

ANIZZA



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

LIAMÊ ALVES DOS SANTOS

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

FORTALEZA  
2022

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)

---

S236a Santos, Liamê Alves dos.  
AZIZA: DESENVOLVIMENTO DE MARCA E COLEÇÃO DE MODA / Liamê Alves dos Santos. –  
2022.  
84 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e  
Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2022.

Orientação: Profa. Dra. Marta Sorelia Felix de Castro.

1. Moda. 2. Criação de marca. 3. Coleção de moda. 4. Slow Fashion. I. Título.

CDD 391

---

# SOBRE MIM

---

Eu sou Liamê Alves, tenho 22 anos, carioca e estudante de Design-Moda na Universidade Federal do Ceará (UFC). Durante minha vida, vi minha mãe costurando as mais diversas peças de roupa e meu pai criando desenhos e os estampando. Com minha mãe aprendi a entender e gostar de moda e com meu pai aprendi a "inventar" moda.

Na Universidade estive em uma gestão do Centro Acadêmico Zuzu Angel (CAZA), onde participei do projeto de revitalização do espaço, como meio de acolher melhor os estudantes de moda. Tive a oportunidade de organizar dois desfiles dentro da Universidade, que foram muito importantes para entender a minha presença no curso e pude também participar por dois anos como voluntária de backstage no Dragão Fashion Brasil, onde conheci e aprendi muita coisa.

A moda é muito importante para minha compreensão do mundo ao meu redor e de como eu quero que seja. Na moda posso sonhar, inventar e reinventar. Me proporcionou momentos únicos de conhecimento que certamente foram necessários para meu crescimento pessoal e profissional.

---

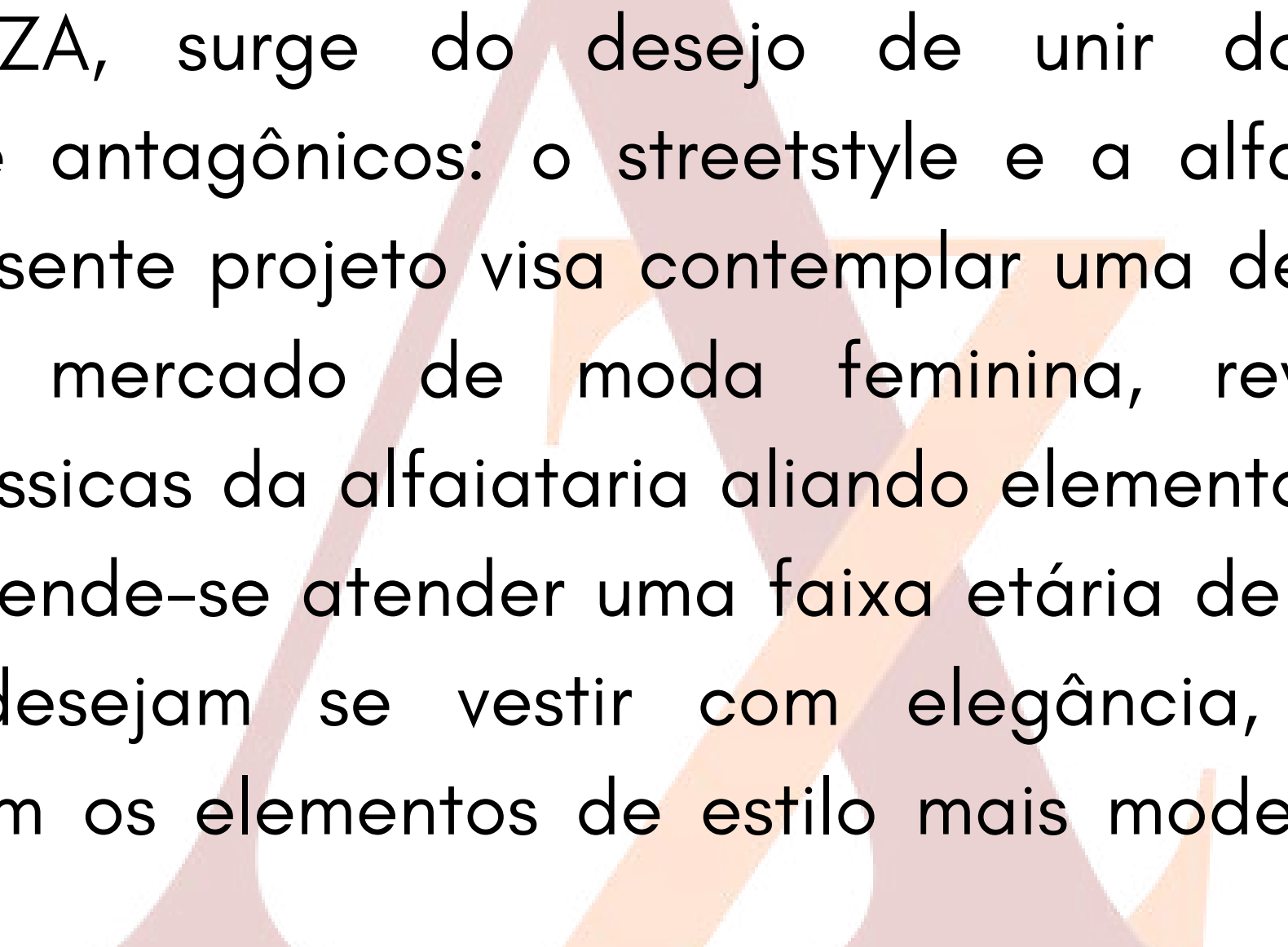
---





# JUSTIFICATIVA

A marca AZIZA, surge do desejo de unir dois segmentos aparentemente antagônicos: o streetstyle e a alfaiataria. Desta maneira, o presente projeto visa contemplar uma demanda pouco explorada no mercado de moda feminina, revitalizando as referências clássicas da alfaiataria aliando elementos estéticos do streetstyle pretende-se atender uma faixa etária de mulheres mais jovens, que desejam se vestir com elegância, mas que se identificam com os elementos de estilo mais modernos da moda urbana.



# BRIEFING

## NATUREZA DO PROJETO E CONTEXTO

### JUSTIFICATIVA

A marca visa incluir no mercado a possibilidade de mulheres jovens com menor poder aquisitivo venham a ter acesso a peças que tenham o acabamento da alfaiataria e referências estéticas do streetwear com modelos modernos e únicos, atrelado à um processo sustentável, transparente, com produção semi-exclusiva.

### OBJETIVOS DO PROJETO

Lançar uma marca veiculada através da loja online cujos produtos abordam o segmento de moda feminina, que se propõe a produzir peças com design e modelagem inovadores para mulheres que desejam modernizar suas roupas.

### RESULTADOS DESEJÁVEIS

Estabilizar a marca no mercado local, produzindo peças nas quais essas mulheres sintam-se confortáveis e poderosas, expandir o público-alvo e alcançar visibilidade regional.

### RESPONSABILIDADES DO PROJETO

Divulgar o conceito e propósito da marca, respeitando uma relação horizontal com o consumidor.

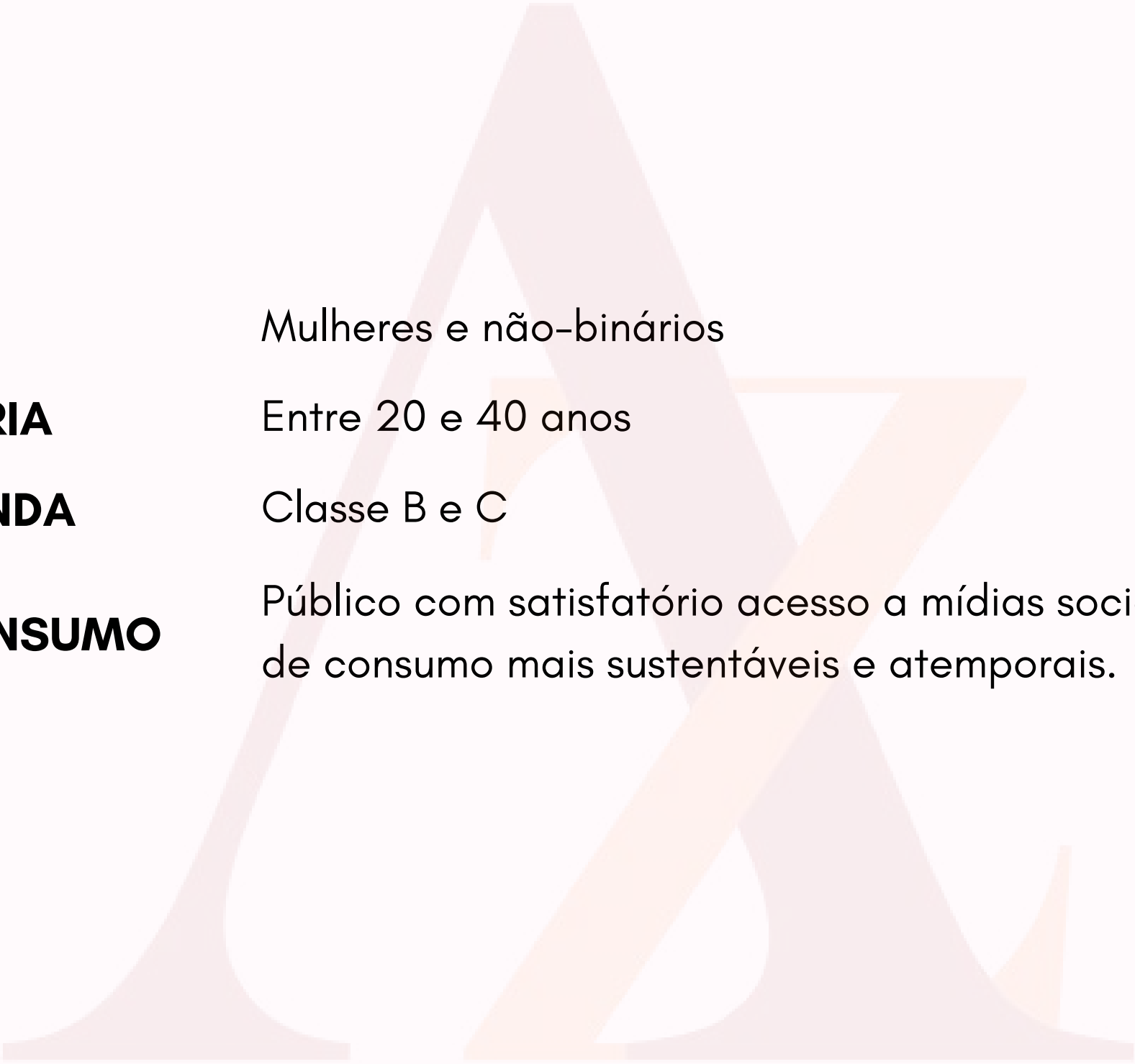
# BRIEFING

## ANÁLISE SETORIAL

<b>MARCA</b>	AZIZA
<b>PRODUTO</b>	Vestuário que reúne alfaiataria e streetwear.
<b>PREÇO</b>	De R\$ 80,00 à R\$ 300,00
<b>PROMOÇÃO</b>	Mídias sociais: Instagram e Facebook; Criação de editoriais para engajamento no instagram (produto + conceito)
<b>PRAÇA</b>	E-commerce e mídias sociais
<b>ESTUDOS DE TENDÊNCIAS</b>	Pretende-se usar as tendências moderadamente, uma vez que a marca busca concentrar-se em criar roupas com shapes minimalistas e atemporais.
<b>CONCORRENTES</b>	Korova; SUI; Amaro; Saloon 33
<b>TECNOLOGIA</b>	Maquinário de costura reta e acabamento, caseado, ferramentas para modelagem (mesa, esquadros, régua), notebook e programas Adobe.
<b>ESTRATÉGIA DA EMPRESA</b>	Agressividade de marketing quanto a conscientização do produto moderno, ousado e atemporal, auxiliando a autoestima dessa mulher.

# BRIEFING

## PÚBLICO ALVO



<b>GÊNERO</b>	Mulheres e não-binários
<b>FAIXA ETÁRIA</b>	Entre 20 e 40 anos
<b>NÍVEL DE RENDA</b>	Classe B e C
<b>HÁBITOS DE CONSUMO</b>	Público com satisfatório acesso a mídias sociais e que tem hábitos de consumo mais sustentáveis e atemporais.

# BRIEFING

## PORTFÓLIO DA EMPRESA

### **IMAGEM CORPORATIVA**

Branding focado no conceito da marca, na qualidade e exclusividade das peças e na valorização do consumo consciente.

### **SEGMENTAÇÃO DE MERCADO**

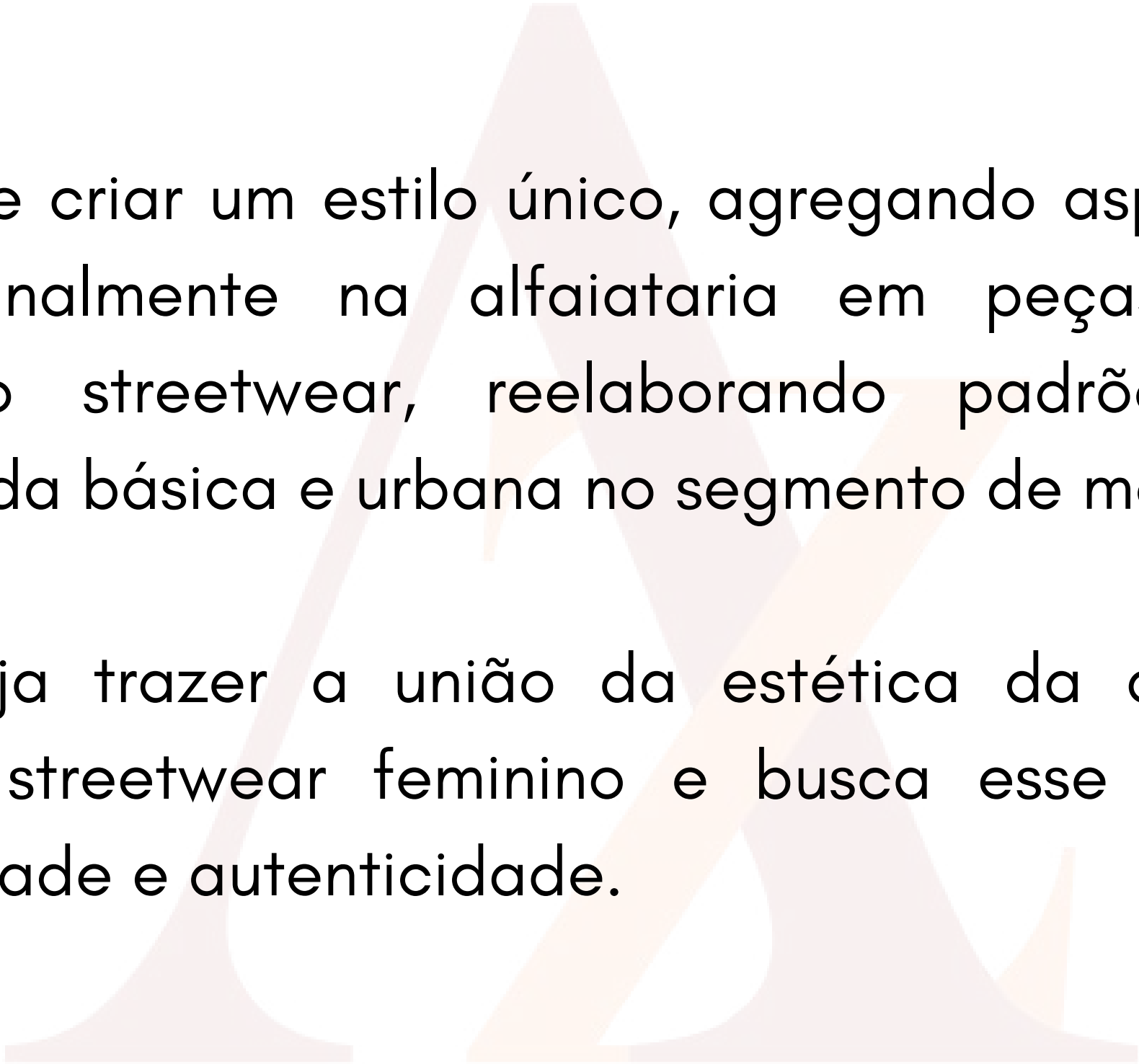
Mulheres e não-binários entre 20 a 40 anos que desejam praticidade, fineza e estilo na rotina.



# CONCEITO DE MARCA

A AZIZA propõe criar um estilo único, agregando aspectos técnicos utilizados originalmente na alfaiataria em peças que tragam referências do streetwear, reelaborando padrões geralmente atrelados a moda básica e urbana no segmento de moda feminina.

A marca deseja trazer a união da estética da alfaiataria com elementos do streetwear feminino e busca esse contraste com leveza, criatividade e autenticidade.



# PAINEL C.D.S

## COMPETITIVIDADE

- melhoria nas modelagens, a partir da alteração das modelagens básicas
- peças diferentes do original de mercado, com estampas exclusivas
- inovação básica

## DIFERENCIAÇÃO

- foco no público feminino
- originalidade
- mistura de dois estilos distintos, porém complementares

## SUSTENTABILIDADE

### SOCIAL

- valorização dos funcionários
- conscientização do público alvo em relação ao consumo consciente

### ECONÔMICA

- roupas com valores mais acessíveis
- confecção de peças duradouras
- pensamento circular da produção, com o mínimo desperdício de matéria-prima

### AMBIENTAL

- descarte adequado do lixo – parceria com cooperativas de coleta
- produção em baixa escala – slow fashion
- reaproveitamento de matéria-prima – recebendo peças em desuso dos clientes

# ANÁLISE S.W.O.T

---

## FORÇAS

- produtos diferenciados
- autenticidade e inovação
- qualidade na produção

## OPORTUNIDADES

- pouca concorrência e alta demanda
- crescimento do e-commerce
- redes sociais como canal de comunicação

## FRAQUEZAS

- marca nova no mercado
- pouco capital de investimento
- custo de fabricação alto

## AMEAÇAS

- instabilidade econômica
- competitividade no mercado

# PAINEL DE MERCADO



**KOROVA**



**AMARO**



**SALOON 33**



# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

Uma pesquisa de público-alvo para a marca Aziza foi aplicada em grupos de redes sociais por meio de um formulário eletrônico no mês de **Maio** de **2022**. A pesquisa obteve um total de **210 (duzentas e dez) respostas**.

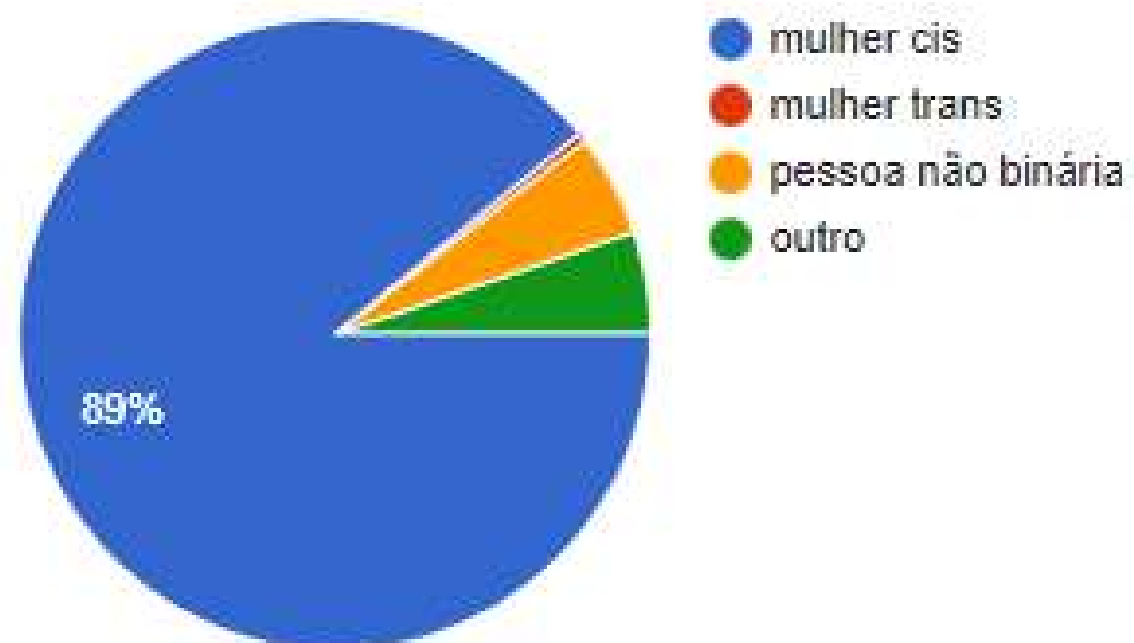


# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

1

Eu sou

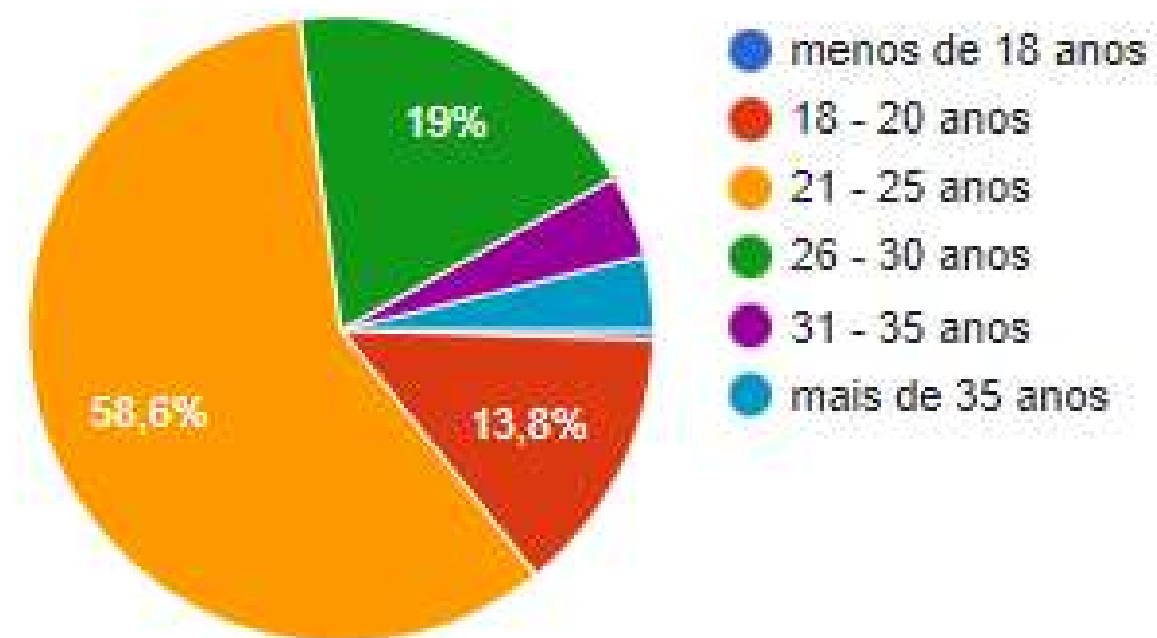
210 respostas



2

Quantos anos você tem?

