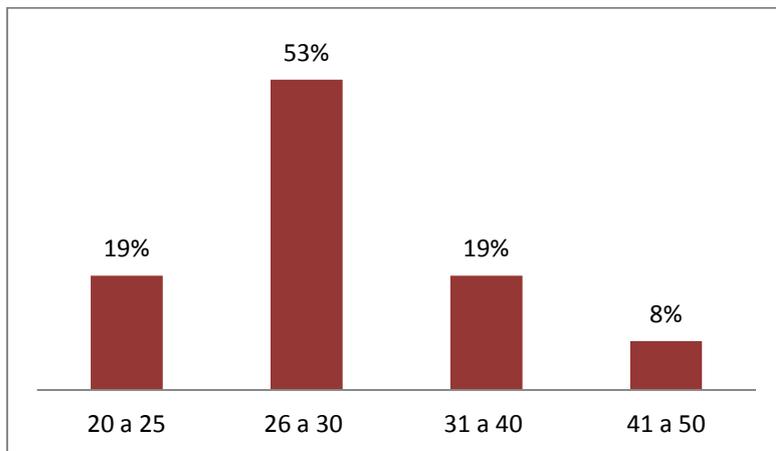
Podemos traçar o perfil do público alvo composto por mulheres entre 20 e 40 anos, sendo 31% delas estudantes, 19% professoras e 42% em outras profissões. E que 53% das entrevistadas encontram-se na faixa etária entre 26 e 30 anos, 19% entre 20 a 25 anos e 19% entre 31 a 40.

Gráfico 5- Qual sua ocupação



Fonte: Elaborada pela autora

Gráfico 6 -Qual idade das pessoas entrevistadas

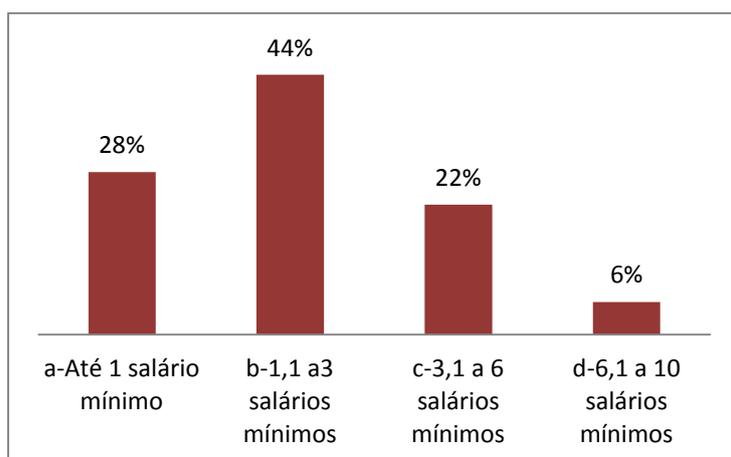


Fonte: Elaborada pela autora

Com relação à renda familiar das entrevistadas, os seguintes resultados foram apontados: 44% recebem entre 1,1 a 3 salários mínimos, enquanto 28% ganham até 1 salário mínimo; e 22% ganham entre 3,1 e 6 salários mínimos. Conclui-se que o público alvo se encaixa entre as classes D e E segundo parâmetros divulgados pelo IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.¹

¹ In: **Classes socioeconômicas do Brasil, 2015**. Disponível na internet através: www.ibge.gov.br

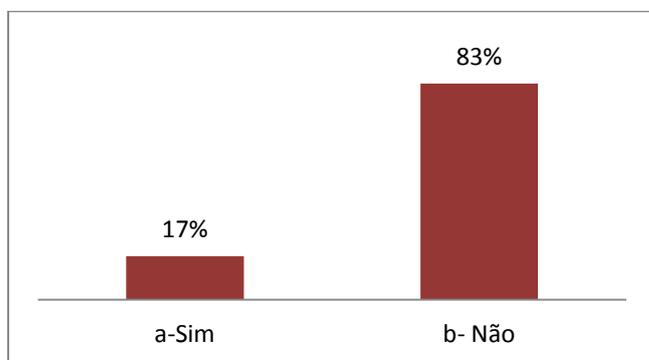
Gráfico 7- Faixa salarial



Fonte: Elaborada pela autora

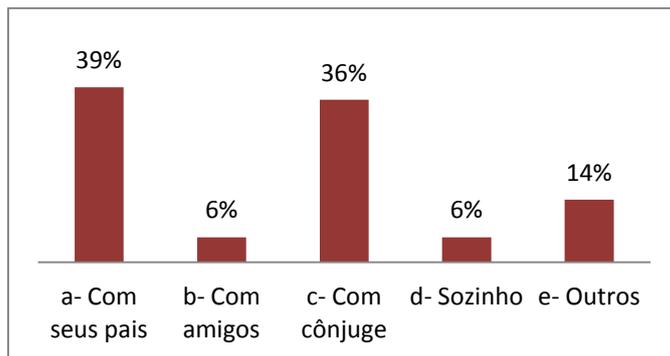
Outros dados também importantes são os de que 83% das entrevistadas não são as principais provedoras da sua casa, enquanto que 17% das afirmaram que o são. As demais, 39% são dependentes financeiramente dos pais, e 36% são dependentes do cônjuge.

Gráfico 8 - Você é o principal provedor da sua casa



Fonte: Elaborada pela autora

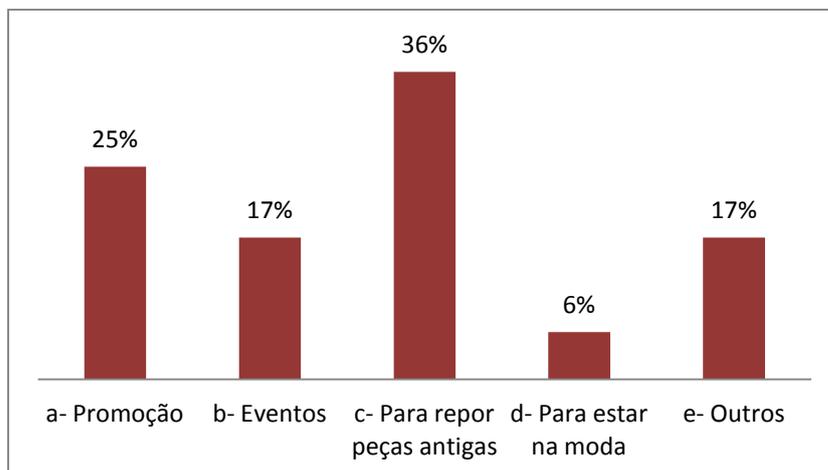
Gráfico 9 - Com quem você mora



Fonte: Elaborada pela autora

Ainda sobre as informações do público alvo da marca Las Marias, perguntou-se suas motivações de compra de roupas novas: 36% responderam que é para repor peças antigas; 25% apontaram que são atraídas por promoções; e 17% responderam que compram por conta de eventos ou outros motivos. Portanto, percebeu-se que o prevalece como motivação principal das entrevistadas é a necessidade de repor peças antigas, e conclui-se que é de importância significativa a elaboração cuidadosa de produtos que conquistem essas clientes.

Gráfico 10 - Qual motivo lhe leva a comprar roupas novas

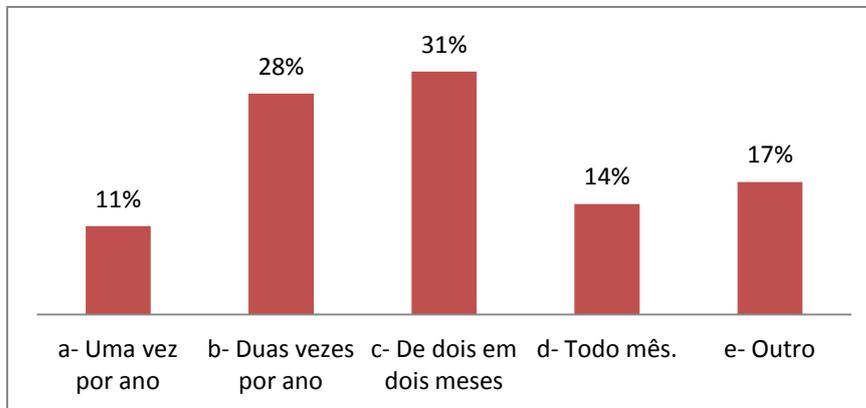


Fonte: Elaborada pela autora

Também solicitou-se que elas respondessem sobre sua frequência de compras e 31% delas responderam que costumam comprar roupas de dois em dois meses, enquanto 28% responderam que costumam comprar somente duas vezes por ano, e, finalmente, 14% responderam que costumam comprar todo mês. Com essas

informações conclui-se que é necessário existir rotatividade de novos produtos, adequada à frequência de compra mais apontada pela pesquisa.

