

RITA







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

**MARIA ERLANE MENDONÇA LIMA**

**RITA: DESENVOLVIMENTO DE MARCA E COLEÇÃO DE MODA**

**FORTALEZA**

**2021**



MARIA ERLANE MENDONÇA LIMA

RITA: DESENVOLVIMENTO DE MARCA E COLEÇÃO DE MODA

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: Produto.

FORTALEZA

2021



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)

---

- L699r Lima, Maria Erlane Mendonça.  
Rita : desenvolvimento de marca e coleção de moda / Maria Erlane Mendonça Lima. – 2021.  
119 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: Profa. Ma. Marta Sorelia Felix de Castro.
1. Slow fashion. 2. Técnicas artesanais. 3. Criação de marca. 4. Coleção de moda. I. Título.
- CDD 391
-



MARIA ERLANE MENDONÇA LIMA

RITA: DESENVOLVIMENTO DE MARCA E COLEÇÃO DE MODA

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: Produto.

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

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Ma. Marta Sorelia Felix de Castro (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Ma. Patricia Montenegro Matos Albuquerque  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Esp. Lucélia Felix de Castro  
Universidade Estadual do Ceará (UECE)



## A DESIGNER

Erlane Mendonça, 26 anos, cearense, estudante de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará (UFC). Desde muito cedo aprecia desenvolver trabalhos manuais. Quando criança e adolescente aprendeu através dos ensinamentos de sua mãe, avó materna, tias e primas algumas técnicas artesanais, como o bordado, crochê e aplicação de retalhos. A paixão pelo feito a mão é refletida em seus trabalhos do curso. Na Universidade, esteve inseridas em alguns projetos de bolsas vinculadas ao curso, como o desenvolvimento de atividades na coordenação desse e, atualmente, promovendo o acolhimento dos recém-ingressos 2021.1. Neste último projeto têm realizado a ministração de oficinas de cunho terapêuticas aos calouros do curso. A moda e seu universo sempre lhe encantou, e é neste meio que ela se encontra e pretende permanecer.



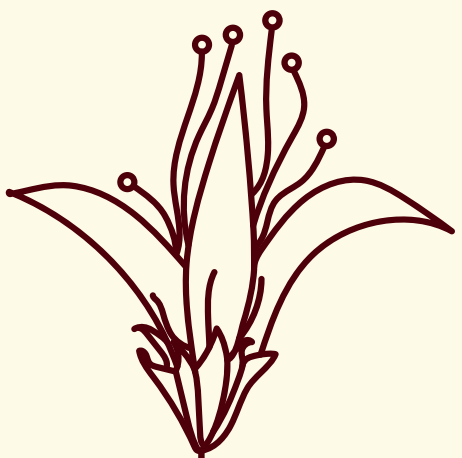




# BRIEFING

TÓPICOS BÁSICOS	CONTEÚDOS	DESCRIÇÃO
NATUREZA DO PROJETO E CONTEXTO	JUSTIFICATIVA	<p>Rita é uma marca de moda autoral cearense que cria roupas voltadas para o segmento feminino com shapes minimalistas. Rita nasce do desejo, de sua idealizadora, por uma moda mais consciente e que prioriza iniciativas socioambientais. As criações da marca são pensadas mediante a valorização de saberes e técnicas artesanais, sobretudo aqueles que estão presentes na cultura Nordestina. O tingimento natural e o crochê são atividades artesanais essenciais para o desenvolvimento dos produtos da Rita. A aplicação dessas duas práticas artesanais mostram um indicativo de sustentabilidade, especialmente, por substituir a lógica fugaz do “produzir moda” nos dias atuais, por meio do resgate e perpetuação de atividades manuais desvalorizadas no atual sistema capitalista de produção e consumo. Outro aspecto, está relacionado a ausência, em parte, de agentes químicos na coloração dos artigos de vestuário, o que favorece um processo de confecção mais limpo para seus produtos.</p>





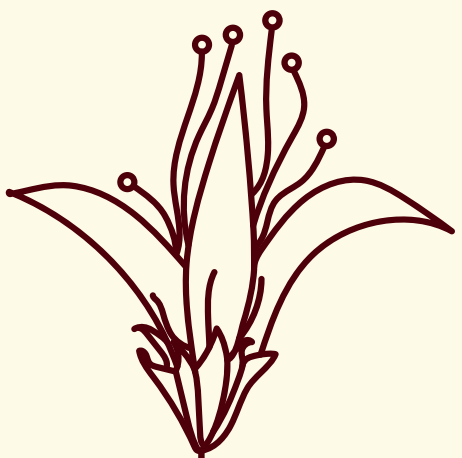
# BRIEFING

NATUREZA DO PROJETO  
E CONTEXTO

OBJETIVOS DO PROJETO

- Introduzir a marca no mercado de moda cearense;
- Criar produtos de moda mediante os conceitos do movimento de Slow Fashion;
- Desenvolver roupas através da utilização de duas práticas artesanais (tingimento natural e crochê);
- Firmar parcerias com feirantes, supermercados e pequenos agricultores a fim de reunir material tintório, em grandes proporções, para colorir nossos produtos;
- Estimular o consumo consciente;
- Criar roupas ergonômicas, com design diferenciado, e, sobretudo, mais sustentáveis.

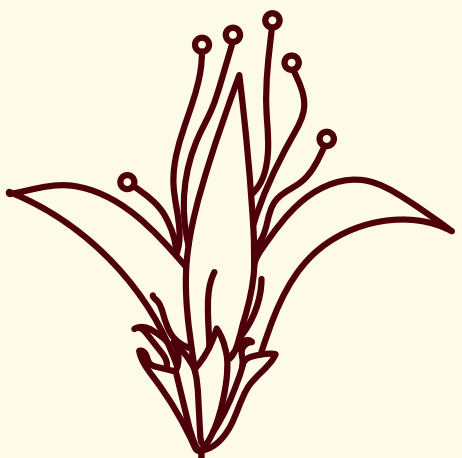




# BRIEFING

NATUREZA DO PROJETO E CONTEXTO	RESULTADOS DESEJÁVEIS	<ul style="list-style-type: none"><li>● Consolidação da marca no segmento de moda feminina com foco no posicionamento da marca;</li><li>● Desenvolver o design emocional entre a marca, clientes e consumidores por meio de valores sustentáveis;</li><li>● Produção de roupas em etapas mais sustentáveis, sob o ponto de vista ambiental e social;</li><li>● Reconhecimento em território cearense;</li><li>● Concretização de parcerias com fornecedores de material tintório e artesãos locais.</li></ul>
	RESPONSABILIDADES DO PROJETO	<ul style="list-style-type: none"><li>● Produzir roupas em etapas sustentáveis,</li><li>● Responsabilidade ambiental e social;</li><li>● Contribuir na geração de renda para artesãos e pequenos fornecedores de materiais tintoriais;</li><li>● Impactar positivamente a respeito do consumo consciente de artigos do vestuário;</li><li>● Ajudar na valorização de práticas e saberes artesanais visando sua perpetuação.</li></ul>

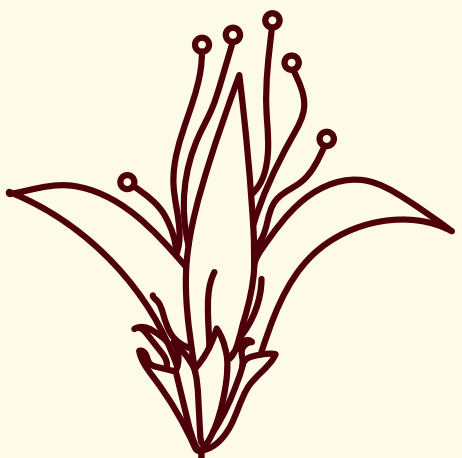




# BRIEFING

ANÁLISE SETORIAL	MARCA	Rita
	PRODUTO	Vestuário socialmente feminino
	PREÇO	De R\$ 100,00 à R\$ 800,00
	PROMOÇÃO	<ul style="list-style-type: none"><li>● Mídias sociais: Instagram e Facebook;</li><li>● Lojas colaborativas e eventuais feiras: visual merchandising que visa valorizar o conceito da marca.</li></ul>
	PRAÇA	E-commerce (Site, Instagram, Facebook, WhatsApp); lojas colaborativas e feiras.
	ESTUDO DAS TENDÊNCIAS	A proposta da Rita concentra-se em criar roupas com shapes minimalistas e atemporais, com base nisso, as tendências de moda serão utilizadas de forma moderada. Desta maneira, serão adotadas tendências que priorizem o conforto e ergonomia do produto. Além de materiais e tecnologias que contribuam para viabilizar uma produção de artigos de vestuário mais sustentável.

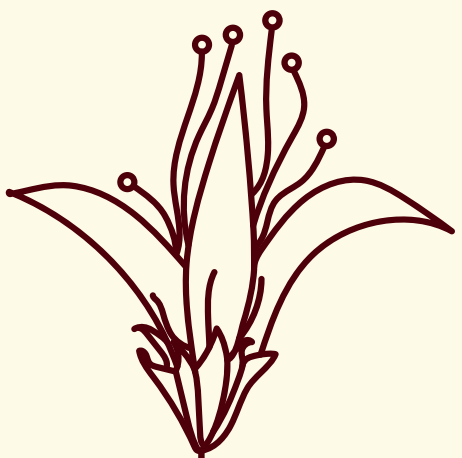




# BRIEFING

ANÁLISE SETORIAL	CONCORRENTES	Flávia Aranha; Gabriela Fiuza; Marina Bitu; Bia que fez; Grão.
	TECNOLOGIA	<b>Crochê:</b> agulha de crochê. <b>Tingimento natural:</b> fogão industrial; panelas grandes; colheres de pau; balança digital e coadores. <b>Modelagem:</b> réguas, esquadros, fita métrica, carretilha, papel kraft e alfinetes. <b>Corte:</b> faca de corte, mesa de corte e prendedores de tecido. <b>Costura:</b> reta, overlock, interlock, galoneira, caseadeira e máquina de travete <b>Acabamento:</b> ferro de passar.
	ESTRATÉGIAS DA EMPRESA	<ul style="list-style-type: none"><li>● Criação de produtos diferenciados e exclusivos com toque artesanal no mercado de moda cearense;</li><li>● Roupas minimalistas e atemporais unidas às práticas artesanais, com ênfase, em especial, no tingimento natural e crochê;</li><li>● Uso de linhas de crochê feitas com algodão reciclado. Exemplo: marca EuroRoma;</li><li>● Cartela de cores exclusiva obtida através do tingimento natural;</li><li>● Comunicação humanizada nos canais de promoção da marca;</li><li>● Estratégias de branding.</li></ul>





# BRIEFING

PÚBLICO ALVO	GÊNERO	Pessoas que se identificam com o vestuário feminino.
	FAIXA ETÁRIA	25 a 45 anos
	NÍVEL DE RENDA	Classe B e C
	HÁBITO DE CONSUMO	Pessoas que possuem hábitos mais sustentáveis. Desta maneira procuram adquirir roupas exclusivas, atemporais, minimalistas, e, principalmente, aquelas que são desenvolvidas através de etapas de produção pouco impactantes a natureza e sociedade.



# CONCEITO DE MARCA

Rita é uma marca de moda autoral de berço cearense. O seu nome remete às raízes de nossa terrinha. Nome que remete simplicidade e ao mesmo tempo resistência, características marcantes das mulheres nordestinas, inclusive de dona Rita de Cássia, a pessoa a qual inspirou o nome da marca.

A Rita surge em meio ao sonho de sua idealizadora de criar roupas a partir da união de duas das suas paixões: o crochê e o tingimento natural. Sabe-se que as práticas artesanais, no atual modelo de produzir artigos de vestuário, acabaram sendo esquecidas. O fato se dá, especialmente, pela frenética maneira de consumir e de produzir produtos de moda na contemporaneidade.

A marca nasceu do desejo de mudar o presente modelo de produção do vestuário, através da valorização de práticas de cunho artesanal, como o tingimento natural e o crochê. A união dessas atividades manuais mostram um poderoso indicativo de sustentabilidade, justamente por irem contra a lógica de fugacidade de produzir e consumir da sociedade contemporânea. Além disso, todas etapas de construção de seus produtos são minuciosamente pensadas a fim de reduzir os impactos socioambientais, ou seja, desde a escolha dos materiais até o descarte destes. A marca prioriza uma forma de produção lenta que contradiz a produção em larga escala. As roupas tratam-se de peças exclusivas feitas a partir de uma produção que valoriza o tempo do fazer artesanal.



# PAINEL C.D.S

## COMPETIVIDADE

- Produtos exclusivos
- Posicionamento socioambiental consistente
- Boa comunicação com os consumidores

## DIFERENCIAÇÃO

- Roupas minimalistas utilizando técnicas artesanais: crochê e tingimento natural
- Tingimento natural: cartela de cores exclusivas
- Crochê: linha de crochê feita com algodão reciclado
- Modelagem ergonômica



# PAINEL C.D.S

## SUSTENTABILIDADE

### ECONÔMICA

- Pensamento circular de produção
- Reaproveitamento de frutas e vegetais vendidos em supermercados e mercadinhos que iriam ser descartados
- Uso de mão de obra local

### SOCIAL

- Geração de renda para artesãos locais
- Remuneração adequada para artesãos e colaboradores
- Conscientização ambiental de nossos consumidores

### AMBIENTAL

- Uso de alguns insumos proveniente de algodão reciclado
- Não utilização de produtos químicos na coloração dos produtos
- Uso de tecidos de fibras naturais e de fácil decomposição





# ANÁLISE S.W.O.T

## FORÇAS

- Valorização de técnicas artesanais
- Produtos diferenciados
- Cartela de cores exclusiva
- Produtos alinhados aos conceitos de sustentabilidade

## OPORTUNIDADES

- Artesãos locais com vasta experiência
- Mercado pouco saturado
- Alguns insumos são de fácil acesso
- Maior conscientização das pessoas com relação ao Slow Fashion

## FRAQUEZAS

- Marca nova no mercado
- Pouco capital de investimento
- Custo elevado dos produtos
- Uniformidade dos produtos

## AMEAÇAS

- Desvalorização do artesanato
- Crise econômica mundial
- Pandemia da COVID-19
- Cópias





# PAINEL DE MERCADO



**GRÃO**

**@grao.official**

**Estado:** Ceará

Grão é uma marca que confecciona roupas biodegradáveis, além disto essas são tingidas a partir de material tintório vegetal.

**Média de preços:** R\$ 100,00 - R\$ 600,00 reais

**CONCORRENTE LOCAL**



**BIA QUE FEZ**

**@biaquefez**

**Estado:** São Paulo

Bia que fez é uma marca de moda autoral na qual produz roupas a partir de tecidos composto por fibras naturais, além disto, esses artigos de vestuário são coloridos através do tingimento natural

**Média de preços:** R\$ 100,00 - R\$ 500,00 reais

**CONCORRENTE NACIONAL**



**FLÁVIA ARANHA**

**@flaviaaranha\_**

**Estado:** São Paulo

Flavia Aranha é uma marca bastante conhecida por tingir seus produtos de vestuário usando insumos naturais, tais como cascas, sementes, folhas e entre outros materiais de origem vegetal.

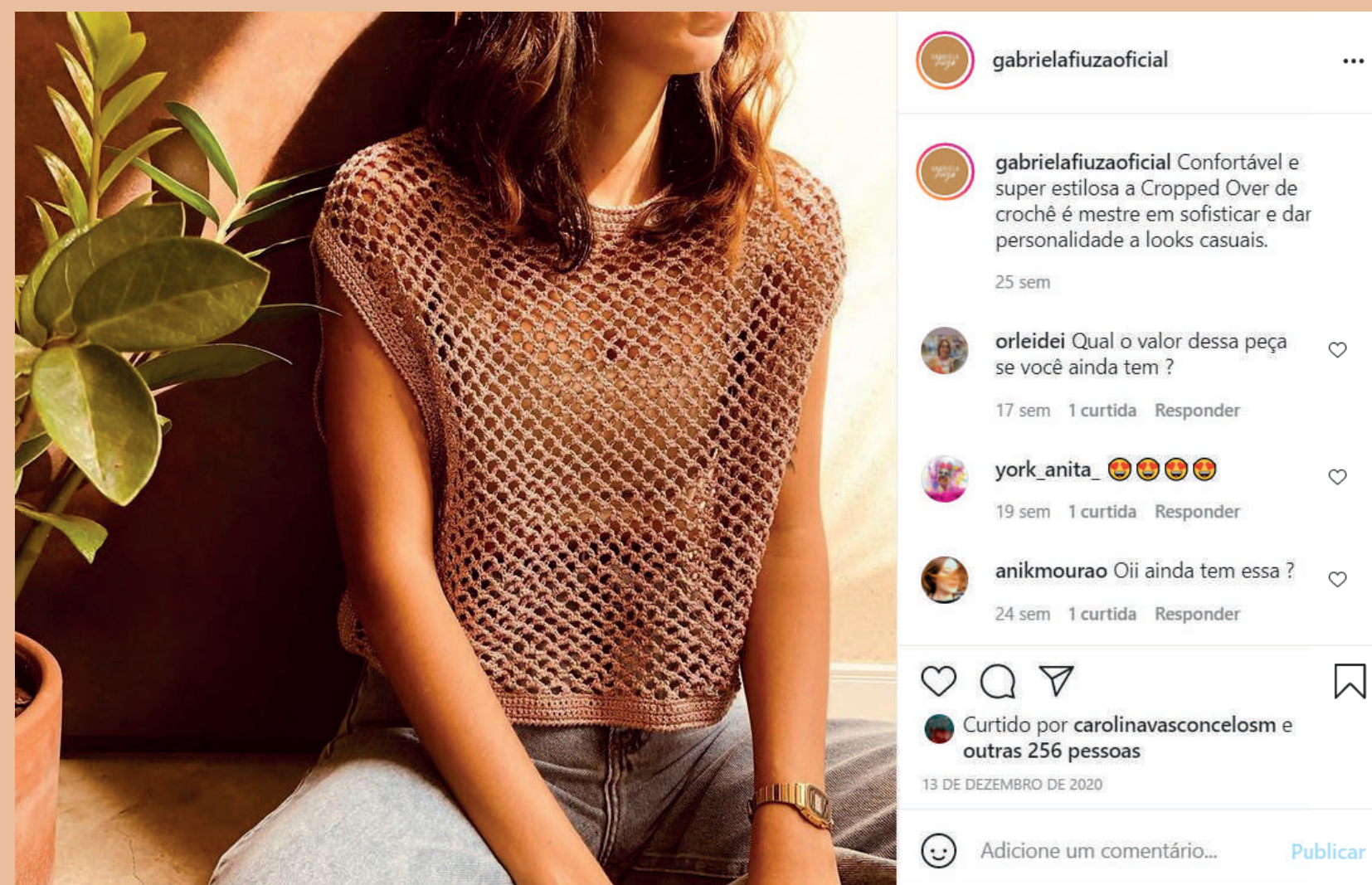
**Média de preços:** R\$ 100,00 - R\$ 2.000,00 reais

**CONCORRENTE NACIONAL**





# PAINEL DE MERCADO



GABRIELA FIUZA

**@gabrielfiuaoficial**

**Estado:** Ceará

Grão é uma marca autoral cearense, que tem como princípio a valorização do feito a mão. Algumas de seus produtos são desenvolvidos por meio do crochê.

**Média de preços:** R\$ 100,00 - R\$ 2.000,00 reais

**CONCORRENTE LOCAL**



MARINA BITU

**@marinabitu**

**Estado:** Ceará

Marina Bitu é um marca de moda autoral cearense que preza pela utilização de insumos naturais. Vale destacar que esta opta por produzir de forma descelarada, o que caracteriza-a como uma marca de Slow Fashion.

**Média de preços:** R\$ 100,00 - R\$ 1.000,00 reais

**CONCORRENTE LOCAL**





# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

Uma pesquisa de público-alvo para a marca Rita foi aplicada em grupos de redes sociais por meio de um formulário eletrônico entre os meses de **Junho** e **Agosto** de **2021**. A pesquisa obteve um total de **74** (setenta e quatro) respostas.



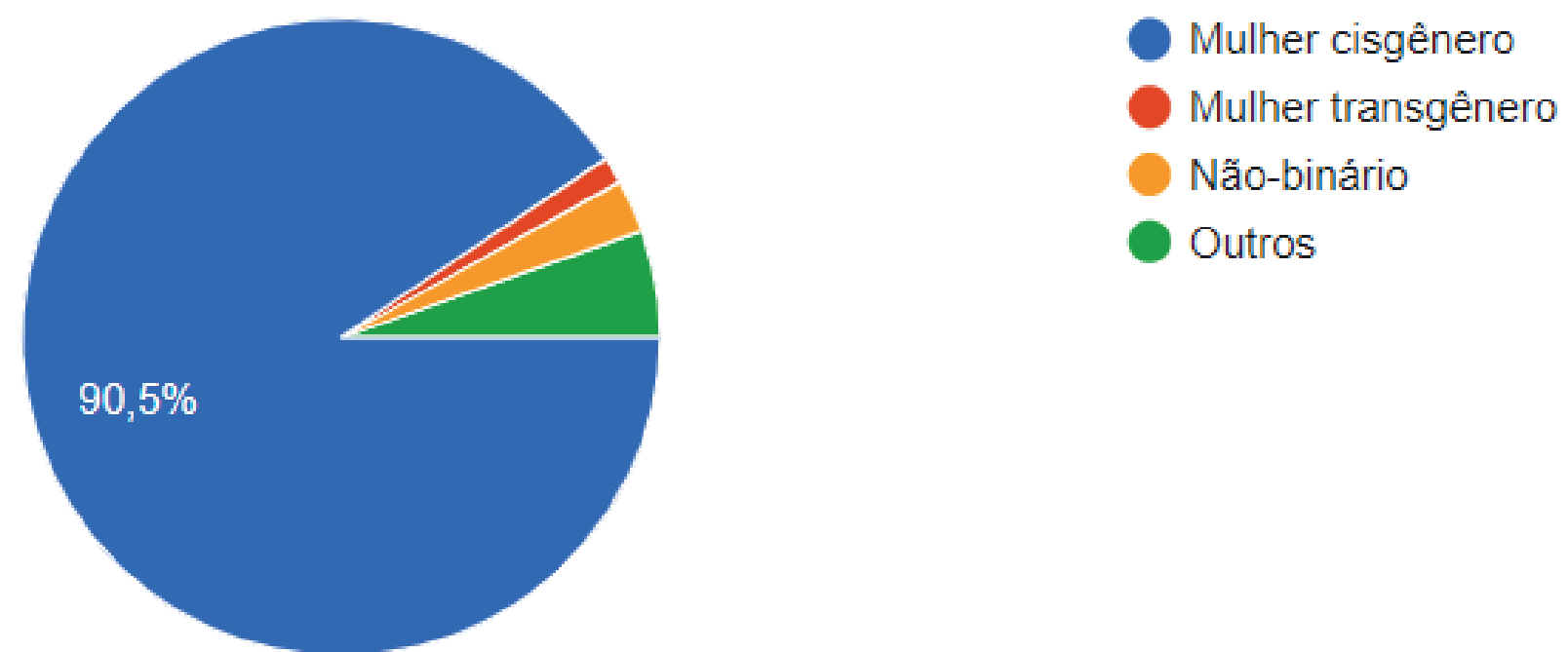
# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

PESQUISA SOCIOECONÔMICA

## PERGUNTA 1

Sou uma mulher...

74 respostas

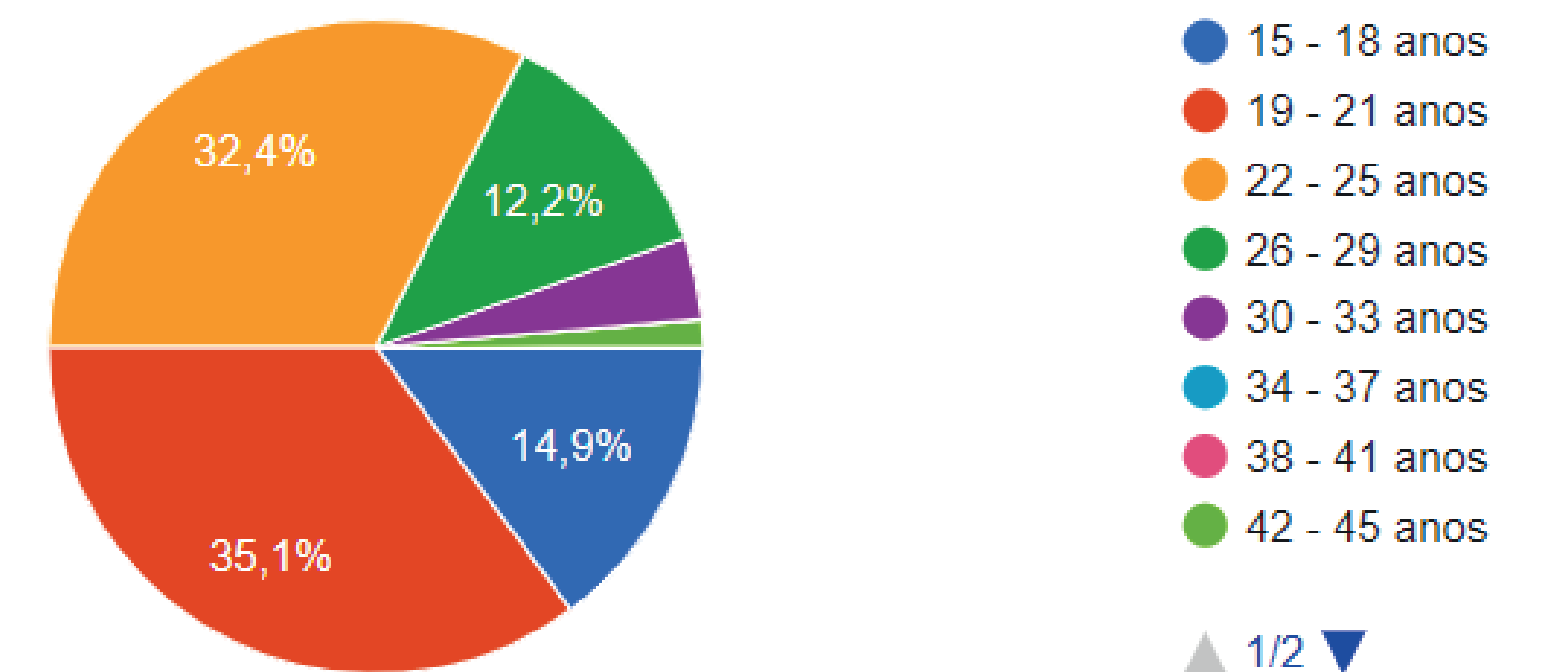


A maioria das pessoas que reponderam se identificam como mulheres cisgênero (**90,5%**)

## PERGUNTA 2

Quantos anos você têm?

74 respostas



As mulheres que responderam o formulário possuem entre 15 a 33 anos de idade. Sendo que as maiores concentrações de mulheres estão nas faixas etárias de 19-21 anos (**35,1%**) e 22-25 anos (**32,4%**).



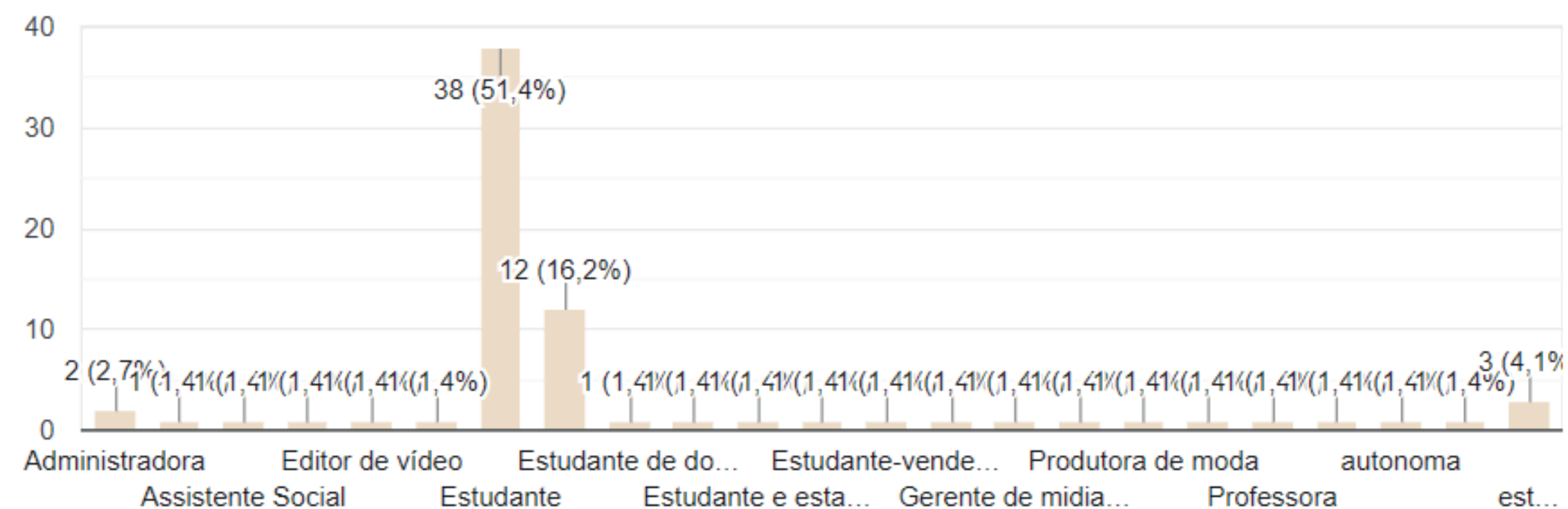
# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

PESQUISA SOCIOECONÔMICA

## PERGUNTA 3

Qual a sua ocupação? (Exemplos: estudante, professora, vendedora...)

74 respostas

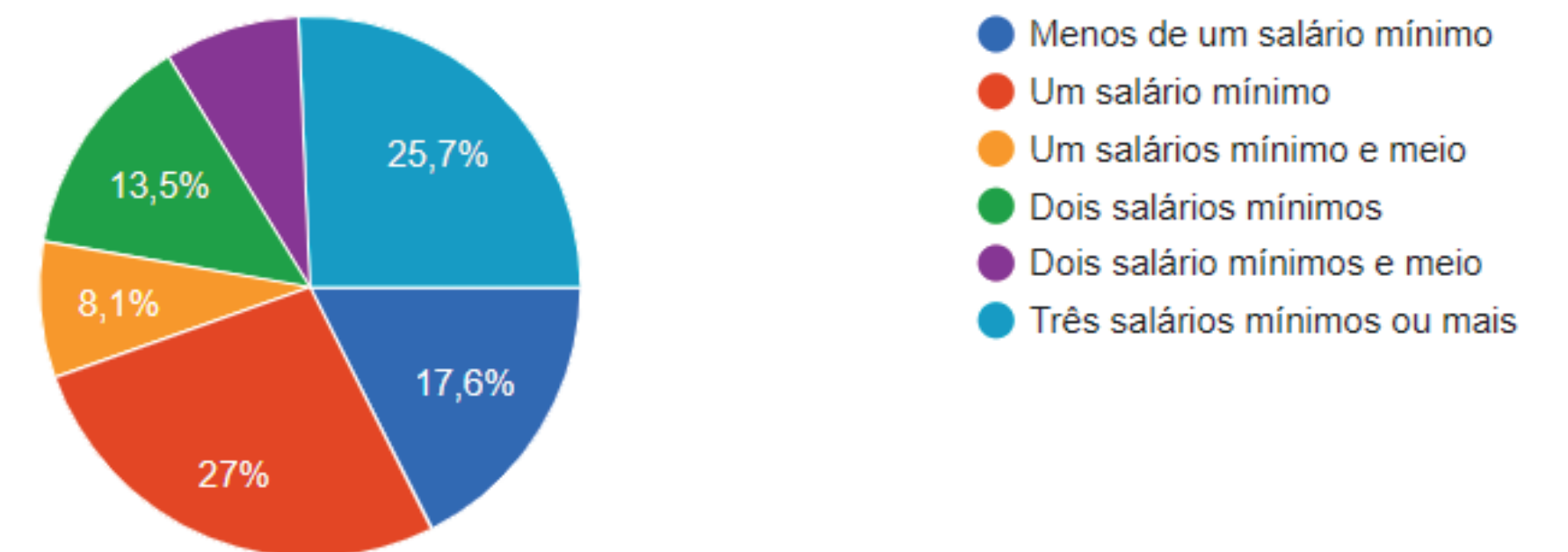


As ocupações que mais predominam são: **ESTUDANTE, ESTAGIÁRIA e EMPREENDEDORA** ou **MICROEMPREENDEDORA**.

## PERGUNTA 4

Qual sua renda familiar per capita mensal?

74 respostas



Quanto a renda mensal *per capita*, existem uma distribuição quase uniforme entre os itens, sendo que a maior parte das pessoas possuem um salário mínimo (**27%**) seguido de pessoas que possuem três salários mínimos ou mais (**25,7%**).