210 respostas



- maioria do público: mulheres cis, entre 21 - 25 anos.



# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO



- a maioria é residente em Fortaleza/CE, sendo em média 30% residentes em outros estados/países.





# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

5

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

210 respostas

estudante
Empreendedora
Trancista
Autônoma
Estudante e estagiária
Vendedora
Autônoma
Psicóloga
Gerente de marketing

6

Qual sua renda familiar per capita mensal?

210 respostas



- maior parte do público é estudante ou trabalha com marketing/moda, com renda mensal entre dois salários mínimos e três salários mínimos.



# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

## PESQUISA DE CONSUMIDOR

7

Como você prefere comprar roupas:

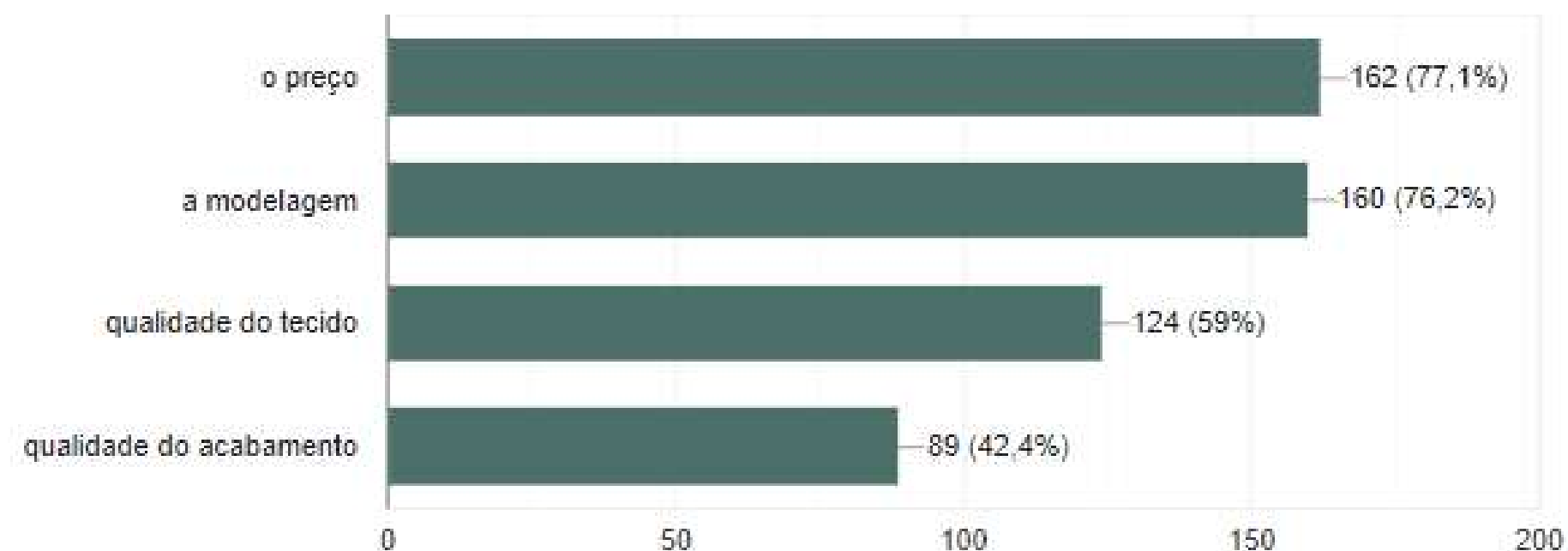
210 respostas



8

Qual aspecto da roupa mais te influencia na hora da compra? (Pode assinalar mais de um item)

210 respostas



- 62,9% prefere comprar tanto em loja física, quanto virtual.
- alguns apontaram brechós como preferência.

- 77,1% apontaram o preço como ponto de maior influencia e 76,2% apontaram a modelagem.

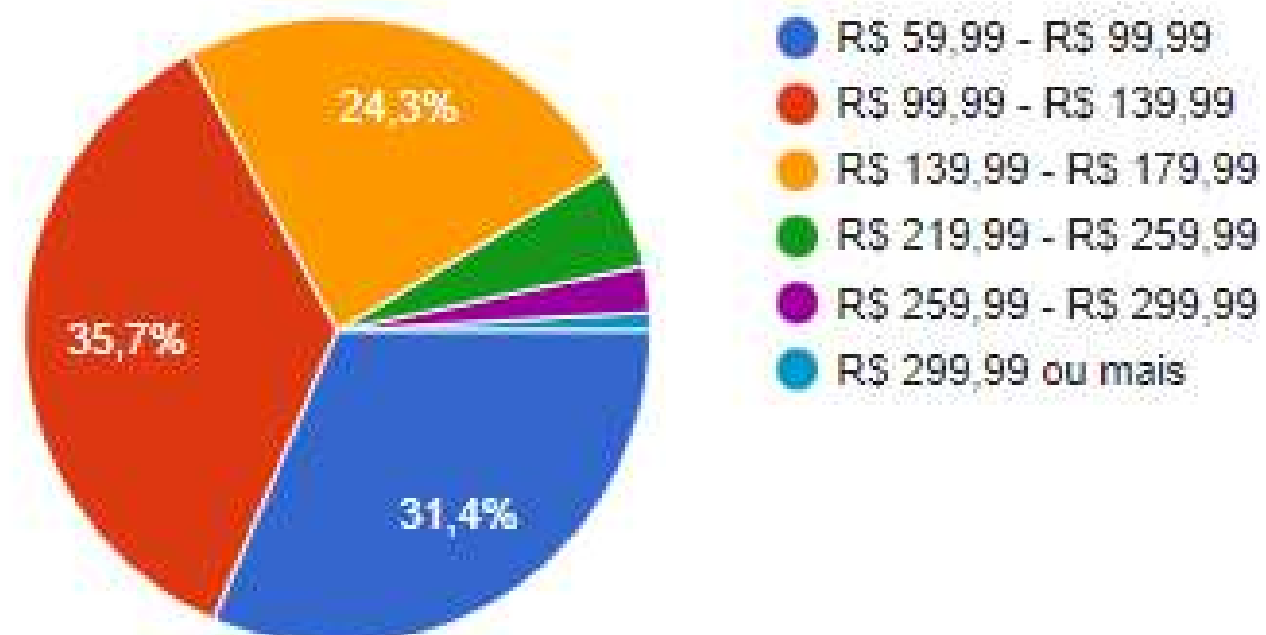
# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

## PESQUISA DE CONSUMIDOR

9

Quanto você pagaria por uma peça de alfaiataria?

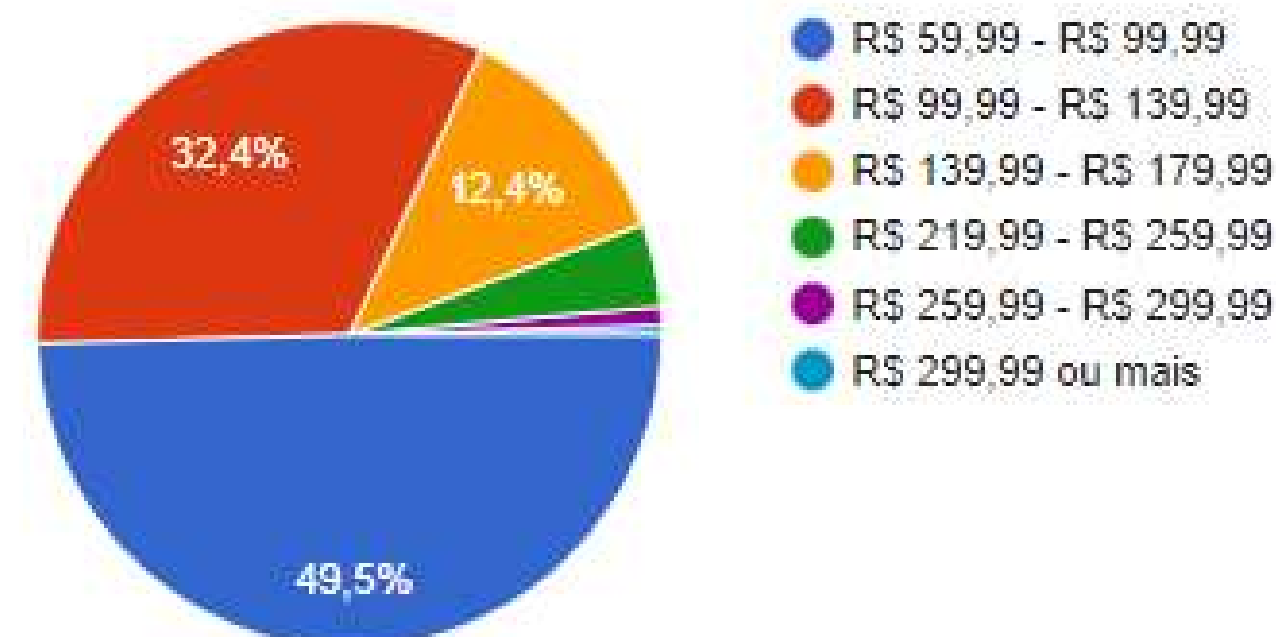
210 respostas



10

Quanto você pagaria por uma peça de streetwear?

210 respostas



- o preço médio de alfaiataria de acordo com a pesquisa é R\$ 150,00
- o preço médio de streetwear é R\$ 120,00

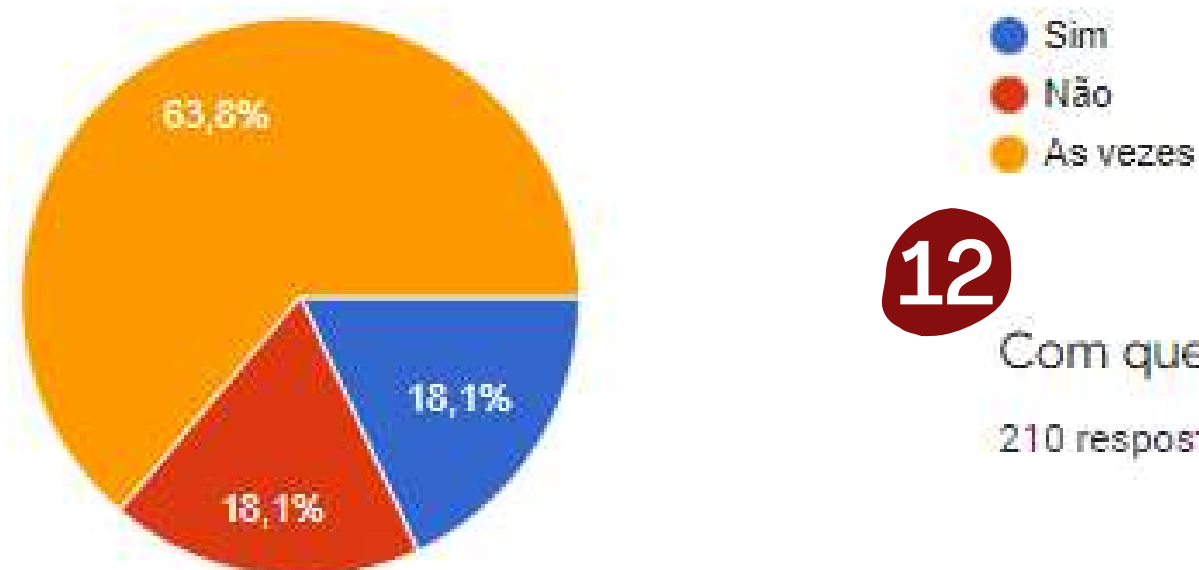
# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

## PESQUISA DE CONSUMIDOR

11

As tendências de moda são um fator que influenciam você na hora de comprar roupa?

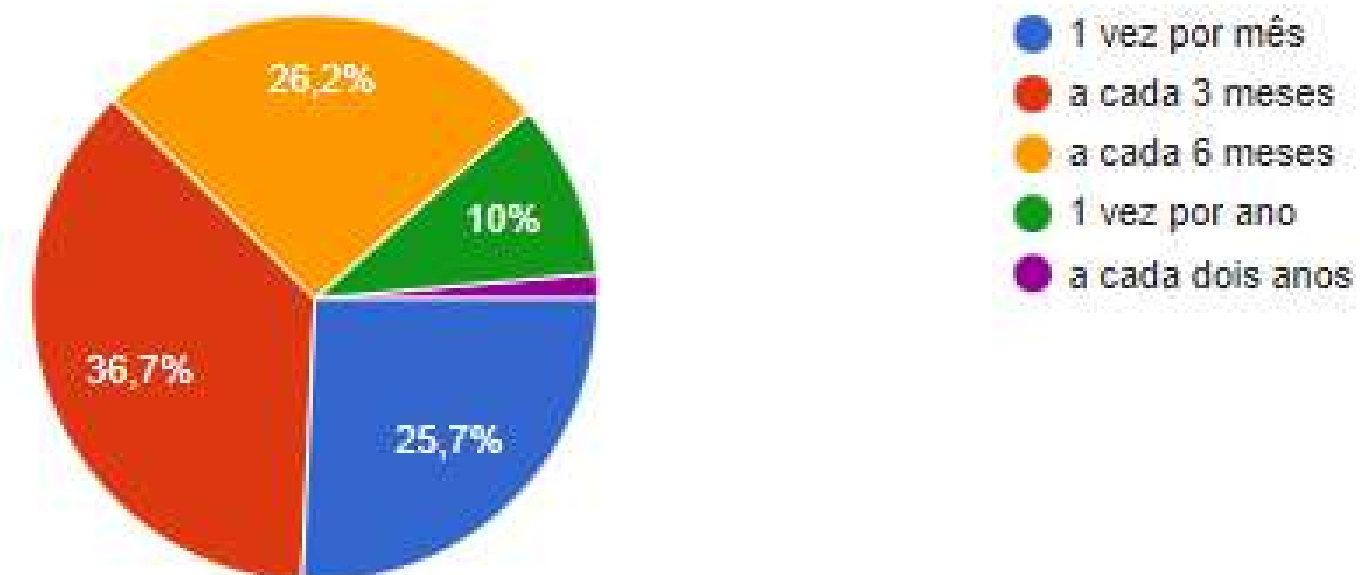
210 respostas



12

Com que frequência você compra roupa?

210 respostas



- 63,8% apontam as tendências como fator de influência.
- 36,7% compram roupa a cada 3 meses.

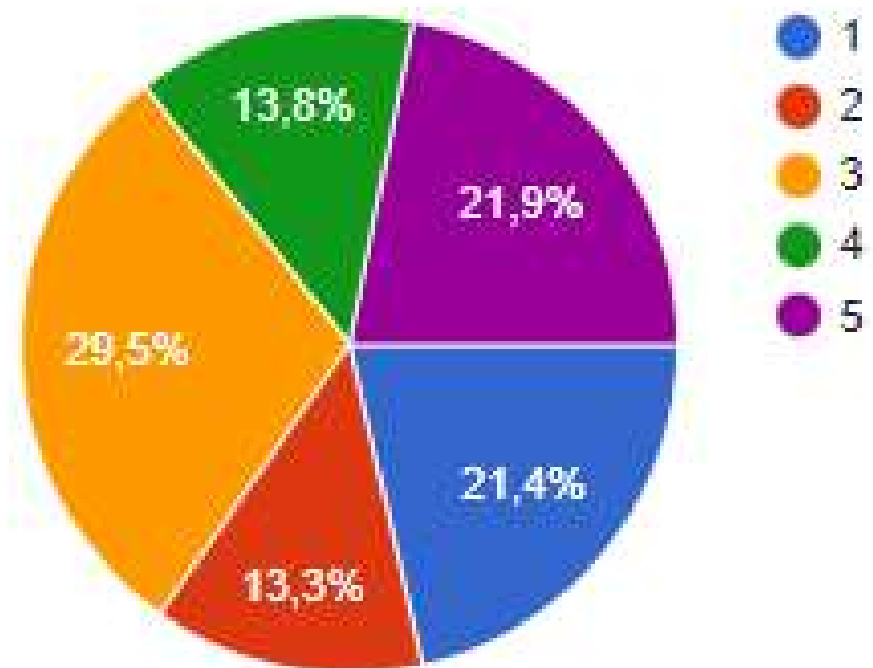
# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

## PESQUISA DE CONSUMIDOR

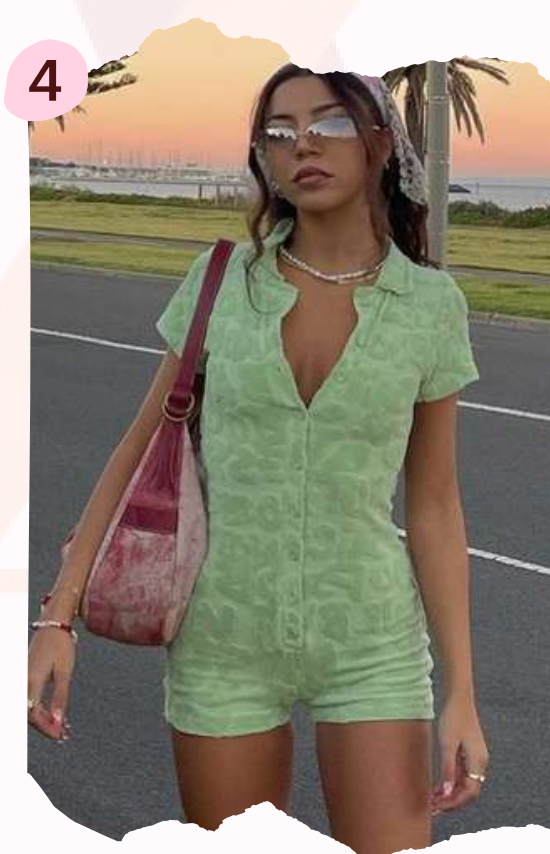
13

Com qual look você se identifica mais?

210 respostas



29,5%



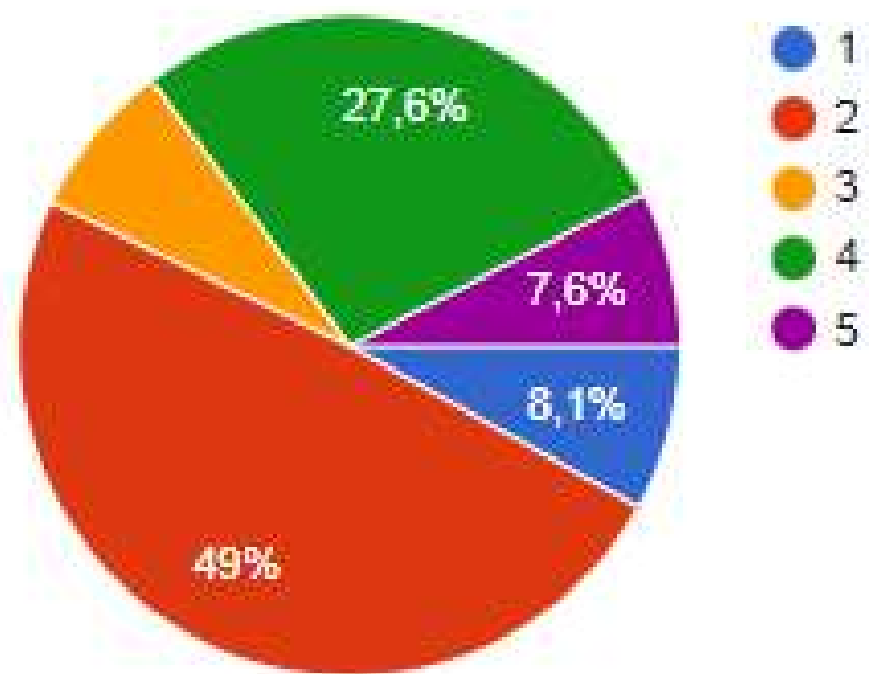
# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

## PESQUISA DE CONSUMIDOR

14

Com qual look você se identifica mais?