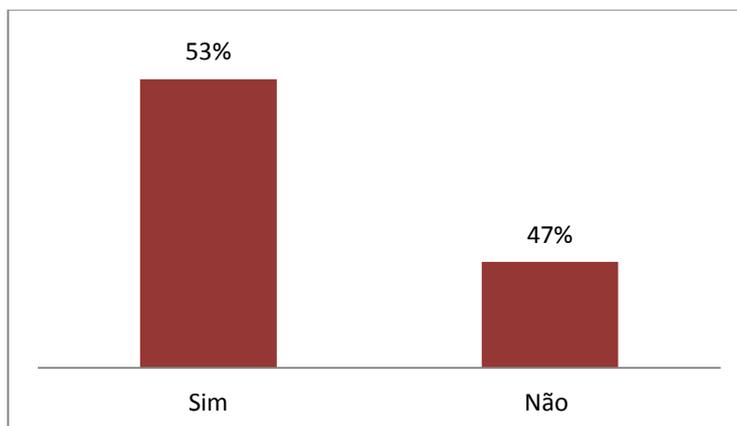
Gráfico 11 - Com que frequência você compra roupas.



Fonte: Elaborada pela autora

As entrevistadas também responderam perguntas em relação ao o hábito de consumir marcas cearenses e 53% responderam que sim, e 47% responderam que não compra marcas cearenses. Algumas delas citaram algumas marcas cearenses como: Dona Florinda, Colmeia e Anne.

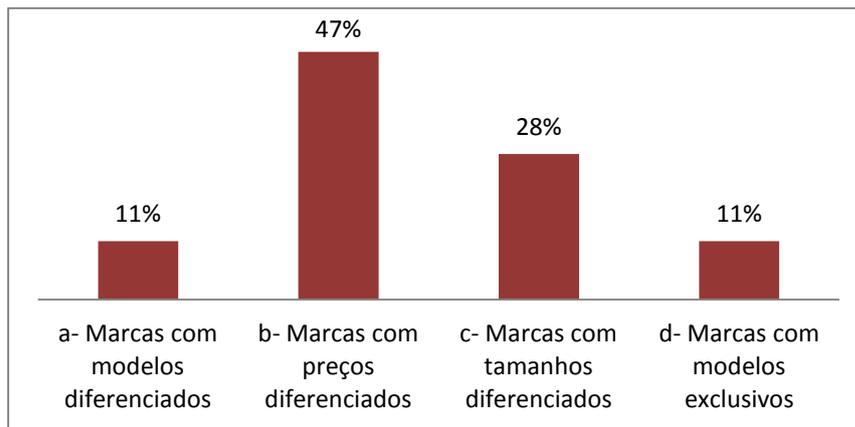
Gráfico 12- Você costuma comprar roupas de marcas cearenses



Fonte: Elaborada pela autora

Também foi solicitada a opinião a respeito de aspectos que sentiam falta nas marcas cearenses e 47% das respostas apontaram para marcas com preço diferenciado, 28% para tamanhos diferenciados, e 11% para modelos diferenciados ou modelos exclusivos.

Gráfico 13-O que você sente falta no mercado de moda cearense



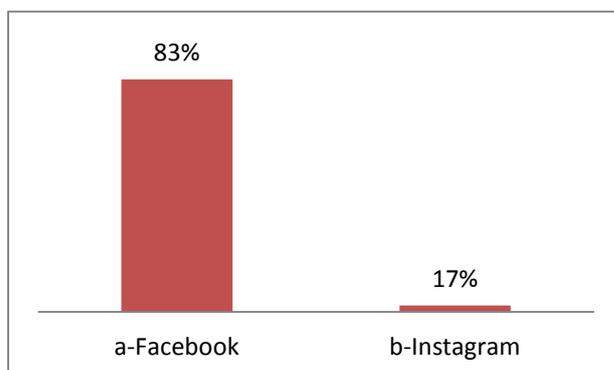
Fonte: Elaborada pela autora.

Com os resultados obtidos na pesquisa, conseguimos traçar o perfil das consumidoras da marca Las Marias, mulheres entre 20 e 40 anos mulheres que já tem uma opinião formada, que estão conseguindo sua independência financeira, pertencentes às classes D e E, que costumam comprar de dois em dois meses e procuram no mercado uma marca que ofereça produtos com preços diferenciados. Portanto, devemos atentar para estes resultados a fim de atender às necessidades destas clientes.

3.4. Proposta do ponto de venda.

A marca Las Marias terá como principal canal de venda as redes sociais Facebook, Instagram e o site. Pois como podemos perceber no gráfico abaixo, 83% das entrevistas utilizam o Facebook como principal rede social e 17% utiliza o Instagram.

Gráfico 14-Quais as redes sociais você mais utiliza



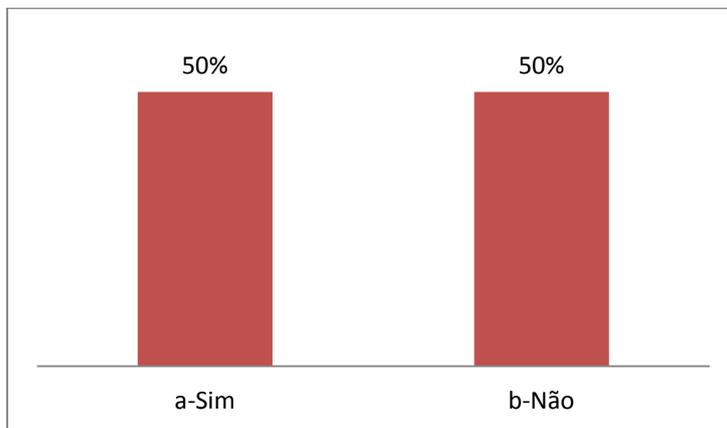
Fonte: Elaborada pela autora

Portanto manteremos o Facebook como principal canal de venda e iremos trabalhar para fortalecer o Instagram e site como ferramentas de vendas.

3.5. Proposta de promoção da marca.

A proposta de promoção da marca Las Marias também será feita através das redes sociais Facebook e Instagram, de acordo com a pesquisa de mercado, através destas redes sociais conseguiremos ter um alcance maior dos clientes. As entrevistadas foram questionadas se acompanhavam as marcas que consomem através das redes sociais, 50% responderam que sim e 50% que não.

Gráfico 15-Você costuma acompanhar as marcas que você compra pelas redes sociais



Fonte: Elaborada pela autora

Portanto, é interessante investir na divulgação das nossas redes sociais e incentivar o uso das mesmas por nossos clientes.

4. Análise SWOT dos concorrentes.

Tabela 2- Análise SWOT da marca concorrente Camélia moda.

Planilha para análise do Mercado Concorrente.
Empresa: Camélia moda
Posição relativa no mercado: Loja cearense de vestuário com uma loja física.
Tempo de funcionamento: 5 anos
Principais pontos fortes:
1- Possui loja de atacado 2- Forte presença em redes sociais 3- Lançamento sazonal de produtos 4- Preço atrativo
Principais pontos fracos:
1-Não possui vendas on-line 2- Loja fica distante dos principais pontos de venda de fortaleza 3- Não trabalha com coleções
Oportunidades:
1-Tentar organizar os lançamentos com coleções. 2- Abrir loja em lugares mais comerciais
Ameaças:
2- Lançar o site para vendas on-line.

Fonte - elaborada pela autora

Tabela 3- Análise SWOT da marca concorrente Urb Store.

Planilha para análise do Mercado Concorrente.
Empresa: Urb Store
Posição relativa no mercado: Loja cearense de vestuário e acessórios com uma loja física.
Tempo de funcionamento: em média 5 anos
Principais pontos fortes:
1- Possui lojas nos principais shoppings de fortaleza 2- Forte presença em redes sociais 3- Lançamento de produtos periódicos

4- Preço atrativo
5- Também vende acessórios
Principais pontos fracos:
1- Não trabalha com coleções
2- Modelagens pequenas
Oportunidades:
1-Tentar organizar os lançamentos com coleções.
2- Expandir para outros shoppings
Ameaças:
1- Melhorar a modelagem

Fonte - elaborada pela autora

5. Metodologia projetual.

Para este trabalho escolhemos o modelo sugerido por Löbach (2001) que descreve as fases do processo criativo e também os processos de solução de problemas.

