



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE  
CURSO DE DESIGN-MODA**

**ISABELA COELHO PARENTE**

**DESENVOLVIMENTO DA MARCA HORTENSIA**

**2019**

ISABELA COELHO PARENTE

DESENVOLVIMENTO DA MARCA HORTENSIA

Trabalho de conclusão de curso, em Design-Moda do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará, como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Design-Moda.

Orientadora: Profa. Ma. Maria do Socorro Araújo

FORTALEZA

2019

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)

---

P252d Parente, Isabela Coelho.  
Desenvolvimento da marca Hortensia / Isabela Coelho Parente. – 2019.  
40 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2019.

Orientação: Profa. Ma. Maria do Socorro de Araújo.

1. Hortensia. 2. Vestidos. 3. Vestuário. 4. Feminino. I. Título.

CDD 391

---

ISABELA COELHO PARENTE

DESENVOLVIMENTO DA MARCA HORTENSIA

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.

Aprovada em: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. MsC. Maria do Socorro de Araújo (Orientadora)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Profa. Dra. Dijane Maria Rocha Victor  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

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



*Hydrangea*



# Introdução

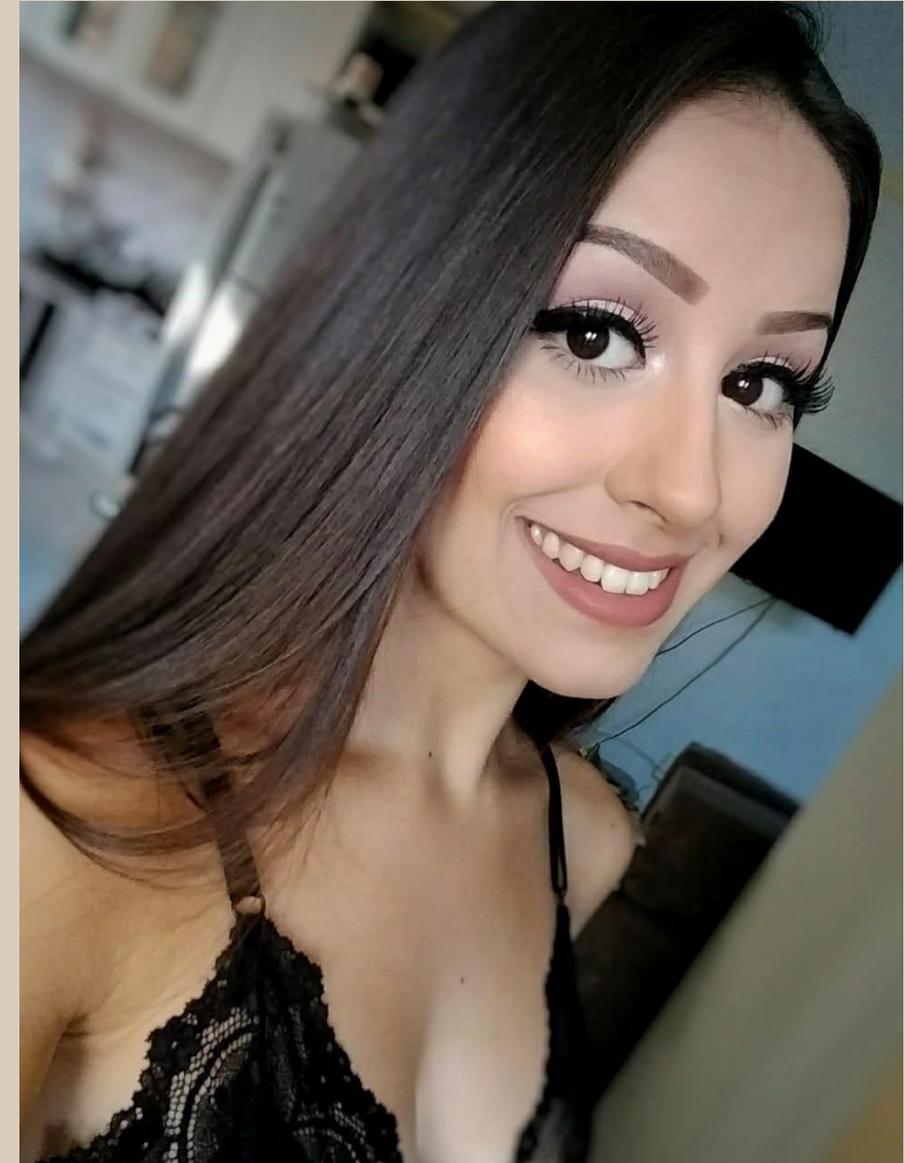
Buscando ser cada vez mais o que quisermos ser. A Hortensia nasce de um desejo de facilitar a vida das mulheres, ser versátil e diversa, para atender a essa mulher moderna, que faz várias coisas em um único dia, que frequenta diferentes lugares e tem a necessidade de ter várias roupas de estilos diferentes para ir desde à Igreja, até uma balada, cinema, trabalho e passeio com os filhos. A marca Hortensia é feita para diversos tipos de mulheres, contemplando as suas múltiplas facetas, nuances e personalidades.

