



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

REBECA FERNANDES MOREIRA

**DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO PARA A
MARCA: PIPA BEACHWEAR**

2023

REBECA FERNANDES MOREIRA

DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO PARA A MARCA: PIPA BEACHWEAR

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Programa de Graduação em Design - Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design - Moda.

Orientadora: Profa. Dra. Dijane Maria Rocha Victor

2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Sistema de Bibliotecas

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

M839d Moreira, Rebeca.
Desenvolvimento de coleção para a marca pipa beachwear : Projeto de Moda / Rebeca Moreira. – 2023.
81 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2023.

Orientação: Prof. Dr. Profa. Dra. Dijane Maria Rocha Victor.

1. moda praia. 2. moda esporte. 3. criação. 4. Desenvolvimento de coleção. I. Título.

CDD 391

REBECA FERNANDES MOREIRA

DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO PARA A MARCA: PIPA BEACHWEAR

Aprovada em: ___/___/_____.

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Programa de Graduação em Design - Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design - Moda.

BANCA EXAMINADORA

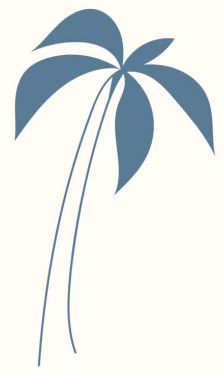
Profa. Dra. Dijane Maria Rocha Victor (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Me. Maria do Socorro de Araújo Miranda
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Esp. Eveline maria de Azevedo Oliveira
Universidade Estadual do Ceará (UECE)

PiPa





A DESIGNER

Me chamo Rebeca, desde a infância sou apaixonada pelo mundo da moda, nasci em uma casa com costureiras e isso acabou me influenciando.

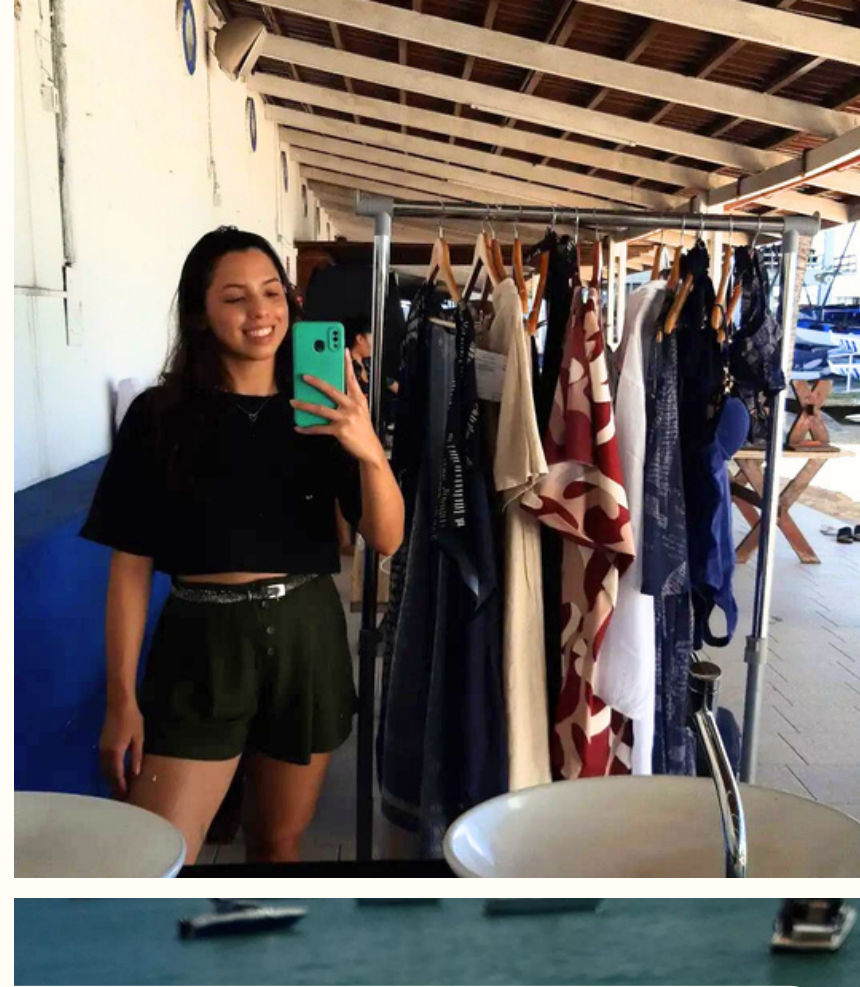
Sempre fui muito introspectiva e curiosa, vi na moda uma porta para mudar de vida, um lugar que me permitisse ser diferente e expressar minha criatividade.

