



mini
Sun

BIANCA ALVES LIMAS

CRIAÇÃO DA MARCA MINI SUN

Projeto de Moda apresentado ao curso de Graduação em Design-Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Design-Moda.
Área de concentração: Criação de marca.

Aprovada em: ___/___/_____.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Me. Patrícia Montenegro Matos Albuquerque(Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Esp. Cláudia Castro Correia
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Dr. Aline Teresinha Basso
Universidade Estadual do Ceará (UFC)

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)

L696c Limas, Bianca.

Criação da Marca Mini Sun / Bianca Limas. – 2021.

57 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2021.

Orientação: Prof. Me. Patrícia Montenegro Matos Albuquerque.

1. Criação de Marca. 2. Moda. 3. Infantil. 4. Agênero. I. Título.

CDD 391

Designer

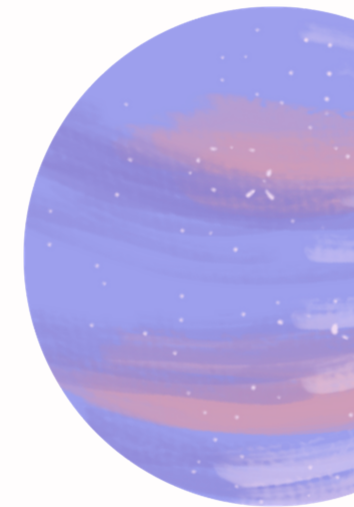
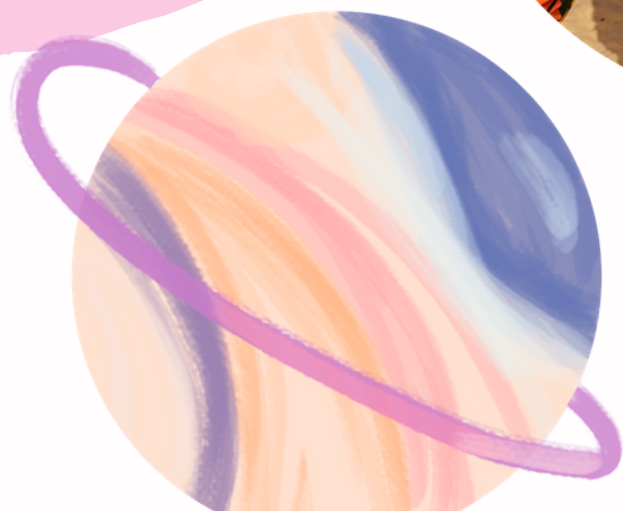
Bianca Limas

Desde criança uma pessoa apaixonada por artes, por tudo que envolve criação e cor.

Entrei no curso Design-Moda com o único ideal de trabalhar com desenho e artes, mas me apaixonei por todas as áreas. Tendo o primeiro estágio como estilista em uma marca de moda infantil, após um período fui para o setor do marketing da mesma marca e há quase dois anos me descobri no mundo estamparia, um universo colorido como eu e cheio de possibilidades.



TLD Brazil(2018 - Hoje)



Conceito da Marca

A Mini Sun é uma marca infantil, direcionada ao público de 1 a 6 anos de idade, localizada na cidade de Fortaleza, Ceará. A sua proposta é minimalista, mas sem perder o encanto e a alegria da infância.

Traz atitude e diversidade à moda kids, com estampas sem diferenciação de gênero e lúdicas, trazendo liberdade e diversão as crianças.

A marca abraça todas as famílias e suas composições, quer estar presente nesta fase de curiosidades e descobertas dessas crianças cheias de personalidade e estilo.



Missão

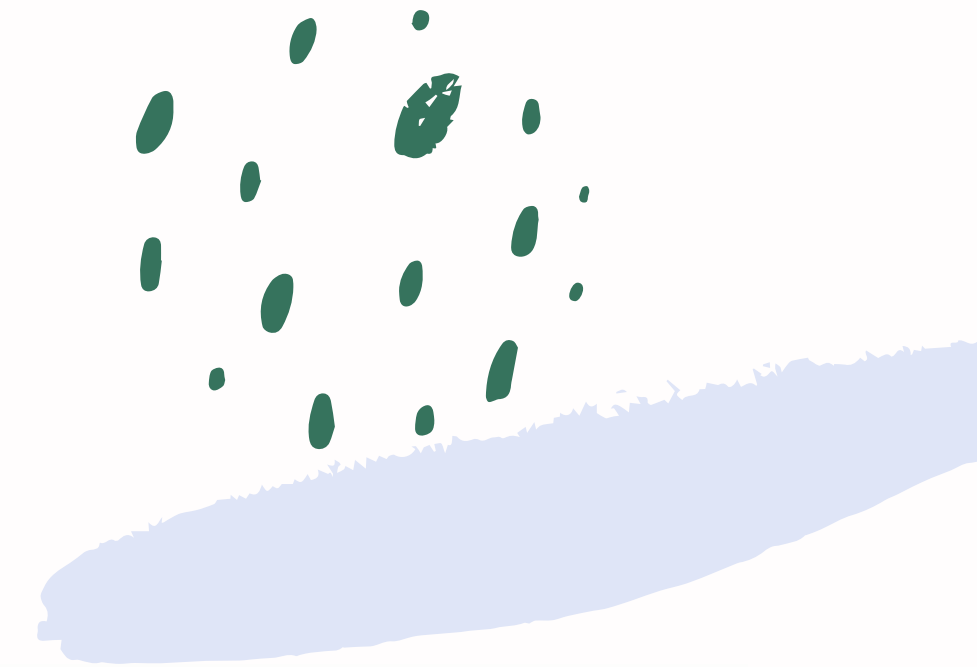
Vestir bebês e crianças priorizando o conforto e a qualidade, transmitindo alegria e cuidado em cada peça.

Visão

Ser uma marca infantil reconhecida pelos valores que prega em relação à causa LGBTQ e sua pluralidade e tornar-se referência na área de estamparia voltada para o vestuário infantil no mercado local de Fortaleza nos próximos 5 anos.

Valores

- Clientes no centro das decisões
- Respeito ao próximo
- Ética
- Responsabilidade social
- Diversidade
- Equidade



Briefing

NATUREZA DO PROJETO E CONTEXTO

CONTEÚDOS

DESCRIÇÃO

JUSTIFICATIVA

Pela necessidade e oportunidade do mercado de moda infantil, que cresce cerca de 6% ao ano, segundo ABIT.

Pela facilidade de desenvolver os produtos com esse tipo de material, pois sublimação é um meio viável de criar e estampar sem perder as cores. E divulgar trabalhos pela internet por meio de plataformas digitais.

OBJETIVOS DO PRODUTO

Projetar a marca de roupas infantis "Mini Sun" no mercado de Fortaleza, Ceará.
Desenvolver e divulgar a primeira coleção da marca.

Briefing

NATUREZA DO PROJETO E CONTEXTO

CONTEÚDOS

DESCRIÇÃO

RESULTADOS DESEJÁVEIS

Transmitir através da marca e suas coleções sua responsabilidade com a causa LGBTQTIA+ e direitos humanos, fidelizando clientes que também seguem os mesmos valores da marca.

RESPONSABILIDADE DO PROJETO

Designer Bianca Limas

Briefing

ANÁLISE
SETORIAL

CONTEÚDOS	DESCRIÇÃO
MARCA	Mini Sun
PRODUTO	Roupa infantil casual, de 1 a 6 anos
PREÇO	A partir de 59,90
PROMOÇÃO	Nas mídias digitais, principalmente, Instagram, com publicações no feed e story, transmitindo a identidade da marca

Briefing

ANÁLISE SETORIAL

CONTEÚDOS	DESCRIÇÃO
CONCORRENTES INSPIRACIONAIS	Minimalista Baby, The Mini Forest, Castanhola
CONCORRENTES DIRETOS	Lojas de magazine, como a Renner, por ter coleções infantis com estampas minimalistas, ter várias lojas e preços muito competitivos. E lojas infantis, em Fortaleza, como BabyBeh
ESTUDO DAS TENDÊNCIAS	As tendências são utilizadas de forma específica, em relação a tecidos ou a cores, mas a marca busca usar elementos atemporais.
TECNOLOGIA	Computador e mesa digitalizadora, com softwares para a criação de estampas, além de papéis, aquarela e lápis de cor para desenhos. Impressora sublimática e calandra de sublimação. Maquinário de costura

Briefing

ANÁLISE DE PÚBLICO-ALVO

CONTEÚDOS	DESCRIÇÃO
SEXO	Feminino e Masculino
IDADE	De 20 a 40 anos
RENDA	Acima de 1 salário mínimo e meio
HÁBITOS DE CONSUMO	Público que aprecia a arte e a cultura, que gosta de rock, indie e MPB. Que consomem produtos de moda uma vez por mês, no mínimo.

Briefing

PORTFÓLIO DA
EMPRESA

CONTEÚDOS

IMAGEM
CORPORATIVA

SEGMENTAÇÃO DO
MERCADO

DESCRIÇÃO

Branding e design da empresa focado nas estampas criativas, autorais e atemporais, além das peças confortáveis e de qualidade.

Mães e pais de meninos e meninas com idade entre 20 e 40 anos, que buscam roupas autênticas para seus filhos.

Análise S.W.O.T.

FORÇAS

- Preços competitivos
- Estampas próprias/exclusivas(digital e manual)
- Modelagem confortável
- Facilidade de entrega em Fortaleza(Entregadores de aplicativos, motoboys)

FRAQUEZAS

- Apenas vendas on-line
- Terceirização de serviços, deixando o processo um pouco mais demorado e com maior necessidade de acompanhamento
- Pequena produção
- Alguns tecidos são a base de poliéster, por causa da sublimação

Análise S.W.O.T.

OPORTUNIDADES

- Grande consumo de moda infantil, é um mercado que cresce 6% ao ano, segundo a ABIT(Associação Brasileira de Indústria Têxtil e de Confecção)*
- Crescimento das compras online
- A busca por roupas sem diferenciação de gênero, tanto adultas, quanto infantis

AMEAÇAS

- Situação de instabilidade econômica atual
- Grandes concorrentes, com vasta variedade de tecidos e modelos
- Produtos mais baratos, mas com uma qualidade inferior

*<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigosOrganizacao/segmento-de-vestuario-infantil-e-mercado-crescente-no-pais,3c864dee85367410VgnVCM1000003b74010aRCRD>

Público-alvo

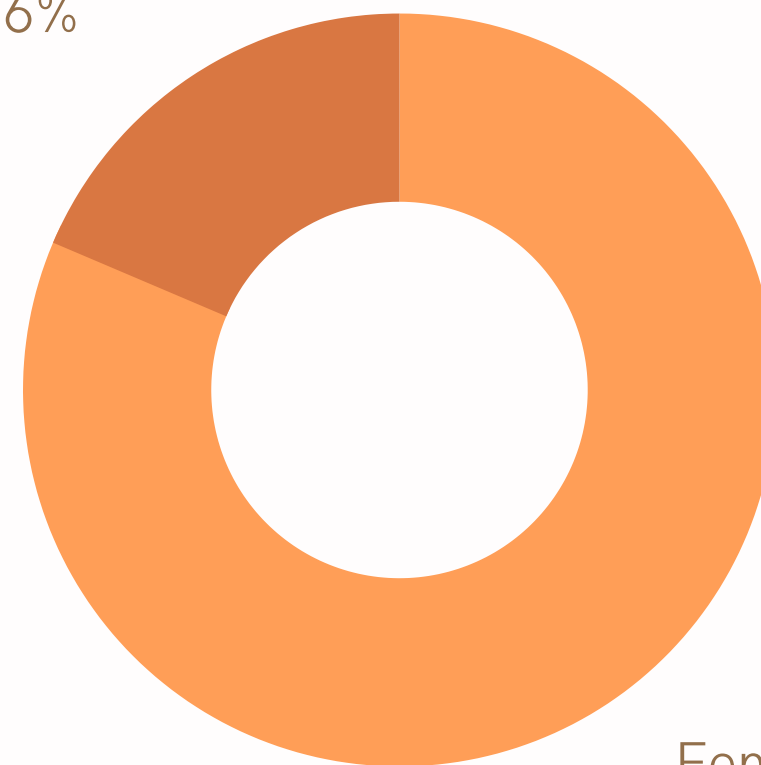
Dados geográficos

- País: Brasil
- Região: Nordeste
- Estado/Cidade: Fortaleza/CE
- Clima: Tropical