Assim como a flor Hortensia, que é múltipla, porém única, com suas diversas cores e singularidades, que a fazem ser especial.

Isabela Coelho Parente, 23 anos, estudante de Design-Moda pela Universidade Federal do Ceará.

Ainda criança o gosto pela moda surgiu na minha vida. Minha brincadeira preferida era fazer roupas para minhas bonecas, minha avó juntava sacos de retalhos para mim. Tecidos de todos os tipos, cores e estampas. Fazia roupinhas até com bexigas! Eu gostava de fazer as minhas próprias criações, ficava diferente de todas as outras, eram únicas.

Depois comecei a gostar de desenhar roupas, embora não muito bem, mas sempre pesquisava e desenhava modelos para mandar fazer. Gostava de saber as tendências, ser diferente. Fiz curso de bijuterias, vendia na escola e fazia o maior sucesso. Fiz curso de artesanato com lã e tapeçaria, fazia bolsas, bonecas, canetas de pompom, tapetes, entre outros. Todas essas peças eram expostas nas barracas da Semana do município da minha cidade, festa grande e vendíamos bastante. Amava customizar minhas roupas, fiz curso de customização,ertos e consertos e costura. Minha mãe e minha avó sempre me incentivaram. Hoje percebo que desde pequena o trabalho manual se fez presente em minha vida. Trilhei outros caminhos, mas a vida sempre me leva para a moda, como um hobby, uma paixão, algo que não consigo explicar, mas que está intimamente ligado a mim. E ainda hoje quando digo que faço faculdade de Moda, para alguém que me conhece desde pequena e me viu fazendo tudo isso, a resposta é sempre a mesma: Que máximo, isso é a sua cara!





Briefing

# Natureza do Projeto

## Justificativa

O projeto visa atender uma necessidade do mercado de moda feminina, a de uma marca que trabalhe exclusivamente com vestidos, que variam entre os estilos casual, social e dia a dia.

## Objetivos do projeto

Lançar no mercado a marca Hortensia, veiculada em loja física e online, tendo como foco o desenvolvimento de vestidos de variados estilos, que atendam o público feminino, de jovens a jovens senhoras.

# Natureza do Projeto

## Resultados desejáveis

Projetar uma marca que seja viável e tenha rentabilidade, desenvolver peças com conforto, estilo e preço justo, que se consolide no mercado e conquiste o público através de seus produtos e serviços de qualidade, criando uma relação de confiança e fidelidade com os clientes.

## Responsabilidades

- Fornecer sacolas e copos ecológicos.
- Desenvolver promoções e ações que ajudem causas sociais.
- Criar produtos de qualidade, tendo cuidado com a modelagem e a seleção dos materiais utilizados.
- Valorizar funcionários, clientes e parceiros.