A moda na sua interdisciplinaridade veio preencher meu desejo de entender os comportamentos, a sociedade, as pessoas, as mudanças.

Em 2018 iniciei o curso de Design - Moda da Universidade Federal do Ceará. durante o curso foquei no desenvolvimento de produtos. Participei do PID (projeto de iniciação a docência, sendo monitora da disciplina de modelagem.

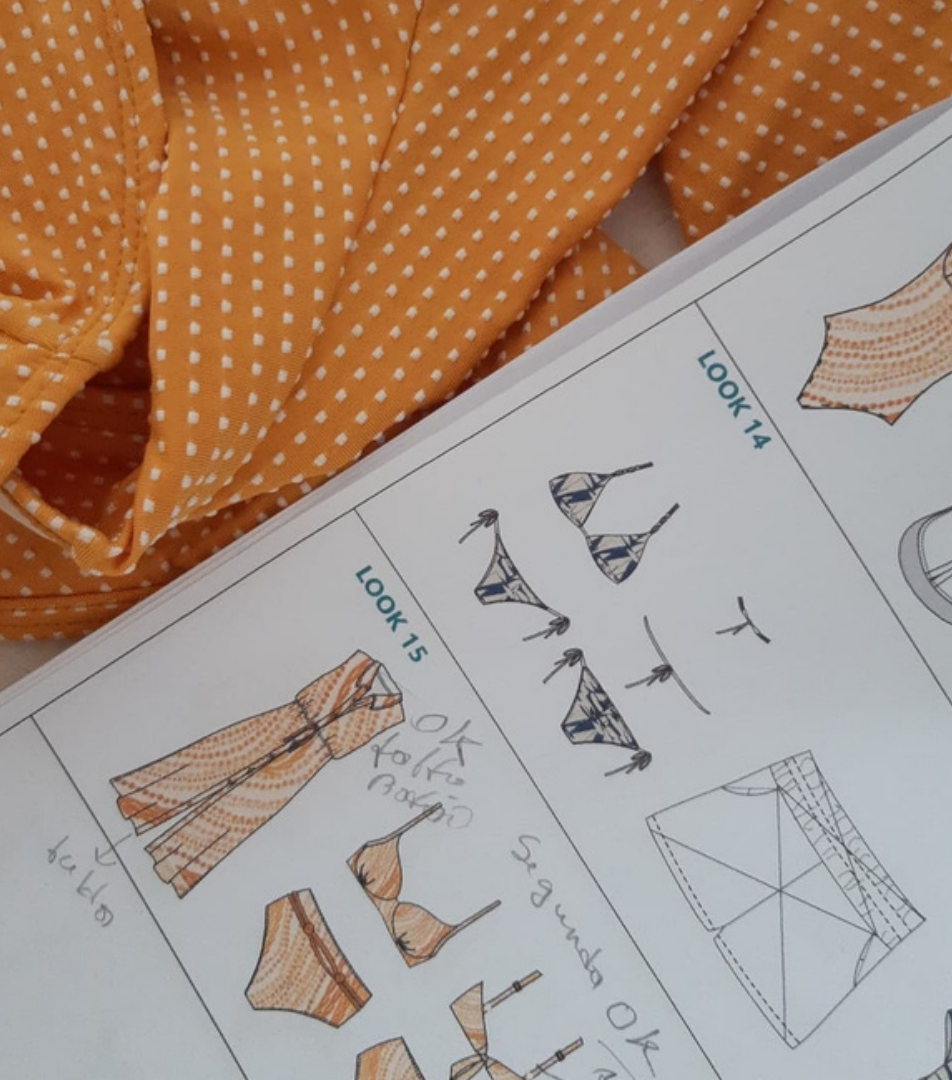
Em 2020 tive a oportunidade de estagiar em uma marca de moda praia onde fiquei um ano no setor de criação, atualmente sou assistente de estilo e continuo no segmento de moda praia, no qual gosto muito e pretendo me aperfeiçoar.



