

DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO DE MODA PARA MARCA LENTÔ

Ariágila Matos



Ariágila Matos

Nasci e me criei em Maracanaú, Ceará. Decidi que queria ser estilista/Designer de Moda desde criança.

Fiz o ensino médio em uma escola profissionalizante, onde também fiz o curso técnico em vestuário. Logo, depois entrei na UFC para cursar o que sempre quis, Design-Moda, sendo a primeira da família entrar em uma Universidade pública.

Como estudante de moda, me saí bem em todas as disciplinas, participei dos eventos e me tornei bolsista do Pet Moda UFC em 2019.1. Projeto ao qual fiz parte até a formatura e onde aprendi que a moda é muito mais que apenas um mercado, também é uma área rica de pesquisa, que ainda tem muito o que ser estudada já que está presente em todos os âmbitos da vida humana.

Como design tive experiência na área de engenharia de produção na escola e a partir disso e da graduação construí minha criatividade mais racional que pode ser observada nesta coleção, criando peças divertidas, versáteis e diferenciadas.

LENTÔ

Lentô é uma marca online de moda teen feminina, que tem a sustentabilidade como pilar importante, com o uso de tecidos recuperados de estoque parados para fabricação das peças. Além da participação e incentivos à projetos sociais, transparência dos custos e preço justo.

Com um posicionamento slow fashion, a Lentô trabalha com peças atemporais, versáteis e confortáveis com modelagens, em alguns casos, reversíveis ou dupla face de forma criativa e colorida com mistura de tecidos, cores, texturas e doses pequenas de tendência. Enquanto, com relação a comunicação, como uma marca slow teen, possui uma identidade visual diferente das demais slow.

O desenvolvimento da coleção de moda da marca Lentô...

Surgiu com o intuito de lançar a marca no mercado através de peças criativas, versáteis e coloridas que mostram a identidade da marca.

BRIEFING

Natureza do projeto e contexto

Justificativa	<p>O desperdício de materiais ainda é um problema comum no setor da moda, que muitas vezes percebido como natural e por isso não solucionado. No entanto, nos últimos tempos os consumidores vem se preocupando cada vez mais com o futuro do planeta e esperando o mesmo das marcas. Neste sentido, uma visão sustentável dos processos a preocupação com o não desperdício aparece como um fator importante na criação e manutenção de marcas atualmente, principalmente, dentro de um sistema que ainda apresenta certa resistência a mudança, a evolução.</p>
Diferencial	<p>Utilização de tecidos recuperados de estoque de fabricantes e marcas parceiras como matéria-prima para as peças criativas e versáteis.</p>
Objetivos do produto	<ul style="list-style-type: none">* Desenvolver uma coleção para marca "Lentô" para ser lançada no mercado Nacional através do e-commerce.
Resultados desejáveis	<ul style="list-style-type: none">* Apresentar uma coleção com peças criativas e versáteis;* Lançar a Lentô no mercado Nacional a partir do lançamento da coleção.

Público alvo

Responsável pelo projeto	Designer Ariágila Matos
Concorrência/Inspiração	Concorrentes: Ahlma e Brechó Saravá; Concorrentes indiretos: Marisa e Riachuelo Inspirações: Ahlma e Reformation.
Tecnologia	Máquinas industriais reta, overlock, galoneira, caseadeira e botoneira. Máquina de corte, suporte para elástico e calcador para zíper invisível e de zíper direito. Além de eletrônicos como celular e notebook.
Hábitos de consumo do público	Não se importa em estar ou não na moda, tem seu próprio estilo. Não compra roupas com frequência então espera que as peças do seu guarda roupas supram suas necessidades com conforto, versatilidade e durabilidade. Mas não se importa só com isso, gosta de coisas criativas e coloridas. No seu dia a dia adora passar por novas experiências, sair com os amigos e estar sempre cercada de arte e cultura.

* Público alvo

Faixa etária	18 à 30 anos
Sexo	Feminino
Nível de Renda	B e C
Estratégia da empresa	<p>Produto: Atemporal (não baseado em tendências sazonais e de qualidade, ou seja, feita para durar), criativo, versátil (peças que poderão ser usadas de mais de uma forma), diferenciado (pela utilização de materiais “passados” com modelagens modernas), competitivo (preço justo).</p> <p>Caráter sustentável: Trabalho com os três pilares da sustentabilidade (ambiental, social e econômico), além da recuperação de tecidos parados em estoques de fabricantes parceiros e que talvez fossem descartados. Posicionamento Slow Fashion.</p> <p>Promoção on-line: Busca pela identificação do cliente com a marca através principalmente das redes sociais, com amostras de produtos não só em produções voltadas para o criativo, como também em cenas do cotidiano, inclusive de clientes e produções de moda conceituais. Além da transparência e a preocupação em informar e educar o cliente no site, no blog e nas redes da marca, sobre vários assuntos, como a sustentabilidade.</p>

Análise sensorial

Marca	Lentô
Produto	Vestuário
Preço	R\$ 60,00 à R\$ 300,00
Promoção	Mídia principalmente Online, nas redes sociais da marca, no Instagram e Facebook. Além do Youtube, o blog e o site e-commerce da marca que apresente imagens, fotografias e fashion films, que trabalhem a imagem e o conceito da marca. Além do trabalho com projetos sociais que serão divulgados nas redes sociais e no site tanto para agregar valor a marca como para incentivar o engajamento social do cliente. Futuramente também trabalharemos com podcasts, influenciadores e google ads.
Praça	Loja virtual e venda também através do instagram.
Aplicação das informações de moda	A marca busca produzir peças com insumos recuperados de fabricantes e marcas parceiras, normalmente parados em estoque por fazerem parte de tendências passadas. Deste modo as coleções utilizará as tendências de moda apenas em partes. As temáticas das coleções terão mais a ver com as necessidades do público e as demandas do mercado, que com tendências sazonais.

SUSTENTABILIDADE

PILAR AMBIENTAL

Haverá o aproveitamento de tecidos parados em estoque de fabricantes ou de marcas, por estarem fora da tendência vigente e uso de retalhos de sobras de tecidos de marcas para detalhes em peças. Neste sentido, os recortes das peças da Lentô serão de grande importância por possibilitarem o aproveitamento de pedaços de tecido nas peças.

A marca irá se preocupar com o pilar ambiental, não só nos materiais da coleção, mas também em todas as embalagens (caixa de papelão e sacola) e papelerias usadas na marca que serão de papel reciclado e fitas adesivas biodegradáveis ou de papel. Além da Separação de todo o lixo não orgânico da empresa para reciclagem.



SUSTENTABILIDADE

PILAR SOCIAL

Parte importante da essência da marca é o cuidado com as pessoas, sendo elas clientes, colaboradores, etc. Através, por exemplo, do incentivo a formação dos colaboradores fora da empresa e dentro com cursos e oficinas.

Neste sentido, também nos preocupamos em contribuir com projetos sociais, como o Projeto Colcha de retalhos e Projeto costurando sonhos, a partir de doação de retalhos e do incentivo a outras marcas a fazerem o mesmo.

Além da criação do nosso próprio projeto social de desenvolvimento de produtos feitos com fuxico de retalhos de tecidos da empresa para venda, com lucro totalmente revertido para o projeto e uma aba do site será dedicada a informação e venda dos produtos.



SUSTENTABILIDADE

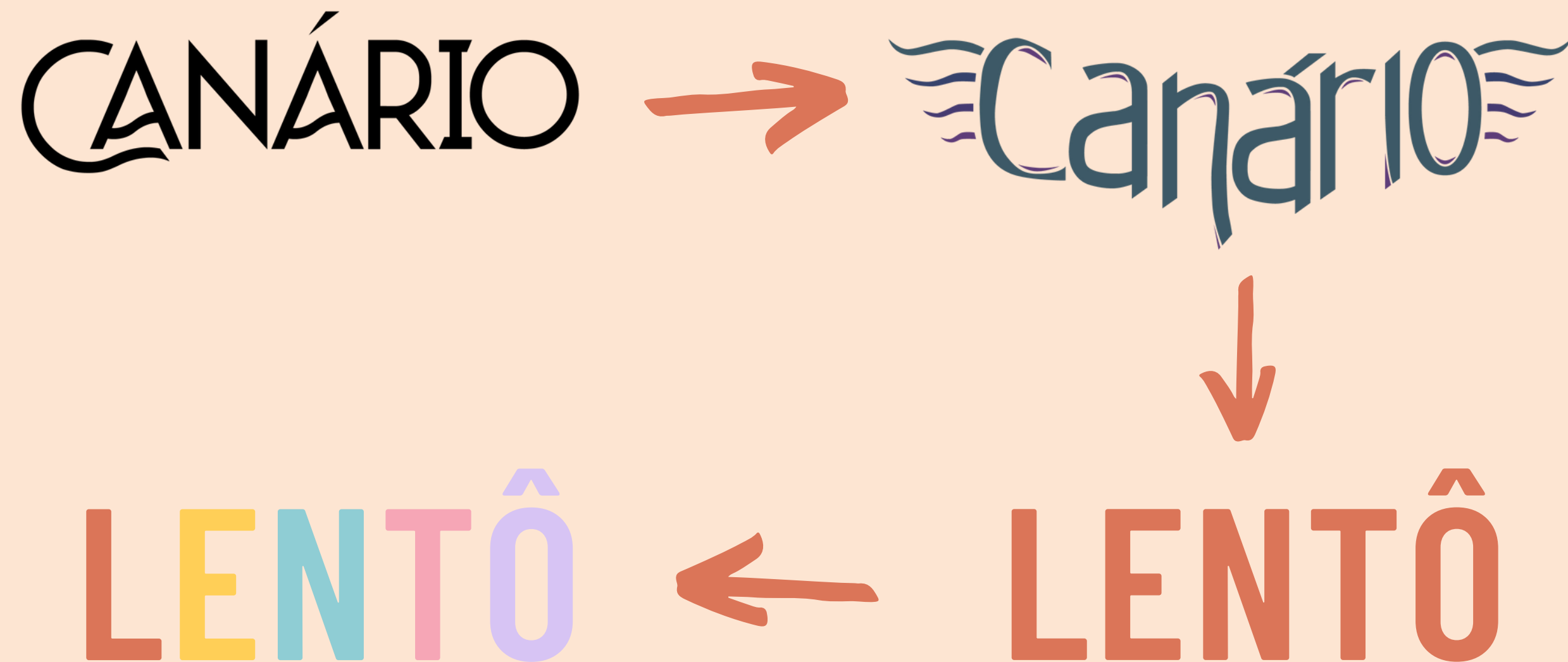
PILAR ECONÔMICO

Para nos aproximarmos do cliente trabalhamos com transparência dos custos dos produtos com explicação para o consumidor sobre valores agregados as peças com o intuito de fazer com que o cliente compreenda os custos do produto e adquira mais conhecimento. Além da garantia de pagamento e preço justo.

Enquanto, para garantir maior entusiasmo do colaborador e economia com relação ao treinamento de funcionários novos temos preferencia pela promoção de colaboradores da empresa para cargos maiores em detrimento de novas contratações.



criação do logotipo



Inicialmente, o nome da marca era Canário, mas acabou sendo modificada para Lentô, já que esse novo nome fazia mais sentido com a forma de produção da marca.

TIPOGRAFÍAS

LOGOTIPO

Barlow Condensed
SemiBold



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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ' " ! @ # \$ % ^ & * () _ + = £ ¢
~ - § / ; : . , ` ' [] / { } ? ° ª ¢ < > * *

SEGUNDA TIPOGRAFIA

Barlow Condensed



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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ' " ! @ # \$ % ^ & * () _ + = £ ¢ ~
- § / ; : . , ` ' [] / { } ? ° ª ¢ < > *

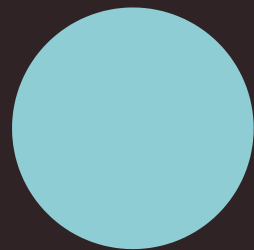
PALETA DE CORES



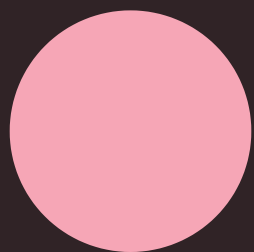
#DB7558



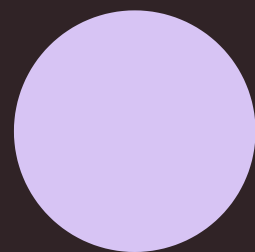
#FFCF57



#8FCDD4



#F6A6B6



#D7C4F4

VARIAÇÕES



APLICAÇÃO DA LOGOTIPO

Sacolas de papel reciclado



Cartão de papel reciclado



Utilizamos tecidos recuperados de estoque de fabricantes e marcas parceiras como matéria-prima para as nossas peças atemporais e versáteis

Etiqueta de papel semente

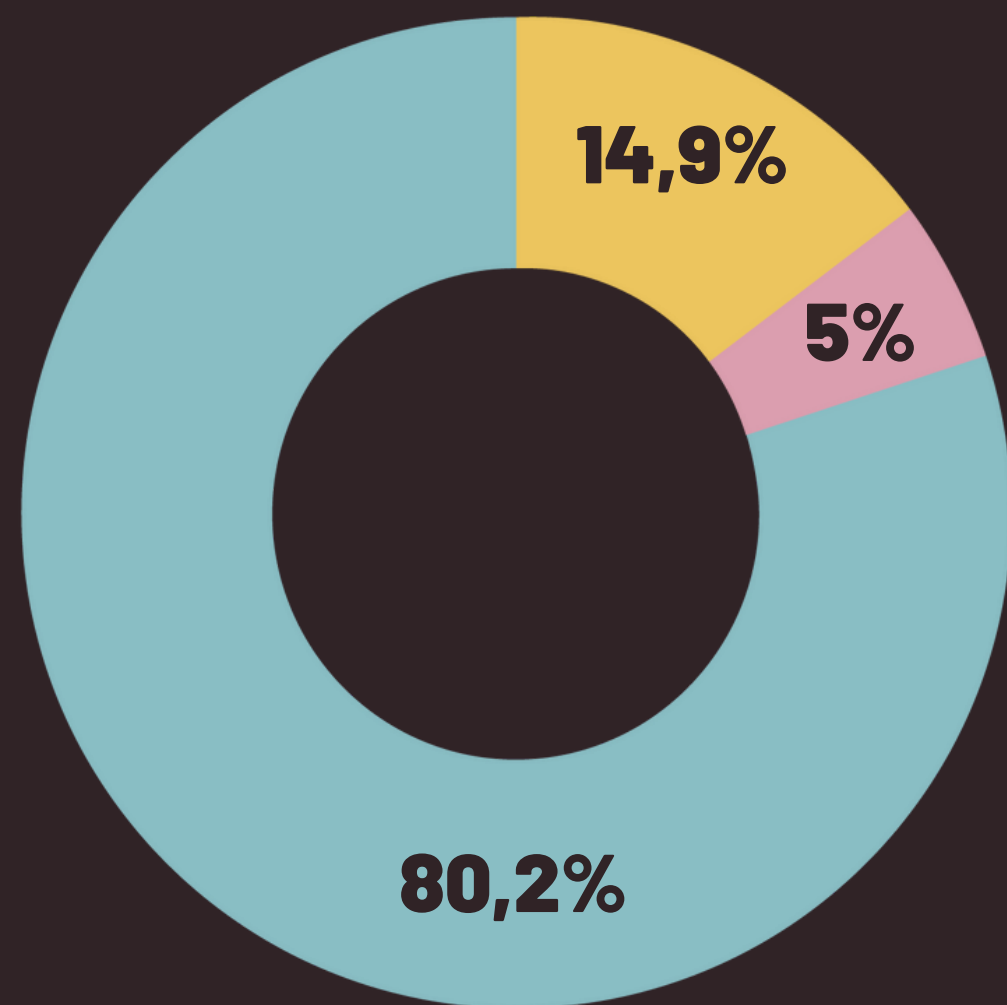


- Etiqueta feita com papel semente.
- Para plantar basta picar o papel, molhar e plantar em terra fértil.

PESQUISA

A seguir serão apresentadas algumas das principais perguntas e respostas da pesquisa realizada entre 19 e 23 de junho de 2021 e através do Google formulário, com a participação de 123 mulheres com faixa etária entre 14 e 57 anos que responderam a 15 perguntas.

Você:

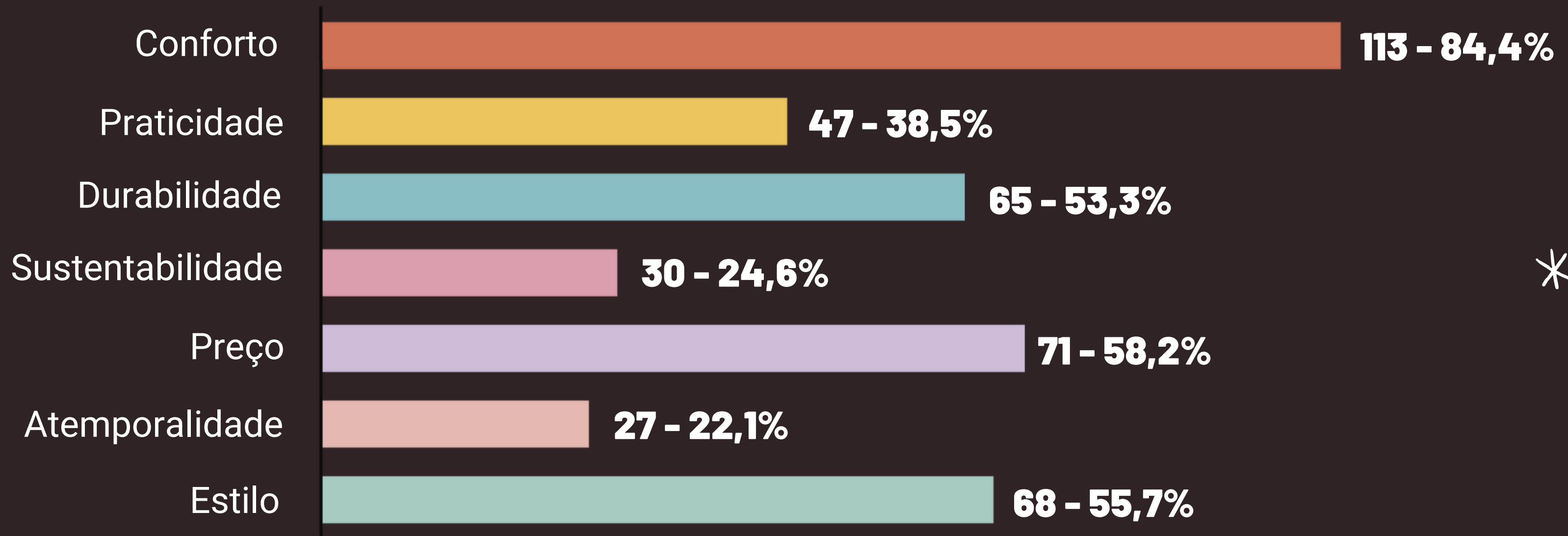


121 respostas

- Gosta de seguir as tendências
- Detesta se vestir como os outros
- Tem seu próprio estilo e não se importa se "está na moda" ou não

É importante entender quais as expectativas do público com relação as roupas da marca. Estas respostas mostraram que a maioria dele não se importa em seguir ou não tendências, mas com roupas que os agradem.

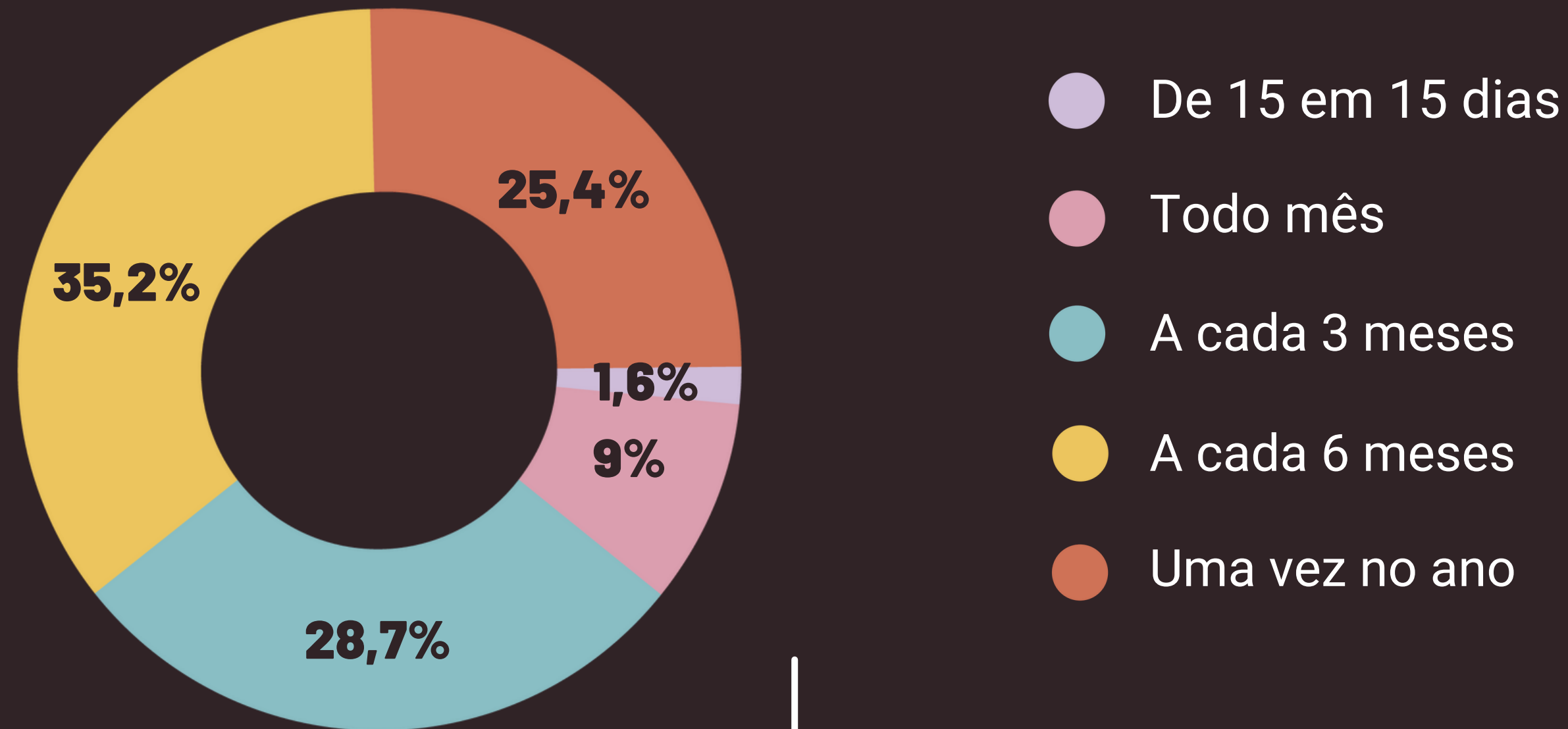
O que você mais valoriza em uma roupa?



122 respostas

Estas respostas serviram para entender ainda melhor sobre o que o público espera de suas roupas: Conforto, Preço, Estilo e Durabilidade.

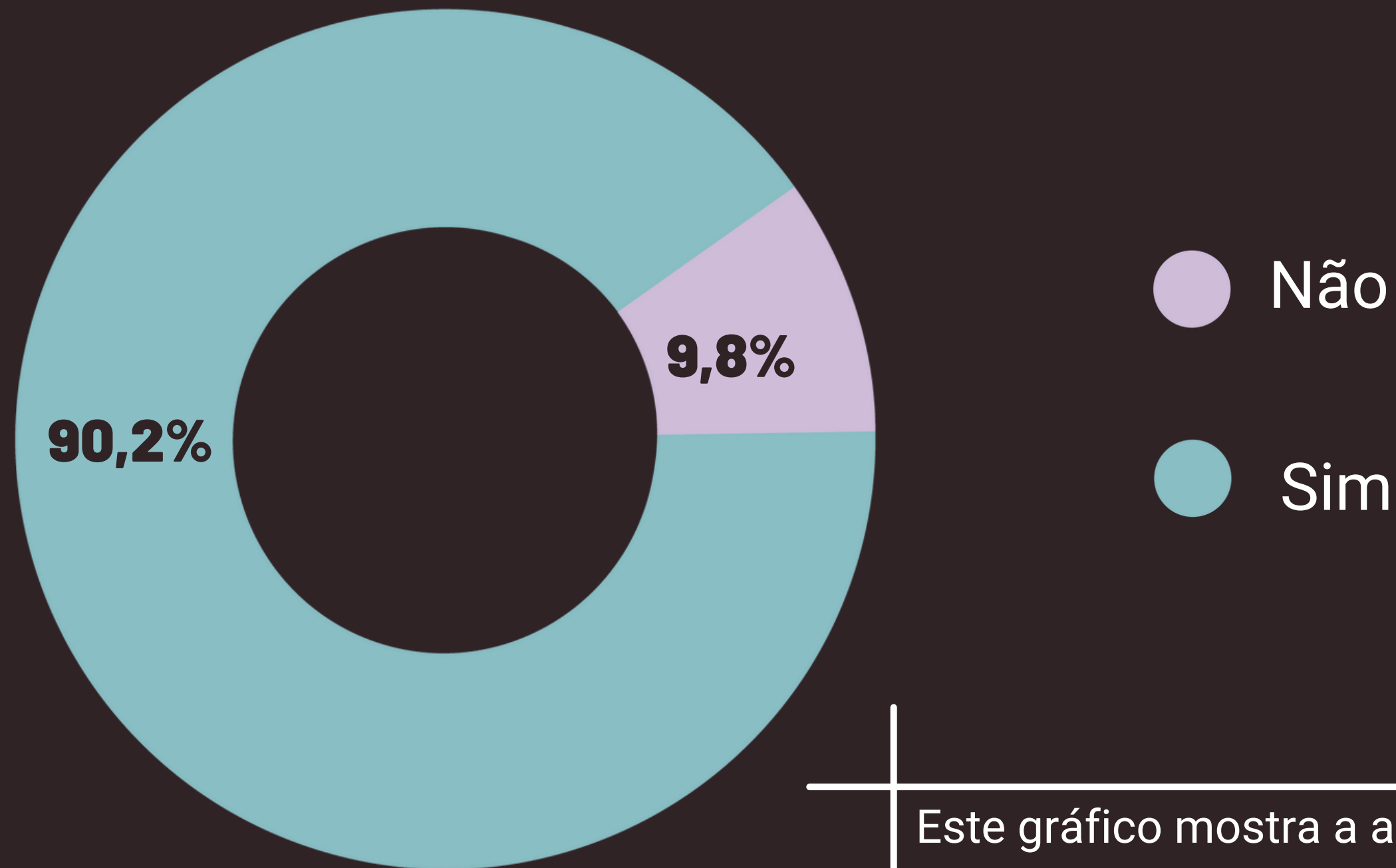
Com que frequência você compra roupas?