Dados Psicográficos:

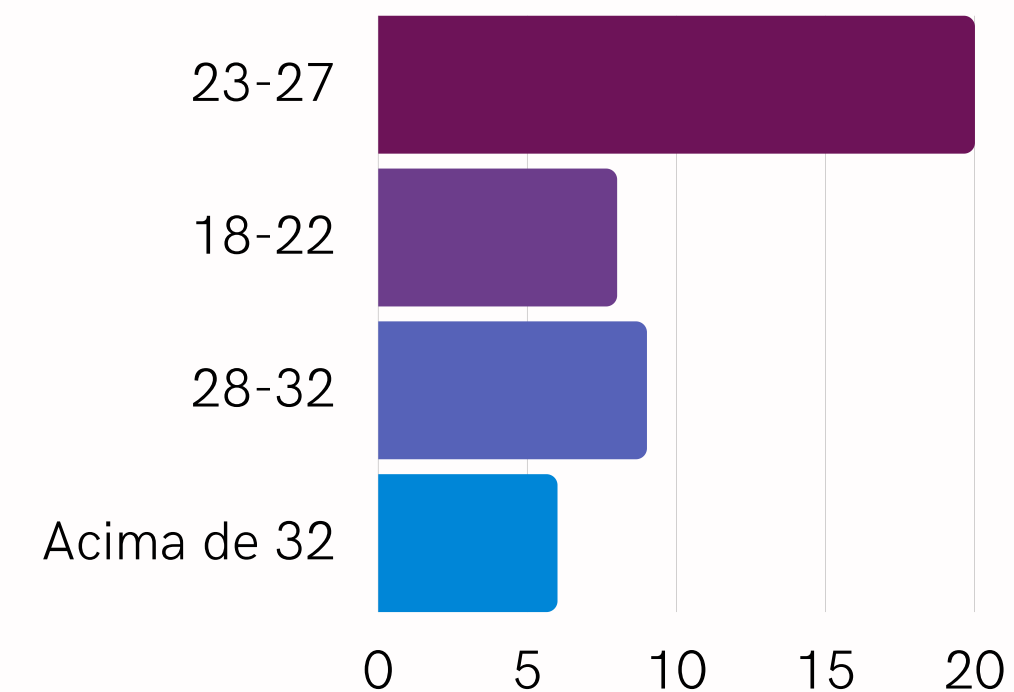
- Extrovertido
- Consumidor consciente
- Independente

Masculino
18.6%



Gênero

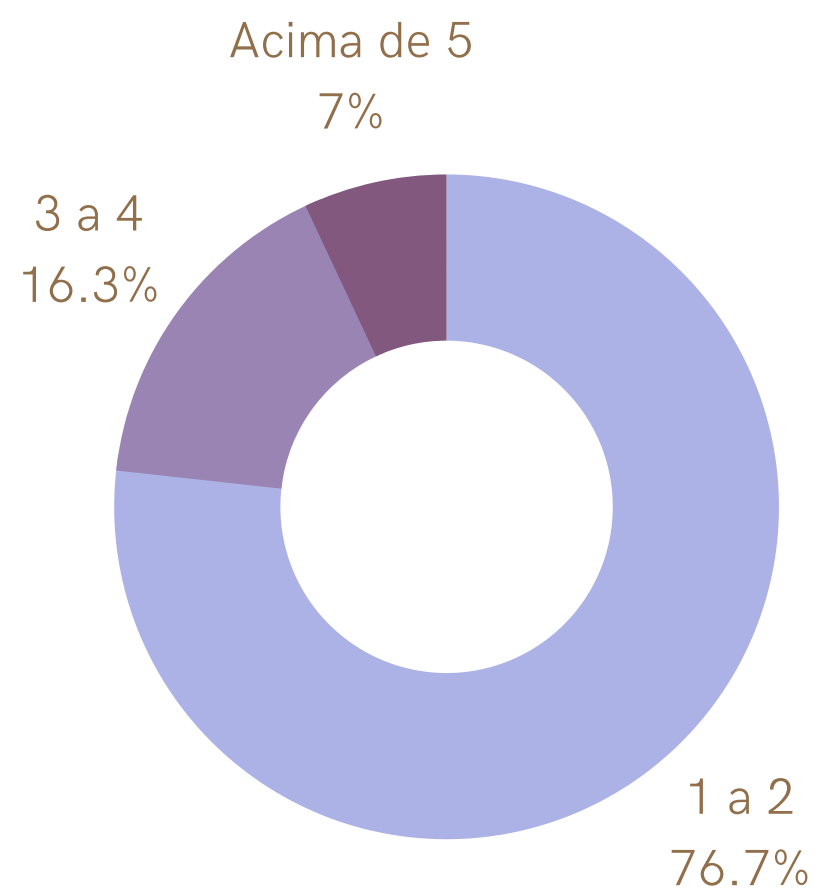
Feminino
81.4%



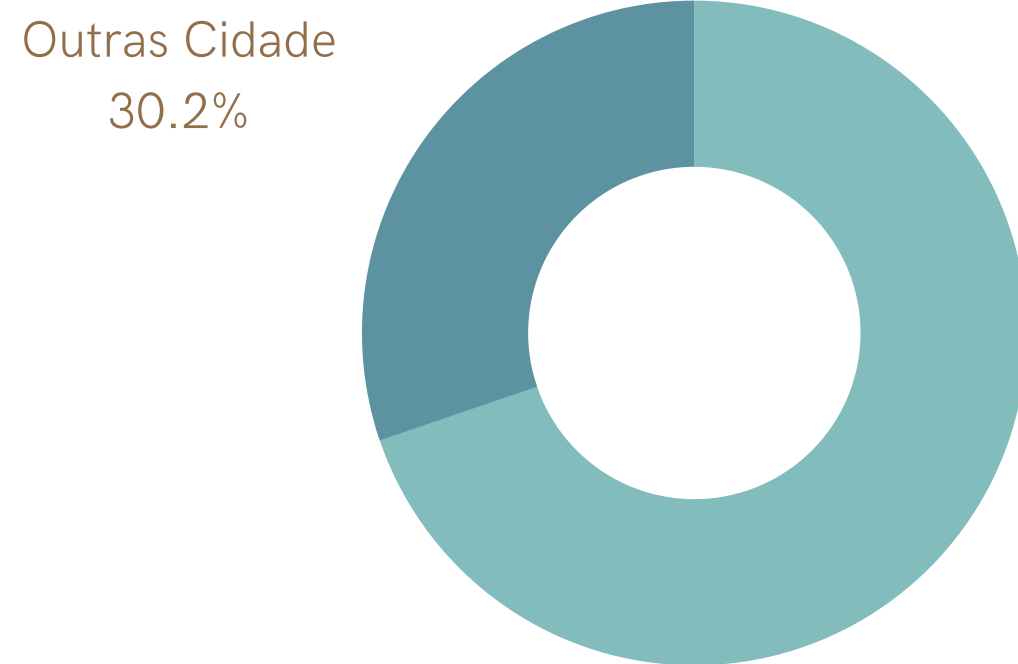
Idade

*Dados retirados de uma pesquisa feita em grupos do Facebook, no período de 12 a 28 de setembro de 2020. 43 pessoas responderam ao questionário

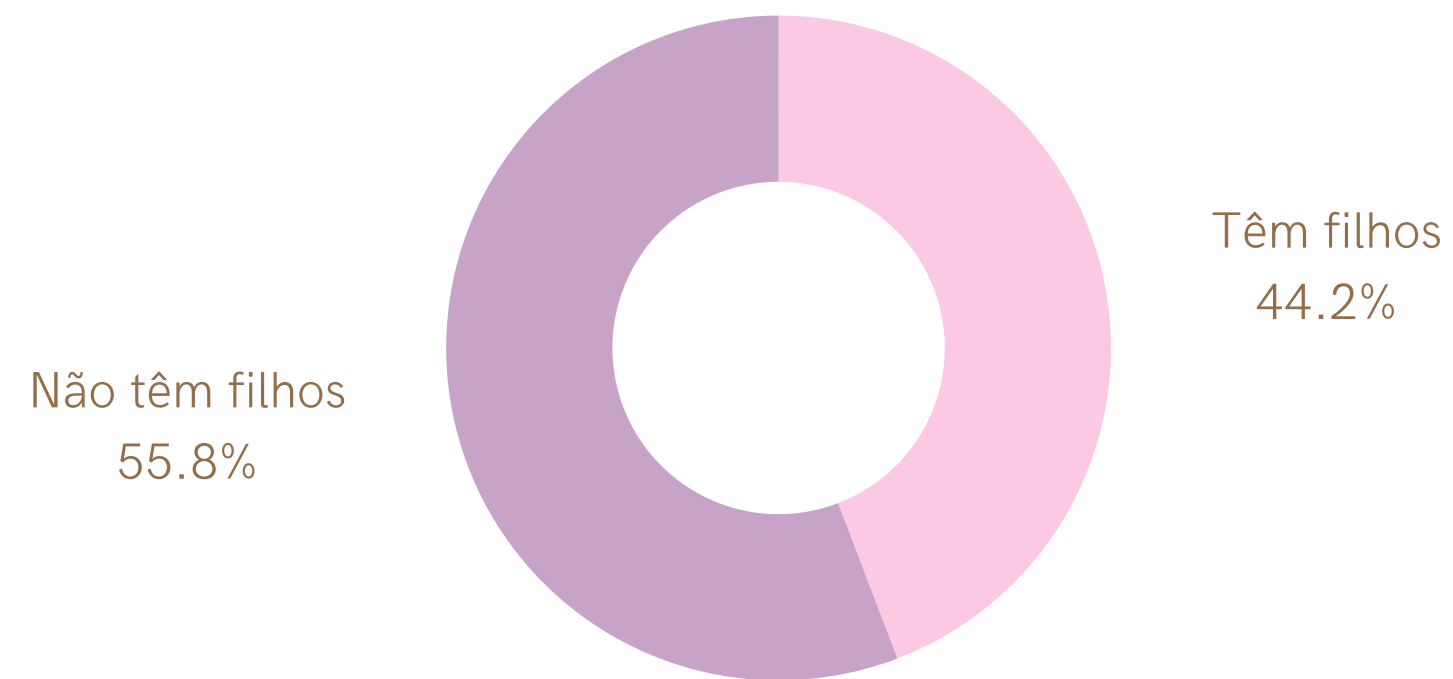
Público Alvo



Renda Mensal
(salário mínimo)