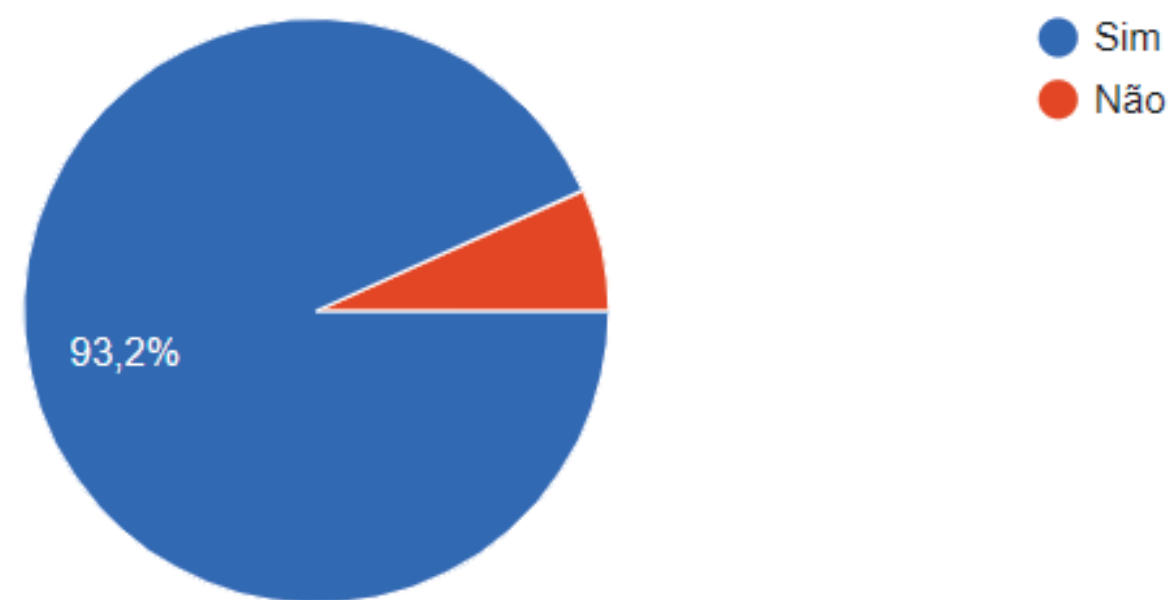
# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

PESQUISA SOCIOECONÔMICA

## PERGUNTA 5

Você mora no estado do Ceará?

74 respostas



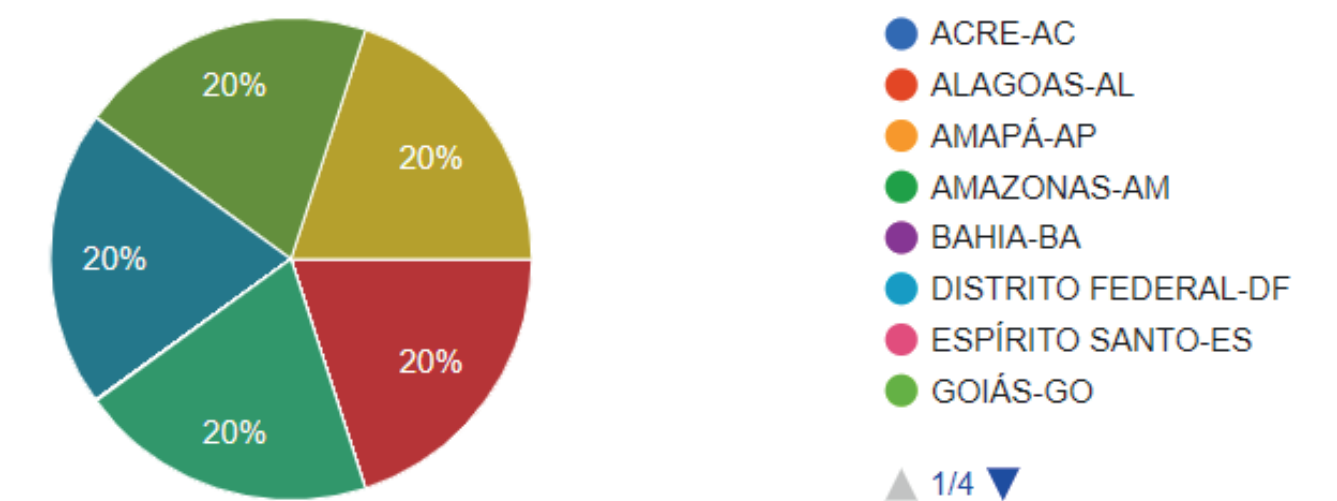
Dentre as entrevistadas, boa parte moram no estado do Ceará.

Poucas pessoas reponderam esse item. Vale destacar que duas pessoas residem no Nordeste

## PERGUNTA 7

Se NÃO mora no estado do Ceará, qual estado você reside?

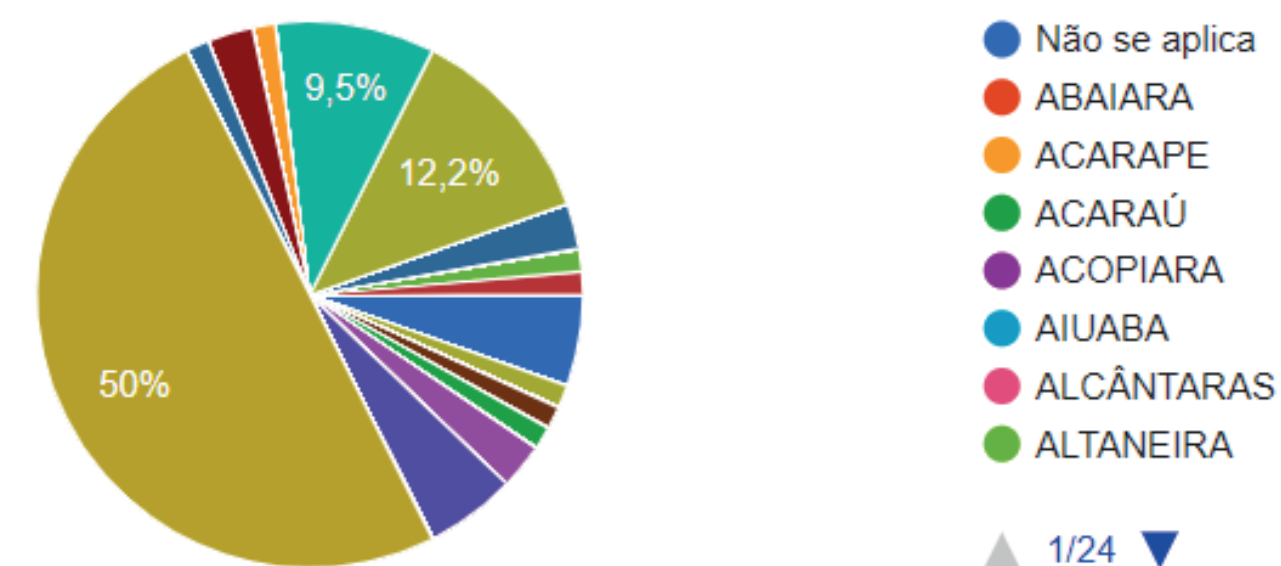
5 respostas



## PERGUNTA 6

Se mora no estado do Ceará, qual cidade/município você reside?

74 respostas



A maioria das pessoas residem no município de Fortaleza



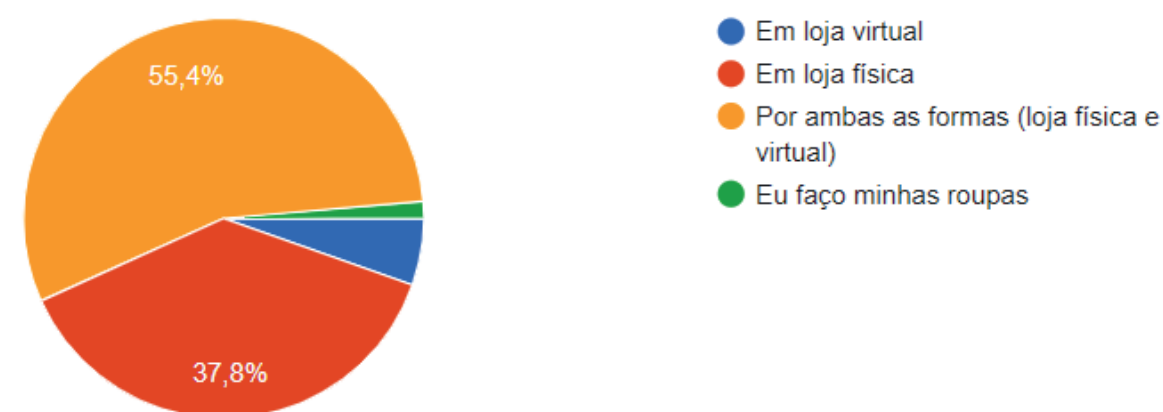
# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

## PESQUISA DE CONSUMIDOR

### PERGUNTA 8

Como você prefere comprar roupas:

74 respostas

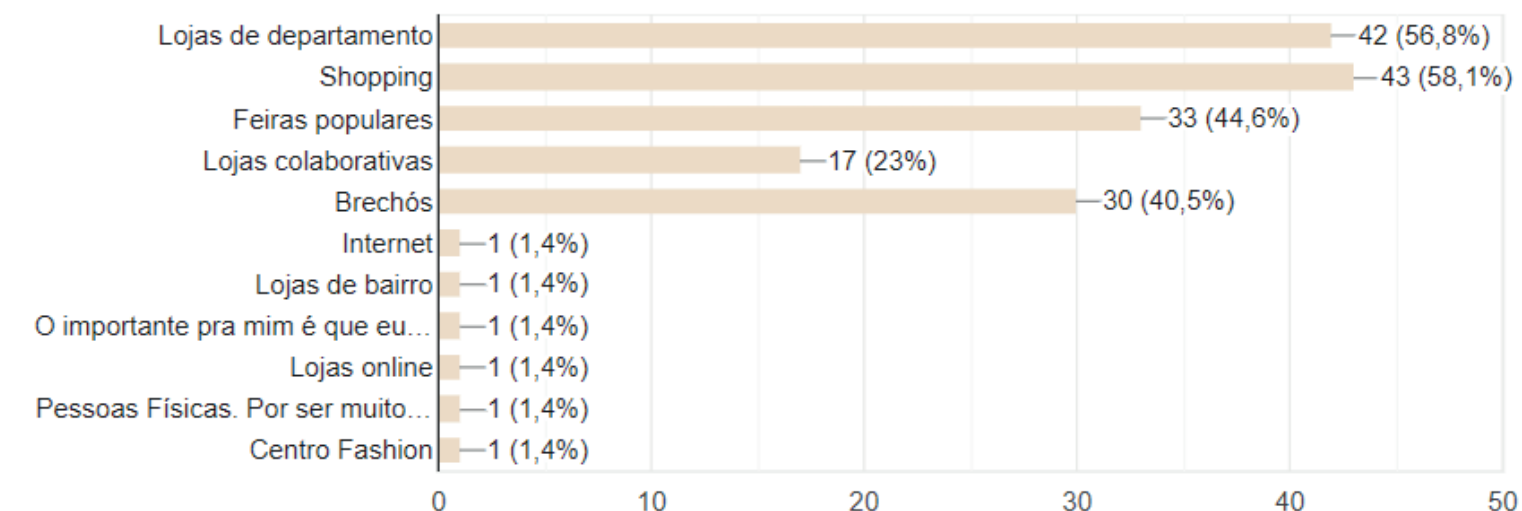


As pessoas entrevistadas preferem comprar suas roupas tanto em lojas físicas quanto em lojas virtuais (**55,4%**). Entretanto, pode ser observado que a uma porcentagem de pessoas expressiva que prefere comprar em lojas físicas (**37,8%**).

### PERGUNTA 9

Onde você normalmente compra suas roupas? (Pode assinalar mais de um item)

74 respostas

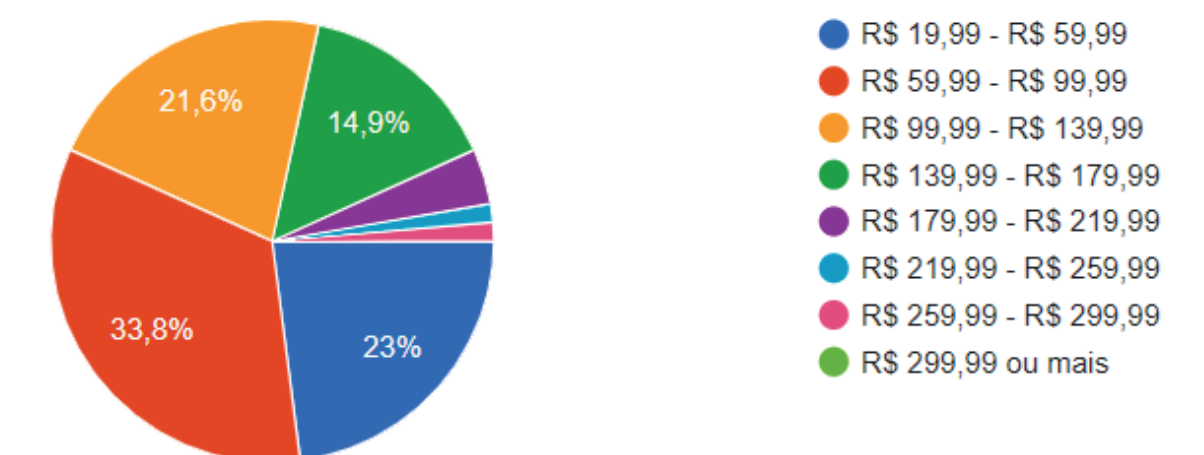


Com base nas repostas referentes a esta pergunta foi constatado que os locais onde as pessoas entrevistadas geralmente compram (ordem decrescente) são: shopping (**58,1%**); lojas de departamento (**56,8%**); feiras populares (**44,6%**); brechós (**40,5%**) e lojas colaborativas (**23%**)

### PERGUNTA 10

Quanto você costuma gastar na compra de roupas?

74 respostas



Em ordem decrescente, os itens mais assinalados foram: R\$59,99 - R\$99,99 (**33,8%**); R\$19,99 - R\$59,99 (**23%**); R\$99,99 - R\$139,99 (**21,6%**); R\$ 299,99 ou mais (**14,9%**)



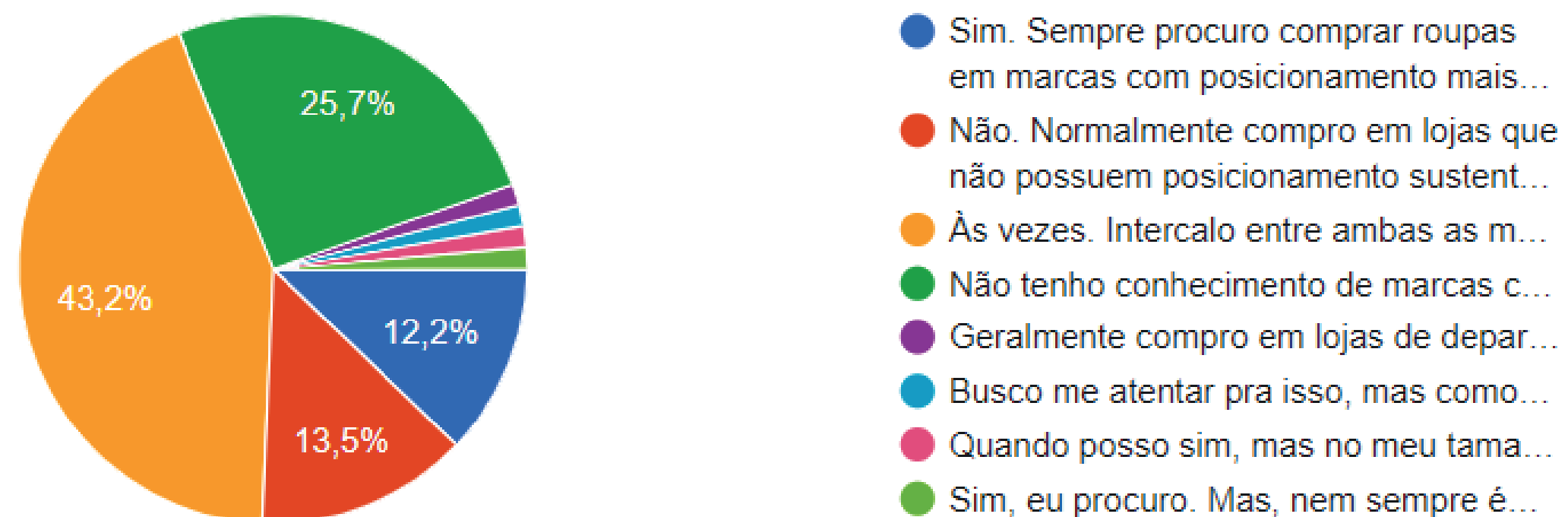
# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

PESQUISA DE CONSUMIDOR

## PERGUNTA 11

Você procura comprar roupas de marcas que possuem posicionamento mais sustentável?

74 respostas



Ao maior porcentagem de pessoas assinalou o item "Às vezes. Intercalo entre ambas as marcas disponíveis no mercado." (43,2%), seguido do item "Não tenho conhecimento de marcas com posicionamento mais sustentável." (25,7%)

Um número relativamente expressivo de pessoas selecionou o item "Não. Normalmente compro em lojas que não possuem posicionamento sustentável." (13,5%).

Apenas 12,2% das pessoas entrevistadas procura comprar em lojas com posicionamento mais sustentável.

**"Quando posso sim, mas no meu tamanho e orçamento é difícil de achar."**

(Depoimento de respondente do questionário online aplicado entre os meses de junho a agosto de 2021)

**"Busco me atentar pra isso, mas como uso tamanhos maiores minhas opções são mais limitadas"**

(Depoimento de respondente do questionário online aplicado entre os meses de junho a agosto de 2021)



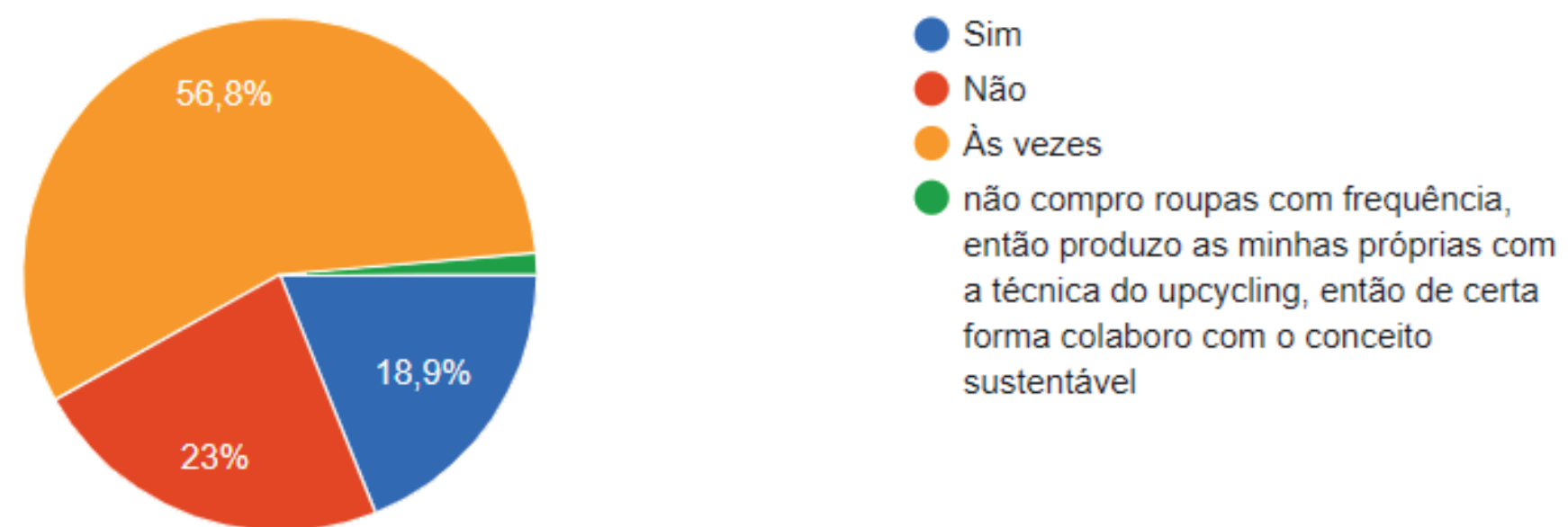
# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

## PESQUISA DE CONSUMIDOR

### PERGUNTA 12

Você costuma comprar produtos de moda definidos como sustentáveis?

74 respostas

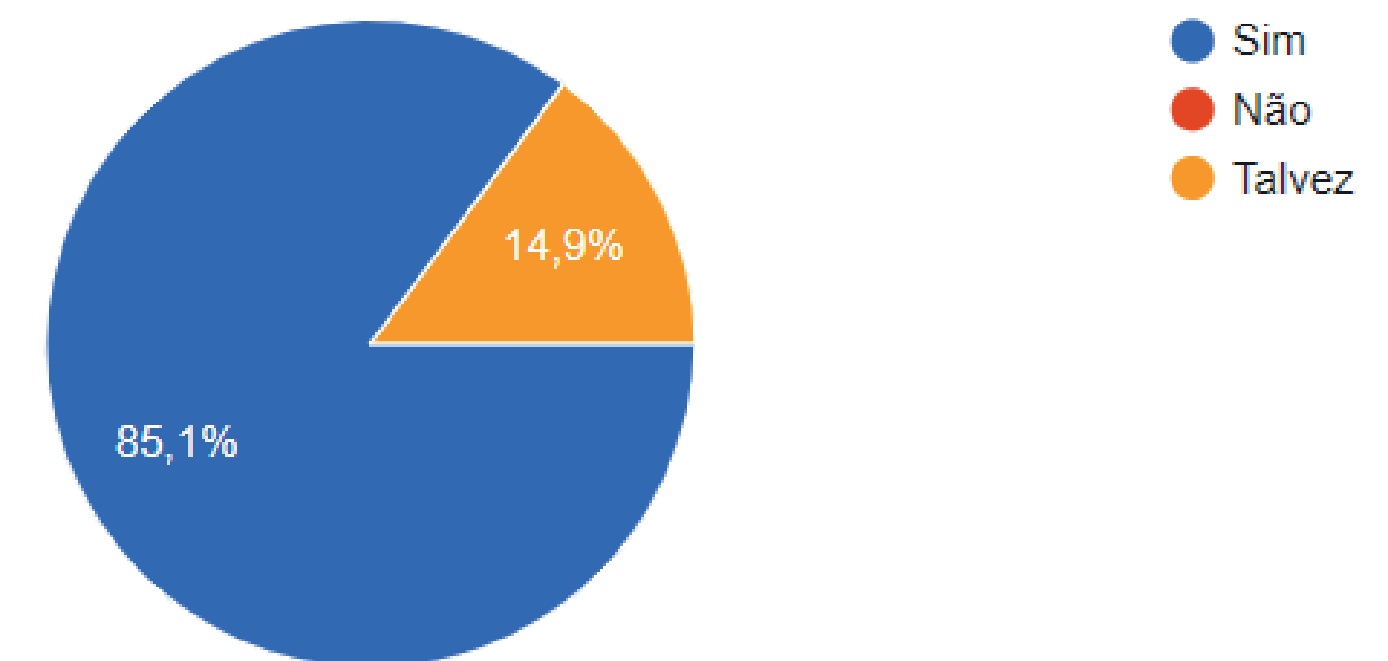


**56,8 %** das pessoas entrevistadas relatam que as “**Às vezes**” costumam comprar produtos de moda definidos como sustentáveis. A segunda maior porcentagem (**23%**) dizem “**Não**” comprar produtos de moda de cunho sustentável.

### PERGUNTA 13

Você gosta de produtos de vestuário com alguma aplicação de técnica artesanal?

74 respostas



Uma grande parcela das pessoas entrevistadas (**85,1%**) relatam gostar de produtos de vestuário com alguma aplicação de técnica artesanal.



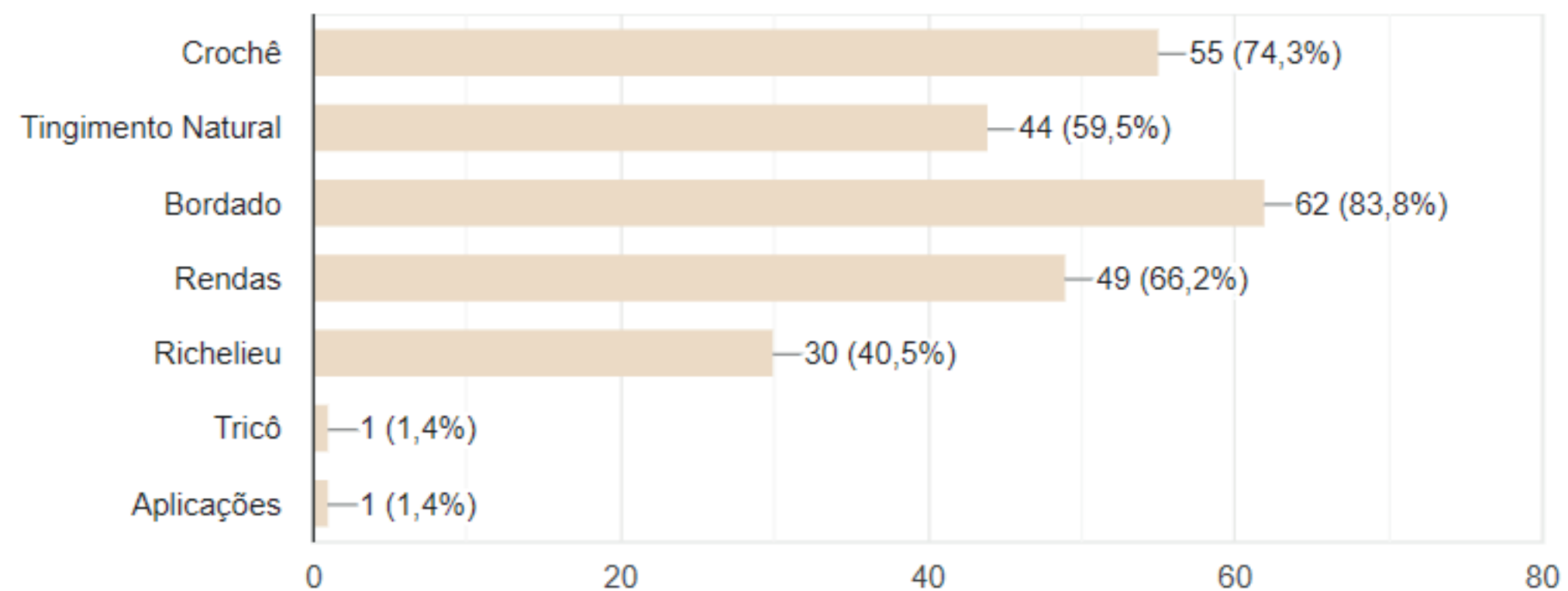
# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

PESQUISA DE CONSUMIDOR

## PERGUNTA 14

Quais técnicas artesanais você acredita ser interessante vê-las em um produto de moda?  
(Pode assinalar mais de um item)

74 respostas



CROCHÊ



TINGIMENTO NATURAL



BORDADO



RENDAS



RECHULIEU



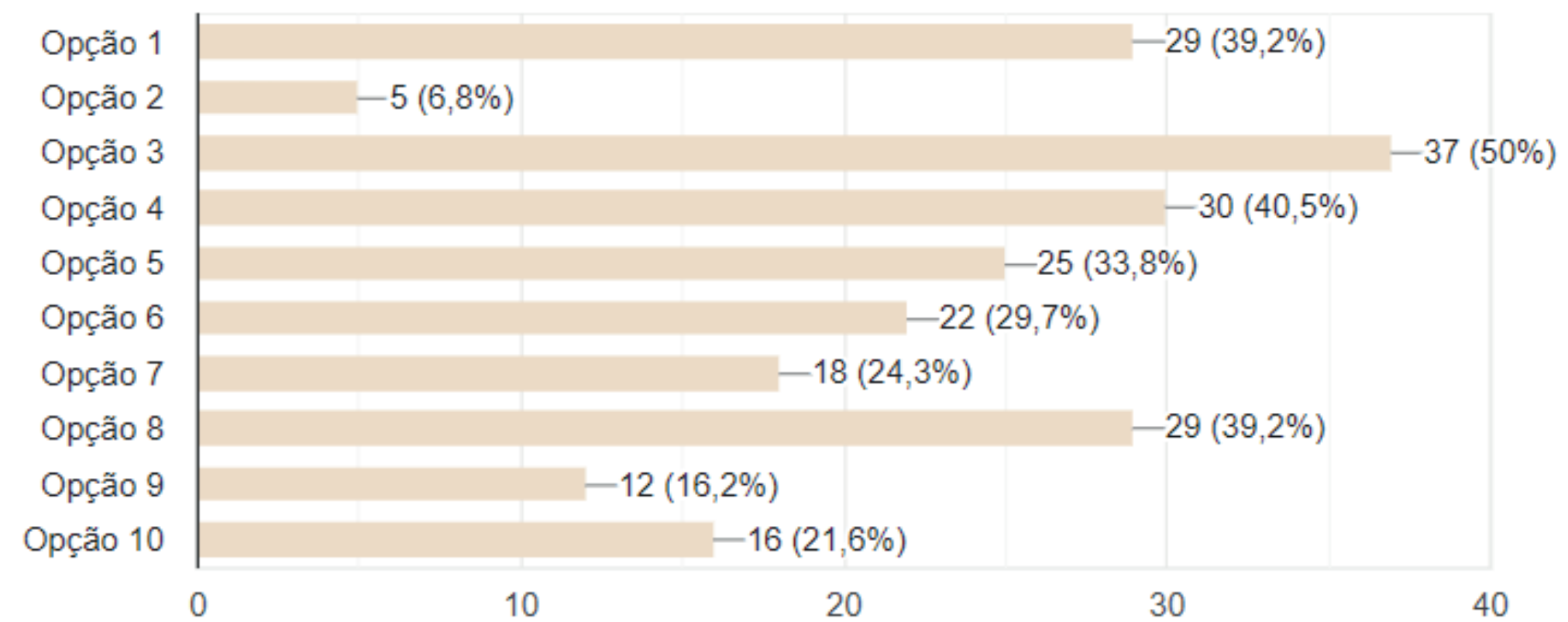
# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

PESQUISA DE CONSUMIDOR

## PERGUNTA 15

Qual(is) look(s) a seguir você se identifica? (Pode assinalar mais de um item)

74 respostas



OPÇÃO 1



OPÇÃO 2



OPÇÃO 3



OPÇÃO 4



OPÇÃO 5



OPÇÃO 6



OPÇÃO 7



OPÇÃO 8



OPÇÃO 9



OPÇÃO 10



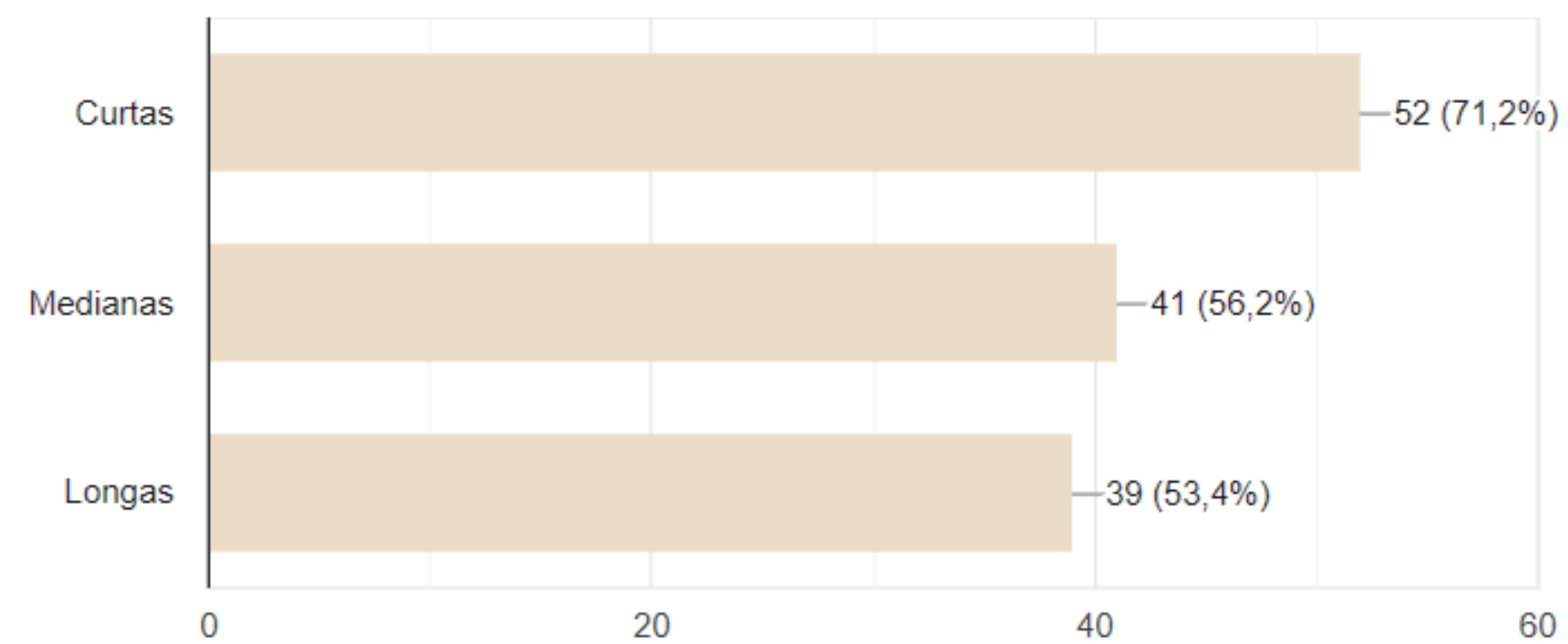
# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