210 respostas



1



2



49%

3



4



5



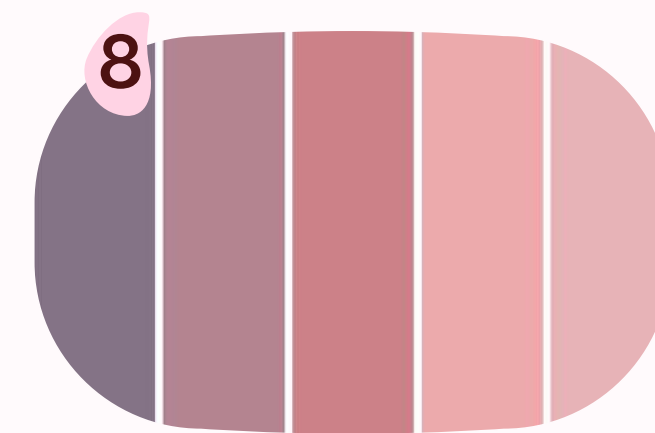
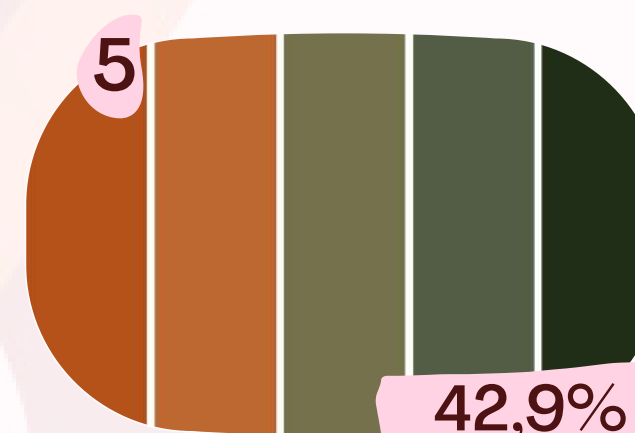
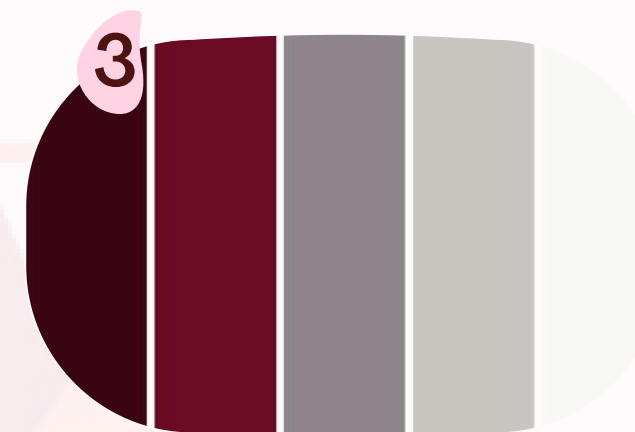
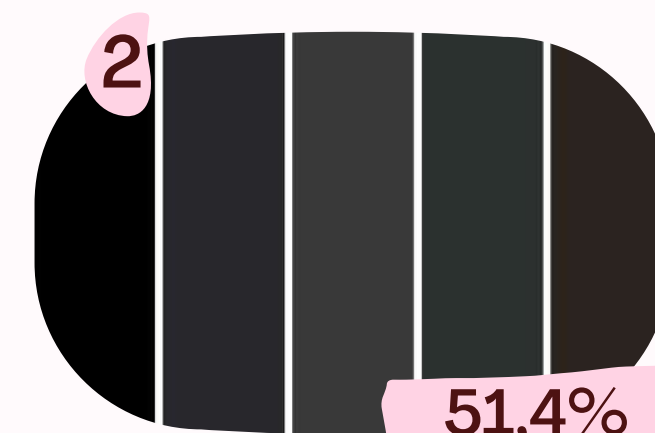
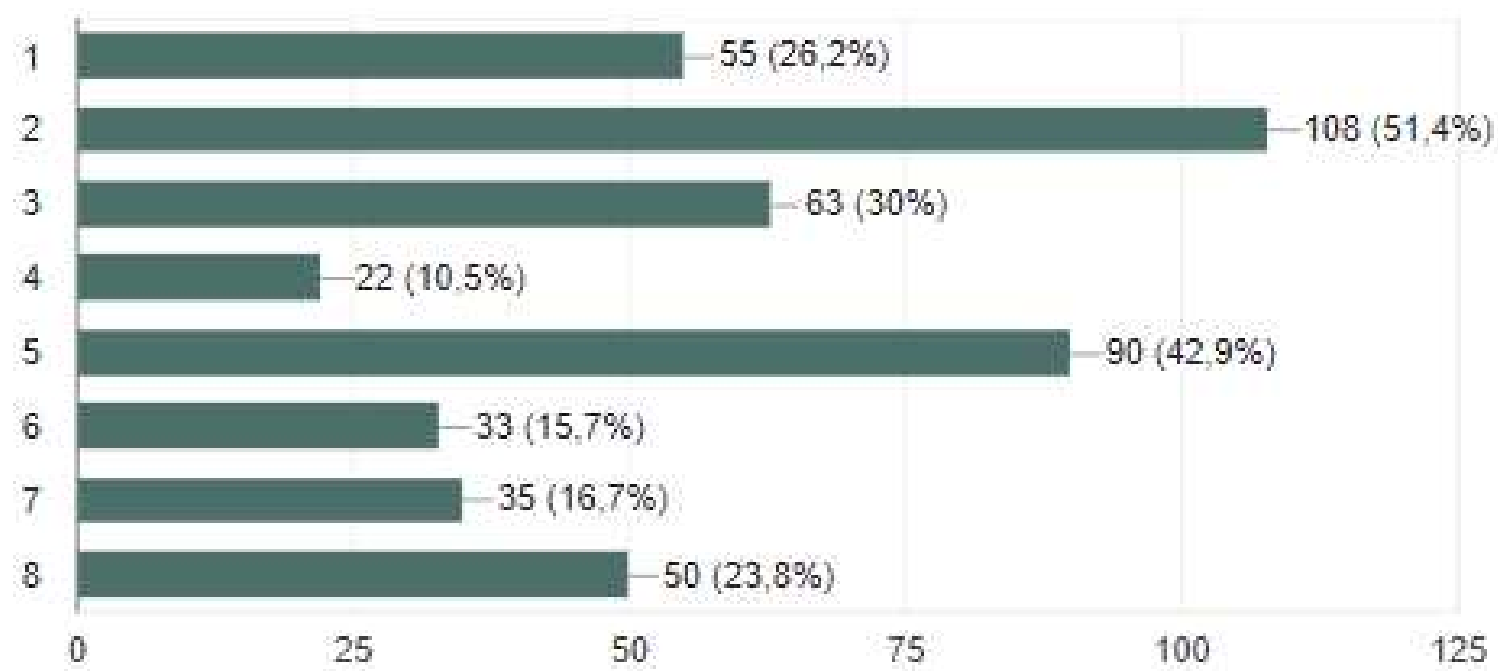
# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

## PESQUISA DE CONSUMIDOR

15

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

210 respostas



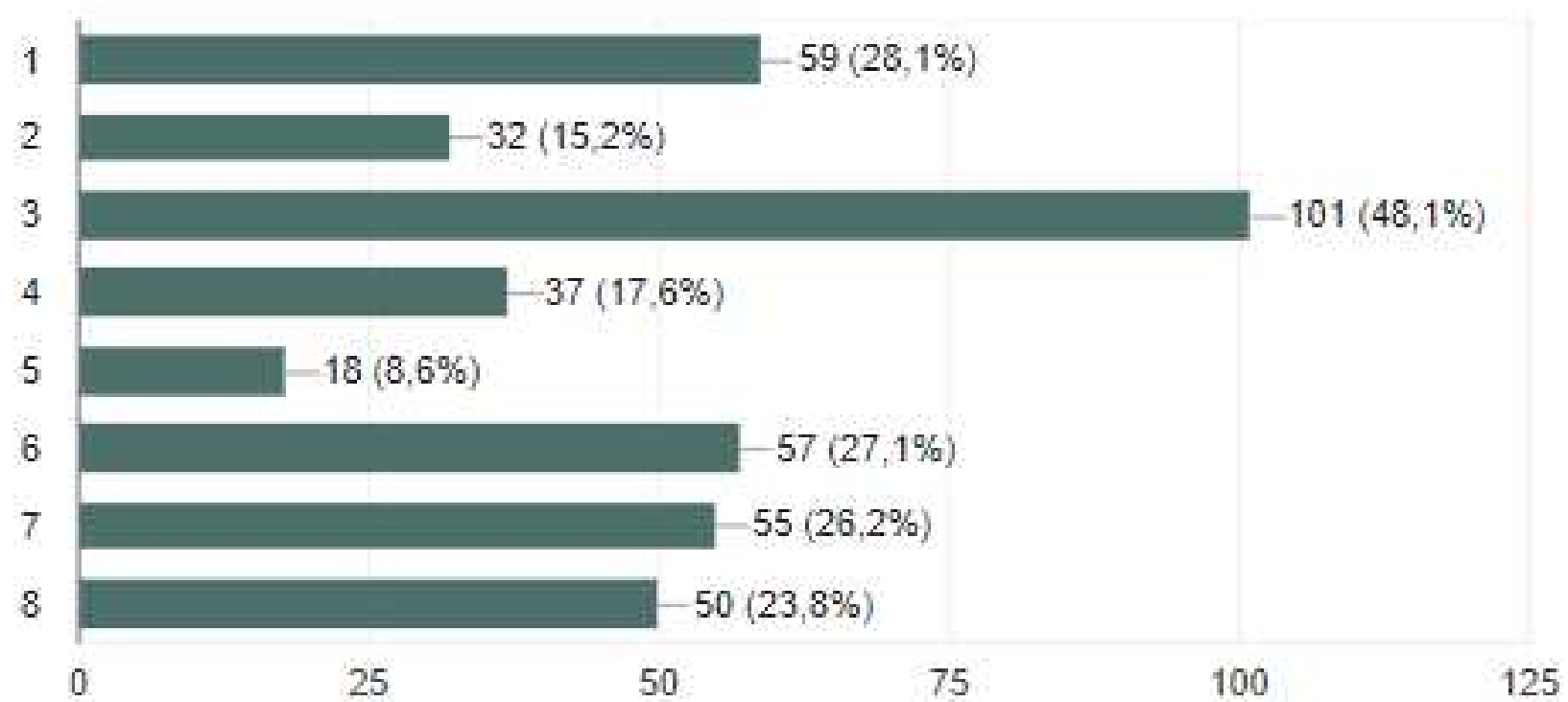
# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

## PESQUISA DE CONSUMIDOR

16

Escolha 2 tipos de caimento.

210 respostas



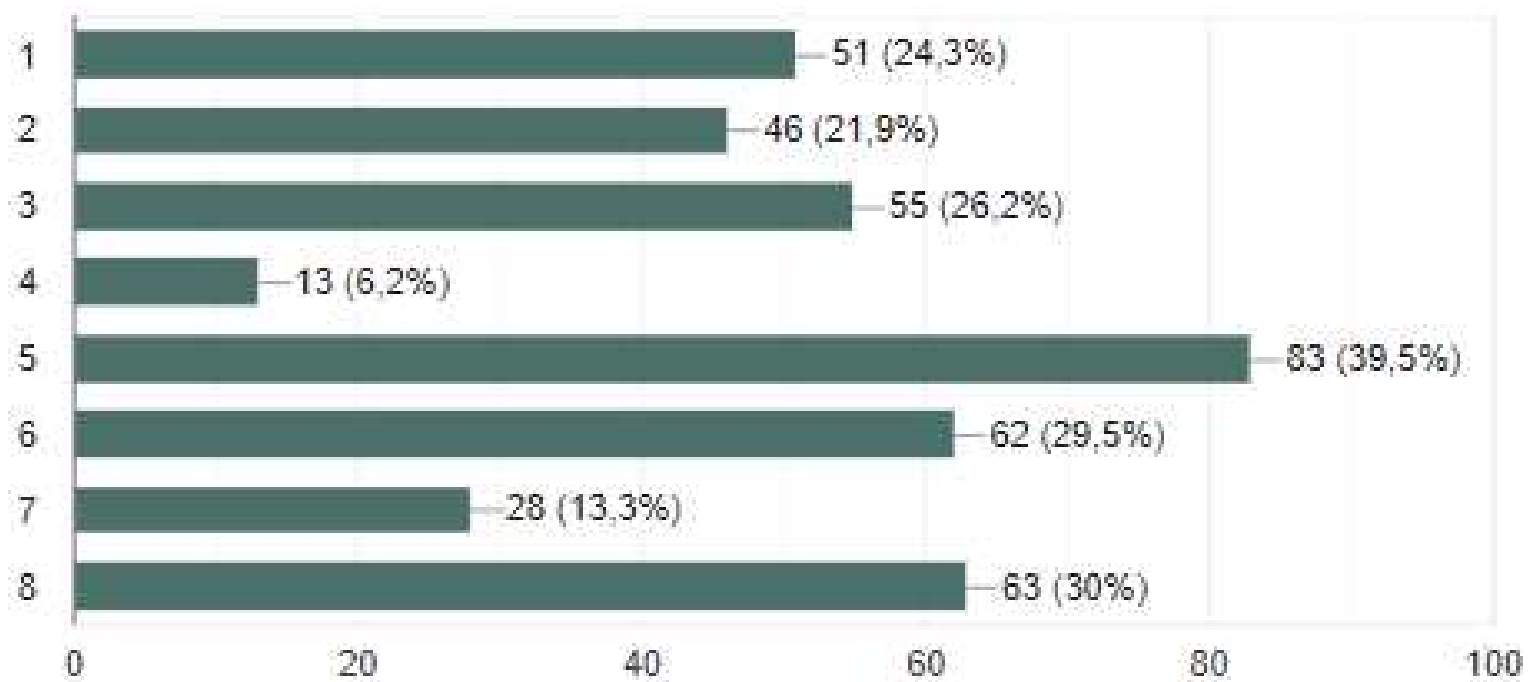
# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

## PESQUISA DE CONSUMIDOR

17

Escolha 2 tipos de estampa.

210 respostas



39,5%

30%

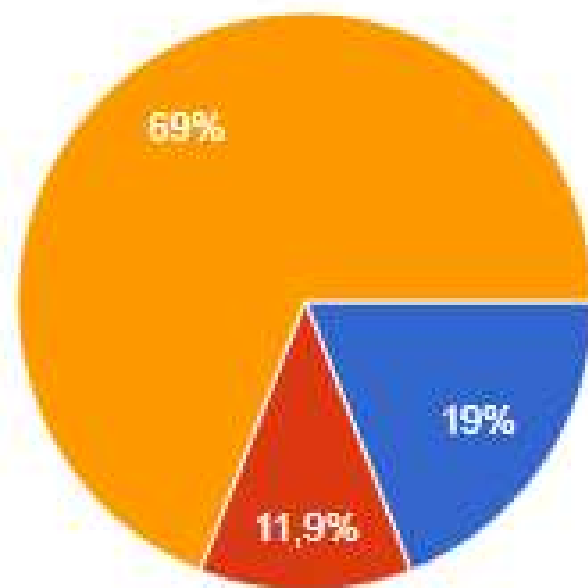
# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

## PESQUISA DE CONSUMIDOR

18

Qual shape mais te agrada?

210 respostas



- folgado
- justo
- mediana (entre o folgado e o justo)

folgado



mediana



justo



69%

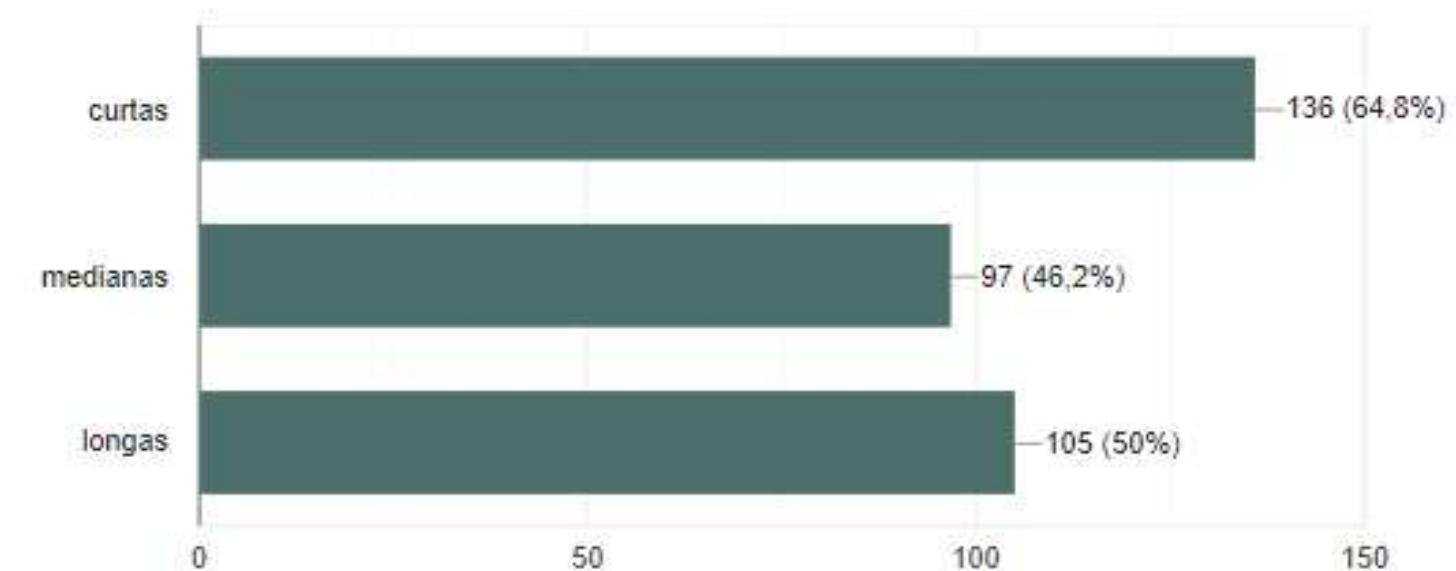
# PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