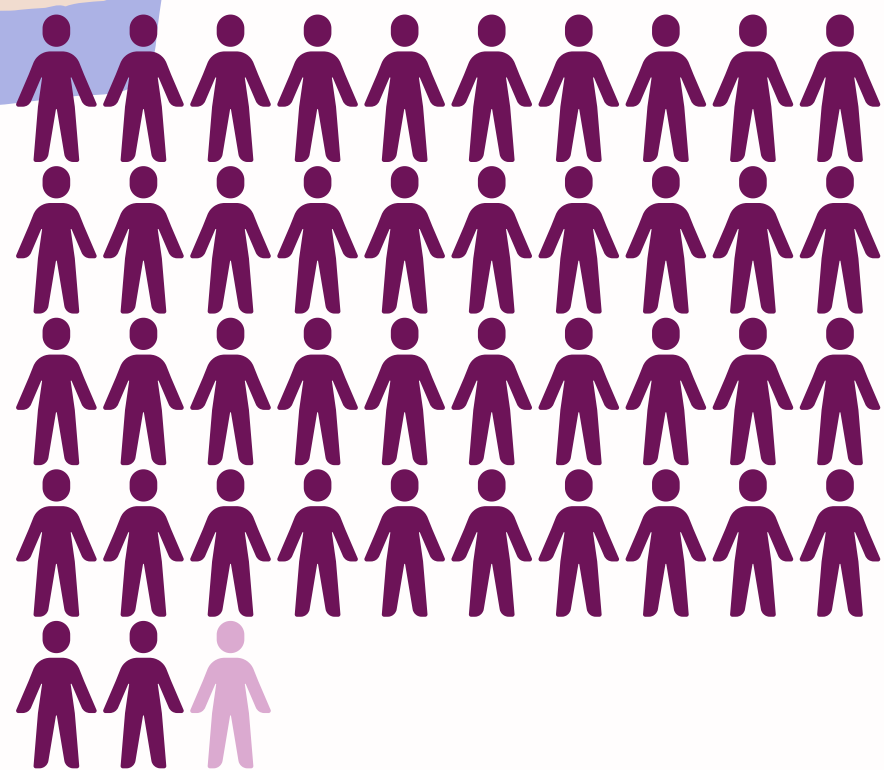


Onde moram



Se têm filhos

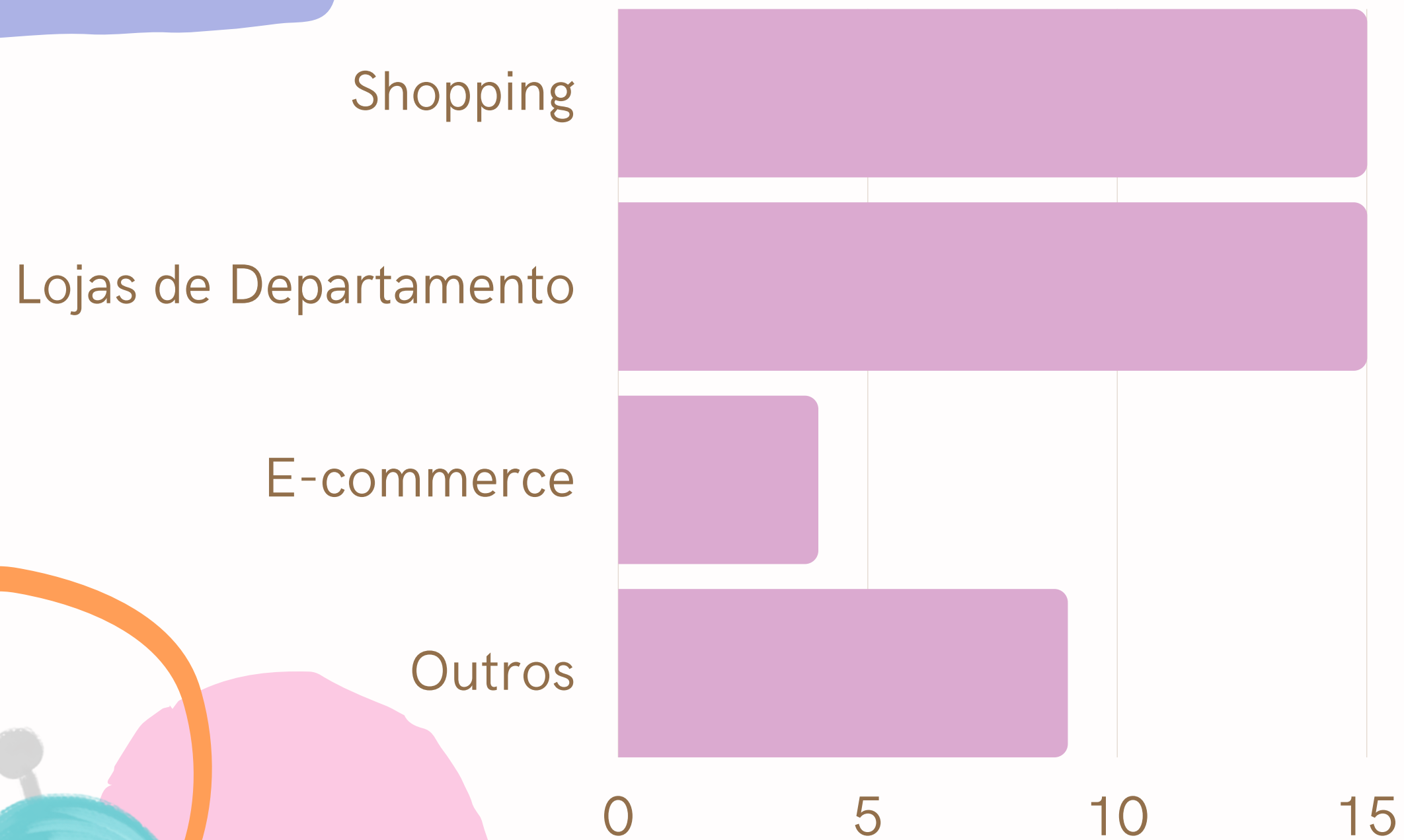
Público alvo



Quando perguntados sobre o que acham da frase "rosa é de menina e azul de menino", 42 das 43 respostas discordam da frase, por isso a escolha por uma moda agênero

Em uma resposta aberta se a criança tem influencia na escolha da roupa, 9 pessoas afirmaram que a criança opina muito, 8 que quem escolhe são os pais e 5 que o pequeno não se interessa

Público alvo



Na pesquisa, a maioria dos entrevistados respondeu que compram em shoppings e em lojas de departamento, porém em um relatório sobre o e-commerce no Brasil, mostra que o setor da moda teve crescimento de 36,60% nos últimos 12 meses, de fevereiro de 2020 a fevereiro de 2021

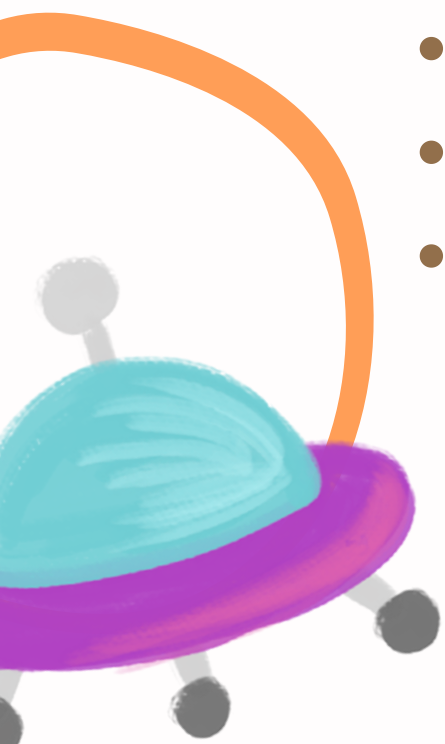
Usuário (Crianças)

Dados geográficos

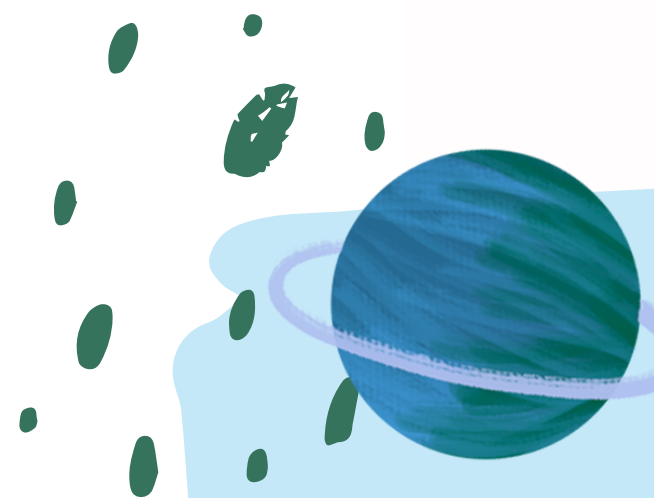
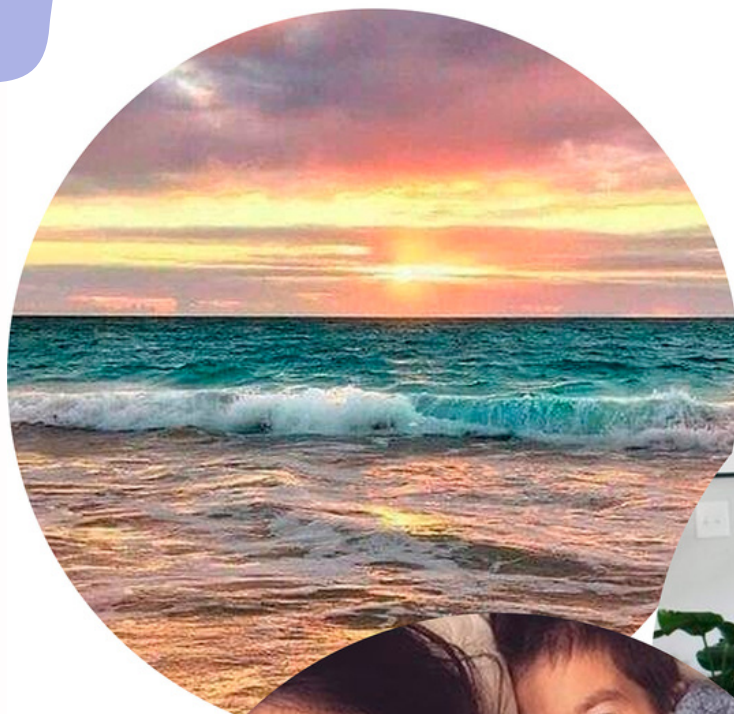
- País: Brasil
- Região: Nordeste
- Estado/Cidade: Fortaleza/CE
- Clima: Tropical

Dados Psicográficos:

- Extrovertidos
- Divertidos
- Aventureiros
- Brincalhões



Painel de Comportamento



Personas



Carol

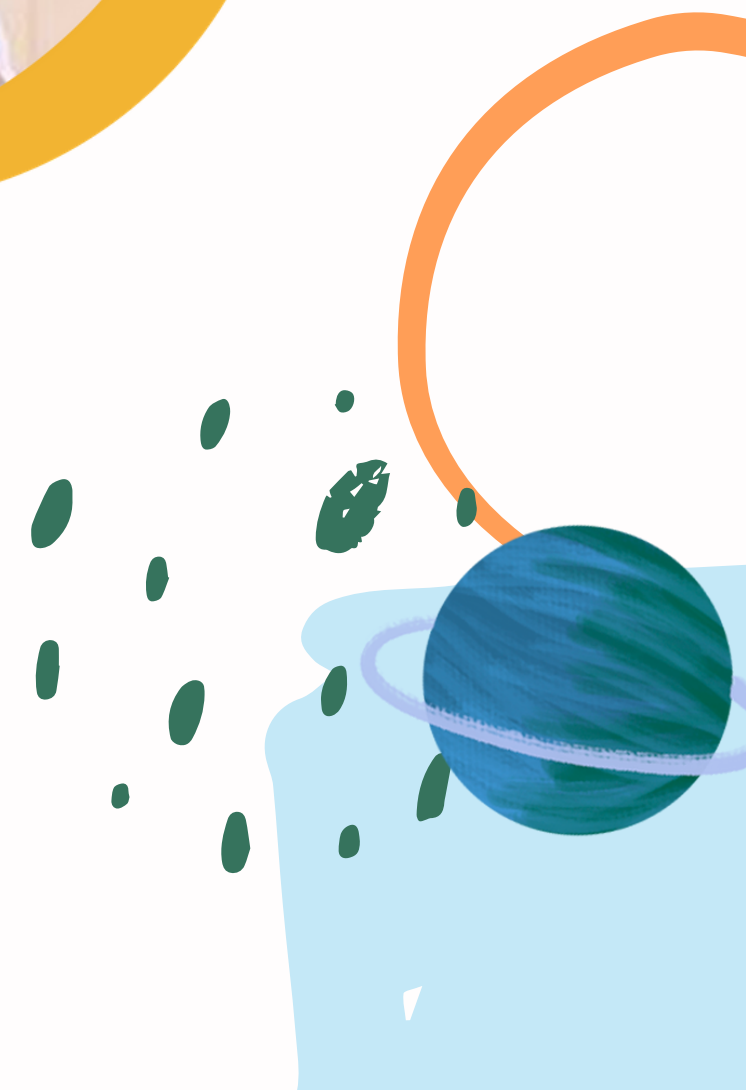
28 anos, casada, com outra mulher, mora em Fortaleza, no bairro Jóquei, tem uma filha de 2 anos e meio, a Fernanda.