PESQUISA DE CONSUMIDOR

## PERGUNTA 16

Você prefere vestir roupa(s): (Pode assinalar mais de um item)

73 respostas



MEDIANAS



CURTAS



LONGAS



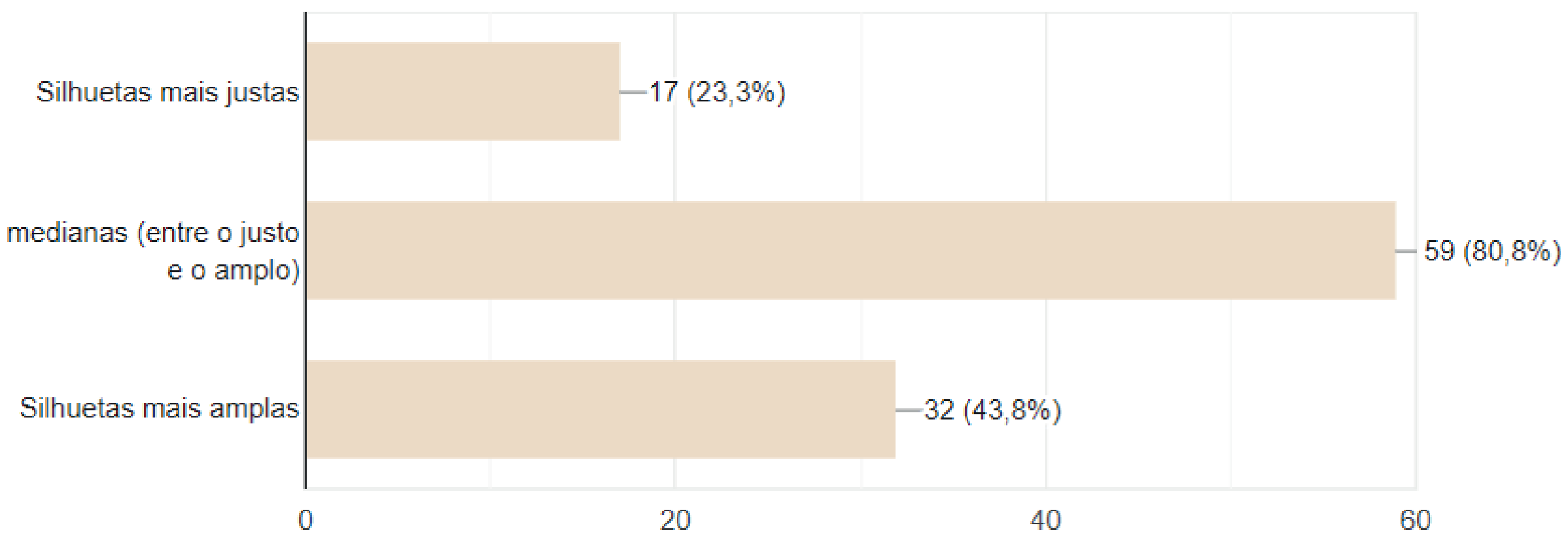
# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

PESQUISA DE CONSUMIDOR

## PERGUNTA 17

Qual(is) silhueta(s) você prefere: (Pode assinalar mais de um item)

73 respostas



SILHUETAS MEDIANAS  
(ENTRE O JUSTO E AMPLO)



SILHUETAS MAIS JUSTAS



SILHUETAS MAIS AMPLAS



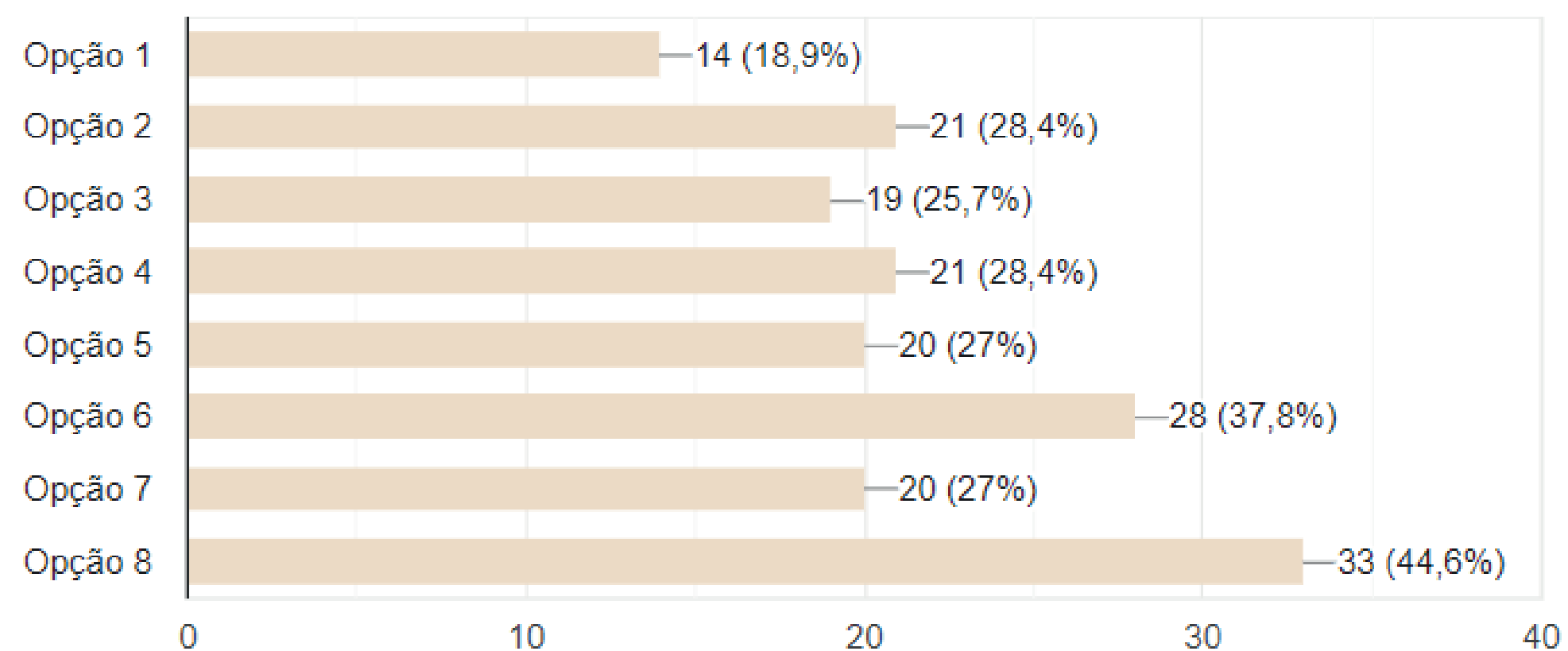
# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

## PESQUISA DE CONSUMIDOR

### PERGUNTA 18

Qual(is) paleta(s) cromática(s) abaixo você se identifica? (Pode assinalar mais de um item)

74 respostas



OPÇÃO 1



OPÇÃO 2



OPÇÃO 3



OPÇÃO 4



OPÇÃO 5



OPÇÃO 6



OPÇÃO 7



OPÇÃO 8



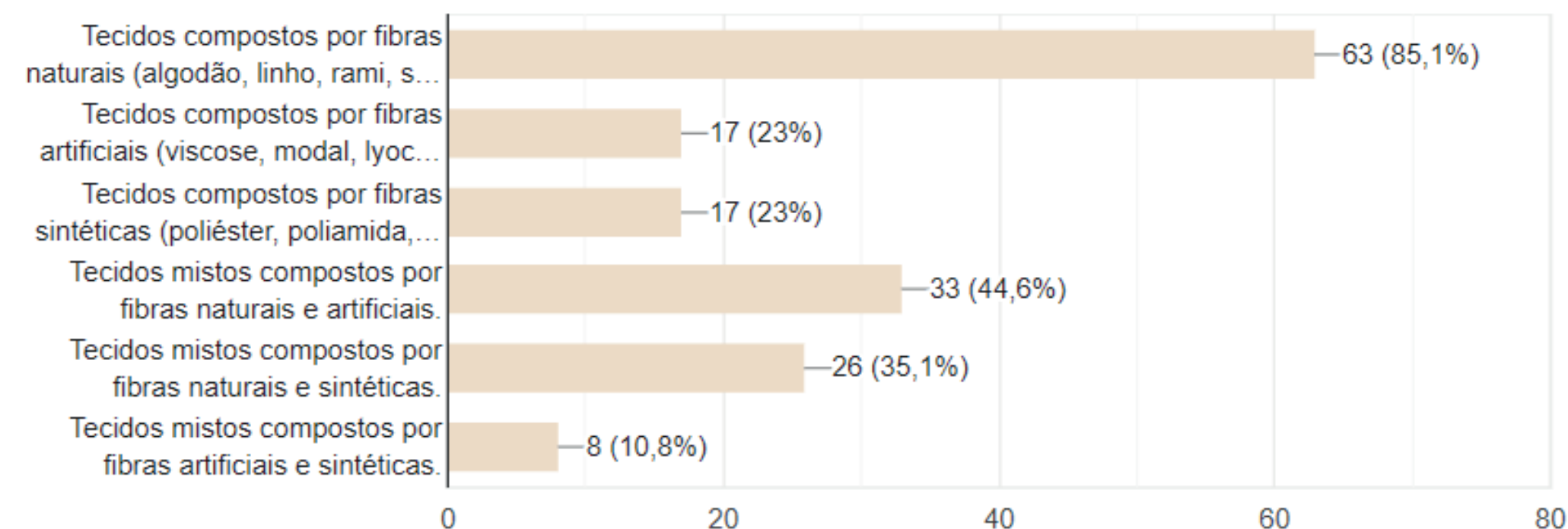
# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

## PESQUISA DE CONSUMIDOR

### PERGUNTA 19

Qual(is) tipo(s) de tecido(s) você prefere encontrar em uma roupa? (Pode assinalar mais de um item)

74 respostas

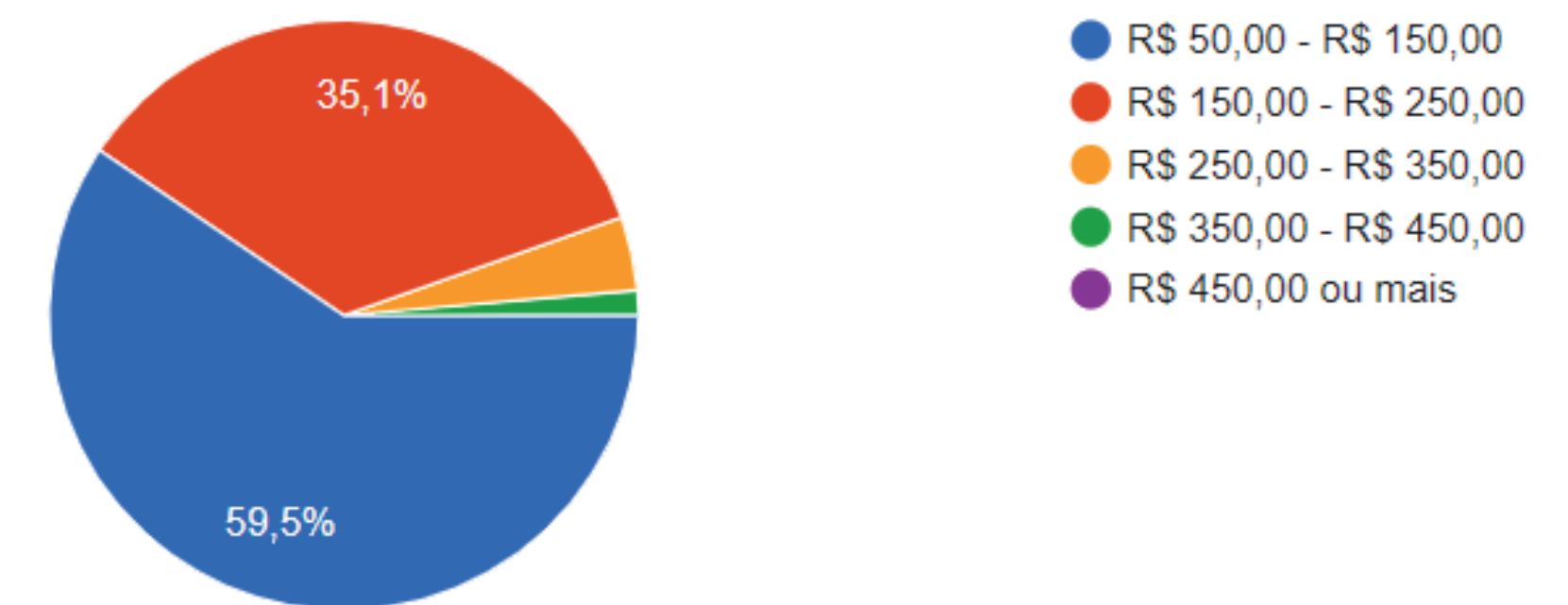


**85,1%** das pessoas entrevistadas optam por roupas confeccionadas em tecidos compostos por fibras naturais.

### PERGUNTA 20

Quanto você pagaria, em média, por um produto de vestuário artesanal confeccionado através de uma produção mais sustentável?

74 respostas



**59,5%** das pessoas entrevistadas pagaria "R\$ 50,00 - R\$ 150,00" por um produto de vestuário de cunho artesanal produzido mediante um processo produtivo mais sustentável. **35,1%** pagaria "R\$ 150,00 - R\$ 250,00". **4,1%** "R\$ 250,00 - R\$ 350,00". **1,4%** pagaria "R\$ 350,00 - R\$ 450,00". E nenhum das pessoas entrevistadas pagaria um valor acima de R\$ 450,00.



# PÚBLICO-ALVO

PESQUISA GEOGRÁFICA



## PERFIL GEOGRÁFICO

**Território nacional:** Brasil

**Região:** Nordeste



# PÚBLICO-ALVO

PESQUISA DEMOGRÁFICA E COMPORTAMENTAL

## PERFIL DEMOGRÁFICO

**Faixa etária:** 22-45 anos

**Gênero:** feminino e não-binários

**Renda:** classe B e C

**Ocupação:** estudantes (graduação e pós-graduação); estagiárias e empreendedoras.

**Nível de instrução:** ensino superior completo ou em andamento

**Nacionalidade:** brasileiras

## PERFIL COMPORTAMENTAL

A maior parte do público integra a "**Geração Millennials**" (nascidos entre os anos de 1985 a 1995) e "**Geração Z**" (nascidos entre os anos de 1996 e 2010).

Ambas as gerações estão fortemente ligados as redes sociais. Além disso, possuem amplo conhecimento desse universo virtual. Grande engajamento em pautas sociais marcam as pessoas das duas gerações. Tendência a consumirem de maneira consciente (sustentabilidade).



# PÚBLICO-ALVO

PESQUISA PSICOGRÁFICA



**Aproximação com a natureza**



**Ligação com o âmbito virtual**



**Práticas sustentáveis**



**Corpo e mente**



**Quebra de tabus femininos**



**Alimentação saudável**



**Skincare**



**Valorização do corpo**



**Alimento intelectual**



# PAINEL DA PERSONA





# PERSONA

Rita, 28 anos, cearense, solteira, designer de moda e microempresária de uma marca de moda que cria camisetas a partir da aplicação de técnicas artesanais. Atualmente, Rita mora com seu bichano, chamado carinhosamente de Caio, em um pequeno apartamento localizado no bairro Benfica, em Fortaleza. Ela ama animais, sobretudo gatos. Nas horas vagas, adora fazer trabalhos manuais, tais como bordado, crochê e macramê. Além disso, também gosta de desenhar e pintar. Em cada espaço de seu apartamento pode-se encontrar alguns de seus trabalhos manuais decorando cuidadosamente aquele pedacinho de seu templo. Nos momentos de descontração, adora passear em locais abertos onde possa respirar fundo e sentir o vento batendo levemente em seu rosto. Ela prefere a calma ao invés da agitação. Rita possui um estilo de vida consciente, desta maneira, sempre busca consumir produtos de cunho sustentável. Seu guarda-roupa é um exemplo disso. É composto por poucas roupas, sendo estas, em sua maioria, básicas e atemporais. Normalmente prefere vestir roupas que possuam etapas de produção alinhadas aos pilares da sustentabilidade.







# PAINEL TECNOLÓGICO

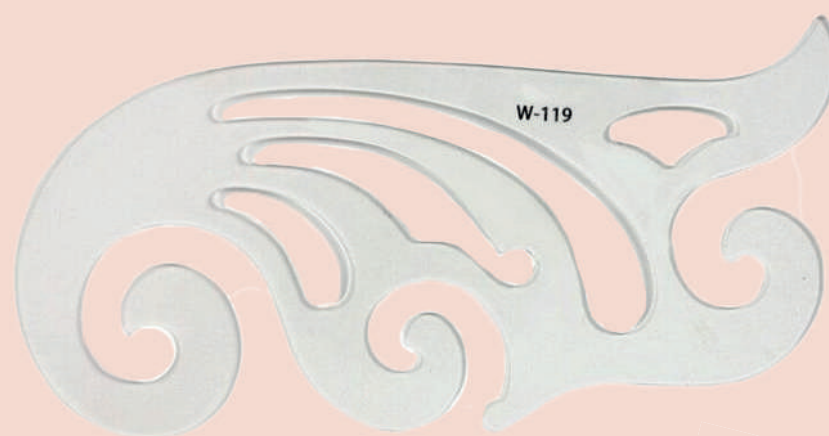
MODELAGEM E CORTE



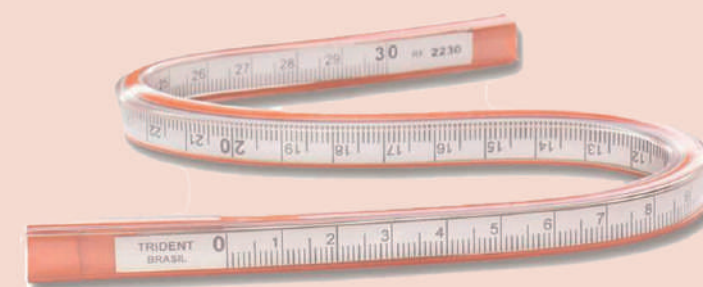
CARIMBO



FITA MÉTRICA



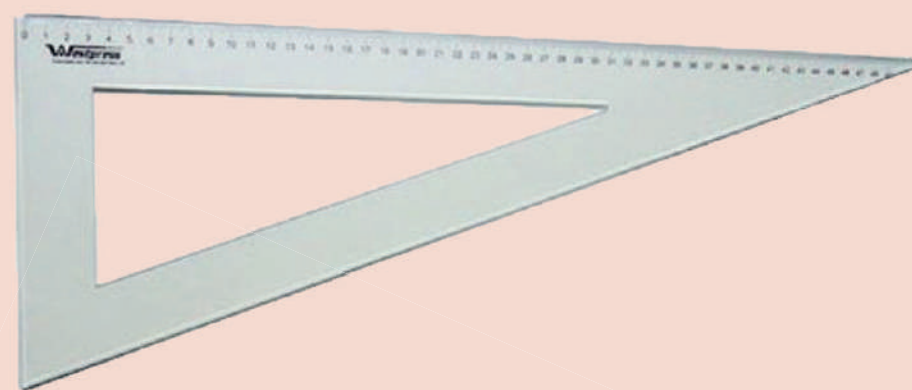
CURVA FRANCESA



RÉGUA FLEXÍVEL



CARRETLHA



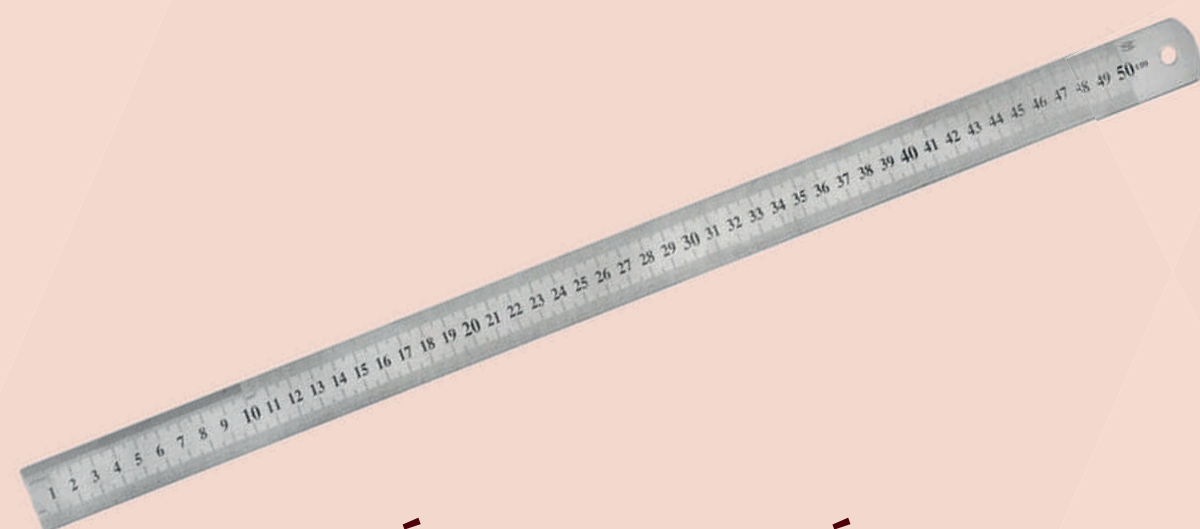
ESQUADRO GRANDE



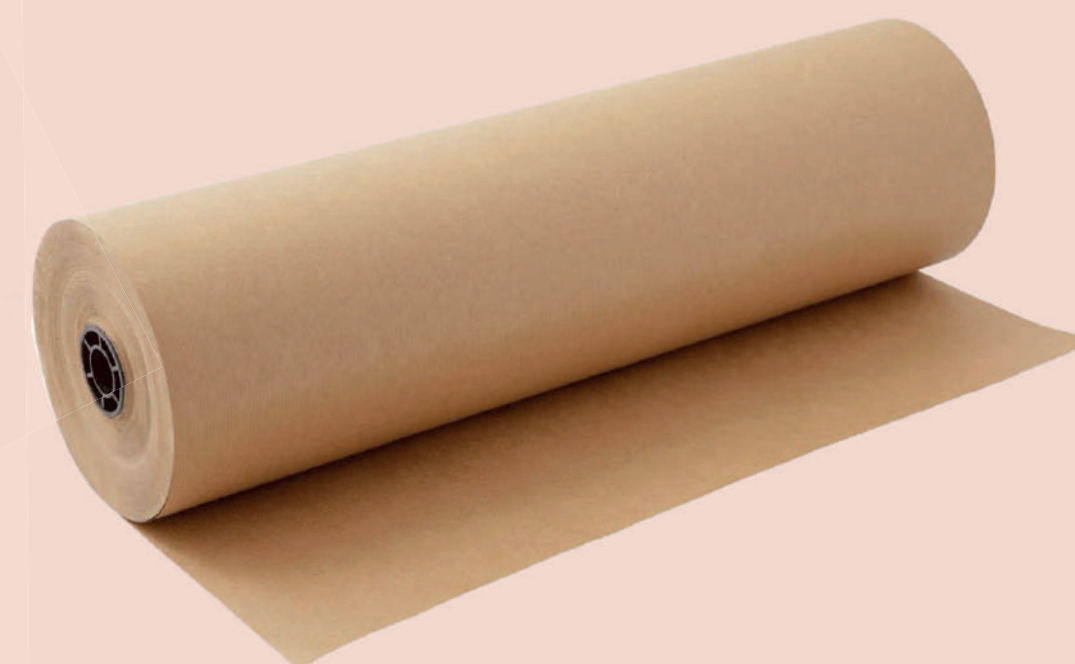
CURVA DE QUADRIL



CURVA DE CARVA



RÉGUA DE ALUMÍNIO  
50 CENTÍMETROS E 1 METRO



PAPEL KRAFT



MÁQUINA DE CORTE



MESA DE CORTE





# PAINEL TECNOLÓGICO

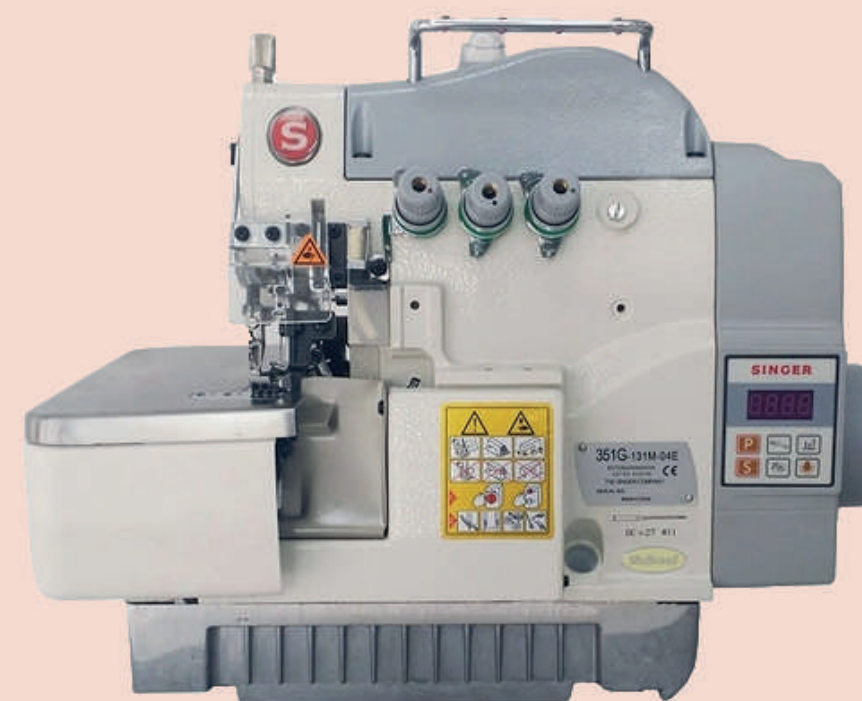
COSTURA E ACABAMENTO



MÁQUINA INDUSTRIAL  
RETA



MÁQUINA INTERLOCK



MÁQUINA OVERLOCK



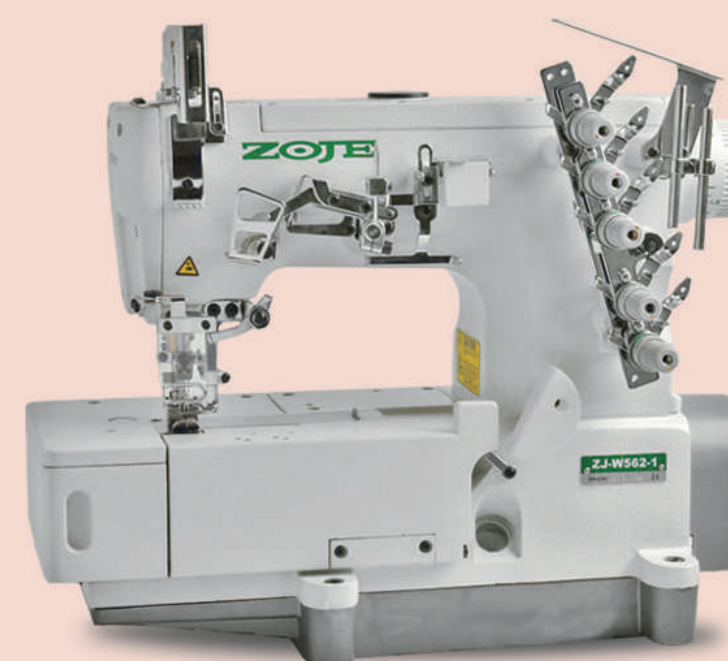
TÁBUA DE PASSAR  
INDUSTRIAL



MÁQUINA CASEADEIRA



MÁQUINA BOTONEIRA



MÁQUINA GALONEIRA



MÁQUINA DE TRAVETE



FERRO DE PASSAR





# PAINEL TECNOLÓGICO

CROCHÊ, TINGIMENTO NATURAL, MARKETING E CRIAÇÃO



AGULHAS DE CROCHÊ



BALANÇA DIGITAL



TACHO DE COBRE



FOGÃO INDUSTRIAL



PANELAS GRANDES



COLHER DE PAU



ILLUSTRATOR



PHOTOSHOP



NOTEBOOK

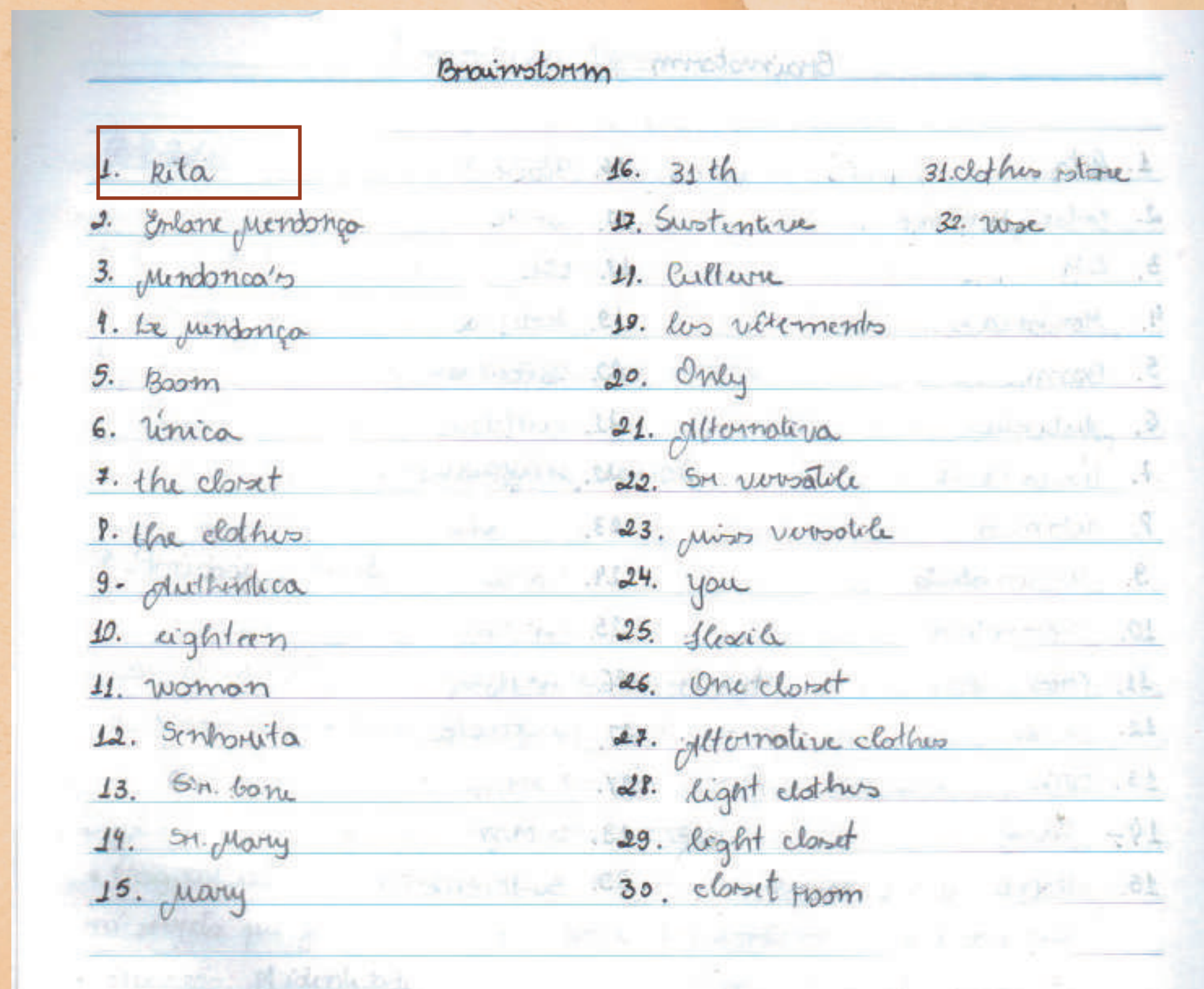




# COMUNICAÇÃO VISUAL

PROCESSO DE CRIAÇÃO DA LOGO

BRAINSTORMING PARA DEFINIR O NOME DA MARCA



## RITA

Rita significa "iluminada" ou "criatura de luz", segundo alguns dicionários de nomes presentes na internet. A escolha do nome se deu, não pelo significado desse nome, mas sim, como uma forma de homenagear uma pessoa querida: **minha mãe**. Dona Rita de Cássia representa minuciosamente o que foi idealizado para a marca: simplicidade, resistência, e, sobretudo, **afeto**!