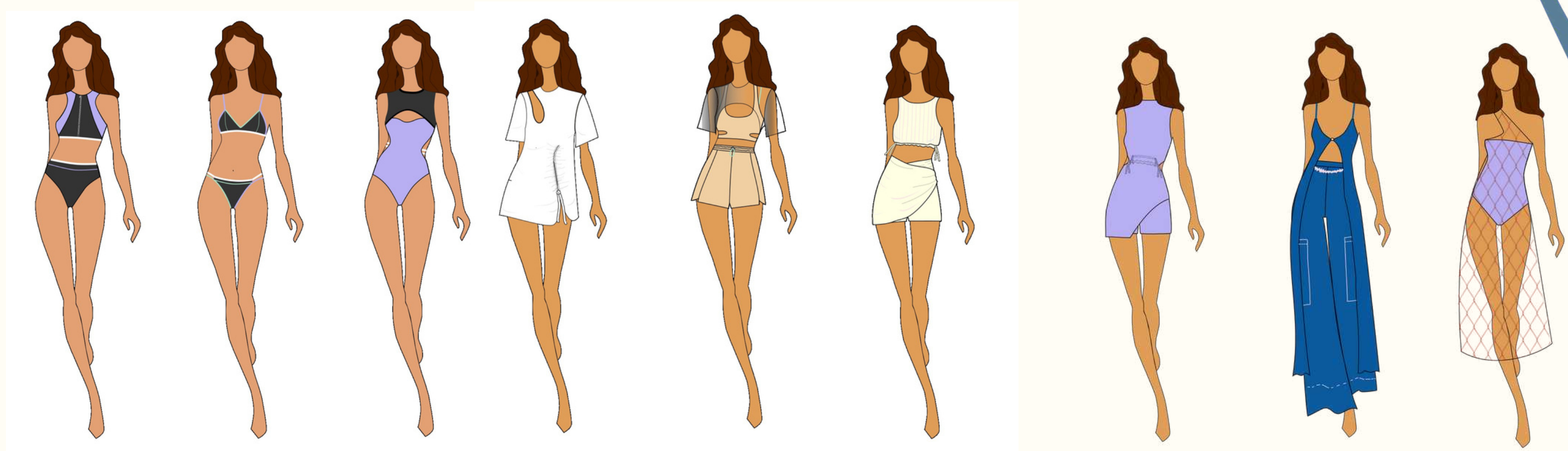


TRABALHOS ANTERIORES

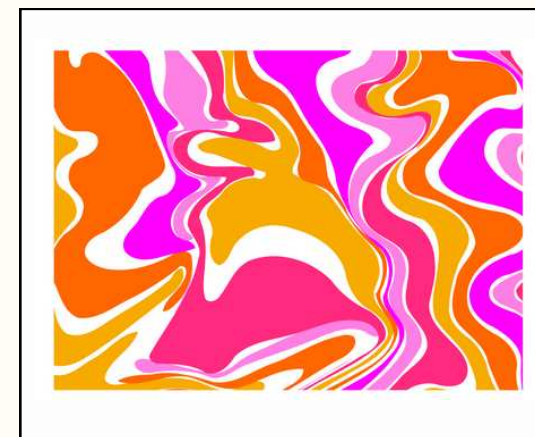
Stylist de Moda e Produção de Moda



TRABALHOS ANTERIORES



Coleção cápsula de Moda praia Criada para a disciplina de projeto de produtos moda. (2022)



Estampa e coleção cápsula de Beachwear que desenvolvi para a marca Lindimais, enquanto estagiava na mesma. (2021)