Ela é chef de cozinha de um grande restaurante.

Ela é descolada, engraçada e adora uma boa conversa.

Ama as redes sociais, tatuagem e rock. Nas horas vagas faz aula de violão.

Sua alegria é estar com a família, sempre que tem folga do trabalho gosta de ir a praia e descobrir novos espaços culturais em Fortaleza.



João

35 anos, Casado, Vive em Fortaleza, mora no bairro Meireles.

Pai do Benício, de 2 anos e da Beatriz, de 5 anos.

É diretor de marketing de uma agência de publicidade.

É divertido, engraçado e adora sair com os amigos para ir ao bar após o trabalho.

é um pai super responsável e cuidadoso, com a família adora ir ao cinema e a restaurantes.

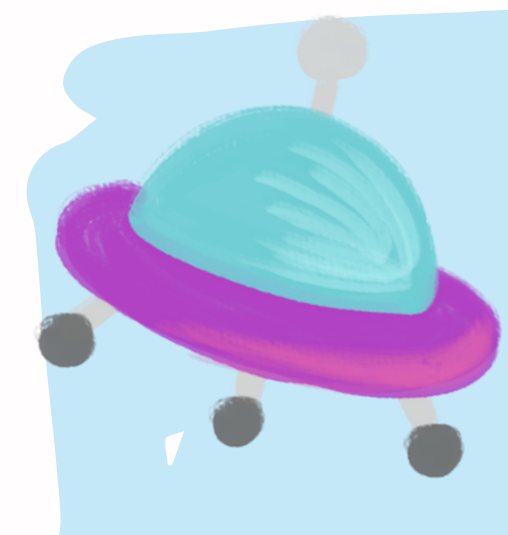
Não é tão ligado a redes sociais, gosta de uma vida mais desconectada.



Téo

É uma menino, de 5 anos, filho mais novo do Lucas e do Júlio. Mora em Fortaleza, no bairro Papicu.

Frequenta a escola e tem muitos amigos, faz aula de inglês e adora jogar futebol. Téo é um menino esperto e cheio de energia.

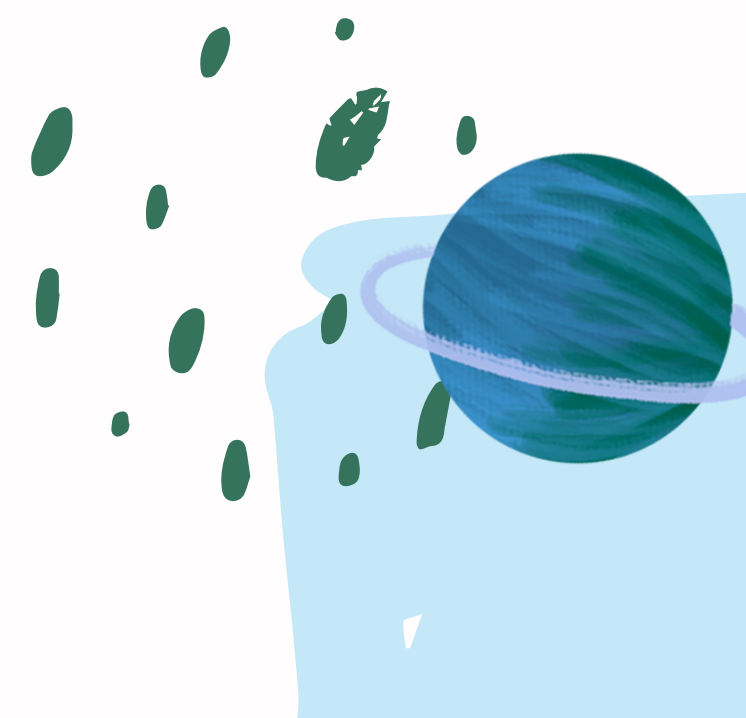


Louise

É uma menina, de 3 anos e meio, filha única do Ricardo e da Beatriz. Mora em Fortaleza, no bairro Cidade dos Funcionários.

Já frequenta a escola e adora as atividades lúdicas e de pintura, já fez muitas amizades no colégio.

É alegre, divertida e muito aventureira, ama subir em árvores e correr



Painel de Mercado/Concorrentes



A marca Castanhola é uma marca infantil de Fortaleza. A marca trabalha com peças feitas de tecido natural e com estampas exclusivas. Os valores das peças vão de R\$55 a R\$159
@Castanolabr



A The Mini Forest é uma marca de São Paulo. A maioria de suas estampas são feitas à mão. Trabalha com venda de acessórios, o que deixa o produto mais atrativo aos clientes. Os valores das peças vão de R\$59 a R\$149
@theminiforest

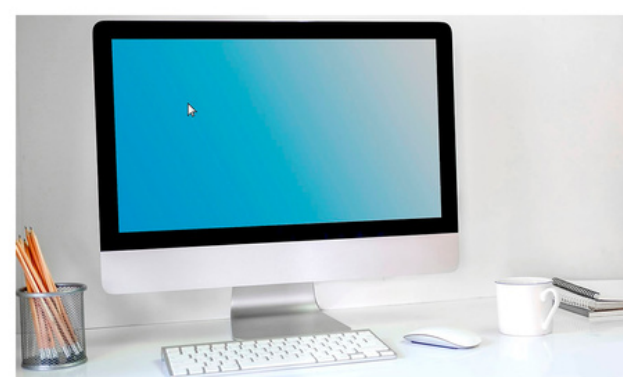


A Minimalista é uma marca do Rio Grande do Sul. Suas estampas são mais neutras e em preto e branco. Lançam coleções de pais e filhos, ampliando o mercado. Os valores das peças vão de R\$59 a R\$169
@minimalistashop

Painel Tecnológico



● Terceirizado



● Próprio

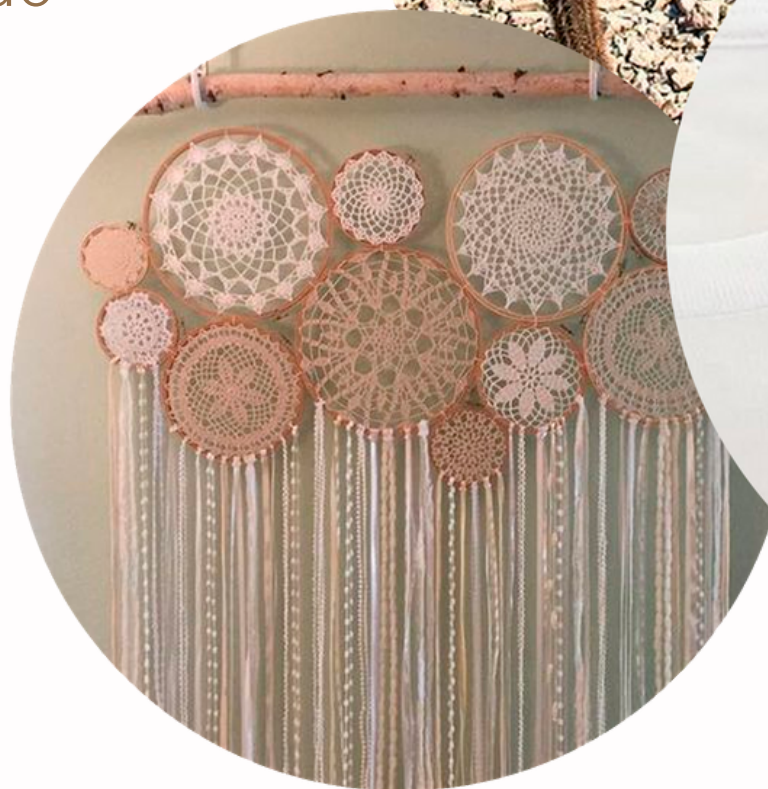
Painel de Imagens Associativas



Diversidade
Conforto
Cultura
Cores

Painel de Vocação Regional

A marca valoriza o que é local, seja nas estampas, no uso de macramê em algumas coleções ou no uso do bordado, sempre trazendo elementos do Ceará





Desempenho e Performance

OBJETIVO

Tornar-se uma marca de moda infantil reconhecida pelas estampas autorais e atemporais, no mercado de Fortaleza, Ceará

INDICADOR

Índices de crescimento de vendas pelo instagram e Whatsapp e as estatísticas dadas pelo engajamento nas mídias sociais

META



Crescimento de 6% ao ano

INICIATIVA ESTRATÉGICA

Acompanhar o movimento das redes sociais, se as publicações dão resultado, fazer pesquisa de satisfação com os clientes

ANÁLISE DE VENDAS

Número de vendas; total de vendas; ticket médio de vendas; produtos mais vendidos e procurados; dias e horários com maior volume de vendas



Sustentabilidade



ECONÔMICO

A precificação é feita de forma cuidadosa para garantir o pagamento justo a todos os envolvidos

AMBIENTAL

Para evitar o acúmulo de estoque, a Mini Sun trabalhará com produção em baixa escala, além de utilizar as pontas de tecido para fazer bolsa de patchwork, aproveitando ao máximo e diminuindo o desperdício.

As sacolas do produto serão feitas com o papel que é utilizado no processo da sublimação e com tiras de papelão reciclado.

SOCIAL

Valorização daqueles que contribuem para o crescimento da marca através de cursos de capacitação. Ações e projetos sociais destinadas a comunidade LGBTQIA+



Tipografia

**TÍTULOS:
BEBAS KAI**

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 , . ; : / ? ! @ # % ^ ` ~

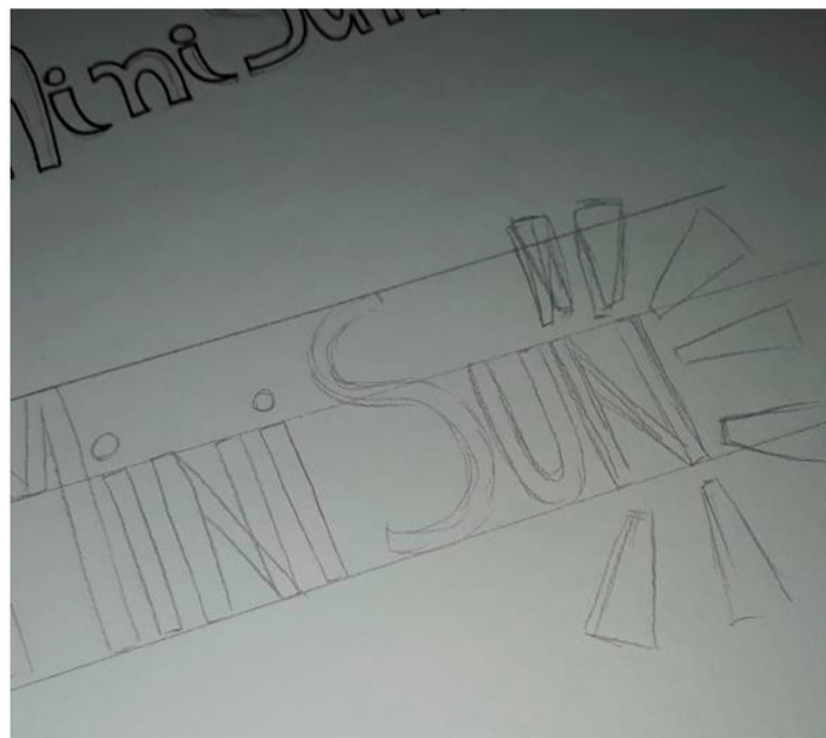
Textos:
Vegur Light

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

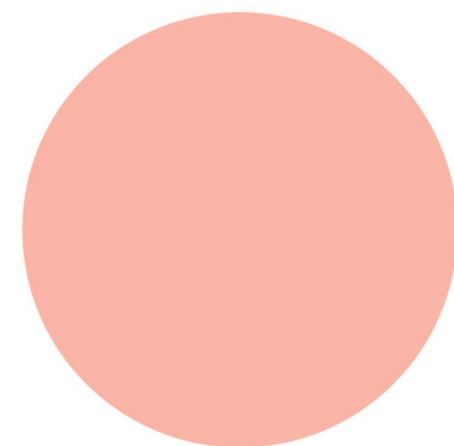
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 , . ; : / ? ! @ # % ^ ` ~