Tabela 4- Baseada no modelo Löbach (2001).

Processo Criativo	Processo de solução do problema	Processo de design
1. Fase de preparação	Análise do problema Conhecimento do problema Coleta de informações Análise das informações Definição do problema, clarificação do problema, definição de objetivos	Análise do problema de design Análise da necessidade Análise da relação social (homem-produto) Análise da relação com ambiente (produto-ambiente) Desenvolvimento histórico Análise do mercado Análise da função (funções práticas) Análise estrutural (estrutura da construção) Análise da configuração (funções estéticas) Análise de materiais e processos de fabricação Patentes, legislação e normas Análise de sistema de produto (produto-produto) Distribuição, montagem, serviço a clientes, manutenção Descrição das características do novo produto Exigências para com o novo produto
2. Fase da geração	Alternativas do problema Escolha dos métodos de solucionar problemas, produção de ideias, geração de alternativas	Alternativas de design Conceitos do design Alternativas de solução Esboços de ideias Modelos
3. Fase da avaliação	Avaliação das alternativas do problema Exame das alternativas, processo de seleção Processo de avaliação	Avaliação das alternativas de design Escolha da melhor solução Incorporação das características ao novo produto
4. Fase de realização	Realização da solução do problema Realização da solução do problema, Nova avaliação da solução.	Solução de design Projeto mecânico Projeto estrutural Configuração dos detalhes Desenvolvimento de modelos Desenhos técnicos, e de representação Documentação do projeto, relatórios

Fonte: Lobach (2001) *apud* Capelassi (2010, p44).

6. Análise dos CDS

6.1. Competitividade:

- Lançar coleções de acordo com as tendências de cada estação.
- Ter peças com boa qualidade e preço justo.
- Foco no fortalecimento das redes sociais principalmente no Instagram

6.2. Diferenciação:

- A marca tem como principal diferencial o preço, conforto e qualidade.
- Desenvolvimento de estampas exclusivas.
- Lançamentos em pequeno período de tempo.

6.3. Sustentabilidade.

- Social: valorização da mão de obra local, e também dos colaboradores da empresa.

7. Tabela de parâmetros da coleção.

Tabela 4 - Tabela de parâmetro de coleção segundo modelo Treptow(2009):

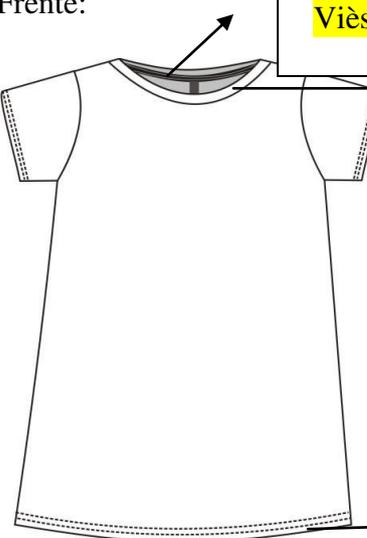
Mix de Produtos	Básico	Fashion	Total
Blusa	8	4	12
Calça		1	1
Macaquinho		4	4
Short	1	4	5
Short saia		1	1
Vestido	1	3	4
Jardineira		1	1
Total percentual	42%	58%	100%

8. Fichas técnicas

MODELO DE FICHA TÉCNICA PARA TCCI

	Empresa: Las Marias	
	Coleção: Tropical Garden	
	Ref. Modelo: Blusa Listras	Data:29/06/16
	Designer:Mayrla Canafistula	Modelista: Miracélia

Frente:



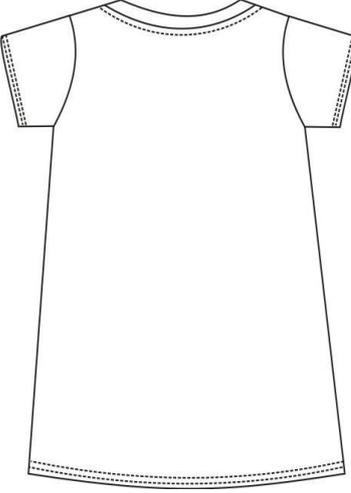
Viês com entrada de 3cm

Suador do próprio tecido

Bainha de 1,5 na goleira com 2 agulhas estreitas

Bainha de 1,5 na goleira com 2 agulhas estreitas

Costas:



	Empresa: Las Marias	
	Coleção: Tropical Garden	
	Ref. Modelo: Blusa Listras	Data:29/06/16
	Designer:Mayrla Canafistula	Modelista: Miracélia

Tabela de Materiais					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
Cotton Listrado	Marisol	96% algodão, 4% elastano	Listra preto e branco	0,40 cm	1

Tabela de Aviamentos					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant	Un.
Linha	Coats	Mista	Branca	1 tubo	1

Tabela de Etiquetas			
Descrição	Material	Tamanho	Fixação
Etiqueta de composição	Resinada	5cm x 3,5 cm	Costura overloque
Etiqueta da marca	Tecido	5cm x 1,5 cm	Costura reta

Beneficiamentos
Não

Grade de tamanhos				
Tamanho	Preto		-	SKU
P	4			4
M	8			8
G	4			4
Total SKU				16

	Empresa: Las Marias	
	Coleção: Tropical Garden	
	Ref. Modelo: Blusa Listras	Data: 29/06/16
	Designer: Mayrla Canafistula	Modelista: Miracélia

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
1-Unir ombros	Overloque	0'30''
2-Pregar Mangas	Overloque	0'50''
3-Pregar Laterais	Overloque	0'40''
4-Pregar detalhe colarinho	Overloque	0'50''
5-Colocar detalhe suador	Goleira	0'40''
6-Fazer bainha manga	Goleira	0'50''
7-Fazer bainha barra	Goleira	0'30''
8- Fixar canto do decote	Reya	

Observações importantes:

Designer:

_____/_____/_____

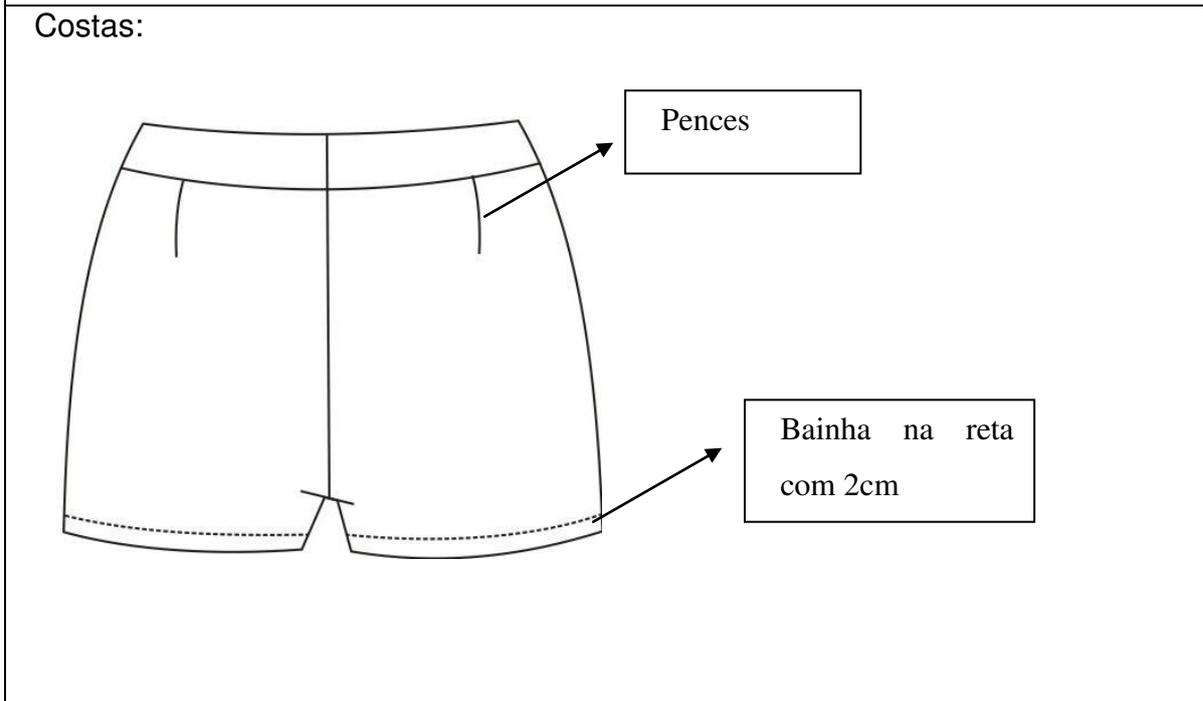
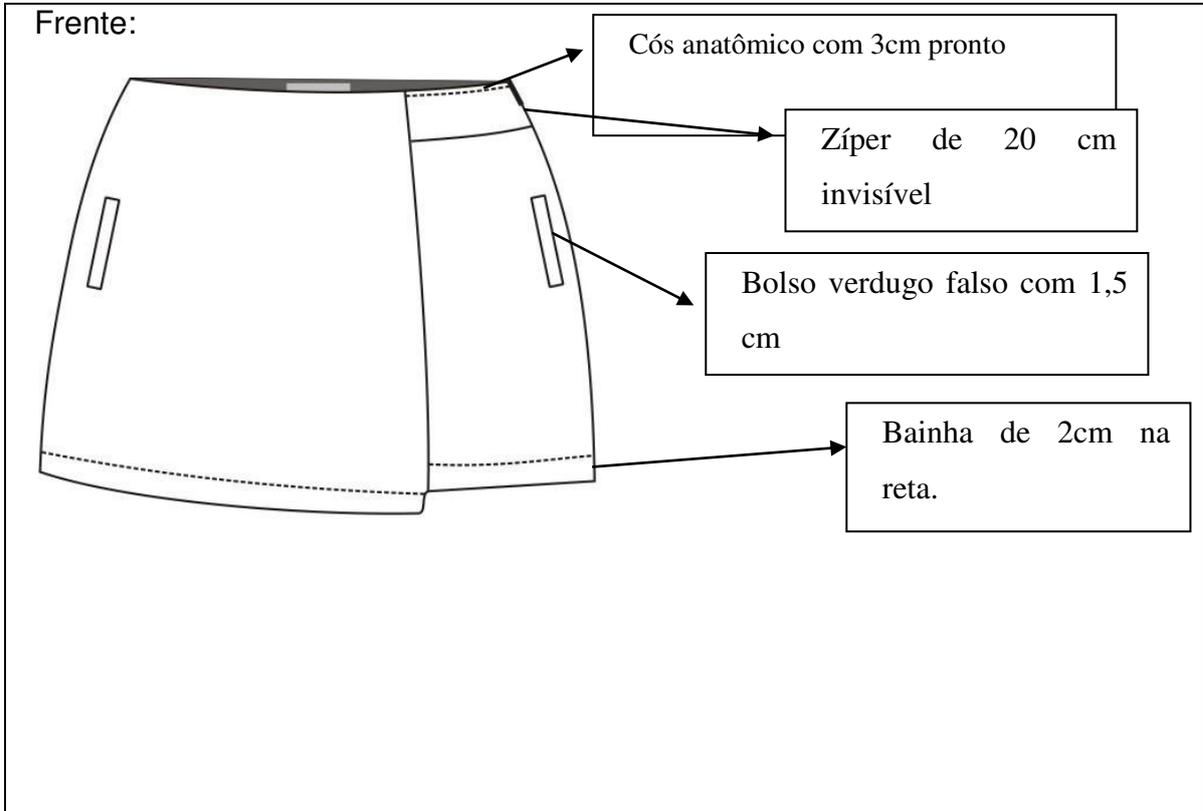
Modelista:

_____/_____/_____

PCP:

_____/_____/_____

	Empresa: Las Marias	
	Coleção: Tropical Garden	
	Ref. Modelo: Short saia Piquet	Data: 29/06/16
	Designer: Mayra Canafistula	Modelista: Miracélia



	Empresa: Las Marias	
	Coleção: Tropical Garden	
	Ref. Modelo: Short saia Piquet algodão	Data:29/06/16
	Designer: Mayrla Canafistula	Modelista: Miracélia

Tabela de Materiais					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
Piquet	Têxtil Leitão	95% poliéster, 5% elastano	Preto	0,60 cm	1

Tabela de Aviamentos					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
Linha	Coats	Mista	Preta	1 tubo	1
Zíper invisível	Coats	-	Preta	1 und	1

Tabela de Etiquetas			
Descrição	Material	Tamanho	Fixação
Etiqueta de composição	Resinada	5cm x 3,5 cm	Costura overloque
Etiqueta da marca	Tecido	5cm x 1,5 cm	Costura reta

Beneficiamentos
Não

Grade de tamanhos				
Tamanho	Listra preto e branco	Listra preto e rosa	-	SKU
P	2	2		4
M	4	4		8
G	2	2		4
Total SKU				16

	Empresa: Las Marias	
	Coleção: Tropical Garden	
	Ref. Modelo: Blusa Listras	Data: 299/06/16
	Designer: Mayrla Canafistula	Modelista: Miracélia

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
1-Fazer detalhe frente	Reta	1'30''
2-Unir frente	Overloque	0'30''
3-Unir costas	Overloque	0'50''
4-Unir Lateral	Overloque	0'40''
5-Colocar Zíper	Reta	1'0''
6-Colocar Cós	Reta	0'40''
7-Fazer bainha	Goleira	0'50''

Observações importantes:

_____/_____/_____
 Designer:

_____/_____/_____
 Modelista:

_____/_____/_____
 PCP:

	Empresa: Las Marias		
	Coleção: Tropical Garden		
	Ref. Modelo:	Camiseta	Data: 29/06/16
	Viscose		
Designer:	Mayrla	Modelista: Miracélia	
	Canafistula		

Frente:



Costas:



	Empresa: Las Marias		
	Coleção: Tropical Garden		
	Ref. Modelo: Camiseta	Data:29/06/16	
	Viscose		
	Designer: Mayrla	Modelista: Miracélia	
	Canafistula		

Tabela de Materiais					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
Viscose	Cataguases	100% algodão	Amarela	0,52c m	1

Tabela de Aviamentos					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
Linha	Coats	Mista	Amarela	1 tubo	1

Tabela de Etiquetas			
Descrição	Material	Tamanho	Fixação
Etiqueta de composição	Resinada	5cm x 3,5 cm	Costura overloque
Etiqueta da marca	Tecido	5cm x 1,5 cm	Costura reta

Beneficiamentos
Não

Grade de tamanhos				
Tamanho	Amarela	Rosa	Verde	SKU
P	2	2	2	6
M	4	4	4	12
G	2	2	2	6
Total SKU				24

	Empresa: Las Marias	
	Coleção: Tropical Garden	
	Ref. Modelo: Camiseta Viscose	Data: 29/06/16
	Designer: Mayrla Canafistula	Modelista: Miracélia

Seqüência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
Unir forro	Overloque	0'40''
Unir ombros	Overloque	0'30''
Colocar viés nas costas	Reta	0'50''
Unir laterais	Overloque	0'40''
Fazer bainha	Reta	1'0''