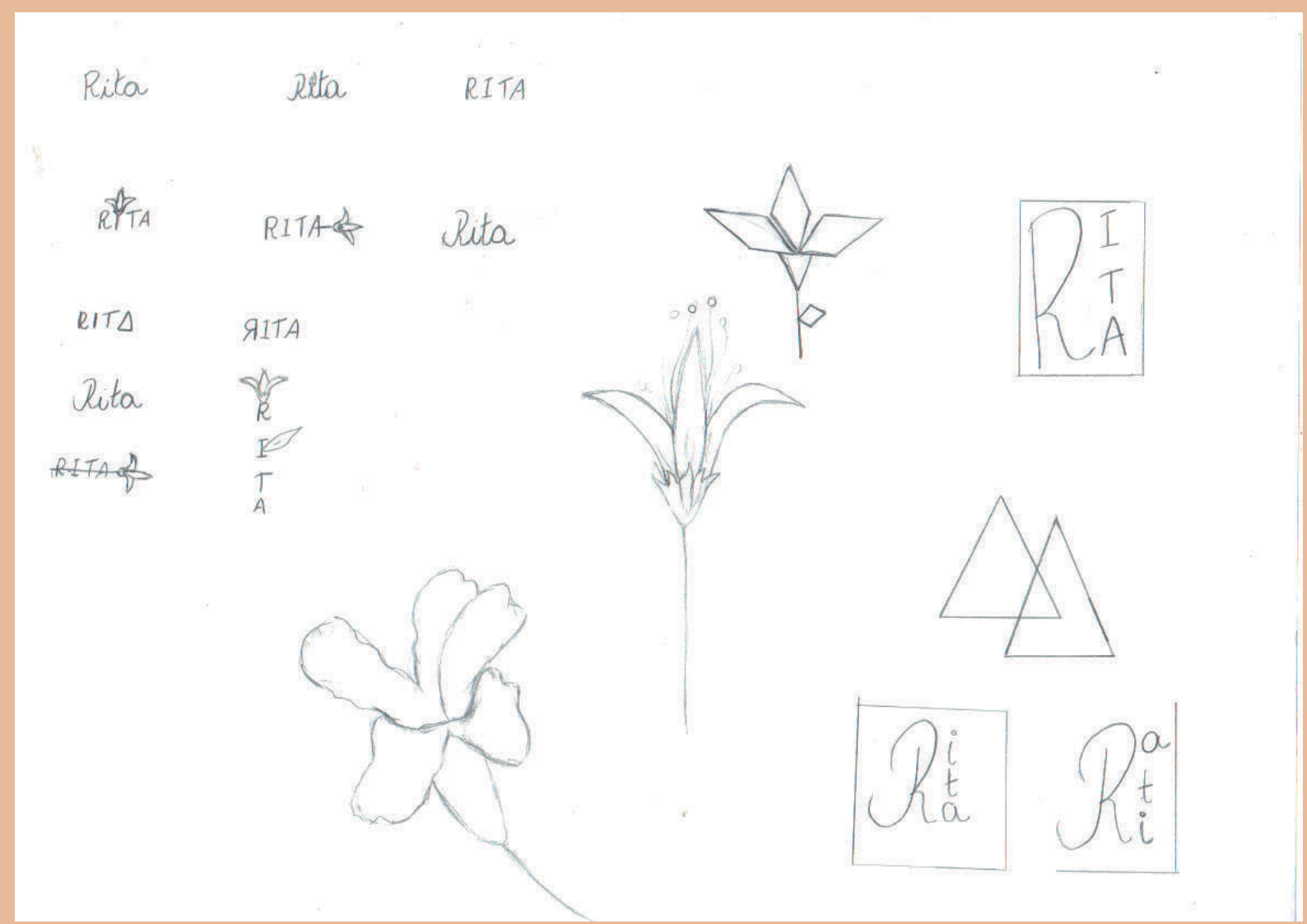
# COMUNICAÇÃO VISUAL

## PROCESSO DE CRIAÇÃO DA LOGO

### ESCOLHA DA TIPOGRAFIA

<i>Rita</i>	Rita	Rita	Rita
<b>RITA</b>	<b>RITA</b>	<b>RITA</b>	<b>RITA</b>
<i>rita</i>	<i>rita</i>	<i>rita</i>	<i>rita</i>

### TESTES MANUAIS



### ESCOLHA DE ELEMENTOS PARA LOGO







# COMUNICAÇÃO VISUAL

PROCESSO DE CRIAÇÃO DA LOGO

## POSSIBILIDADES DE LOGO

Rita

Rita

Rita

Rita

Rita

Rita

Rita

RITA

RITA

RITA

## VERSÃO FINAL

RITA

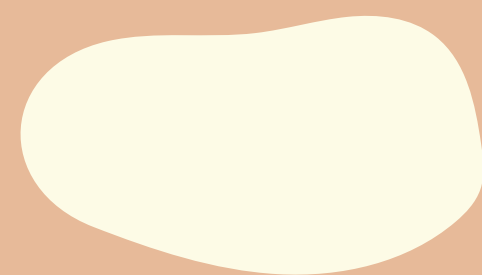




# COMUNICAÇÃO VISUAL

## PROCESSO DE CRIAÇÃO DA LOGO

### CORES INSTITUCIONAIS



#FFFBE9

C: 0% R: 255  
M: 1% G: 251  
Y: 11% B: 233  
C: 0%



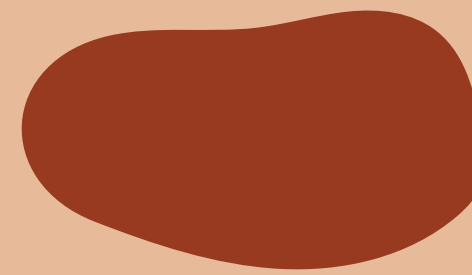
#EFC9BC

C: 6% R: 239  
M: 26% G: 201  
Y: 24% B: 188  
C: 0%



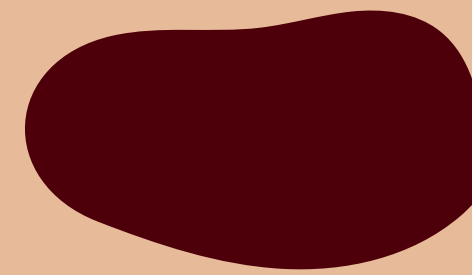
#E6B187

C: 10% R: 230  
M: 35% G: 177  
Y: 49% B: 135  
C: 1%



#9B3713

C: 26% R: 155  
M: 85% G: 55  
Y: 100% B: 19  
C: 24%



#560905

C: 40% R: 86  
M: 100% G: 9  
Y: 86% B: 5  
C: 64%

### MARGEM PARA MARCA



### VERSÃO PRETO E BRANCO



### VERSÃO REDUZIDA

RITA L= 1,6778 cm  
A= 0,5342 cm





# COMUNICAÇÃO VISUAL

TIPOGRAFIA INSTITUCIONAL

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890"!@#\$%^&\*({[]}),.:;<>

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890' " !@#\$%^&\*({[]}),.:;<>

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890"!@#\$%^&\*({[]}),.:;<>**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZXYZ1234567890"!@#\$%^&\*({[]}),.:;<>

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZXYZ1234567890' " !@#\$%^&\*({[]}),.:;<>

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZXYZ1234567890"!@#\$%^&\*({[]}),.:;<>**

**TIPOGRAFIA PARA CORPO DE TEXTO |**  
**TITILLIUM WEB**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890"!@#\$%^&\*({[]})<sup>ao</sup>| \/,,:;<>

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890"!@#\$% " &\*({[]})<sup>ao</sup>| \/,,:;<>

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890"!@#\$%^&\*({[]})<sup>ao</sup>| \/,,:;<>**

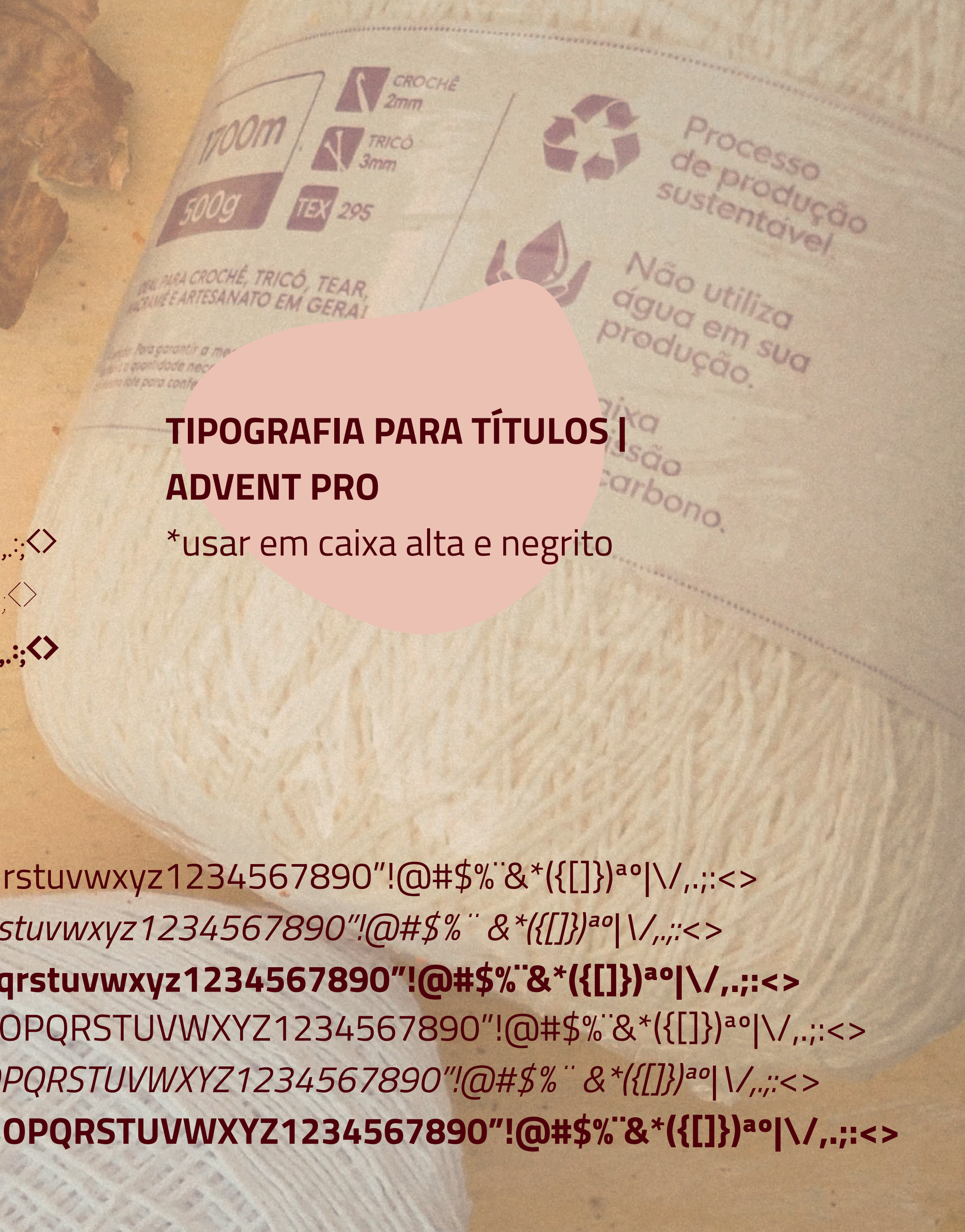
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890"!@#\$%^&\*({[]})<sup>ao</sup>| \/,,:;<>

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890"!@#\$% " &\*({[]})<sup>ao</sup>| \/,,:;<>

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890"!@#\$%^&\*({[]})<sup>ao</sup>| \/,,:;<>**

**TIPOGRAFIA PARA TÍTULOS |**  
**ADVENT PRO**

\*usar em caixa alta e negrito







# COMUNICAÇÃO VISUAL


PAPELARIA

RITA

ENTRE EM CONTATO COM A GENTE

 @use.rita

 Rita

 (85) 9 8727-1382

 www.rita.com.br

A Rita é marca de moda autoral de berço cearense. Esta surge em meio ao sonho de sua idealizadora por criar roupas a partir da união de duas das suas paixões: o **crochê** e o **tingimento natural**. A marca nasceu do desejo de mudar o presente modelo de produção do vestuário, através da valorização de práticas de cunho artesanal, como o tingimento natural e o crochê. A união dessas duas atividades manuais mostram um poderoso indicativo de sustentabilidade, justamente por irem contra a lógica de fugacidade de produzir e consumir da sociedade contemporânea.

OLÁ, CLIENTE! VOCÊ ACABA DE ADQUIRIR UM PRODUTO DE MODA QUE TEM COMO INGREDIENTES ESSENCIAIS: AFETO, VALORIZAÇÃO ARTESANAL E RESPEITO SOCIOAMBIENTAL!

RITA

OLÁ, CLIENTE! VOCÊ ACABA DE ADQUIRIR UM PRODUTO DE MODA QUE TEM COMO INGREDIENTES ESSENCIAIS: AFETO, VALORIZAÇÃO ARTESANAL E RESPEITO SOCIOAMBIENTAL!

RITA

RITA

FETTO COM AFETO!



# COMUNICAÇÃO VISUAL

PAPELARIA

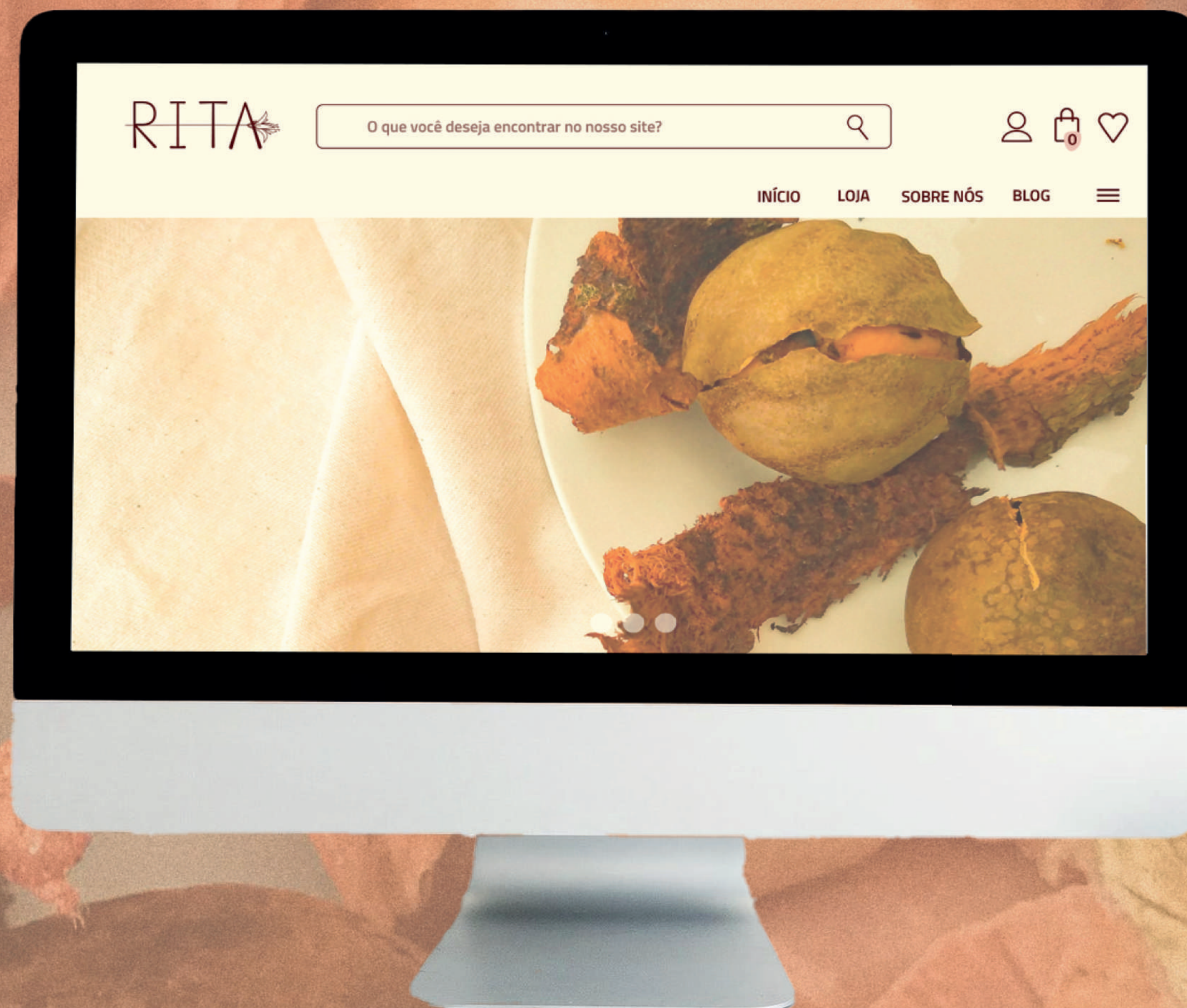
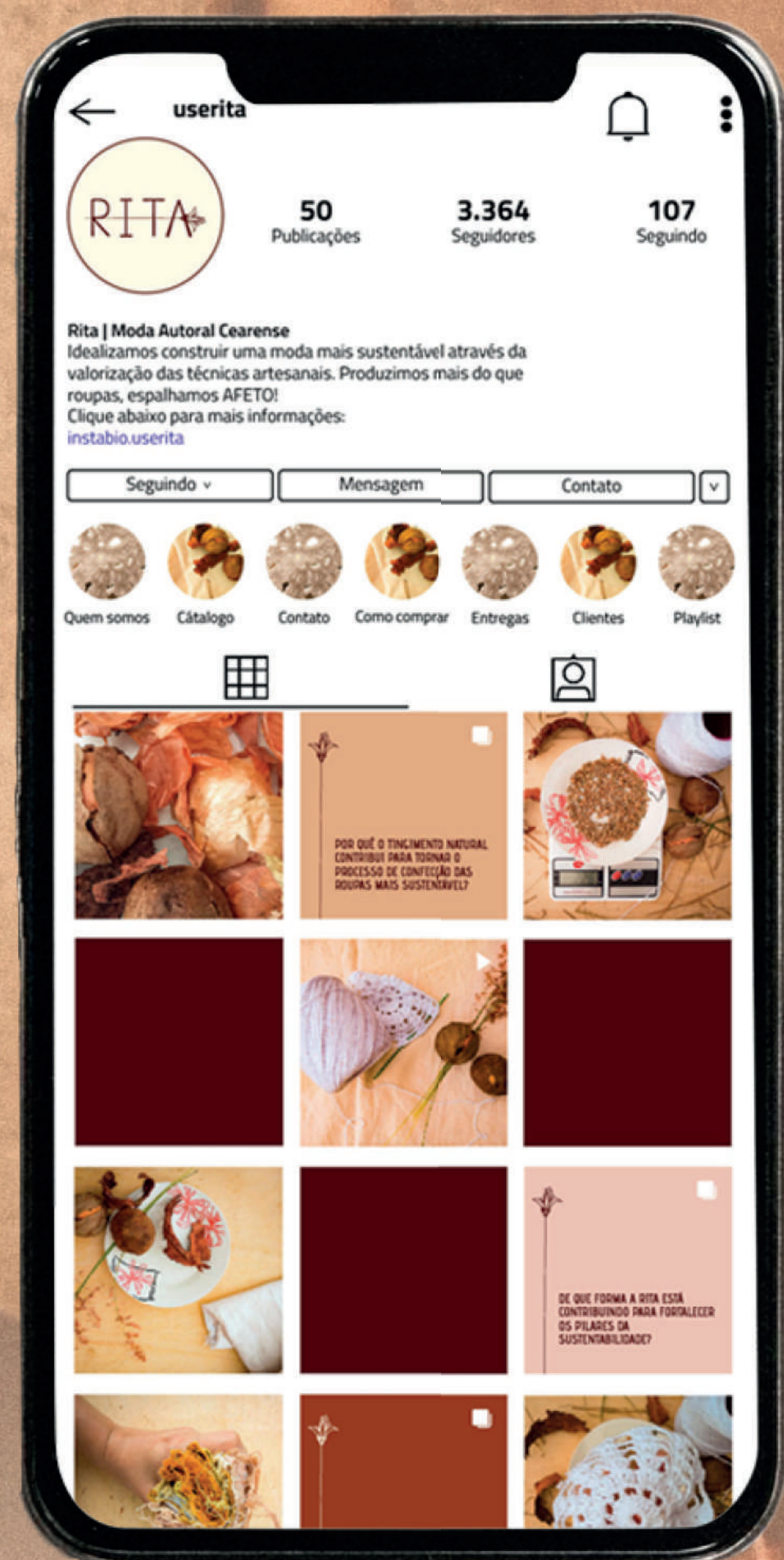






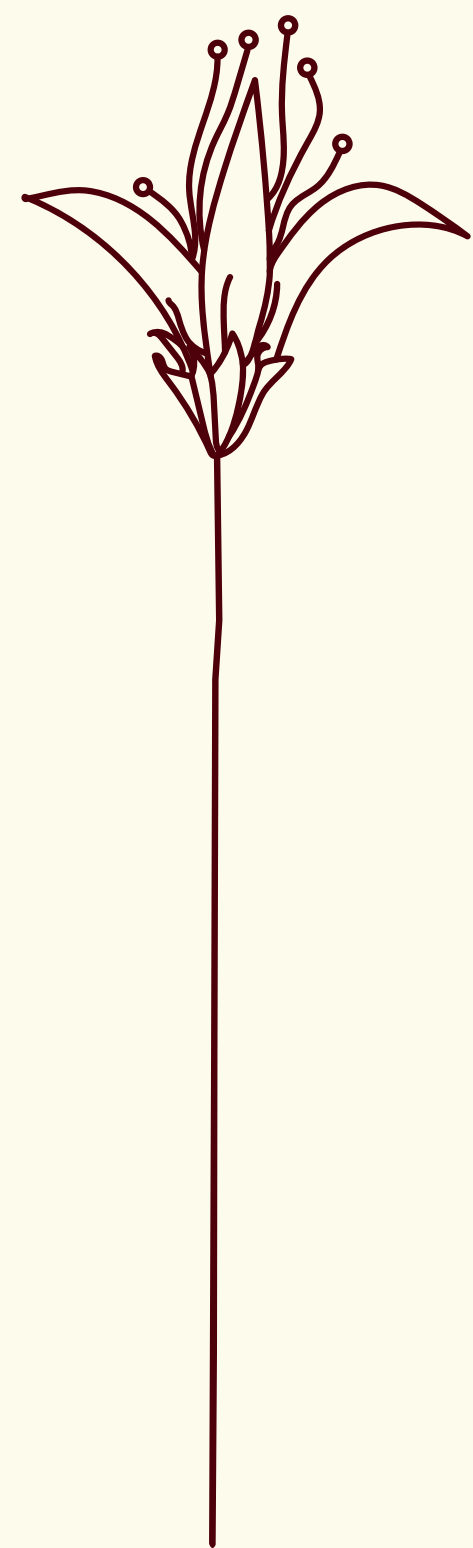
# MÍDIAS DIGITAIS

SITE E INSTAGRAM

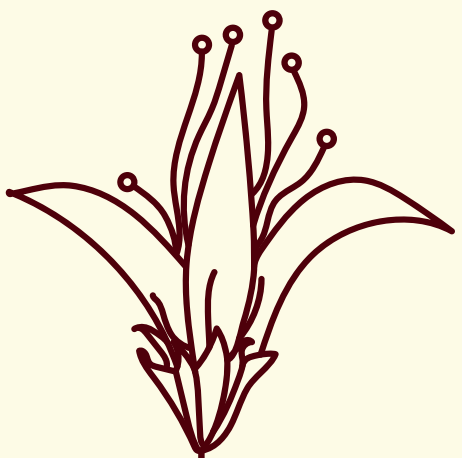




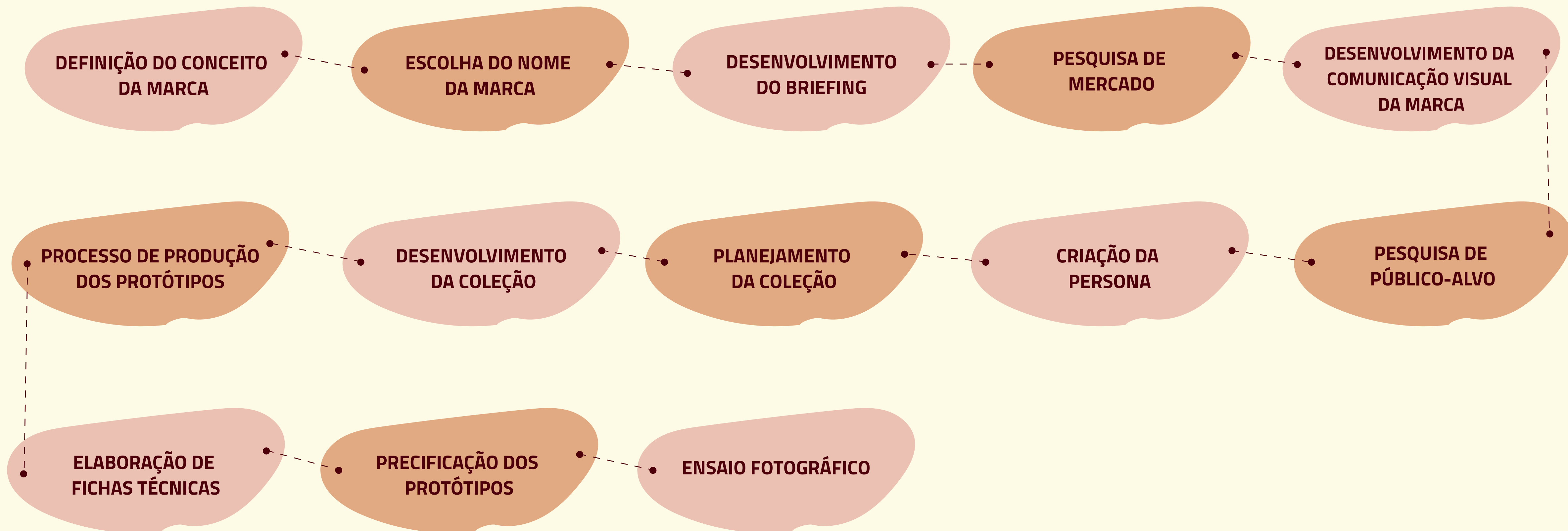
# PAINEL DE VOCAÇÃO REGIONAL







# METODOLOGIA PROJETUAL





# PAINEL DE TENDÊNCIAS

WGSN | CONSUMIDORES DO FUTURO - 2022

## Estabilizadores

“Pressionados pelo tempo · Sobrecarregados · Exaustos

Promotores da aceitação · Auto-aperfeiçoadores · Em busca de um estado zen

Incertos · Cansados da otimização · Priorizam a estabilidade” (WGSN, 2021, p. 18)

“Os estabilizadores – composto principalmente de Millennials e Geração X – priorizam a estabilidade em todos os aspectos da vida – uma reação à falta de sincronia e a um sentimento de incerteza crônica. Essas pessoas estão começando a deixar de lado o culto à produtividade e a optar pela aceitação radical.”

(WGSN, 2021, p. 19)

“Sobrecarregados, ainda que conscientes das pressões que enfrentam e de como combatê-las, os estabilizadores querem a tranquilidade de não ter opções em excesso. Eles desejam produtos que os façam se sentir bem, e esperam o mesmo das experiências oferecidas.”

(WGSN, 2021, p. 50)



# PAINEL DE TENDÊNCIAS

WGSN | CONSUMIDORES DO FUTURO - 2022

## Comunitários

“Equilibrados · Solidários · Conscientes

Focados na carreira · Abandonaram centros urbanos · Trabalhadores

Interessados na comunidade · Localistas · Ambientalistas” (WGSN, 2021, p. 27)

“Os comunitários estão desesperados para redefinir o ciclo global de agendas cheias e compromissos profissionais frenéticos. Composto principalmente de Millennials e pessoas da Geração X, esse grupo quer fincar raízes em suas comunidades, mas não em suas carreiras, inaugurando uma nova era do localismo.”  
(WGSN, 2021, p. 28)

“Este grupo pode estar saindo do alcance logístico da sua marca, mas isso não significa que eles não queiram os produtos e os serviços pelos quais se interessavam antes. Acostumados a um estilo de vida mais agitado, eles querem se manter ativos e relevantes nos lugares onde vivem e para onde estão se mudando, investindo na própria comunidade.”  
(WGSN, 2021, p. 50)



# PAINEL DE TENDÊNCIAS

WGSN | CONSUMIDORES DO FUTURO - 2022

## Novos otimistas

“Multigeracionais · Ativistas · Hiperconectados  
Aventureiros · Alegres · Confiantes

Altamente sociáveis · Práticos · Mentalidade coletiva” (WGSN, 2021, p. 37)

“Os novos otimistas são o grupo mais variado de todos, formado por diversos grupos etários, da Geração Z aos Baby Boomers. Porém, apesar da ampla abrangência demográfica, eles têm diversos elementos em comum – o apetite voraz pela felicidade é o mais importante deles.”  
(WGSN, 2021, p. 38)

“Os novos otimistas não são um grupo homogêneo, seja em termos de idade ou aparência. Esse grupo aventureiro não tem nenhum problema em defender as próprias crenças, mas faz isso de forma positiva, sem negatividade. Quando se trata de consumo, eles querem compartilhar e celebrar com seus pares otimistas. A inclusão e a conectividade estão no topo da sua lista de prioridades.”  
(WGSN, 2021, p. 50)



# PAINEL DE TENDÊNCIAS

DESFILES INTERNACIONAIS DE MODA 2021/2022



MIU MIU |  
FALL WINTER  
2021/2022 |  
FULL SHOW



CHANEL |  
CRUISE 2022 |  
FULL SHOW



PACO RABANNE |  
SPRING-SUMMER  
2022 |  
FULL SHOW

## TÉCNICAS ARTESANAIS



DIOR |  
CRUISE 2022  
FULL SHOW



PACO RABANNE |  
SPRING-SUMMER  
2022 |  
FULL SHOW

## CONJUNTO



FENDI |  
FALL WINTER  
2021/2022 |  
FULL SHOW



CHANEL |  
CRUISE 2022 |  
FULL SHOW

## DECOTE "V"



CHANEL |  
CRUISE 2022 |  
FULL SHOW



FENDI |  
FALL WINTER  
2021/2022 |  
FULL SHOW

## FRANZIDO E AMARRAÇÕES



# PAINEL DE TENDÊNCIAS

DESFILES INTERNACIONAIS DE MODA 2021/2022

**CALÇA LOOSE**



**CROPPED**



**SHORTS**



**MANGAS  
BUFANTES**





# PAINEL DE TENDÊNCIAS

DESFILES NACIONAIS DE MODA 2021



ATELIÊ MÃO DE MÃE |  
SPFW 2021 ED.51

**TÉCNICAS ARTESANAIS**



RONALDO FRAGA |  
SPFW 2021 ED.51

RONALDO FRAGA |  
SPFW 2021 ED.51



FLÁVIA ARANHA |  
SPFW 2021 ED.51

FLÁVIA ARANHA |  
SPFW 2021 ED.51

**FRANZIDOS E  
AMARRAÇÕES**



WEIDER SILVEIRO |  
SPFW 2021 ED.51

WEIDER SILVEIRO |  
SPFW 2021 ED.51

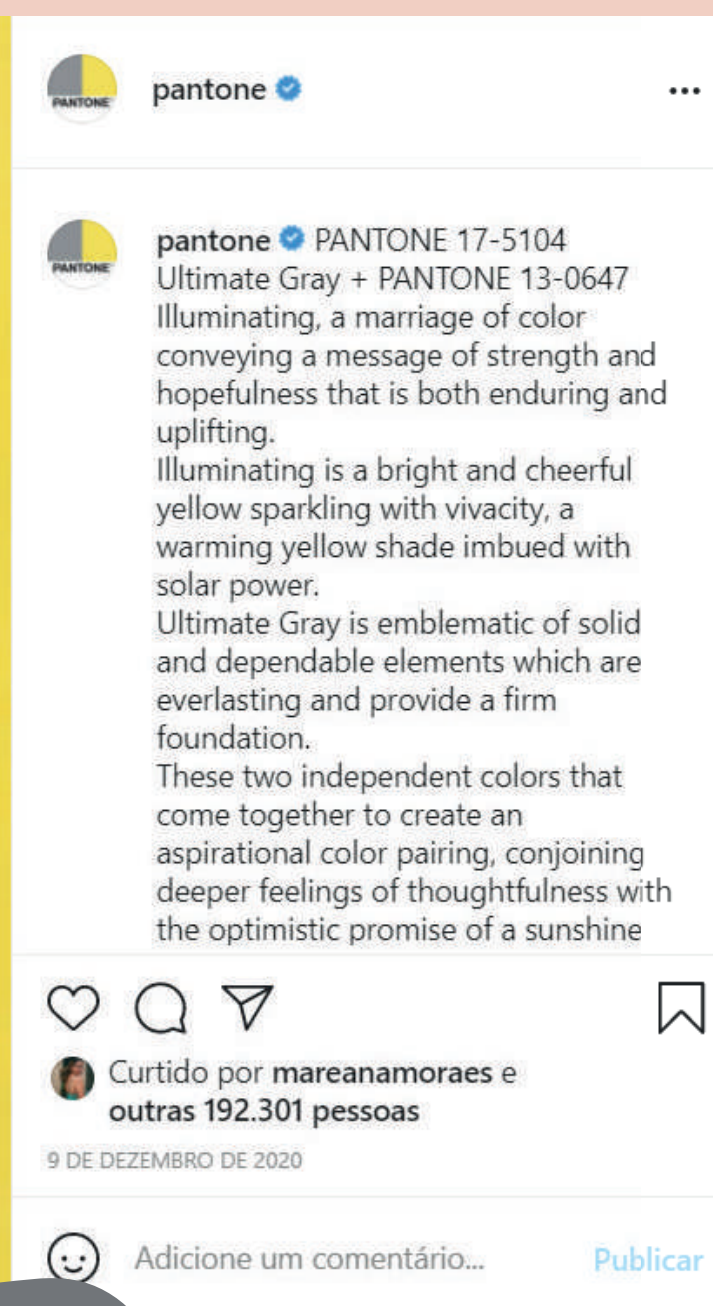
**MANGAS  
BUFANTES**



# PAINEL DE TENDÊNCIAS

CORES DO ANO | 2021

PANTONE



Fonte: <https://www.instagram.com/pantone/>

ILLUMINATING  
13-0647

ULTIMATE GRAY  
17-5104

WGSN + COLORO



Fonte: [https://www.instagram.com/coloro\\_/](https://www.instagram.com/coloro_/)

A.I. AQUA  
098 - 59 - 30



# PAINEL DE TENDÊNCIAS

WGSN + COLORO | PRIMAVERA/VERÃO 2021

072 - 69 - 24

Quiet Wave.