## PESQUISA DE CONSUMIDOR

19

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

210 respostas



curtas



64,8%

longas



medianas



# PÚBLICO-ALVO

**Gênero:** Mulheres e não-binários

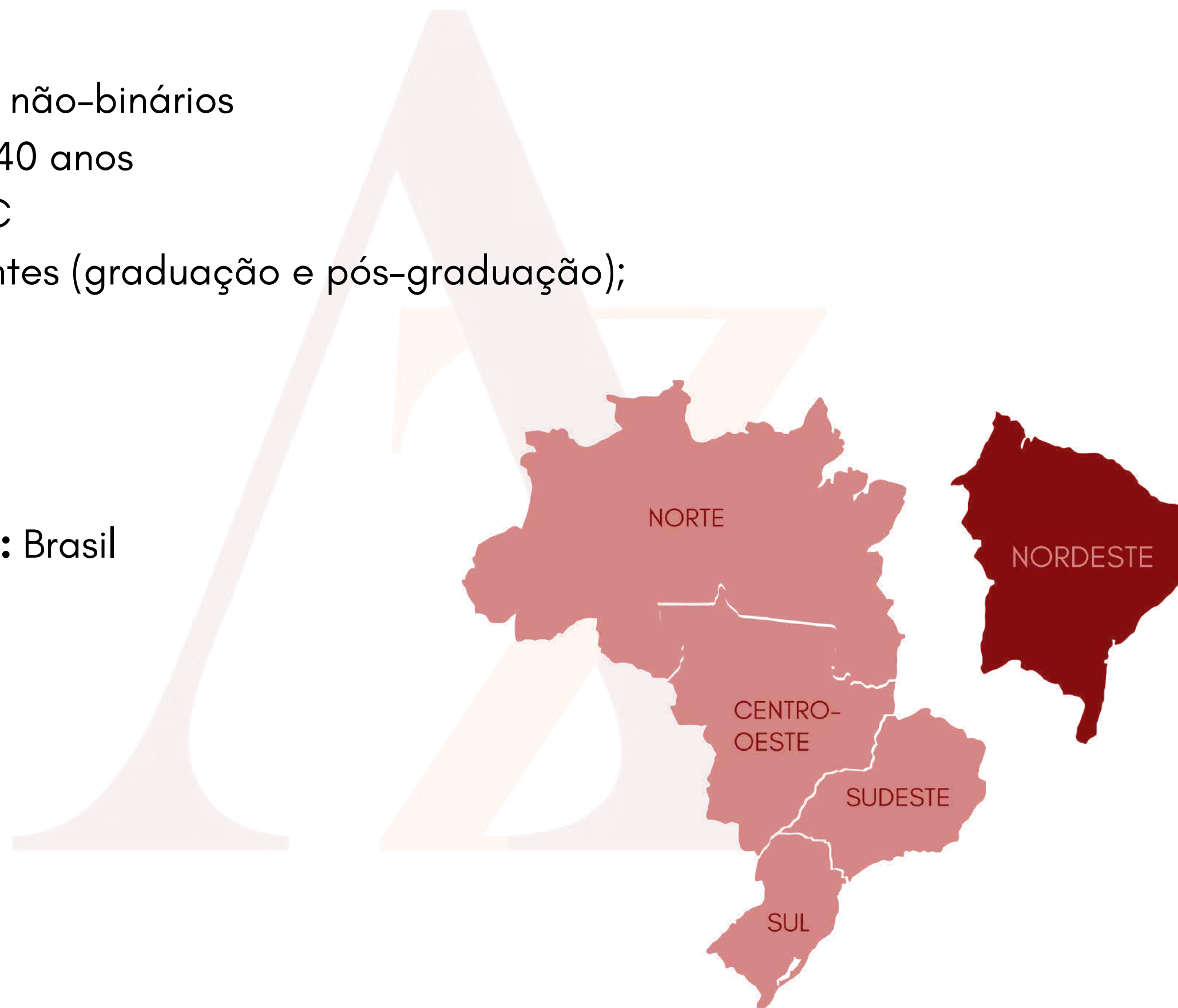
**Faixa etária:** 20 a 40 anos

**Renda:** Classe B e C

**Ocupação:** Estudantes (graduação e pós-graduação);  
autônomas.

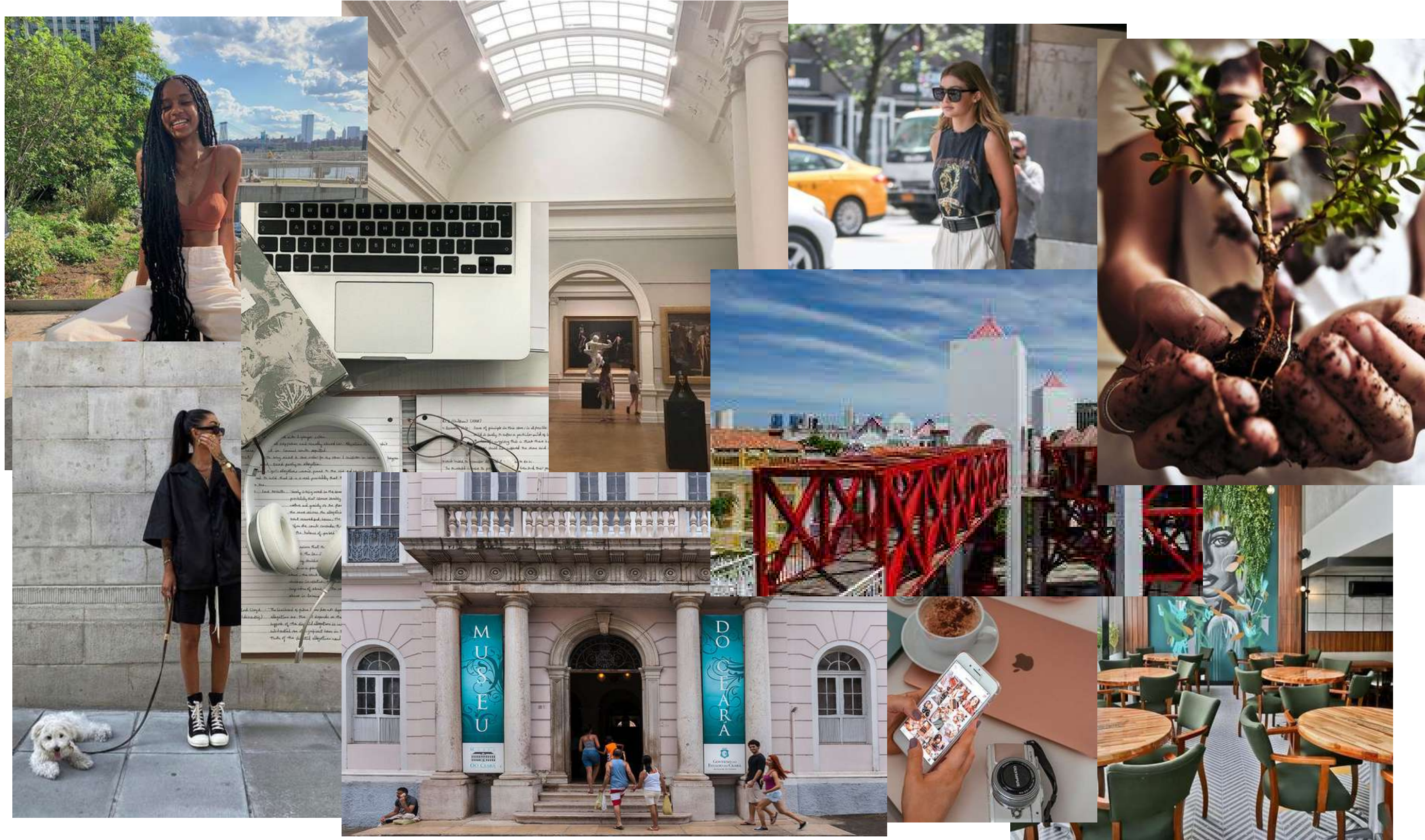
**Território Nacional:** Brasil

**Região:** Nordeste



# PAINEL DE PÚBLICO-ALVO

práticas sustentáveis; admiradores da arte; estudantes universitários; amantes da moda



# PAINEL DA PERSONA



# PERSONA

Laura, tem 27 anos, atua na área de marketing de moda, e reside em Fortaleza. Gosta de estar sempre por dentro e participar dos eventos culturais da cidade, adora museus e galerias de arte. Sente a necessidade em sua rotina de trabalho de estar sempre elegante, porém, despojada em seu estilo. Gosta de manter seu armário sempre atualizado e quando gosta de uma marca, trata-se de uma cliente muito fiel.

É uma mulher muito animada, gosta de estar sempre rodeada dos amigos e dando boas risadas.



LO  
GO

BRAINSTORM

## POSSÍVEIS NOMES:

LIAR

LILIS

IDEALE

LIAMÊ

**AZIZA**

IMANI

AKIN

AYO

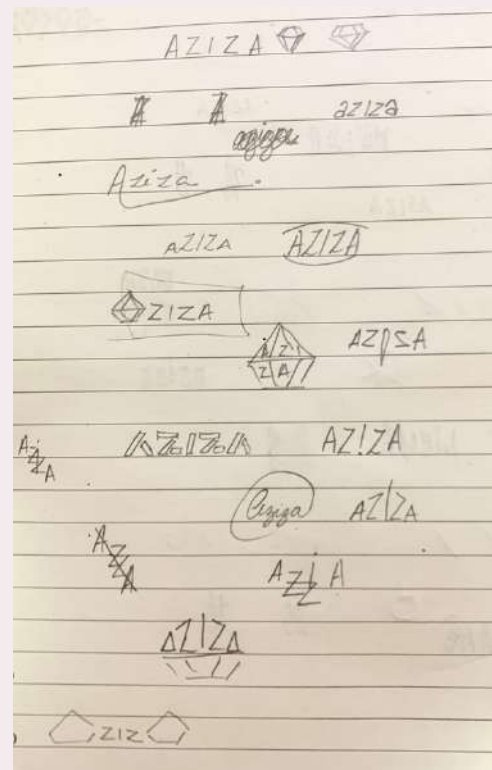
LEKE

**Aziza** é um nome de origem árabe que significa "**preciosa, poderosa**".

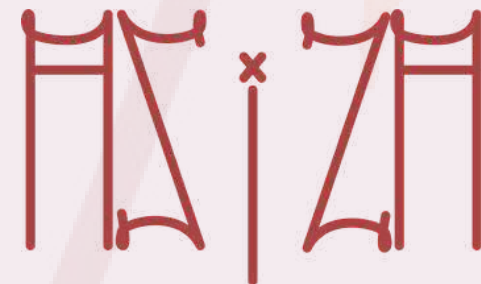


# LOGO

## PROCESSO DE CRIAÇÃO



li.amê



a.y.o



ak.in



LO  
GO

ONDE O SIGNIFICADO  
DO NOME  
SE ENCAIXA

A  
N  
V  
Z  
A

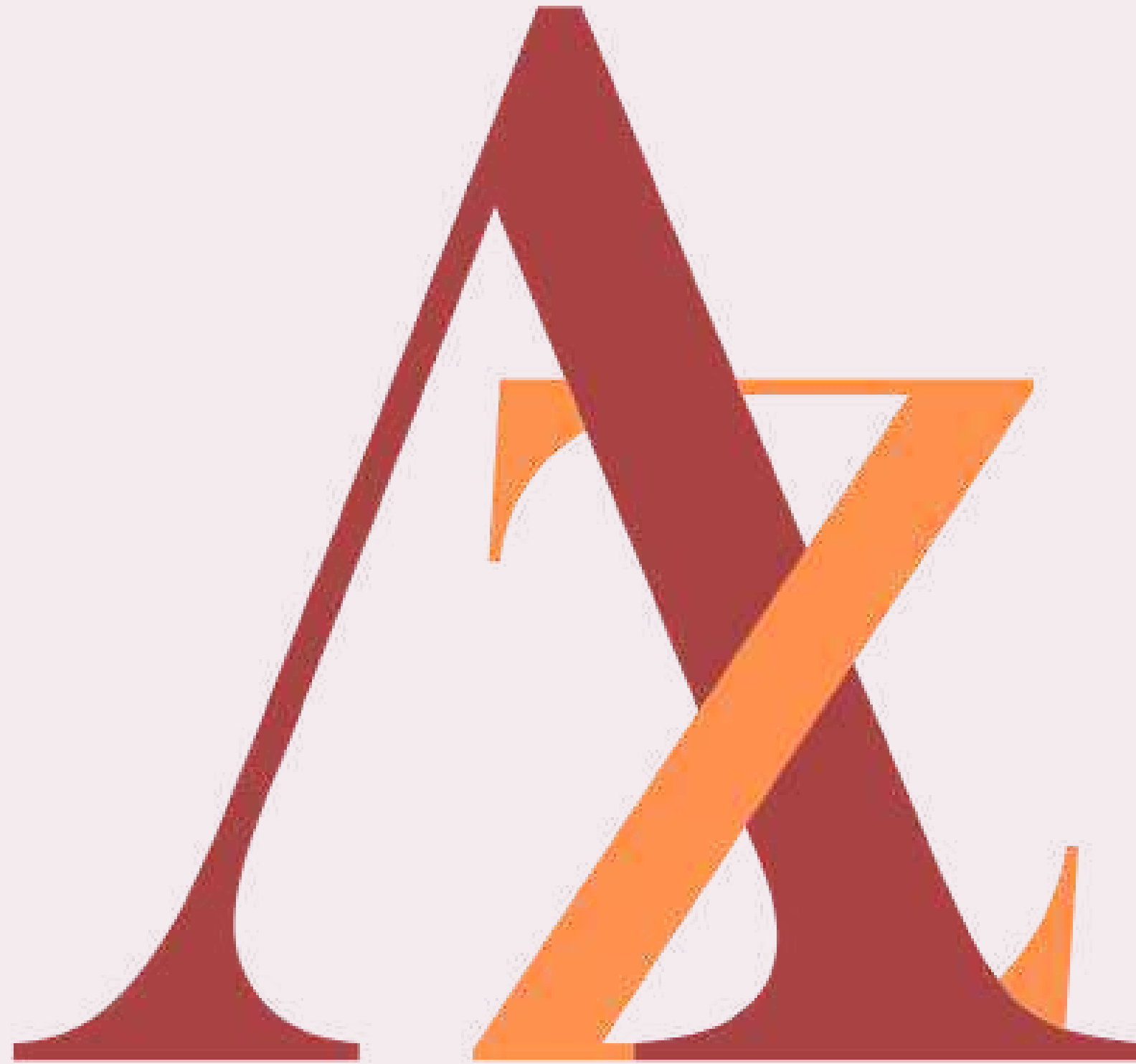


LO  
GO

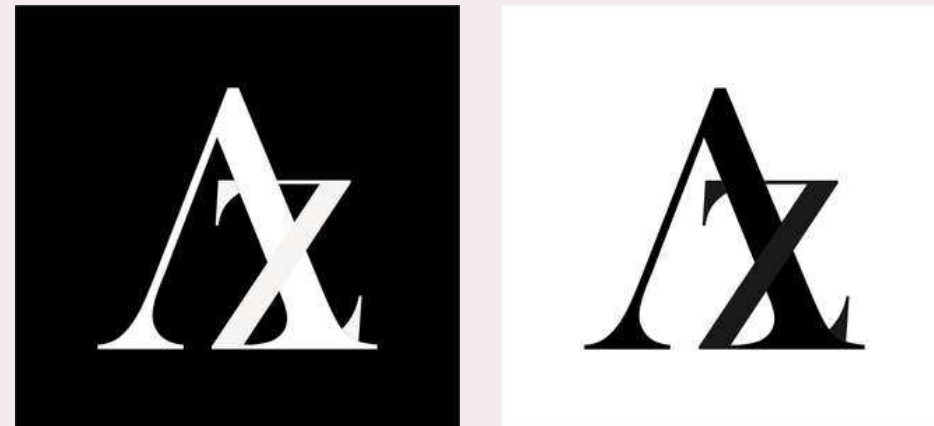
ANIZZA



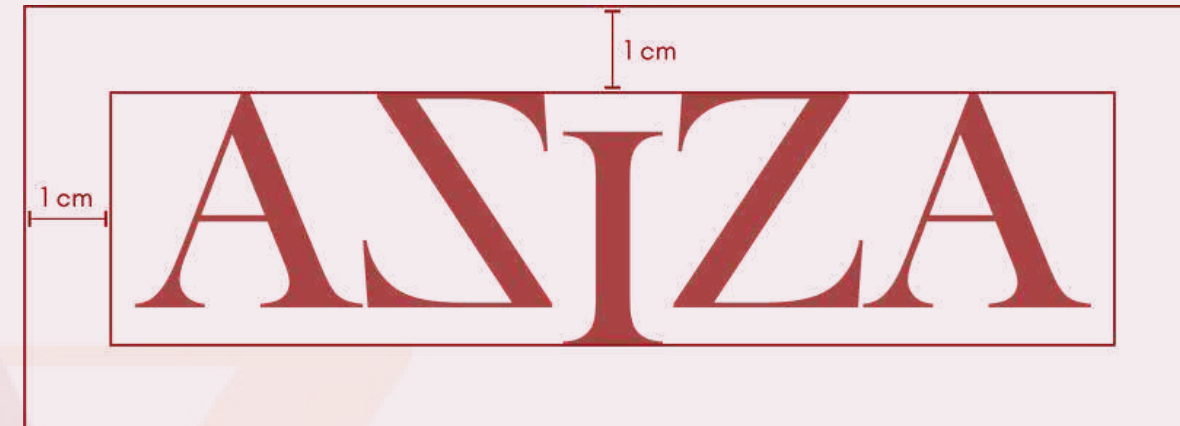
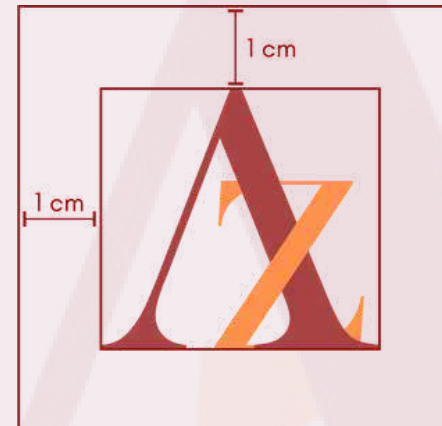
LO  
GO



### VERSÃO PRETO E BRANCO



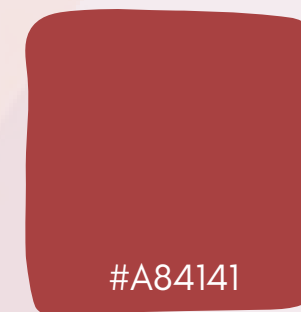
### MARGEM DE PROTEÇÃO



### VERSÃO REDUZIDA



### CORES INSTITUCIONAIS



R: 168 C: 24  
G: 65 M: 93  
B: 65 Y: 84  
K: 17

R: 255 C: 0  
G: 145 M: 55  
B: 77 Y: 80  
K: 0

R: 134 C: 29  
G: 14 M: 100  
B: 14 Y: 100  
K: 41



# COMUNICAÇÃO VISUAL

## TIPOGRAFIA

### ARIMO

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

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

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

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

### BLINK TWICE

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

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

### Glacial Indifference

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

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

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

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

TÍTULO

TEXTO

# COMUNICAÇÃO VISUAL

## PAPELARIA

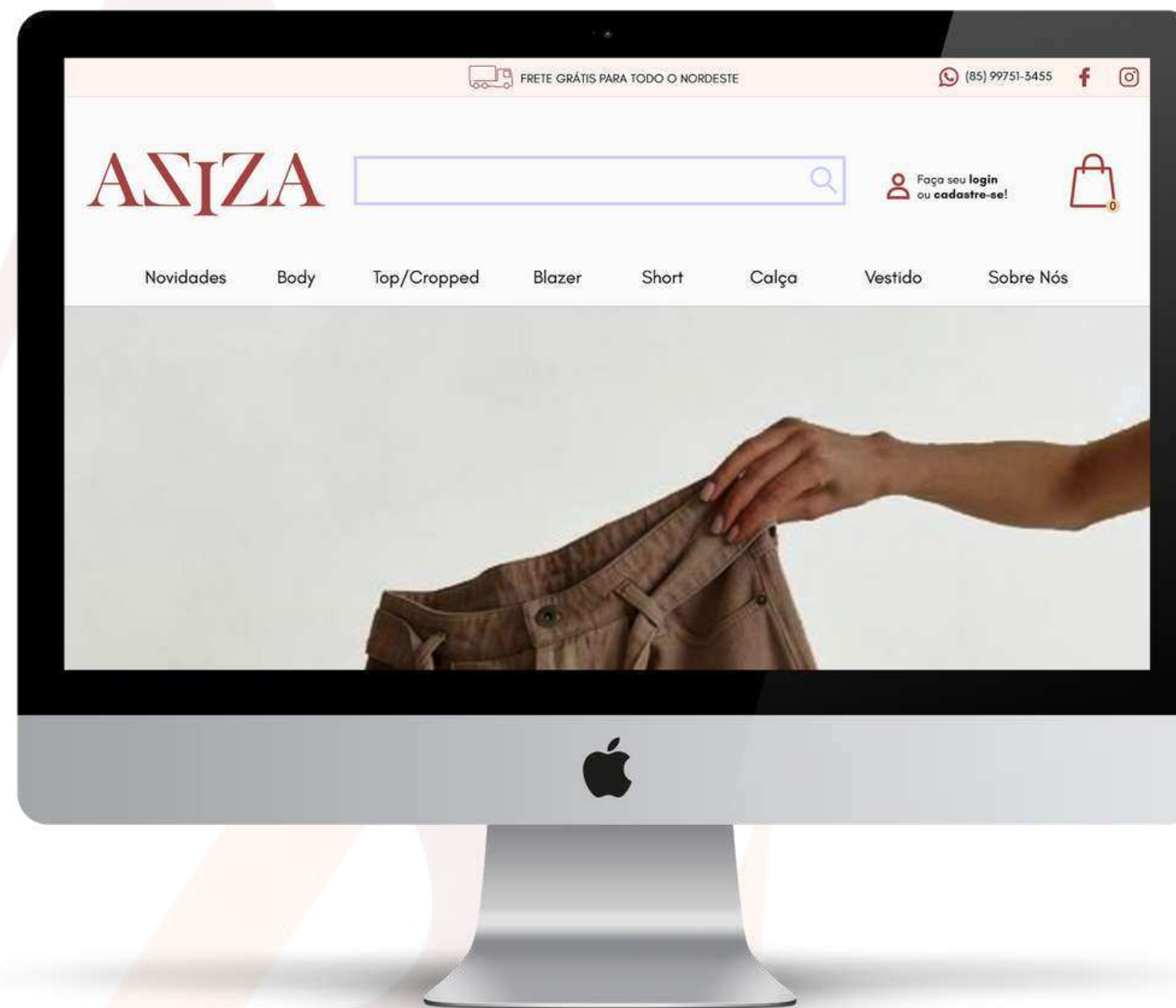
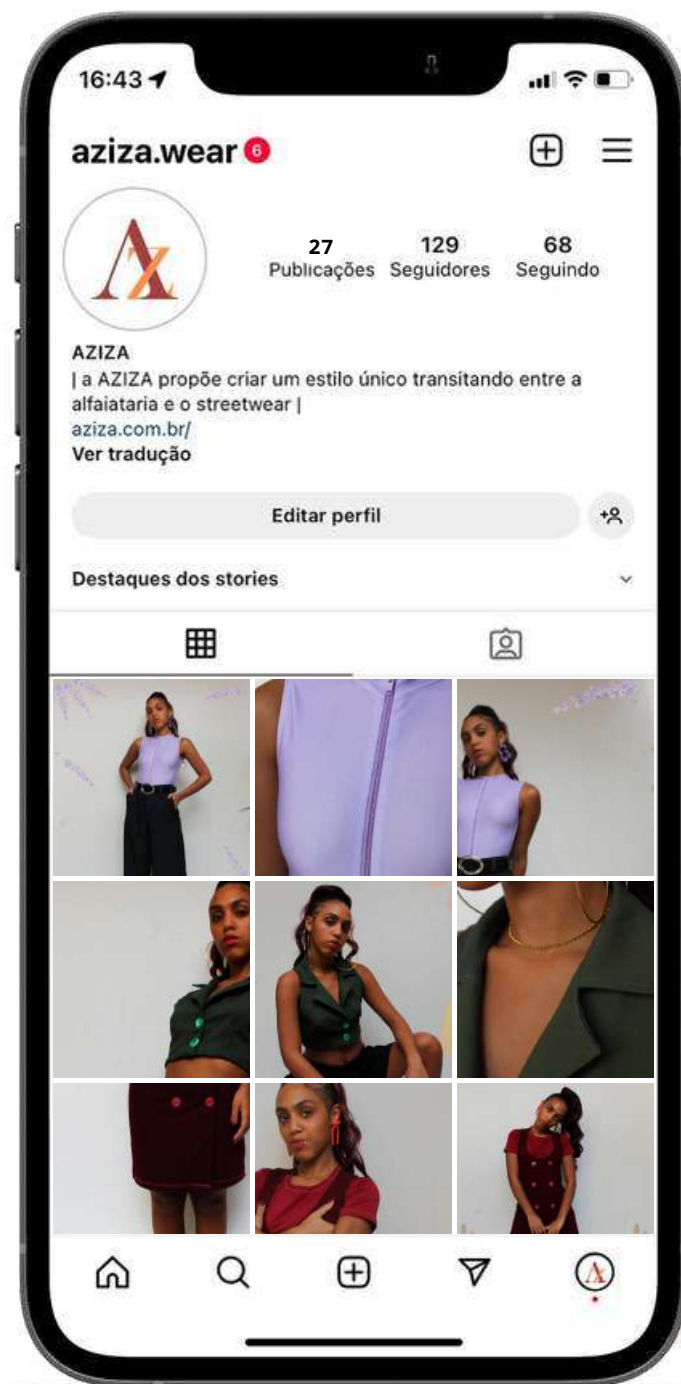


\*com exceção da caixa, os demais itens são produzidos em papel kraft, este é totalmente sustentável, por ser 100% reciclável, pela sua fácil degradação quando descartado no meio ambiente e por servir de adubo quando misturado com outros itens orgânicos.