Processo Criativo da Logo



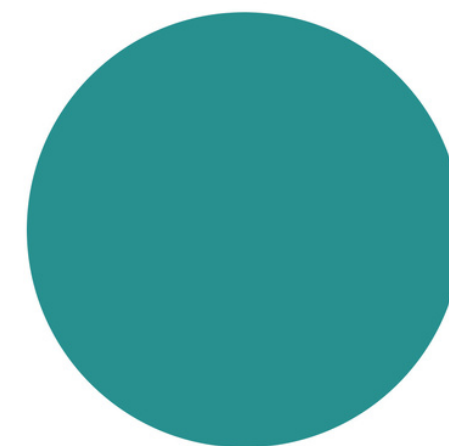
Logo



R=233 G=180 B=166

#e6b4a6

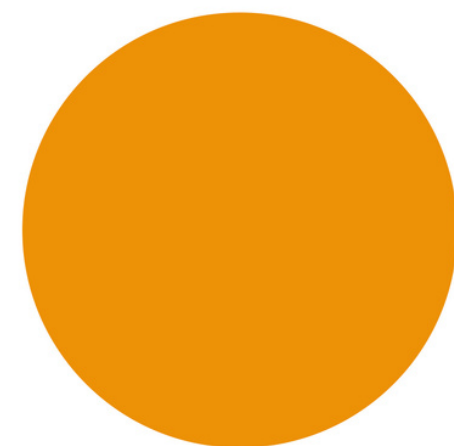
Sensibilidade



R=88 G=144 B=143

#58908f

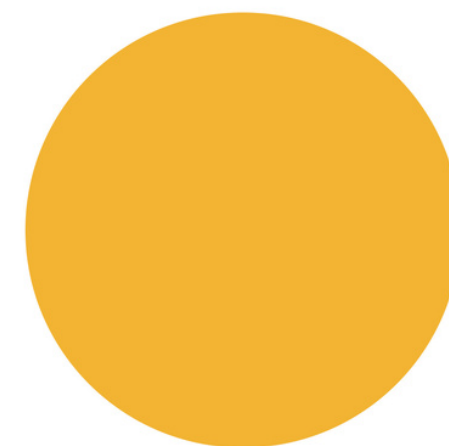
Harmonia



R=215 G=144 B=36

#d79024

Lúdico



R=226 G=179 B=65

#e2b341

Otimismo

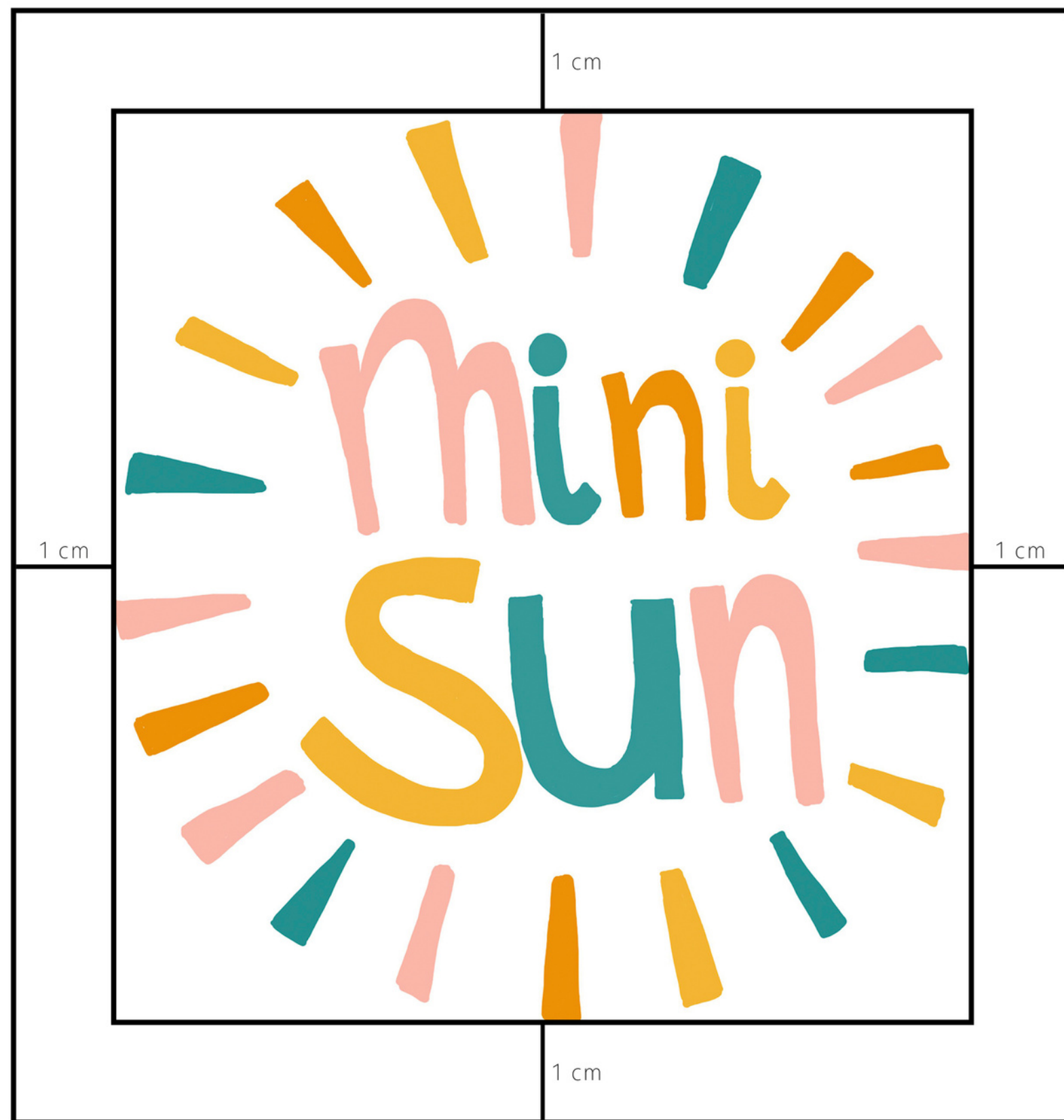
Logo



As cores escolhidas foram o rosa, azul, laranja e amarelo, em tons pastéis.

Segundo Eva Heller(2012), no livro Psicologia das Cores, o azul é a cor predileta entre homens e mulheres, é a cor da simpatia, da harmonia e da confiança. O rosa é ligado ao doce e delicado, cor da sensibilidade. O amarelo é a cor do lúdico e do otimismo. E o laranja está em segundo, depois do amarelo, como uma cor ligada ao lúdico.

Logo



A margem de respeito a logo deve ser no mínimo 1 cm a partir de suas extremidades.

Tamanho de redução máxima da logo deve ser: 1,10 cm x 1,17 cm



Plano de Comunicação

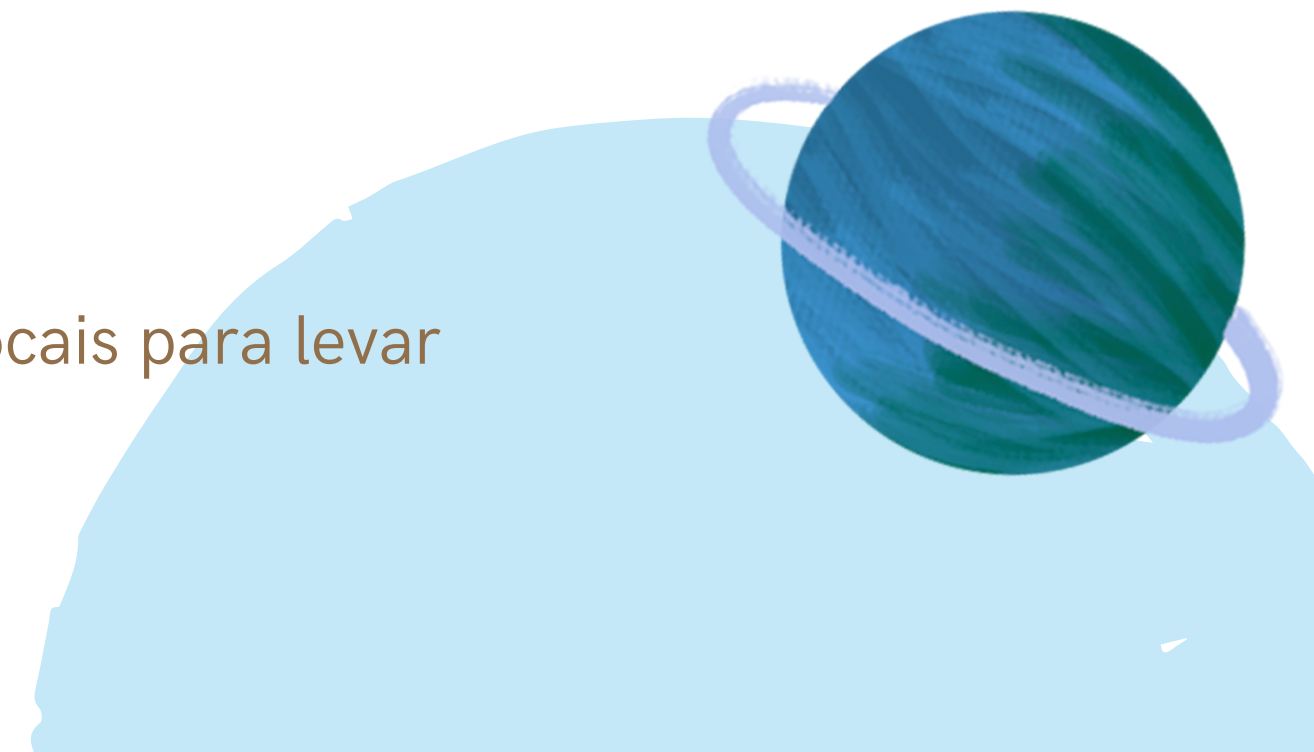
OBJETIVO DO PLANO

Criar um relacionamento com o público alvo, entendendo qual sua visão da marca e o quanto as estratégias de marketing e publicações no Instagram impactam nessa relação.

ESTRATÉGIAS

Posts com marketing de conteúdo nas redes sociais(Instagram)

- Inicialmente, criar propagandas para atrair clientes
- Fazer posts e stories com o produto, mostrando detalhes, benefícios, sempre ligada ao posicionamento da marca
- Fazer parcerias com outras marcas, com divulgações
- Stories com enquetes sobre o produto, sugestões, dicas de moda, etc
- Posts de dicas de locais culturais, novas exposições, filmes no cinema, locais para levar a família e se divertir



Plano de Comunicação



ESTRATÉGIAS

Eventos

- Participação em feiras colaborativas
- Promover o “dia da família”, onde todas as famílias podem participar, com brincadeiras, atividades ao ar livre, etc.