# Análise Setorial

Marca

Hortensia

Produto

Vestidos

Preço

R\$ 50,00 a R\$300,00

# Análise Setorial

## Praça

Loja Física em Fortaleza e vendas através de Instagram e Whatsapp (entregas em Fortaleza e Pedra Branca)

## Promoção

Instagram, email, ações na loja e online

## Concorrentes

Six Brand, Renner, Produção, RF (Raíssa Fernandes)

# Análise Setorial

## Estratégias da empresa

Investir em marketing nas redes sociais focando na qualidade das peças, preço justo e incentivando que as mulheres podem ser várias em uma só e usar vários estilos diferentes, mantendo sempre uma boa relação com clientes.

## Tecnologias

Maquinário básico de costura e modelagem, Photoshop, Illustrator, Softwares para controle de estoque, venda, pós venda e financeiro e administração de redes sociais.

# Público Alvo

## Sexo

Feminino

## Nível de renda

Classe C e D

## Faixa etária

18 a 55 anos

## Hábitos de consumo

Mulheres que compram com frequência e buscam peças com informação de moda, qualidade e preço justo.

# Portfólio da Empresa

## Imagem corporativa

Hortensia busca consolidar no mercado a imagem de uma marca inovadora, moderna, descontraída e jovial. Afirmando ser uma marca que atende a uma diversidade de públicos e idades, com o posicionamento de que a mulher tem a liberdade para usar e ser o que quiser, assim como, ter vários estilos em diferentes momentos e ocasiões, ainda assim sendo única.

## Estudo de tendências

A marca utiliza tendências de moda em seu desenvolvimento de produtos, associada também a elementos atemporais, que possam ser usadas por muito tempo, com uma estética moderna e feminina.

# Portfólio da Empresa

## Estratégias da empresa

Campanhas de marketing mostrando e incentivando a pluralidade de estilos e personalidades das mulheres, valorizando também a modelagem e design das roupas, e estimulando o consumo consciente.

## Informações de pesquisa

Serão feitas constantemente pesquisas mercadológicas, buscando identificar novas tendências de moda e consumo. Como também, pesquisas sobre os concorrentes e com clientes, visando entender o comportamento dos consumidores, os gostos e as necessidades. Estreitando o relacionamento com os clientes, poderemos obter feedbacks, promovendo melhorias na marca e uma maior satisfação dos mesmos.

# Portfólio da Empresa

## Objetivos do projeto e estratégias do design

Criação de produtos de moda, com conforto, modelagem e estilos diferenciados, que atendam às necessidades dos consumidores, através da qualidade e design moderno. Fazer ações de marketing focadas na valorização da experiência de compra, da qualidade das peças e da diversidade de estilos.

## Segmentação de mercado

Mulheres que buscam vestidos de diferentes estilos e para diversas ocasiões em um só lugar.

# A marca

Sou única, mas tenho várias mulheres dentro de mim.

Sexy, diva, romântica, fofa, fatal... O que eu quiser e quando quiser ser.

Sou várias, que me fazem ser exatamente o que sou.

Várias versões de mim.

Não tenho medo de expressar os meus desejos.

Sou como uma Hortênsia, mudo. Ora sou azul, rosa, roxa, branca, sou muitas e essa é a graça de ser eu.





# Missão

Lançar no mercado nacional produtos de moda com estilo, qualidade e versatilidade, com o objetivo de atender as necessidades das clientes, trazendo modernidade e priorizando a satisfação e uma experiência de compra agradável.



# Visão

Ser uma marca de referência no mercado de moda feminina no setor de vestidos, sendo reconhecida pela variedade/diversidade de estilos, qualidade, preço justo, inovação e preocupação com causas sociais e ambientais, proporcionando uma experiência de compra diferenciada.