# MÍDIAS DIGITAIS

INSTAGRAM E SITE



# VOCAÇÃO REGIONAL



# PAINEL DE TENDÊNCIAS

WGSN - CONSUMIDORES DO FUTURO 2023

## ANTECIPADORES

"A sensação distorcida de tempo, a fadiga emocional e a incerteza econômica afetaram este grupo. Os Antecipadores desejam estabilidade, segurança e só conseguem lidar com interferências favoráveis."

## NOVOS ROMÂNTICOS

"O aumento da carga de trabalho e uma profunda necessidade de se reconectar com suas emoções alimentam os Novos Românticos, um grupo que está redefinindo os coletivos comunitários."

## INCONFORMADOS

"Estimulados pelo sentimento de raiva em 2020 e pela falta de assistência institucional e governamental, este grupo busca usar a tecnologia e sua comunidade para criar um futuro onde tudo é possível."

## CONDUTORES

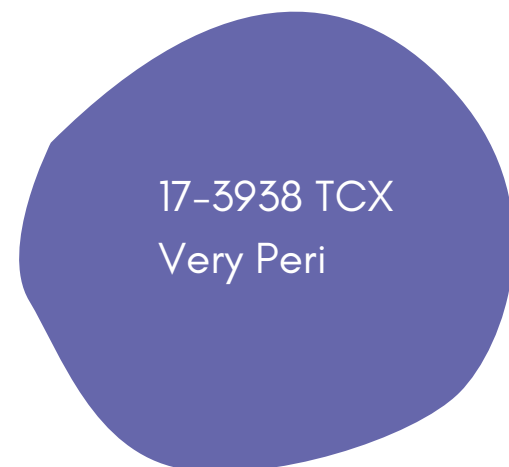
"Multidimensionais, multitalentosos e adeptos das multitarefas, os Condutores estão aceitando novos desafios e demandando novas experiências."

# PAINEL DE TENDÊNCIAS

CORES

COR DO ANO 2022

PANTONE®



17-3938 TCX  
Very Peri

COR DO ANO 2023

coloro



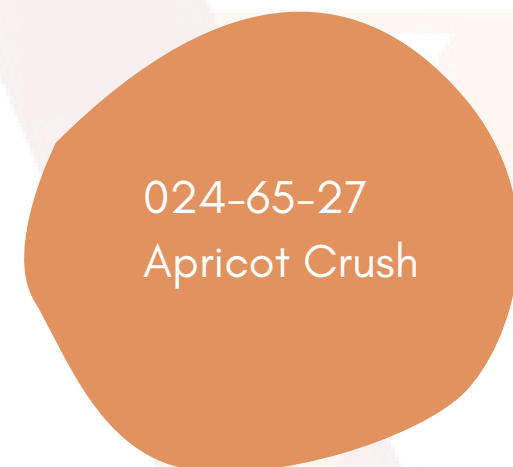
134-67-16  
Digital Lavender

coloro



010-42-20  
Astro Dust

coloro



024-65-27  
Apricot Crush

coloro



120-28-32  
Galactic Cobalt

coloro



072-45-06  
Sage Leaf

WGSN KEY COLORS A/W 23/24



# PAINEL DE TENDÊNCIAS



RESORT 23 - ETRO

ALFAITARIA  
C/  
STREETWEAR



RESORT 23 - VERSACE



INVERNO 23 - COURRÈGES

CINTURA  
BAIXA



RESORT 23 - VERSACE



INVERNO 23 - BOTTEGA VENETA

OVERSIZED



VERÃO 23 - ROLF EKROTH



# COLEÇÃO



A COR QUE A NATUREZA TEM

---

**COLEÇÃO**  
**RELEASE**

---

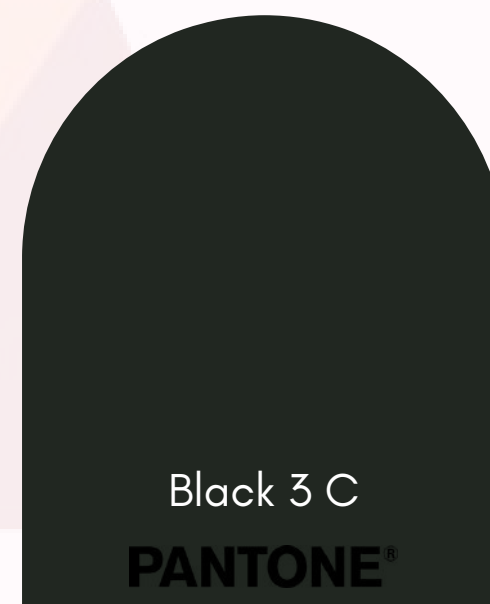
## A COR QUE A NATUREZA TEM

Por estarmos sempre atentos à vida urbana, muitas vezes nos escapa as belezas da natureza e sentimos a necessidade de trazer para o nosso cotidiano meios que nos remetam à essa beleza natural.

Inspirada nas múltiplas cores que as flores performam naturalmente, a proposta dessa coleção é conectar a natureza com a vida urbana, levando as cores da natureza para a cidade, através de uma paleta de cores que nos levam a quatro flores que nos mostram uma pequena parte das floras do mundo.

# COLEÇÃO

## PALETA DE CORES



# PAINEL TECNOLÓGICO



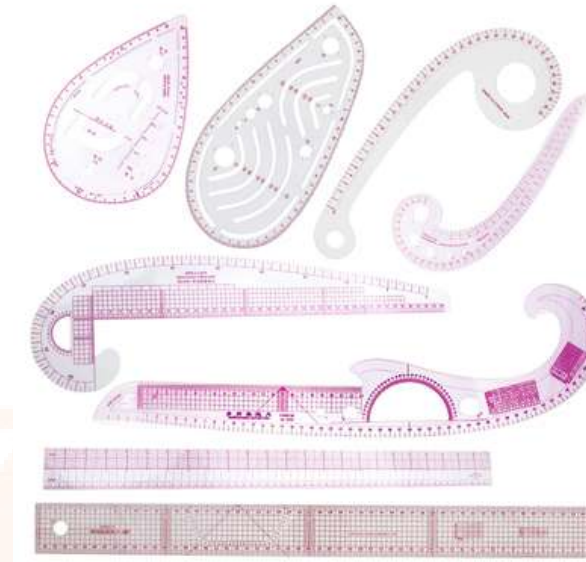
MÁQUINA DE CORTE



MESA DE CORTE



TESOURA



RÉGUAS DE ALFAIATE



PAPEL CRAFT



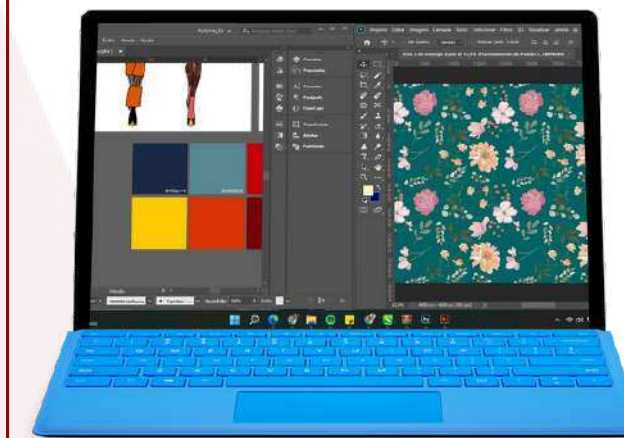
INTERLOCK



INDUSTRIAL RETA



GALONEIRA



NOTEBOOK E FERRAMENTAS  
DE CRIAÇÃO



SMARTPHONE

# COLEÇÃO

## AVIAMENTOS



COLCHETES



BOTÕES



LINHAS DE COSTURA



FIO DE COSTURA



ZÍPER



ELÁSTICO



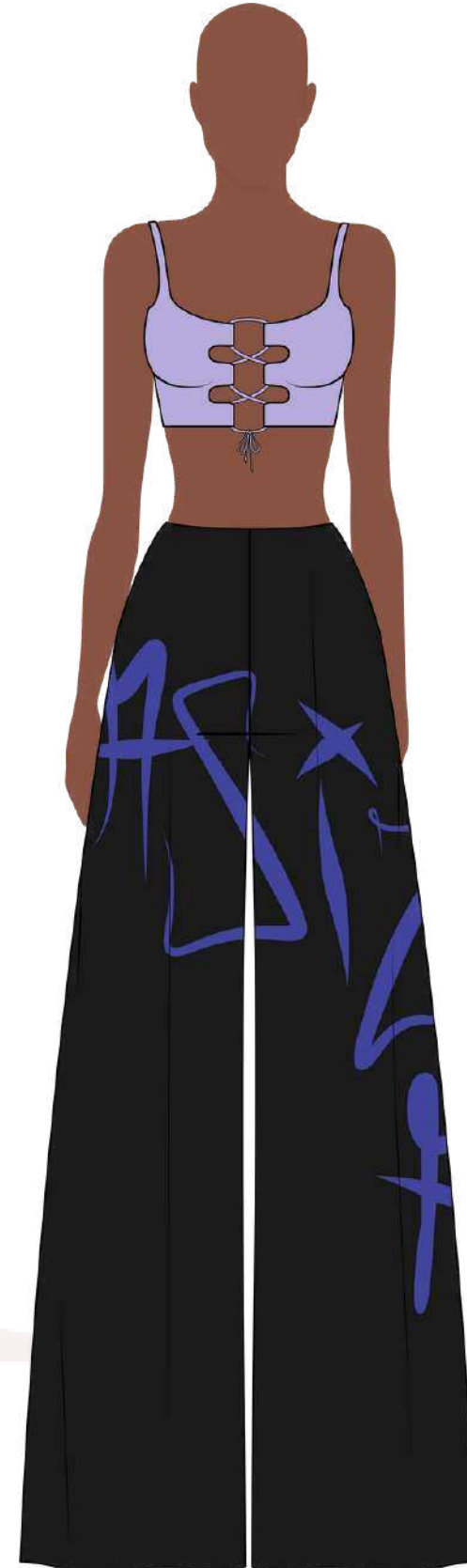
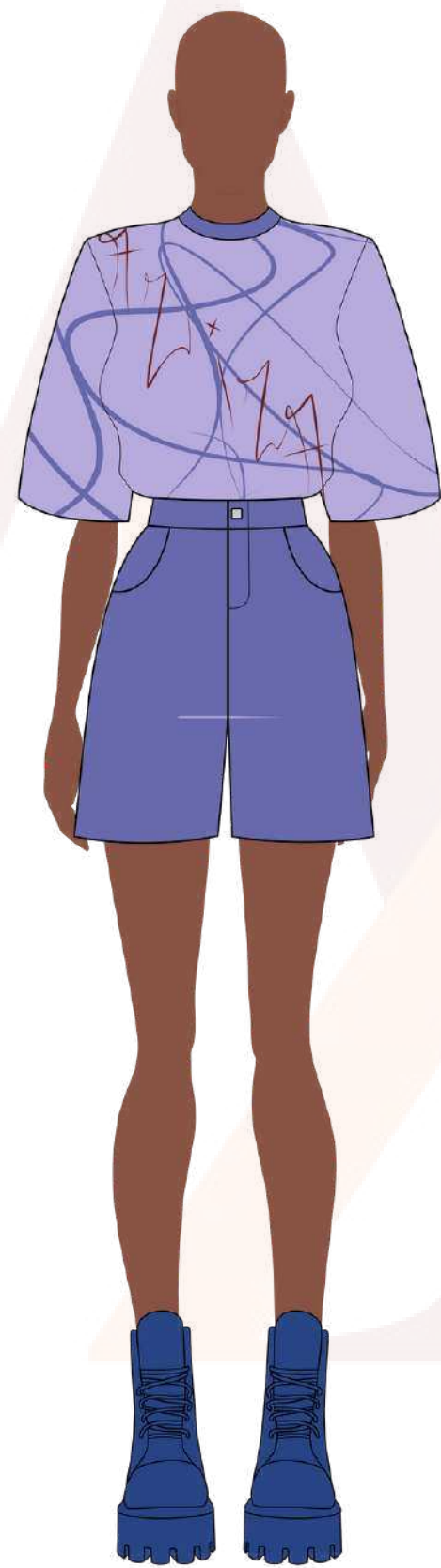
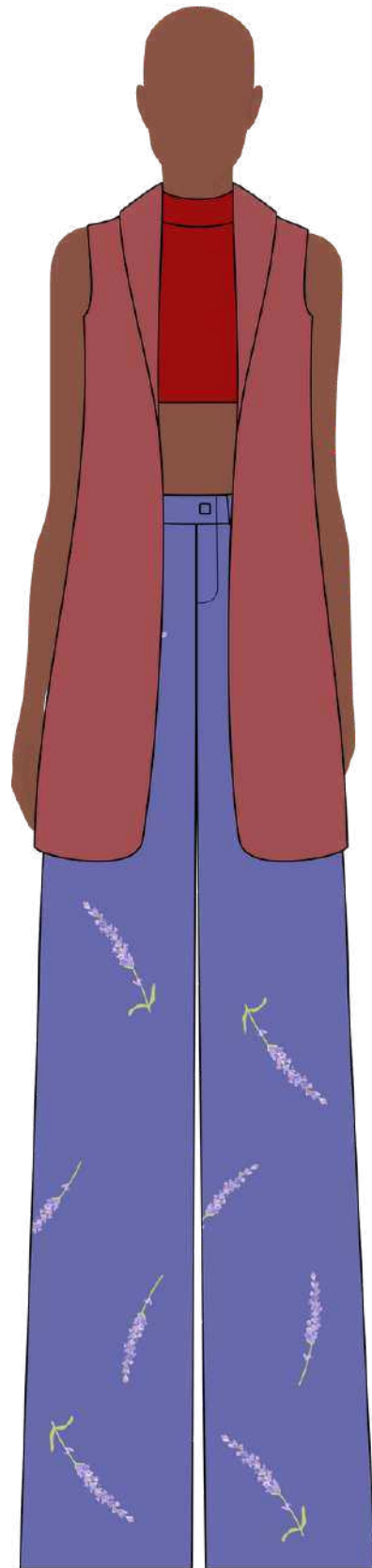
ENTRETELA

# COLEÇÃO

LINE UP

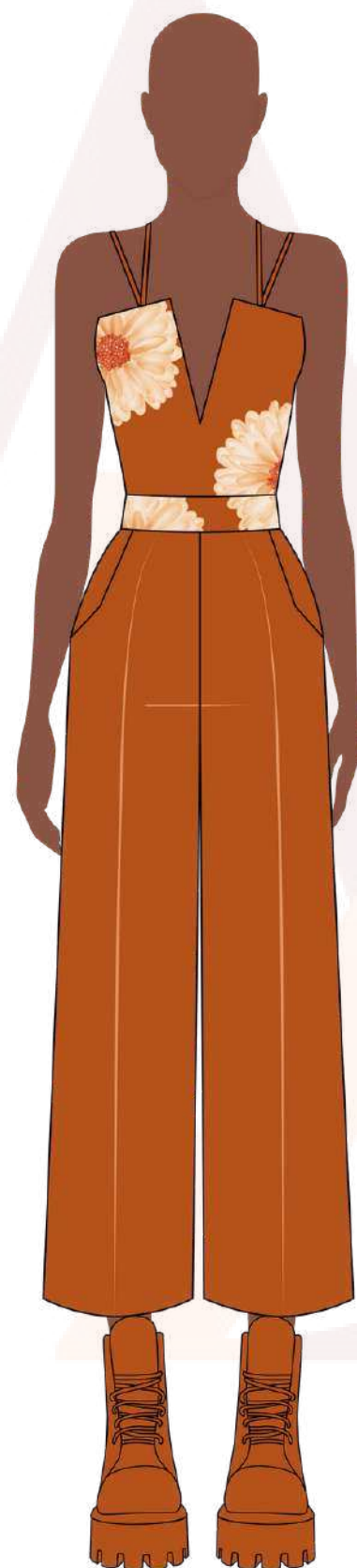
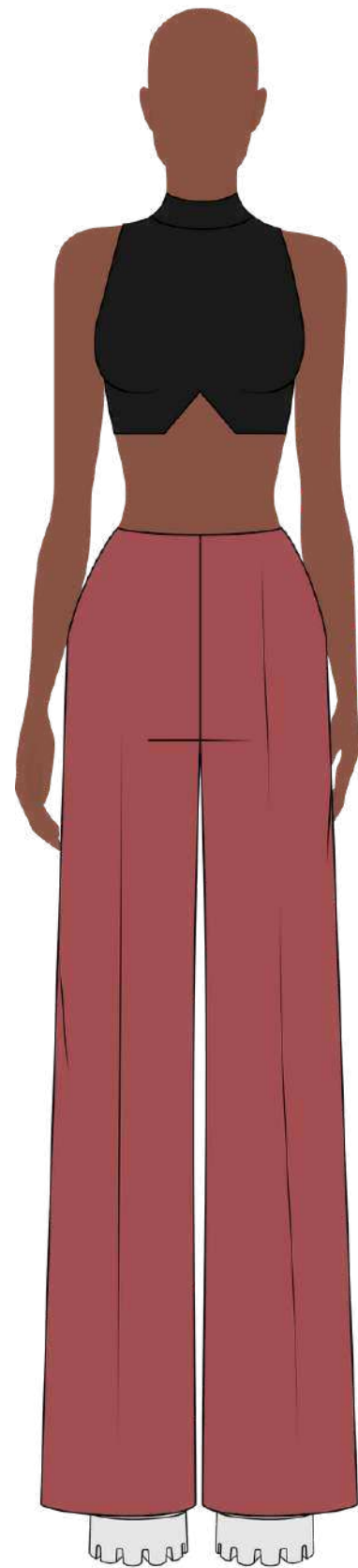