122 respostas

Esta pergunta mostrou que o público não costuma comprar roupas com frequência. Por isso é interessante que as roupas compradas por eles tenham durabilidade e sejam versáteis

* Você compraria em uma marca que tem como matéria-prima para sua roupas tecidos de tendências passadas que estavam parados nos estoques de marcas e fabricantes? *

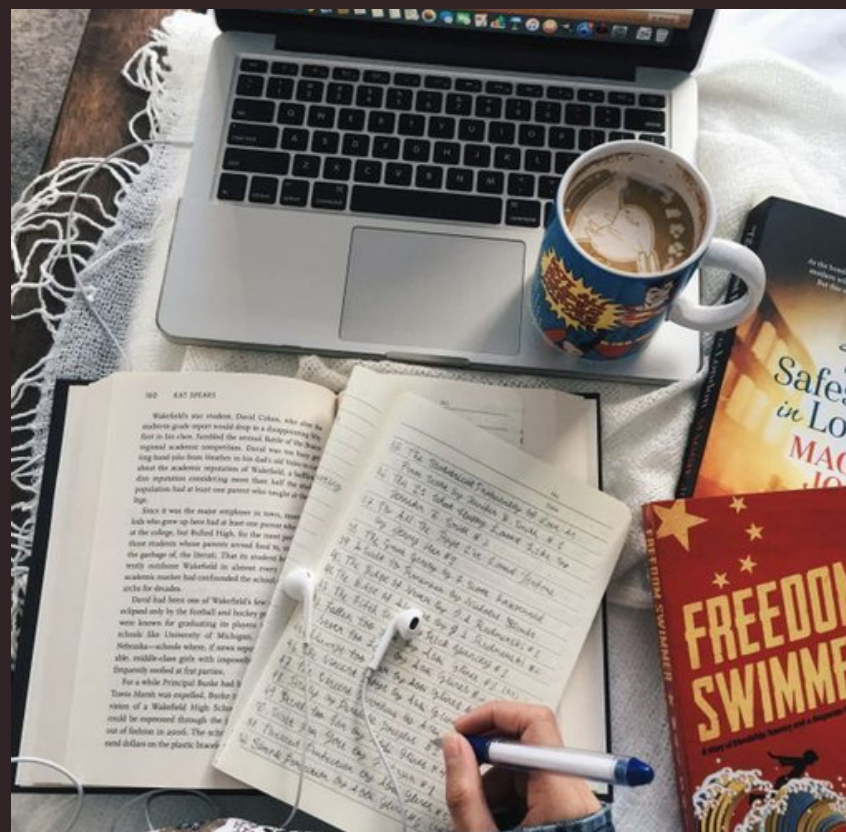


* 123 respostas *

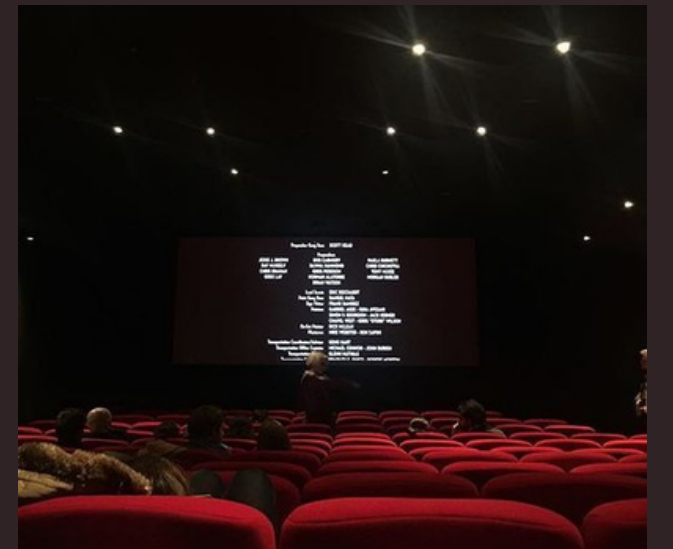
Este gráfico mostra a aceitação do público participante da pesquisa com relação ao principal diferencial da marca.

PÚBLICO ALVO

Mulheres com idade entre 20 e 35 anos. Independentes financeiramente, que gostam de ter novas experiências e adora sair com os amigos, mas também não tem problema em sair sozinha para o cinema, teatro... ou simplesmente ficar em casa assistindo Netflix. Trabalha bastante e por isso valoriza os momentos de descalço e descontração. Tem seu próprio estilo e não se importa se está na moda ou não, contanto esteja se sentindo bem com a roupa.



PAINÉL DE COMPORTAMENTO



PERSONA

Idealizada a partir da pesquisa de público



Rafa, 23 anos

Publicitária recém formada,
nascida e criada em Fortaleza
e moradora do Benfica

É uma pessoa bastante criativa e adora ter novas experiências, mas não gosta de fazer algo só porque os outros fazem, já que tem sua própria opinião e estilo. Está sempre em movimento, saindo, indo ao cinema, museu, teatro, um lugar ao ar livre junto dos amigos.

Adora roupas, mas não compra com frequência então espera que as peças do seu guarda roupas supram suas necessidades com conforto, versatilidade e durabilidade. Mas não se importa só com isso, gosta de coisas criativas e coloridas. Por isso, se preocupa com o lugar de onde vem suas roupas. Tenta ser o mais sustentável possível, pois se importa com o futuro do planeta e valoriza marcas e produtos que também tenham esta visão;

PAINEL DE MERCADO

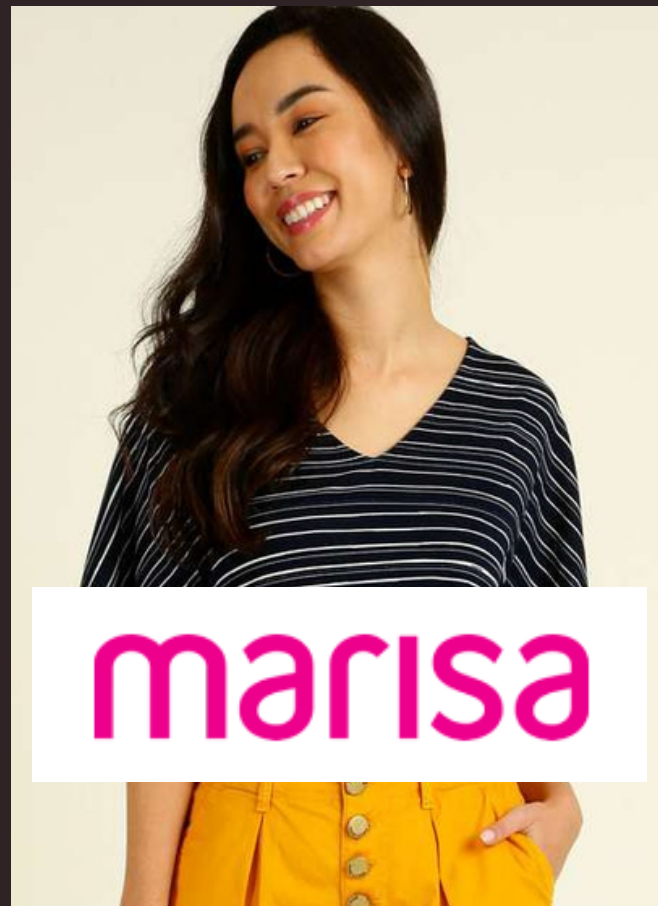
CONCORRENTES



- * * Muito preocupada com a sustentabilidade;
- * * Trabalha com tecidos recuperados de marcas e fabricantes parceiros;
- * * Produz peças atemporais;
- * * Se preocupa com a durabilidade das peças;
- * * É transparente com o público com informações relacionadas a sua forma de produção e seu posicionamento.

- * * É um brechó;
- * * Aposta em sustentabilidade não só ambiental, mas social também;
- * * Venda online (via instagram).

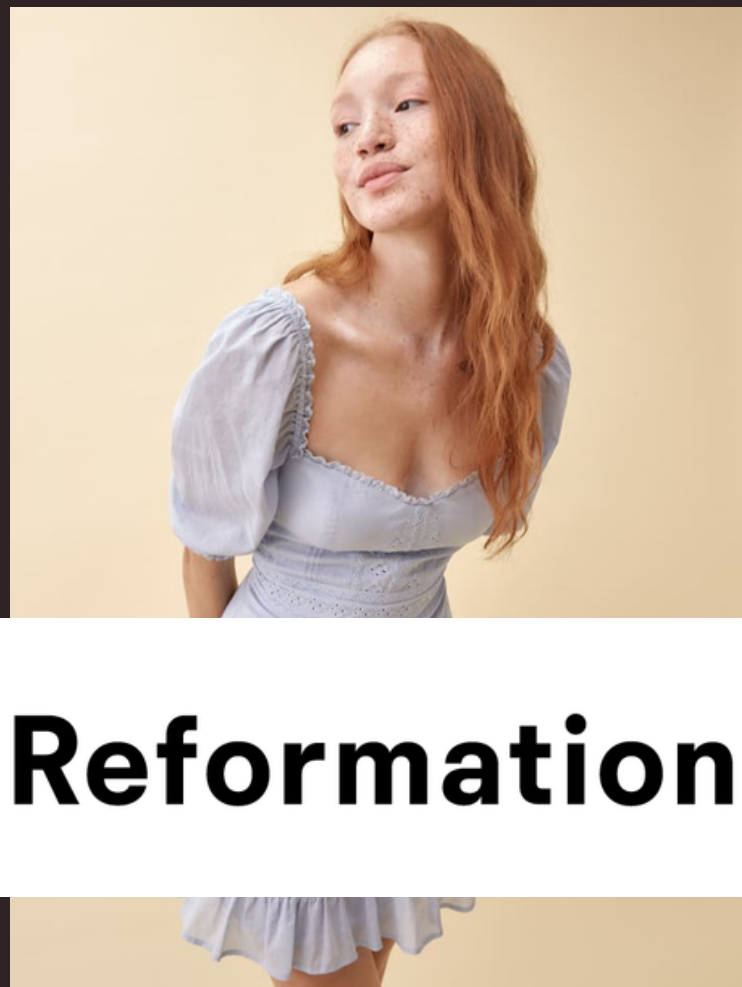
CONCORRENTES INDIRETOS



- * Lojas físicas em todos os lugares, além da loja online;
- * Grande variedade de produtos;
- * Estabelecida no mercado como uma grande marca;
- * Preços acessíveis.

- * Lojas físicas em todos os lugares, além da loja online;
- * Grande variedade de produtos;
- * Estabelecida no mercado como uma grande marca;
- * Preços acessíveis.

INSPIRAÇÕES



Reformation

- * Marca dos Estados Unidos;
- * Fabrica roupas com tecidos reutilizados e de origem eco-friendly;
- * É transparente com o público com informações relacionadas a sua forma de produção e seu posicionamento;
- * Grande variedade de peças;
- * Venda online.



AHLMA

- * Muito preocupada com a sustentabilidade;
- * Trabalha com tecidos recuperados de marcas e fabricantes parceiros;
- * Produz peças atemporais;
- * Se preocupa com a durabilidade das peças;
- * É transparente com o público com informações relacionadas a sua forma de produção e seu posicionamento.

PAINEL TECNOLÓGICO

MAQUIÁRIO (TERCEIRIZADO)



Máquina reta



Máquinas overlock



Máquinas galoneira



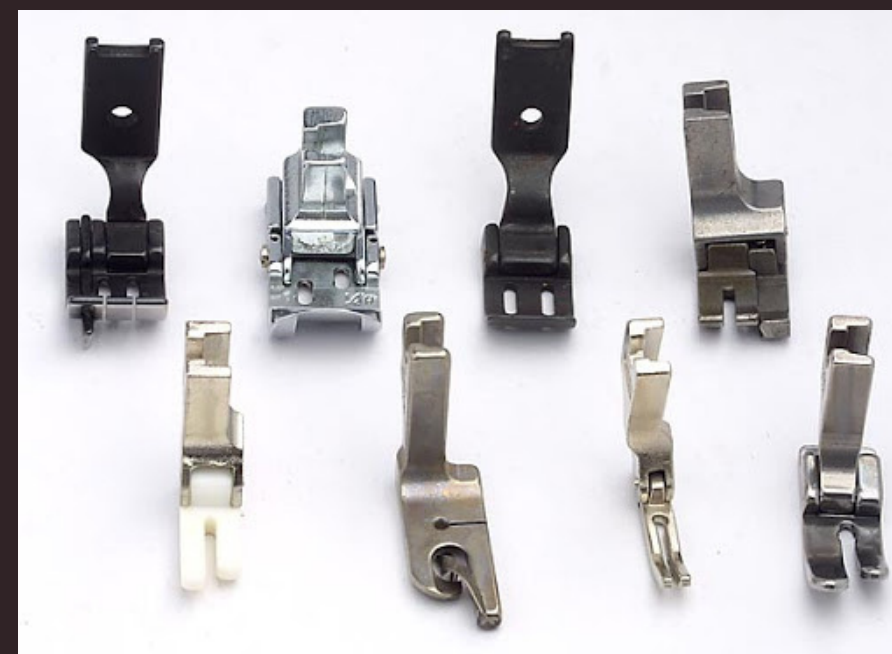
Máquinas caseadeira



Máquina botoneira



Máquina de botão de pressão



Vários modelos de calcadores



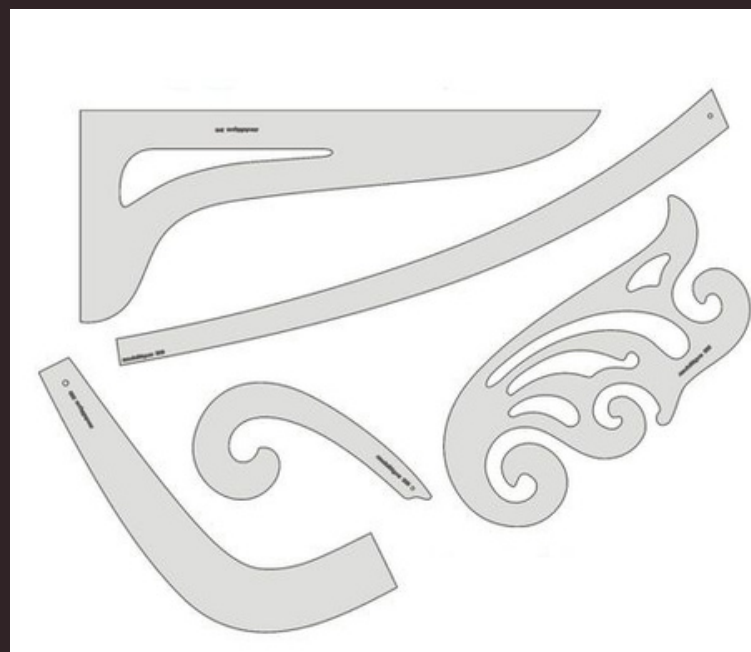
Máquina de corte

PAINEL TECNOLÓGICO

MODELAGEM (TERCEIRIZADO)



Alicate de pique



Reguas de modelagem



Tesouro



Furador



Lapiseira 0.9



Borracha



Papel kraft



Carinbo

PAINEL TECNOLÓGICO



Celular



Notebook



Illustrator



Sketchbook



Lápis de cor



Lápis



Borracha

AQUISIÇÃO DOS TECIDOS

Para o desenvolvimento dessa coleção foi feita uma simulação do processo de aquisição de tecidos que aconteceria antes da criação da coleção.

Para simular a compra desses materiais pertencentes a tendências passadas foi feita uma pesquisa acerca do que foi tendência na moda nos anos de 2018 e 2019. Dessa forma, foi possível ter uma ideia de que tipos de tecidos e cores estariam parados nos estoques e poderiam ser adquiridos na Lentô.

* 2018

Tendências de moda para a primavera/verão 2018

- * Pink Yarrow (Pantone 17-2034);
- * Boho Chic (influências ciganas, quimonos, saias longas e estampas características);
- * Transparência;
- * Azul Niagara (Pantone 17-4123);
- * Listras;
- * Tons terrosos;
- * Maxi Floral (estampas com flores maiores);
- * All white (Branco).

Fonte: <https://www.guiadasemana.com.br/moda-e-beleza/galeria/tendencias-de-moda-para-a-primavera-verao-2018-obaoba>

* 2019

Tendências de Moda e Beleza da WGSN para 2019

* MACROTENDÊNCIA 1 – COMUNIDADES LOCAIS

As cores são inspiradas por referências pictóricas, retrô e na natureza, ou seja: tons terrosos, nudes, variações de azul, verde e laranja.

* MACROTENDÊNCIA 2 – EM CONTATO

Tons calmos contrastam com tons vibrantes, que iluminam a cartela. Em destaque estão os tons metalizados e furta cores.

* MACROTENDÊNCIA 3 – MANIFESTO CRIATIVO

Os verdadeiros tons primários fazem uma afirmação, enquanto os tons neutros urbanos criam um cenário arenoso.

Fonte: <https://nutricaoebeleza.com.br/tendencias-de-moda-e-beleza-da-wgsn-para-2019/>

* 2019

7 tendências de cor para 2019 na moda

* AMARELO

A cor forma um ponto de luz no seu look, trazendo alegria, frescor e um estilo diferente para seu guarda-roupa. As apostas são o amarelo queimado e o mostarda.

* LAVANDA

Esse lilás clarinho vai reinar em 2019. O lavanda é feminino e suave, porém chama atenção por sair do comum.

* ROSA

em 2019, em vez do predomínio dos tons pastel e neutros, o rosa está elétrico, ousado, descolado e em tons mais vivos. Os destaques são o rosa goiaba, rosa iogurte, rosa chiclete e o rosa barbie.

* 2019

* AZUL PASTEL

Em 2019, o azul em tons mais claros continua queridinho. A cor é versátil, podendo ser usada tanto em composições mais clássicas e elegantes como nas mais descoladas. Invista no azul naval e no azul nuvem.

* LIVING CORAL

Todo ano tem sua cor oficial e a de 2019 é a Living Coral, um laranja coral com fundo rosado. A Pantone definiu a cor como animada, cheia de vida, sociável e espirituosa.

* NEON

Depois de muitas temporadas neutras, o neon chegou para tornar tudo mais vibrante.

* VERMELHO

A intensidade da cor se espalhará dos acessórios aos looks completos monocromáticos. A cor tem ainda a vantagem de ser feminina, elegante e atemporal.

Fonte: <https://www.ingridmatela.com.br/7-tendencias-de-cor-2019-moda/>

Key Colour Evolution



Neo Mint

This new directional colour heralds the start of a new decade, embodying an optimistic mood when advances in tech and science will take hold



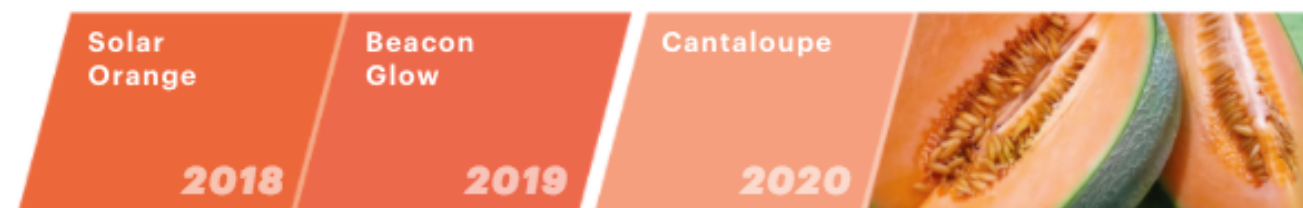
Purist Blue

Blue's transition from a core colour to a fashion colour evolves in a softer way for 2020, moving away from the strong cobalts of recent seasons



Cassis

Cassis departs from the sweet tones that have had such a huge impact across markets recently, offering a deeper fusion of pink and purple



Cantaloupe

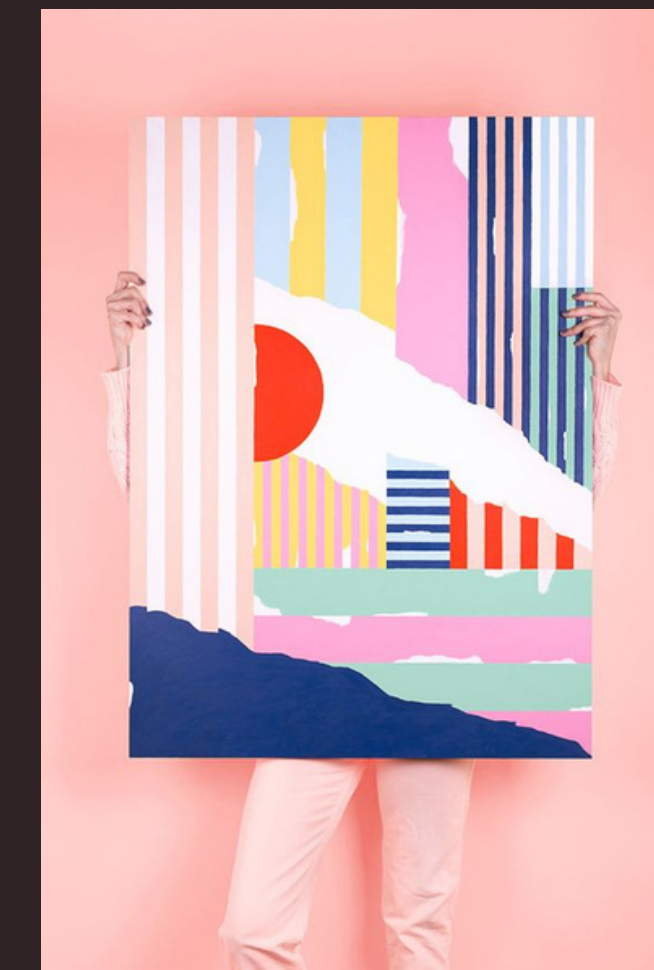
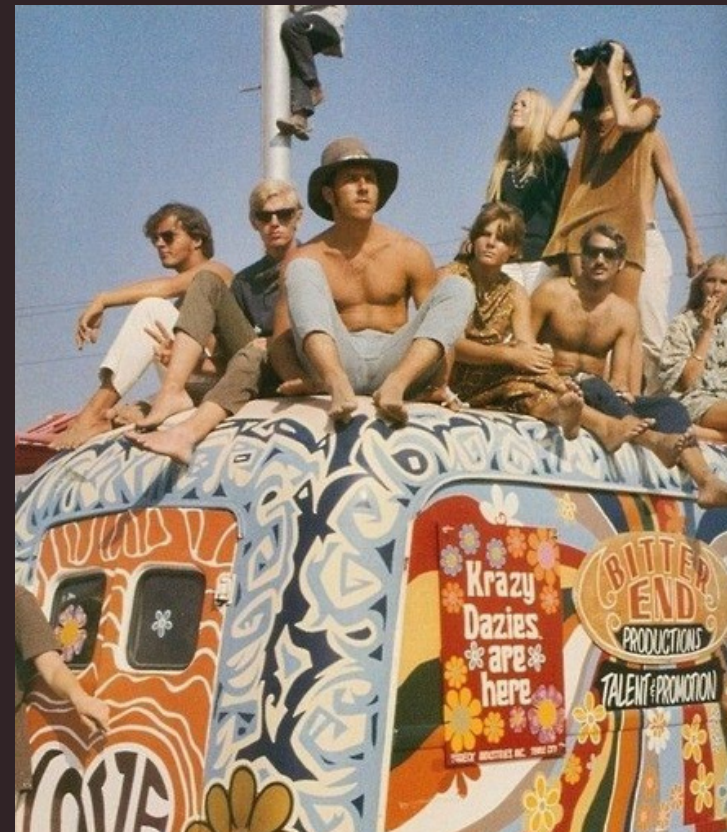
Youthful oranges from the previous two years settle into a milkier, more subdued tone, which offers broader appeal across ages and categories



Mellow Yellow

Yellow will hit the mass market as it shifts to the deeper tone of Mellow Yellow, feeding into the ongoing popularity of earthy, baked hues.