Programação de posts nas redes sociais

	SEGUNDA-FEIRA	TERÇA-FEIRA	QUARTA-FEIRA	QUINTA-FEIRA	SEXTA-FEIRA	SÁBADO	DOMINGO
7H	Foto		Foto			Foto	
10H		Foto			Story		Foto
11 - 12H		Story		IGTV		Reels	
13 - 14H	Story			Foto	Foto	Story	
18 - 20H		Foto	Vídeo	Story			Foto

Mídias Sociais

Instagram

Search



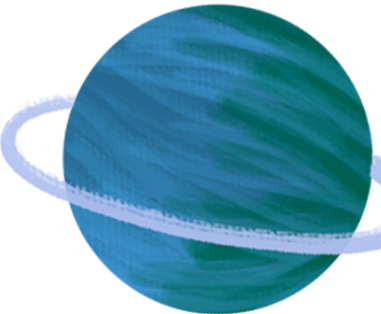
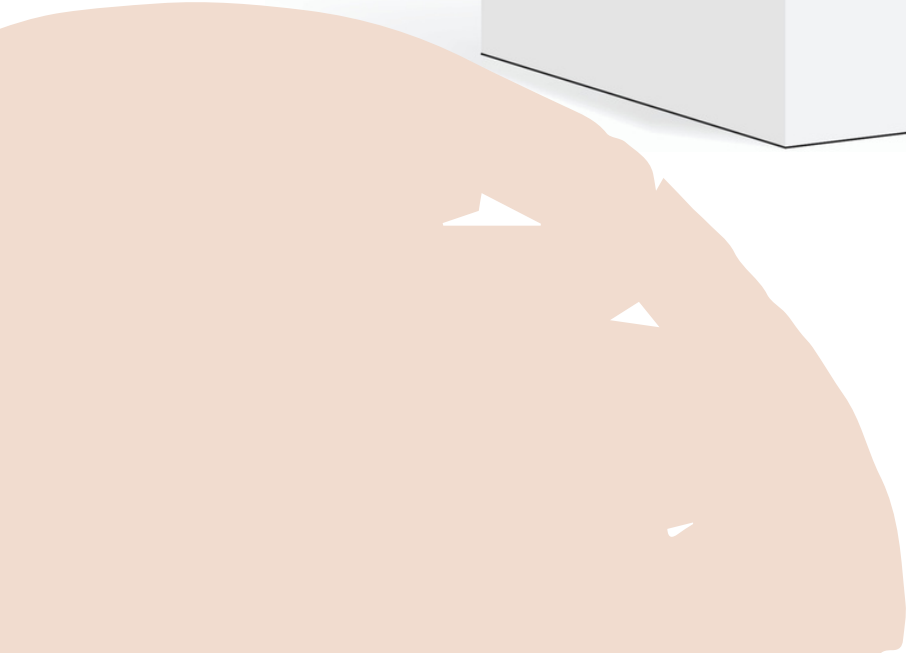
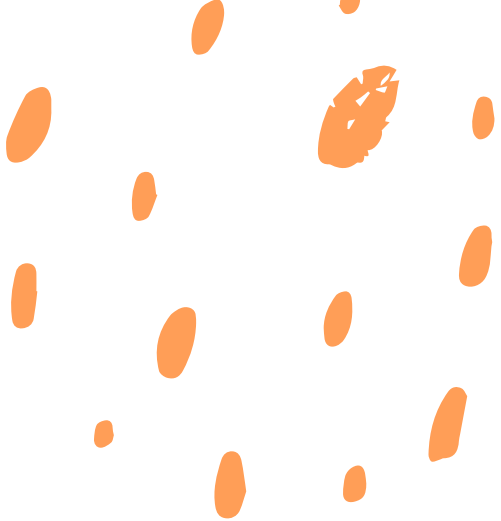
lojaminsun [Follow](#)

1,048 posts 13.5k followers 22 following

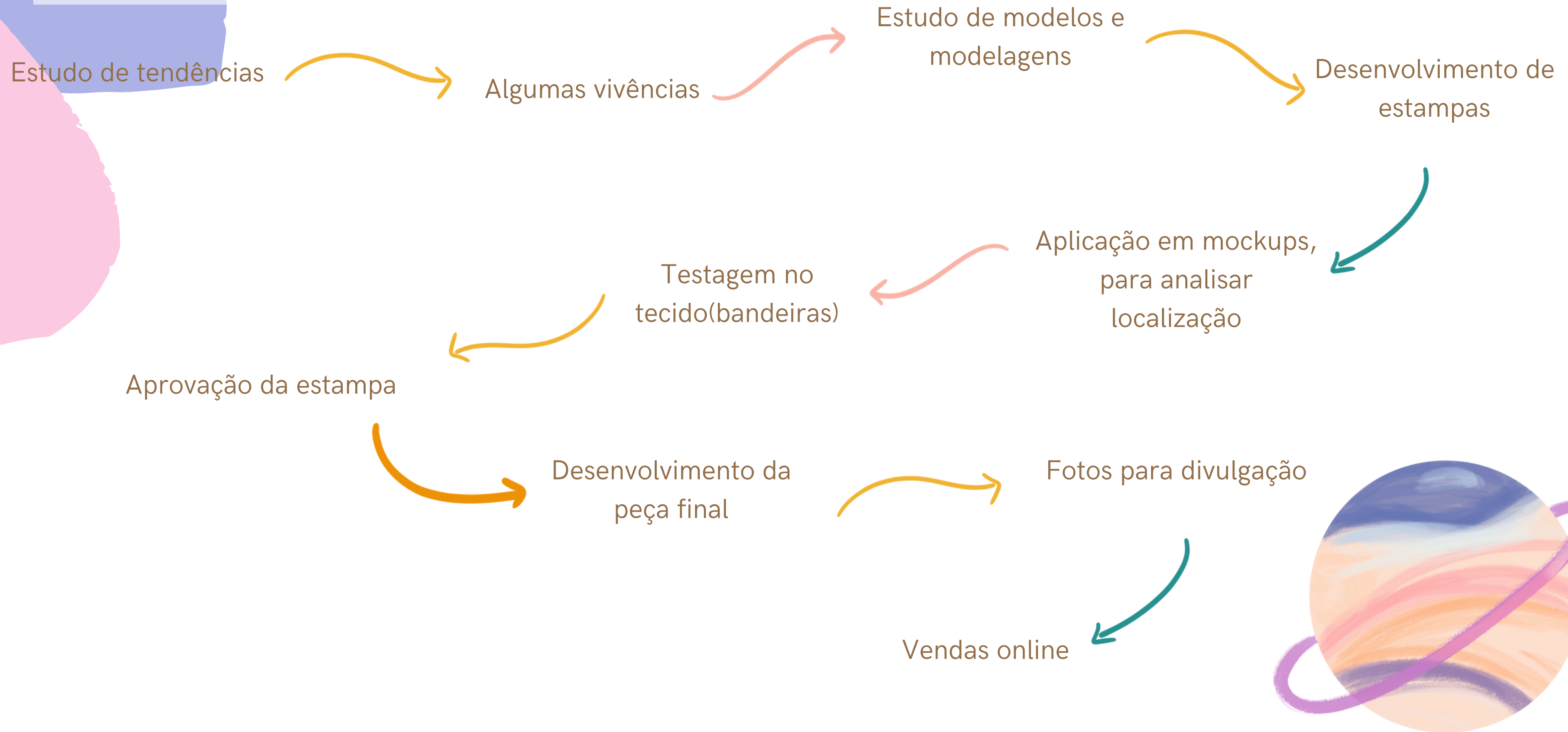
Mini Sun Estampa e felicidade 🌞🌈



Mídia Kit



Fluxograma

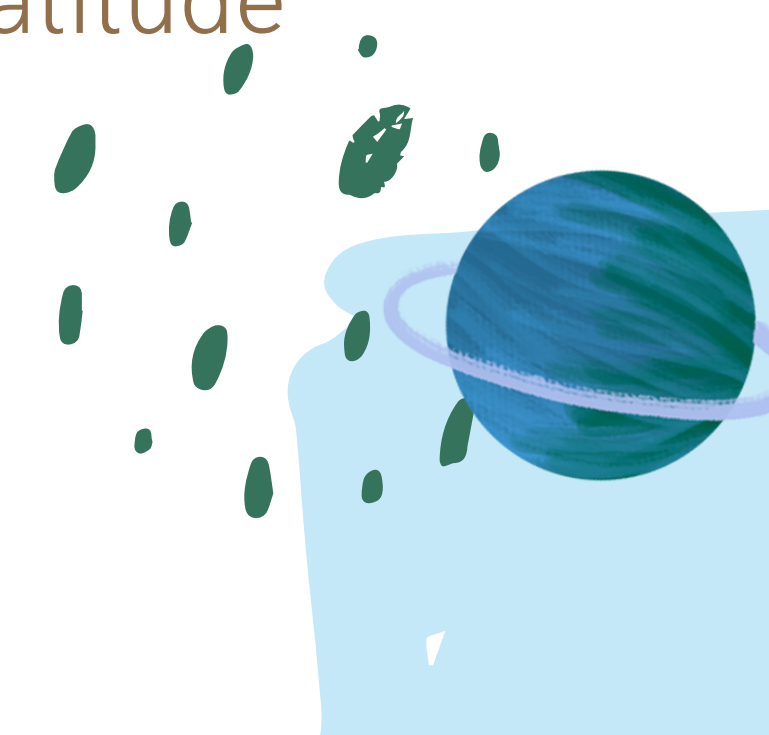


Release

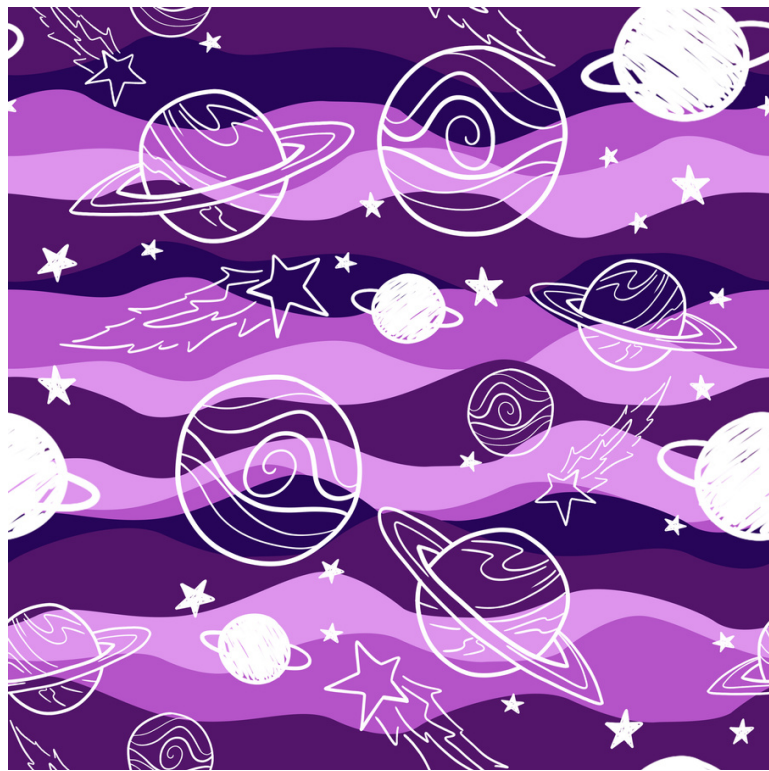


A coleção Universo Fantástico, foi inspirada no espaço, nas estrelas e em tudo que compõe esse cenário de astros. O tema foi escolhido para ser o de estreia da marca Mini Sun pelas infinitas possibilidades, pelo lúdico, por toda criança imaginar um dia morar no espaço e por ser um mistério despertando curiosidade.