# LAVANDA

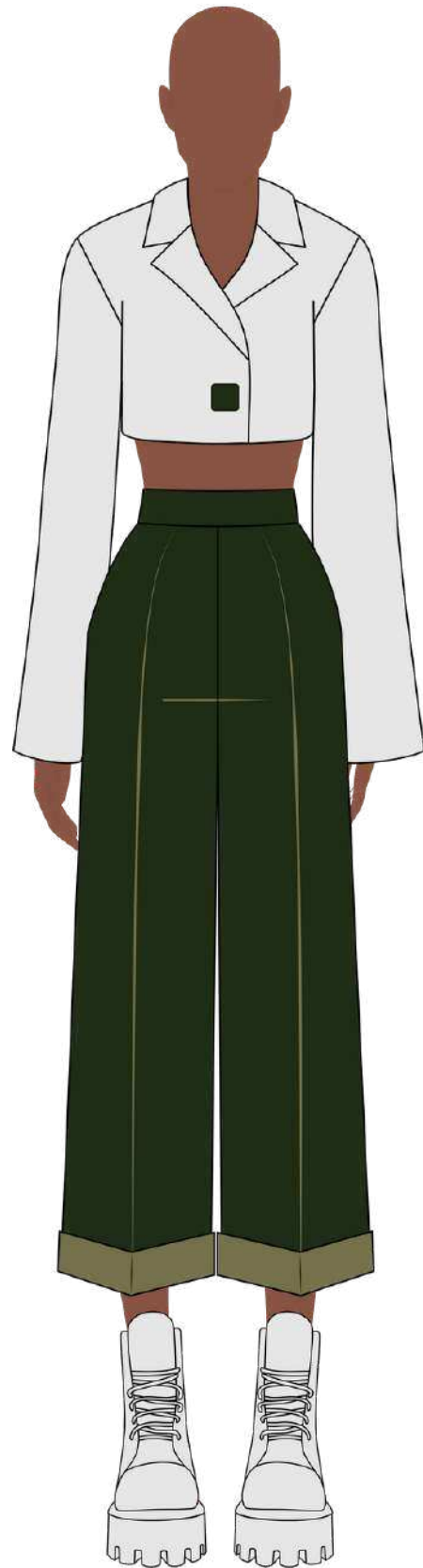


# CRISÂNTEMO

---

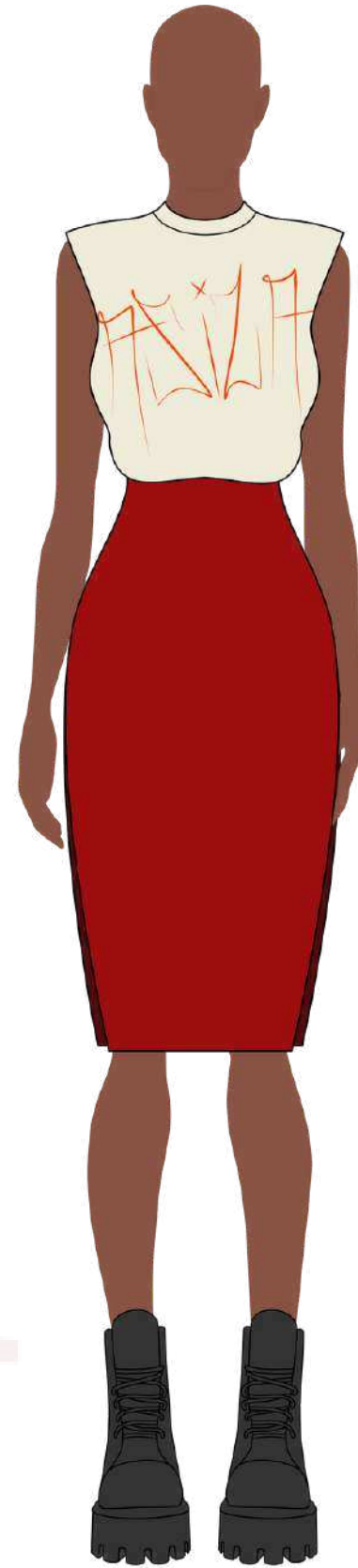
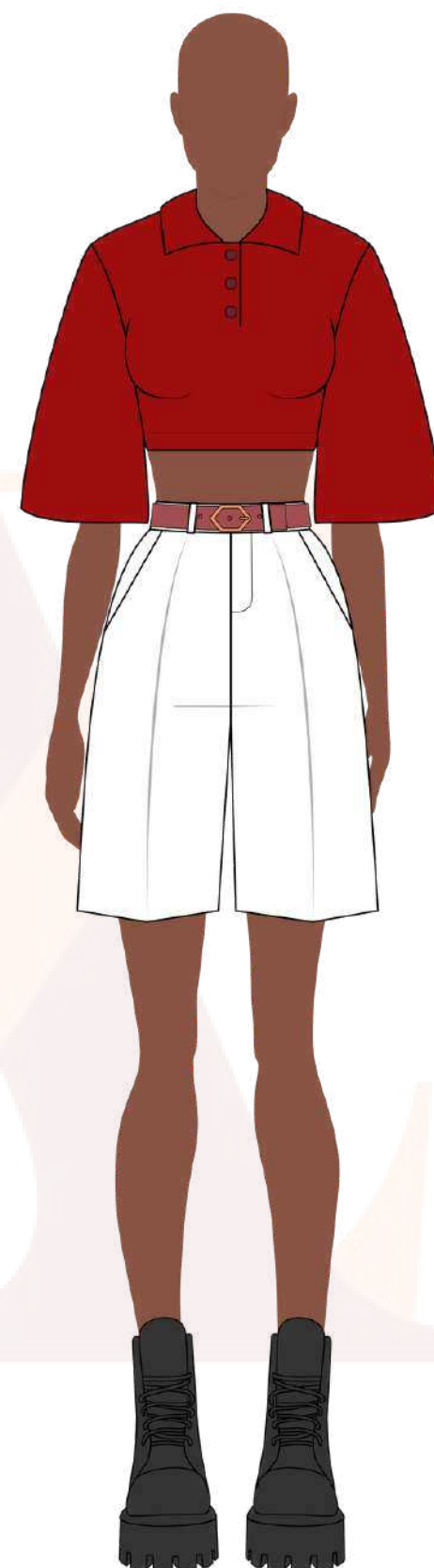
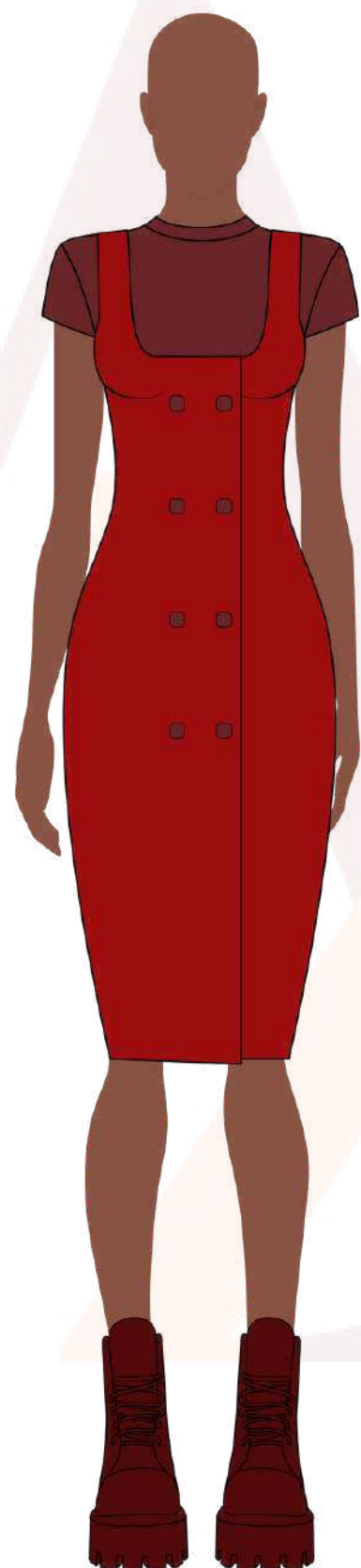
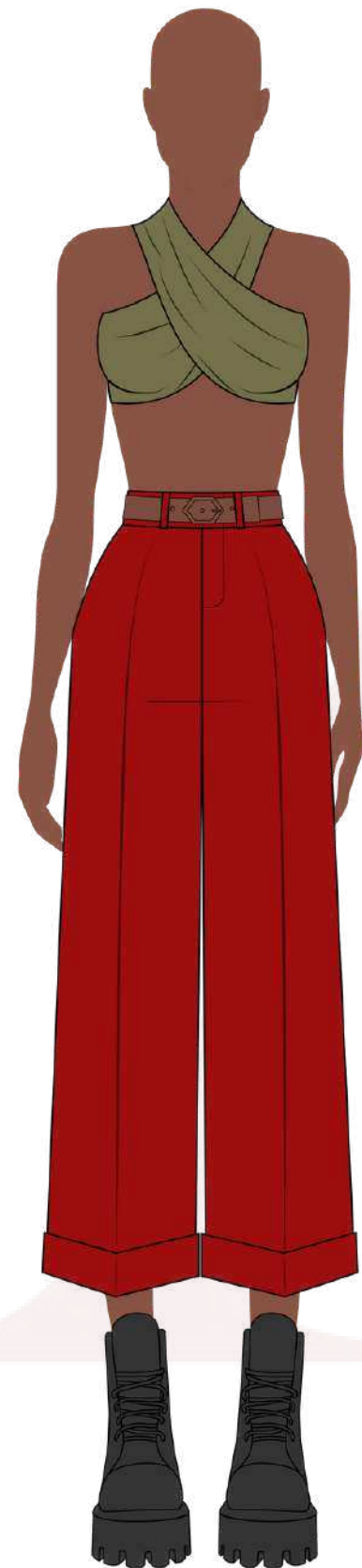


# CALÊNDULA



# LÍRIO TOCHA

---



# PARÂMETRO DE COLEÇÃO

A COR QUE A NATUREZA TEM

MIX DE PRODUTOS	BÁSICO	FASHION	VANGUARDA	TOTAL
TOPS	09	06	03	18
BOTTONS	07	05	06	18
PEÇAS INTEIRAS	01	-	02	03
SOBREPOSIÇÕES	01	03	02	06
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>45</b>
<b>PERCENTUAL*</b>	<b>40%</b>	<b>30%</b>	<b>30%</b>	<b>100%</b>

\*PERCENTUAL APROXIMADO

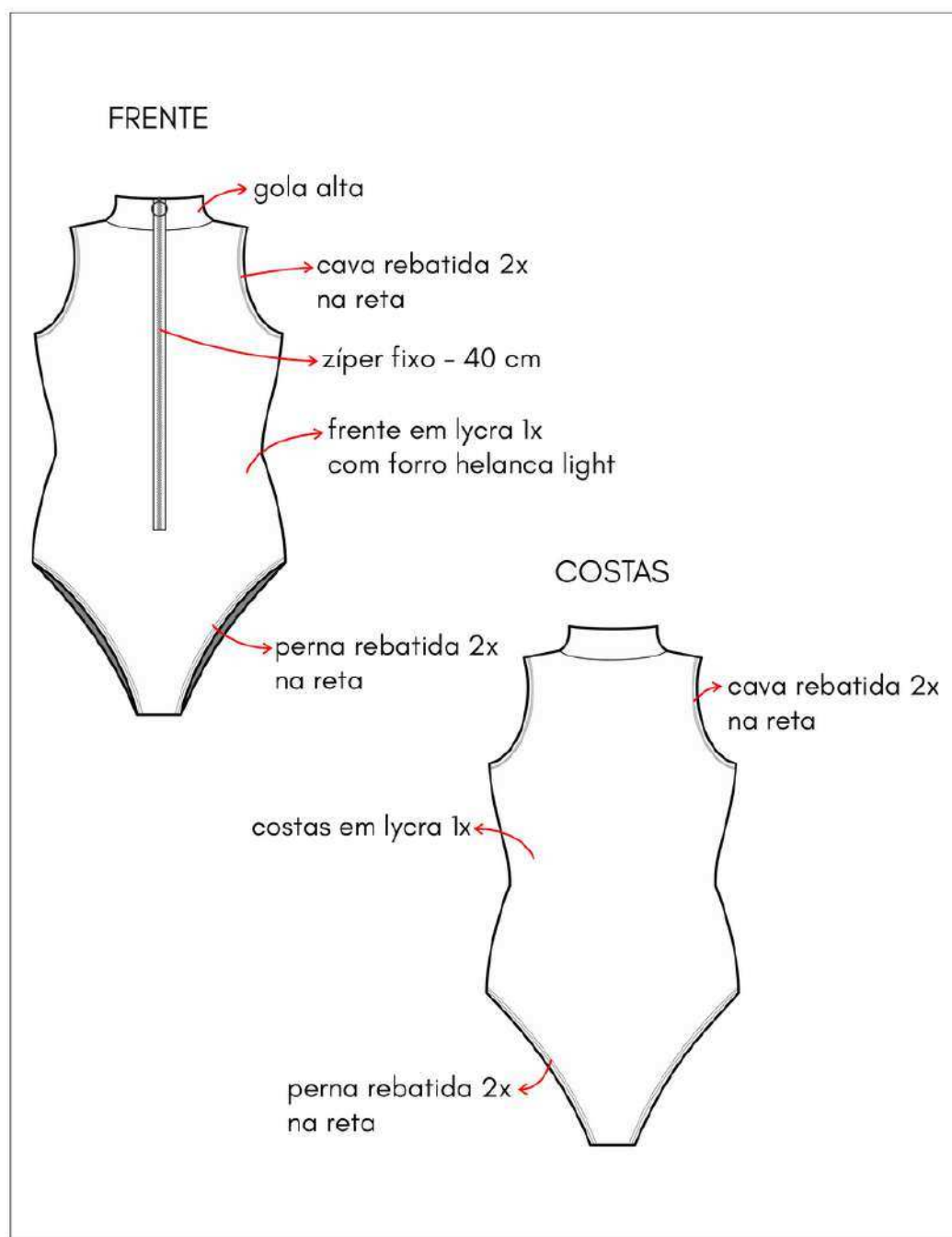
# PROTÓTIPO

---



# FICHA TÉCNICA

<b>ASIZA</b>	EMPRESA: AZIZA	
	COLEÇÃO: AS CORES QUE A NATUREZA TEM	
	REF. MODELO: BODY/L1	DATA: JULHO/2022
	DESIGNER: LIAMÊ ALVES	MODELISTA: LIAMÊ ALVES



<b>ASIZA</b>	EMPRESA: AZIZA	
	COLEÇÃO: AS CORES QUE A NATUREZA TEM	
	REF. MODELO: BODY/L1	DATA: JULHO/2022
	DESIGNER: LIAMÊ ALVES	MODELISTA: LIAMÊ ALVES

MATERIAIS					
MATERIAL	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	COR	QUANT.	CUSTO
LYCRA	ROSSET	85%PA 15%PUE	LILÁS	0,80m	R\$ 19,20
HELANCA LIGHT	ANTONI TEXTIL	100%PES	BEGE	0,80m	R\$ 8,00

AVIAMENTOS					
MATERIAL	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	COR	QUANT.	CUSTO
ZÍPER FIXO	CENTRAL	NYLON	LILÁS	1 un.	R\$ 2,70

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
1. Emendar os ombros	Overlock	
2. Aplicar a gola	Overlock	
3. Preparar o zíper	Reta	
4. Aplicar o forro	Overlock	
5. Emendar as laterais e o fundo	Overlock	
6. Aplicar o elástico nas pernas e nas cavas	Reta	
7. Rebater o elástico	Reta	

Liamê Alves  
Designer: \_\_\_\_\_

Eliene Pereira  
Modelista: \_\_\_\_\_

Liamê Alves  
PCP: \_\_\_\_\_

# PRECIFICAÇÃO

CUSTOS INDIRETOS	VALOR MENSAL (R\$)
ENERGIA ELÉTRICA	R\$ 70,00 (MÉDIA)
ÁGUA	R\$ 45,00 (MÉDIA)
TRANSPORTE	R\$ 60,00 (MÉDIA)
PROGRAMAS ADOBE	R\$ 224,00
INTERNET	R\$ 85,00
MARKETING	R\$ 500,00
PRODUTOS DE LIMPEZA	R\$ 100,00
TRIBUTAÇÕES E ENCARGOS SOCIAIS - MEI (DAS)	R\$ 56,00
<b>TOTAL (R\$)</b>	<b>R\$ 1.140,00</b>

CFU
R\$ 1.140,00 / 50 un.= <b>R\$ 22,80</b>

CUSTOS VARIÁVEIS (CV)			
INSUMOS	CONSUMO	PREÇO TOTAL	CUSTO
TECIDO	0,80 m	R\$ 24,00/1 m	R\$ 19,20
FORRO	0,80 m	R\$ 10,00/1 m	R\$ 8,00
LINHA	1,50 m	R\$ 3,00/1.200 m	R\$ 0,25
ZÍPER	1 un.	R\$ 2,70/1 un.	R\$ 2,70
EMBALAGENS	1 un.	R\$ 125,00/50 un.	R\$ 2,50
TAGS	1 un.	R\$ 125,00/500 un.	R\$ 0,50
ETIQUETAS	1 un.	R\$ 350,00/2.000 un.	R\$ 0,17
<b>CUSTO TOTAL DE INSUMOS</b>			<b>R\$ 33,32</b>

CUSTOS VARIÁVEIS (CV)			
MÃO DE OBRA	VALOR/HORA	TEMPO	CUSTO
MODELAGEM	R\$ 10,00	1 hr	R\$ 10,00
CORTE	R\$ 9,00	30 min.	R\$ 4,50
COSTURA	R\$ 9,00	1 h	R\$ 9,00
<b>CUSTO TOTAL DE INSUMOS</b>			<b>R\$ 23,50</b>

PREÇO DE VENDA (PV)
$\text{CFU} + \text{INSUMOS} + \text{CV} * \text{MARKUP}$ $\text{R\$ } 22,80 + \text{R\$ } 33,32 + \text{R\$ } 23,50 = \text{R\$ } 79,62$ $\text{R\$ } 79,62 \times 1,3 \text{ Markup} = \text{R\$ } 103,50$
<b>PREÇO DE VENDA: R\$ 103,50</b>

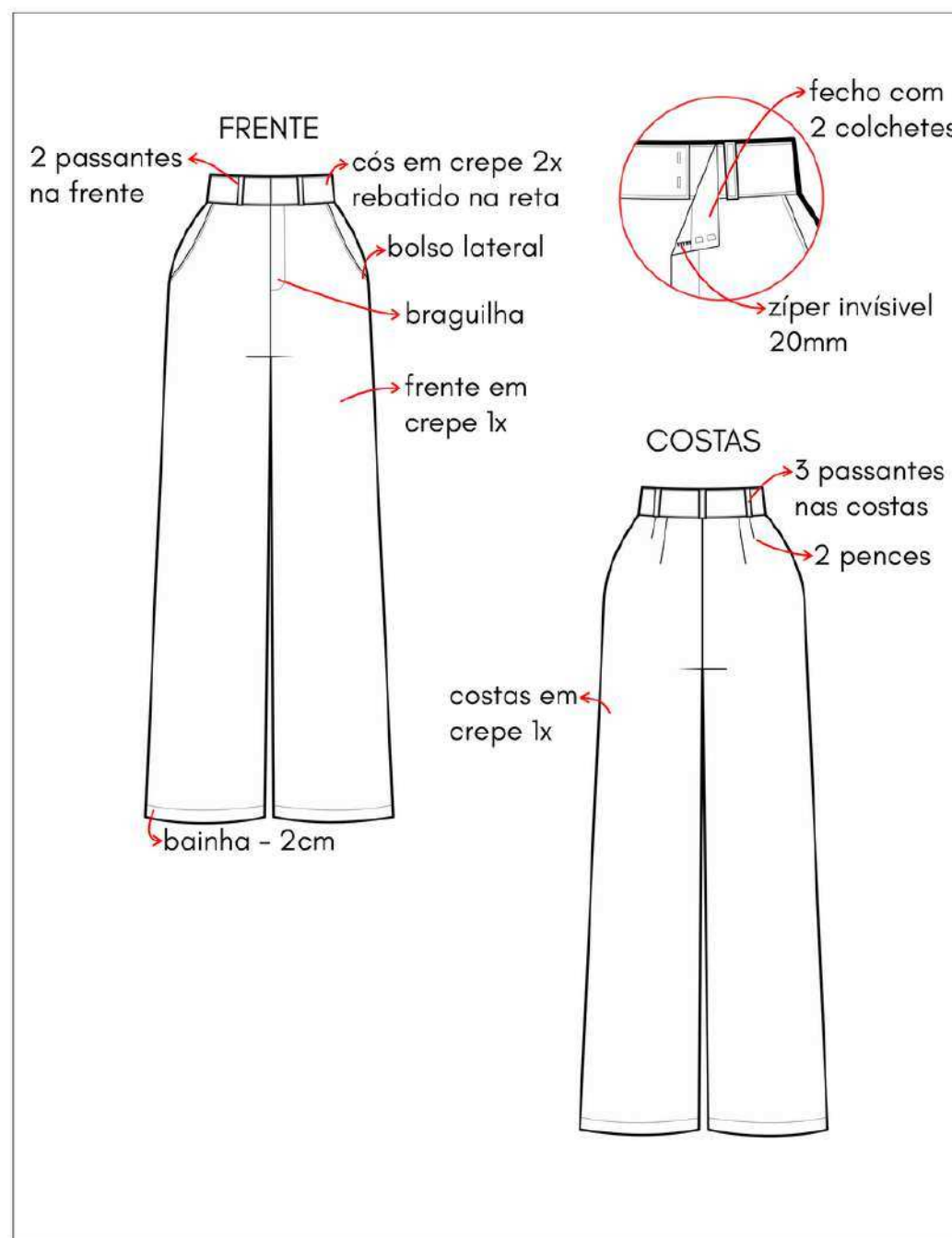
# PROTÓTIPO

---



# FICHA TÉCNICA

<b>ASIZA</b>	EMPRESA: AZIZA	
	COLEÇÃO: AS CORES QUE A NATUREZA TEM	
	REF. MODELO: CALÇA/L1	DATA: JULHO/2022
	DESIGNER: LIAMÊ ALVES	MODELISTA: LIAMÊ ALVES