Instagram post from @coloro\_ announcing the launch of the Quiet Wave color. The post text reads: "coloro\_ 072 69 24 || LAUNCHING TODAY: Coloro has partnered with @wgsn to bring you the five key colors for S/S 21. First up - the optimistic and futuristic Quiet Wave. Click on the link in the bio for more information... || #ss21 #trendcolor #wgsn #coloro #quietwave #trendforecasting #colorocoded #dazed #trendcolor". It shows 120 likes and is dated 12 DE MARÇO DE 2019.

QUIET WAVE  
072 - 69 - 24

098 - 59 - 30

A.I. Aqua.



Instagram post from @coloro\_ announcing the A.I. Aqua color. The post text reads: "coloro\_ 098 59 30 || Next up in our five key colors for S/S 21 is @wgsn color of the year - A.I. Aqua. An immersive and emotional tone with a digital quality that is set to have key relevance is 21. Click on the link in the bio for more information... || #ss21 #trendcolor #wgsn #coloro #aiqua #trendforecasting #colorocoded #dazed #trendcolor". It shows 120 likes and is dated 14 DE MARÇO DE 2019.

A. I. AQUA  
098 - 59 - 30

015 - 50 - 36

Oxy Fire.

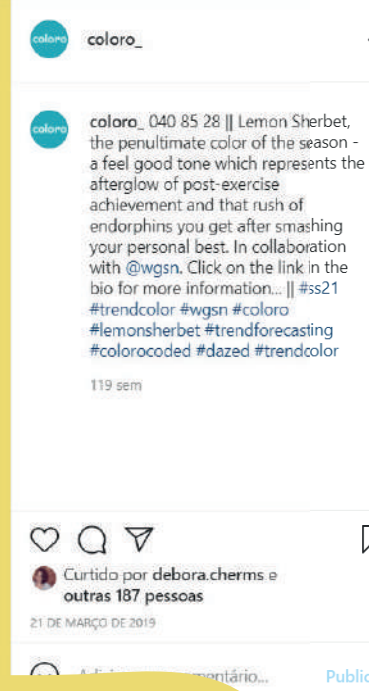


Instagram post from @coloro\_ announcing the Oxy Fire color. The post text reads: "coloro\_ 015 50 36 || Oxy Fire is our extroverted color of the season - a fiery, saturated hue guaranteed to spark a reaction. In collaboration with @wgsn. Click on the link in the bio for more information... || #ss21 #trendcolor #wgsn #coloro #oxyfire #trendforecasting #colorocoded #dazed #trendcolor". It shows 119 likes and is dated 19 DE MARÇO DE 2019.

OXY FIRE  
015 - 50 - 36

046 - 85 - 28

Lemon Sherbet.



Instagram post from @coloro\_ announcing the Lemon Sherbet color. The post text reads: "coloro\_ 040 85 28 || Lemon Sherbet, the penultimate color of the season - a feel good tone which represents the afterglow of post-exercise achievement and that rush of endorphins you get after smashing your personal best. In collaboration with @wgsn. Click on the link in the bio for more information... || #ss21 #trendcolor #wgsn #coloro #lemionsherbet #trendforecasting #colorocoded #dazed #trendcolor". It shows 119 likes and is dated 21 DE MARÇO DE 2019.

LEMON SHERBET  
046 - 85 - 28

122 - 66 - 02

Good Gray.



Instagram post from @coloro\_ announcing the Good Gray color. The post text reads: "coloro\_ 122 66 02 || Good Gray, the final hue of our S/S 21 key colors. The counterbalance color of the season, dialling down the more vivid tones. It is both ground and calming, offering a sense of rebalance after activity. In collaboration with @wgsn. Click on the link in the bio for more information... || #ss21 #trendcolor #wgsn #coloro #goodgray #trendforecasting #colorocoded #dazed #trendcolor". It shows 119 likes and is dated 25 DE MARÇO DE 2019.

GOOD GRAY  
122 - 66 - 02



# PAINEL DE TENDÊNCIAS

WGSN + COLORO | OUTONO/INVERNO 2021/2022



**ELETRIC MAGENTA**  
001 - 35 - 31



**DARK SPRINGS**  
087 - 70 - 07



**A.I. AQUA**  
098 - 59 - 30



**GOLDEN HARVEST**  
034 - 70 - 21



**ELETRIC MAGENTA**  
001 - 35 - 31

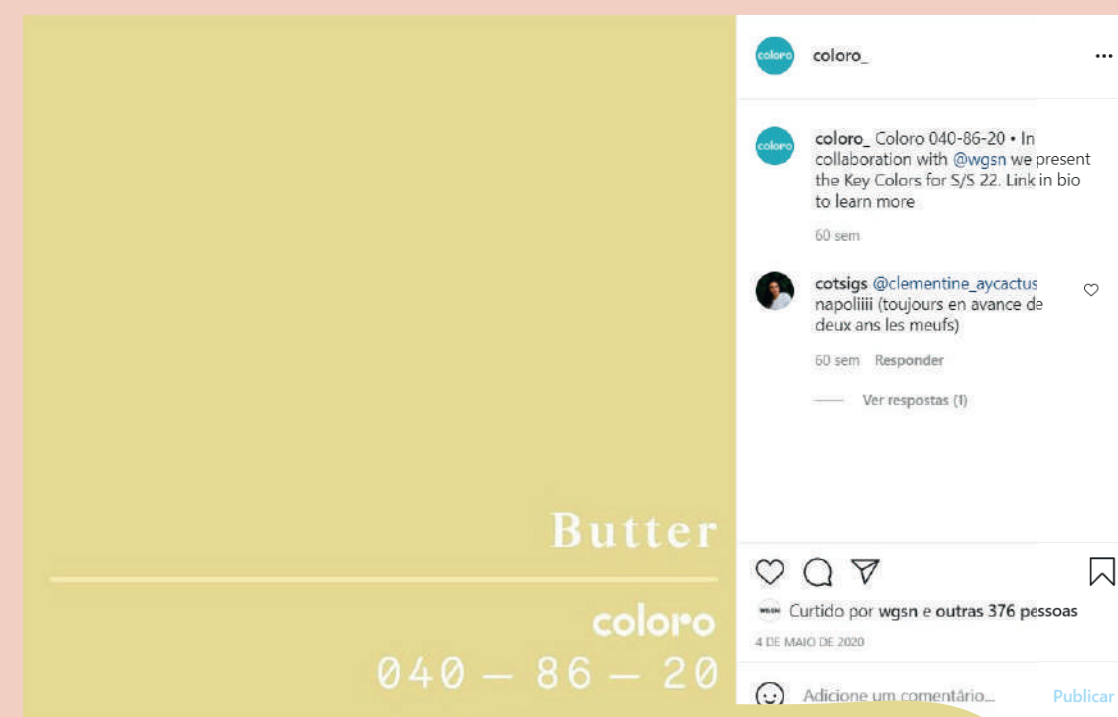
Fonte<sup>1</sup>: <https://www.wgsn.com/blogs/key-colours-aw2122/>

Fonte<sup>2</sup>: [https://www.instagram.com/coloro\\_/](https://www.instagram.com/coloro_/)



# PAINEL DE TENDÊNCIAS

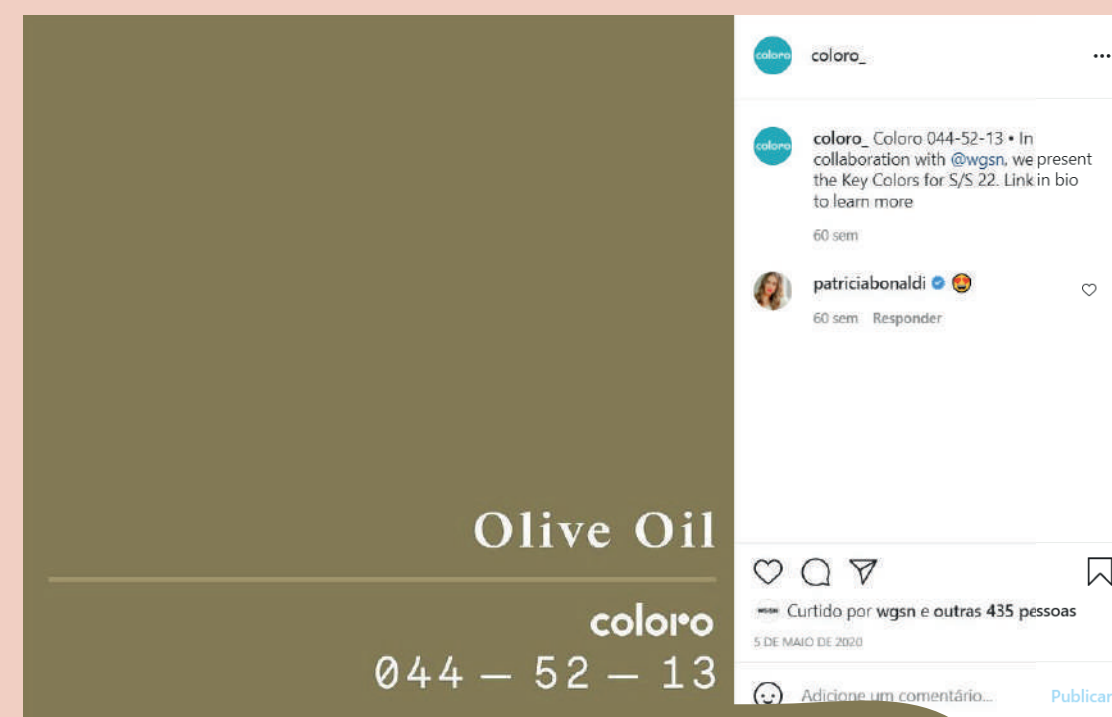
WGSN + COLORO | PRIMAVERA/VERÃO 2022



Butter

coloro  
040 - 86 - 20

BUTTER  
040 - 86 - 20



Olive Oil

coloro  
044 - 52 - 13

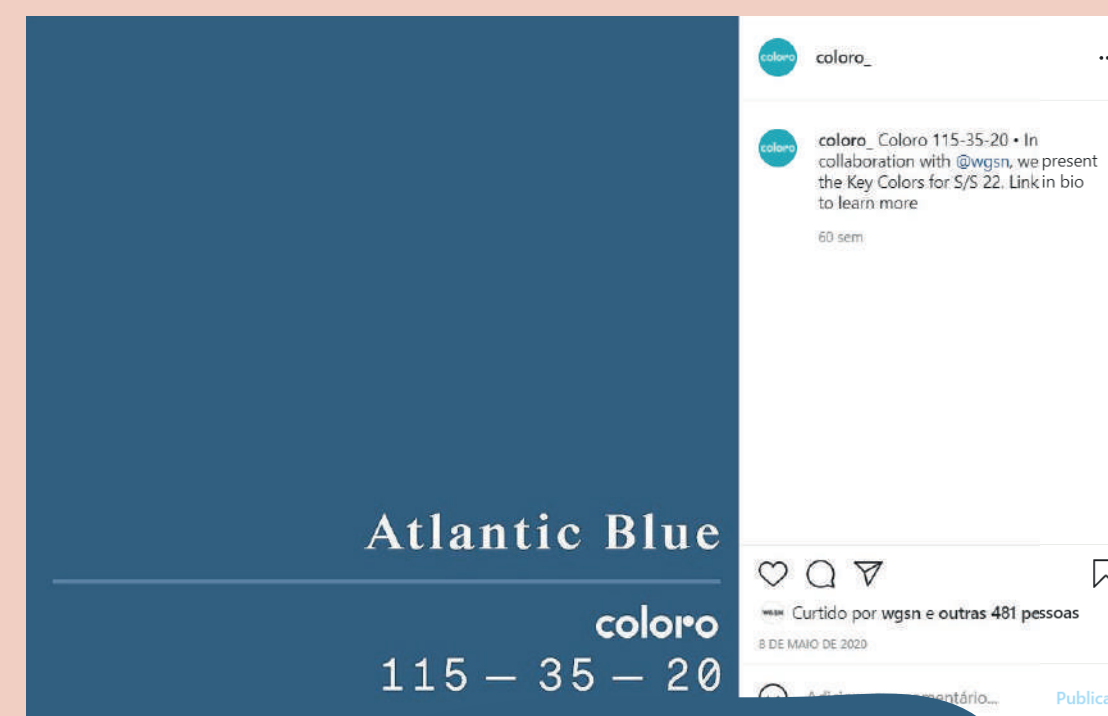
OLIVE OIL  
044 - 52 - 13



Mango Sorbet

coloro  
030 - 67 - 34

MANGO SORBET  
030 - 67 - 34



Atlantic Blue

coloro  
115 - 35 - 20

ATLANTIC BLUE  
115 - 35 - 20



Orchid Flower

coloro  
150 - 38 - 31

ORCHID FLOWER  
150 - 38 - 31



# PAINEL DE TENDÊNCIAS

## WGSN + COLORO | OUTONO/INVERNO 2022/2023

**Honeycomb**

coloro

034 - 76 - 27

Curtido por wgsn e outras 447 pessoas

26 DE OUTUBRO DE 2022

Adicione um comentário... Publicar

**Jade**

coloro

062 - 57 - 10

Curtido por wgsn e outras 474 pessoas

27 DE OUTUBRO DE 2022

Adicione um comentário... Publicar

**Dark Oak**

coloro

017 - 23 - 07

Curtido por wgsn e outras 480 pessoas

26 DE OUTUBRO DE 2022

Adicione um comentário... Publicar

**Lazuli Blue**

coloro

122 - 25 - 24

Curtido por wgsn e outras 410 pessoas

26 DE OUTUBRO DE 2022

Adicione um comentário... Publicar

**Orchid Flower**

coloro

150 - 38 - 31

Curtido por wgsn e outras 386 pessoas

26 DE OUTUBRO DE 2022

Adicione um comentário... Publicar

## WGSN + COLORO | PRIMAVERA/VERÃO 2023

**Digital Lavender**

coloro

134 - 67 - 16

Curtido por wgsn e outras 952 pessoas

13 DE ABRIL

Adicione um comentário... Publicar

**Luscious Red**

coloro

010 - 46 - 36

Curtido por wgsn e outras 531 pessoas

10 DE ABRIL

Adicione um comentário... Publicar

**Sundial**

coloro

028 - 59 - 26

Curtido por wgsn e outras 310 pessoas

17 DE ABRIL

Adicione um comentário... Publicar

**Tranquil Blue**

coloro

114 - 57 - 24

Curtido por wgsn e outras 580 pessoas

18 DE ABRIL

Adicione um comentário... Publicar

**Verdigris**

coloro

092 - 38 - 21

Curtido por wgsn e outras 612 pessoas

18 DE ABRIL

Adicione um comentário... Publicar





# PALETA DE CORES

## TINGIMENTO NATURAL



RITA0001

INSUMOS	PROPORÇÕES*
Pré-mordentagem: Caroço de abacate	20%
Material tintório: Caroço de abacate	0%
Modificador de cor: Nenhum	0%
Fixador de cor: Alúmen de potássio	10%



RITA0002

INSUMOS	PROPORÇÕES*
Pré-mordentagem: Caroço de abacate	20%
Material tintório: Caroço de abacate	0%
Modificador de cor: Vinagre	10%
Fixador de cor: Alúmen de potássio	10%



RITA0003

INSUMOS	PROPORÇÕES*
Pré-mordentagem: Caroço de abacate	20%
Material tintório: Caroço de abacate	0%
Modificador de cor: Bicarbonato de sódio	10%
Fixador de cor: Alúmen de potássio	10%



RITA0004

INSUMOS	PROPORÇÕES*
Pré-mordentagem: Cascas de aroeira	10%
Material tintório: Caroço de abacate	100%
Modificador de cor: Nenhum	0%
Fixador de cor: Alúmen de potássio	10%



RITA0005

INSUMOS	PROPORÇÕES*
Pré-mordentagem: Cascas de aroeira	10%
Material tintório: Caroço de abacate	100%
Modificador de cor: Vinagre	10%
Fixador de cor: Alúmen de potássio	10%



RITA0006

INSUMOS	PROPORÇÕES*
Pré-mordentagem: Cascas de aroeira	10%
Material tintório: Caroço de abacate	100%
Modificador de cor: Bicarbonato de sódio	10%
Fixador de cor: Alúmen de potássio	10%



RITA0007

INSUMOS	PROPORÇÕES*
Pré-mordentagem: Caroço de abacate	20%
Material tintório: Cascas de romã	50%
Modificador de cor: Nenhum	0%
Fixador de cor: Alúmen de potássio	10%



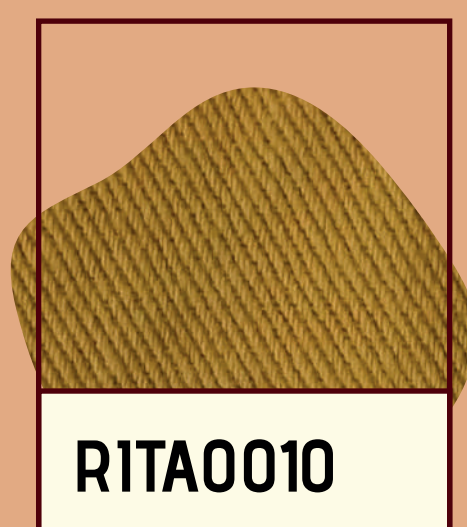
RITA0008

INSUMOS	PROPORÇÕES*
Pré-mordentagem: Caroço de abacate	20%
Material tintório: Cascas de romã	50%
Modificador de cor: Vinagre	10%
Fixador de cor: Alúmen de potássio	10%



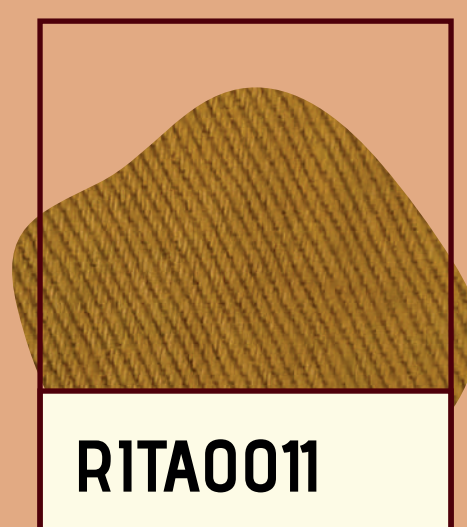
RITA0009

INSUMOS	PROPORÇÕES*
Pré-mordentagem: Caroço de abacate	20%
Material tintório: Cascas de romã	50%
Modificador de cor: Vinagre	10%
Fixador de cor: Alúmen de potássio	10%



RITA0010

INSUMOS	PROPORÇÕES*
Pré-mordentagem: Cascas de aroeira	10%
Material tintório: Açafrão-da-terra	50%
Modificador de cor: Nenhum	0%
Fixador de cor: Alúmen de potássio	10%



RITA0011

INSUMOS	PROPORÇÕES*
Pré-mordentagem: Cascas de aroeira	10%
Material tintório: Açafrão-da-terra	50%
Modificador de cor: Vinagre	10%
Fixador de cor: Alúmen de potássio	10%



RITA0012

INSUMOS	PROPORÇÕES*
Pré-mordentagem: Cascas de aroeira	10%
Material tintório: Açafrão-da-terra	50%
Modificador de cor: Bicarbonato de sódio	10%
Fixador de cor: Alúmen de potássio	10%



RITA0013

INSUMOS	PROPORÇÕES*
Pré-mordentagem: Cascas de aroeira	10%
Material tintório: Sementes de urucum	50%
Modificador de cor: Nenhum	0%
Fixador de cor: Alúmen de potássio	10%



RITA0014

INSUMOS	PROPORÇÕES*
Pré-mordentagem: Cascas de aroeira	10%
Material tintório: Sementes de urucum	50%
Modificador de cor: Vinagre	10%
Fixador de cor: Alúmen de potássio	10%

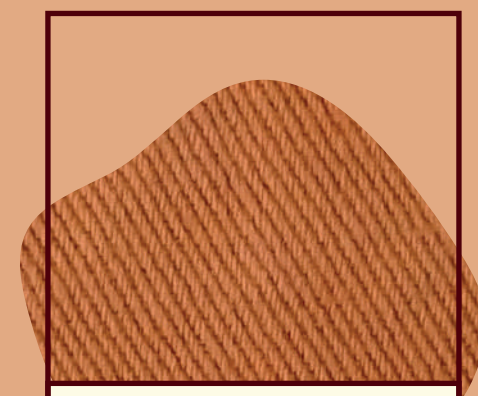
\*A quantidade de matéria-prima usada irá se flexibilizar de acordo com peso da fibra (tecido) utilizada.





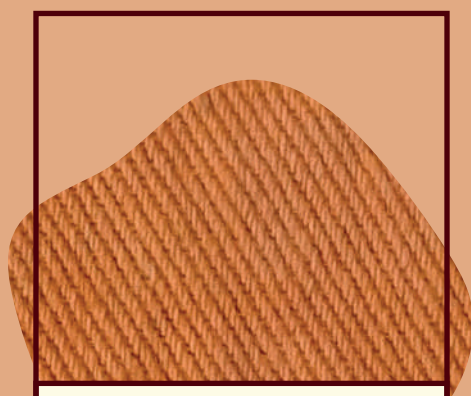
# PALETA DE CORES

## TINGIMENTO NATURAL



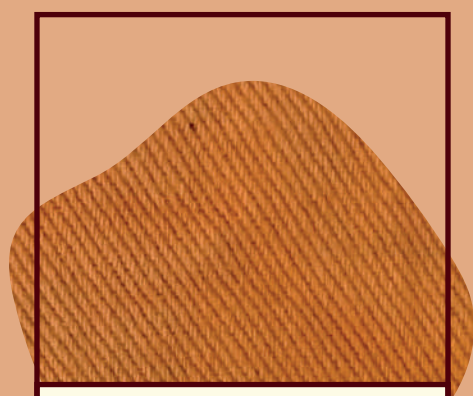
**RITA0015**

INSUMOS	PROPORÇÕES*
Pré-mordentagem: Cascas de aroeira	10%
Material tintório: Sementes de urucum	50%
Modificador de cor: Bicarbonato de sódio	10%
Fixador de cor: Alúmen de potássio	10%



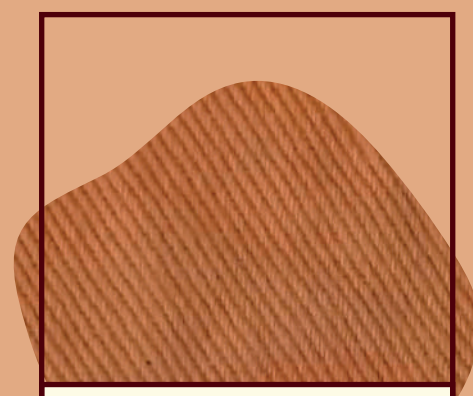
**RITA0016**

INSUMOS	PROPORÇÕES*
Pré-mordentagem: Caroço de abacate	20%
Material tintório: Sementes de urucum	50%
Modificador de cor: Nenhum	0%
Fixador de cor: Alúmen de potássio	10%



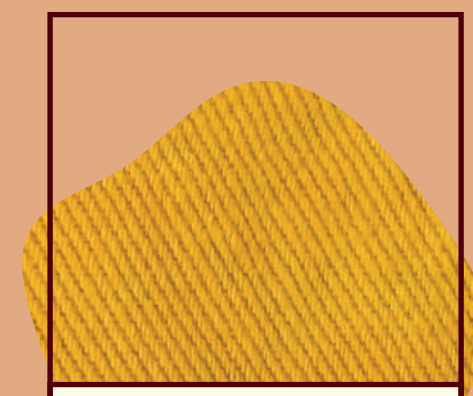
**RITA0017**

INSUMOS	PROPORÇÕES*
Pré-mordentagem: Caroço de abacate	20%
Material tintório: Sementes de urucum	50%
Modificador de cor: Vinagre	10%
Fixador de cor: Alúmen de potássio	10%



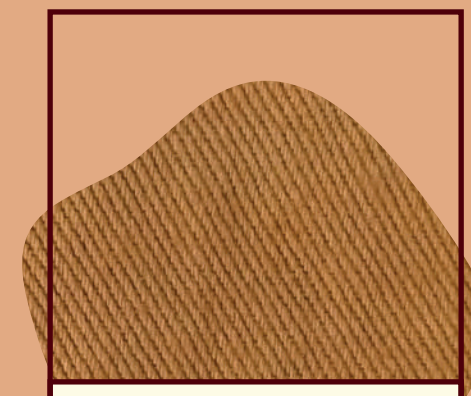
**RITA0018**

INSUMOS	PROPORÇÕES*
Pré-mordentagem: Caroço de abacate	20%
Material tintório: Sementes de urucum	50%
Modificador de cor: Bicarbonato de sódio	10%
Fixador de cor: Alúmen de potássio	10%



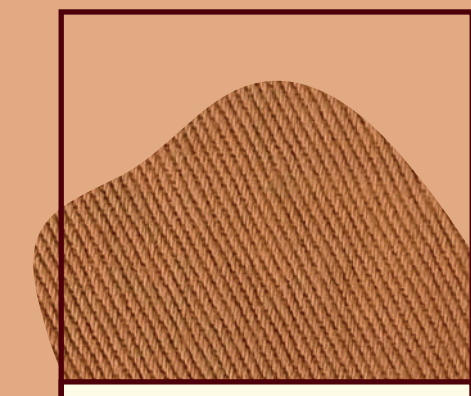
**RITA0019**

INSUMOS	PROPORÇÕES*
Pré-mordentagem: Cascas de aroeira	10%
Material tintório: Cascas de cebola (amarela)	--%
Modificador de cor: Nenhum	0%
Fixador de cor: Alúmen de potássio	10%



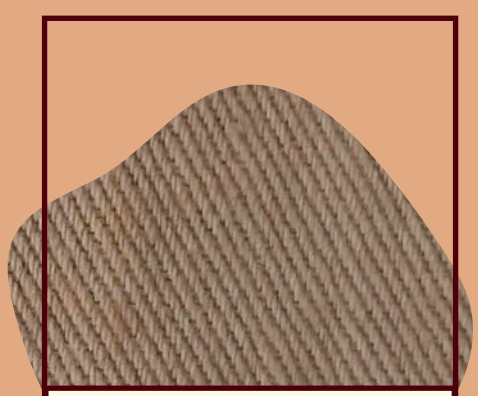
**RITA0020**

INSUMOS	PROPORÇÕES*
Pré-mordentagem: Cascas de aroeira	10%
Material tintório: Cascas de cebola (amarela)	--%
Modificador de cor: Vinagre	10%
Fixador de cor: Alúmen de potássio	10%



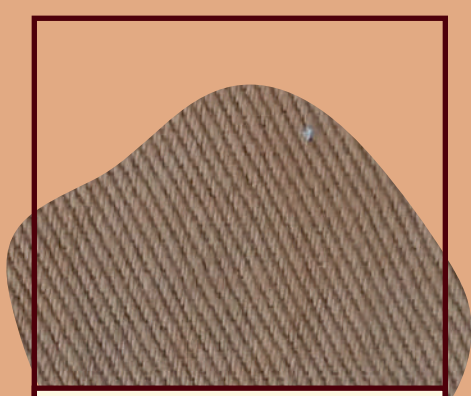
**RITA0021**

INSUMOS	PROPORÇÕES*
Pré-mordentagem: Cascas de aroeira	10%
Material tintório: Cascas de cebola (amarela)	--%
Modificador de cor: Bicarbonato de sódio	10%
Fixador de cor: Alúmen de potássio	10%



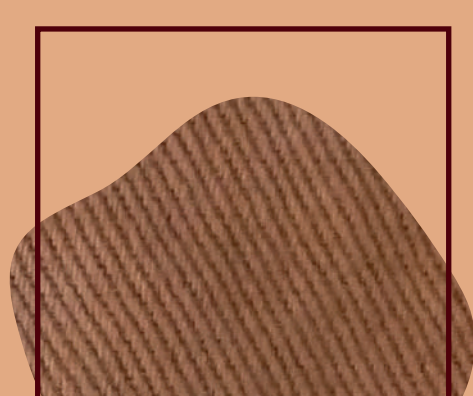
**RITA0022**

INSUMOS	PROPORÇÕES*
Pré-mordentagem: Cascas de aroeira	10%
Material tintório: Nenhum	0%
Modificador de cor: Nenhum	0%
Fixador de cor: Alúmen de potássio	10%



**RITA0023**

INSUMOS	PROPORÇÕES*
Pré-mordentagem: Cascas de aroeira	10%
Material tintório: Nenhum	0%
Modificador de cor: Vinagre	10%
Fixador de cor: Alúmen de potássio	10%



**RITA0024**

INSUMOS	PROPORÇÕES*
Pré-mordentagem: Cascas de aroeira	10%
Material tintório: Nenhum	0%
Modificador de cor: Bicarbonato de sódio	10%
Fixador de cor: Alúmen de potássio	10%



**COLEÇÃO**

# **RIQUEZAS DA CAATINGA NORDESTINA**





# RIQUEZAS DA CAATINGA NORDESTINA

RELEASE

**“A Caatinga ocupa cerca de 11% do país (844.453 Km<sup>2</sup>), sendo o principal ecossistema da Região Nordeste do Brasil [...]” (MAGALHÃES *et al.*, 2020, p. 31).**

A região Nordeste é repleta de belezas, que podem ser percebidas em sua gente, nas culturas que ali coexistem, e sobretudo, nos elementos naturais presentes em seu território. É no Nordeste onde se encontra um Bioma exclusivamente brasileiro: a Caatinga. Repleta de singularidades, a Caatinga carrega uma valiosa gama de espécies vegetais e animais adaptadas ao clima semiárido nordestino. Engana-se quem pensa que não há beleza e vida na Caatinga.

A partir dos encantos e particularidades da Caatinga onde surge a coleção Primavera/Verão 2022 da RITA. “Riquezas da Caatinga Nordestina” possui como fonte de inspiração as riquezas naturais que o bioma Caatinga têm a oferecer aos seus povos nativos. Busca-se, por meio de tecidos, cores e formas das roupas da coleção, a valorização deste Bioma brasileiro, especialmente, no que se refere a sua vegetação. O ciclo de vida da vegetação da Caatinga traz ensinamentos preciosos de resistência e resiliência. Características, também, presentes nos propósitos da RITA, como marca de slow fashion.





# RIQUEZAS DA CAATINGA NORDESTINA

RELEASE

Na fase de projeção da coleção, procurou-se desenvolver produtos de moda com o ciclo de vida o mais sustentável possível. Desta maneira, foram introduzidos, além de insumos mais ecologicamente corretos, técnicas que geram pouco impacto ao meio ambiente. Priorizou o desenvolvimento de modelagens atemporais em conjunto com alguns detalhes de tendência. Em “Riquezas da Caatinga Nordestina” foram criadas roupas que priorizam o uso de técnicas artesanais. A união entre tingimento natural e crochê potencializa a resistência e particularidades do fazer artesanal, e ainda, contribuem para a exclusividade de cada peça de roupa criada para essa coleção.

Na etapa de confecção destes produtos foram utilizados tecidos compostos por fibras naturais, como algodão e linho; linha para crochê feita com algodão reciclado. Vale destacar que os tecidos e linha para crochê receberam beneficiamento têxtil por meio da introdução de corantes naturais provenientes, em sua maioria, da vegetação presente na Caatinga.