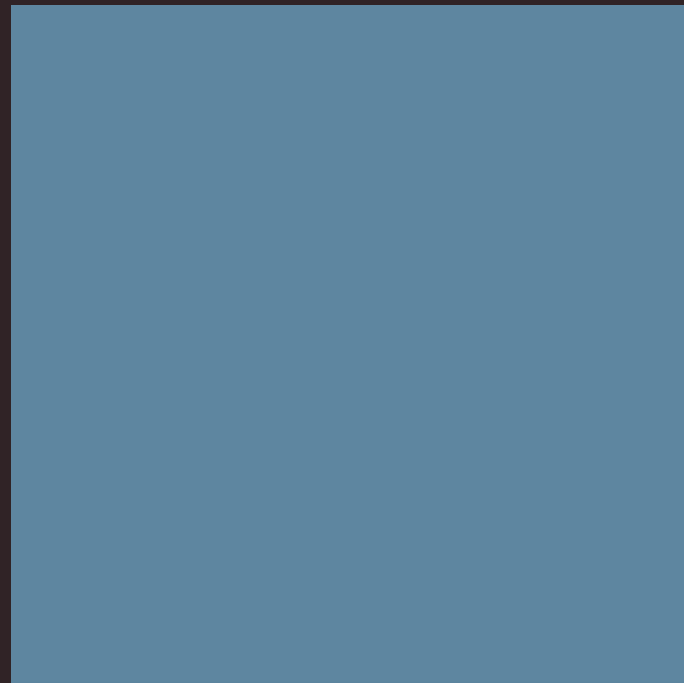
PAINEL DE IDEIAS PARA COLEÇÃO



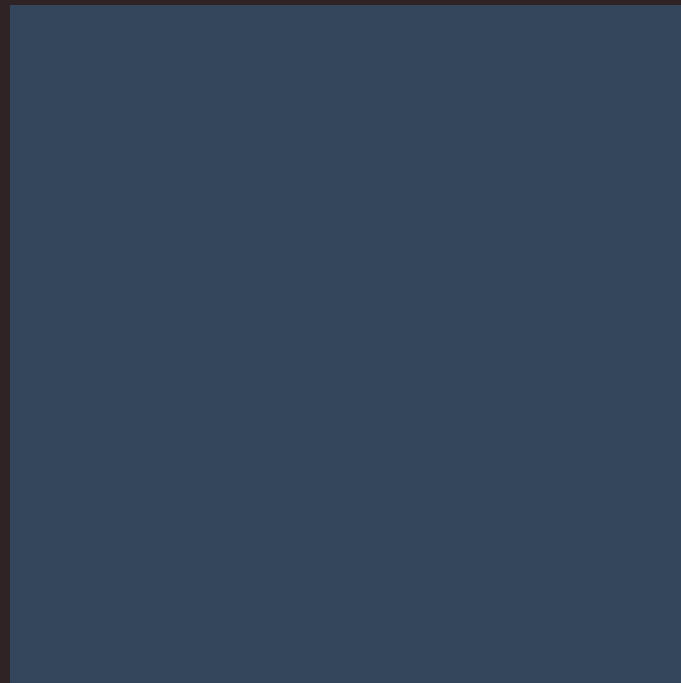
A escolha definitiva do tema da coleção só pode ser feita depois da compra dos tecidos, mas antes disso é possível fazer uma reunião de imagens para de inspiração para possíveis temas de coleção o que pode ajudar na escolha dos tecidos.

TECIDOS ADQUIRIDOS

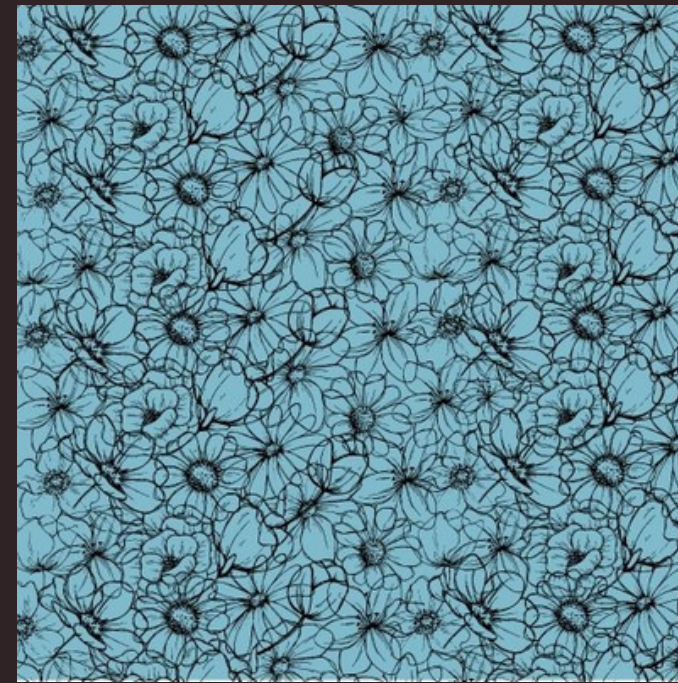
Brim coringa
100% Algodão



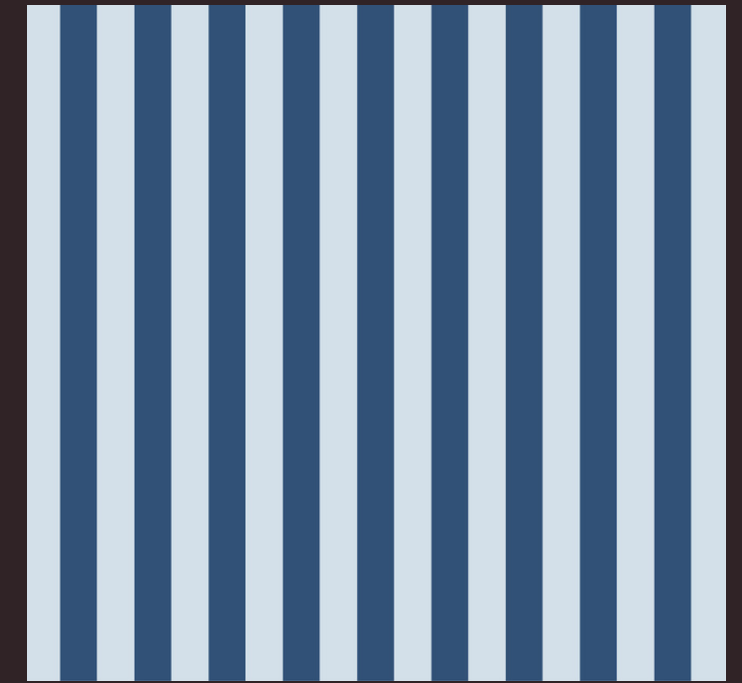
Crepe estruturado
95% Poliéster 5% Elastano



Silky Crepe
98% Poliéster 2% Elastano



Tricoline
89% Algodão 11% Elastano



Silky Crepe
98% Poliéster 2% Elastano



Silky Crepe
98% Poliéster 2% Elastano



Silky Crepe
98% Poliéster 2% Elastano



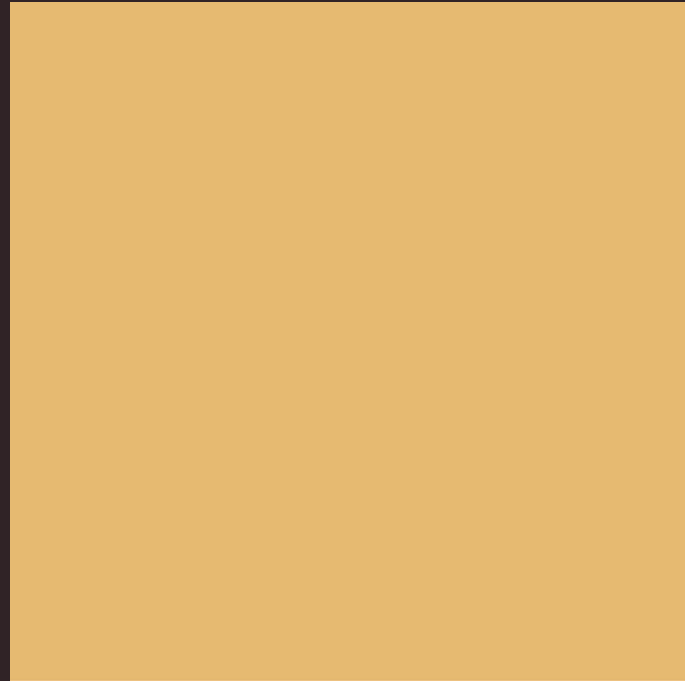
Silky Crepe
98% Poliéster 2% Elastano





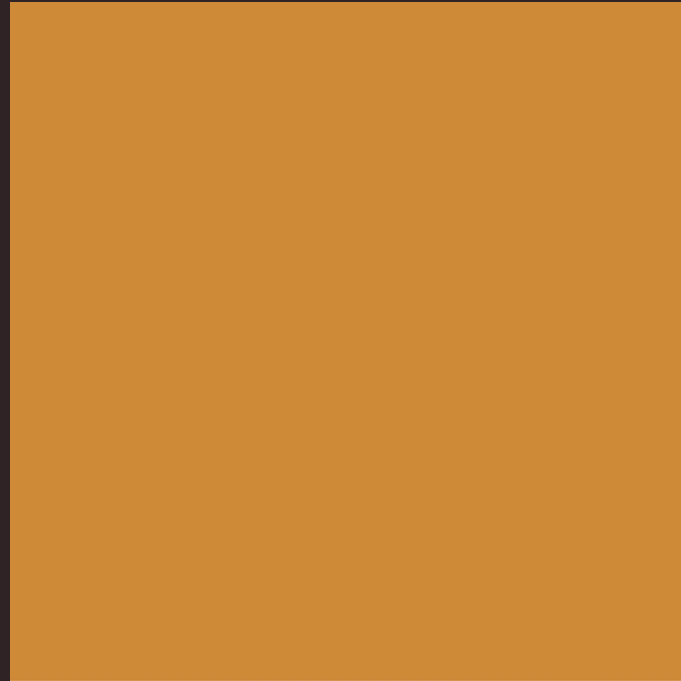
Silky Crepe

98% Poliéster 2% Elastano



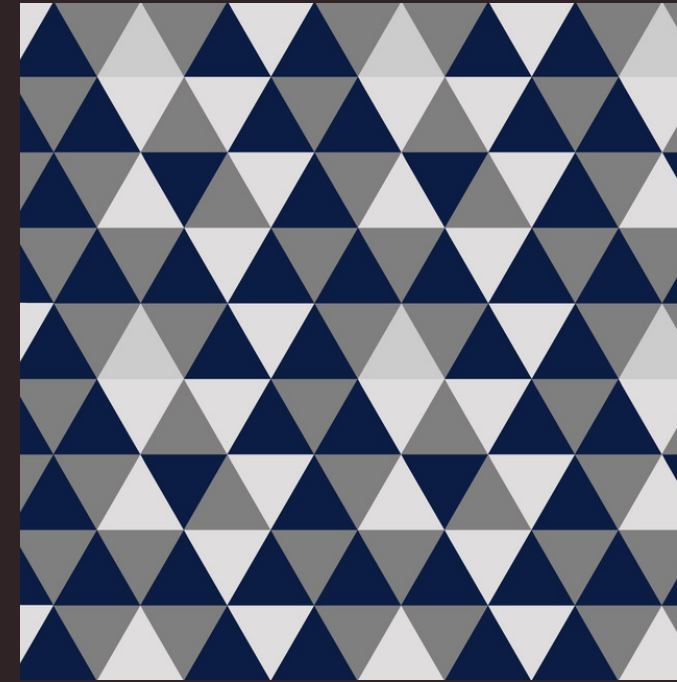
Brim coringa

100% Algodão



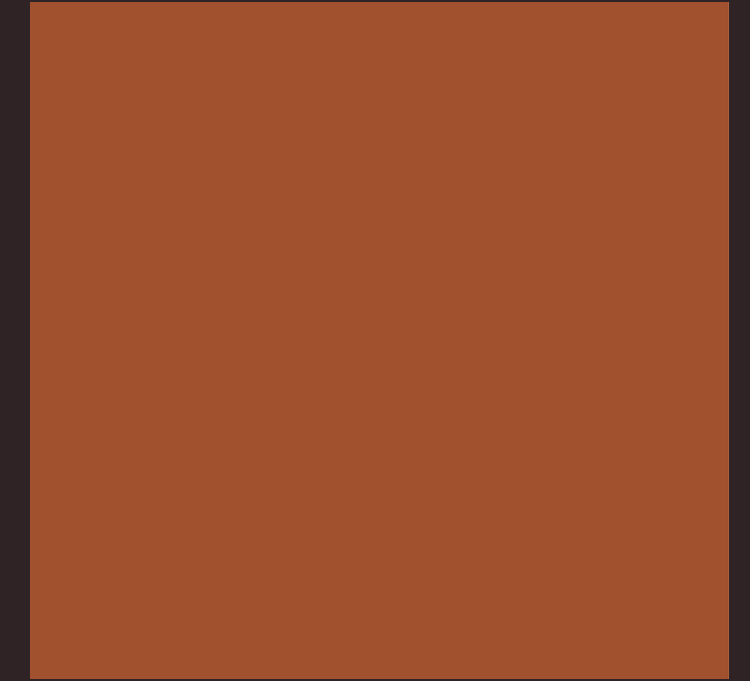
Tricoline

89% Algodão 11% Elastano



Tricoline

89% Algodão 11% Elastano



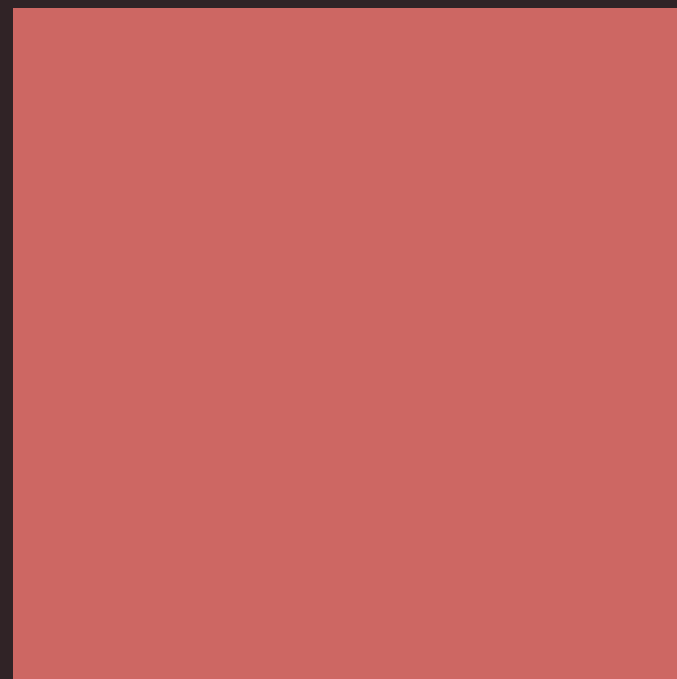
Crepe fluido

98% Poliéster 2% Elastano



Tricoline

89% Algodão 11% Elastano



Silky Crepe

98% Poliéster 2% Elastano



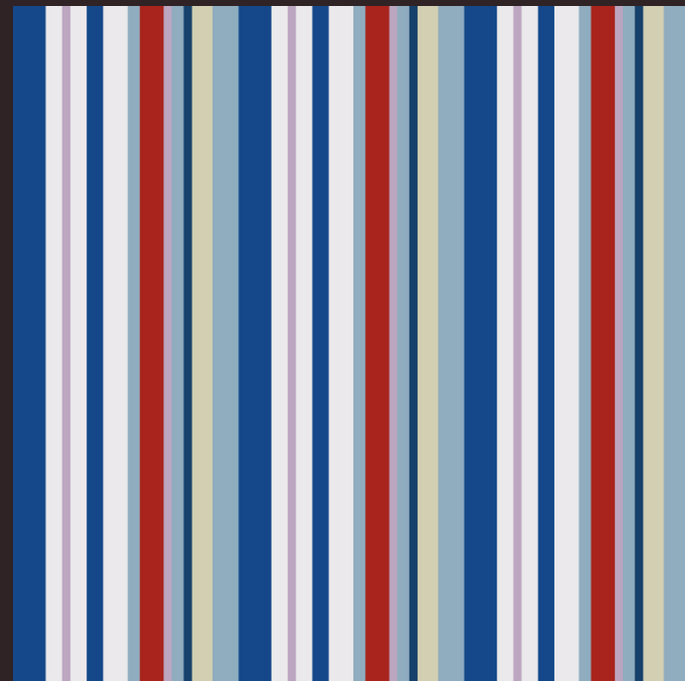
Tricoline

89% Algodão 11% Elastano



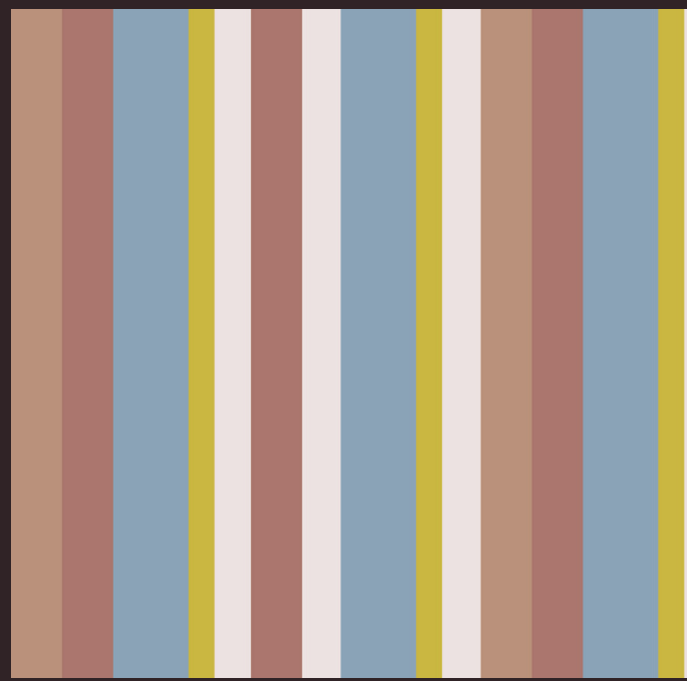
Tricoline

89% Algodão 11% Elastano



Tricoline

89% Algodão 11% Elastano



Tricoline

89% Algodão 11% Elastano



COLEÇÃO

QUENTE E FRIO

CONTRASTE HARMÔNICO

PAINEL DE TEMA DA COLAÇÃO



Na cartela de cores disponíveis para usarmos existe uma divisão pautada na dualidade entre o quente e o frio, que divide as cores entre as que emanam descontração, alegria e força e aquelas que emanam calma, tranquilidade e esperança.

Deste modo as cores tidas como quentes são aquelas que misturadas levam ao amarelo e vermelho. Enquanto, as cores tidas como frias misturadas levam ao azul e verde.

Esta classificação das cores tem o poder de representar não só a dualidade quente/frio, mas também dia/noite, lua/sol, fogo/gelo e ao estarem presentes no mesmo ambiente ou na mesma roupa contrastam como dois lados de uma mesma cartela de cores.

A coleção Quente e Frio vem para mostrar em suas peças que esta dualidade de cores também pode ser harmónica e complementar, assim como todas as mulheres que não são quentes ou frias, nem azuis ou amarelas, são as duas coisas, são tudo, são o que querem ser.





A coleção consiste em 20 looks, com 2 deles conceituais e o restante comerciais divididos entre 3 famílias de 6 looks.

A cada coleção sempre será produzido um ou dois looks conceituais com a presença das técnicas de costura usadas nos projetos sociais apoiados pela marca, como o fuxico.

Com o intuito de divulgar os projetos e incentivar o não desperdício de materiais.

TABELA DE PARÂMETRO DA COLEÇÃO

Comerciais		Conceituais	
Vestidos	5	Vestido	1
Calça	3	Semi Cropped	1
Short	4	Cropped	1
Cropped	6	Calça	1
Blusas	3		
Saias	4		
Macacão	1		
Macaquinho	1		
Camisa	1		

PROCESSO DE CRIAÇÃO (PEÇAS CONCEITUAIS)

TÉCNICA SCHMIDT

Ornamentada

Utilização da técnica de fuxico nas peças conceituais.

Realista

Peças conceituais com modelagens que seguem a linhas do corpo e semelhantes as modelagens usadas comercialmente.

TÉCNICA MESCRAI

A peça precisa de uma abertura no quadril da calça para ser vestida

Modifique

Fazer abertura na lateral com amarração

Rearranje

Colocar fuxico na barra da calça e os botões no quadril

Elimine

Fazer com que o recorte da calça vá até o quadril

Adapte

Colocar velcro para abrir a lateral mantendo o fuxico por cima.

Substitua

Trocar fuxicos pela abertura com botões.

Inverta

Colocar abertura no maio como nas calças comuns.

Combine

Colocar abertura com botão junto dos fuxicos.