# Valores

- Inovação
- Integridade
- Qualidade
- Respeito
- Responsabilidade social
- Valorização de clientes e colaboradores
- Amiga dos animais

# Comportamentos

Modernas, ativas, conectadas e cheias de vida. Seguem tendências de moda e gostam de usar o que está em alta. Fazem de tudo um pouco e buscam roupas para essas diversas ocasiões e ambientes. Igreja, trabalho, balada, cinema, festinhas, eventos profissionais e dia a dia, enquanto resolve suas coisas. Gostam de ter roupas novas para usar em eventos mais importantes e costumam consumir de 3 em 3 meses



# Persona

**Luisa tem 26 anos, é muito ativa, resolvida, determinada e alegre. Trabalha em uma loja de calçados e cursa farmácia em uma faculdade particular. Tem namorado, um cachorrinho adotado e ainda mora com os pais. É católica, frequenta igreja com os pais, mas também tem uma vida social agitada, adora sair, viajar e ir a festas com o namorado e os amigos. Com eles, também vai ao cinema, barzinhos e restaurantes. Sozinha, gosta de ler, ouvir música, assistir séries e treinar musculação. Está sempre conectada, gosta de interagir e postar coisas sobre seu dia a dia.**

**Gosta de animais, se importa com coisas relacionadas ao meio ambiente, fazendo a sua parte sempre que possível para tornar o mundo um lugar melhor. Luisa pretende se formar em breve, trabalhar na sua área, ter independência financeira para morar sozinha e adotar mais um animalzinho. E mesmo tendo o seu próprio cantinho, gosta de estar sempre perto dos pais.**



# Concorrentes



## Renner

Grande alcance: lojas em todo o Brasil e vende online.

Preços acessíveis

Variedades de produtos e linhas completas

Marketing forte



## Six Brand

Grande alcance: vende online para todo o país

Preços super acessíveis

Atende ao público do interior

Variedades de produtos

Marketing forte

Visual Merchandising diferenciado

*produção*

## Produção

Três pontos de venda em shoppings

Produtos de qualidade

Atendimento online

Variedades de produtos



## RF

Uma loja física em local privilegiado e venda online

Produtos de qualidade

Variedades de produtos

Marketing forte

# Painel Tecnológico



Máquina Reta



Máquina Overlock



Máquina Galoneira



Máquina Caseadeira



Máquina Botoneira



Máquina Interlock



Mesa de corte



Máquina de corte



Manequim



Notebook

# Imagens associativas



# Análise F.o.f.a



- Preços competitivos
- Modelagem ergonômica
- Loja física e online
- Estilos variados
- Produtos de qualidade
- Envolvimento da marca com o cliente



- Necessidade de uma loja desse segmento
- Novas tecnologias de serviço
- Festas, eventos, datas comemorativas
- Marketing de relacionamento com o cliente

# Análise F.o.f.a



## Fraquezas

- Baixo capital inicial
- Alto custo da matéria prima
- Terceirização da mão de obra
- Capacidade produtiva baixa
- Apenas um ponto de venda
- Falta de conhecimentos administrativos



## Ameaças

- Situação econômica do país
- Concorrentes locais
- Crescimento das vendas online

C.D.S

# Competitividade

## Pesquisa

Coletar dados referentes a comportamento e interação entre marca e público. Buscar e explorar novas tendências de moda e insumos

## Foco

Segmentada, apenas produtos de vestuário feminino adulto.  
Exclusivamente vestidos.

## Inovação

Novo conceito de moda feminina, design diferenciado, com modelagem e insumos de excelência, qualidade na produção das peças e relacionamento com o cliente.

# Diferenciação

## Design

Produtos com design diferenciado e uma boa modelagem, adequada as curvas do corpo feminino. Visando peças com qualidade, estilo e conforto.

## Produção

Peças exclusivas, pensando com cuidado na escolha dos tecidos, na montagem, modelagem e acabamento. Resultando em um produto de qualidade e de vida útil prolongada.