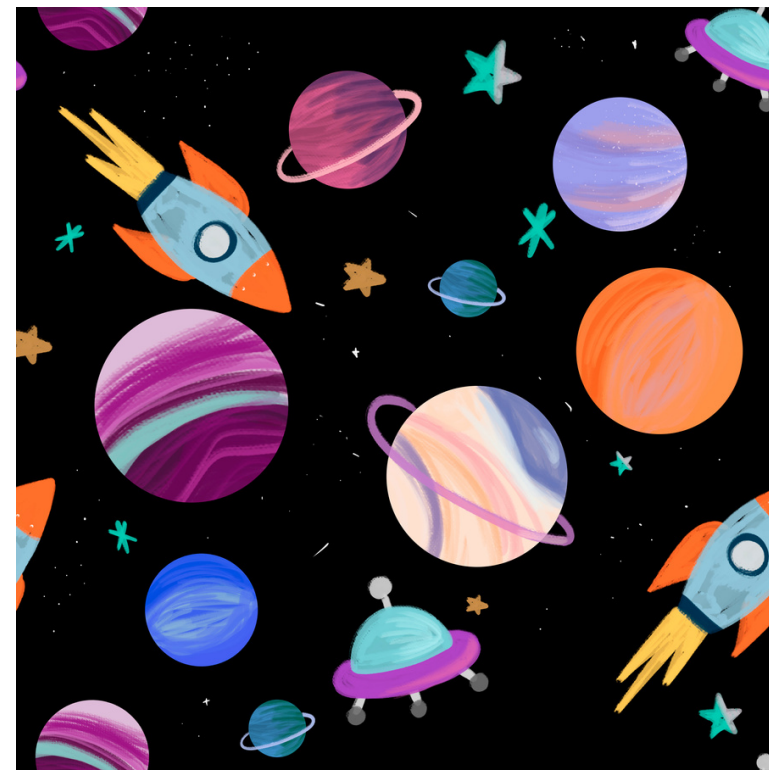
A coleção traz a essência da marca, o criativo, o agênero, a atitude e as cores.



Produtos



Estampa Estrela
Cadente



Estampa Universo

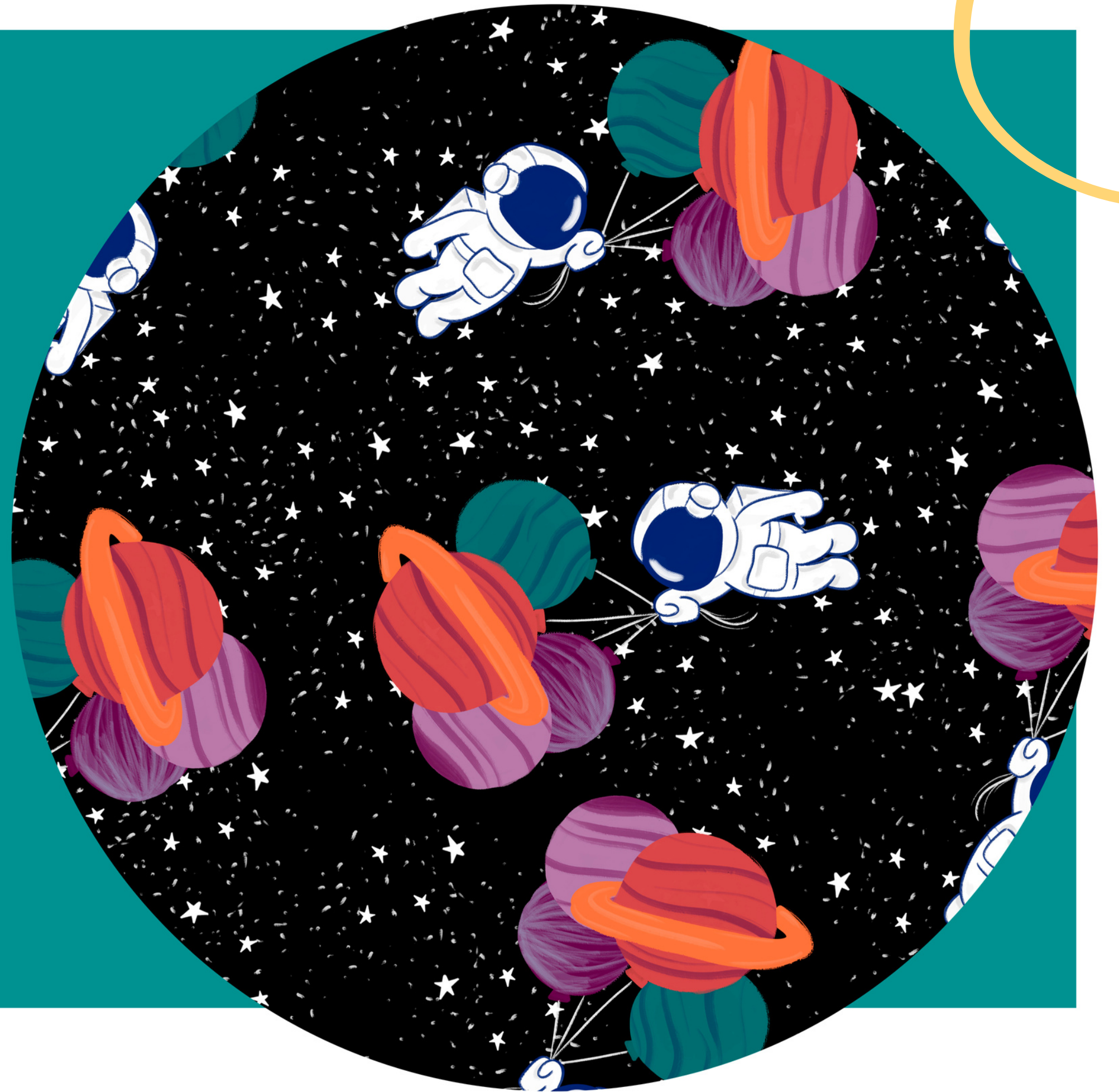


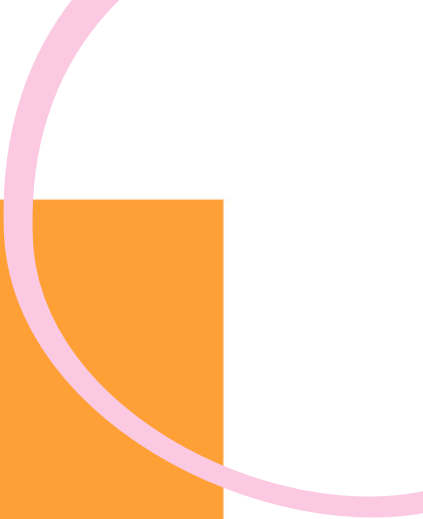
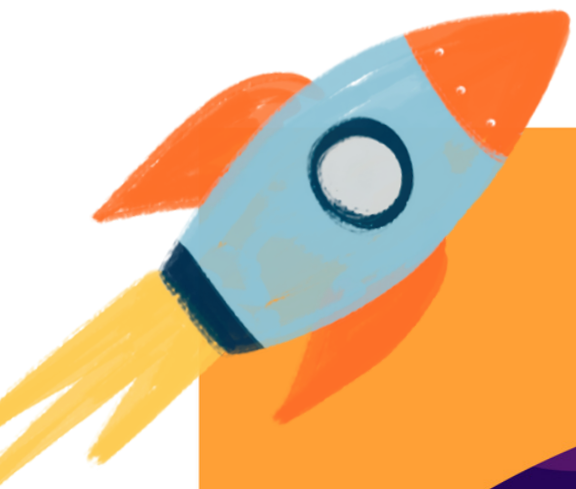
Estampa
Astronauta