SOLUÇÃO



Abertura com botões na lateral esquerda junto dos fuxicos



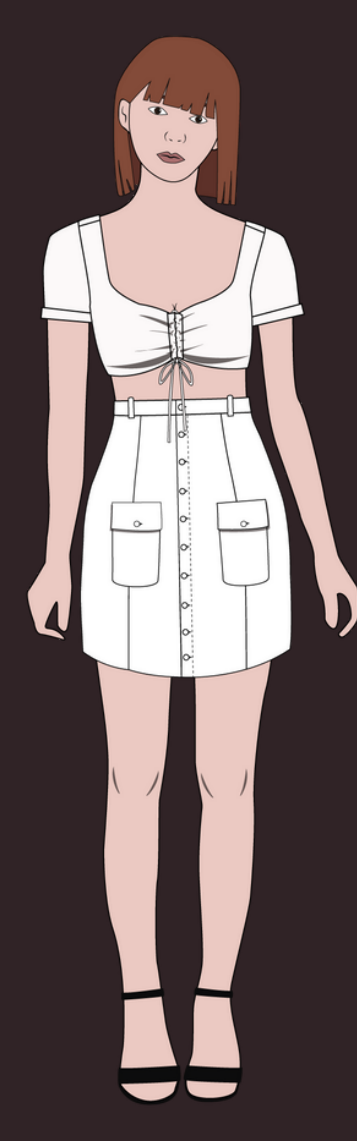
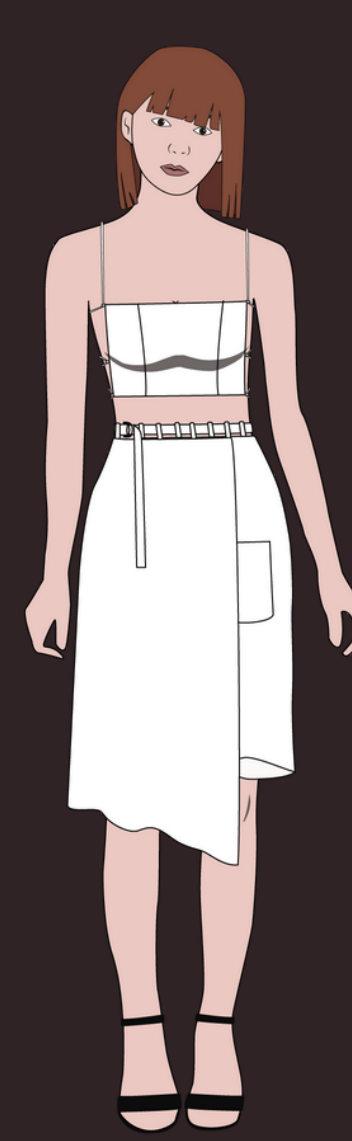
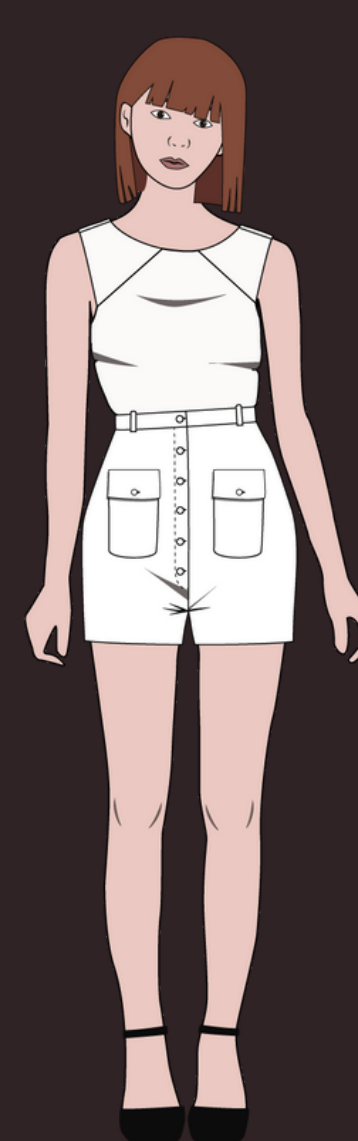
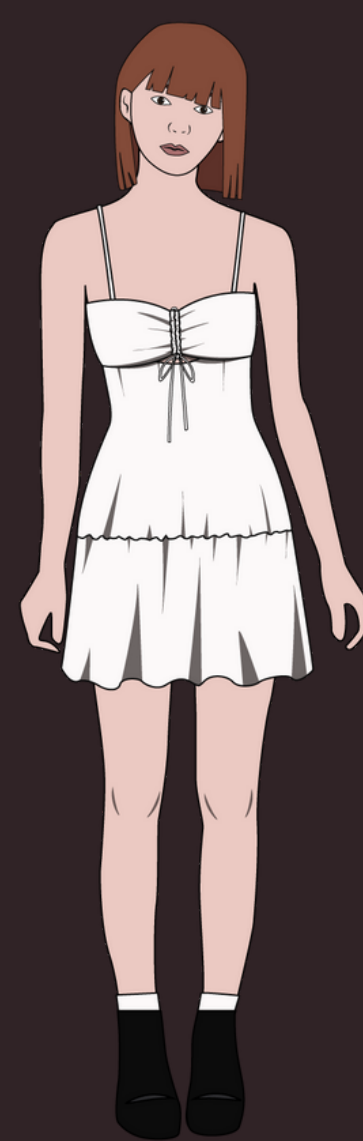
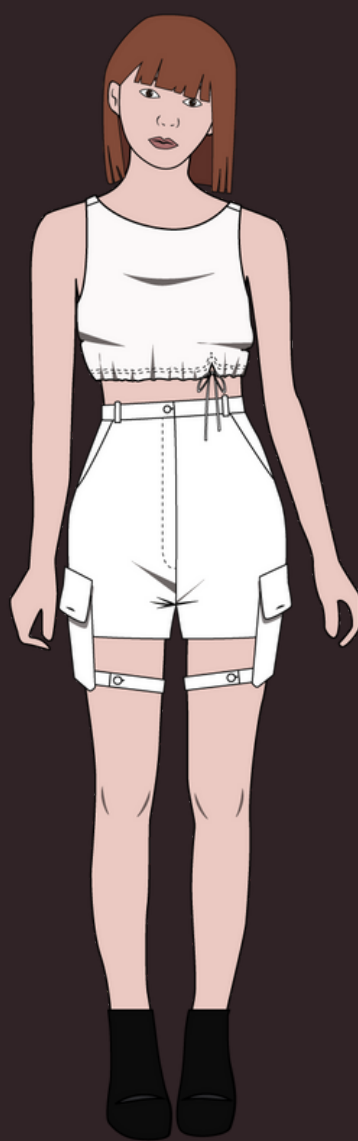
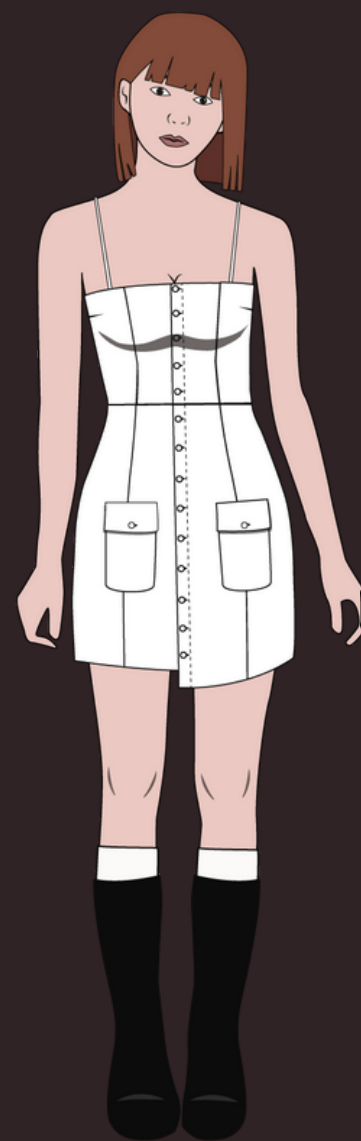
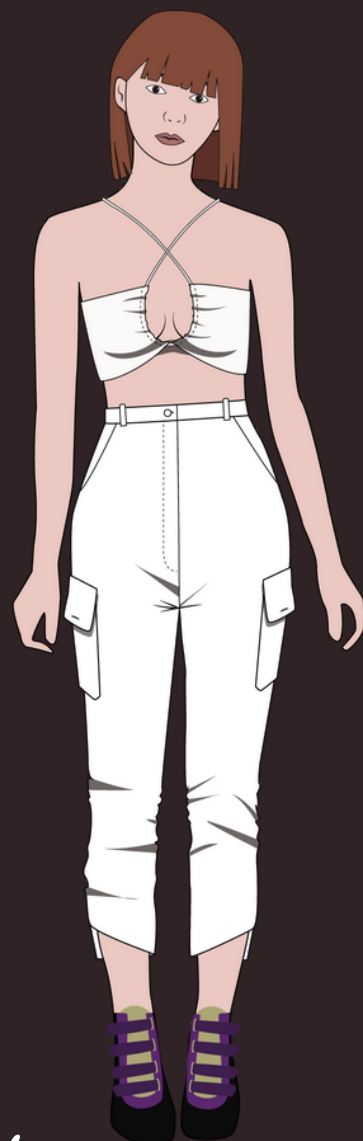
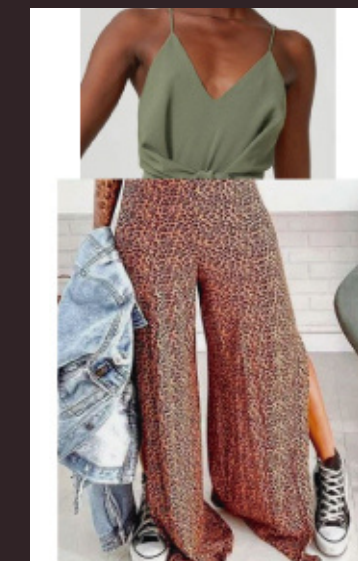
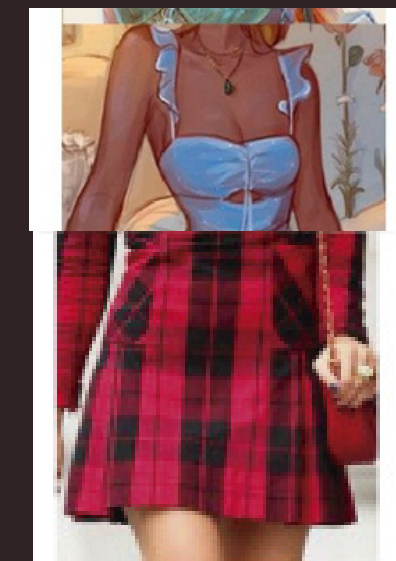
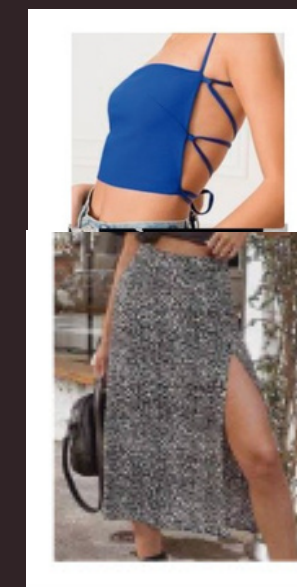
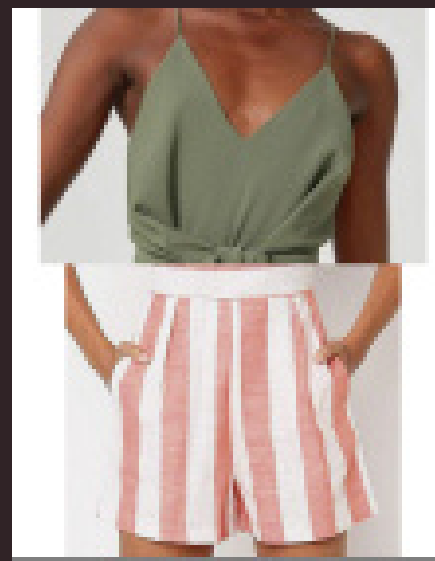
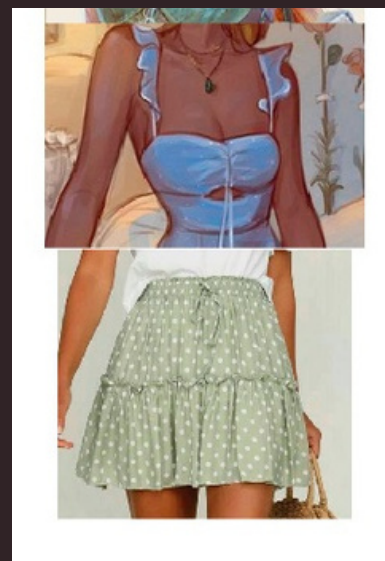
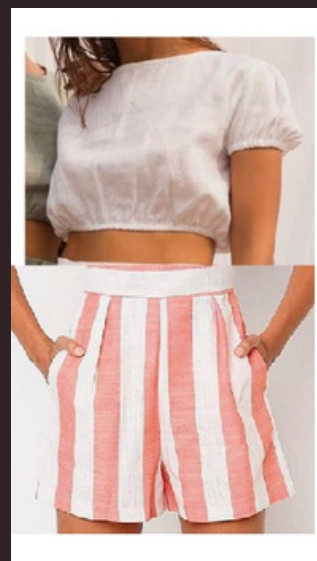
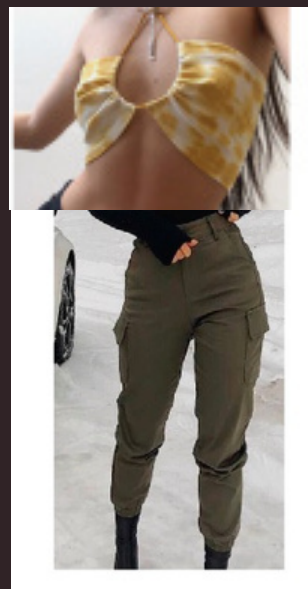
PROCESSO DE CRIAÇÃO (PEÇAS COMERCIAIS)

TÉCNICA MOSAICO DIVERGENTE





PRIMEIROS RESULTADOS DA TÉCNICA MOSAICO DIVERGENTE



CROPPED

- * Peça é feita de fuxico com forro apenas nos seios;
- * Botões fazem uma abertura na frente da peça.

CALÇA

- * Uma espécie de cinto fechado com um botão segura a calça;
- * A peça é feita com 4 tecidos listrados diferentes que ao serem unidos em recortes na vertical se completam;
- * A costa e a frente da peça são unidas na lateral no lado direito pela técnica de tapete de retalhos e do lado esquerdo por fuxicos não forrados;
- * Na parte interior na panturrilha da calça existem aberturas com botões;
- * Bolsos para fora na frente da peça.



SEMI CROPPED

- * Feito com fuxico em toda a peça, fio de malha nas amarrações dos cotovelos e punhos e botões na abertura da frente;
- * As amarrações não são costuradas na peça, estão posicionadas nos cotovelos e punhos com a ajuda de pequenos passantes costurados em cima dos fuxicos;
- * O fechamento é feito com três botões sustentáveis postos na frente da peça costurados em cima de fuxicos.

VESTIDO

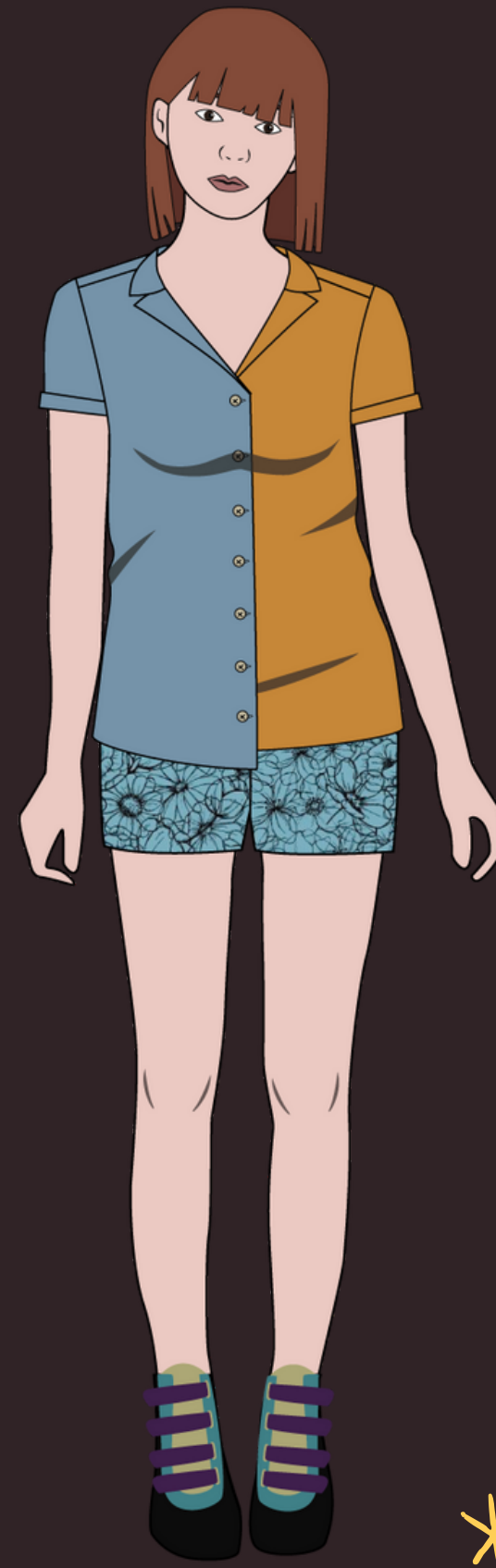
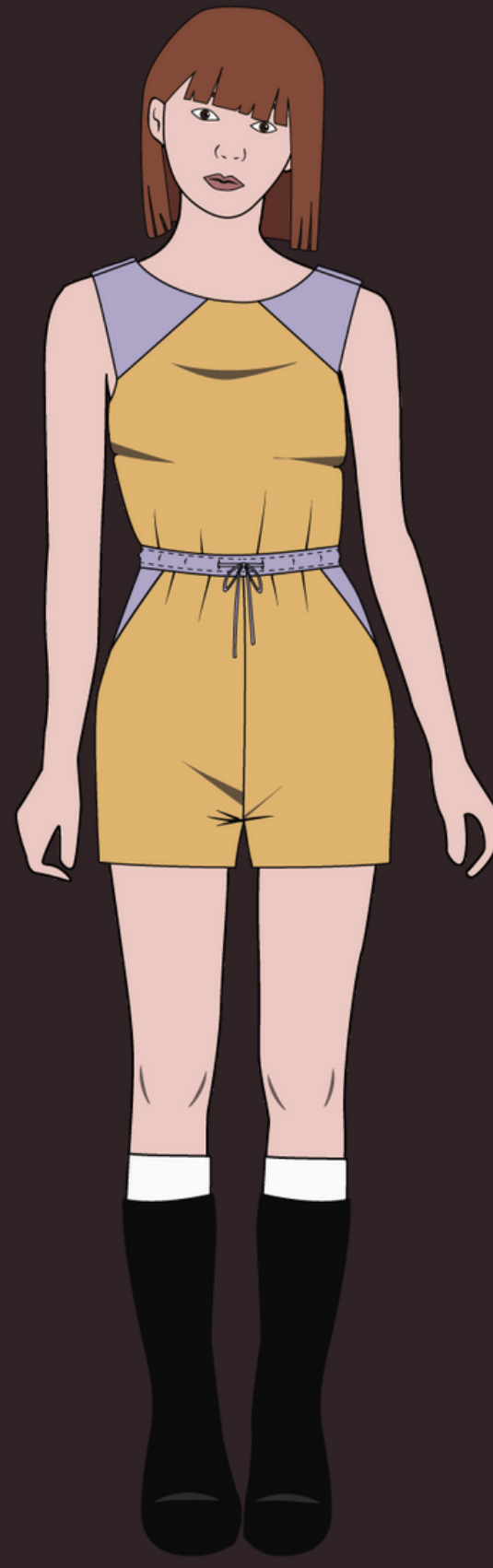
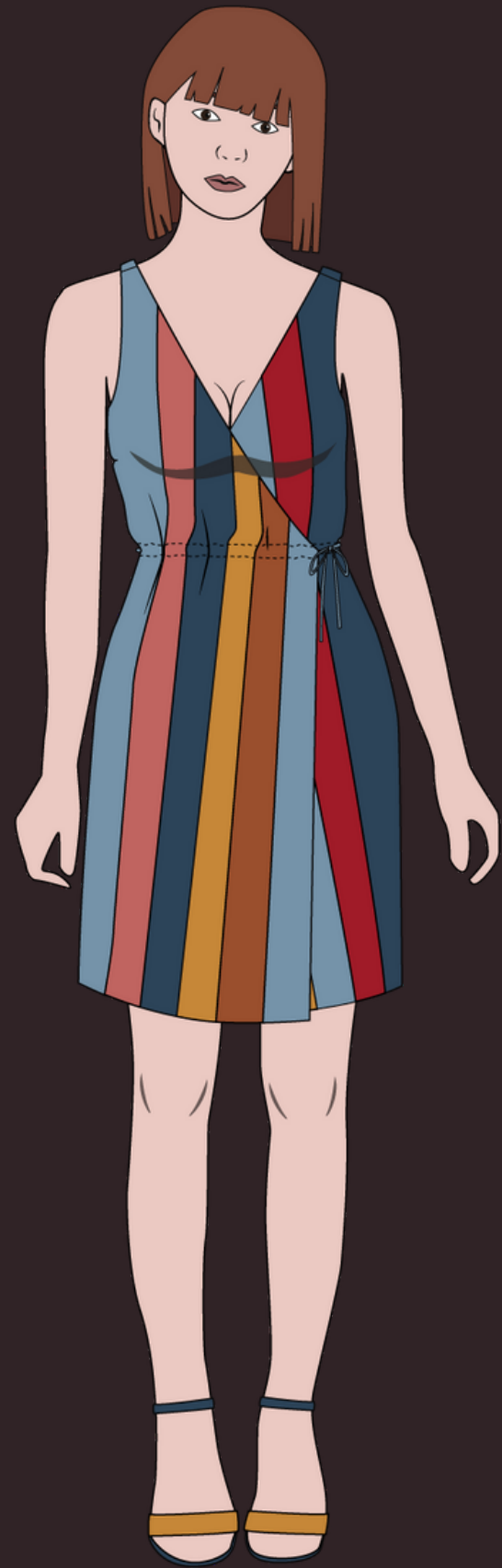
- * Feita com pedaços de tecido, fuxico e botões de cima a baixo nas duas laterais;
- * As partes de união de um pedaço de tecido a outros através de fuxicos não tem forro, ou seja, em suas frechas é possível ver a pele da modelo;
- * Todos os pedaços de tecido estão forrados.



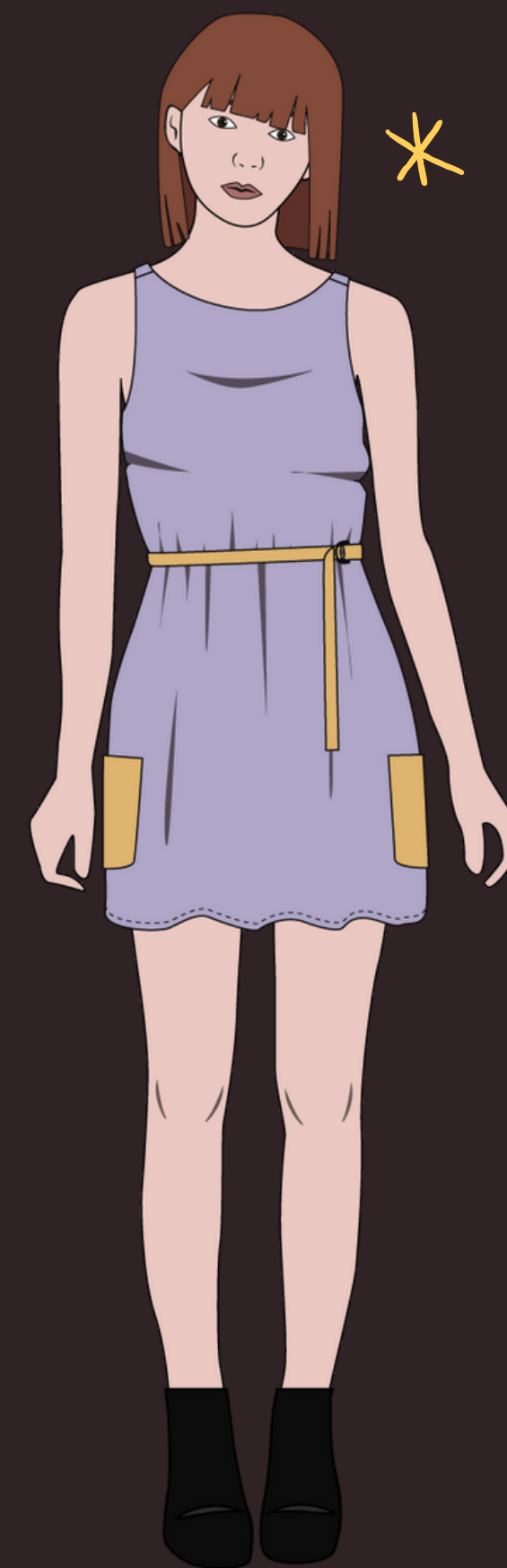
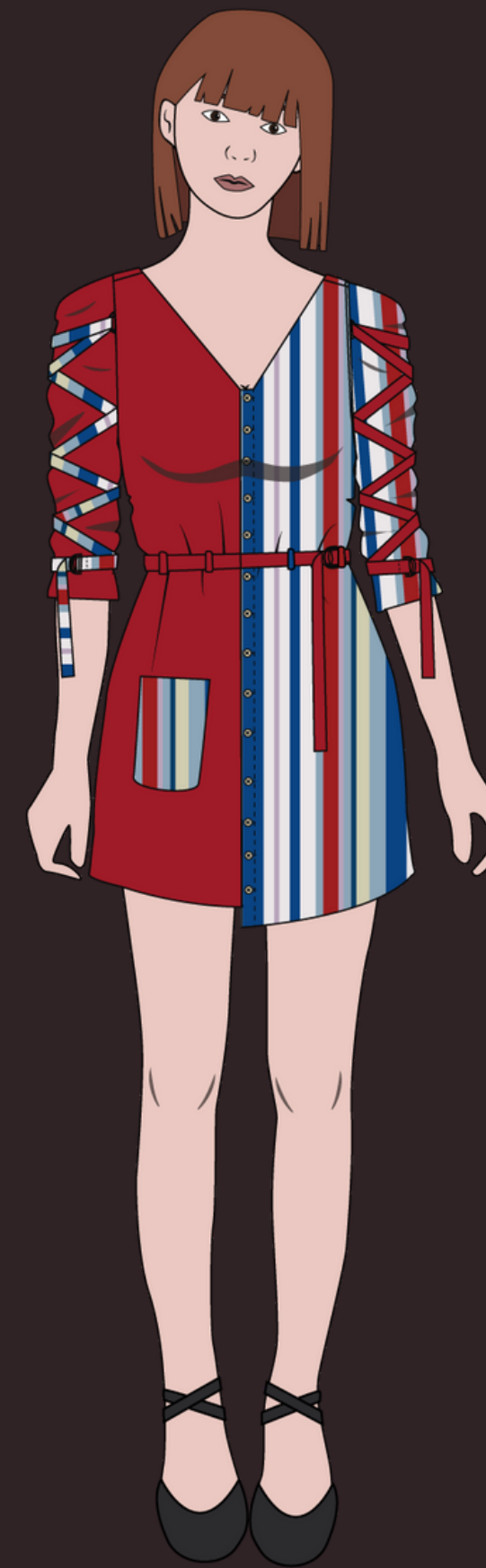
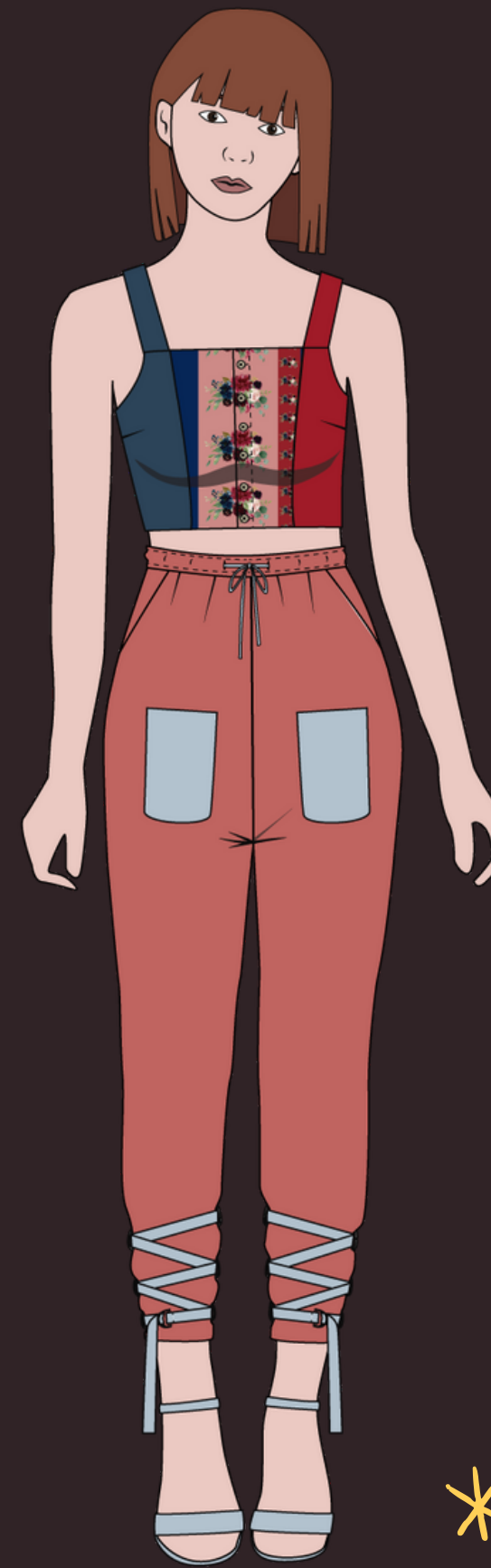
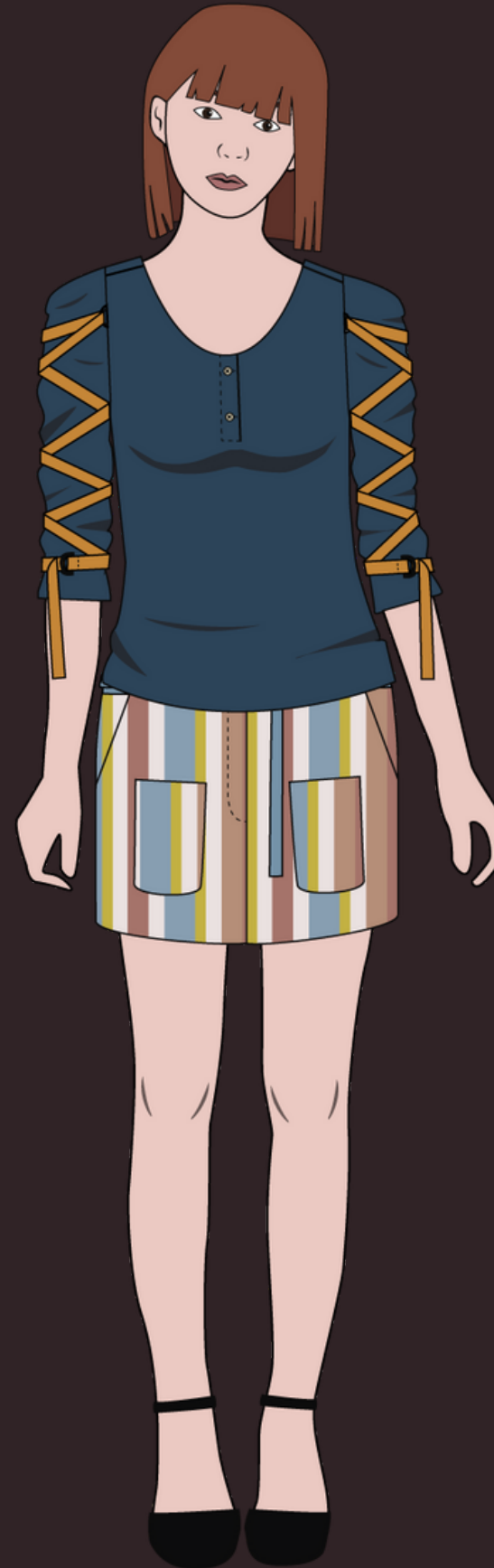
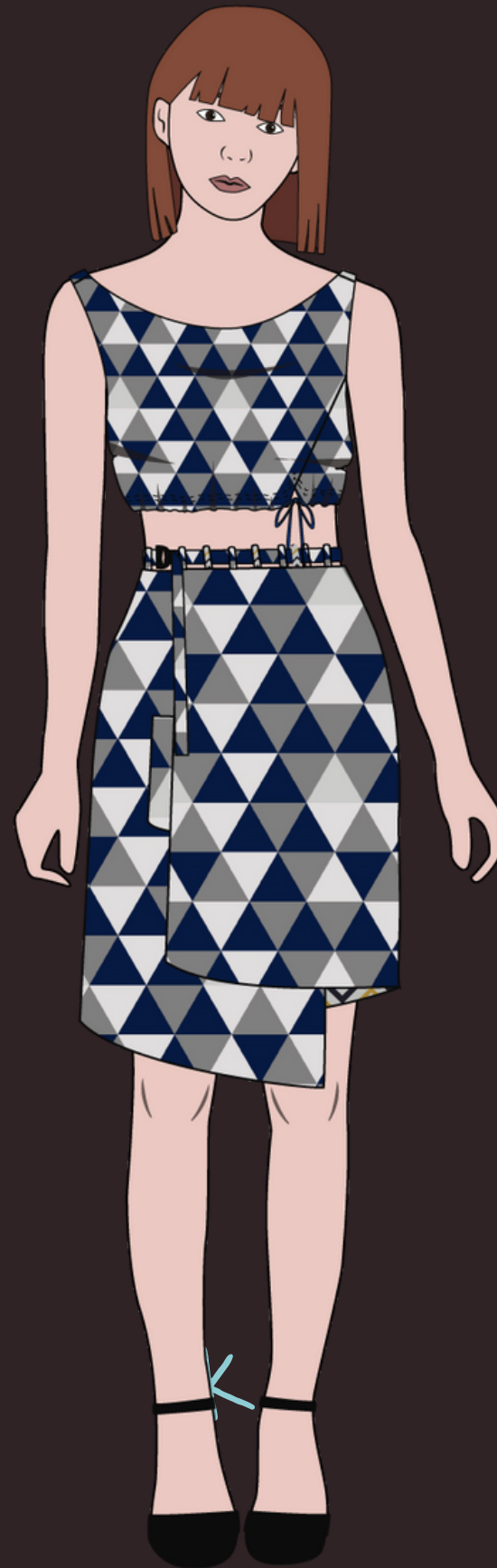
FAMÍLIA 1 - BOLSOS FECHADOS COM BOTÃO