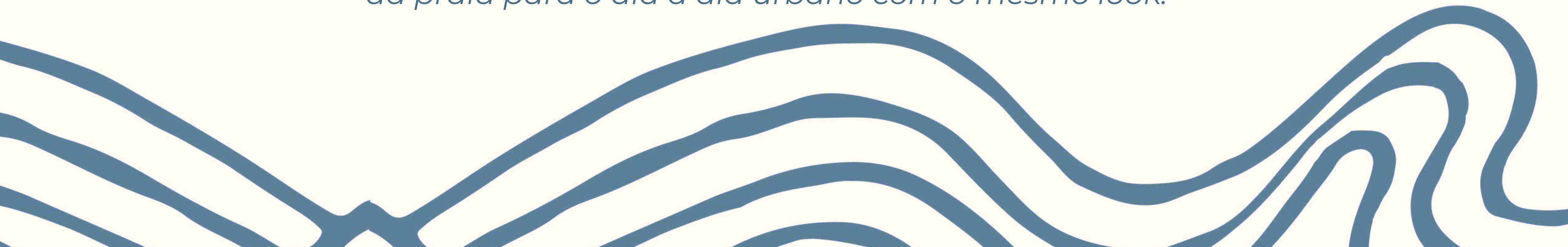
PIPA BEACHWEAR

MENTE CRIATIVA

corpo em movimento

Alma de artista

A Pipa é onde o mar encontra a criatividade esse projeto surgiu pelo desejo de unir a praia, o beachwear e o esporte. Acredito que a vida deve ser leve tal qual uma pipa. Essa marca nasceu como objetivo de transmitir serenidade e energia, além de incentivar o bem-estar através de produtos de moda beachwear, sportwear e resortwear para mulheres criativas e que gostam da praticidade de transitar da praia para o dia a dia urbano com o mesmo look.





BRIEFING

Justificativa

O mercado de moda praia brasileiro é um setor que está sempre aquecido, devido ao clima do país. Os novos comportamentos de consumo indicam a busca por uma vida de bem-estar e saúde, o aumento por práticas esportivas e o desejo de contato com a natureza. O projeto busca atender um nicho pouco explorado fazendo a junção do segmento de beachwear e sportwear oferecendo peças versáteis, praticas com um design criativo para além da praia.

NATUREZA DO PROJETO

Objetivos do Projeto

- Desenvolver uma coleção de moda comercial baseada no tema proposto e que coordene com o conceito e persona da marca PIPA
- Estimular o bem-estar e a prática de atividades físicas
- Desenvolver peças utilizando técnicas artesanais
- Produzir peças com design criativo, versatilidade e qualidade.

Resultados Desejáveis

Criar conexão com o público criando produtos com minha visão de Designer. Despertar nas pessoas sua criatividade e imaginação muitas vezes perdida devido a uma vida agitada, reconectar as pessoas com a arte e sua personalidade.

Responsabilidade do projeto

Ajudar na valorização do artesanato local , impactar positivamente a moda cearense fazendo um design com autenticidade.



BRIEFING

ANALISE SETORIAL

Marca

Pipa beachwear

Produto

Moda praia feminina, moda fitness

Preço

R\$ 50 á R\$ 400

Promoção

Mídias sociais: Instagram e TikTok.
Personalidades colaborativas: Blogueiras que são a identidade da marca

Praça

E-commerce (Site, Instagram, Facebook, WhatsApp); lojas colaborativas.

**Estudo de
tendências**

Estudo em sites de comportamento adaptando para a persona da marca.

ANALISE
SETORIAL

Concorrentes

Pena, sau, Hope Resort, Coco e mar, Allete, Lebali

Tecnologia

Criação: Celular, computador com internet , programas de Design.
Produção : máquinas de costura overloque , galoneiras, máquinas para cortar tecido, mesa de madeira, elástica BT, sistema de moldes e plotter de impressão (tecnologia terceirizada)

**Estratégia
da empresa**

Produto:

Criar peças versáteis, com informação de moda, valorizando o artesanato e cultura local. Utilizar tecidos sustentáveis e com tecnologia para o corpo.

Serviço:

Apoio ao esporte, conteúdo sobre arte, abordar assuntos sobre saúde, recomendações de livros, filmes e séries dentro do universo da marca.



BRIEFING

PÚBLICO - ALVO

Sexo

Feminino

Faixa Etária

Mulheres de 20 á 35 anos.

Nível de Renda

Classe B e C

**Hábitos de
consumo**

Público com acesso as redes sociais, que gostam de viajar, passear e fazer compras. Gostam de segurança na hora da compra. Buscam, atendimento personalizado, comodidade e desejam consumir peças que tenha sua personalidade.

ANÁLISE S.W.O.T

FORÇAS

- Experiência no segmento
- networking com fornecedores, empresas, costureiras, modelistas.
- Design autoral
- Peças comerciais

FRAQUEZAS

- Falta de apoio financeiro
- Produção e equipe limitada

OPORTUNIDADES

- Busca por produtos diferenciados e versáteis
- Aumento de práticas esportivas
- Valorização do artesanato local

AMEAÇAS

- - Elevada concorrência e cópias
- - Mercado não prioritário.