<b>ASIZA</b>	EMPRESA: AZIZA	
	COLEÇÃO: AS CORES QUE A NATUREZA TEM	
	REF. MODELO: CALÇA/L1	DATA: JULHO/2022
	DESIGNER: LIAMÊ ALVES	MODELISTA: LIAMÊ ALVES

MATERIAL	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	COR	QUANT.	CUSTO
CREPE ALFAIATARIA	MAXIMUS TECIDO	97%PES 3%PJE	BRANCA	1,0 m	R\$ 15,15

AVIAMENTOS					
MATERIAL	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	COR	QUANT.	CUSTO
ZÍPER INVISÍVEL	CENTRAL	NYLON	PRETO	1 un.	R\$ 0,50
COLCHETE	EBERLE	FERRO	PRATA	2 un.	R\$ 0,52

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
1. Preparar os bolsos	Interlock	
2. Aplicar o zíper	Reta	
3. Fazer as pences das costas	Reta	
4. Costurar entrepernas	Overlock	
5. Costurar as laterais e o fundo	Overlock	
6. Aplicar o cós com os passantes	Reta	
7. Fazer bainha	Reta	
8. Aplicar os colchetes	Manual	

Liamê Alves  
 Designer: \_\_\_\_\_  
 Eliene Pereira  
 Modelista: \_\_\_\_\_

Liamê Alves  
 PCP: \_\_\_\_\_

# PRECIFICAÇÃO

CUSTOS INDIRETOS	VALOR MENSAL (R\$)
ENERGIA ELÉTRICA	R\$ 70,00 (MÉDIA)
ÁGUA	R\$ 45,00 (MÉDIA)
TRANSPORTE	R\$ 60,00 (MÉDIA)
PROGRAMAS ADOBE	R\$ 224,00
INTERNET	R\$ 85,00
MARKETING	R\$ 500,00
PRODUTOS DE LIMPEZA	R\$ 100,00
TRIBUTAÇÕES E ENCARGOS SOCIAIS - MEI (DAS)	R\$ 56,00
<b>TOTAL (R\$)</b>	<b>R\$ 1.140,00</b>

CFU
R\$ 1.140,00 / 50 un.= <b>R\$ 22,80</b>

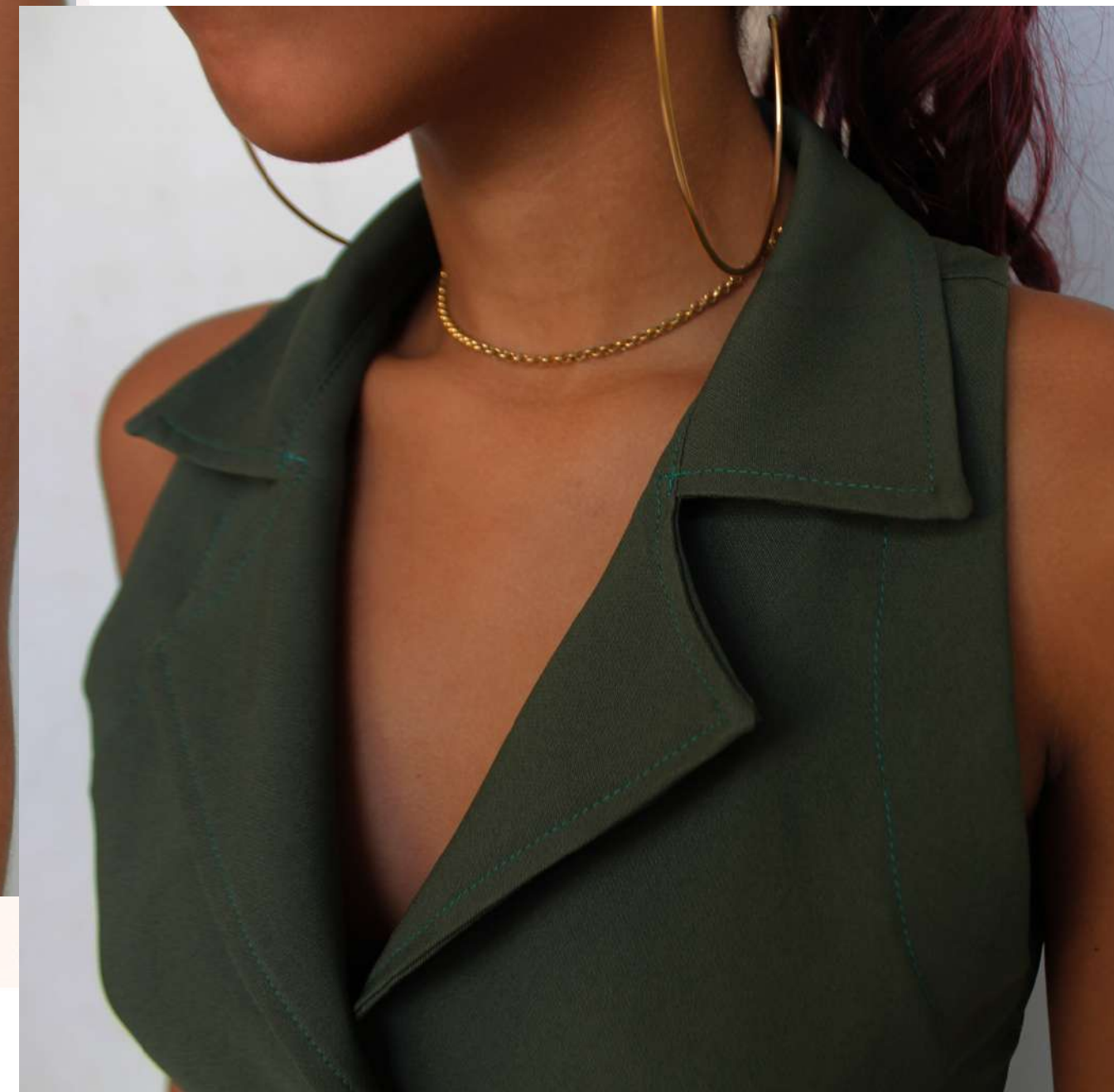
CUSTOS VARIÁVEIS (CV)			
INSUMOS	CONSUMO	PREÇO TOTAL	CUSTO
TECIDO	1,00 m	R\$ 15,15/1 m	R\$ 15,15
LINHA	1,50 m	R\$ 3,00/1.200 m	R\$ 0,25
COLCHETE	2 un.	R\$ 52,33/200 un.	R\$ 0,52
ZÍPER	1 un.	R\$ 0,50/1 un.	R\$ 0,50
EMBALAGENS	1 un.	R\$ 125,00/50 un.	R\$ 2,50
TAGS	1 un.	R\$ 125,00/500 un.	R\$ 0,50
ETIQUETAS	1 un.	R\$ 350,00/2.000 un.	R\$ 0,17
<b>CUSTO TOTAL DE INSUMOS</b>			<b>R\$ 19,59</b>

CUSTOS VARIÁVEIS (CV)			
MÃO DE OBRA	VALOR/HORA	TEMPO	CUSTO
MODELAGEM	R\$ 10,00	2 hrs	R\$ 20,00
CORTE	R\$ 9,00	1 h	R\$ 9,00
COSTURA	R\$ 9,00	1 h	R\$ 9,00
SUBLIMAÇÃO	R\$ 6,00		R\$ 6,00
<b>CUSTO TOTAL DE INSUMOS</b>			<b>R\$ 44,00</b>

PREÇO DE VENDA (PV)
CFU + INSUMOS + CV*MARKUP R\$ 22,80 + R\$ 19,59 + R\$ 44,00 = R\$ 86,39 R\$ 86,39 x 1,3 Markup = R\$ 112,30
<b>PREÇO DE VENDA: R\$ 112,30</b>

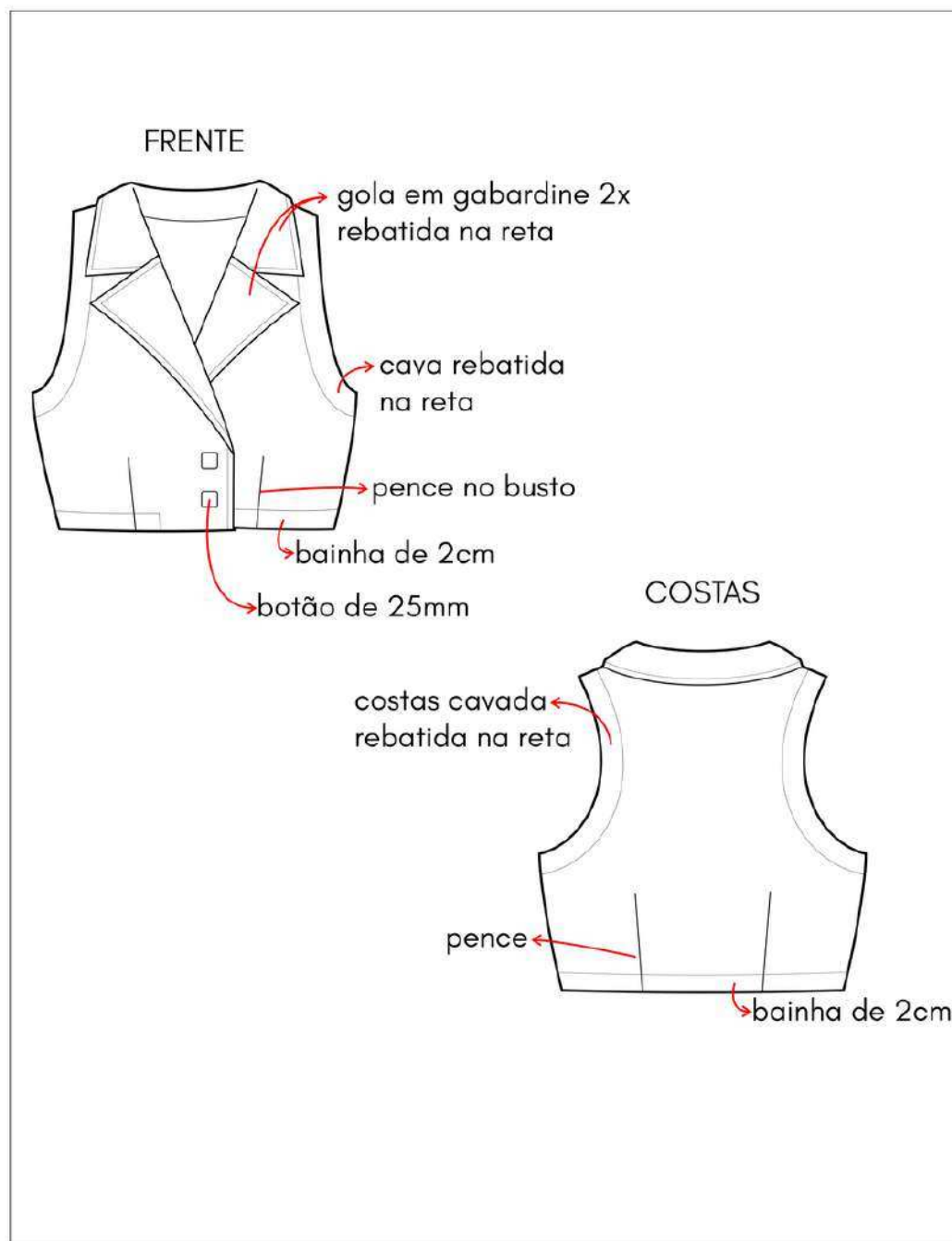
# PROTÓTIPO

---



# FICHA TÉCNICA

<b>ASIZA</b>	EMPRESA: AZIZA	
	COLEÇÃO: AS CORES QUE A NATUREZA TEM	
	REF. MODELO: CROPPED/C.1	DATA: JULHO/2022
	DESIGNER: LIAMÊ ALVES	MODELISTA: LIAMÊ ALVES



<b>ASIZA</b>	EMPRESA: AZIZA	
	COLEÇÃO: AS CORES QUE A NATUREZA TEM	
	REF. MODELO: CROPPED/C.1	DATA: JULHO/2022
	DESIGNER: LIAMÊ ALVES	MODELISTA: LIAMÊ ALVES

MATERIAIS					
MATERIAL	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	COR	QUANT.	CUSTO
GABARDINE	MAXIMUS TECIDO	97%PES 3%PUE	VERDE	0,60 m	R\$ 12,25

AVIAMENTOS					
MATERIAL	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	COR	QUANT.	CUSTO
BOTÃO	FERMOPLAST	PLÁSTICO	VERDE	2 un.	R\$ 0,12

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
1. Fazer as pences (frente e costas)	Reta	
2. Fechar os ombros	Overlock	
3. Costurar as limpezas	Reta	
4. Fechar as laterais	Overlock	
5. Aplicar a gola	Reta	
6. Rebater as costuras	Reta	
7. Fazer as casas	Caseadeira	
8. Aplicar os botões	Manual	

Liamê Alves  
 Designer:  
 Liamê Alves  
 Modelista:

Liamê Alves  
 PCP:

# PRECIFICAÇÃO

CUSTOS INDIRETOS	VALOR MENSAL (R\$)
ENERGIA ELÉTRICA	R\$ 70,00 (MÉDIA)
ÁGUA	R\$ 45,00 (MÉDIA)
TRANSPORTE	R\$ 60,00 (MÉDIA)
PROGRAMAS ADOBE	R\$ 224,00
INTERNET	R\$ 85,00
MARKETING	R\$ 500,00
PRODUTOS DE LIMPEZA	R\$ 100,00
TRIBUTAÇÕES E ENCARGOS SOCIAIS - MEI (DAS)	R\$ 56,00
<b>TOTAL (R\$)</b>	<b>R\$ 1.140,00</b>

CFU
R\$ 1.140,00 / 50 un.= <b>R\$ 22,80</b>

CUSTOS VARIÁVEIS (CV)			
INSUMOS	CONSUMO	PREÇO TOTAL	CUSTO
TECIDO	0,60 m	R\$ 20,39/1 m	R\$ 12,23
LINHA	1,00 m	R\$ 3,00/1.200 m	R\$ 0,25
BOTÕES	2 un.	R\$ 11,90/200 un.	R\$ 0,12
EMBALAGENS	1 un.	R\$ 125,00/50 un.	R\$ 2,50
TAGS	1 un.	R\$ 125,00/500 un.	R\$ 0,50
ETIQUETAS	1 un.	R\$ 350,00/2.000 un.	R\$ 0,17
<b>CUSTO TOTAL DE INSUMOS</b>			<b>R\$ 15,77</b>

CUSTOS VARIÁVEIS (CV)			
MÃO DE OBRA	VALOR/HORA	TEMPO	CUSTO
MODELAGEM	R\$ 10,00	1 h	R\$ 10,00
CORTE	R\$ 9,00	30 min.	R\$ 4,50
COSTURA	R\$ 9,00	1 h	R\$ 9,00
<b>CUSTO TOTAL DE INSUMOS</b>			<b>R\$ 23,50</b>

PREÇO DE VENDA (PV)
$CFU + INSUMOS + CV * MARKUP$ $R\$ 22,80 + R\$ 15,77 + R\$ 23,50 = R\$ 62,07$ $R\$ 62,07 \times 1,3 \text{ Markup} = R\$ 80,69$
<b>PREÇO DE VENDA: R\$ 80,69</b>

# PROTÓTIPO

---



# FICHA TÉCNICA

<b>ASIZA</b>	EMPRESA: AZIZA	
	COLEÇÃO: AS CORES QUE A NATUREZA TEM	
	REF. MODELO: SHORT/C.1	DATA: JULHO/2022
	DESIGNER: LIAMÊ ALVES	MODELISTA: LIAMÊ ALVES



<b>ASIZA</b>	EMPRESA: AZIZA	
	COLEÇÃO: AS CORES QUE A NATUREZA TEM	
	REF. MODELO: SHORT/C.1	DATA: JULHO/2022
	DESIGNER: LIAMÊ ALVES	MODELISTA: LIAMÊ ALVES

MATERIAIS					
MATERIAL	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	COR	QUANT.	CUSTO
GABARDINE	MAXIMUS TECIDO	97%PES 3%PUE	PRETO	0,60 m	R\$ 12,25

AVIAMENTOS					
MATERIAL	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	COR	QUANT.	CUSTO
ELÁSTICO 50MM	ZANOTTI	69%PES 31%PB	BRANCO	0,70 m	R\$ 0,84

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
1. Fechar entrepernas	Overlock	
2. Fechar o fundo	Overlock	
3. Fechar as laterais	Overlock	
4. Aplicar o elástico do cós	Overlock	
5. Rebater o elástico	Reta	
6. Fazer a bainha	Reta	

Liamê Alves  
 Designer: \_\_\_\_\_  
 Eliene Pereira  
 Modelista: \_\_\_\_\_

Liamê Alves  
 PCP: \_\_\_\_\_

# PRECIFICAÇÃO

CUSTOS INDIRETOS	VALOR MENSAL (R\$)
ENERGIA ELÉTRICA	R\$ 70,00 (MÉDIA)
ÁGUA	R\$ 45,00 (MÉDIA)
TRANSPORTE	R\$ 60,00 (MÉDIA)
PROGRAMAS ADOBE	R\$ 224,00
INTERNET	R\$ 85,00
MARKETING	R\$ 500,00
PRODUTOS DE LIMPEZA	R\$ 100,00
TRIBUTAÇÕES E ENCARGOS SOCIAIS - MEI (DAS)	R\$ 56,00
<b>TOTAL (R\$)</b>	<b>R\$ 1.140,00</b>

CFU
R\$ 1.140,00 / 50 un.= <b>R\$ 22,80</b>

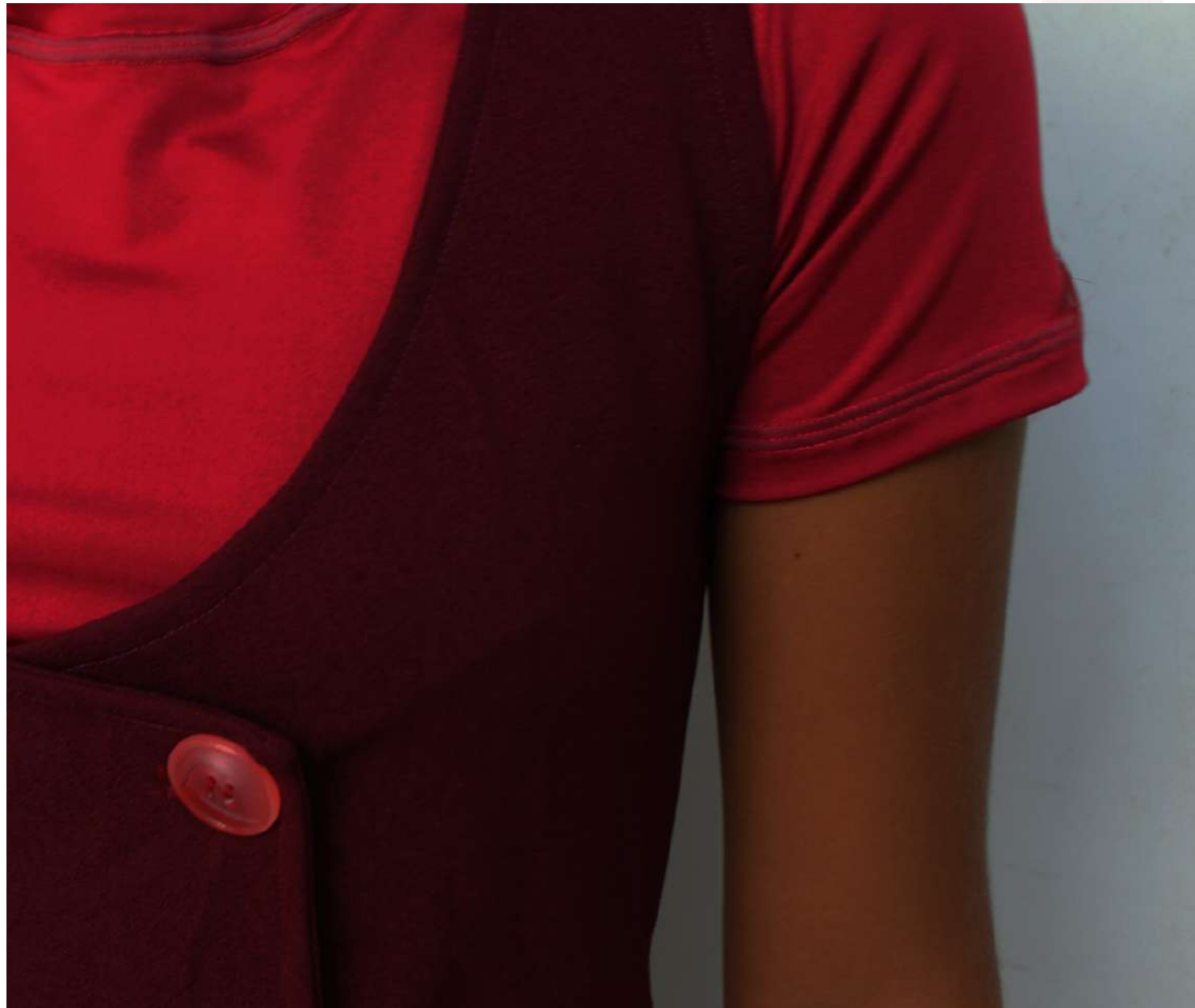
CUSTOS VARIÁVEIS (CV)			
INSUMOS	CONSUMO	PREÇO TOTAL	CUSTO
TECIDO	0,60 m	R\$ 20,39/1,20 m	R\$ 12,23
LINHA	1,50 m	R\$ 3,00/1.200 m	R\$ 0,25
ELÁSTICO	0,70 m	R\$ 30,00/25 m	R\$ 0,84
EMBALAGENS	1 un.	R\$ 125,00/50 un.	R\$ 2,50
TAGS	1 un.	R\$ 125,00/500 un.	R\$ 0,50
ETIQUETAS	1 un.	R\$ 350,00/2.000 un.	R\$ 0,17
<b>CUSTO TOTAL DE INSUMOS</b>			<b>R\$ 16,49</b>