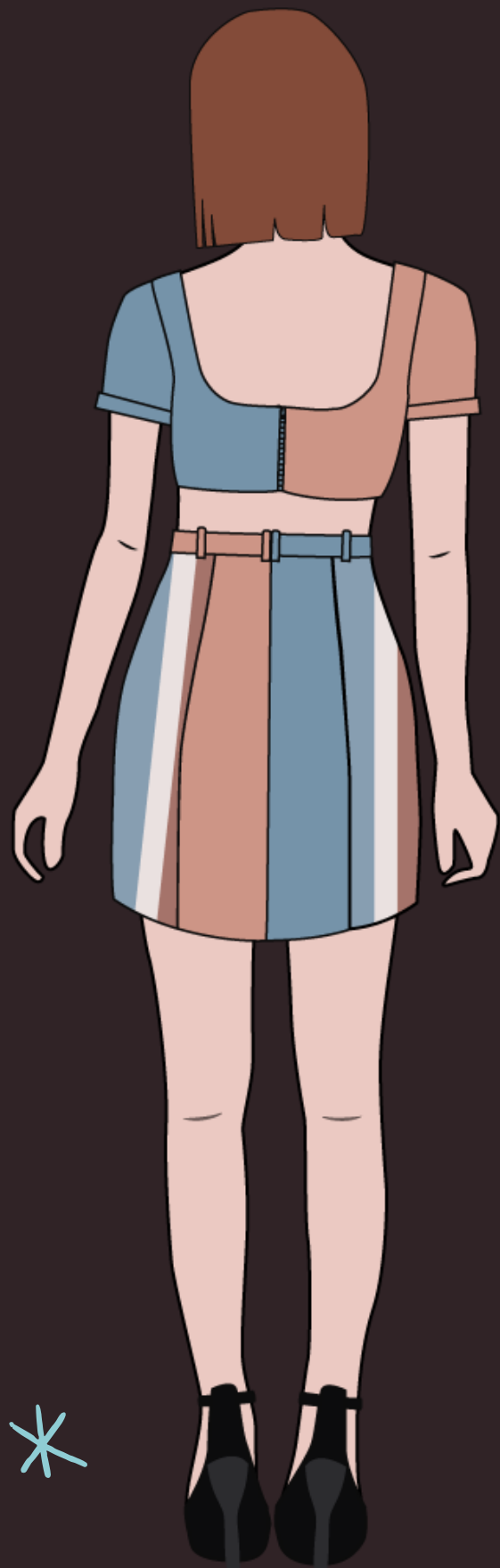
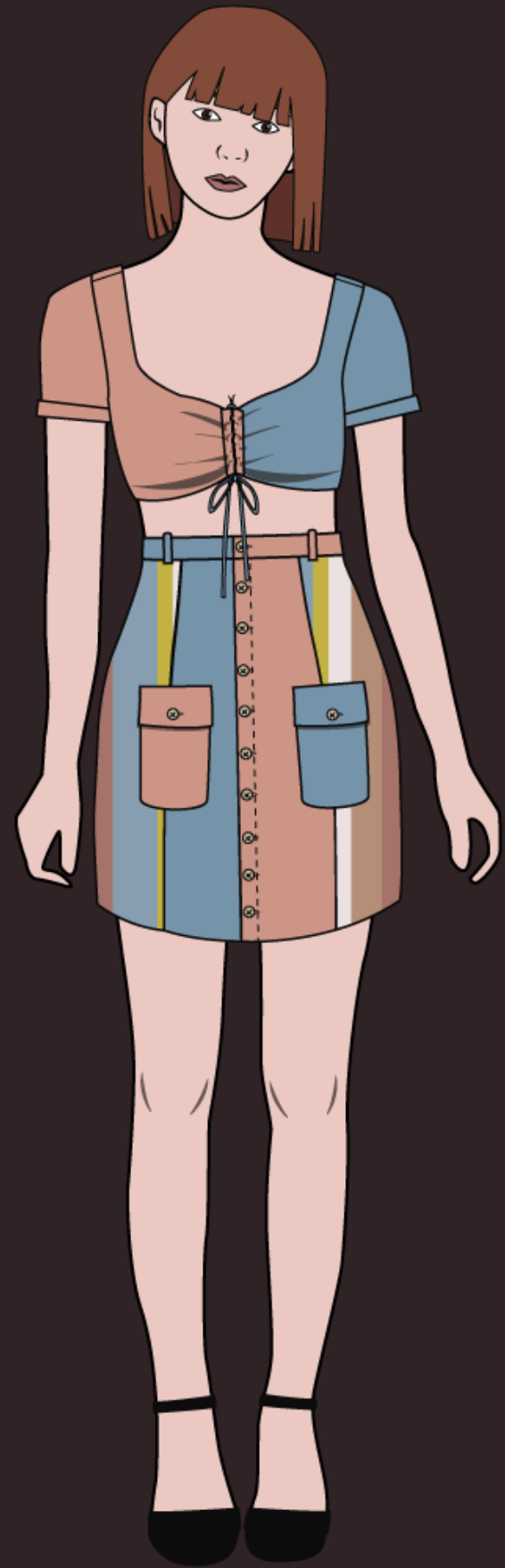
FAMÍLIA 2 - ELÁSTICO/AMARRAÇÃO



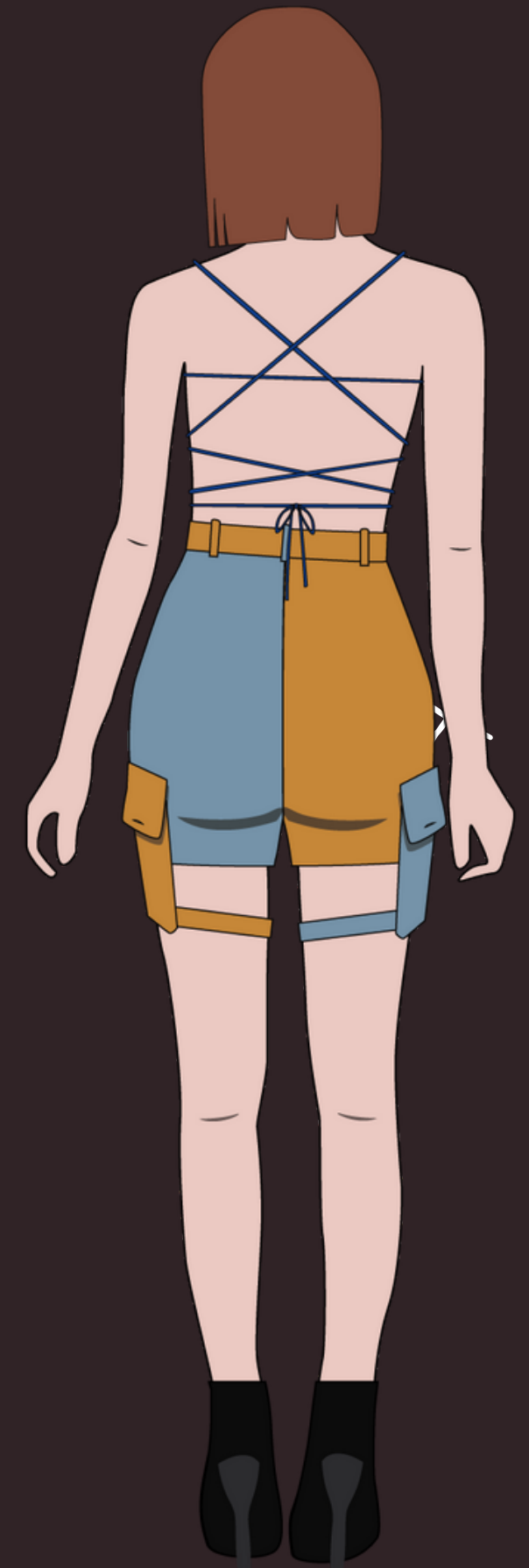
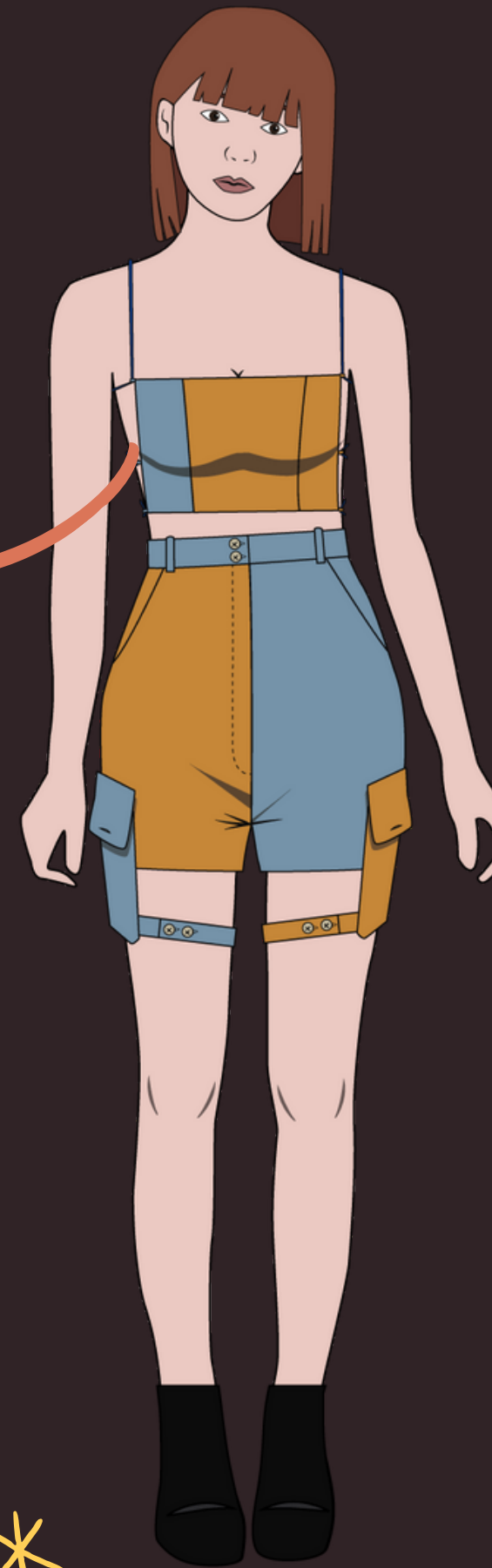
FAMÍLIA 3 - CINTO E BOLSO ABERTO



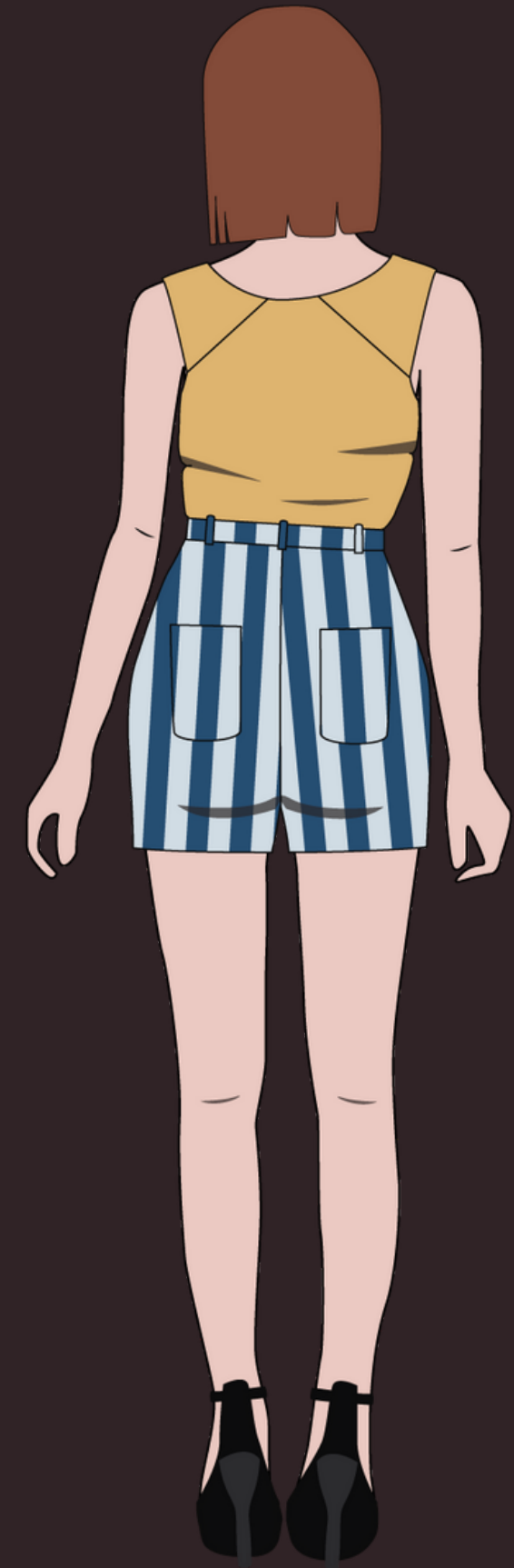
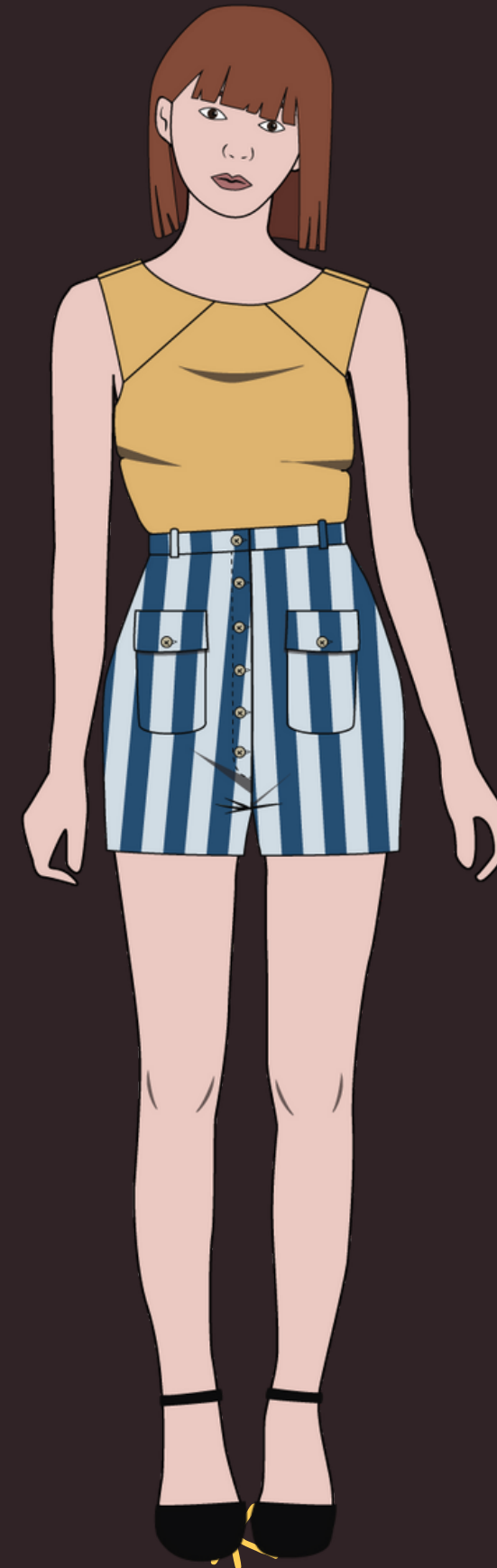
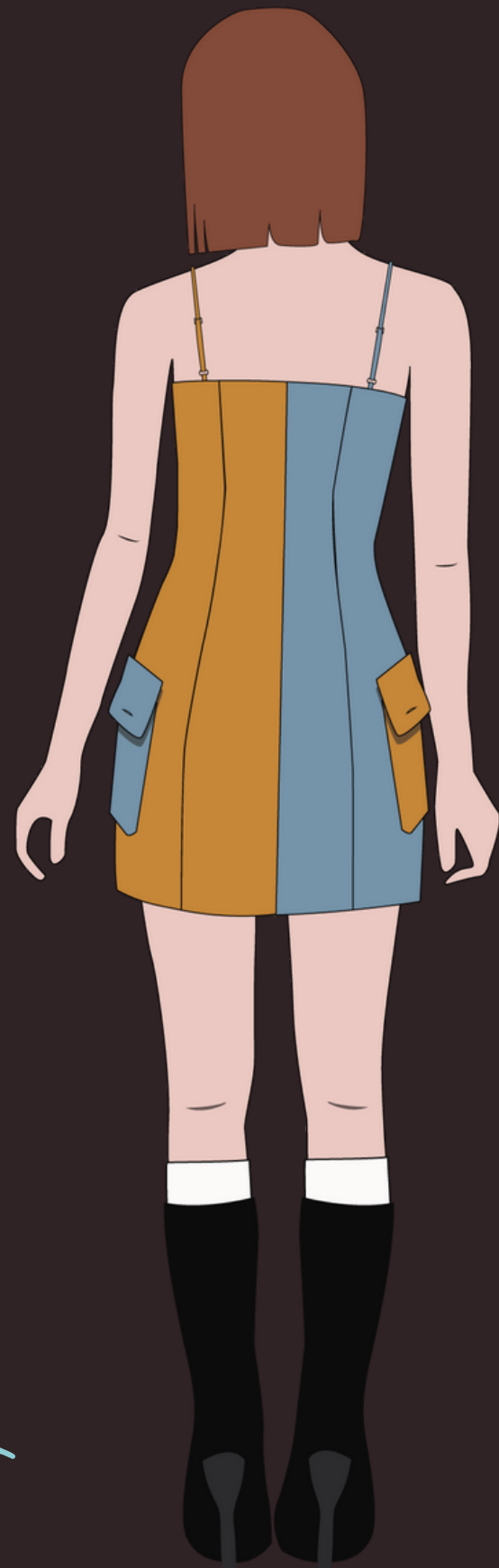
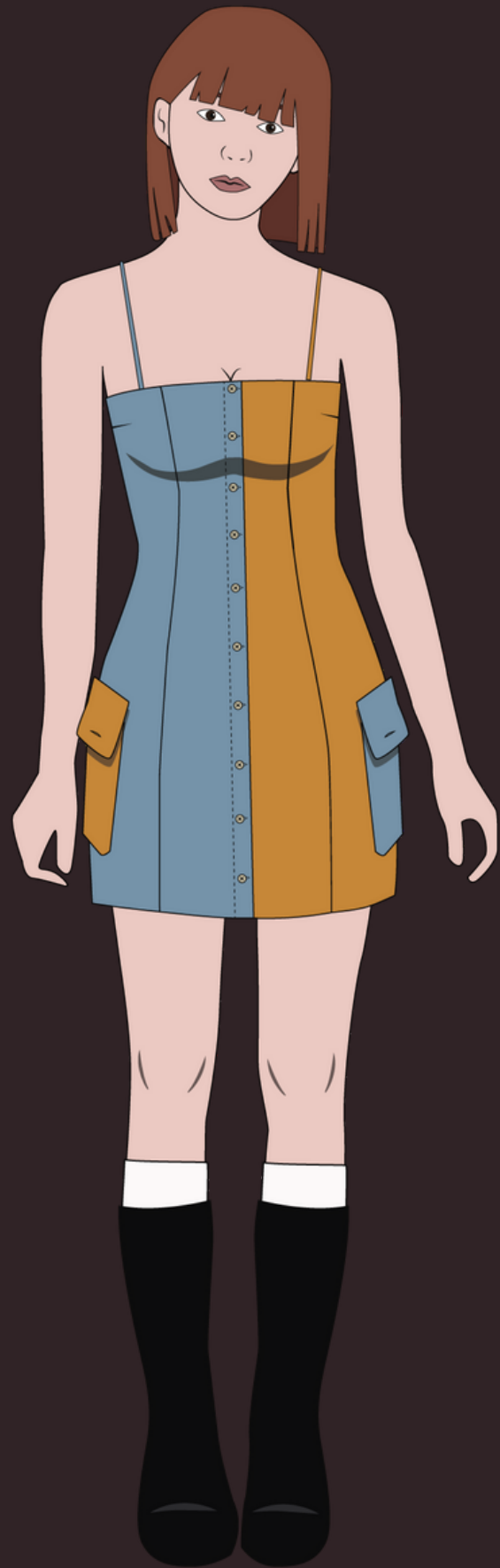
FAMÍLIA 1



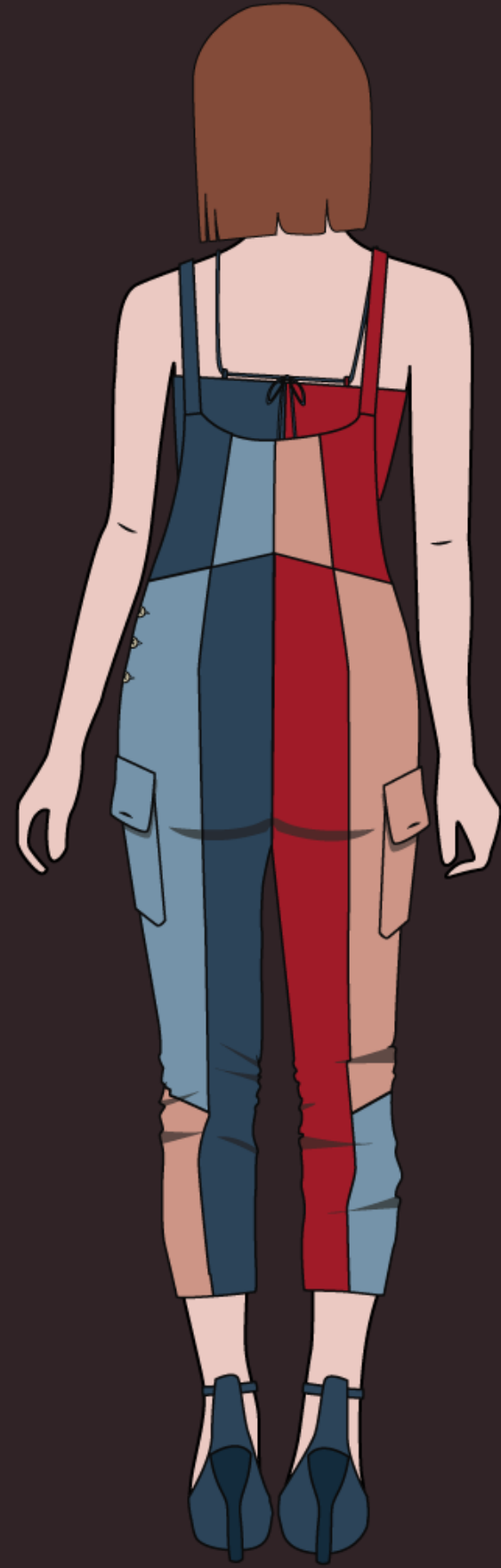
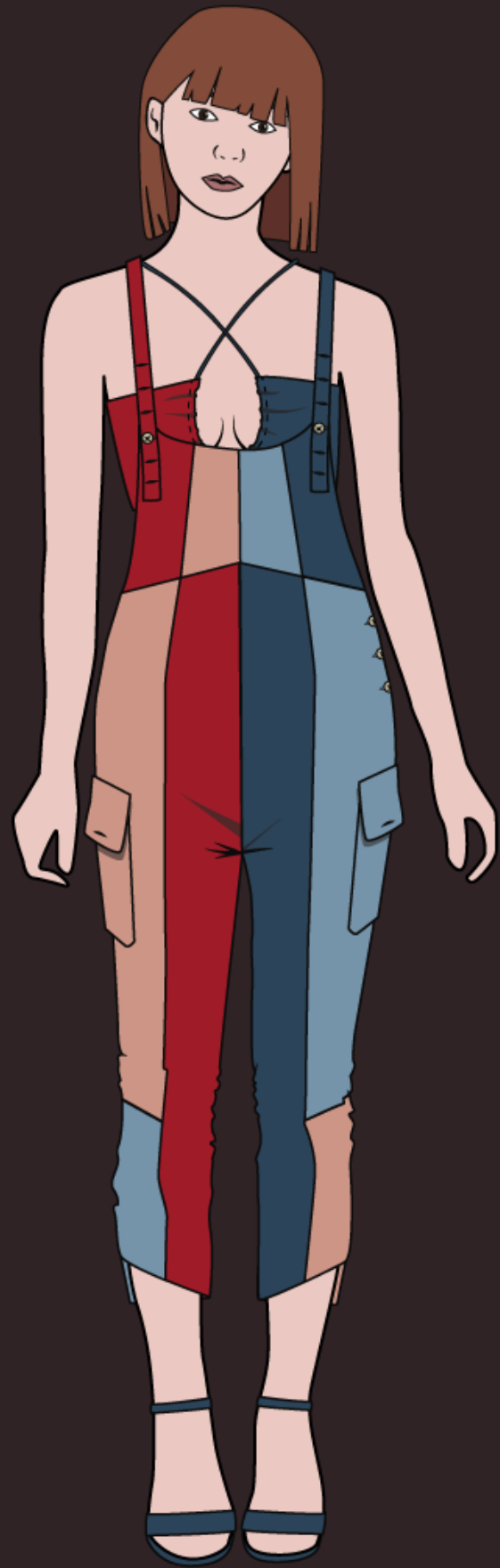
Cropped
dupla face