# Sustentabilidade

## Social

Boas condições de trabalho e salário, garantindo a qualidade dos serviços, bem-estar e uma boa relação com os funcionários. Desenvolver ações e promoções que ajudem causas sociais

## Ambiental

Produtos de qualidade, que tenham uma vida útil maior. Peças mais duráveis. Proibido o uso de sacolas plásticas. Estimulação do descarte correto do lixo e incentivar a doação ou reaproveitamento de peças de roupas não mais usadas.

## Econômico

Utilizar técnicas de reuso na confecção dos produtos para aproveitar materiais gerados no processo produtivo. Doação de restos de tecidos para práticas de patchwork e afins.

# Tipografia

**Fonte: Andalusia**

abcdefghijklmnopqrstvwxyz

0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

**Fonte: TW Cen MT**

abcdefghijklmnopqrstvwxyz

0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

# Logo

Hortensia 

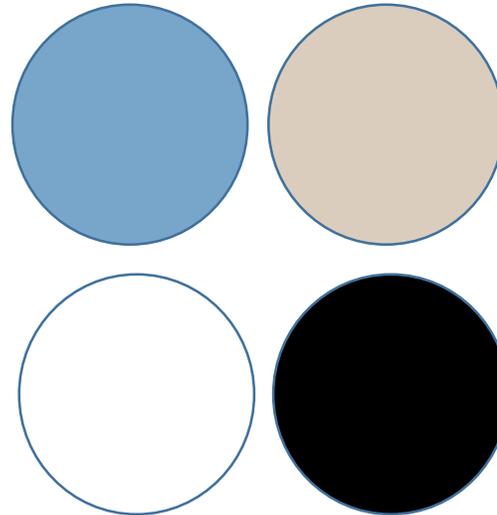
Redução máxima

Hortensia 

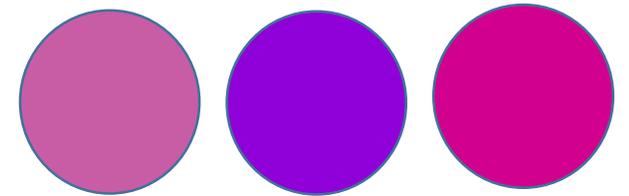
A: 0,53cm

L: 2,01cm

Cartela de cores



Cartela de cores auxiliar



Identidade  
Visual

> Sacola de papel



> Ecobag



> Copo dobrável



> Etiqueta



> Embalagem para envio



# Processo criativo Logo

Hortensia 



Hortensia 



Hortensia 

Hortensia 



Hortensia 



Hortensia 



*Precificação*

# Custos Iniciais

- Reforma das instalações: R\$30.000,00
- Compra de móveis e equipamentos: R\$25.000,00
- Despesas de registro: R\$3.500,00
- Eventuais despesas: R\$15.000,00
  
- Investimento inicial total: R\$73.500,00

# Custos Fixos Mensais

Aluguel: 1.000,00

Água, energia elétrica, rede telefônica e internet: 600,00

Pró-Labore: 2.500,00

Funcionários: 5.000,00

Material de Limpeza/manutenção: 150,00

Material de Papelaria: 80,00

Softwares: 200,00

Máquina de cartão: 150,00

Embalagens e afins: 900,00

Custos fixos totais: 10.580,00

# Custo médio por peça

## **Vestido dia a dia:**

Tecidos: R\$20,00

Aviamentos: R\$2,00

Corte, modelagem e costura: R\$11,00

Total: R\$33,00

## **Vestido casual:**

Tecidos: R\$25,00

Aviamentos: R\$3,00

Corte, modelagem e costura: R\$15,00

Total: R\$43,00

## **Vestido Social:**

Tecidos: R\$30,00

Aviamentos: R\$3,00

Corte, modelagem e costura: R\$20,00

Total: R\$58,00

**Média total: R\$44,60**

# Rentabilidade

## **Custo por trimestre:**

Custos fixos: R\$31.740,00

Custos variáveis: R\$2.000,00

Custos de produção: R\$26.800,00

Custo total: R\$60.540,00

## **Faturamento e lucro por trimestre:**

Faturamento total (100%):

R\$103.000,00

Faturamento previsto (80%):

R\$84.400,00

Lucro do faturamento previsto:

R\$23.860,00

# Metas

## Curto prazo

Aumentar 20%  
das vendas

## Médio prazo

Aumentar o volume de  
produção

Realizar uma ação de  
marketing voltada para o  
consumo consciente ou ação  
social.