CUSTOS VARIÁVEIS (CV)			
MÃO DE OBRA	VALOR/HORA	TEMPO	CUSTO
MODELAGEM	R\$ 10,00	1 hr	R\$ 10,00
CORTE	R\$ 9,00	30 min.	R\$ 4,50
COSTURA	R\$ 9,00	1 h	R\$ 9,00
<b>CUSTO TOTAL DE INSUMOS</b>			<b>R\$ 23,50</b>

PREÇO DE VENDA (PV)
CFU + INSUMOS + CV*MARKUP R\$ 22,80 + R\$ 16,49 + R\$ 23,50 = R\$ 62,79 R\$ 62,79 x 1,3 Markup = R\$ 81,63
<b>PREÇO DE VENDA: R\$ 81,63</b>

# PROTÓTIPO

---



# FICHA TÉCNICA

<b>ASIZA</b>	EMPRESA: AZIZA	
	COLEÇÃO: AS CORES QUE A NATUREZA TEM	
	REF. MODELO: BLUSA/LT.1	DATA: JULHO/2022
	DESIGNER: LIAMÊ ALVES	MODELISTA: LIAMÊ ALVES



<b>ASIZA</b>	EMPRESA: AZIZA	
	COLEÇÃO: AS CORES QUE A NATUREZA TEM	
	REF. MODELO: BLUSA/LT.1	DATA: JULHO/2022
	DESIGNER: LIAMÊ ALVES	MODELISTA: LIAMÊ ALVES

MATERIAIS					
MATERIAL	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	COR	QUANT.	CUSTO
MALHA PV	CENTER FABRIL	88%PES 12%CV	VINHO	0,50 m	R\$ 5,31

AVIAMENTOS					
MATERIAL	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	COR	QUANT.	CUSTO

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
1. Unir os ombros	Overlock	
2. Aplicar as mangas	Overlock	
3. Fechar as laterais	Overlock	
4. Rebater a gola	Goleira	
5. Fazer bainha da manga e da barra	Goleira	

Liamê Alves  
 Designer: \_\_\_\_\_  
 Liamê Alves  
 Modelista: \_\_\_\_\_

Liamê Alves  
 PCP: \_\_\_\_\_

# PRECIFICAÇÃO

CUSTOS INDIRETOS	VALOR MENSAL (R\$)
ENERGIA ELÉTRICA	R\$ 70,00 (MÉDIA)
ÁGUA	R\$ 45,00 (MÉDIA)
TRANSPORTE	R\$ 60,00 (MÉDIA)
PROGRAMAS ADOBE	R\$ 224,00
INTERNET	R\$ 85,00
MARKETING	R\$ 500,00
PRODUTOS DE LIMPEZA	R\$ 100,00
TRIBUTAÇÕES E ENCARGOS SOCIAIS - MEI (DAS)	R\$ 56,00
<b>TOTAL (R\$)</b>	<b>R\$ 1.140,00</b>

CFU
R\$ 1.140,00 / 50 un.= <b>R\$ 22,80</b>

CUSTOS VARIÁVEIS (CV)			
INSUMOS	CONSUMO	PREÇO TOTAL	CUSTO
TECIDO	0,50 m	R\$ 10,62/1 m	R\$ 5,31
LINHA	1,50 m	R\$ 3,00/1.200 m	R\$ 0,25
EMBALAGENS	1 un.	R\$ 125,00/50 un.	R\$ 2,50
TAGS	1 un.	R\$ 125,00/500 un.	R\$ 0,50
ETIQUETAS	1 un.	R\$ 350,00/2.000 un.	R\$ 0,17
<b>CUSTO TOTAL DE INSUMOS</b>			<b>R\$ 8,73</b>

CUSTOS VARIÁVEIS (CV)			
MÃO DE OBRA	VALOR/HORA	TEMPO	CUSTO
MODELAGEM	R\$ 10,00	1 hr	R\$ 10,00
CORTE	R\$ 9,00	30 min.	R\$ 4,50
COSTURA	R\$ 9,00	30 min.	R\$ 4,50
<b>CUSTO TOTAL DE INSUMOS</b>			<b>R\$ 19,00</b>

PREÇO DE VENDA (PV)
$\text{CFU} + \text{INSUMOS} + \text{CV} * \text{MARKUP}$ $\text{R\$ } 22,80 + \text{R\$ } 8,73 + \text{R\$ } 19,00 = \text{R\$ } 50,53$ $\text{R\$ } 50,53 \times 1,3 \text{ Markup} = \text{R\$ } 65,69$
<b>PREÇO DE VENDA: R\$ 65,69</b>

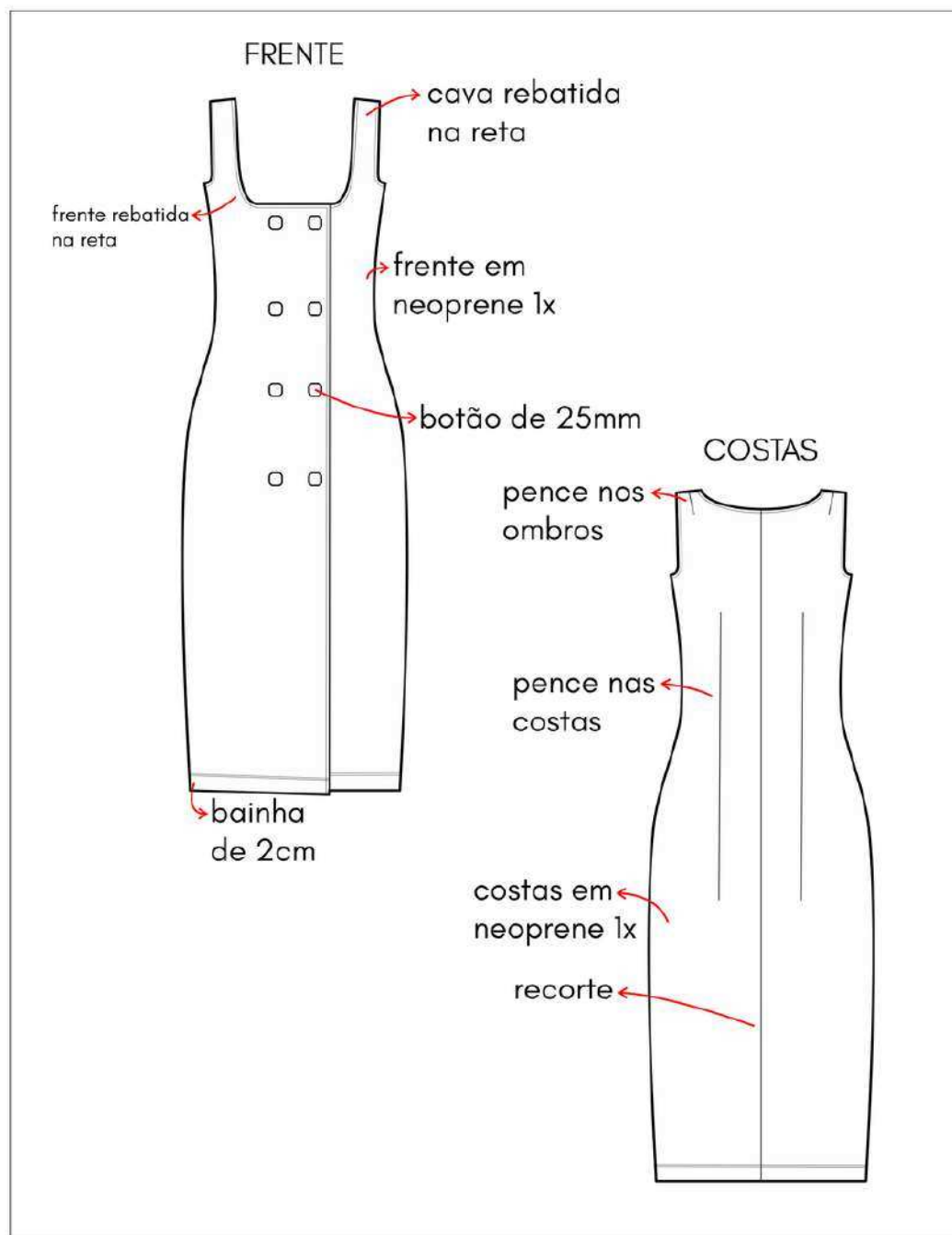
# PROTÓTIPO

---



# FICHA TÉCNICA

<b>ASIZA</b>	EMPRESA: AZIZA	
	COLEÇÃO: AS CORES QUE A NATUREZA TEM	
	REF. MODELO: VESTIDO/LT.1	DATA: JULHO/2022
	DESIGNER: LIAMÊ ALVES	MODELISTA: LIAMÊ ALVES



<b>ASIZA</b>	EMPRESA: AZIZA	
	COLEÇÃO: AS CORES QUE A NATUREZA TEM	
	REF. MODELO: VESTIDO/LT.1	DATA: JULHO/2022
	DESIGNER: LIAMÊ ALVES	MODELISTA: LIAMÊ ALVES

MATERIAIS					
MATERIAL	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	COR	QUANT.	CUSTO
NEOPRENE	INNEO BRASIL	95%PES 5%PUE	VINHO	1,00 m	R\$ 25,65

AVIAMENTOS					
MATERIAL	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	COR	QUANT.	CUSTO
BOTÃO	FERMOPLAST	PLÁSTICO	RCSA	6 un.	R\$ 0,35

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
1. Unir o meio das costas	Overlock	
2. Fazer as pences das costas	Reta	
3. Preparar o revel da frente	Reta	
4. Emendar os ombros e as laterais	Overlock	
5. Rebater as costuras	Reta	
6. Fazer a bainha	Reta	
7. Fazer as casas	Caseadeira	
8. Aplicar os botões	Manual	

Liamê Alves  
 Designer: \_\_\_\_\_  
 Liamê Alves  
 Modelista: \_\_\_\_\_

Liamê Alves  
 PCP: \_\_\_\_\_

# PRECIFICAÇÃO

CUSTOS INDIRETOS	VALOR MENSAL (R\$)
ENERGIA ELÉTRICA	R\$ 70,00 (MÉDIA)
ÁGUA	R\$ 45,00 (MÉDIA)
TRANSPORTE	R\$ 60,00 (MÉDIA)
PROGRAMAS ADOBE	R\$ 224,00
INTERNET	R\$ 85,00
MARKETING	R\$ 500,00
PRODUTOS DE LIMPEZA	R\$ 100,00
TRIBUTAÇÕES E ENCARGOS SOCIAIS - MEI (DAS)	R\$ 56,00
<b>TOTAL (R\$)</b>	<b>R\$ 1.140,00</b>

CFU
R\$ 1.140,00 / 50 un.= <b>R\$ 22,80</b>

CUSTOS VARIÁVEIS (CV)			
INSUMOS	CONSUMO	PREÇO TOTAL	CUSTO
TECIDO	1,00 m	R\$ 25,63/1 m	R\$ 25,63
LINHA	1,00 m	R\$ 3,00/1.200 m	R\$ 0,25
BOTÕES	6 un.	R\$ 11,90/200 un.	R\$ 0,35
EMBALAGENS	1 un.	R\$ 125,00/50 un.	R\$ 2,50
TAGS	1 un.	R\$ 125,00/500 un.	R\$ 0,50
ETIQUETAS	1 un.	R\$ 350,00/2.000 un.	R\$ 0,17
<b>CUSTO TOTAL DE INSUMOS</b>			<b>R\$ 29,40</b>

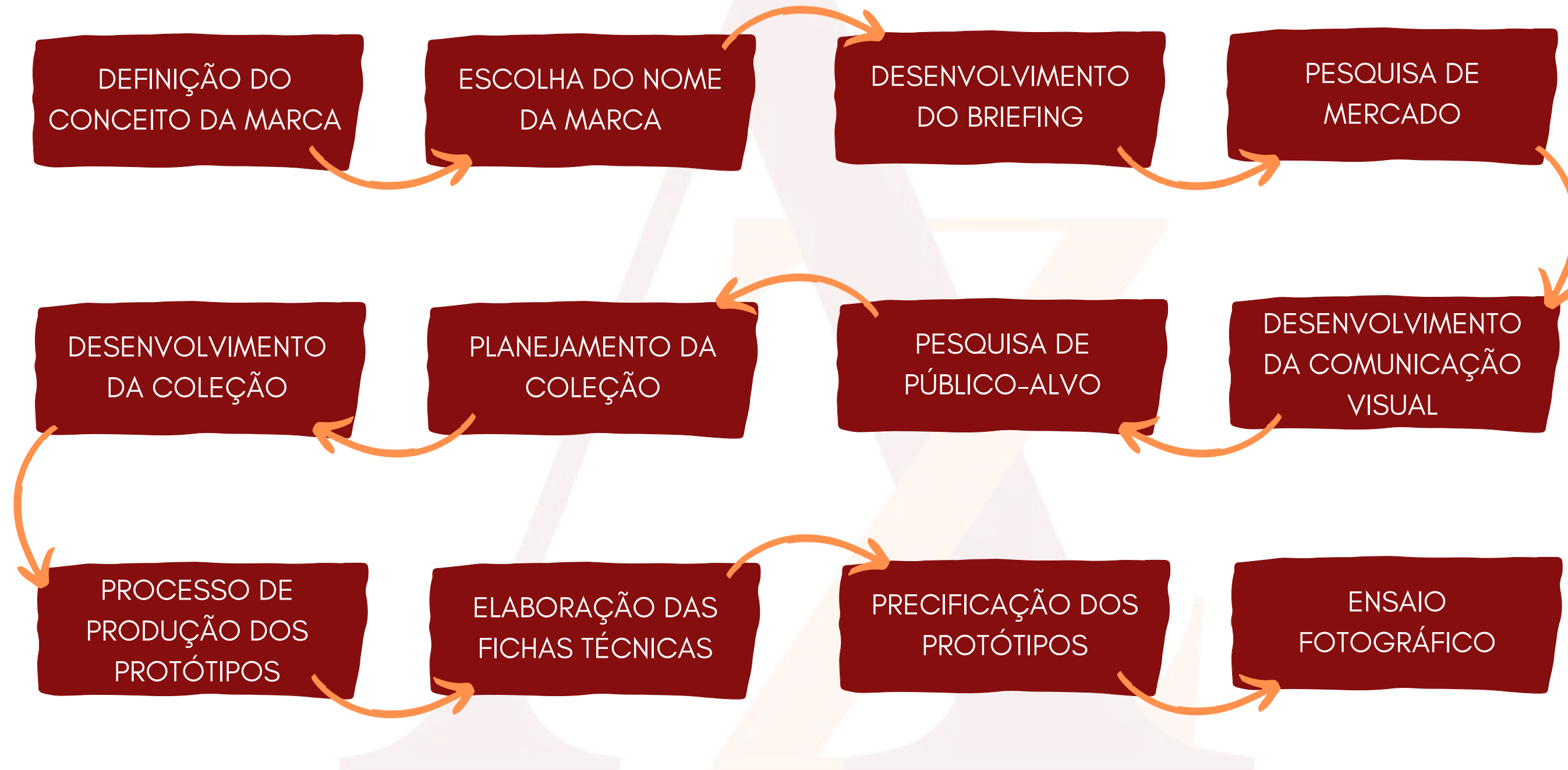
CUSTOS VARIÁVEIS (CV)			
MÃO DE OBRA	VALOR/HORA	TEMPO	CUSTO
MODELAGEM	R\$ 10,00	1 h	R\$ 10,00
CORTE	R\$ 9,00	1 h	R\$ 9,00
COSTURA	R\$ 9,00	1 h	R\$ 9,00
<b>CUSTO TOTAL DE INSUMOS</b>			<b>R\$ 28,00</b>

PREÇO DE VENDA (PV)
$\text{CFU} + \text{INSUMOS} + \text{CV} * \text{MARKUP}$ $\text{R\$ } 22,80 + \text{R\$ } 29,40 + \text{R\$ } 28,00 = \text{R\$ } 80,20$ $\text{R\$ } 80,20 \times 1,3 \text{ Markup} = \text{R\$ } 104,26$
<b>PREÇO DE VENDA: R\$ 104,26</b>

# CONFECÇÃO DOS PROTÓTIPOS



# METODOLOGIA PROJETUAL



---

# PRODUÇÃO DE MODA

PAINEL DE MAKE

---



# PRODUÇÃO DE MODA

PAINEL DE HAIR



# PRODUÇÃO DE MODA

PAINEL DE ATITUDE

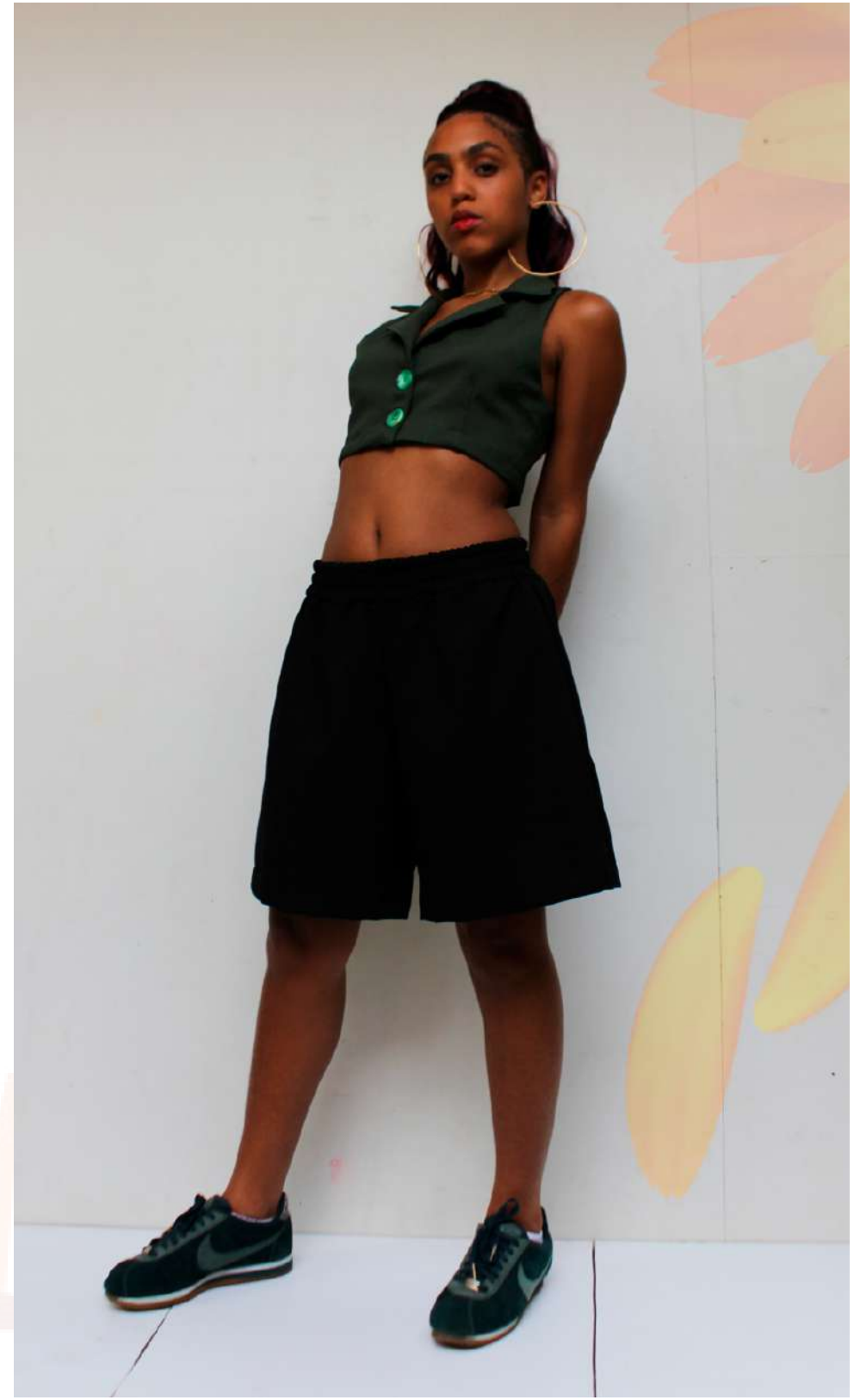




---

# ENSAIO FOTOGRÁFICO









# PRODUÇÃO DE MODA

**Stylist:** Liamê Alves

**Produtora de moda:** Liamê Alves

**Fotógrafo:** Mateus Ferreira

**Modelo:** Liamê Alves

**Organização:** Liamê Alves, Eliene Pereira e Mateus Ferreira

**Cenário:** Liamê Alves, Eliene Pereira e Mateus Ferreira



EQUIPE



**OBRIGADA!**