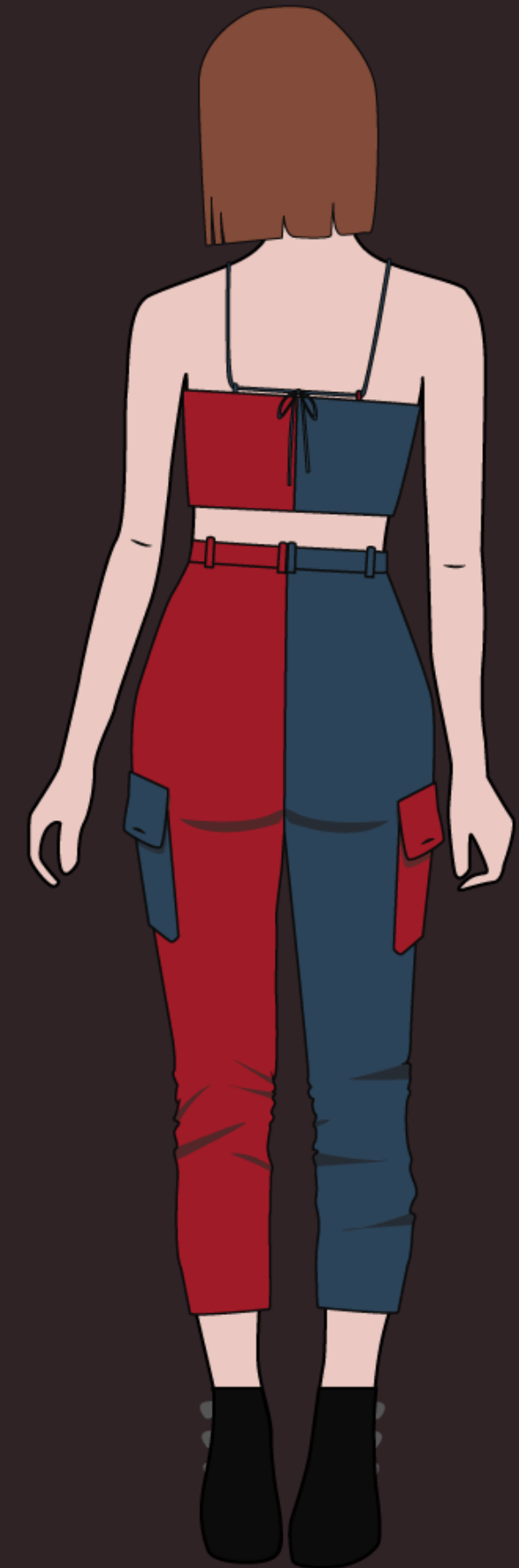
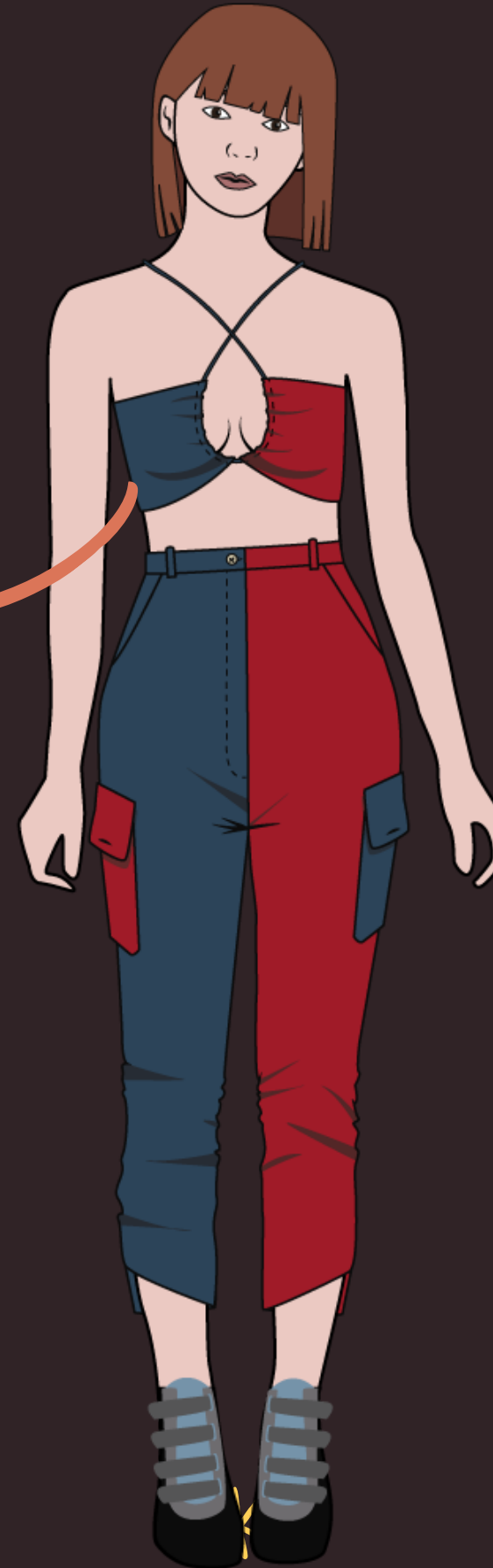
FAMÍLIA 1



FAMÍLIA 1



Cropped
dupla face



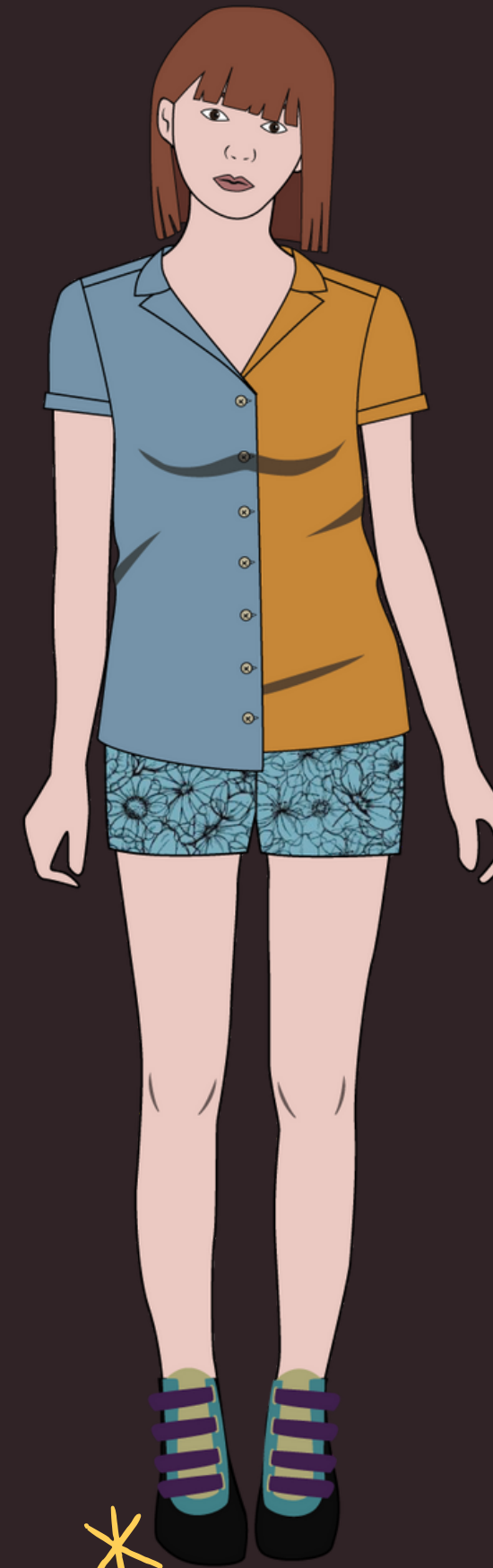
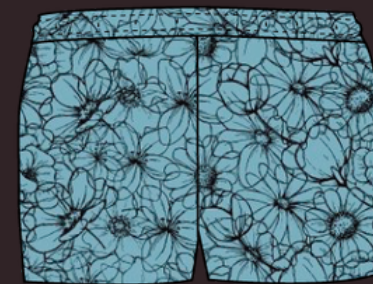
FAMÍLIA 2



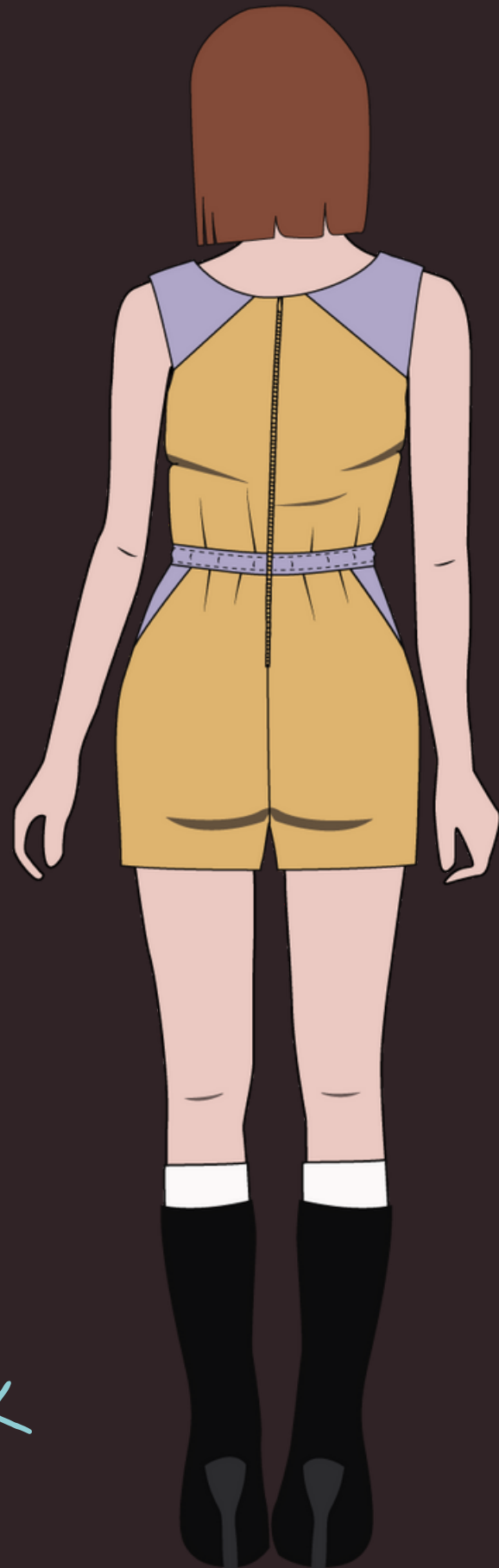
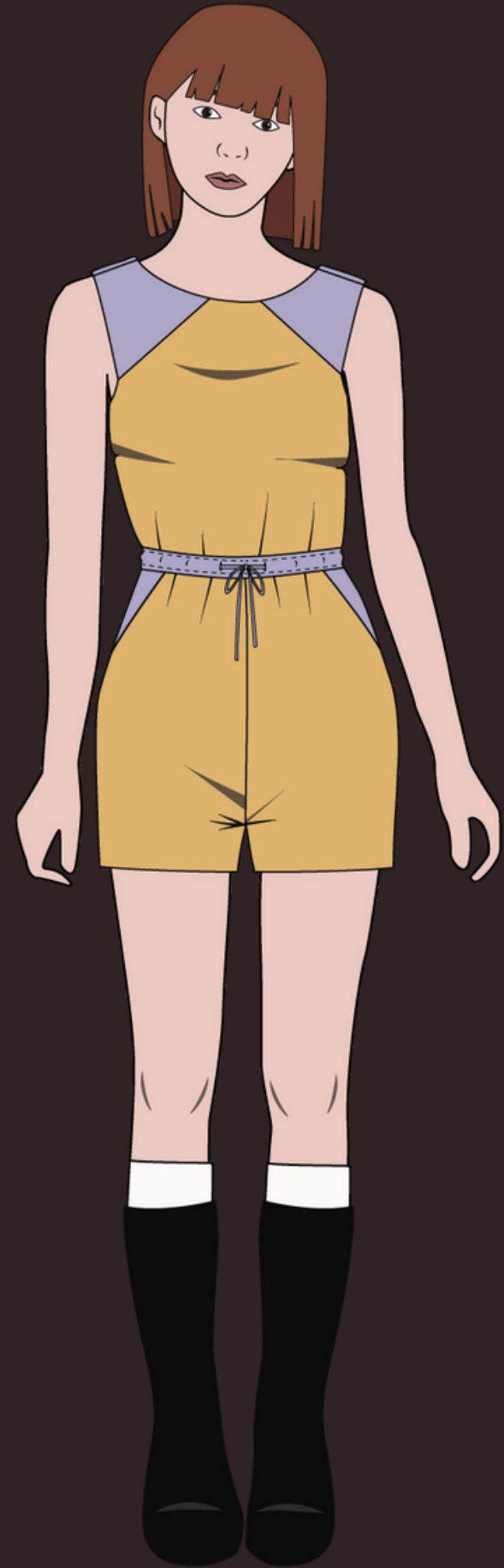
FRENTE



COSTA



FAMÍLIA 2



FRENTE



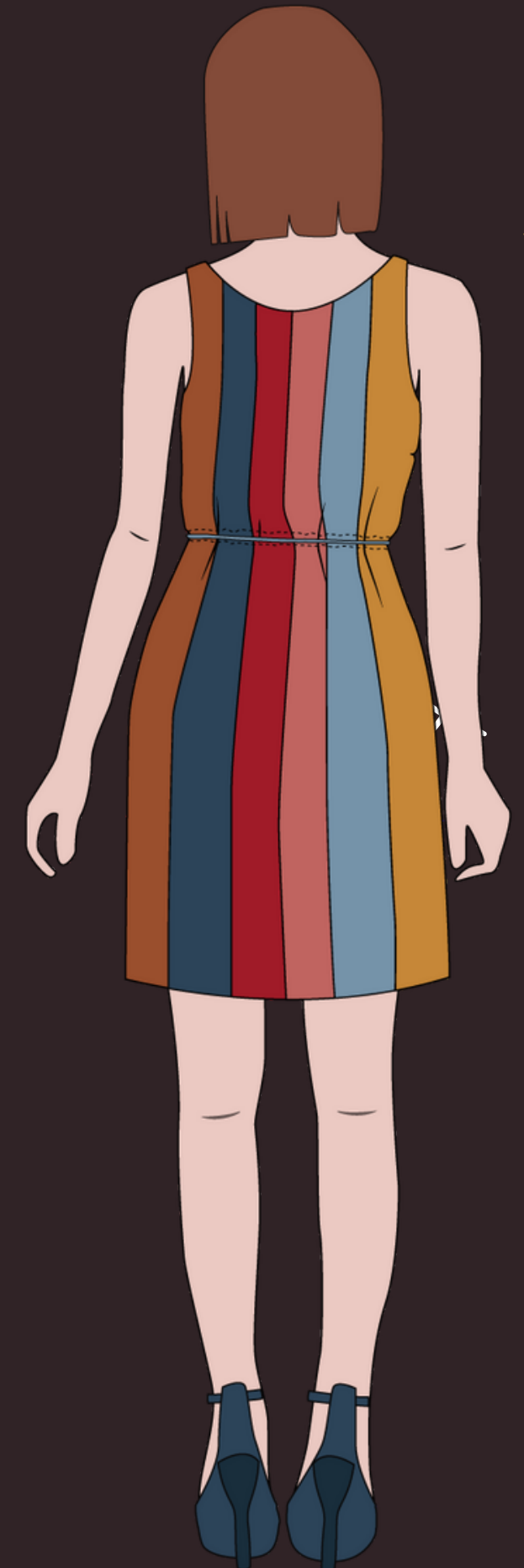
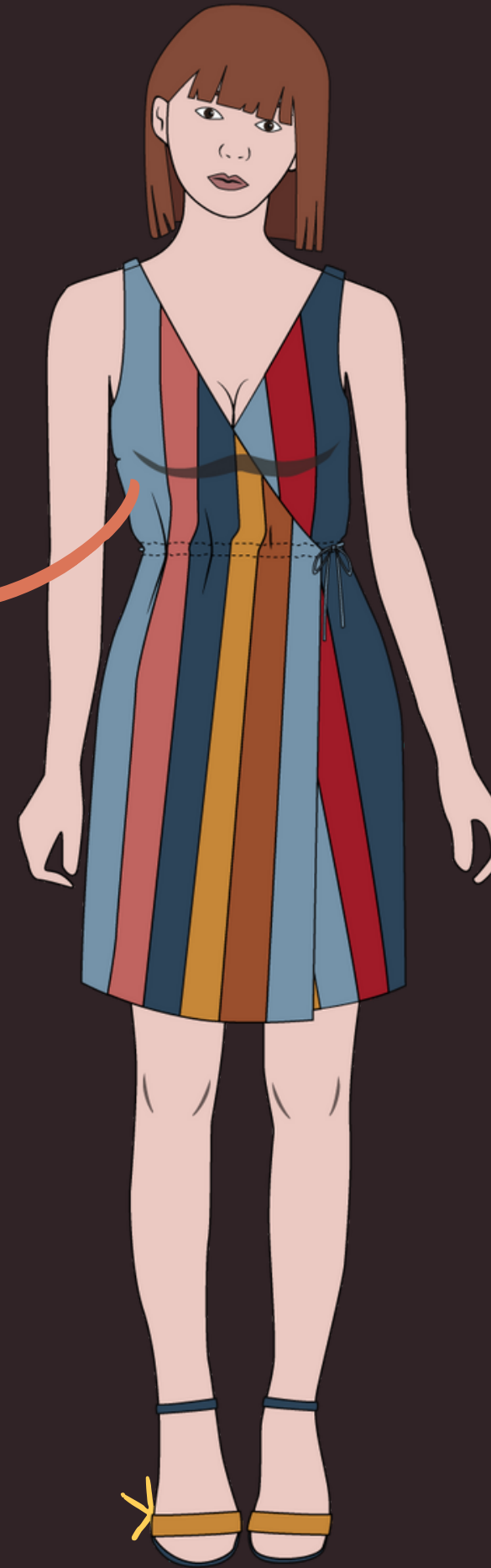
COSTA



FAMÍLIA 2

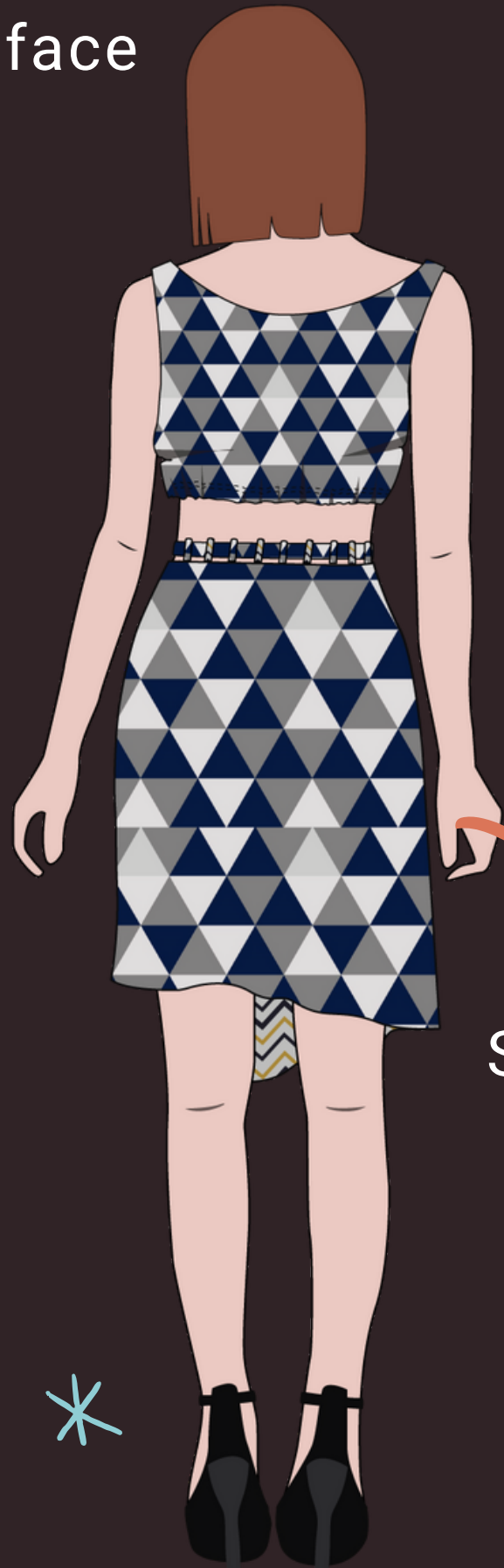


Vestido dupla
face e patchwork

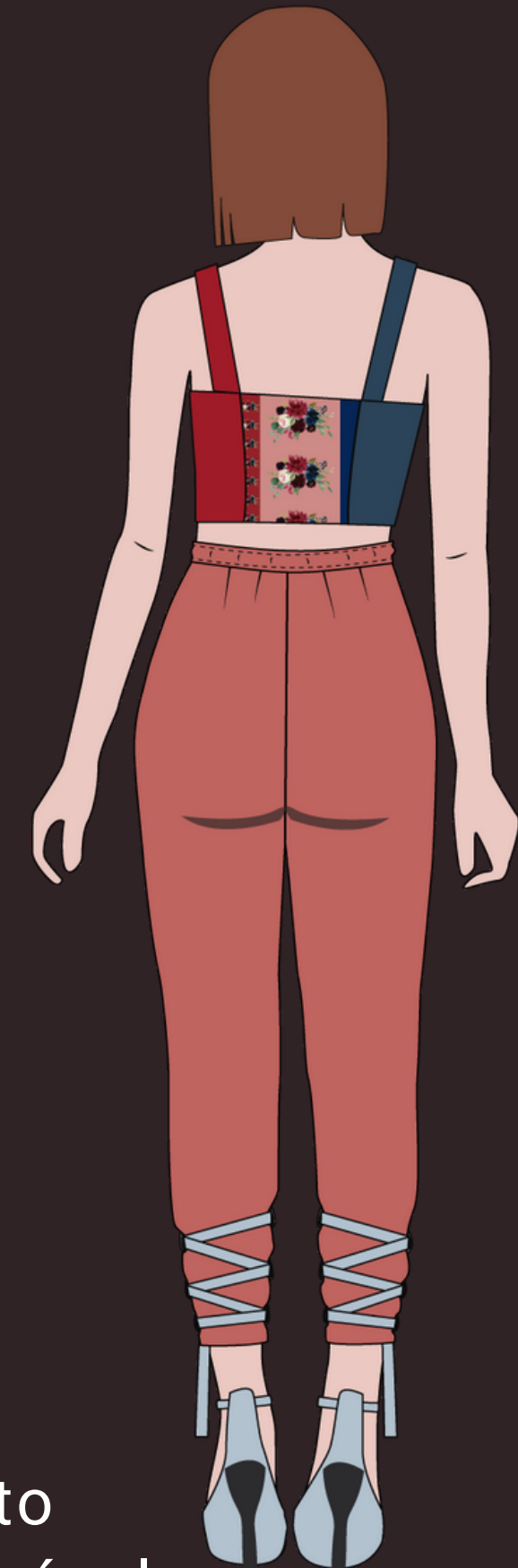
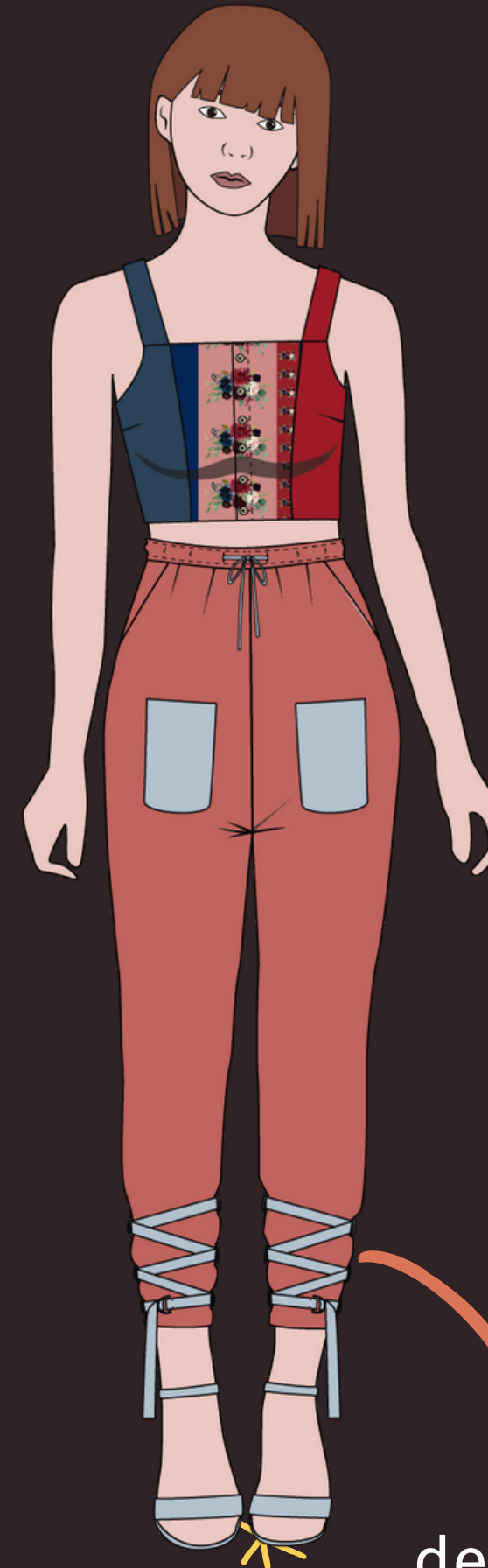