SOCIAL

colaboração e incentivo ao esportes (escolinhas de surf, futebol, ong's) que trabalhem com crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social
oferecer palestras e cursos voltados para inteligência emocional e saúde mental, oficinas de arte para mulheres em situação de vulnerabilidade social - ações em datas específicas.

AMBIENTAL

utilização de tecido biodegradável : tecido bio fly se decompõe em 3 anos e poliéster reciclado

ECONÔMICA

Economia circular, que aumenta o tempo de vida útil dos insumos através do reuso, transformação doação de retalhos e restos de tecido para produzir novos produtos.

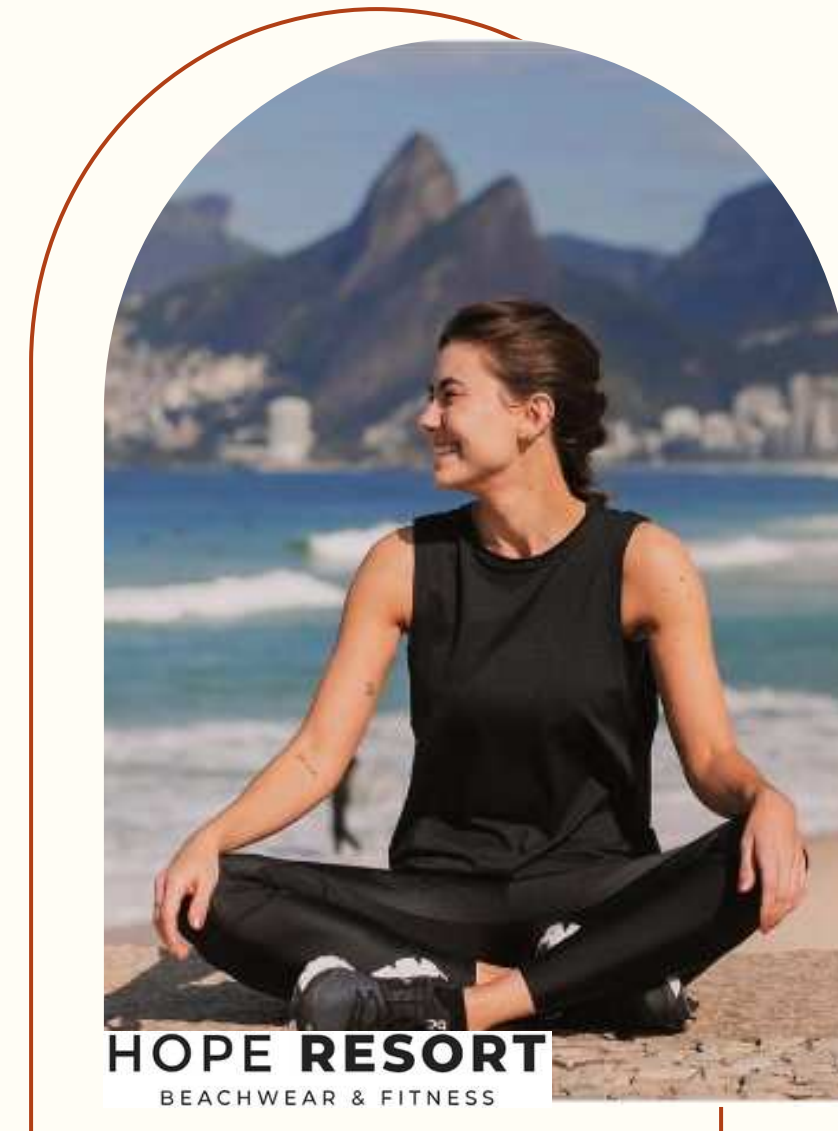
CONCORRENTES INDIRETOS



A pena é uma marca de Roupas e Acessórios fundada no CE, cresceu sob o conceito “O surf como filosofia de vida, como liberdade de espírito”. Consolidada sob o conceito Live Freestyle, escolhi essa como uma marca inspiração pela forma como se posiciona, focada nas pessoas e na construção de relacionamentos saudáveis, na preservação do meio ambiente e apoio ao esporte



A Sau é uma marca de moda praia feminina que nasceu em Fortaleza e que possui o objetivo de conectar mulheres ao oceano por meio da criação de swimwear, surfwear e resortwear. Unindo design e funcionalidade. Escolhi essa como uma marca inspiração pela forma que faz moda trazendo um olhar diferente pro design das peças, além de trabalhar com artesanato como diferencial.