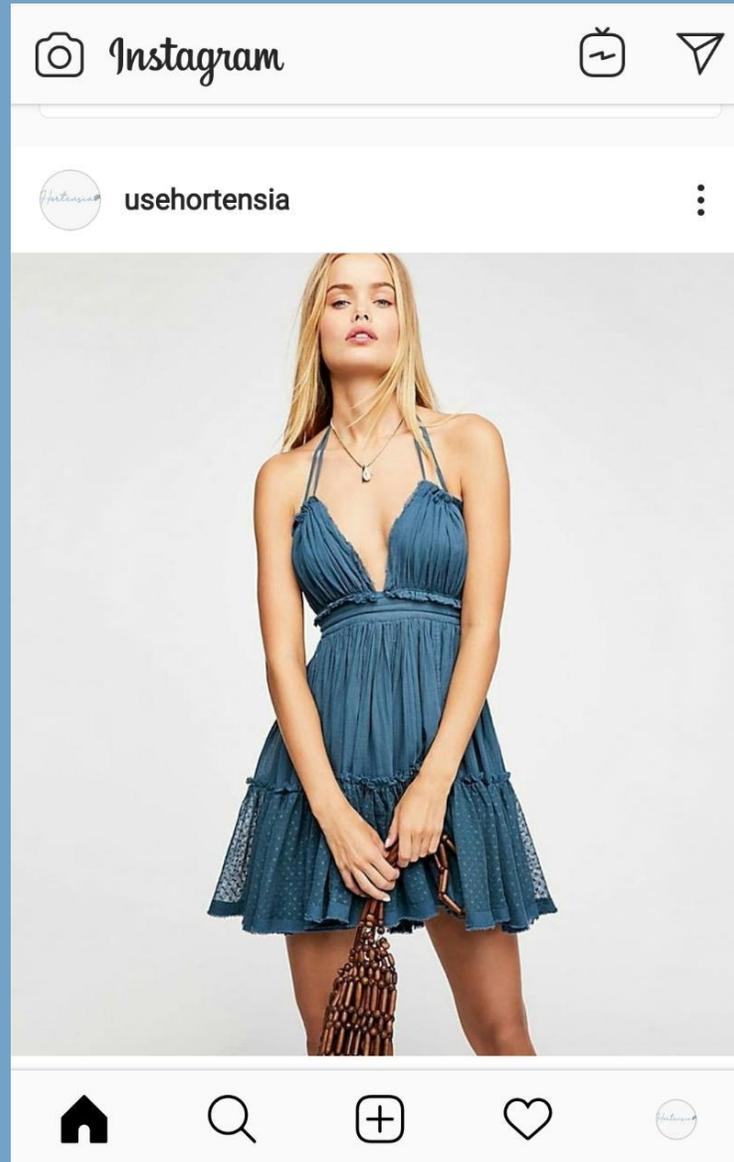
Realizar vendas online para  
todo o Ceará.

## Longo prazo

Inaugurar a segunda loja  
física, em Quixadá,  
interior do Ceará.

Implantar fábrica própria  
Lançar linha de festas

# Instagram



@Usehortensia

Para interagir com os seguidores no Instagram, a marca irá utilizar uma linguagem informal, um visual moderno e atrativo.

# Processo criativo

- Identificação da lacuna de mercado
- Identificação de oportunidade de negócio
- Pesquisas de mercado e comportamento
- Desenvolvimento de ideias
- Elaboração do projeto da marca
- Formulação da estética da marca
- Pesquisas de imagens associativas
- Estruturação das informações