# PAINEL DA COLEÇÃO

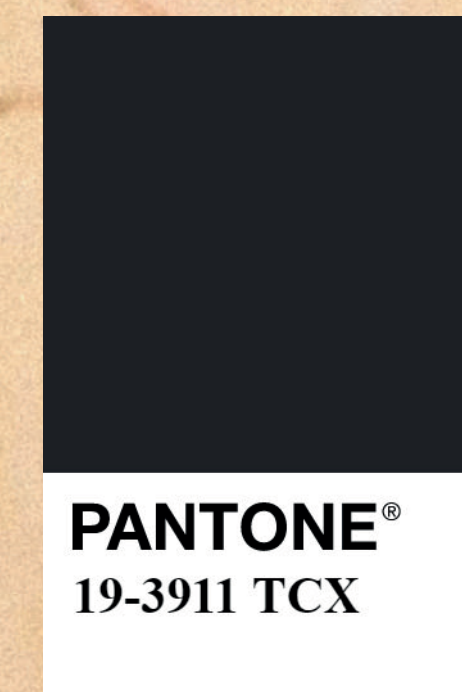
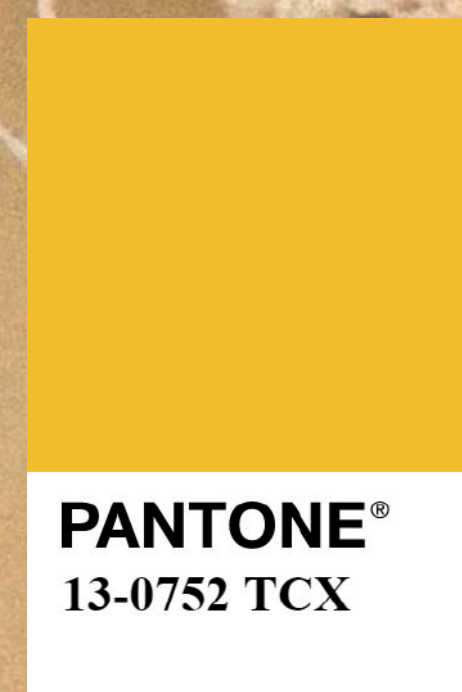
RIQUEZAS DA CAATINGA NORDESTINA





# CARTELA DE CORES

TINGIMENTO NATURAL E CORES CORRESPONDENTES DA PANTONE





# CARTELA DE TECIDOS



**CAMBRAIA**  
(Linho)



**CAMBRAIA**  
(Algodão)



**ALGODÃO CRU**  
(Algodão)





# INSUMOS NATURAIS



**PEDRA UME**  
(*Alúmen de Potássio*)



**CASCAS DE ROMÃ**  
(*Punica granatum Linnaeus*)



**CASCAS DE AROEIRA**  
(*Myracrodruon urundeuva Allemão*)



**CAROÇO DE ABACATE**  
(*Persea americana Mill.*)



**CASCAS DE CAJUEIRO**  
(*Anacardium occidentale Linnaeus*)



**AÇAFRÃO-DA-TERRA**  
(*Curcuma Longa*)



# CARTELA DE AVIAMENTOS



LINHA DE CROCHÊ ECOLÓGICA  
(Algodão reciclado)

LINHAS DE COSTURA  
(Algodão/Poliéster)



FIOS DE COSTURA  
(Poliéster)

ZÍPERES  
(Náilon)



BOTÕES  
(Madeira)





# TABELA DE PARAMETRO DA COLEÇÃO

RIQUEZAS DA CAATINGA NORDESTINA

MIX DE PRODUTOS	BÁSICO	FASHION	VANGUARDA	TOTAL
Tops	6	3	2	11
Bottons	6	3	2	11
Peças inteiras	4	2	3	9
Sobreposições	1	-	-	1
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>32</b>
<b>PERCENTUAL*</b>	<b>53%</b>	<b>25%</b>	<b>21%</b>	<b>100%</b>

\*PERCENTUAL APROXIMADO

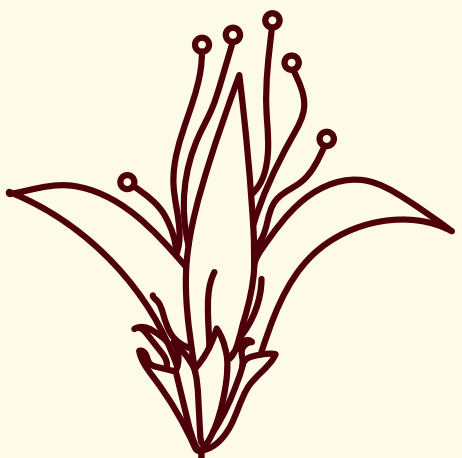


# TABELA DE SKU DA COLEÇÃO

RIQUEZAS DA CAATINGA NORDESTINA

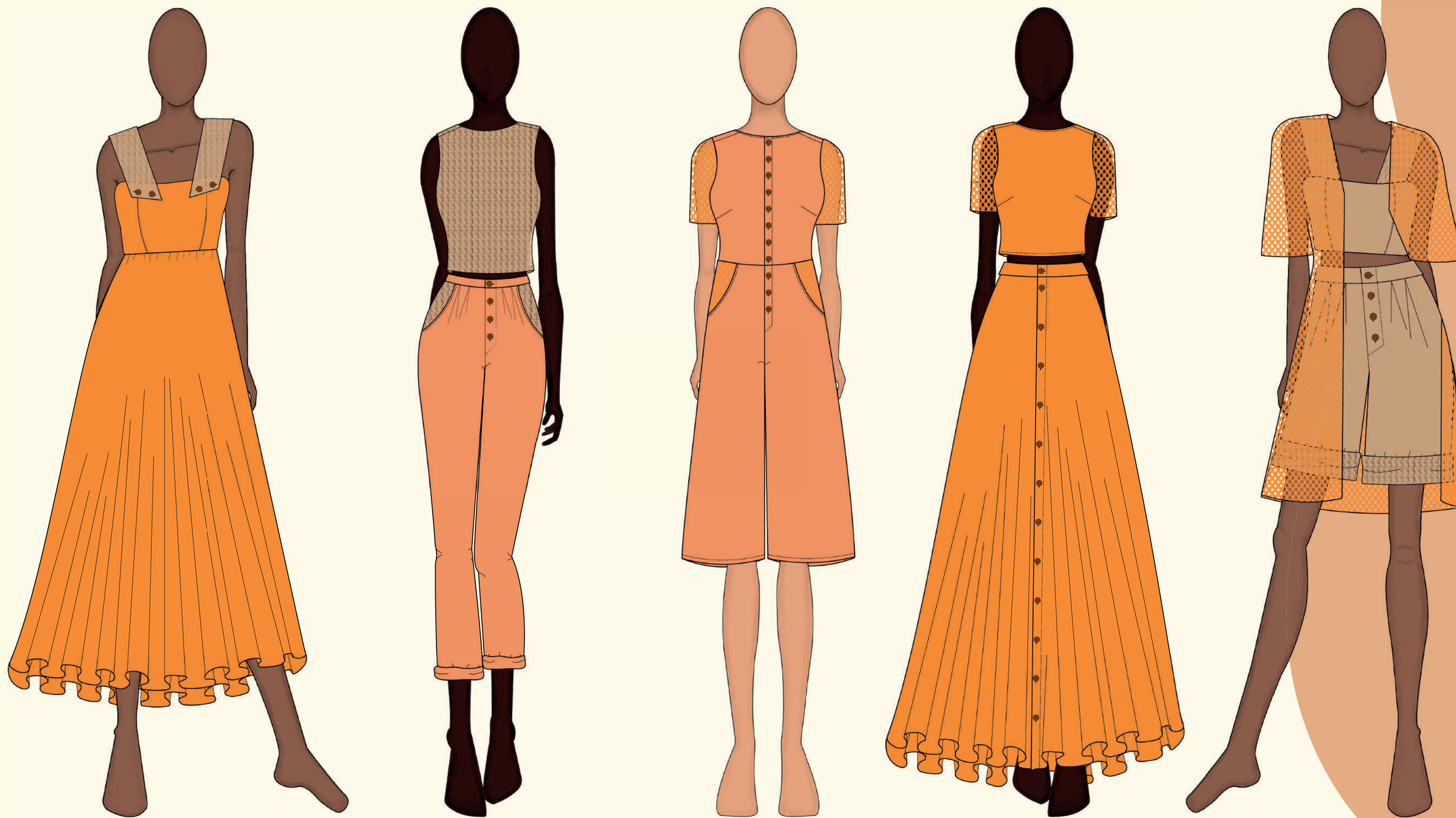
MIX DE PRODUTOS	VARIEDADE DE MODELOS	CORES	TAMANHOS	TOTAL
Tops	11	3	5	165
Bottoms	11	3	5	165
Peças inteiras	9	3	5	135
Sobreposições	1	3	5	15
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>			<b>480</b>





# RIQUEZAS DA CAATINGA NORDESTINA

COLEÇÃO

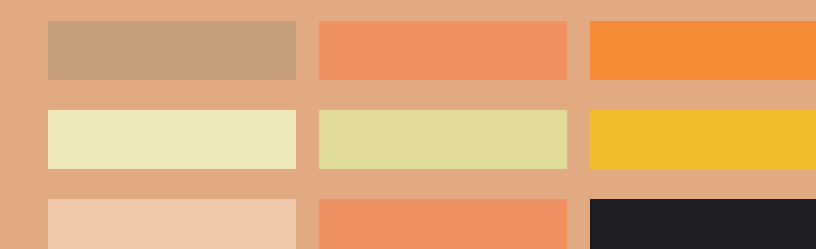


## FAMÍLIA URUCUM

O urucum (*Bixa orellana Linnaeus*) é fruto do urucuzeiro, nativo da vegetação presente na Caatinga Nordestina. O pigmento oriundo das sementes é utilizado por povos indígenas brasileiros como uma espécie de repelente natural contra insetos, e também, para a prevenção de queimaduras solares. Na culinária nordestina, o urucum é bastante usado no preparo de comidas, contribuindo para realçar a cor dos alimentos. Na medicina popular serve para tratar machucados, coqueluche, gripe, palpitações cardíacas e pulmão.

A família urucum é composta por um mix de tops, bottoms e sobreposição básicos e versáteis, permitindo várias combinações entre si. As cores presentes nesta família resultam da união entre a vibração dos tons alaranjados e a sobriedade de um tom nude.

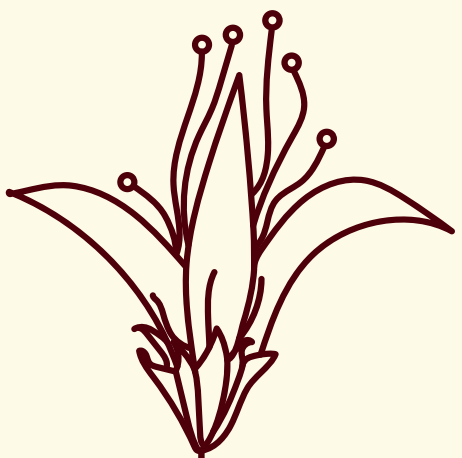
### COMBINAÇÕES DE CORES:



MAGALHÃES, Karla do Nascimento *et al.* **Plantas medicinais da caatinga do Nordeste brasileiro**: etnofarmacopeia do professor Francisco José de Abreu Matos. E-book. Fortaleza: Imprensa Universitária, 2020. (Estudos da Pós-Graduação). Disponível em: <<http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/54867>> Acesso em: 05 ago. 2021

MORAIS, Selene Maia de *et al.* Plantas medicinais usadas pelos índios Tapebas do Ceará. **Revista Brasileira de Farmacognosia**, [s.l.], v. 15, n. 2, p. 169-177, jun. 2005. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1590/s0102-695x2005000200017>.





# RIQUEZAS DA CAATINGA NORDESTINA

COLEÇÃO



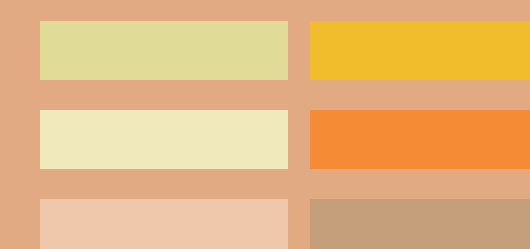
## FAMÍLIA CAJUEIRO

O cajueiro (*Anacardium occidentale Linnaeus*) é uma árvore originária do Nordeste, e, nativa da vegetação da Caatinga. Seus verdadeiros frutos são as castanhas de caju. O fato gera confusão, pois muitos acreditam que a parte “carnuda”

anexa as castanhas de caju sejam os reais frutos do cajueiro. Esta parte carnuda é chamada de pedúnculo ou falso fruto, e, pode possuir colorações que variam entre alaranjados, avermelhados e amarelados. Na medicina popular, o cajueiro é usado como cicatrizante, anti-inflamatório, purgativo, para tratar anemia, cólicas abdominais, gengivite, diabetes, hemorragia uterina, cólicas uterinas dentre outros problemas de saúde.

A família cajueiro é formada por roupas de modelagem básica em cambraia de linho. A família traz uma paleta de cores monocromática em tons de amarelo.

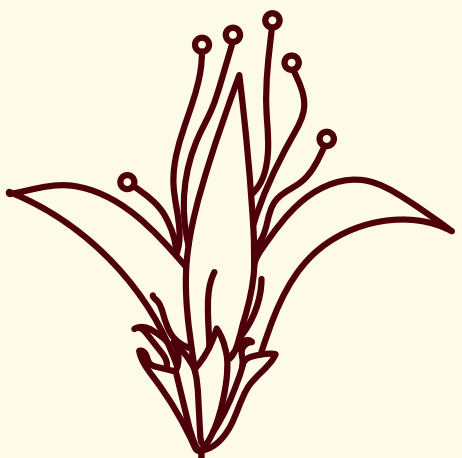
## COMBINAÇÕES DE CORES:



MAGALHÃES, Karla do Nascimento *et al.* **Plantas medicinais da caatinga do Nordeste brasileiro**: etnofarmacopeia do professor Francisco José de Abreu Matos. E-book. Fortaleza: Imprensa Universitária, 2020. (Estudos da Pós-Graduação). Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/54867>. Acesso em: 05 ago. 2021

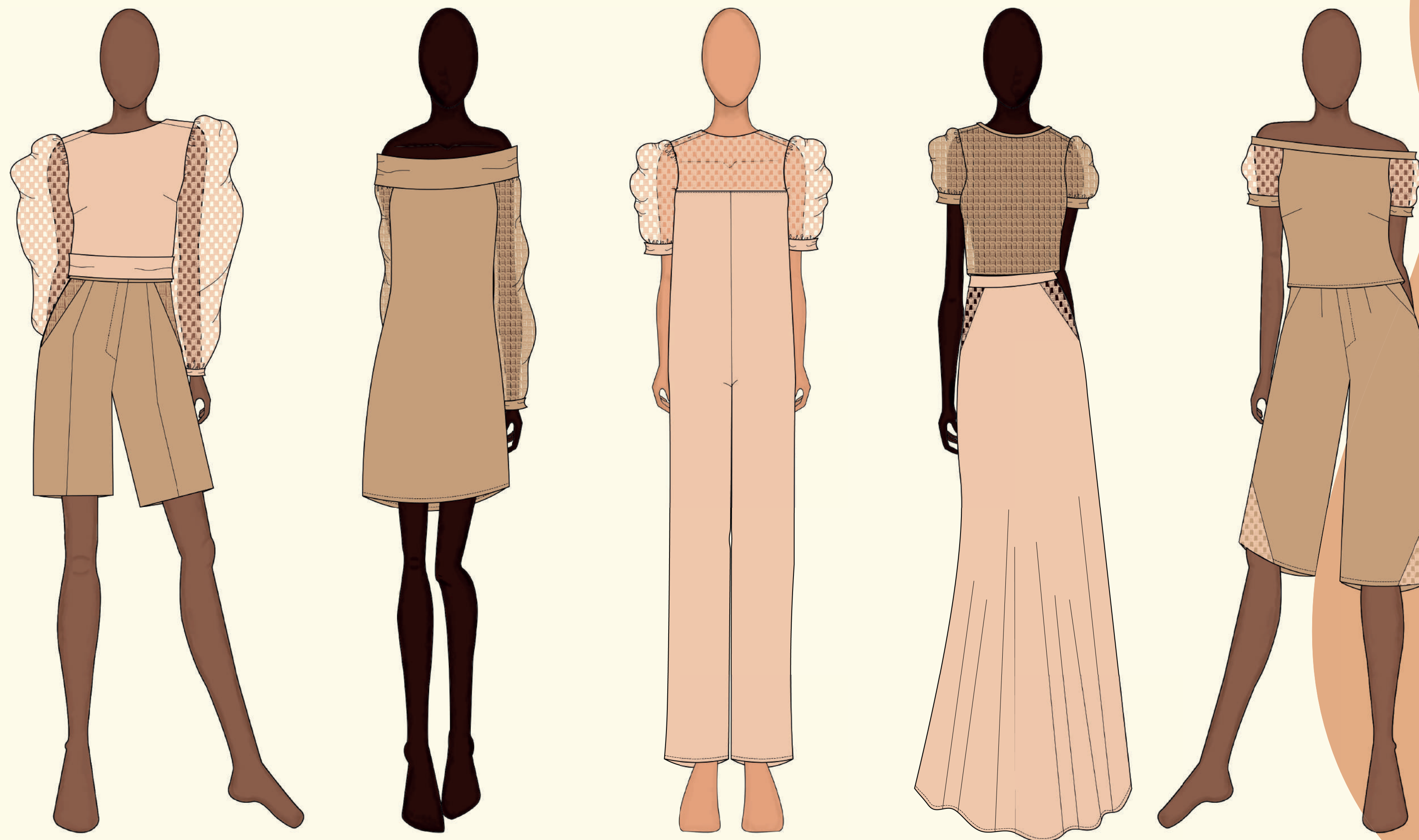
MATHIAS, João; CARDOSO, José Emilton. **Como plantar caju**. 2013. Coordenada por Revista Globo Rural. Disponível em: <https://revistagloborural.globo.com/vida-na-fazenda/como-plantar/noticia/2013/12/como-plantar-caju.html>. Acesso em: 05 ago. 2021.





# RIQUEZAS DA CAATINGA NORDESTINA

COLEÇÃO

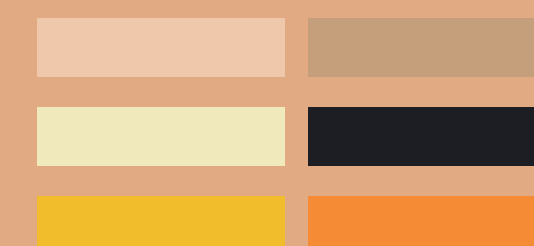


## FAMÍLIA AROEIRA DO SERTÃO

A aroeira do sertão (*Myracro ruon urundeuva Allemão*) é uma espécie vegetal nativa de dois biomas presentes no território brasileiro: Caatinga e Cerrado. A madeira da aroeira do sertão possui uma coloração avermelhada. Esta característica influencia diretamente na coloração rosada deixada ao tingir peças de vestuário. Na medicina popular, a aroeira do sertão é muito utilizada como cicatrizante, antiinflamatório, adstringente, tratamento para inflamações e feridas de origem ginecológicas, ferimentos infeccionados.

A família aroeira do sertão é constituída por peças de vestuário com algumas informações de tendências apontadas em desfiles nacionais e internacionais de moda para os anos de 2021 e 2022. A paleta de cores está centrada em tons de nudes, contribuindo para proporcionar um ar sóbrio e discreto à modelagens mais ousadas.

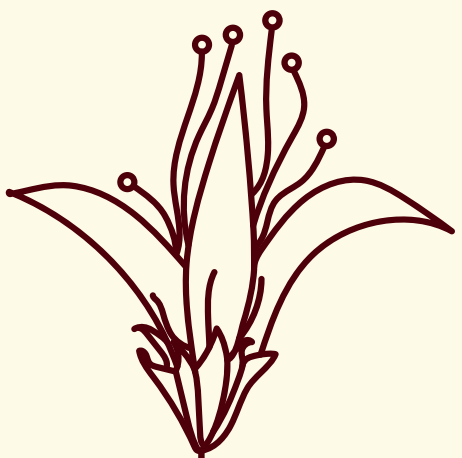
## COMBINAÇÕES DE CORES:



MAGALHÃES, Karla do Nascimento *et al.* **Plantas medicinais da caatinga do Nordeste brasileiro**: etnofarmacopeia do professor Francisco José de Abreu Matos. E-book. Fortaleza: Imprensa Universitária, 2020. (Estudos da Pós-Graduação). Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/54867>. Acesso em: 05 ago. 2021

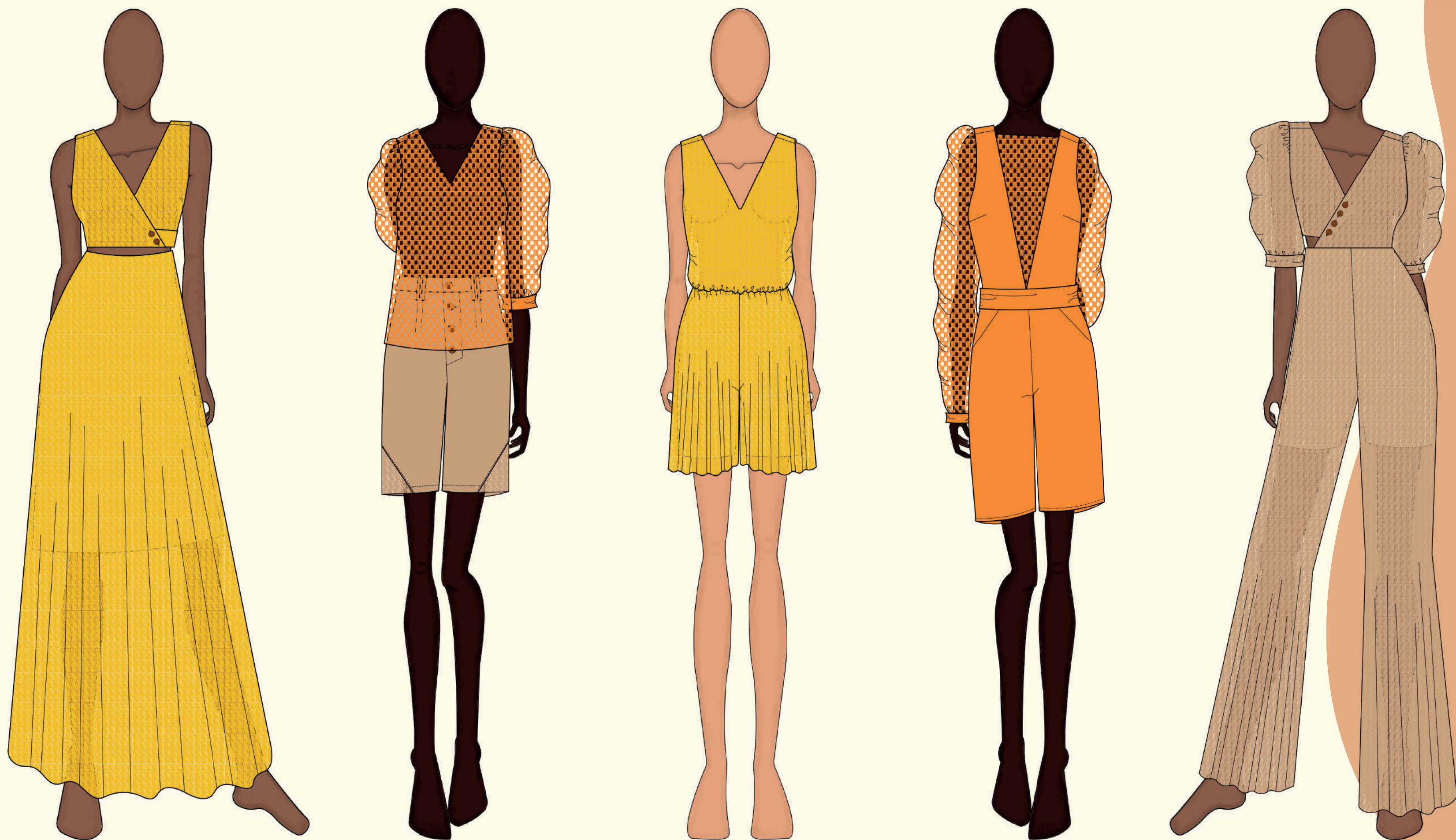
MARAFON, Géssica *et al.* Crescimento inicial da aroeira do sertão (*Myracrodruon urundeuva* Fr. All.) sob efeito de doses de fósforo e potássio. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIA DO SOLO, Não use números Romanos ou letras, use somente números Arábicos., 2015, Natal. **Anais [...]**. Natal: Congresso Brasileiro de Ciência do Solo, [2015]. p. 1-4.





# RIQUEZAS DA CAATINGA NORDESTINA

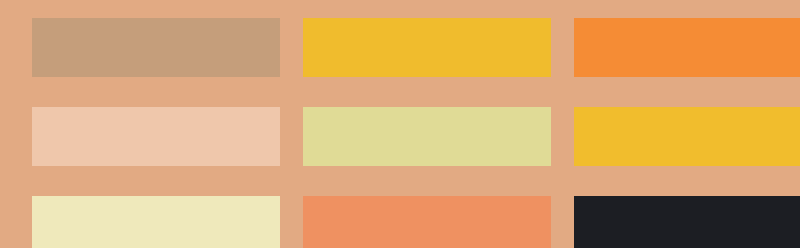
COLEÇÃO



## FAMÍLIA MULUNGU

Mulungu (*Erythrina velutina Willd*) é uma espécie vegetal nativa do Bioma Caatinga. Contudo, também é encontrada em outros Biomas, tais como o Cerrado e Mata Atlântica. É uma árvore que pode atingir 15 metros de altura. Suas sementes são ornamentais, servindo na confecção de bijóias. As flores dessa espécie vegetal, quando maceradas, são capazes de produzir corante natural para tingir produtos de vestuário e moda. Geralmente, este corante proporciona tons de amarelo-avermelhado. Na medicina popular, cascas e frutas dessa árvore são utilizadas para tratar insônia, dor de dente, obstrução nasal, extração dentária, além disso, possui propriedades calmante. A família mulungu é, de todas, a mais vanguardista. Esta família conta com produtos de vestuário mais arrojados e elegantes. A confecção destes itens demandaram mais tempo e insumos para serem finalizados.

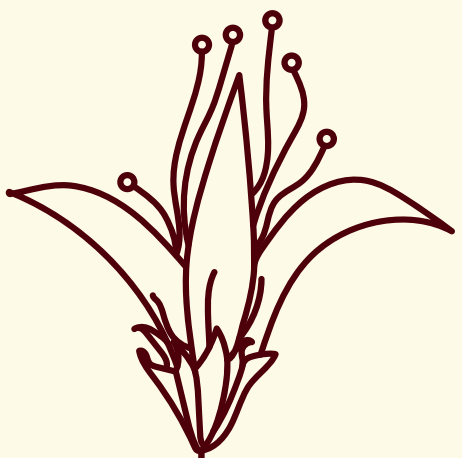
### COMBINAÇÕES DE CORES:



Carvalho, Paulo Ernani Ramalho. **Mulungu (*Erythrina velutina*)**. Colombo: Embrapa Florestas, 2008. 8 p. (Embrapa Florestas. Circular técnica, 160). Disponível em: <http://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/handle/doc/315643>. Acesso em: 05.ago. 2021

MAGALHÃES, Karla do Nascimento *et al.* **Plantas medicinais da caatinga do Nordeste brasileiro**: etnofarmacopeia do professor Francisco José de Abreu Matos. E-book. Fortaleza: Imprensa Universitária, 2020. (Estudos da Pós-Graduação). Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/54867>. Acesso em: 05 ago. 2021





# RIQUEZAS DA CAATINGA NORDESTINA

LINE UP DA COLEÇÃO





**FRENTE**

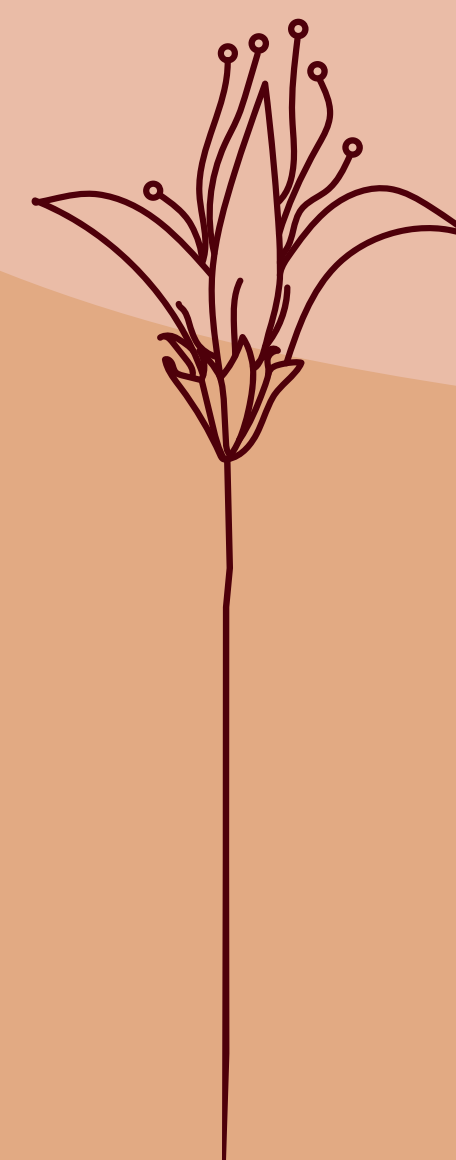


**COSTAS**



**REF: CROPP0001**

**DESCRIÇÃO:** Cropped regata em crochê  
**QUANT. DE PEÇAS PRODUZIDAS:** 60





# FICHA TÉCNICA

RITA

**FICHA TÉCNICA (1/2)**

Coleção: Riquezas da Caatinga Nordestina    Designer: Erlane Mendonça

Descrição do modelo: Cropped regata em crochê    Data: 05/08/2021

Referência: CROPP001    Técnica(s) manual(is): Tingimento natural e crochê

**FRENTE**

Decote da frente com acabamento em pontos baixíssimos

Cava com acabamento em pontos baixíssimos

Costura do ombro

Barra com acabamento em pontos altos

**COSTAS**

Decote das costas com acabamento em pontos baixíssimos

Acabamento em pontos baixíssimos

**AMPLIAÇÃO DA GOLA**

**AMPLIAÇÃO DOS PONTOS DE CROCHÊ**

**CORES/ PADRONAGENS**

Ref: RITA0023

Ref: RITA0001

Ref: RITA0010

Ref: \_\_\_\_\_

**GRANDE DE TAMANHOS**

TAM	QUANT.	COR
36	4	3
38	4	3
40	4	3
42	4	3
44	4	3

**ETIQUETAS**

Bandeira  
100% Algodão  
16mm x 65mm  
Sublimada

Instruções e composição  
100% Algodão  
20mm x 45mm  
Sublimada

Fixação: Decote das costas    Fixação: Lateral esquerda

RITA

**FICHA TÉCNICA (2/2)**

Coleção: Riquezas da Caatinga Nordestina    Designer: Erlane Mendonça

Descrição do modelo: Cropped regata de crochê    Data: 05/08/2021

Referência: CROPP001    Técnica(s) manual(is): Tingimento natural e crochê

MATÉRIA-PRIMA						TINGIMENTO NATURAL - PROPORÇÕES	
MATERIAL	COR	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	QUANTIDADE	PREÇO	COR 1	Ref: RITA0023
Linha de crochê	Branco	100% CO	EuroRoma	1.400 m	R\$ 17,30		
						<b>Peso da fibra</b> Insumo: Linha de crochê    Quant.: 380g	
						<b>Pré-mordentagem</b> Insumo: Cascas de aroeira    Quant.: 38g	
						<b>Material tintório</b> Insumo: Cascas de cajueiro    Quant.: 380g	
						<b>Fixador ou modificador de cor</b> Mordente: Alúmen de potássio    Quant.: 38g	
AVIAMENTO	COR	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	QUANTIDADE	PREÇO	COR 2	Ref: RITA0001
						<b>Peso da fibra</b> Insumo: Linha de crochê    Quant.: 380g	
						<b>Pré-mordentagem</b> Insumo: Carço de abacate    Quant.: 38g	
						<b>Material tintório</b> Insumo: Carço de abacate    Quant.: 380g	
						<b>Fixador ou modificador de cor</b> Insumo: Alúmen de potássio    Quant.: 38g	
SEQUÊNCIA OPERACIONAL						MÁQUINA	
1. Fazer parte da frente conforme as dimensões do molde da frente do cropped						Manual	
2. Fazer parte das costas conforme as dimensões do molde das costas do cropped						Manual	
3. Unir ombros da parte frontal com a parte traseira do cropped (usando pontos baixíssimos)						Manual	
4. Fechar laterais do cropped (usando pontos baixíssimos)						Manual	
5. Fazer acabamento em pontos baixíssimos nas cavas e gola do cropped						Manual	
6. Dobrar e embalar						Manual	
						COR 3    Ref: RITA0010	
						<b>Peso da fibra</b> Insumo: Linha de crochê    Quant.: 380g	
						<b>Pré-mordentagem</b> Insumo: Cascas de aroeira    Quant.: 38g	
						<b>Material tintório</b> Insumo: Açafraão-da-terra    Quant.: 160g	
						<b>Fixador ou modificador de cor</b> Insumo: Alúmen de potássio    Quant.: 38g	
						COR 4    Ref: _____	
						<b>Peso da fibra</b> Insumo:    Quant.:	
						<b>Pré-mordentagem</b> Insumo:    Quant.:	
						<b>Material tintório</b> Insumo:    Quant.:	
						<b>Fixador ou modificador de cor</b> Insumo:    Quant.:	