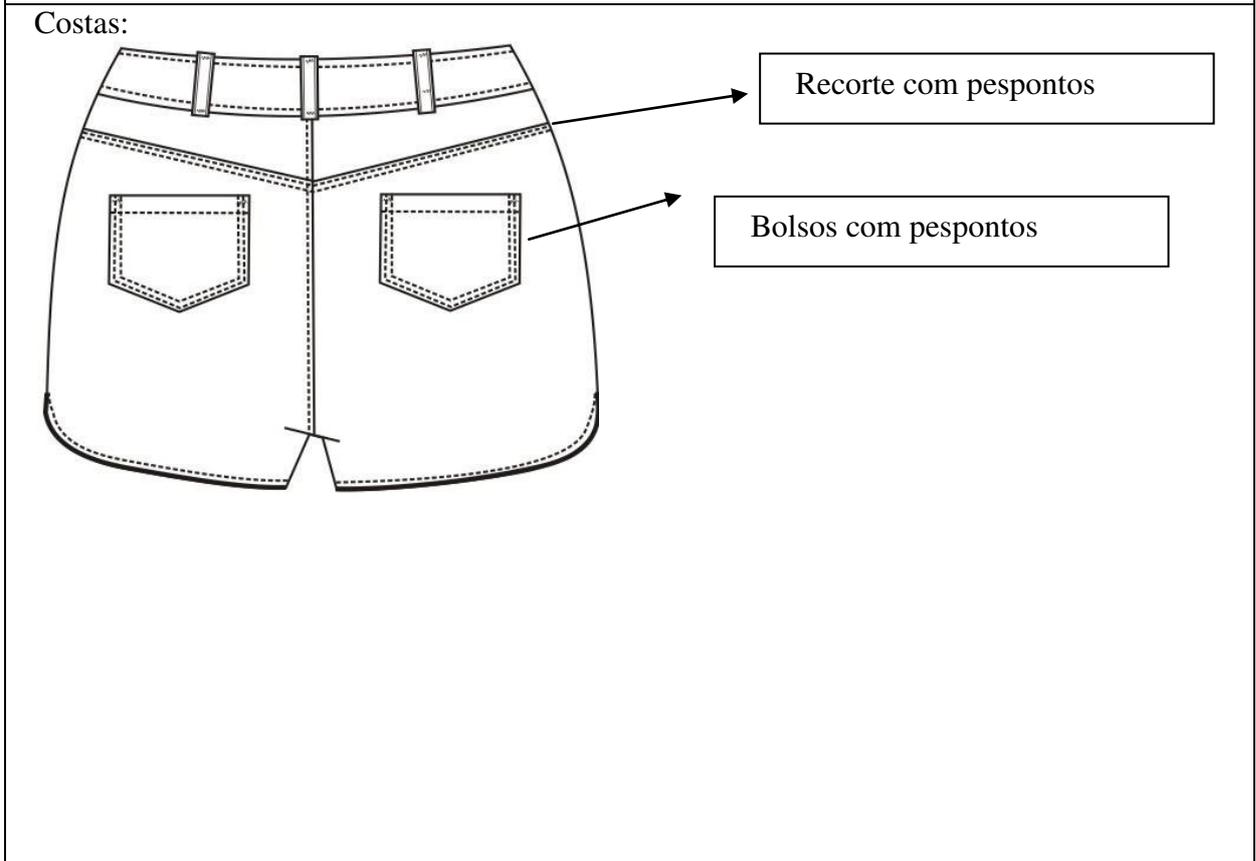
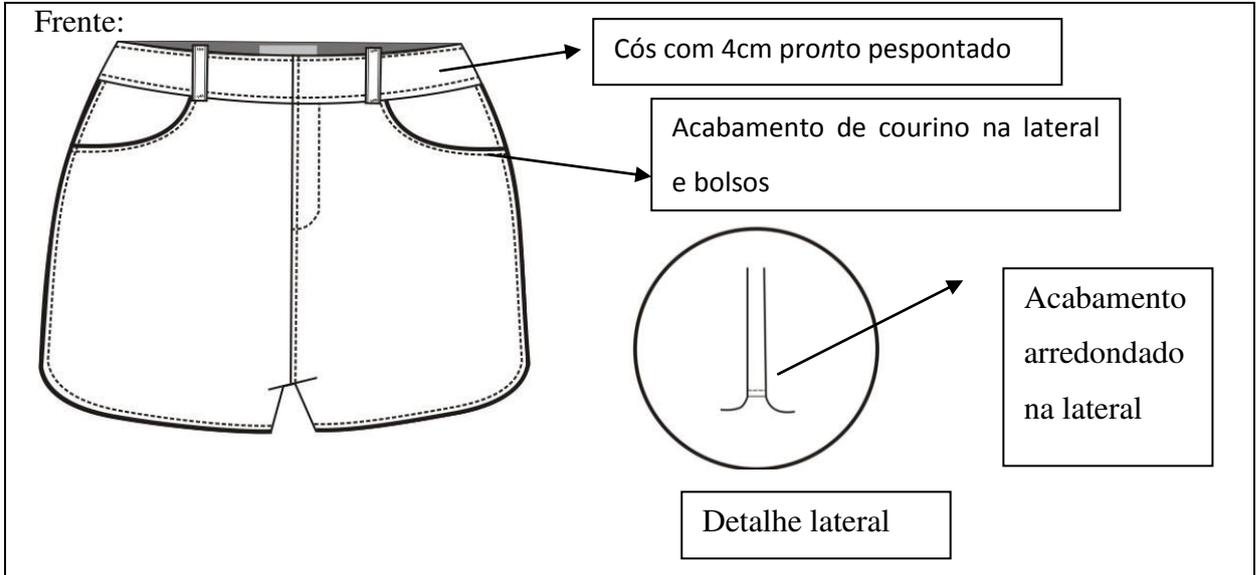
Observações importantes:

_____/_____/_____
 Designer:

_____/_____/_____
 Modelista:

_____/_____/_____
 PCP:

	Empresa: Las Marias	
	Coleção: Tropical Garden	
	Ref. Modelo: Short tropical	Data: 29/06/16
	Designer: Canafistula	Modelista: Miracélia



	Empresa: Las Marias		
	Coleção: Tropical Garden		
	Ref. Modelo: Short tropical		Data:29/06/16
	Designer: Canafistula	Mayrla	Modelista: Miracélia

Tabela de Materiais					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
Maquetado	Têxtil Leitão	100% Poliéster	Estampado	0,60cm	1

Tabela de Aviamentos					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
Linha	Coats	Mista	Verde	1 tubo	1
Zíper de ferro	Coats	-	Off	1 und	1
Botão	-	-	Dourado	1 und	1

Tabela de Etiquetas			
Descrição	Material	Tamanho	Fixação
Etiqueta de composição	Resinada	5cm x 3,5 cm	Costura overloque
Etiqueta da marca	Tecido	5cm x 1,5 cm	Costura reta

Beneficiamentos
Não

Grade de tamanhos				
Tamanho	Floral			SKU
P	4			4
M	8			8
G	4			4
Total SKU				16

	Empresa: Las Marias	
	Coleção: Tropical Garden	
	Ref. Modelo: Short tropical	Data: 29/06/16
	Designer: Mayrla Canafistula	Modelista: Miracélia

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
1-Fazer Bolsos	Reta /Overloque	1'20''
2-Unir frente	Overloque	0'40''
3-Unir costas	Overloque	0'30''
4-Colocar viés nas laterais	Reta	0'40''
5-Unir laterais	Overloque	1'0''
6-Colocar zíper	Reta	0'50''
7-Colocar cóis	Reta	0'40''
8-Colocar passantes	Travete	0'30''
9-Fazer acabamento com viés de tecido	Reta	1'40''

Observações importantes:

Designer:

_____/_____/_____

Modelista:

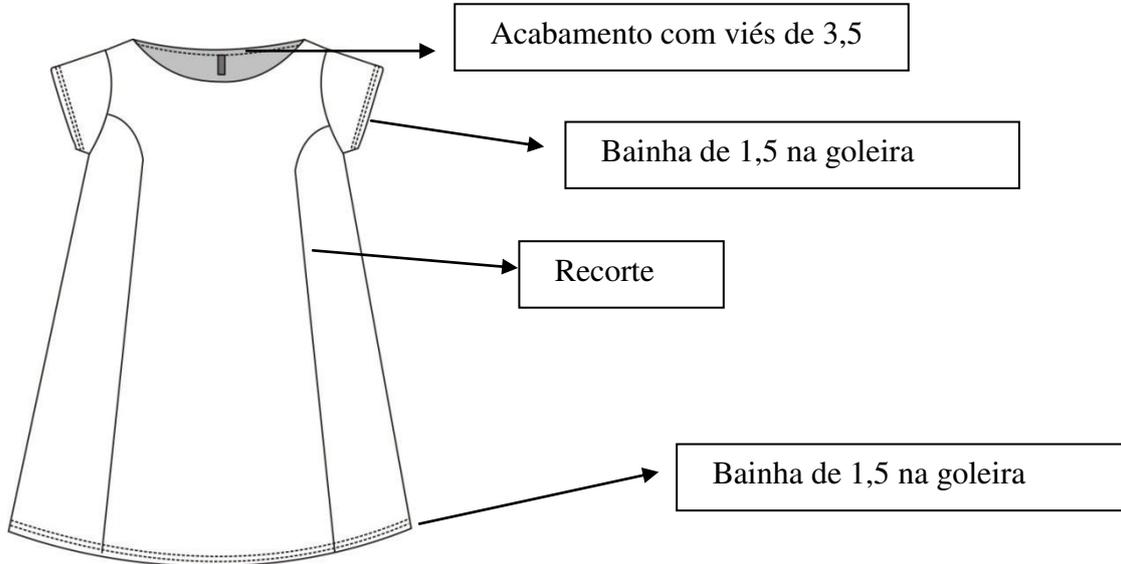
_____/_____/_____

PCP:

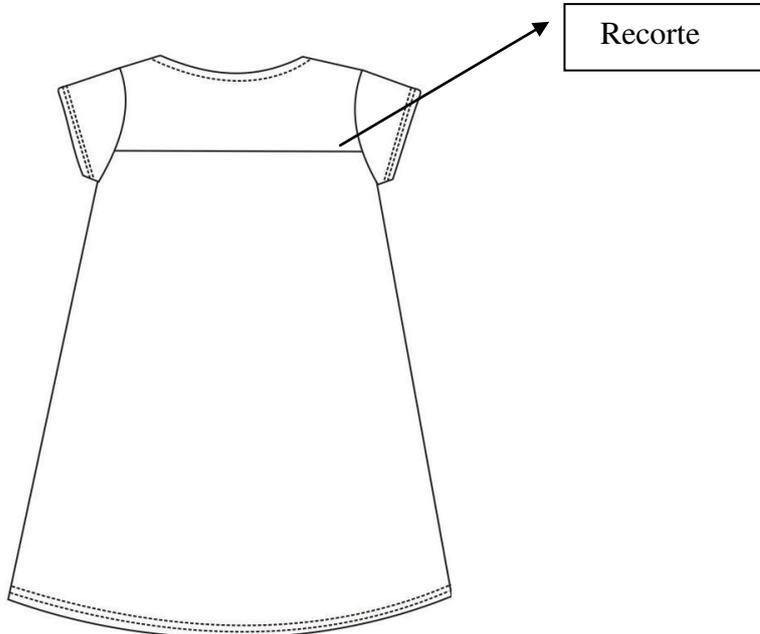
_____/_____/_____

	Empresa: Las Marias	
	Coleção: Tropical Garden	
	Ref. Modelo: Blusa star	Data: 29/06/16
	Designer: Mayrla Canafistula	Modelista: Miracélia

Frente:



Costas:



	Empresa: Las Marias	
	Coleção: Tropical Garden	
	Ref. Modelo: Blusa star	Data: 29/06/16
	Designer: Mayrla Canafistula	Modelista: Miracélia

Tabela de Materiais					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
Malha glitter	Sultêxtil	100% Poliéster	Branca	0,55c m	1

Tabela de Aviamentos					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
Linha	Coats	Mista	Branca	1 tubo	1

Tabela de Etiquetas			
Descrição	Material	Tamanho	Fixação
Etiqueta de composição	Resinada	5cm x 3,5 cm	Costura overloque
Etiqueta da marca	Tecido	5cm x 1,5 cm	Costura reta

Beneficiamentos
Não

Grade de tamanhos				
Tamanho	Branca	Azul	Vermelha	SKU
P	2	2	2	6
M	4	4	4	12
G	2	2	2	6
Total SKU				24

	Empresa: Las Marias	
	Coleção: Tropical Garden	
	Ref. Modelo: Blusa star	Data: 29/06/16
	Designer: Mayrla Canafistula	Modelista: Miracélia

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
1-Unir recortes frente	Overloque	0'40''
2-Unir recortes costas	Overloque	0'30''
3-Unir frente e costas	Overloque	0'50''
4-Colocar manga	Overloque	0'40''
5-Colocar viés gola	Goleira	0'30''
6-Fazer bainha manga	Goleira	0'50''
7-Fazer bainha blusa	Goleira	0'40''

Observações importantes:

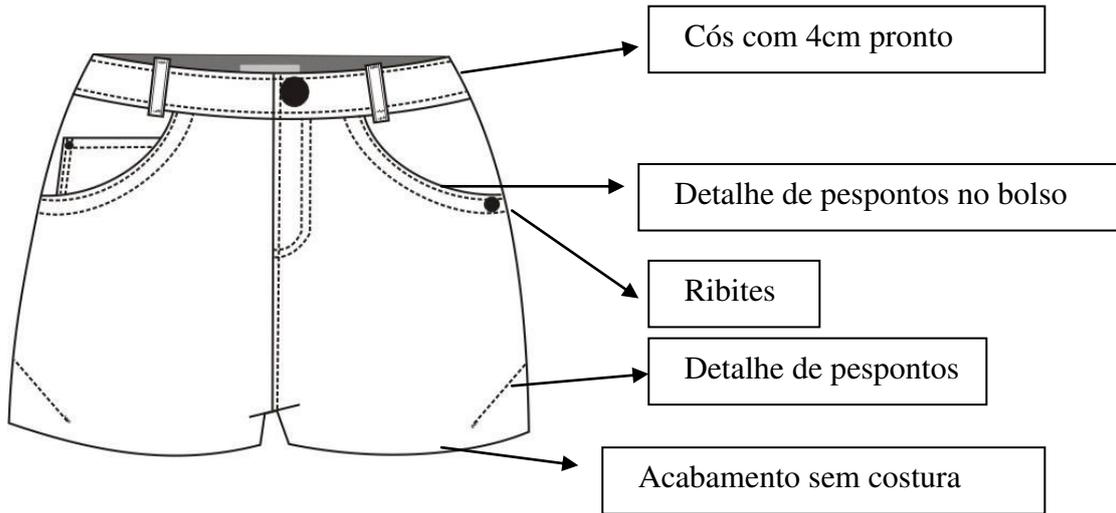
Designer: _____ / / _____

Modelista: _____ / / _____

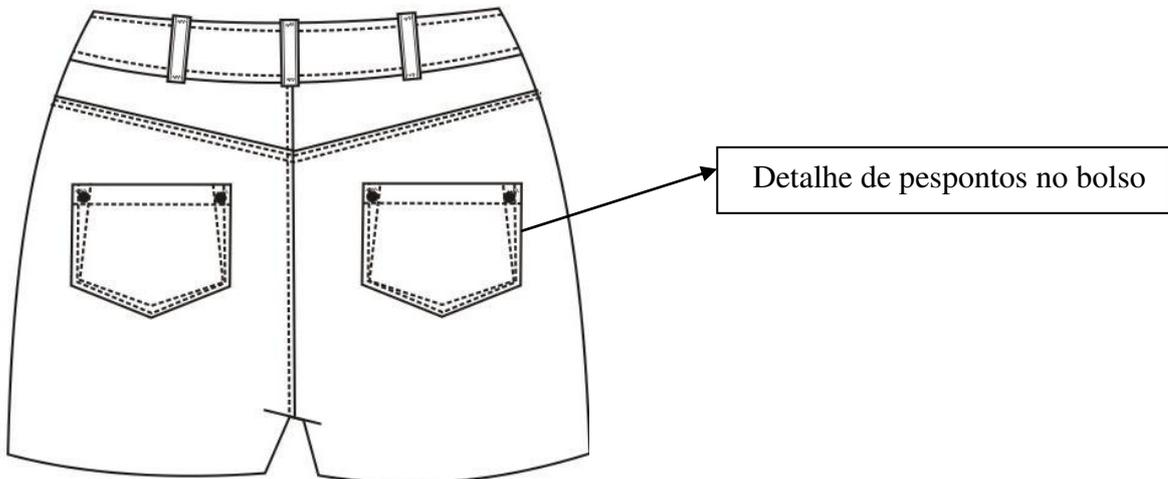
PCP: _____ / / _____

	Empresa: Las Marias	
	Coleção: Tropical Garden	
	Ref. Modelo: Short jeans com aplicações	Data: 29/06/16
	Designer: Mayrla Canafistula	Modelista: Miracélia

Frente:



Costas:



	Empresa: Las Marias	
	Coleção: Tropical Garden	
	Ref. Modelo: Short jeans com aplicações	Data:29/06/16
	Designer:Mayrla Canafistula	Modelista: Miracélia

Tabela de Materiais					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
Hanks	Vicunha	100% algodão	Azul	0,60cm	1

Tabela de Aviamentos					
Material	Fabricante	Composição	Cor	Quant.	Un.
Linha	Coats	Mista	Ocre	1 tubo	1
Zíper de ferro	Coats	-	Azul	1 und	1
Aplicações	Haco	-	Diversas	3 und	1
Botão	-	-	Dourado	1 und	1
Ribites	-	-	Dourado	8 und	1

Tabela de Etiquetas			
Descrição	Material	Tamanho	Fixação
Etiqueta de composição	Resinada	5cm x 3,5 cm	Costura overloque
Etiqueta da marca	Tecido	5cm x 1,5 cm	Costura reta

Beneficiamentos
Não

Grade de tamanhos				
Tamanho	Floral			SKU
P	4			4
M	8			8
G	4			4
Total SKU				16

	Empresa: Las Marias	
	Coleção: Tropical Garden	
	Ref. Modelo: Short jeans com aplicações	Data: 29/06/16
	Designer: Mayrla Canafistula	Modelista: Miracélia

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
1-Montar bolsos	Reta /Overloque	1'20''
2-Unir frente	Overloque	0'40''
3-Unir costas	Overloque	0'30''
4-Unir laterais	Overloque	1'0''
5-Colocar zíper	Reta	0'50''
6-Colocar cóis	Reta	0'40''
7-Colocar passantes	Travete	0'30''

Observações importantes:

_____/_____/_____
Designer:

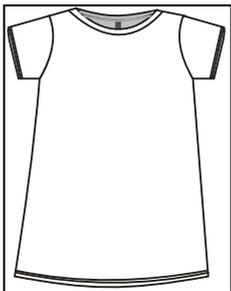
_____/_____/_____
Modelista:

_____/_____/_____
PCP

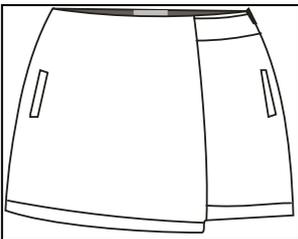
9.0- Planilhas de Custos

9.1 – Planilha de custos com peças piloto.