FAMÍLIA 3

Cropped
dupla face



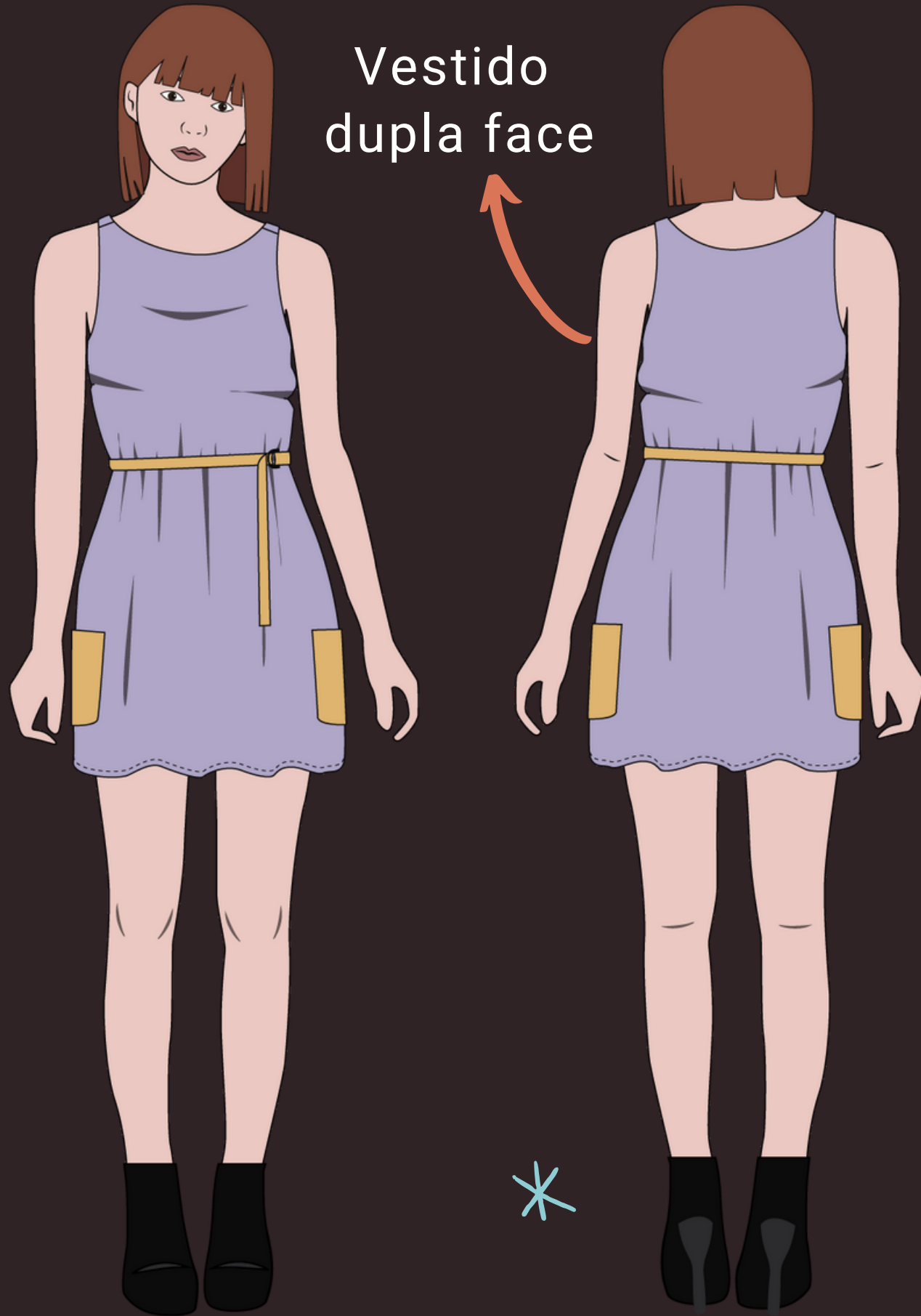
Saia dupla face



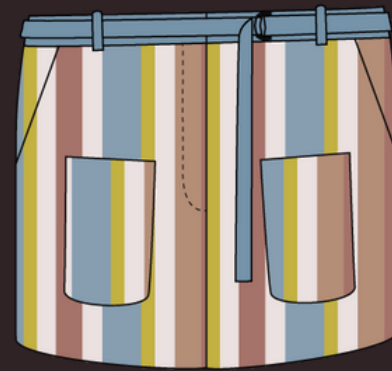
Cinto
destacável

FAMÍLIA 3

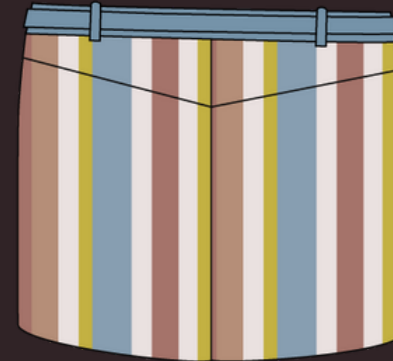
Vestido
dupla face



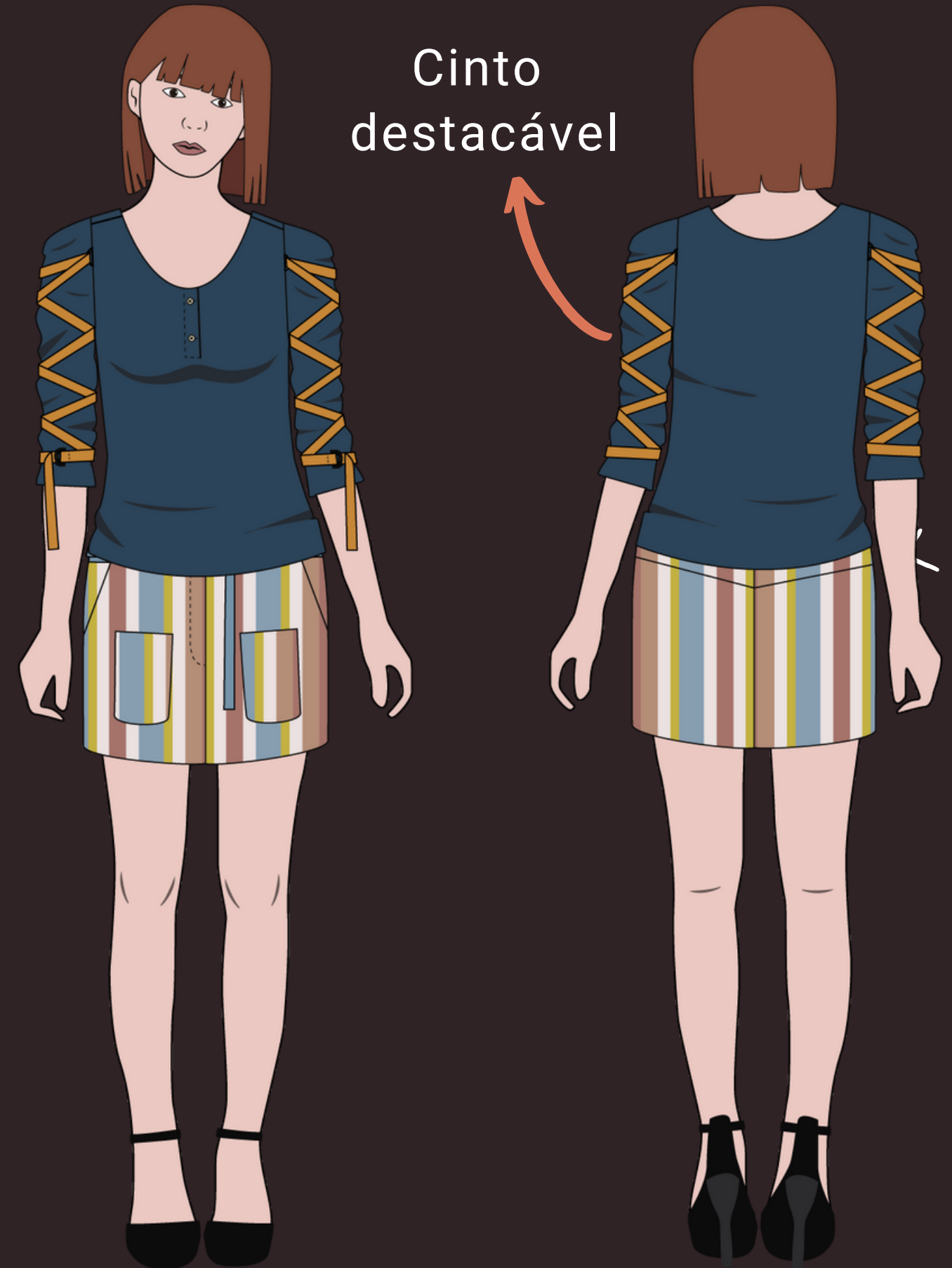
FRENTE



COSTA



Cinto
destacável

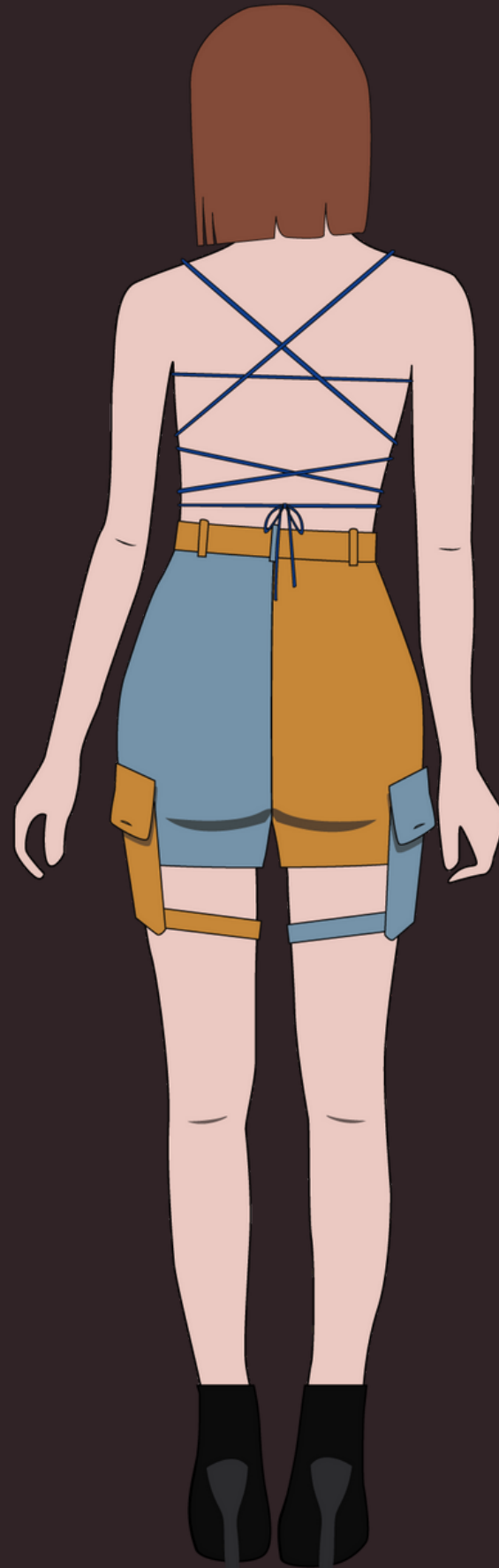
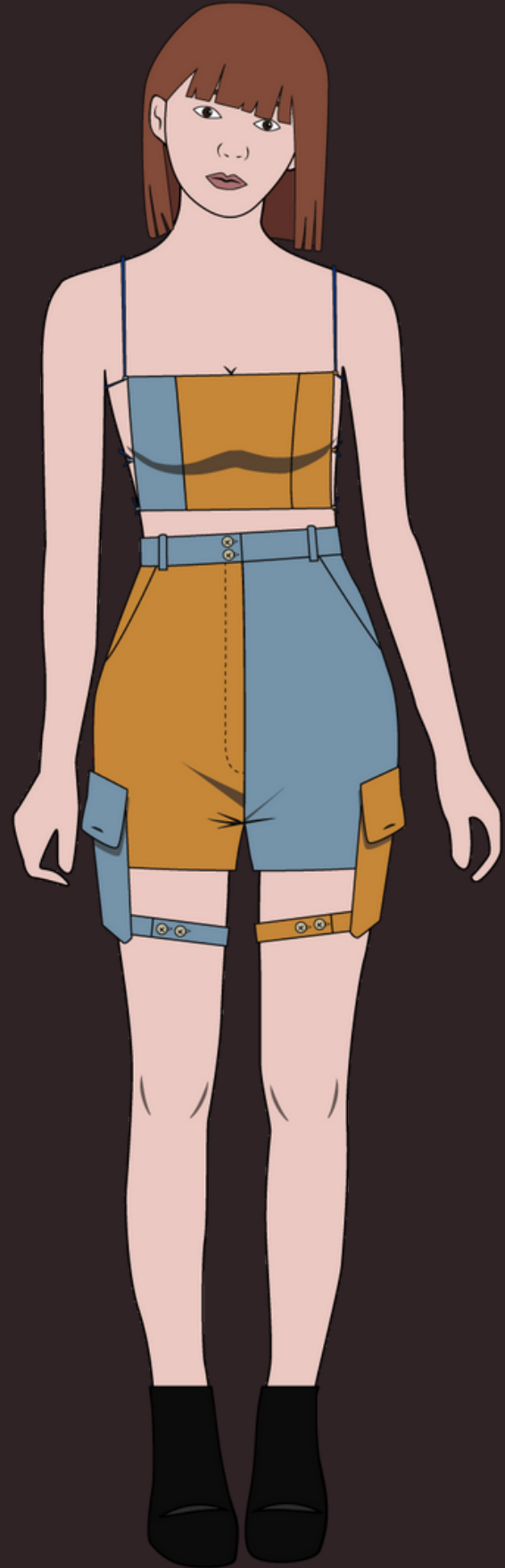


FAMÍLIA 3

Cinto
destacável

Kimono de
pachiwork





	Variação 1	Variação 2	Variação 3
A			
B			
C			
D			
E			
F			

Sequência operacional

- * Costurar pences;
- * Unir laterais com o meio do lado 1;
- * Unir laterais com o meio do lado 2;
- * Posicionar e costurar mini passantes no lado 1;
- * Unir lado 1 e 2 pelo busto;
- * Embutir a parte de baixo da peça deixando uma abertura; colocar do avesso e costurar os recortes da peça;
- * Virar e rebater toda a extremidade.

Tecidos

Nome	Composição	Cor	Fornecedor	Quantidade	Preço	Custo
Brim coringa	100% Algodão	Amarelo fogo	Casa Blanca	25 cm	24,00/m -10%: 21,6	5,4
Brim coringa	100% Algodão	Azul pescador	Casa Blanca	25 cm	24,00/m -10%: 21,6	5,4

Aviamentos

Nome	Composição	Cor	Fornecedor	Quantidade	Preço	Custo
Cordão Polipropileno	66% Polipropileno 34% Algodão	Azul Marinho	São José	2 m	10m - 5,00	1,00
Fio	100% Poliéster	Amarelo fogo	Mundo das linhas	1 tubo	4,20	1,00
Linha	100% Poliéster	Amarelo fogo	Mundo das linhas	1 tubo	3,20	1,00

Custos materiais

13,80 reais

Mão-de-obra

	Preço	Custo/pç
Modelagem	30,00	3,75
Corte	3,00	3,00
Piloto	25,00	3,12
Costura	20,00	20,00
	TOTAL	32,49

Custos indiretos

	Preço	Custo/pç
Marketing	400,00	2,19
MEI	55,00	0,3
Transporte e Alimentação	30,00	0,16
Depreciação	100,00	0,54
Energia	40,00	0,21
	TOTAL	4,12

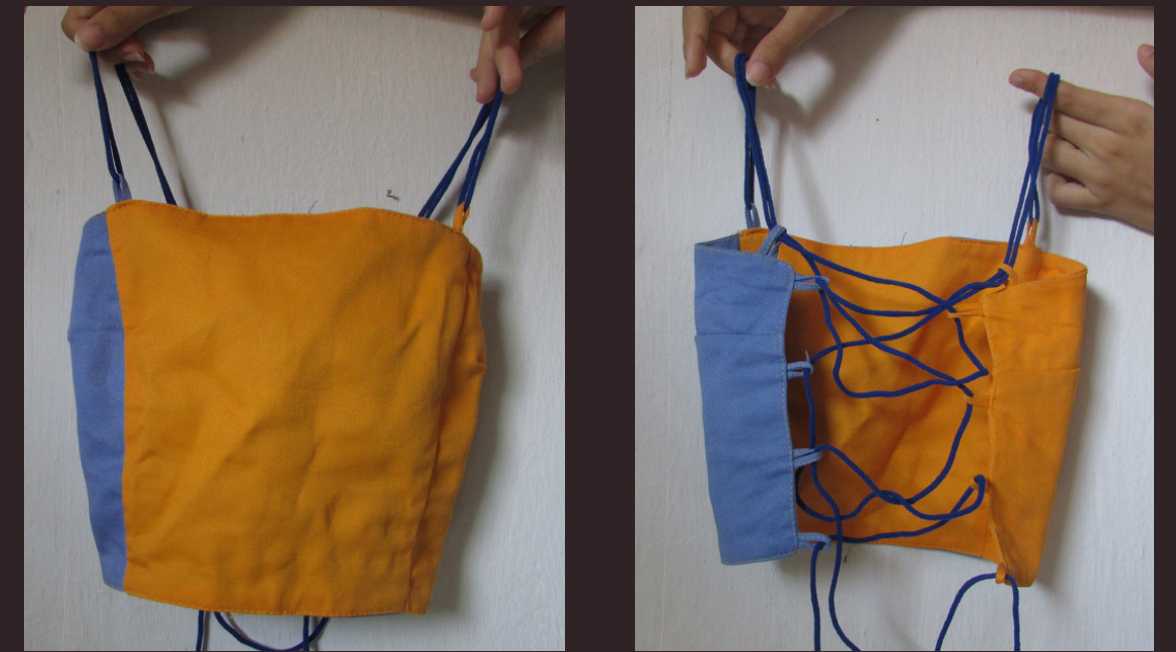
Valor diluído em 182 peças produzidas por mês

Tamanho	Quantidade
38	2
40	3
42	2
44	1
TOTAL	8

Pro labore	1.000,00
------------	----------

Valor diluído em 182 peças produzidas por mês

Custo total	Mark up	Preço total	Preço da peça
55,90	2	111,80	112,90



Sequência operacional

- * Costurar passantes;
- * Unir e overlocar partes do bolso faca LD;
- * Unir e overlocar partes do bolso faca LE;
- * Overlocar braguilha e pertingal;
- * Montar braguilha;
- * Unir, overlocar e rebater o gancho da frente;
- * Unir bolso faca a frente LD;
- * Virar e rebater bolso faca LD;
- * Unir bolso faca a frente LE;
- * Virar e rebater bolso faca LD;
- * Costurar pences da costa;
- * Unir, overlocar e rebater o gancho da costa;
- * Unir, overlocar e rebater laterais;
- * Unir e overlocar parte da frente e de trás do cóis;
- * Posicionar passantes;
- * Unir partes do cóis;
- * Unir e overlocar gancho;
- * Fazer bainha;
- * Preparar facha da perna LD e LE;
- * Preparar tampa do bolso LD e LE;
- * Fazer bainha dos bolsos laterais;
- * Costurar bolsos na laterail;
- * Costurar tampas dos bolsos laterais;
- * Fazer casas dos botões;
- * Costurar botões.

Tecidos

Nome	Composição	Cor	Fornecedor	Quantidade	Preço	Custo
Brim coringa	100% Algodão	Amarelo fogo	Casa Blanca	50 cm	24,00/m -10%: 21,6	10,80
Brim coringa	100% Algodão	Azul pescador	Casa Blanca	50 cm	24,00/m -10%: 21,6	10,80

Aviamentos

Nome	Composição	Cor	Fornecedor	Quantidade	Preço	Custo
Zíper Nylon	100% Nylon	Amarelo fogo	Armarinho São José	1 und - 15 cm	4,00	4,00
Fio	100% Poliéster	Amarelo fogo	Mundo das linhas	1 tubo	4,20	1,50
Linha	100% Poliéster	Amarelo fogo	Mundo das linhas	1 tubo	3,20	1,50
Botão Sustentável	Ecológico	Madeira	CIA dos botões	6 und.	140 und. - 26,32	1,12

Custos materiais

29,72 reais

Mão-de-obra

	Preço	Custo/pç
Modelagem	30,00	7,50
Corte	5,00	5,00
Piloto	30,00	7,50
Costura	25,00	25,00
	TOTAL	45,00

Custos indiretos

	Preço	Custo/pç
Marketing	400,00	2,19
MEI	55,00	0,3
Transporte e Alimentação	30,00	0,16
Depreciação	100,00	0,54
Energia	40,00	0,21
	TOTAL	4,12

Valor diluído em 182 peças produzidas por mês

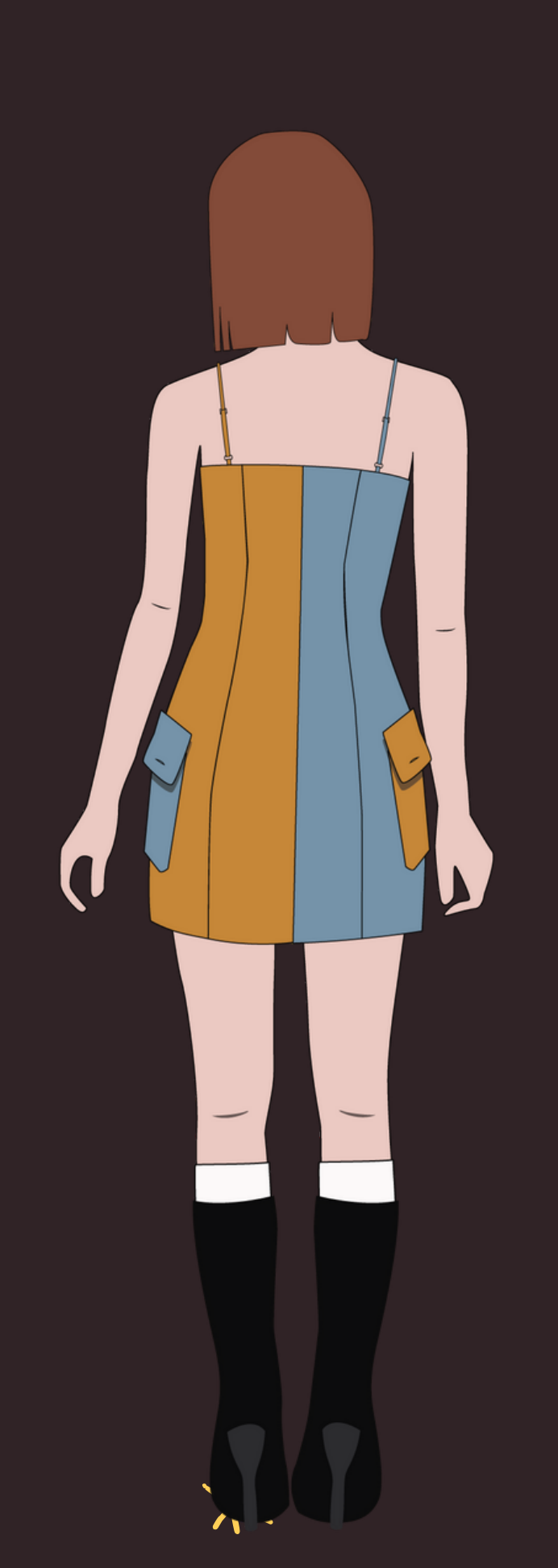
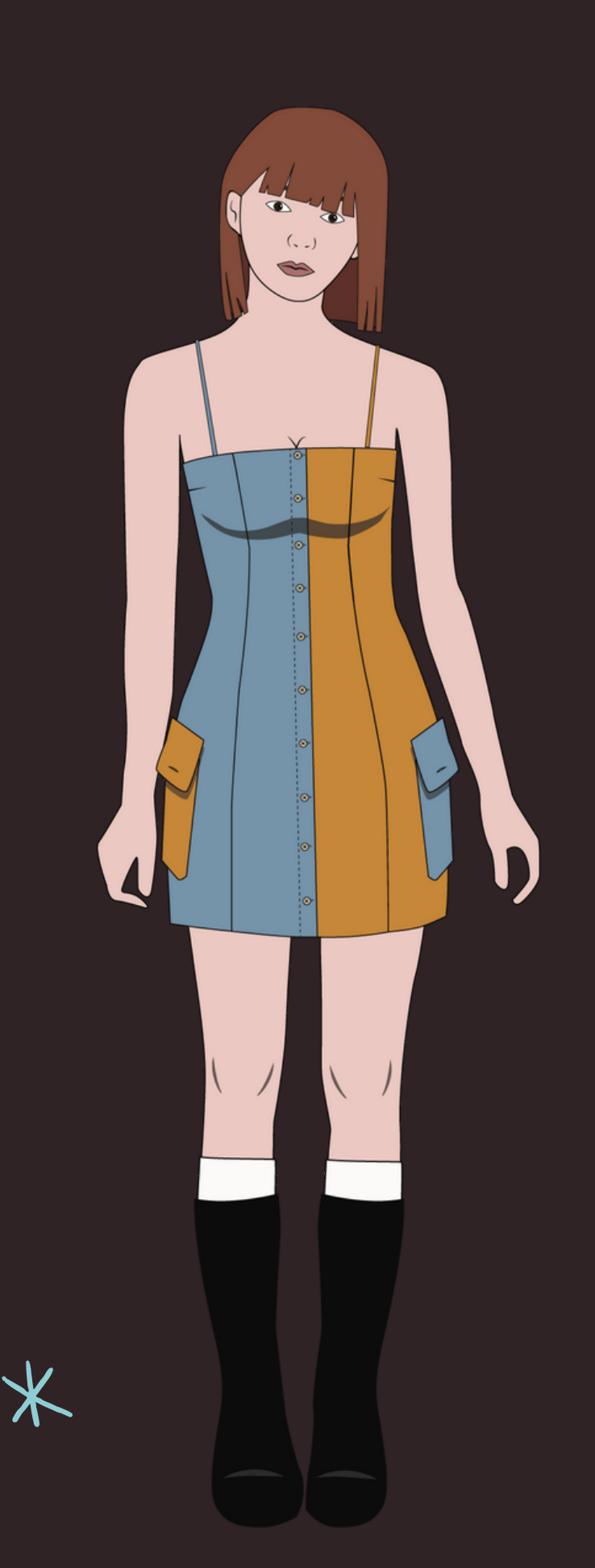
Tamanho	Quantidade
38	1
40	2
42	1
44	0
TOTAL	4

Pro labore	1.000,00
------------	----------









Valor diluído em 182 peças produzidas por mês

Custo total	Mark up	Preço total	Preço da peça
84,33	2	168,66	169,90





Sequência operacional

	Variação 1	Variação 2	Variação 3
A			
B			
C			
D			

- * Costurar alças;
- * Costurar pences;
- * Unir, overlocar e rebater recortes da frente;
- * Unir, overlocar e rebater recortes da costa;
- * Unir, overlocar e rebater lateral;
- * Costurar pences do forro;
- * Unir, overlocar e rebater partes do forro;
- * Unir, overlocar e rebater forro à peça, posicionando alças;
- * Virar e costurar parte do abotoamento na frente;
- * Costurar bainha da peça;
- * Preparar tampas dos bolsos;
- * Fazer bainha dos bolsos;
- * Costurar bolsos a peça;
- * Fazer casas de botões;
- * Costurar botões.