# PRECIFICAÇÃO

## CUSTO FIXO UNITÁRIO

CUSTOS INDIRETOS	VALOR MENSAL(R\$)
Energia elétrica	R\$ 108,00 (média)
Gás de cozinha	R\$ 100,00
Água	R\$ 45,00 (média)
Transporte	R\$ 80,00 (média)
Programas Above	R\$ 224,00
Internet	R\$ 60,00
Marketing	R\$ 500,00
Produtos de limpeza	R\$ 250,00
Tributação e encargos sociais - MEI (DAS)	R\$ 56,00
Pró-labore	R\$ 2,500
<b>TOTAL (R\$)</b>	<b>R\$ 3.923,00</b>

CFU
R\$ 3.923,00 / 60 un. <b>= R\$ 65,38</b>



# PRECIFICAÇÃO

## CUSTOS VARIÁVEIS E PREÇO DE VENDA

CUSTOS VARIÁVEIS (CV)			
INSUMOS	CONSUMO	PREÇO TOTAL	CUSTO
Linha de crochê	1.400 m	R\$ 21,00/1.7000m	R\$ 17,30
Cascas de aroeira	38g	R\$ 2,50/40g	R\$ 2,11
Cascas de cajueiro	380g	R\$ 15,00/ 500g	R\$ 11,40
Alúmen de potássio	38g	R\$ 3,60/ 50g	R\$ 2,73
Embalagens	1 un.	R\$ 125,00/ 50 un.	R\$ 2,50
Tags	1 un.	R\$ 240,00/ 500 un.	R\$ 0,48
Etiquetas bandeira	1 un.	R\$ 350,00/ 2.000 un	R\$ 0,17
Etiquetas de composição	1 un.	R\$ 370,00/ 2.000 un	R\$ 0,18
CUSTO TOTAL DE INSUMOS			<b>R\$ 36,87</b>

CUSTOS VARIÁVEIS (CV)			
MÃO-DE-OBRA	VALOR/HORA	TEMPO	CUSTO
Modelagem	R\$ 10,00	2 hrs	R\$ 20,00
Tingimento natural	R\$ 9,00	8 hrs	R\$ 72,00
Crochê	R\$ 9,00	16 hrs	R\$ 144,00
Costura	R\$ 9,00	2 min.	R\$ 2,30
CUSTO TOTAL DE INSUMOS			<b>R\$ 238,30</b>

PREÇO DE VENDA (PV)
$R\$ 65,38 + R\$ 36,87 + R\$ 238,30$ <b>= R\$ 340,55</b>
$R\$ 340,55 \times 1,3 \text{ Markup}$ <b>= R\$ 442,71</b>
<b>PREÇO DE VENDA: R\$ 442,71</b>



**FRENTE**

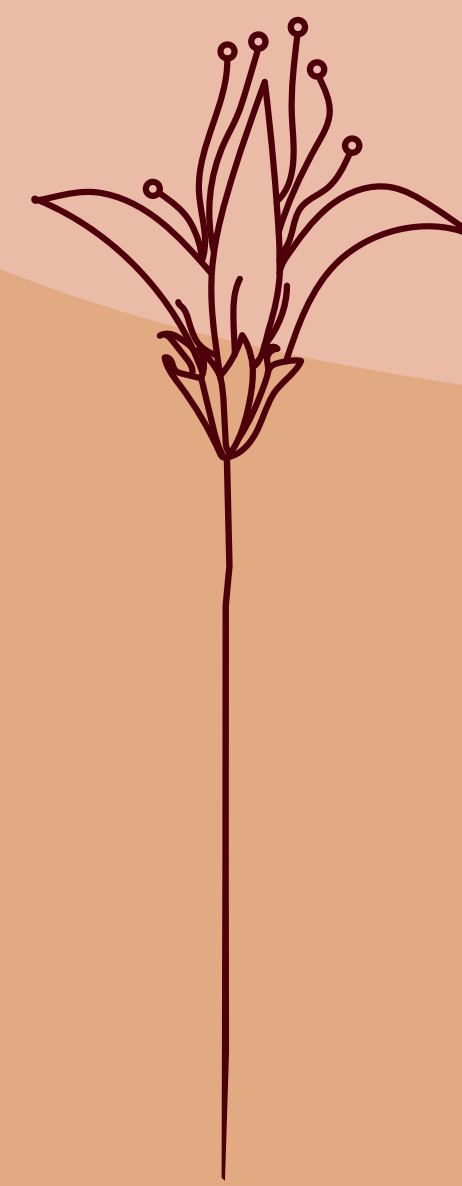


**COSTAS**




**REF: CALC0001**

**DESCRIÇÃO:** Calça cenoura com vista de bolsos em crochê  
**QUANT. DE PEÇAS PRODUZIDAS:** 60





# FICHA TÉCNICA



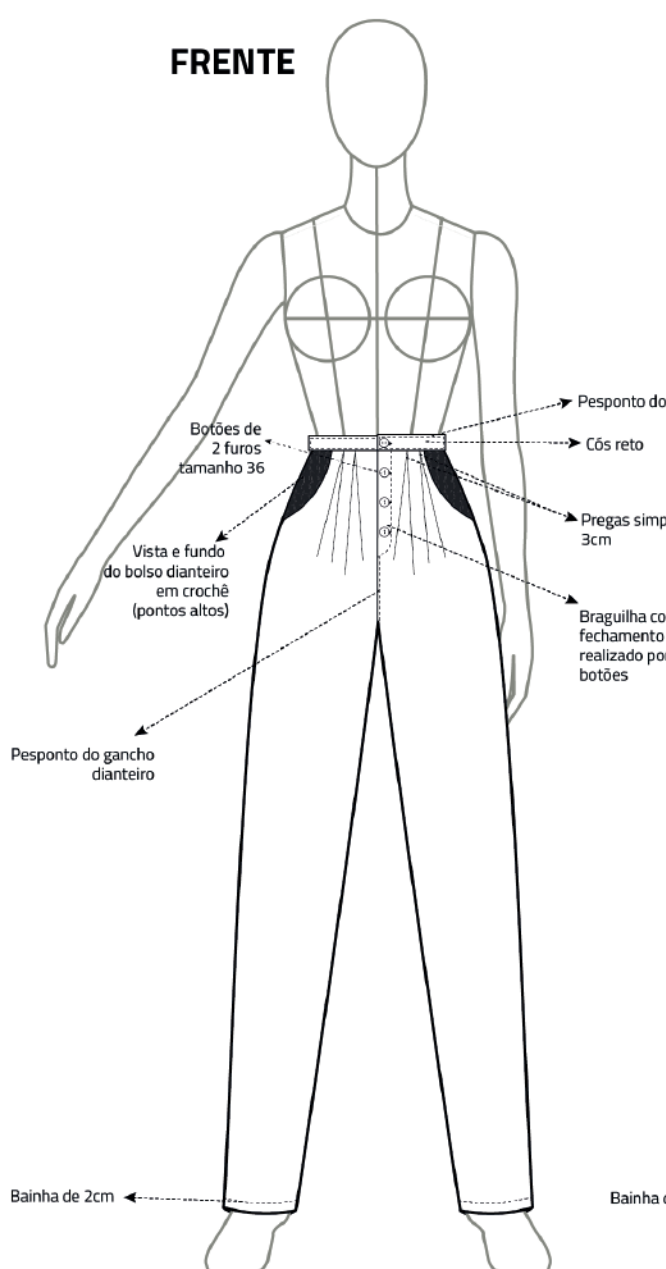
## FICHA TÉCNICA (1/2)

**Coleção:** Riquezas da Caatinga Nordestina | **Designer:** Erlane Mendonça

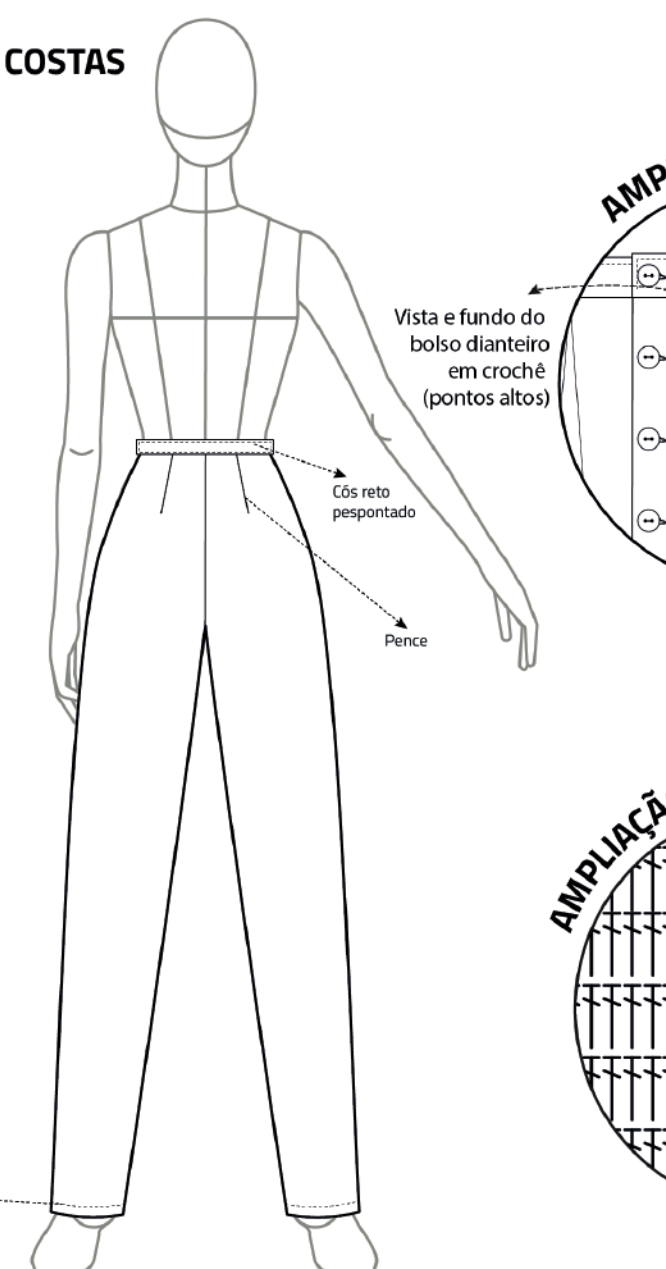
**Descrição do modelo:** Calça cenoura com vista de bolsos em crochê | **Data:** 10/08/2021

**Referência:** CALC0001 | **Técnica(s) manual(is):** Tingimento natural e crochê

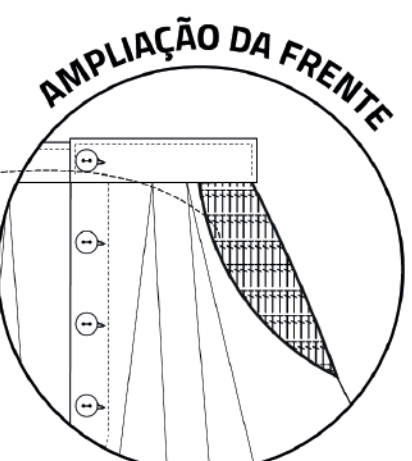
**FRENTE**




**COSTAS**



**AMPLIAÇÃO DA FRENTE**



**AMPLIAÇÃO DOS PONTOS DE CROCHÊ**



**CORES/ PADRONAGENS**


Ref: RITA001B	Ref: RITA001B
Ref: RITA0023	Ref: RITA0023
Ref: MISTA	Ref: MISTA
Ref: RITA001B	
Ref: RITA0023	
Ref: MISTA	Ref: _____

**GRANDE DE TAMANHOS**

TAM	QUANT.	COR
36	4	3
38	4	3
40	4	3
42	4	3
44	4	3

**ETIQUETAS**

Bandeira 100% Algodão 16mm x 65mm Sublimada	Instruções e composição 100% Algodão 20mm x 45mm Sublimada
Fixação: Cós das costas	Fixação: Braguilha



## FICHA TÉCNICA (2/2)

**Coleção:** Riquezas da Caatinga Nordestina | **Designer:** Erlane Mendonça

**Descrição do modelo:** Calça cenoura com vista de bolsos em crochê | **Data:** 10/08/2021

**Referência:** CALC001 | **Técnica(s) manual(is):** Tingimento natural e crochê

MATÉRIA-PRIMA						TINGIMENTO NATURAL - PROPORÇÕES	
MATERIAL	COR	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	QUANTIDADE	PREÇO TOTAL	COR 1	Ref: MISTA
L. de crochê Especial 8/4	100 - Crua	100% CO	EuroRoma	50 m (aprox.)	R\$ 0,62	COR 1	Ref: MISTA
Algodão cru	Crua	100% CO	Cataguases Tecidos	2,00 m	R\$ 28,00		
<b>AVIAMENTO</b>						COR 2	Ref: MISTA
Linha 120	COR 202	100% PES	Linha Bras	200 m (aprox.)	R\$ 0,50	COR 2	Ref: MISTA
Botão 2 furos (tam.36)	Amadeirado	100% Madeira	Corizita	4 uni.	R\$ 1,60		
SEQÜÊNCIA OPERACIONAL				MÁQUINA			
1. Fazer vista e fundo do bolso dianteiro em crochê de acordo com as dimensões do molde				Manual			
2. Cortar tecido de acordo com os moldes da calça				Manual			
3. Fazer acabamento no gancho frontal (bainha de 1cm)				Máquina doméstica			
4. Fechar pences traseiras e fixar em cima colocando o excesso para o lado das costas				Máquina doméstica			
5. Fazer pregas simples frontais colocando o excesso para o lado das costas				Máquina doméstica			
6. Fazer braguilha (sem zíper, pois o fechamento é realizado por botões)				Máquina doméstica			
7. Fechar gancho frontal (pespontar costura do gancho)				Máquina doméstica			
8. Fechar gancho traseiro (costura francesa)				Máquina doméstica			
9. Fechar partes do bolso (costura francesa)				Máquina doméstica			
10. Pregar bolso dianteiro na parte frontal da calça (costura francesa) e pespontar na parte interna da união				Máquina doméstica			
11. Fechar laterais da calça (costura francesa)				Máquina doméstica			
12. Fechar fundo da calça (costura francesa)				Máquina doméstica			
13. Pregar cós e pespontá-lo				Máquina doméstica			
14. Fazer bainha (2 cm)				Máquina doméstica			
15. Casear a braguilha e cós				Máquina doméstica			
16. Pregar botões				Manual			
17. Refilar excessos de linha, dobrar e embalar.				Manual			

COR 1		COR 2		COR 3		COR 4	
Insumo:	Algodão cru   Linha de crochê	Insumo:	Algodão cru   Linha de crochê	Insumo:	Folhas de eucalipto   Carço de abacate	Insumo:	Folhas de eucalipto   Carço de abacate
Quant.:	237g   80g	Quant.:	119g   80g	Quant.:	47,5g   8g	Quant.:	47,5g   80g
<b>Pré-mordentagem</b>		<b>Pré-mordentagem</b>		<b>Pré-mordentagem</b>		<b>Pré-mordentagem</b>	
Insumo:		Insumo:		Insumo:		Insumo:	
Quant.:		Quant.:		Quant.:		Quant.:	
23,7g   8g		23,7g   8g		23,7g   8g		23,7g   8g	
<b>Material tintório</b>		<b>Material tintório</b>		<b>Material tintório</b>		<b>Material tintório</b>	
Insumo:		Insumo:		Insumo:		Insumo:	
Quant.:		Quant.:		Quant.:		Quant.:	
60g   80g		60g   80g		60g   80g		60g   80g	
<b>Fixador ou modificador de cor</b>		<b>Fixador ou modificador de cor</b>		<b>Fixador ou modificador de cor</b>		<b>Fixador ou modificador de cor</b>	
Insumo:		Insumo:		Insumo:		Insumo:	
Quant.:		Quant.:		Quant.:		Quant.:	
23,7g   8g		23,7g   8g		23,7g   8g		23,7g   8g	



# PRECIFICAÇÃO

## CUSTO FIXO UNITÁRIO

CUSTOS INDIRETOS	VALOR MENSAL(R\$)
Energia elétrica	R\$ 108,00 (média)
Gás de cozinha	R\$ 100,00
Água	R\$ 45,00 (média)
Transporte	R\$ 80,00 (média)
Programas Above	R\$ 224,00
Internet	R\$ 60,00
Marketing	R\$ 500,00
Produtos de limpeza	R\$ 250,00
Tributação e encargos sociais - MEI (DAS)	R\$ 56,00
Pró-labore	R\$ 2,500
<b>TOTAL (R\$)</b>	<b>R\$ 3.923,00</b>

CFU
R\$ 3.923,00 / 60 un. <b>= R\$ 65,38</b>



# PRECIFICAÇÃO

## CUSTOS VARIÁVEIS E PREÇO DE VENDA

CUSTOS VARIÁVEIS (CV)			
INSUMOS	CONSUMO	PREÇO TOTAL	CUSTO
Linha de crochê	50 m	R\$ 21,00/1.7000m	R\$ 0,62
Cascas de aroeira	31,7g	R\$ 2,50/40g	R\$ 1,98
Cascas de cajueiro	80g	R\$ 15,00/ 500g	R\$ 2,40
Sementes de urucum	60g	R\$ 8,00/ 500g	R\$ 0,69
Alúmen de potássio	31,7g	R\$ 3,60/ 50g	R\$ 2,28
Tecido (algodão cru)	2 m	R\$ 14,00/ 1 m	R\$ 28,00
Linha	200 m	R\$ 3,60/ 50g	R\$ 0,50
Botão 2 furos (tam. 36)	4 uni.	R\$ 0,40/ 1 uni.	R\$ 1,60
Embalagens	1 un.	R\$ 125,00/ 50 un.	R\$ 2,50
Tags	1 un.	R\$ 240,00/ 500 un.	R\$ 0,48
Etiquetas bandeira	1 un.	R\$ 350,00/ 2.000 un	R\$ 0,17
Etiquetas de composição	1 un.	R\$ 370,00/ 2.000 un	R\$ 0,18
CUSTO TOTAL DE INSUMOS			R\$ 41,40

CUSTOS VARIÁVEIS (CV)			
MÃO-DE-OBRA	VALOR/HORA	TEMPO	CUSTO
Modelagem	R\$ 10,00	2 hrs	R\$ 20,00
Corte	R\$ 9,00	1:30 hrs	R\$ 12,00
Tingimento natural	R\$ 9,00	12 hrs	R\$ 108,00
Crochê	R\$ 9,00	3 hrs	R\$ 27,00
Costura	R\$ 9,00	2 hrs	R\$ 18,00
CUSTO TOTAL DE INSUMOS			R\$ 185,00

PREÇO DE VENDA (PV)
$R\$ 65,38 + R\$ 41,40 + R\$ 185,00$ <b>= R\$ 291,78</b>
$R\$ 291,78 \times 1,3 \text{ Markup}$ <b>= R\$ 379,31</b>
<b>PREÇO DE VENDA: R\$ 379,31</b>



**FRENTE**

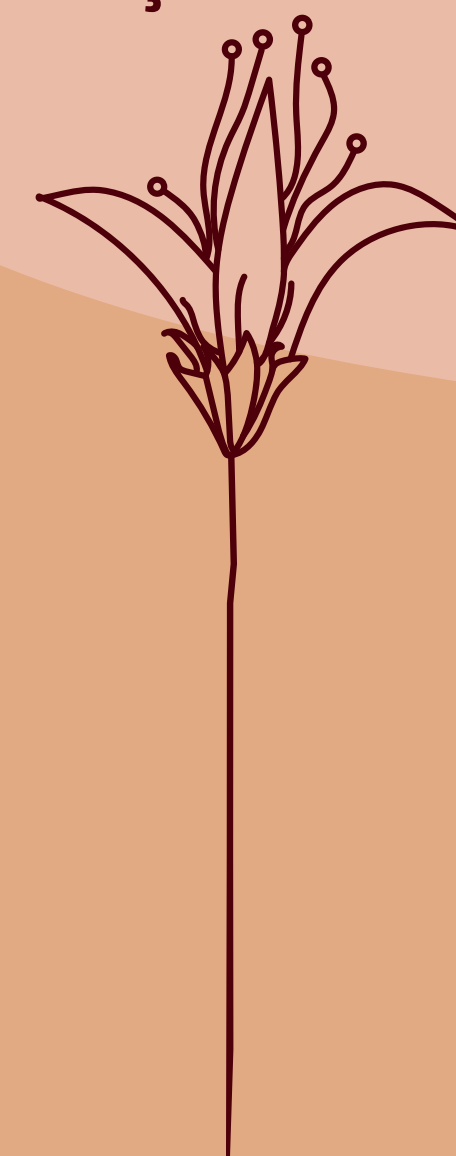


**COSTAS**




**REF: VEST10001**

**DESCRIÇÃO:** Vestido godê com alças em crochê e fechamento realizado por botões  
**QUANT. DE PEÇAS PRODUZIDAS:** 60





# FICHA TÉCNICA



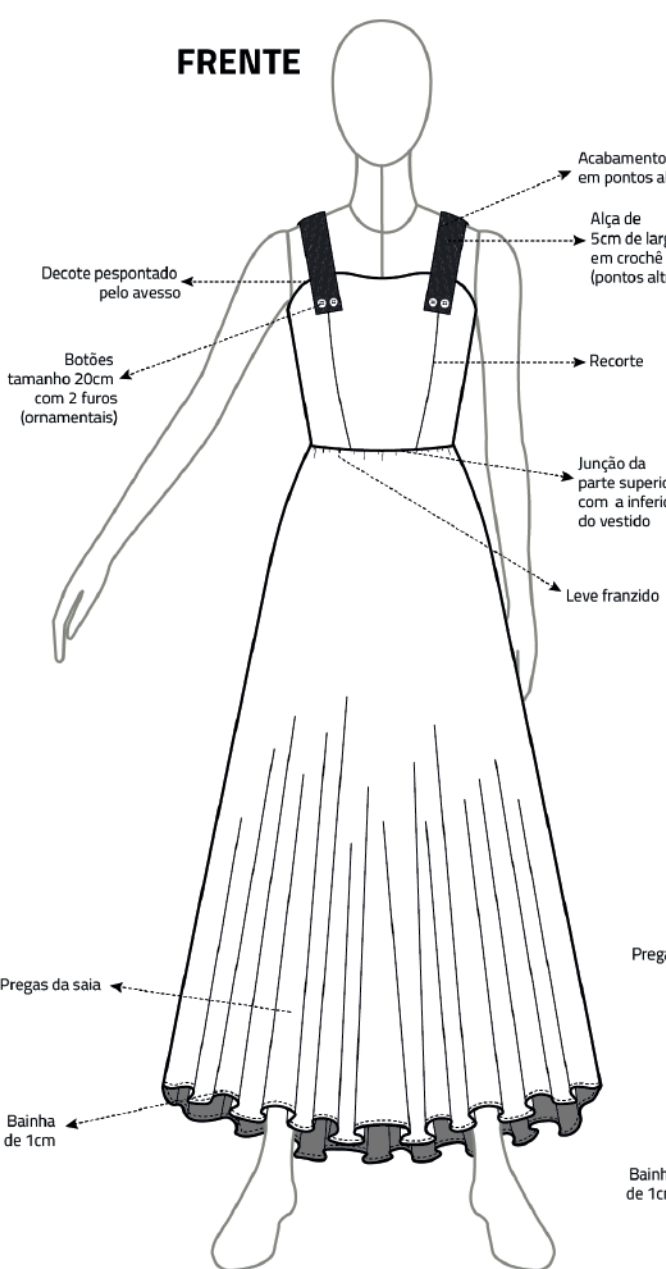
## FICHA TÉCNICA (1/2)

**Coleção:** Riquezas da Caatinga Nordestina | **Designer:** Erlane Mendonça

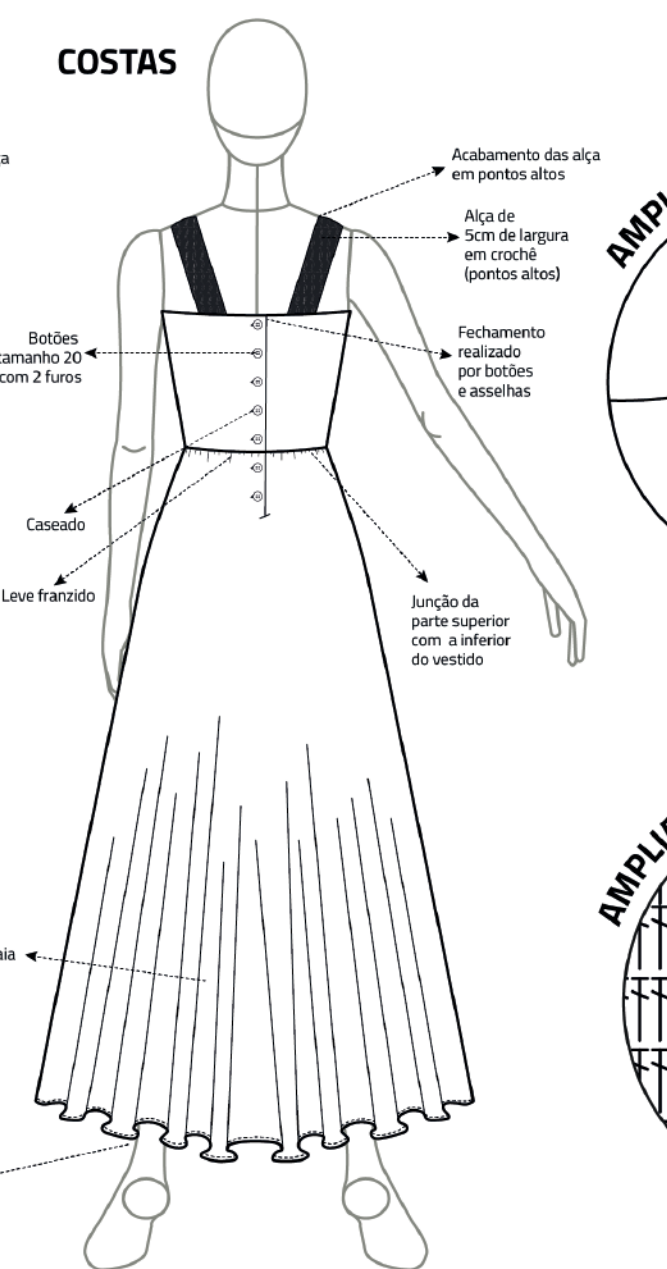
**Descrição do modelo:** Vestido godê com alças em crochê e fechamento realizado por botões | **Data:** 14/08/2021

**Referência:** VESTI0001 | **Técnica(s) manual(is):** Tingimento natural e crochê

**FRENTE**



**COSTAS**



**CORES/ PADRONAGENS**

Ref: RITA0013	Ref: RITA0018
Ref: RITA0023	Ref: RITA0023
Ref: MISTA	Ref: MISTA
Ref: RITA0018	
Ref: RITA0023	
Ref: MISTA	Ref: _____

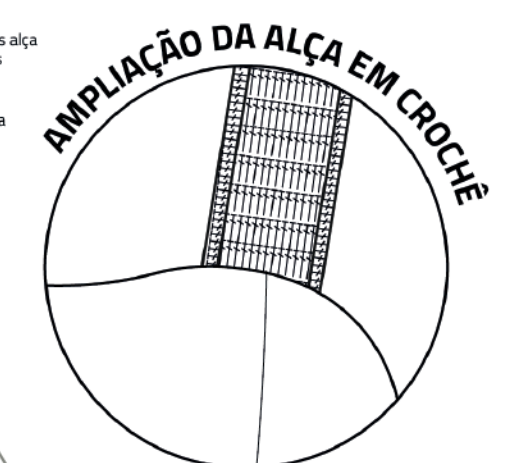
**GRANDE DE TAMANHOS**

TAM	QUANT.	COR
36	4	3
38	4	3
40	4	3
42	4	3
44	4	3


**ETIQUETAS**


<b>Bandeira</b> 100% Algodão 16mm x 65mm Sublimada	<b>Instruções e composição</b> 100% Algodão 20mm x 45mm Sublimada
<b>Fixação:</b> Decote das costas	<b>Fixação:</b> Lateral esquerda

**AMPLIAÇÃO DA ALÇA EM CROCHÊ**



**AMPLIAÇÃO DOS PONTOS DE CROCHÊ**





## FICHA TÉCNICA (2/2)

**Coleção:** Riquezas da Caatinga Nordestina | **Designer:** Erlane Mendonça

**Descrição do modelo:** Vestido godê com alças em crochê e fechamento realizado por botões | **Data:** 14/08/2021

**Referência:** VESTI0001 | **Técnica(s) manual(is):** Tingimento natural e crochê

MATÉRIA-PRIMA						TINGIMENTO NATURAL - PROPORÇÕES	
MATERIAL	COR	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	QUANTIDADE	PREÇO TOTAL	COR 1	Ref: MISTA
L. de crochê Especial 8/4	100 - Crua	100% CO	EuroRoma	25 m (aprox.)	R\$ 0,31		
Algodão cru	Crua	100% CO	Cataguases Tecidos	2,20 m	R\$ 30,80		
AVIAMENTO	COR	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	QUANTIDADE	PREÇO TOTAL		
Linha 120	COR 157	100% PES	Linhas Bras	200 m (aprox.)	R\$ 0,50		
Botão 2 furos (tam.20)	Amadeirado	100% Madeira	Corizita	11 uni.	R\$ 2,20		
SEQUÊNCIA OPERACIONAL				MÁQUINA			
1. Cortar tecido de acordo com os moldes do vestido				Manual			
2. Fazer alças em chochê de acordo com as dimensões do respectivo molde (pontos altos até no acabamento)				Manual			
3. Unir partes da frente da parte superior do vestido (centro + laterais)				Máquina doméstica			
4. Unir partes do forro da frente da parte superior do vestido (centro + laterais)				Máquina doméstica			
5. Pespontar decote frontal do cropped na parte do forro				Máquina doméstica			
6. Pregar e embutir pontas das alças na parte das costas (entre a parte externa e forro do cropped)				Máquina doméstica			
7. Pespontar decote traseiro do cropped na parte do forro				Máquina doméstica			
8. Unir e embutir laterais parte superior do vestido (frente + costas)				Máquina doméstica			
9. Fazer acabamento no fechamento da parte superior do vestido (embutir costuras)				Máquina doméstica			
10. Fazer acabamento no centro das costas da saia do vestido - bainha de 1 cm				Máquina doméstica			
11. Unir partes das costas da saia do vestido deixando uma abertura para o fechamento do vestido				Máquina doméstica			
12. Unir laterais da saia do vestido (frente + costas) - costura francesa				Máquina doméstica			
13. Franzir um pouco a cintura da saia do vestido				Máquina doméstica			
14. Unir a saia junto a parte superior do vestido - costura francesa				Máquina doméstica			
15. Fazer bainha de 1 cm na barra do vestido				Máquina doméstica			
16. Casear e pregar botões no fechamento e nas alça (parte da frente) do vestido				Máquina doméstica/Manual			
17. Refilar excessos de linha, dobrar e embalar.				Manual			

COR 1		Ref: MISTA	
<b>Peso da fibra</b>	Quant.:	385g	
Insumo:	Algodão cru	50g	
	Linha de crochê		
<b>Pré-mordentagem</b>	Quant.:	38,5g	
Insumo:	Cascas de aroeira	5g	
	Cascas de aroeira		
<b>Material tintório</b>	Quant.:	192,5g	
Insumo:	Sementes de urucum	50g	
	Cascas de caluário		
<b>Fixador ou modificador de cor</b>	Quant.:	38,5g	
Insumo:	Alúmen de potássio	5g	
	Alúmen de potássio		
COR 2		Ref: MISTA	
<b>Peso da fibra</b>	Quant.:	385g	
Insumo:	Algodão cru	50g	
	Linha de crochê		
<b>Pré-mordentagem</b>	Quant.:	38,5g	
Insumo:	Cascas de aroeira	10g	
	Carvão de abacate		
<b>Material tintório</b>	Quant.:	192,5g	
Insumo:	Açafrão-da-terra	25g	
	Cascas de romã		
<b>Fixador ou modificador de cor</b>	Quant.:	38,5g	
Insumo:	Alúmen de potássio	5g	
	Alúmen de potássio		
COR 3		Ref: MISTA	
<b>Peso da fibra</b>	Quant.:	385g	
Insumo:	Algodão cru	20g	
	Linha de crochê		
<b>Pré-mordentagem</b>	Quant.:	77g	
Insumo:	Folhas de eucalipto	10g	
	Carvão de abacate		
<b>Material tintório</b>	Quant.:	770g	
Insumo:	Folhas de eucalipto	100g	
	Carvão de abacate		
<b>Fixador ou modificador de cor</b>	Quant.:	38,5g	
Insumo:	Alúmen de potássio	5g	
	Alúmen de potássio		
COR 4		Ref:	
<b>Peso da fibra</b>	Quant.:		
Insumo:			
<b>Pré-mordentagem</b>	Quant.:		
Insumo:			
<b>Material tintório</b>	Quant.:		
Insumo:			
<b>Fixador ou modificador de cor</b>	Quant.:		
Insumo:			



# PRECIFICAÇÃO

## CUSTO FIXO UNITÁRIO

CUSTOS INDIRETOS	VALOR MENSAL(R\$)
Energia elétrica	R\$ 108,00 (média)
Gás de cozinha	R\$ 100,00
Água	R\$ 45,00 (média)
Transporte	R\$ 80,00 (média)
Programas Above	R\$ 224,00
Internet	R\$ 60,00
Marketing	R\$ 500,00
Produtos de limpeza	R\$ 250,00
Tributação e encargos sociais - MEI (DAS)	R\$ 56,00
Pró-labore	R\$ 2,500
<b>TOTAL (R\$)</b>	<b>R\$ 3.923,00</b>