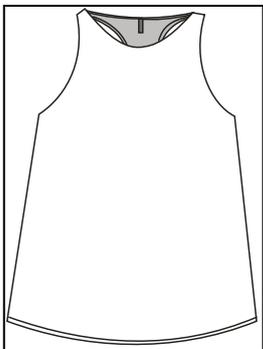
Planilha de custo				
Peça - Blusa de malha listra				
Material	Quantidade	Unidade	Custo Unitário	Custo total
Tecido	0,4	cm	10,32	4,128
Mão de obra	1	Unidade	3,5	3,5
Etiquetas	1	Unidade	0,1	0,1
				0
Total Custo				7,728
Markup de 4				30,912
Preço de Venda				R\$ 32,00



Planilha de custo				
Peça – Short saia Piquet				
Material	Quantidade	Unidade	Custo Unitário	Custo total
Tecido	0,6	cm	10,5	6,3
Mão de obra	1	Unidade	6	6
Etiquetas	1	Unidade	0,1	0,1
Zíper	1	Unidade	1,5	1,5
Total custo				13,9
Markup de 4				55,6
Preço de Venda				R\$ 56,00



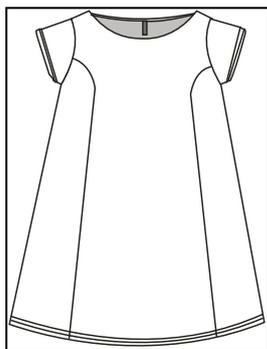
Planilha de custo				
Peça – Camiseta viscose				
Material	Quantidade	Unidade	Custo Unitário	Custo total
Tecido	0,52	cm	8,99	4,6748
Mão de obra	1	Unidade	4	4
Etiquetas	1	Unidade	0,1	0,1
Total custo				8,7748
Markup de 4				35,0992
Preço de Venda				R\$ 36,00



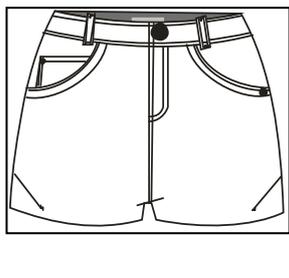
Planilha de custo				
Peça - Blusa de malha listra				
Material	Quantidade	Unidade	Custo Unitário	Custo total
Tecido	0,6	cm	11,5	6,9
Mão de obra	1	Unidade	6,5	6,5
Aplicações		Unidade		0
Etiquetas	1	Unidade	0,1	0,1
Zíper	1	Unidade	2,5	2,5
Total custo				16
Markup de 4				64
Preço de Venda				R\$ 65,00



Planilha de custo				
Peça - Blusa star				
Material	Quantidade	Unidade	Custo Unitário	Custo total
Tecido	0,55	cm	9,5	5,225
Mão de obra	1	Unidade	3,2	3,2
Etiquetas	1	Unidade	0,1	0,1
Total custo				8,525
Markup de 4				34,1
Preço de Venda				R\$ 35,00



Planilha de custo				
Peça - Blusa de malha listra				
Material	Quantidade	Unidade	Custo Unitário	Custo total
Tecido	0,6	cm	13	7,8
Mão de obra	1	Unidade	6,5	6,5
Aplicações	3	Unidade	1,5	4,5
Etiquetas	1	Unidade	0,1	0,1
Zíper	1	Unidade	2,5	2,5
Total custo				16,9
Markup de 4				67,6
Preço de Venda				R\$ 68,00



REFERÊNCIAS

CARVALHAL, André. **A moda imita a vida:** como construir uma marca de moda. Rio de Janeiro: Estação das letras e cores, Senac, 2014.

CAPELASSI, Carla Hidalgo. **Metodologia projetual para produtos de moda e a sua interface com as tabelas de medidas do vestuário.** 2010. 102 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2010. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/89747>>.

GROSE, Virgínia. **Merchandising de moda.** 1ed. São Paulo: Editora G.Gili, LTDA, 2103.

IBGE- Instituto brasileiro de geografia e estatística. **Critério do IBGE para definição de classes sociais.** Disponível em < <https://http://blog.thiagorodrigo.com.br/index.php/faixas-salarias-classe-social-abep-ibge?blog=5> - Acesso em: 25 de jun.2016

LOBACH, B. **Design Industrial:** bases para a configuração dos produtos industriais. 1. Ed. São Paulo: Edgard Blucher, 2001.

MEADOWS, T. **Como montar e gerenciar uma marca de moda.** 2. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2013.

PHILLIPS, Peter. **Briefing:** A gestão do projeto de designer/ Peter e L. Phillips: tradução: Itirolida; revisão técnica: Whang Pontes Teixeira- São Paulo: Editora Blucher, 2007.

TREPTOW, Doris. Inventando Moda- Planejamento de coleções. 4ed. São Paulo. Editora Empório do livro, 2009.

VASQUEZR, Ruth. **Identidade de uma marca.** Organicom, v.7,p.202, 2007)

A MARCA LAS MARIAS

Las Marias é uma marca essencialmente feminina formada por duas sócias que compartilhavam dos mesmos sentimentos a respeito do mercado de moda cearense, tudo partiu da necessidade de oferecer um produto de qualidade, com boa modelagem e um preço acessível, pois até então não tínhamos encontrado no mercado um produto que atendesse a todas essas características. Então decidimos criar a marca reunindo características que consideramos importantes para os nossos clientes.

O nome remete a feminilidade de todas as marias representam a classe feminina, as marias mães, trabalhadoras, estudantes, pesquisadoras ... enfim todas as mulheres que a marca representa.



LAS MARIAS

BRIEFING

TÓPICOS BÁSICOS	CONTEÚDOS	DESCRIÇÃO
NATUREZA DO PROJETO E CONTEXTO	Justificativa	A marca visa atender às necessidades de consumo do público-alvo que deseja consumir um produto de qualidade com um preço justo.
	Objetivos do projeto	Lançar no mercado a marca de moda Las maria , com o objetivo de atender às necessidades das mulheres que desejam praticidade e agilidade e um produto com qualidade.
	Resultados desejáveis	Oferecer praticidade na hora da compra, ofertando produtos que atendam as necessidades das mulheres atuais .
	Responsabilidades do projeto	Como formamos uma marca que atende o público feminino pretendemos apoiar um projeto mulheres com câncer de mama desenvolvendo alguns produtos que tenham o lucro revertido para esse projeto .

QRIEPING

ANÁLISE SETORIAL

Marca	Las Marias
Produto	Vestuário Feminino
Preço	de 39,99 a 199,99
Promoção	Facebook, instagram, Site
Praça	Vendas através do instagram e feiras
Estudo das tendências	As tendências apontadas foram: Estilo tropical O clássico preto e branco Jeans com aplicações
Concorrentes	Camélia, Urbe store
Tecnologia	Máquinas de costura, reta, overlock, goleira, aparelhos de viés para malha e tecido plano.
Estratégia da empresa	Fortalecer a imagem de feminilidade da marca para nosso público .

QRIEPING

PÚBLICO ALVO	Sexo	Feminino
	Faixa Etária	Entre 20 a 40 anos
	Nível de renda	Classes B e C
	Hábitos de consumo	Mulheres que tem acesso a redes sociais, que querem agilidade, praticidade e facilidade no atendimento.
PORTIFÓLIO DA EMPRESA	Imagem Corporativa	Branding visando a fortificação da imagem da marca perante o mercado, através das redes sociais e materiais de marketing.
	Segmentação do mercado	Mulheres entre 20 e 40 anos que se identifiquem com as mulheres que a marca representa .