A Hope resort faz parte do grupo Hope uma marca consolidada no mercado nacional, escolhi como uma marca inspiração pela proposta de combinar conforto, estilo e versatilidade em roupas de beachwear e fitness que transitam em diversas ocasiões. Em sintonia com o estilo de vida da mulher brasileira, é a moda casual para os melhores momentos da vida.

CONCORRENTES DIRETOS



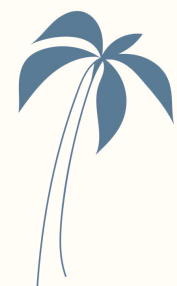
A Coco e Mar surgiu em Fortaleza. Suas peças promovem conforto, praticidade e autoestima para pessoas apaixonadas por praias. Essa marca transmite a liberdade de estar na praia e, ao mesmo tempo, a versatilidade de usar e ir para onde e como quiser. Essa marca se torna concorrente por público, uma vez que também é focada no público jovem



A Alette Fitness é de Fortaleza (CE) uma empresa dedicada a venda de moda fitness no varejo. Os modelos são dedicados às mulheres que gostam de se vestir bem e com estilo dentro ou fora da academia. Essa é uma marca muito ativa no E-commerce, se tornando um concorrente direto pois entrega uma proposta de peças parecidas com a nossa.



A LeBali é uma marca cearense de beachwear que produz peças modernas e sofisticadas. Escolhi como concorrente por a marca utilizar o trabalho artesanal, com peças exclusivas feitas a mão por artesãs cearenses com nossa responsabilidade social e ambiental.



PESQUISA CONSUMIDOR

MÉTODO

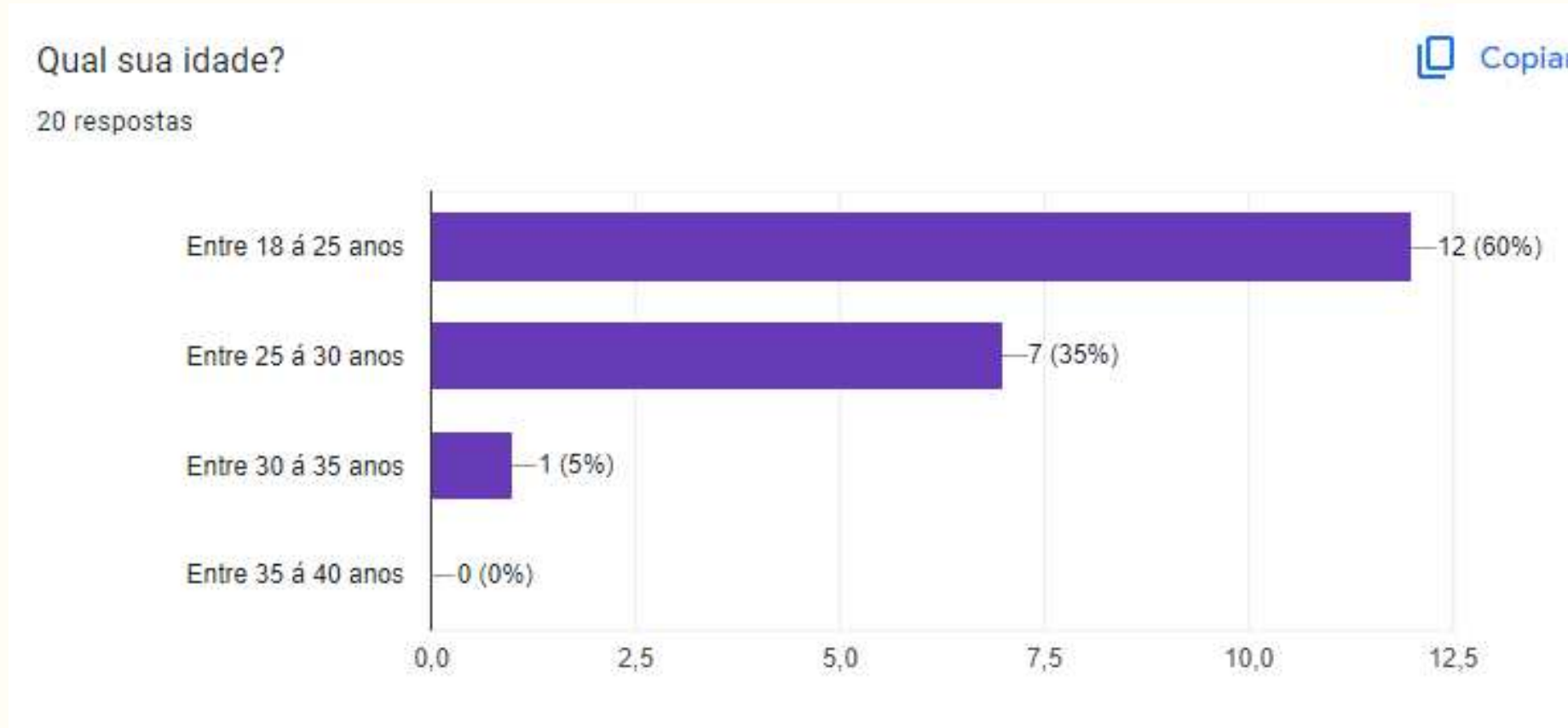
Para a pesquisa, foi utilizado um formulário online, criado por meio da ferramenta do Google (Google Forms). A pesquisa foi divulgada por meio da rede social Instagram e através de grupos do WhatsApp do dia 01 de maio ao dia 30 de junho de 2023. Ao todo 20 pessoas responderam essa pesquisa.