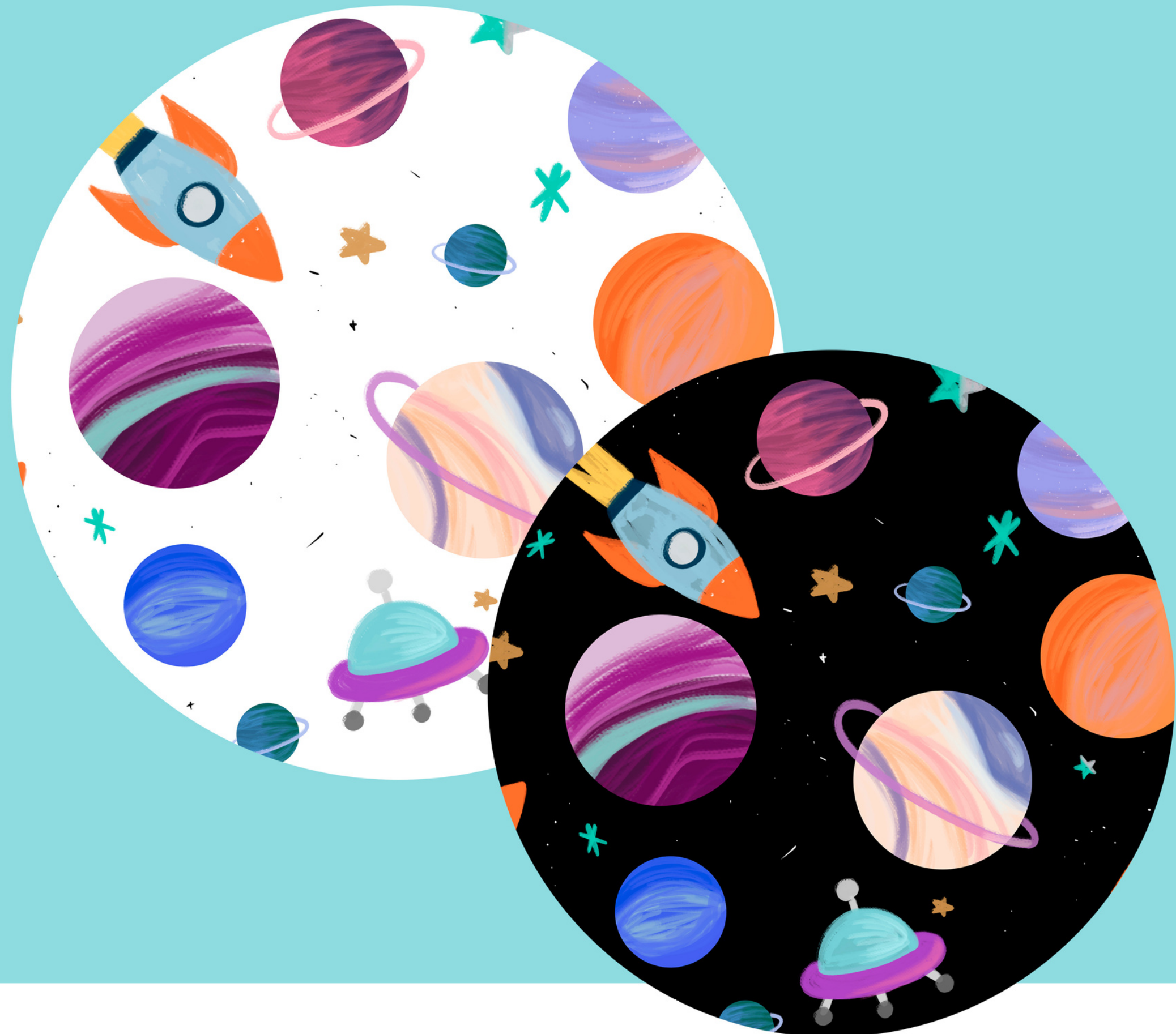


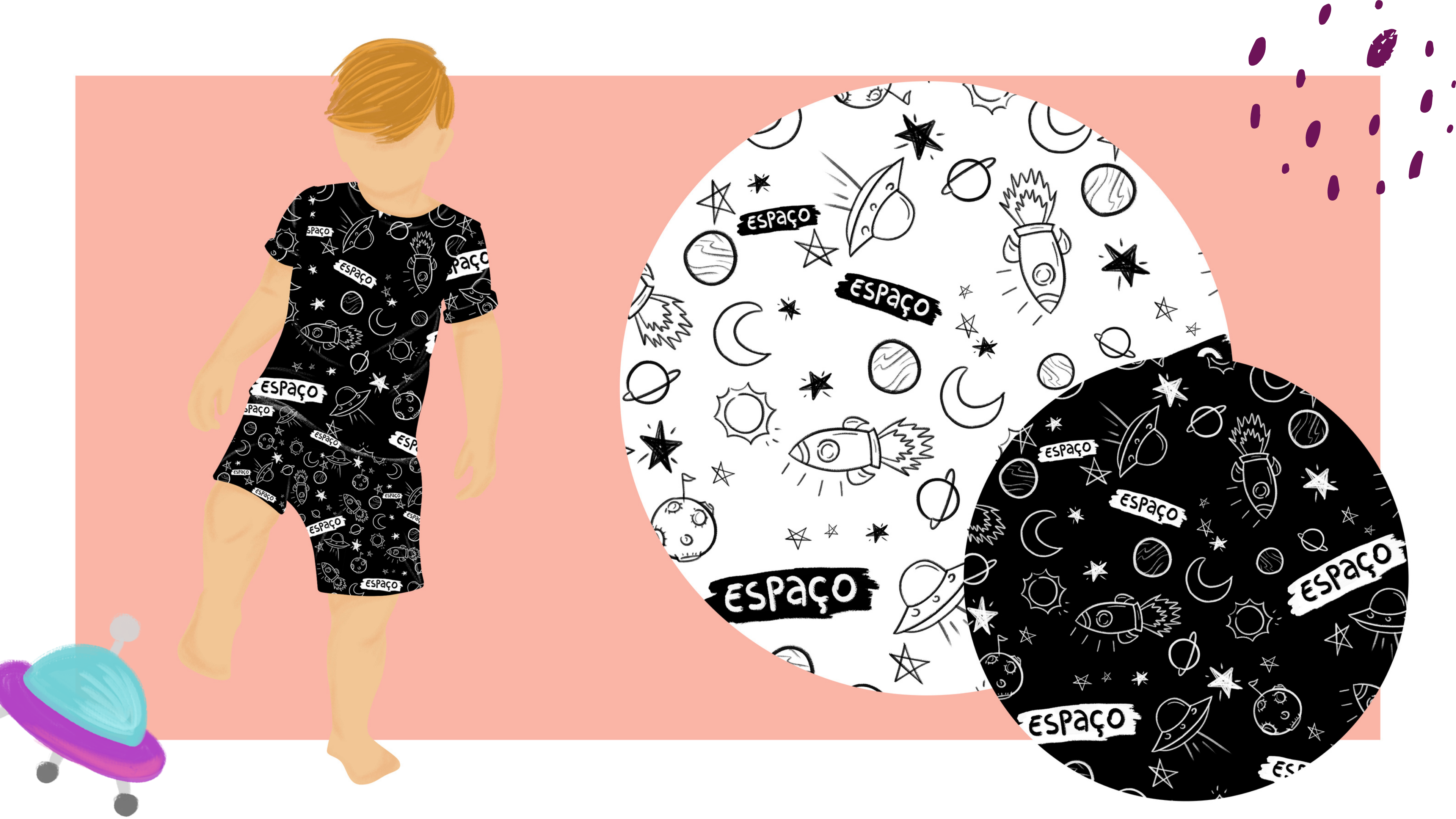
Estampa Espaço

Coleção Universo Fantástico











Impressão na
plotter



Arte no tecido

Processos



Custos Iniciais

INVESTIMENTO INICIAL

DESCRIÇÃO DO ITEM	QUANTIDADE	VALOR UN.	VALOR TOTAL
REGISTRO DA MARCA	1	R\$355	R\$355
IMPRESSORA	1	R\$449,90	R\$449,90
MÁQUINA FOTOGRAFICA	1	R\$2.800	R\$2.800
TAGS	200	R\$0,15	R\$30

TOTAL R\$3.634,90

Precificação

CUSTOS FIXOS

DESCRIÇÃO DO ITEM	QUANTIDADE	VALOR TOTAL
ILLUSTRATOR	1	R\$90
PHOTOSHOP	1	R\$90
PACOTE OFFICE	1	R\$28
ÁGUA	Mês	R\$40
ENERGIA	Mês	R\$150
INTERNET	Mês	R\$90
M.E.I.	Mês	R\$56
DEPRECIÇÃO MAQ.	Mês	R\$28
MARKETING	Mês	R\$500
PRÓ-LABORE	Mês	R\$2.000

TOTAL

R\$3.072

Precificação

CUSTOS VARIÁVEIS

DESCRIÇÃO DO ITEM	QUANTIDADE	VALOR UN.	VALOR TOTAL
TAGS	200	R\$0,15	R\$30
SACO PLÁSTICO	200	R\$0,25	R\$50
SACOLA	100	R\$0,75	R\$75,99
FRETE*	1	R\$10	R\$10

TOTAL R\$165,99

*Considerando frete para a cidade de Fortaleza

Grade de Produção

	1-2 ANOS	3-4 ANOS	5-6 ANOS	TOTAL
MACAQUINHO	8	16	8	32
VESTIDO	8	16	8	32
SHORT	16	32	16	64
T-SHIRT	16	32	16	64

TOTAL 192 peças

Técnico



Modelo: Short de Elástico

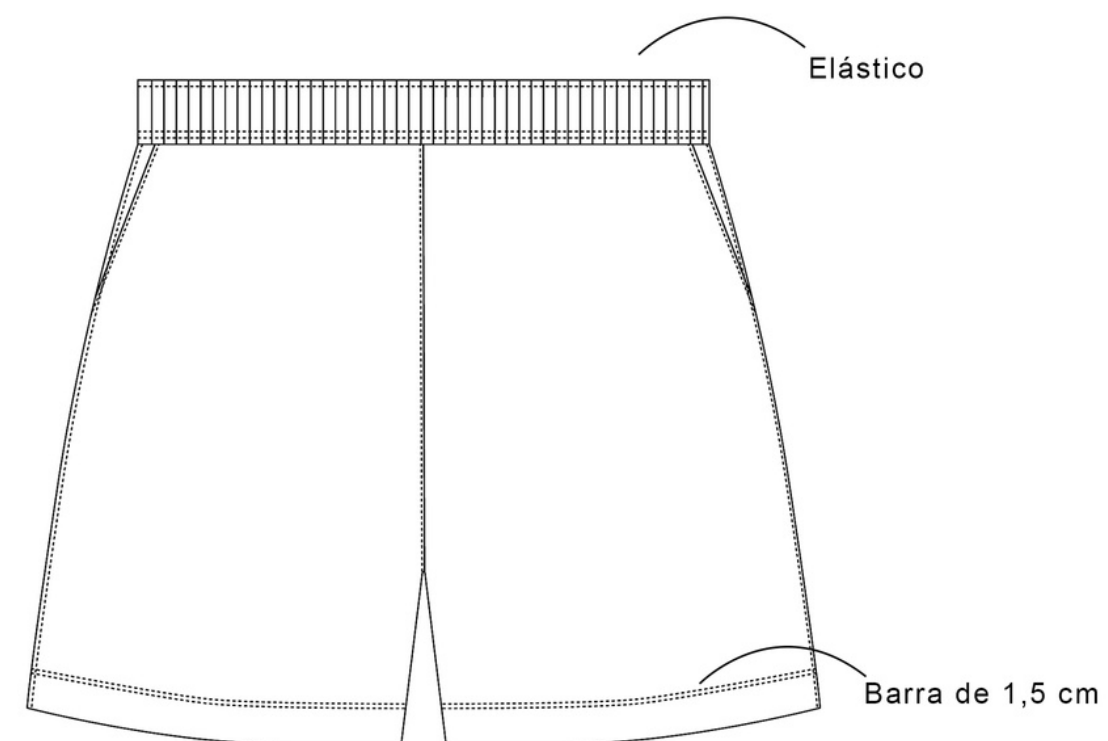
Coleção: Universo Fantástico

Empresa: Mini Sun

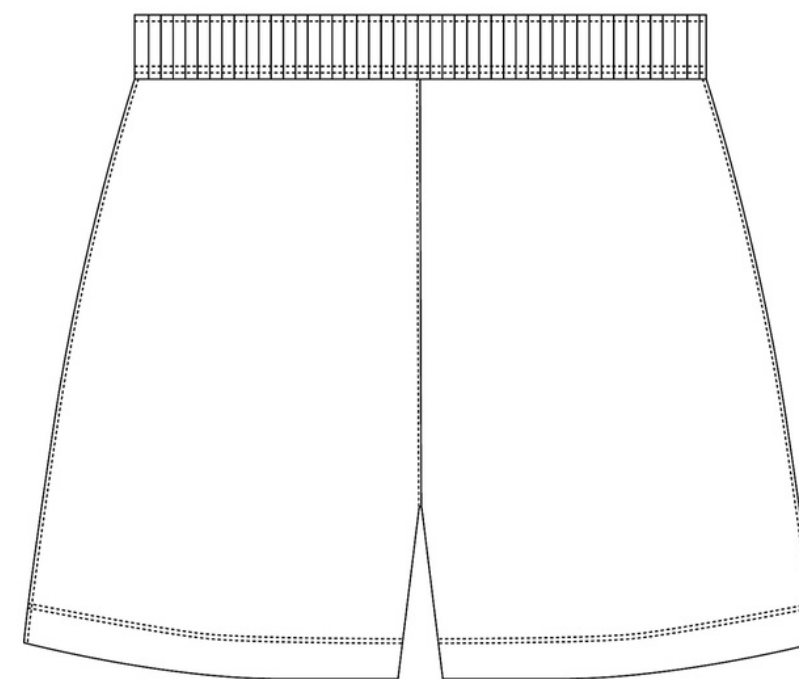
Data: 31/03/2021

Designer: Bianca Limas

Frente:



Costas:



Cálculo da precificação

Peça:
Short Espaço Sideral

MATERIAL	CONSUMO/QTD	VALOR	PREÇO(METRO/UNID)
TECIDO TWILL(POLIÉSTER)	55 cm	R\$6,55	R\$11,90
ELÁSTICO(39mm)	48 cm	R\$0,30	R\$0,62
ETIQUETA DE MARCA	1	R\$0,69	R\$0,69
ETIQUETA DE COMPOSIÇÃO	1	R\$0,01	R\$0,01
TAGS	1	R\$0,15	R\$0,15
SACOLAS	1	R\$0,75	R\$0,75
		TOTAL	R\$8,45

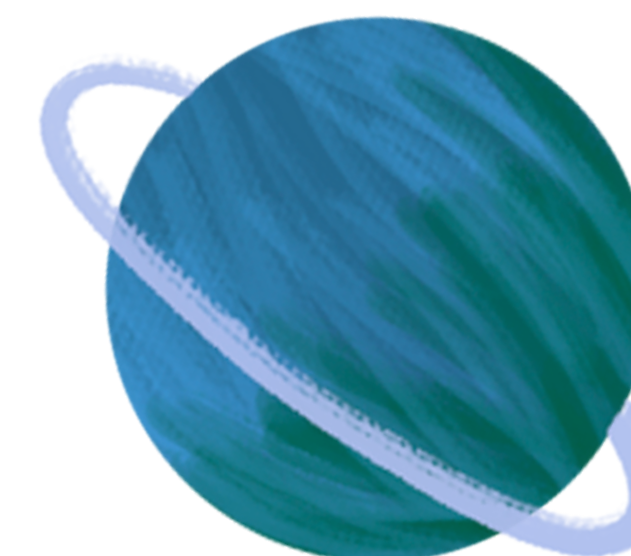
SERVIÇO	DIÁRIA	HORA	TOTAL
MODELAGEM	R\$80	R\$10	R\$10
CORTE	R\$63	R\$7,87	R\$7,87
COSTURA	R\$53	R\$6,62	R\$6,62
		TOTAL	R\$24,49

CUSTO DE PRODUÇÃO
POR PEÇA

R\$32,94

PREÇO DE VENDA(x2,1
mkup)

R\$69,90



Bibliografia

HELLER, Eva. A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão. 1. ed. [S. l.: s. n.], 2012.

<https://www.mmcontabilidade.com.br/flash/taxasdepreciacao.htm>

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigosOrganizacao/segmento-de-vestuario-infantil-e-mercado-crescente-no-pais,3c864dee85367410VgnVCM1000003b74010aRCRD>

<https://lp.conversion.com.br/relatorio-setores-ecommerce>





OBRIGADA!



 (85)981925445

 @ProjetoBi