BRIEFING

<p>OBJETIVOS DO NEGÓCIO E ESTRATÉGIAS DO DESIGN</p>	<p>Principais resultados visados pelo projeto, atividades de design, correspondentes aos resultados visados.</p>	<p>Lançar no mercado a marca Las Marias, uma marca que atende as necessidades das mulheres modernas que buscam por praticidade na hora da compra.</p>
<p>INFORMAÇÕES DE PESQUISA</p>	<p>Tendências dos negócios, avanços tecnológicos, lançamentos de novos produtos</p>	<p>Através da pesquisa realizada , percebemos a necessidade de estarmos lançando novidades em um período pequeno de tempo e sempre alinhada com as tendências .</p>

CONCORRENTES DIRETOS



AMÉLIA MODA



URD STORE

LAS MARIAS

CONCORRENTES INDIRECTOS



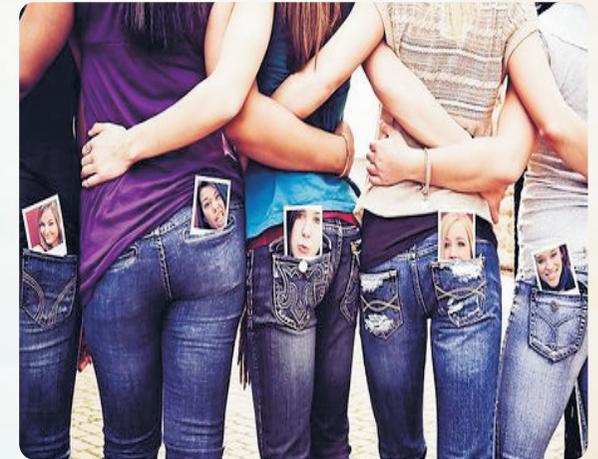
LOVE LUXO



TAMEL

LAS MARIAS

PANEL DE COMPORTAMIENTO



LAS MARIAS

PAINEL TECNOLÓGICO

MÁQUINA RETA INDUSTRIAL



APARELHO DE VIÉS TECIDO PLANO



APARELHO DE VIÉS PARA MALHA



MÁQUINA OVERLOCK



MÁQUINA GALONEIRA



EMDALAGENS



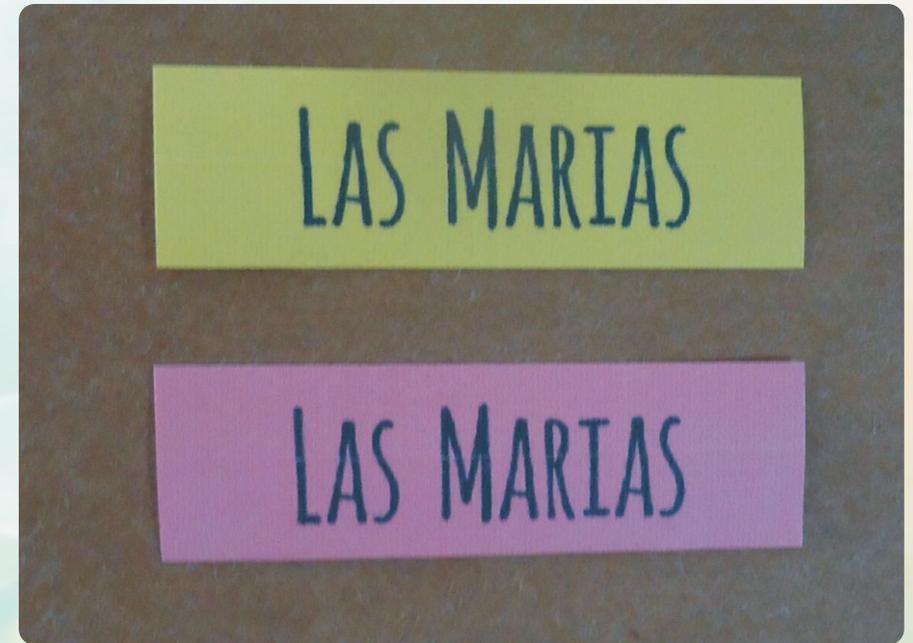
EMDALAGEM BÁSICA



EMDALAGEM PARA PRESENTE

LAS MARIAS

TAGS E ETIQUETAS



LAS MARIAS

TENDÊNCIAS MACROTENDÊNCIA



KALEIDOSCOPIO
TROPICO

LAS MARIAS

TENDÊNCIAS MICROTENDÊNCIA



BLACK
AND
WHITE

TENDÊNCIAS MICROTENDÊNCIA



JEANS
+
APLICAÇÕES

REDES SOCIAIS FACEBOOK

The image shows a screenshot of a Facebook page for 'Las Marias Vestuário'. The main post features the text 'VEM MARIAR!' in large, bold, black letters on a light green background with bokeh effects. Below the text is a smaller image of the brand logo 'LAS MARIAS' and the name 'Las Marias Vestuário'. The post includes buttons for 'Adicione um botão', 'Curtiu', and 'Mensagem'. The page navigation bar at the top includes 'Página', 'Mensagens', 'Notificações', 'Informações', 'Ferramentas de publicação', 'Configurações', and 'Ajuda'. On the right side, there is a 'Promover' section with a dropdown menu and a list of metrics: 'ESTA SEMANA', '1 Alcance das publicações', '2 Envolvimento com a publicação', and '0 Cliques no site'. Below this is a list of friends, including Eduardo Canafistula, Alessandra Paula, Joana Coelho, Jeannice Chagas, Karine Matos, Simone Jocelia, Daniela B. Miyasato, Rebeca Freitas, Paula Mota, Neide Freitas, and Gardênia Nunes. At the bottom left, there is a search bar for 'Procurar por publicações nesta Página' and a status update area with a 'Status' button and a 'Foto/vídeo' button.

LAS MARIAS

REDES SOCIAIS

INSTAGRAM



lasmarias_oficial

lasmarias_oficial

Seguindo



Era uma vez, Duas Marias que se uniram em busca de um sonho...👀👉👁️

WhatsApp: (85) 97663298 ; (85) 88612314

50 publicações

333 seguidores

seguindo 718



LAS MARIAS

REDES SOCIAIS SITE

www.lasmarias.com.br

Apps face Wedding Chicks Wed Empire Kalixta - Filmes, seriad google acadêmico - P eus Facebook antennaweb.com.br/a endeavor brasil - Pesc HOMENS | ASICS BRA Nova guia

MINHA CONTA MEUS FAVORITOS ENTRAR

CESTA : 0 ITEM(S) - R\$0,00

*COLEÇÃO *PROMOÇÃO *CONTATO

VEM MARIAR!

*CATEGORIAS

- BLUSA (20)
- CALÇA (05)
- MACACÃO (03)
- SAIA (04)
- SHORT (08)
- VESTIDO (06)

ASSINE NOSSA NEWSLETTER

Assinar

LAS MARIAS

PRODUÇÃO FOTOGRAFICA PAINEL DE DONDEIRO



LAS MARIAS

PRODUÇÃO FOTOGRAFICA PAINEL MAKE E HAIR



LAS MARIAS

PRODUÇÃO FOTOGRAFICA PAINEL DE ALEGRIE



PRODUÇÃO FOTOGRAFICA

PROPOSTA DE RECURSOS HUMANOS E RECURSOS MATERIAIS, LOCAÇÃO

PROPOSTA DE RECURSOS HUMANOS
E RECURSOS MATERIAIS

- * MODELO
- * FOTÓGRAFO
- * ASSISTENTE
- * MAQUIADOR

LOCAÇÃO - PARQUE DO BOBÓ



PRODUÇÃO FOTOGRAFICA

ENSAIO



LAS MARIAS

PRODUÇÃO FOTOGRAFICA ENSAIO



LAS MARIAS

LAS MARIAS

RELEASE

A coleção Tropical Garden foi inspirada, na alegria e no romantismo das mulheres brasileiras. Trouxemos para a coleção estampas com temas florais e frutais que remetem a leveza e descontração da coleção. Para completar nossa coleção buscamos das principais tendências o jeans com aplicações de patchs, que trouxe um ar divertido para a coleção.

QUARTELA DE CORES E ESTAMPAS



TABELA DE PARÂMETROS

Tabela 4 - Tabela de parâmetro da coleção *Tropical garden*

Mix de Produtos	Básico	Fashion	Total
Blusa	8	4	12
Calça		1	1
Macaquinho		4	4
Short	1	4	5
Short saia		1	1
Vestido	1	3	4
Jardineira		1	1
Total percentual	42%	58%	100%

LINEUP



COLEÇÃO



COLEÇÃO



COLEÇÃO



COLEÇÃO



COLEÇÃO