JUSTIFICATIVA

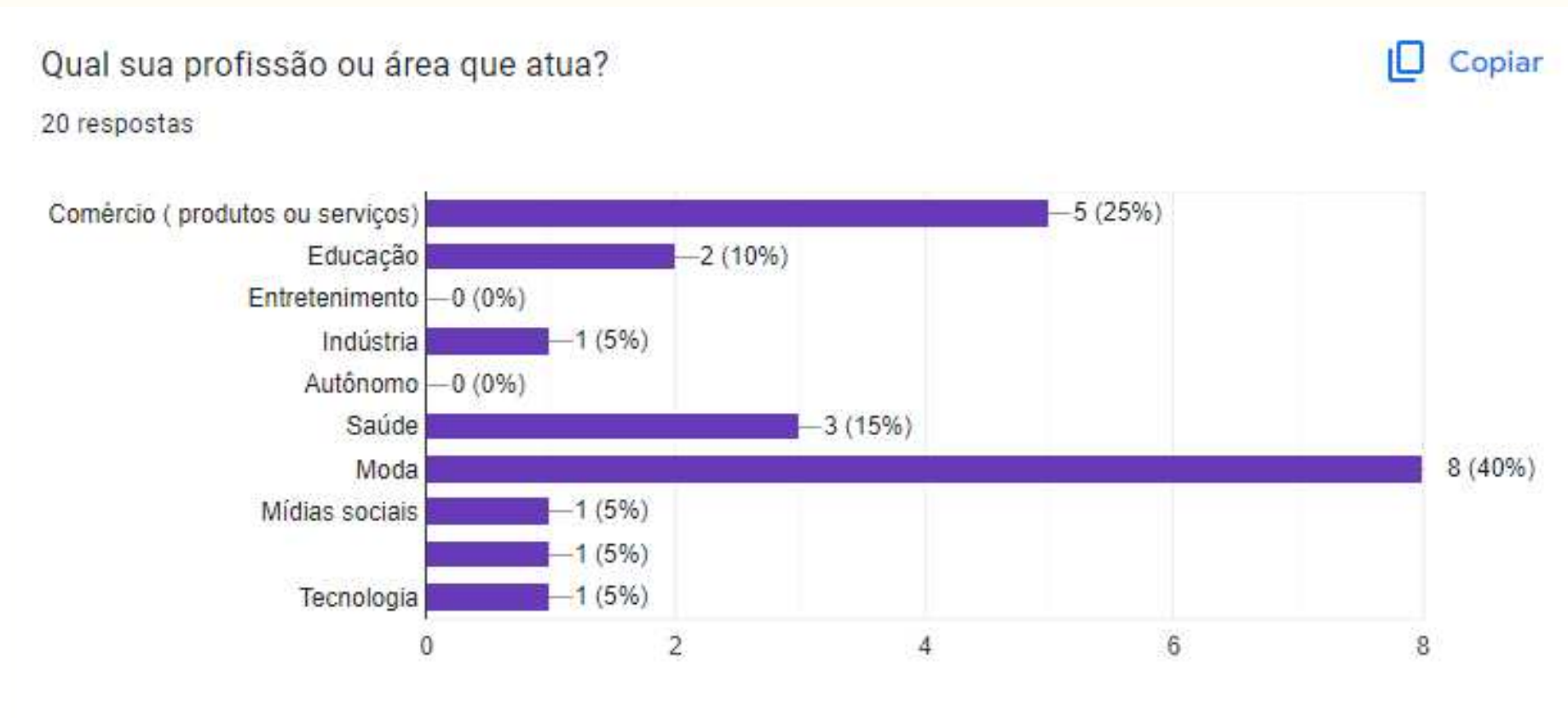
Essa pesquisa buscou entender o perfil das consumidoras, suas necessidades e hábitos de consumo. Gerando dados para a construção da marca, entendemos que 20 respondentes é uma quantidade que satisfaz as necessidades do projeto mas para lançar a marca no mercado futuramente faremos mais pesquisas de público.