Tecidos

Nome	Composição	Cor	Fornecedor	Quantidade	Preço	Custo
Brim coringa	100% Algodão	Amarelo fogo	Casa Blanca	100 cm	24,00/m -10%: 21,6	24,00
Brim coringa	100% Algodão	Azul pescador	Casa Blanca	100 cm	24,00/m -10%: 21,6	24,00

Aviamentos

Nome	Composição	Cor	Fornecedor	Quantidade	Preço	Custo
Regulador + argola	Metal	Dourado	Armarinho São José	2 und.	100 und. - 24,99	0,49
Fio	100% Poliéster	Amarelo fogo	Mundo das linhas	1 tubo	4,20	1,50
Linha	100% Poliéster	Amarelo fogo	Mundo das linhas	1 tubo	3,20	1,50
Botão Sustentável	Ecológico	Madeira	CIA dos botões	12 und.	140 und. - 26,32	2,25

Custos materiais

53,74 reais

Mão-de-obra

	Preço	Custo/pç
Modelagem	30,00	7,50
Corte	5,00	5,00
Piloto	30,00	7,50
Costura	25,00	25,00
	TOTAL	45,00

Custos indiretos

	Preço	Custo/pç
Marketing	400,00	2,19
MEI	55,00	0,3
Transporte e Alimentação	30,00	0,16
Depreciação	100,00	0,54
Energia	40,00	0,21
	TOTAL	4,12

Valor diluído em 182 peças produzidas por mês

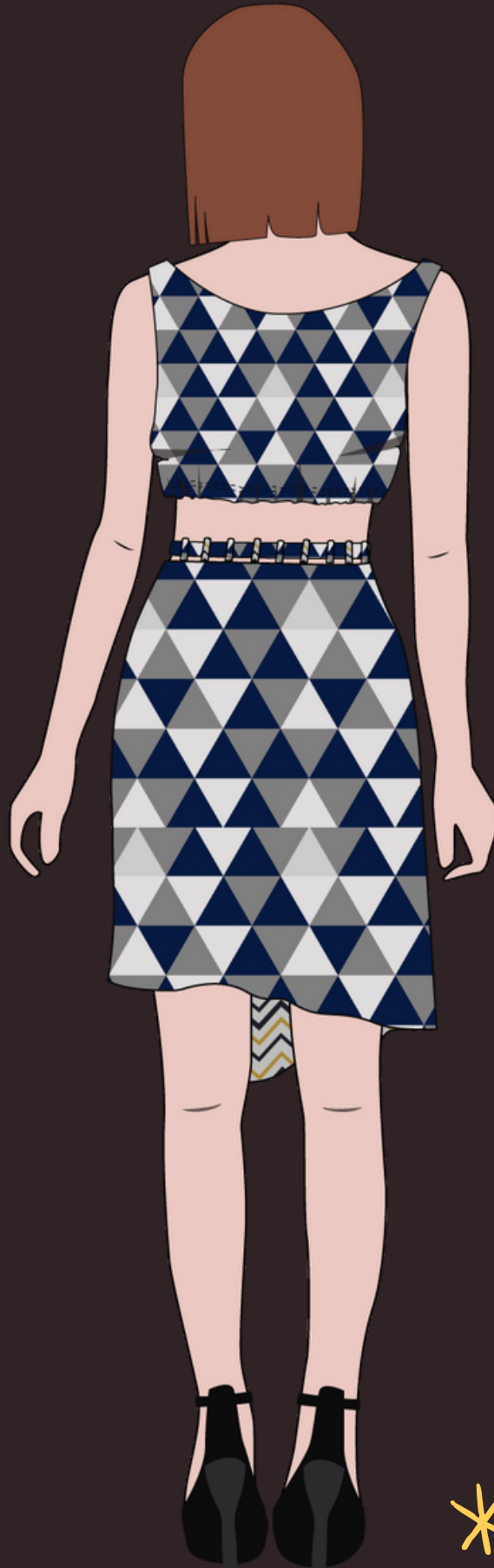
Tamanho	Quantidade
38	1
40	2
42	1
44	0
TOTAL	4

Pro labore	1.000,00
------------	----------

Valor diluído em 182 peças produzidas por mês

Custo total	Mark up	Preço total	Preço da peça
108,35	2	216,70	216,90





Sequência operacional

	Variação 1	Variação 2	Variação 3
A			
B			
C			
D			

- * Costurar recorte da frente 1 e 2;
- * Unir e overlocar ombros;
- * Unir e overlocar gola;
- * Unir e overlocar laterais;
- * Unir borda da peça;
- * Costurar borda da peça deixando espaço para o barbante;
- * Colocar o barbante.

Tecidos

Nome	Composição	Cor	Fornecedor	Quantidade	Preço	Custo
Tricoline	89% Algodão 11% Elastano	Estampado	Casa Blanca	40 cm	20,00/m -10%: 18,00	7,20
Tricoline	89% Algodão 11% Elastano	Estampado	Casa Blanca	40 cm	20,00/m -10%: 18,00	7,20

Aviamentos

Nome	Composição	Cor	Fornecedor	Quantidade	Preço	Custo
Fio	100% Poliéster	Azul marinho	Mundo das linhas	1 tubo	4,20	1,00
Linha	100% Poliéster	Azul marinho	Mundo das linhas	1 tubo	3,20	1,00
Cordão Polipropileno	66% Polipropileno 34% Algodão	Azul Marinho	São José	1 m	10m - 5,00	0,50

Custos materiais

16,90 reais

Mão-de-obra

	Preço	Custo/pç
Modelagem	30,00	7,50
Corte	5,00	5,00
Piloto	25,00	6,25
Costura	20,00	20,00
	TOTAL	38,75

Custos indiretos

	Preço	Custo/pç
Marketing	400,00	2,19
MEI	55,00	0,3
Transporte e Alimentação	30,00	0,16
Depreciação	100,00	0,54
Energia	40,00	0,21
	TOTAL	4,12

Valor diluído em 182 peças produzidas por mês

Tamanho	Quantidade
38	1
40	2
42	1
44	0
TOTAL	4

Pro labore	1.000,00
------------	----------

Valor diluído em 182 peças produzidas por mês

Custo total	Mark up	Preço total	Preço da peça
65,26	2	130,52	130,90



Sequência operacional

	Variação 1	Variação 2	Variação 3
A			
B			
C			
D			

- * Costurar passantes;
- * Costurar pences;
- * Costurar bainha dos bolsos;
- * Costurar bolso no lado 1 da peça;
- * Costurar bolso no lado 2 da peça;
- * Unir e overlocar laterais;
- * Unir cintura da peça posicionando passantes nas marcações;
- * Unir e overlocar as extremidades da peça;
- * Rebater toda a peça;
- * Unir e retater cinto;
- * Costurar meias argolas no cinto.

Tecidos

Nome	Composição	Cor	Fornecedor	Quantidade	Preço	Custo
Tricoline	89% Algodão 11% Elastano	Estampado	Casa Blanca	60 cm	20,00/m -10%: 18,00	10,80
Tricoline	89% Algodão 11% Elastano	Estampado	Casa Blanca	60 cm	20,00/m -10%: 18,00	10,80

Aviamentos

Nome	Composição	Cor	Fornecedor	Quantidade	Preço	Custo
Fio	100% Poliéster	Azul marinho	Mundo das linhas	1 tubo	4,20	1,50
Linha	100% Poliéster	Azul marinho	Mundo das linhas	1 tubo	3,20	1,50
Meia argola	Metal	Prata	Armarinho São José	1 und.	8,99/10 und.	1,79

Custos materiais

26,39 reais

Mão-de-obra

	Preço	Custo/pç
Modelagem	30,00	7,50
Corte	5,00	5,00
Piloto	30,00	7,50
Costura	25,00	25,00
	TOTAL	45,00

Custos indiretos

	Preço	Custo/pç
Marketing	400,00	2,19
MEI	55,00	0,3
Transporte e Alimentação	30,00	0,16
Depreciação	100,00	0,54
Energia	40,00	0,21
	TOTAL	4,12

Valor diluído em 182 peças produzidas por mês

Tamanho	Quantidade
38	1
40	2
42	1
44	0
TOTAL	4



Pro labore	1.000,00
------------	----------

Valor diluído em 182 peças produzidas por mês

Custo total	Mark up	Preço total	Preço da peça
81,00	2	162,00	162,00











lento

Editar perfil



3 publicações

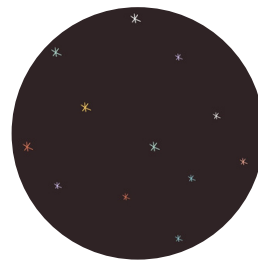
xxx seguidores

xx seguindo

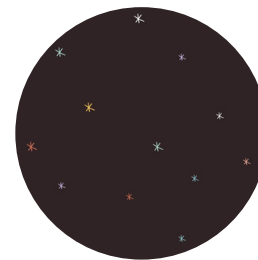
Marca de moda feminina

- Usamos tecidos recuperados de estoque de fabricantes e marcas parceiras como matéria-prima para as peças criativas e versáteis.
- Peças criativas e versáteis.

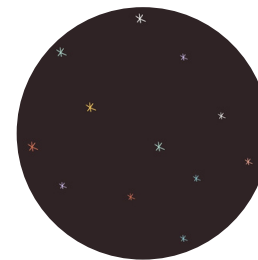
<https://lento.com.br>



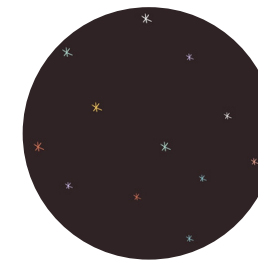
Nova coleção



Quem somos



Parcerias



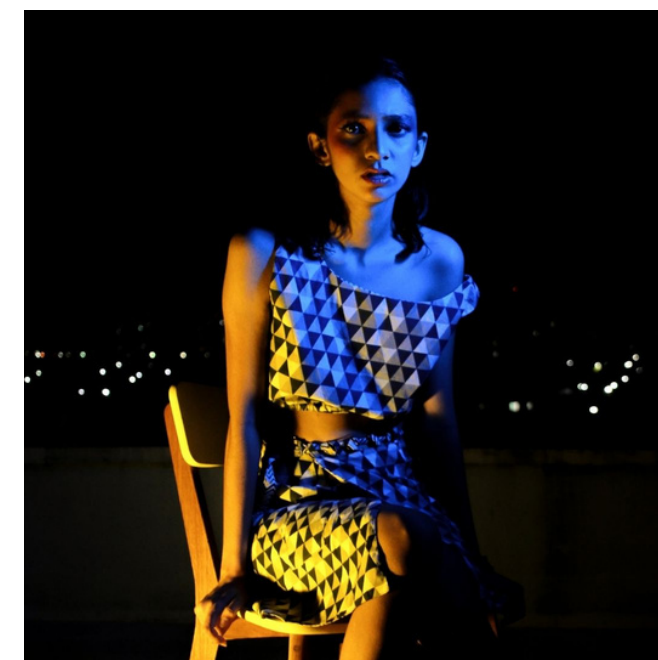
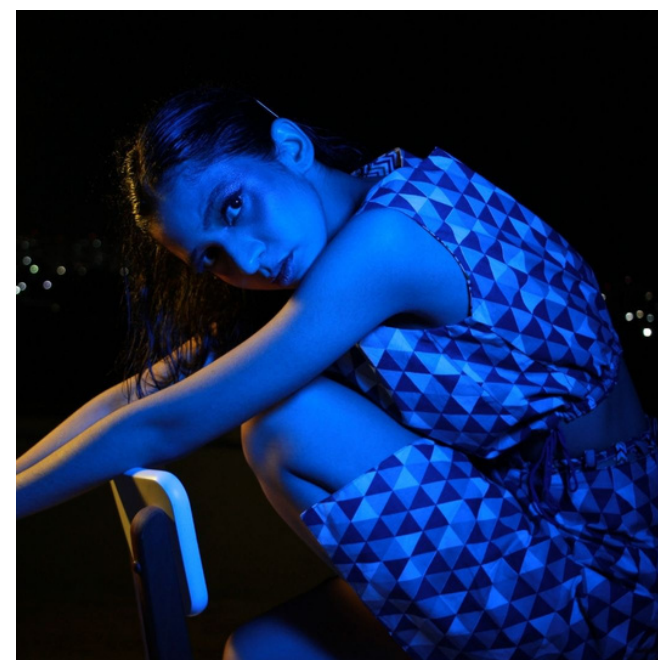
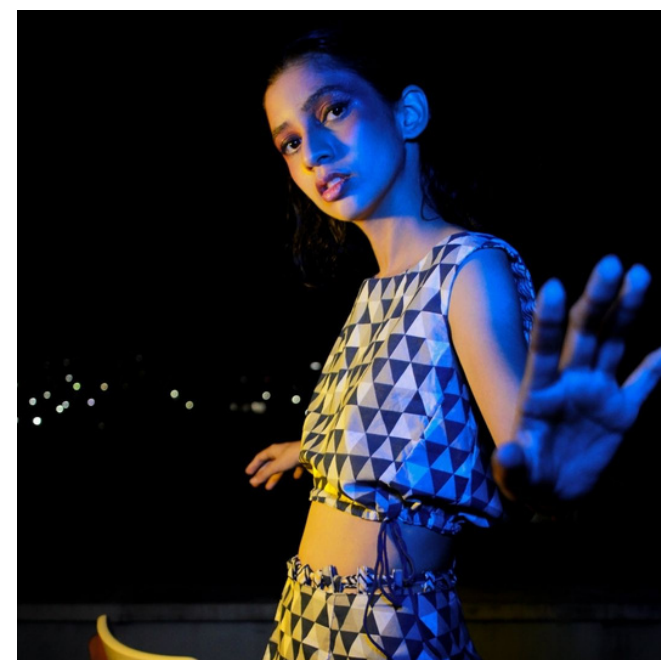
Templates



PUBLICAÇÕES

📺 VÍDEOS

👤 MARCADOS





LENTO

@lentooficial - Vestuário (marca)

 **Comprar agora**

 lento.com.br

[Página inicial](#)

[Sobre](#)

[Fotos](#)

[Vídeos](#)

[Mais ▾](#)

 **Curtir**

Mensagem



Álbuns

[Ver tudo](#)



Fotos da linha do tempo
20 itens



Instagram Photos
10 itens



Coleção 2021
20 itens



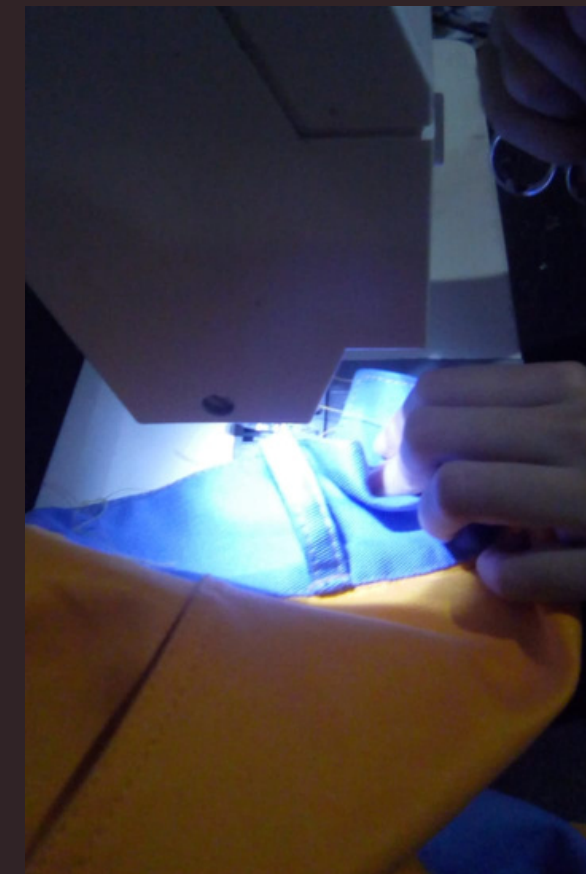
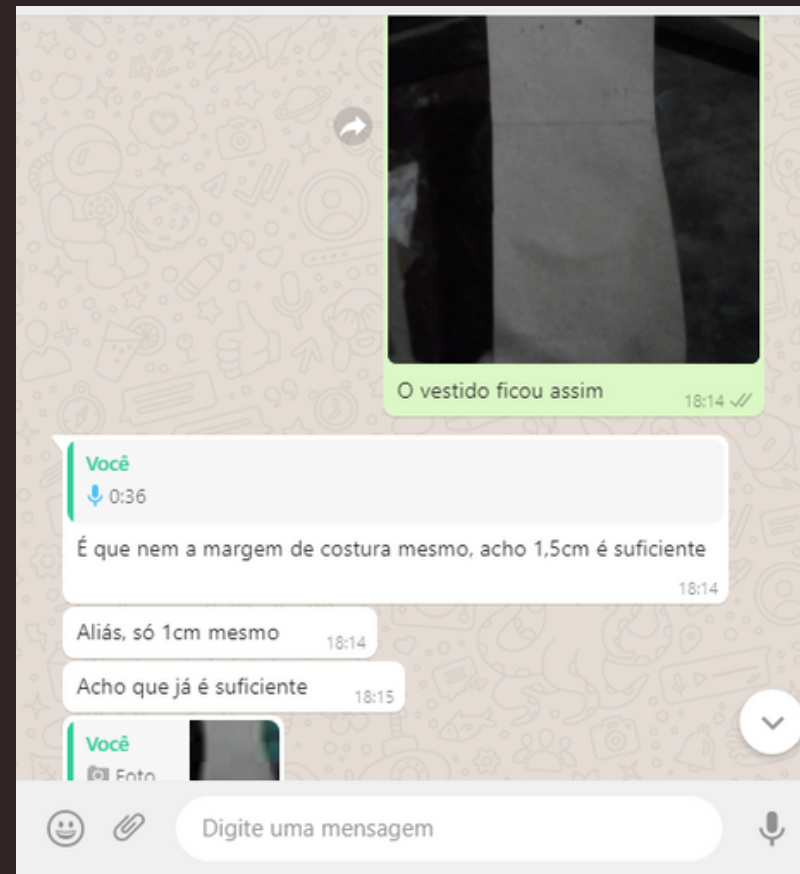
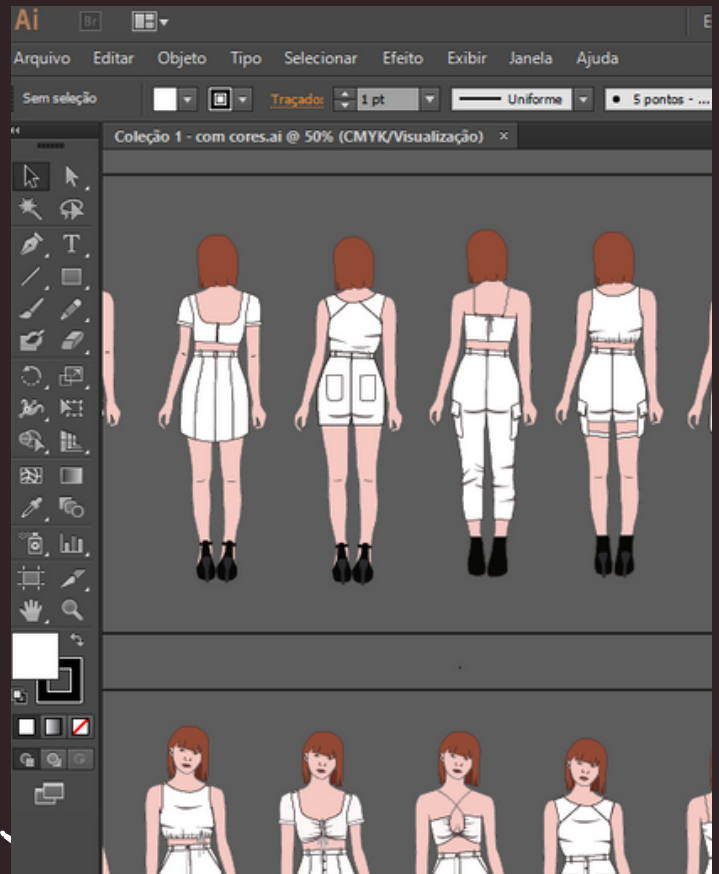
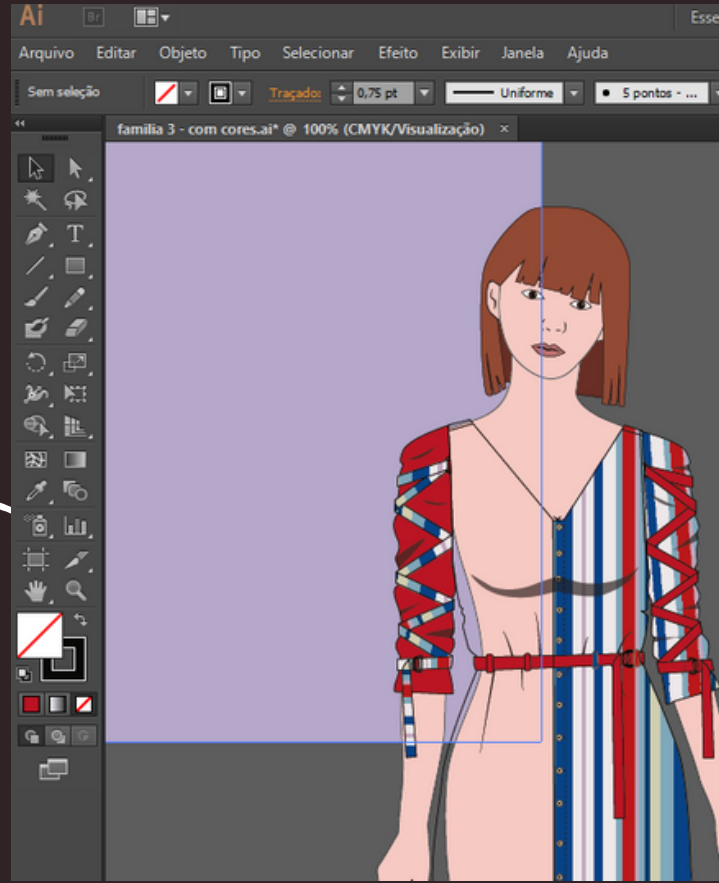
Quente e Frio
15 itens

MÍDIA KIT

Produtos sustentáveis



MAKING OF



CONCLUSÃO

Como uma marca nova sabemos que o mais importante para se firmar no mercado é aproximar-se do público e faremos isso mostrando para nossos clientes quem somos, o que fazemos, como e porque. No entanto, também entendemos as dificuldades deste primeiro momento de entrada no mercado, além da dificuldade também de ser uma marca sustentável no contexto mercadológico atual, porém faremos nosso melhor para crescer e expandir a Lentô para todo o país inclusive com lojas físicas.

Entendemos que a humanidade está tornando-se cada vez mais preocupado com o futuro do planeta e por consequência vem surgindo cada vez mais iniciativas sustentáveis no mercado da moda mundial e estamos felizes que fazemos parte desta parcela evolutiva.

AGRADECIMENTOS

À minha irmã, por ser meu maior apoio, me incentivar desde sempre a realizar meus sonhos, à Ariádila Matos.

À minha mãe, por não medir esforços para que eu sempre tivesse uma boa educação e alcançasse meus objetivos, à Eugênia Matos.

Ao meu pai, por estar sempre presente, mesmo longe, nunca duvidar do meu potencial e me apoiar incondicionalmente, à Antônio Sousa Matos.

A minha amiga por dedicar seu tempo a me ajudar com a modelagem dos protótipos da coleção, à Adriana Lacerda.

A minha pilotista favorita pela paciência e o carinho em costurar os protótipos da coleção, à Maria.

Ao Davi pelas fotos maravilhosas, ao Breno pela produção incrível e a Clara pela maquiagem babadeira.

À minha orientadora pela grande ajuda no processo de construção deste trabalho, à Joelma Damasceno Matos.

Aos Unocórnios, pelas amizades, o incentivo e o companheirismo. E pelas divertidas partidas de UNO e as crises de riso nos intervalos das aulas.

Às Cobrianes, pelos momentos de descontração, que me ajudaram a passar pelas dificuldades.

Às professoras Germana Fontenelle e Marta Sorelia, pela disponibilidade e contribuição para o enriquecimento do trabalho.