CFU
R\$ 3.923,00 / 60 un. <b>= R\$ 65,38</b>



# PRECIFICAÇÃO

## CUSTOS VARIÁVEIS E PREÇO DE VENDA

CUSTOS VARIÁVEIS (CV)			
INSUMOS	CONSUMO	PREÇO TOTAL	CUSTO
Linha de crochê	25 m	R\$ 21,00/1.7000m	R\$ 0,31
Cascas de aroeira	43,5g	R\$ 2,50/40g	R\$ 2,71
Cascas de cajueiro	50g	R\$ 15,00/ 500g	R\$ 1,50
Sementes de urucum	192,5g	R\$ 8,00/ 500g	R\$ 3,08
Alúmen de potássio	43,5g	R\$ 3,60/ 50g	R\$ 3,13
Tecido (algodão cru)	2,20 m	R\$ 14,00/ 1 m	R\$ 30,80
Linha	200 m	R\$ 3,00/ 1.200 m	R\$ 0,50
Botão 4 furos (tam. 20)	11 uni.	R\$ 0,20/ 1 uni.	R\$ 2,20
Embalagens	1 un.	R\$ 125,00/ 50 un.	R\$ 2,50
Tags	1 un.	R\$ 240,00/ 500 un.	R\$ 0,48
Etiquetas bandeira	1 un.	R\$ 350,00/ 2.000 un	R\$ 0,17
Etiquetas de composição	1 un.	R\$ 370,00/ 2.000 un	R\$ 0,18
CUSTO TOTAL DE INSUMOS			R\$ 47,56

CUSTOS VARIÁVEIS (CV)			
MÃO-DE-OBRA	VALOR/HORA	TEMPO	CUSTO
Modelagem	R\$ 10,00	2 hrs	R\$ 20,00
Corte	R\$ 9,00	1:30 hrs	R\$ 12,00
Tingimento natural	R\$ 9,00	12 hrs	R\$ 108,00
Crochê	R\$ 9,00	2 hrs	R\$ 18,00
Costura	R\$ 9,00	2 hrs	R\$ 18,00
CUSTO TOTAL DE INSUMOS			R\$176,00

PREÇO DE VENDA (PV)
$R\$ 65,38 + R\$ 47,56 + R\$ 176,00$ <b>= R\$ 288,94</b>
$R\$ 288,94 \times 1,3 \text{ Markup}$ <b>= R\$ 375,62</b>
<b>PREÇO DE VENDA: R\$ 375,62</b>



**FRENTE**



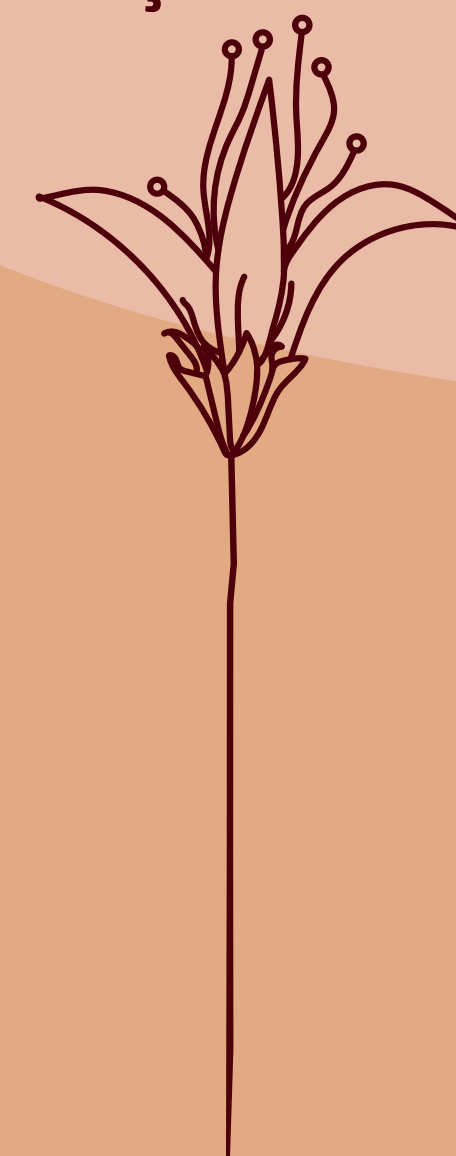
**COSTAS**



**REF: CROPP0002**

**DESCRIÇÃO:** Cropped com alças em crochê e fechamento realizado por botões e asselhas

**QUANT. DE PEÇAS PRODUZIDAS: 60**









# PRECIFICAÇÃO

## CUSTO FIXO UNITÁRIO

CUSTOS INDIRETOS	VALOR MENSAL(R\$)
Energia elétrica	R\$ 108,00 (média)
Gás de cozinha	R\$ 100,00
Água	R\$ 45,00 (média)
Transporte	R\$ 80,00 (média)
Programas Above	R\$ 224,00
Internet	R\$ 60,00
Marketing	R\$ 500,00
Produtos de limpeza	R\$ 250,00
Tributação e encargos sociais - MEI (DAS)	R\$ 56,00
Pró-labore	R\$ 2,500
<b>TOTAL (R\$)</b>	<b>R\$ 3.923,00</b>

CFU
R\$ 3.923,00 / 60 un. <b>= R\$ 65,38</b>



# PRECIFICAÇÃO

## CUSTOS VARIÁVEIS E PREÇO DE VENDA

CUSTOS VARIÁVEIS (CV)			
INSUMOS	CONSUMO	PREÇO TOTAL	CUSTO
Linha de crochê	25 m	R\$ 21,00/1.7000m	R\$ 0,31
Cascas de aroeira	15,3g	R\$ 2,50/40g	R\$ 0,95
Cascas de cajueiro	153g	R\$ 15,00/ 500g	R\$ 4,59
Alúmen de potássio	15,3g	R\$ 3,60/ 50g	R\$ 0,91
Tecido (algodão cru)	1 m	R\$ 14,00/ 1 m	R\$ 14,00
Linha	100 m	R\$ 3,00/ 1.200 m	R\$ 0,25
Botão 2 furos (tam. 36)	4 uni.	R\$ 0,40/ 1 uni.	R\$ 1,60
Embalagens	1 un.	R\$ 125,00/ 50 un.	R\$ 2,50
Tags	1 un.	R\$ 240,00/ 500 un.	R\$ 0,48
Etiquetas bandeira	1 un.	R\$ 350,00/ 2.000 un	R\$ 0,17
Etiquetas de composição	1 un.	R\$ 370,00/ 2.000 un	R\$ 0,18
CUSTO TOTAL DE INSUMOS			R\$25,94

CUSTOS VARIÁVEIS (CV)			
MÃO-DE-OBRA	VALOR/HORA	TEMPO	CUSTO
Modelagem	R\$ 10,00	1 hrs	R\$ 10,00
Corte	R\$ 9,00	45 m	R\$ 6,75
Tingimento natural	R\$ 9,00	8 hrs	R\$ 72,00
Crochê	R\$ 9,00	2 hrs	R\$ 18,00
Costura	R\$ 9,00	1 hrs	R\$ 9,00
CUSTO TOTAL DE INSUMOS			R\$115,75

PREÇO DE VENDA (PV)
$R\$ 65,38 + R\$ 25,94 + R\$ 115,75$ <b>= R\$ 207,07</b>
$R\$ 207,07 \times 1,3 \text{ Markup}$ <b>= R\$ 269,19</b>
<b>PREÇO DE VENDA: R\$ 269,19</b>



**FRENTE**

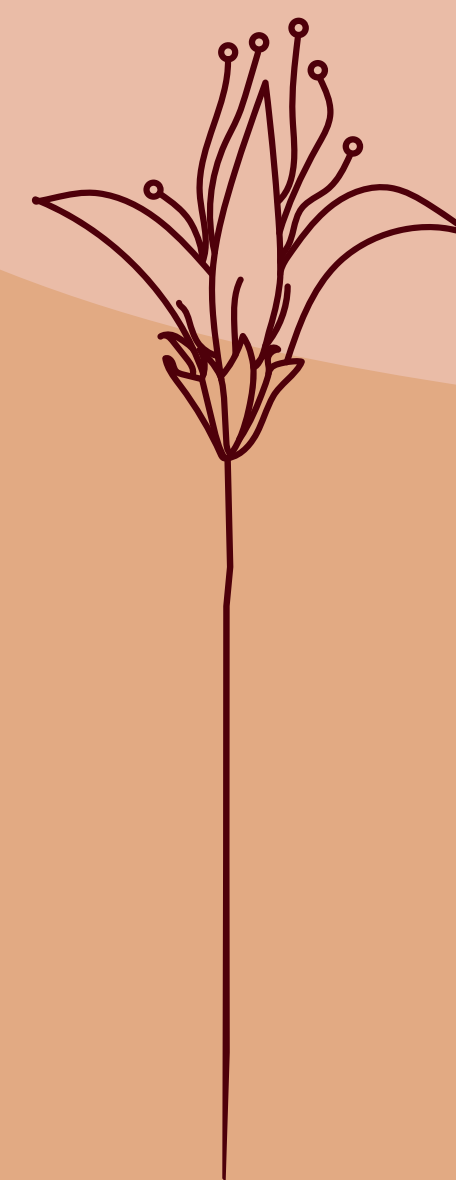


**COSTAS**



**REF: SHORT0001**

**DESCRIÇÃO:** Shorts com pregas e barra italiana  
**QUANT. DE PEÇAS PRODUZIDAS:** 60









# PRECIFICAÇÃO

## CUSTO FIXO UNITÁRIO

CUSTOS INDIRETOS	VALOR MENSAL(R\$)
Energia elétrica	R\$ 108,00 (média)
Gás de cozinha	R\$ 100,00
Água	R\$ 45,00 (média)
Transporte	R\$ 80,00 (média)
Programas Above	R\$ 224,00
Internet	R\$ 60,00
Marketing	R\$ 500,00
Produtos de limpeza	R\$ 250,00
Tributação e encargos sociais - MEI (DAS)	R\$ 56,00
Pró-labore	R\$ 2,500
<b>TOTAL (R\$)</b>	<b>R\$ 3.923,00</b>

CFU
R\$ 3.923,00 / 60 un. <b>= R\$ 65,38</b>



# PRECIFICAÇÃO

## CUSTOS VARIÁVEIS E PREÇO DE VENDA

CUSTOS VARIÁVEIS (CV)			
INSUMOS	CONSUMO	PREÇO TOTAL	CUSTO
Linha de crochê	50 m	R\$ 21,00/1.7000m	R\$ 0,62
Cascas de aroeira	22g	R\$ 2,50/40g	R\$ 1,37
Cascas de cajueiro	220g	R\$ 15,00/ 500g	R\$ 6,60
Alúmen de potássio	22g	R\$ 3,60/ 50g	R\$ 1,58
Tecido (algodão cru)	1,20 m	R\$ 14,00/ 1 m	R\$ 16,80
Linha	100 m	R\$ 3,00/ 1.200 m	R\$ 0,25
Botão 2 furos (tam. 36)	4 uni.	R\$ 0,40/ 1 uni.	R\$ 1,60
Embalagens	1 un.	R\$ 125,00/ 50 un.	R\$ 2,50
Tags	1 un.	R\$ 240,00/ 500 un.	R\$ 0,48
Etiquetas bandeira	1 un.	R\$ 350,00/ 2.000 un	R\$ 0,17
Etiquetas de composição	1 un.	R\$ 370,00/ 2.000 un	R\$ 0,18
CUSTO TOTAL DE INSUMOS			R\$32,15

CUSTOS VARIÁVEIS (CV)			
MÃO-DE-OBRA	VALOR/HORA	TEMPO	CUSTO
Modelagem	R\$ 10,00	1 hrs	R\$ 10,00
Corte	R\$ 9,00	40 m	R\$ 6,00
Tingimento natural	R\$ 9,00	8 hrs	R\$ 72,00
Crochê	R\$ 9,00	3 hrs	R\$ 27,00
Costura	R\$ 9,00	1 hrs	R\$ 9,00
CUSTO TOTAL DE INSUMOS			R\$124,00

PREÇO DE VENDA (PV)
$R\$ 65,38 + R\$ 32,15 + R\$ 124,00$ <b>= R\$ 221,53</b>
$R\$ 221,53 \times 1,3 \text{ Markup}$ <b>= R\$ 287,98</b>
<b>PREÇO DE VENDA: R\$ 287,98</b>



**FRENTE**

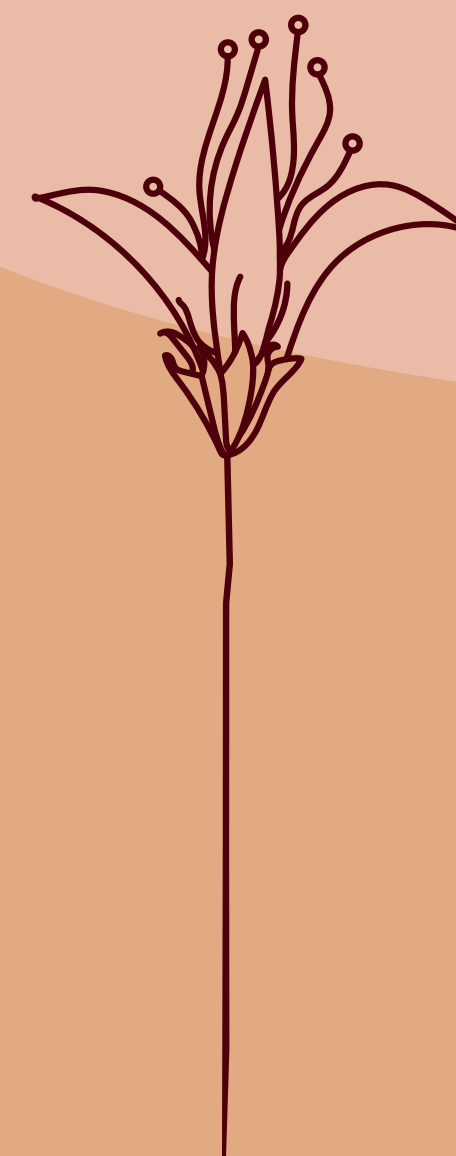


**COSTAS**



**REF: KIM00001**

DESCRIÇÃO: Kimono em crochê  
QUANT. DE PEÇAS PRODUZIDAS: 60









# PRECIFICAÇÃO

## CUSTO FIXO UNITÁRIO

CUSTOS INDIRETOS	VALOR MENSAL(R\$)
Energia elétrica	R\$ 108,00 (média)
Gás de cozinha	R\$ 100,00
Água	R\$ 45,00 (média)
Transporte	R\$ 80,00 (média)
Programas Above	R\$ 224,00
Internet	R\$ 60,00
Marketing	R\$ 500,00
Produtos de limpeza	R\$ 250,00
Tributação e encargos sociais - MEI (DAS)	R\$ 56,00
Pró-labore	R\$ 2,500
<b>TOTAL (R\$)</b>	<b>R\$ 3.923,00</b>

CFU
R\$ 3.923,00 / 60 un. <b>= R\$ 65,38</b>



# PRECIFICAÇÃO

## CUSTOS VARIÁVEIS E PREÇO DE VENDA

CUSTOS VARIÁVEIS (CV)			
INSUMOS	CONSUMO	PREÇO TOTAL	CUSTO
Linha de crochê	1.700 m	R\$ 21,00/1.7000m	R\$ 21,00
Cascas de aroeira	59,2g	R\$ 2,50/40g	R\$ 3,70
Sementes de urucum	592g	R\$ 8,00/ 500g	R\$ 9,47
Alúmen de potássio	59,2g	R\$ 3,60/ 50g	R\$ 4,26
Embalagens	1 un.	R\$ 125,00/ 50 un.	R\$ 2,50
Tags	1 un.	R\$ 240,00/ 500 un.	R\$ 0,48
Etiquetas bandeira	1 un.	R\$ 350,00/ 2.000 un	R\$ 0,17
Etiquetas de composição	1 un.	R\$ 370,00/ 2.000 un	R\$ 0,18
CUSTO TOTAL DE INSUMOS			<b>R\$ 41,76</b>

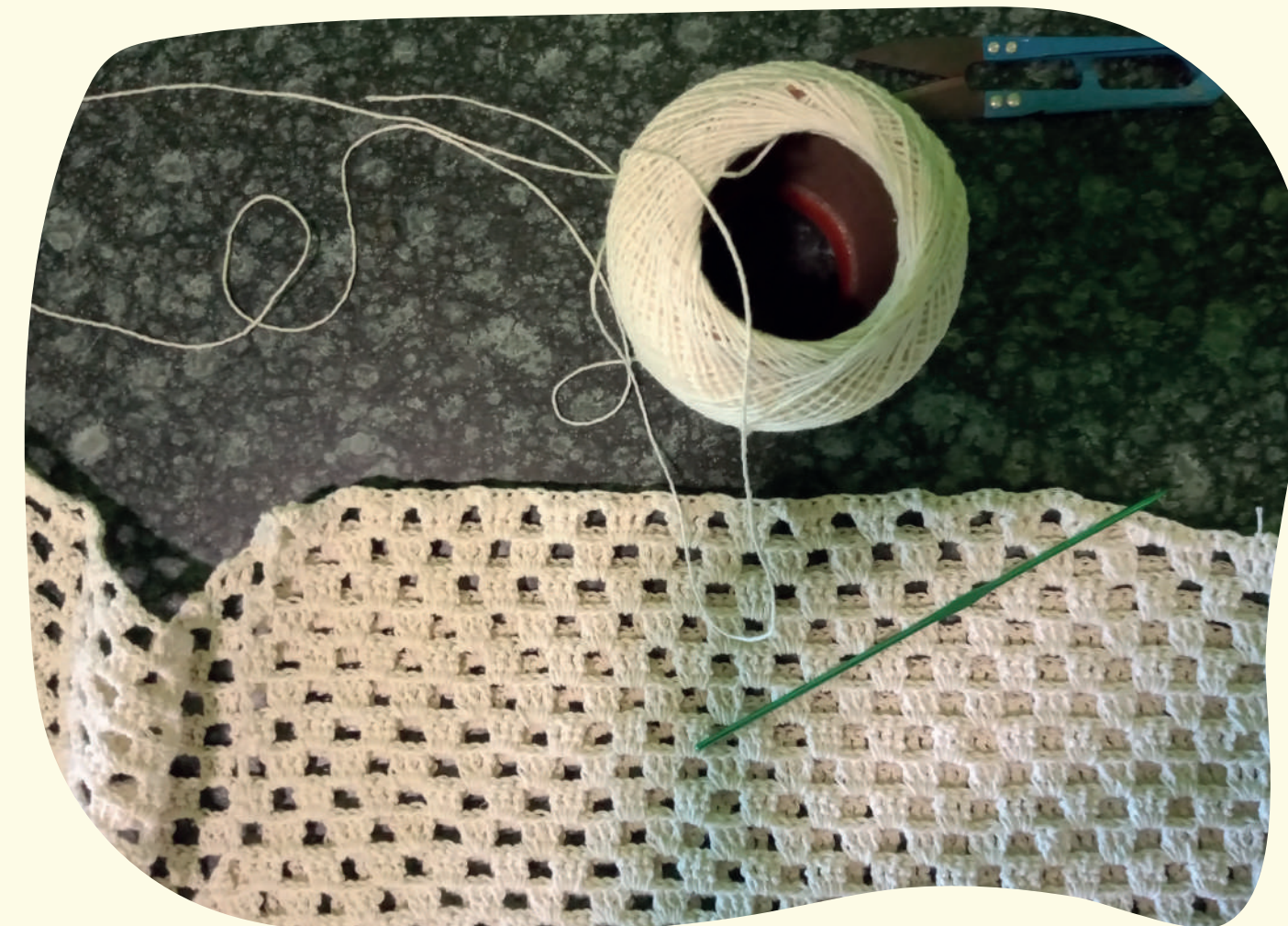
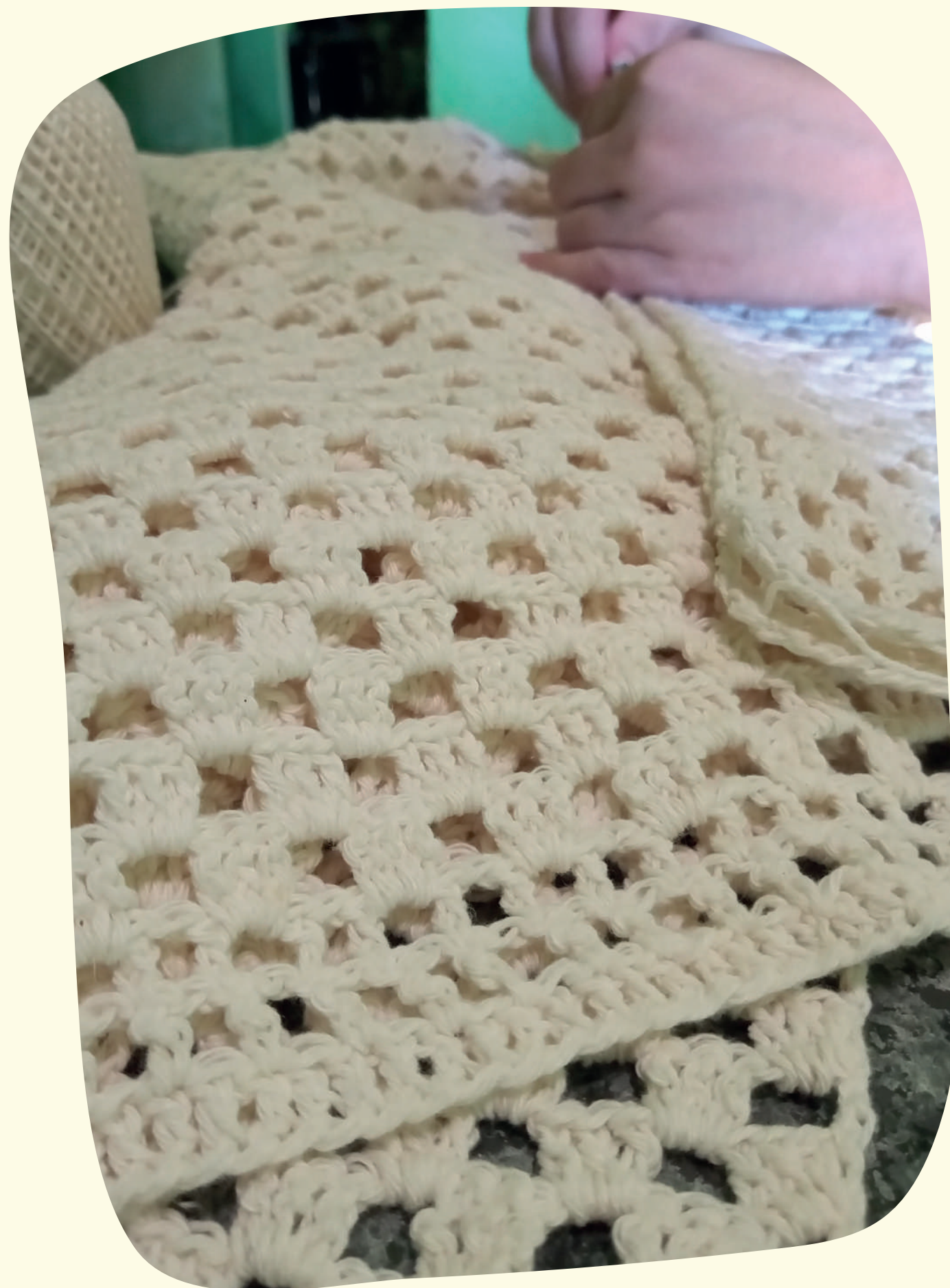
CUSTOS VARIÁVEIS (CV)			
MÃO-DE-OBRA	VALOR/HORA	TEMPO	CUSTO
Modelagem	R\$ 10,00	1 hrs	R\$ 10,00
Tingimento natural	R\$ 9,00	8 hrs	R\$ 72,00
Crochê	R\$ 9,00	28 hrs	R\$ 252,00
Costura	R\$ 9,00	2 min.	R\$ 2,30
CUSTO TOTAL DE INSUMOS			<b>R\$ 336,30</b>

PREÇO DE VENDA (PV)
$R\$ 65,38 + R\$ 41,76 + R\$ 336,30$ <b>= R\$ 443,44</b>
$R\$ 443,44 \times 1,3 \text{ Markup}$ <b>= R\$ 576,47</b>
<b>PREÇO DE VENDA: R\$ 576,47</b>



# CONFECCÃO DOS PROTÓTIPOS

CROCHÊ





# CONFECÇÃO DOS PROTÓTIPOS

TINGIMENTO NATURAL





# CONFECÇÃO DOS PROTÓTIPOS

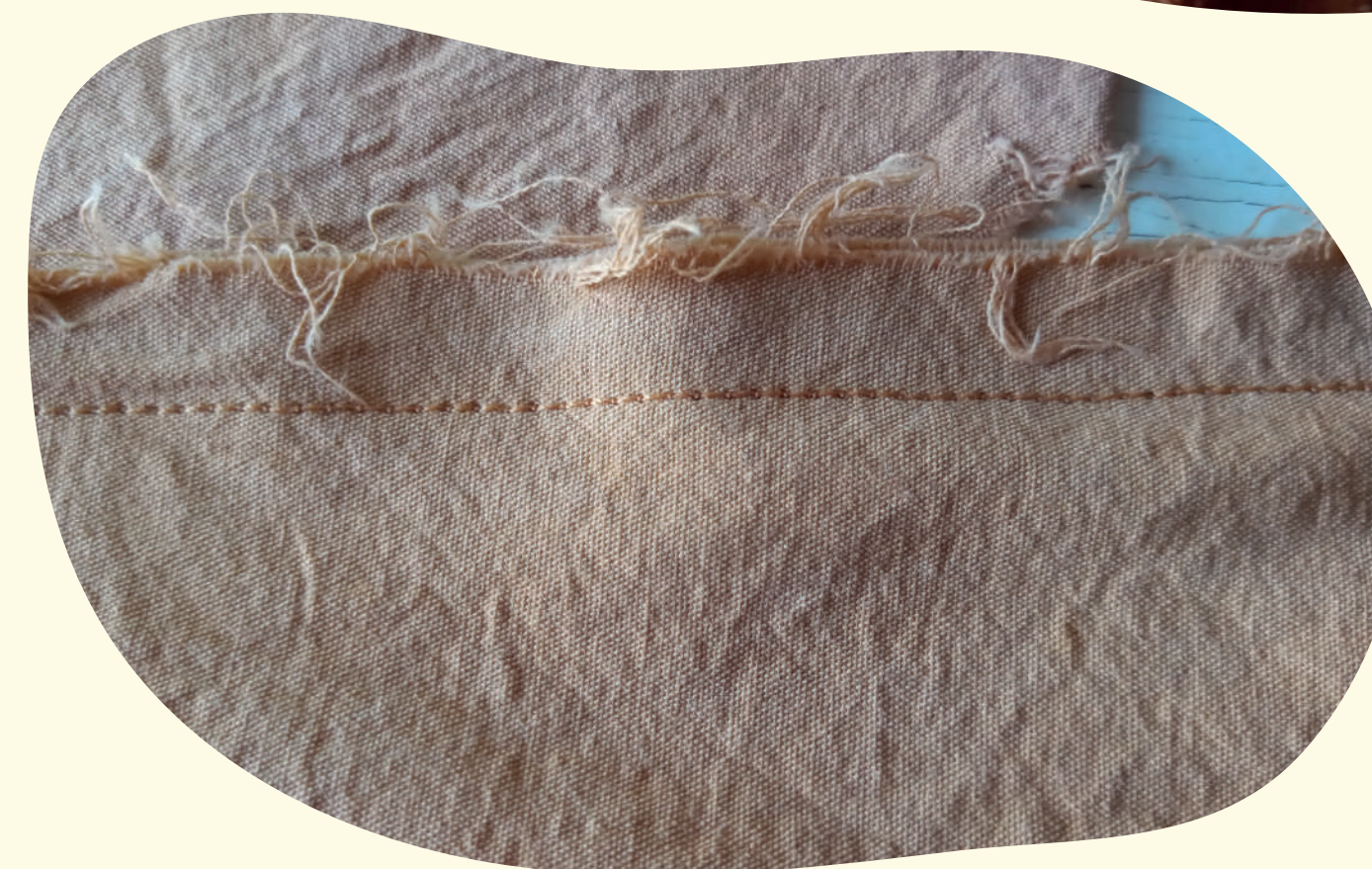
MODELAGEM E CORTE





# CONFECÇÃO DOS PROTÓTIPOS

COSTURA E ACABAMENTOS





# CONFECÇÃO DOS PROTÓTIPOS

COSTURA E ACABAMENTOS





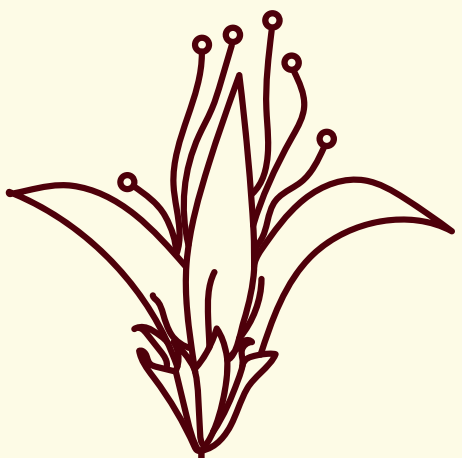


# PAINEL DE CONCEITO

ENSAIO FOTOGRÁFICO







# PAINEL DE MAKE

ENSAIO FOTOGRÁFICO







# PAINEL DE HAIR

ENSAIO FOTOGRAFICO







# PAINEL DE ATITUDE

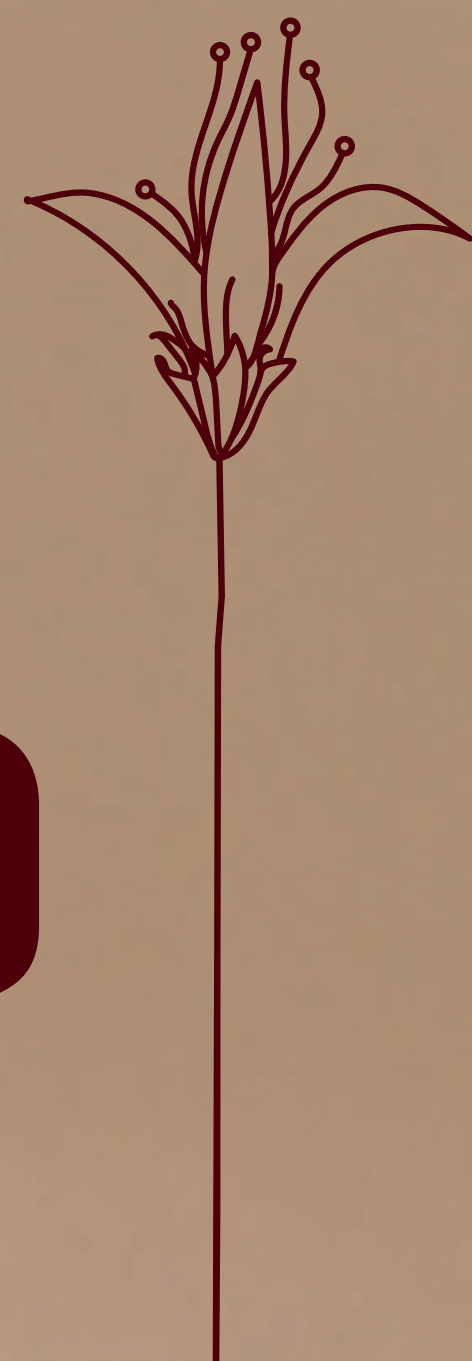
ENSAIO FOTOGRAFICO







# ENSAIO FOTOGRAFICO



















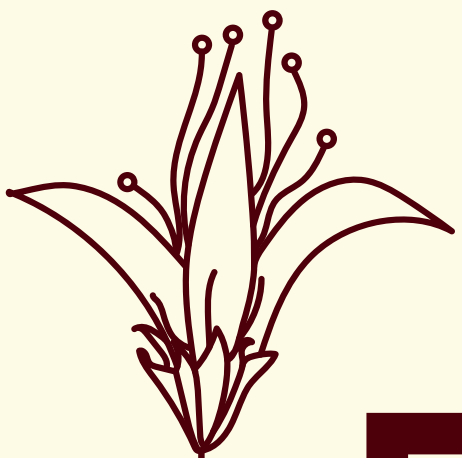












# ENSAIO FOTOGRÁFICO

## EQUIPE

**Stylist:** Erlane Mendonça

**Produtora de moda:** Erlane Mendonça

**Fotógrafa:** Evelane Mendonça

**Modelo:** Erlane Mendonça

**Organização:** Erlane Mendonça, Rita de Cássia Mendonça e Evelane Mendonça

**Cenário:** Erlane Mendonça, Rita de Cássia Mendonça e Evelane Mendonça





**OBRIGADA!**



**ERLANE MENDONÇA**  
**erlane.mendonca@alu.ufc.br**