PESQUISA CONSUMIDOR



60% das respondentes possuem de 18 a 25 anos. Entretanto, houve mulheres de até 35 anos que responderam a pesquisa



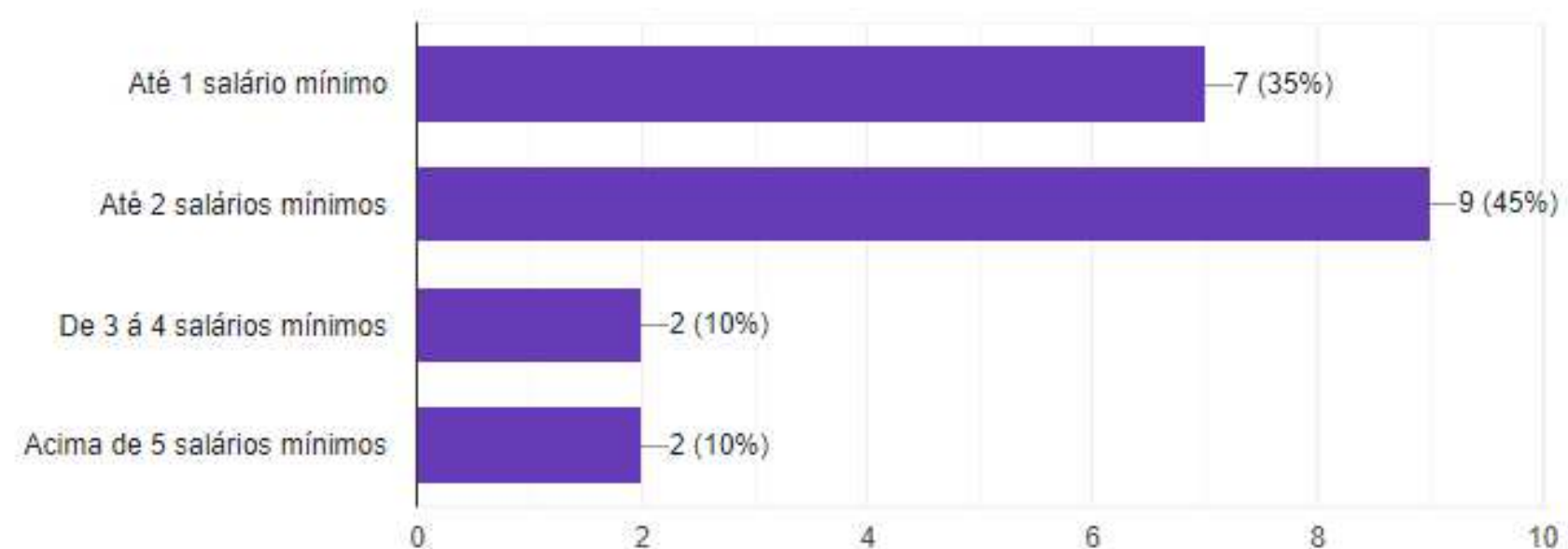
As respostas dadas foram : 40 % das respondentes trabalha com moda, uma grande porcentagem 25% trabalha com comércio , em seguida tem a área da saúde (15%), seguido da área da educação (10 %), os outros se dividiram no grupo indústria, mídias sociais, tecnologia ou outros respectivamente com (5%). Essa pergunta serve para título de conhecimento sobre as respondentes mas a profissão não vai influenciar diretamente no produto

PESQUISA CONSUMIDOR

Qual sua renda mensal?

Copiar

20 respostas

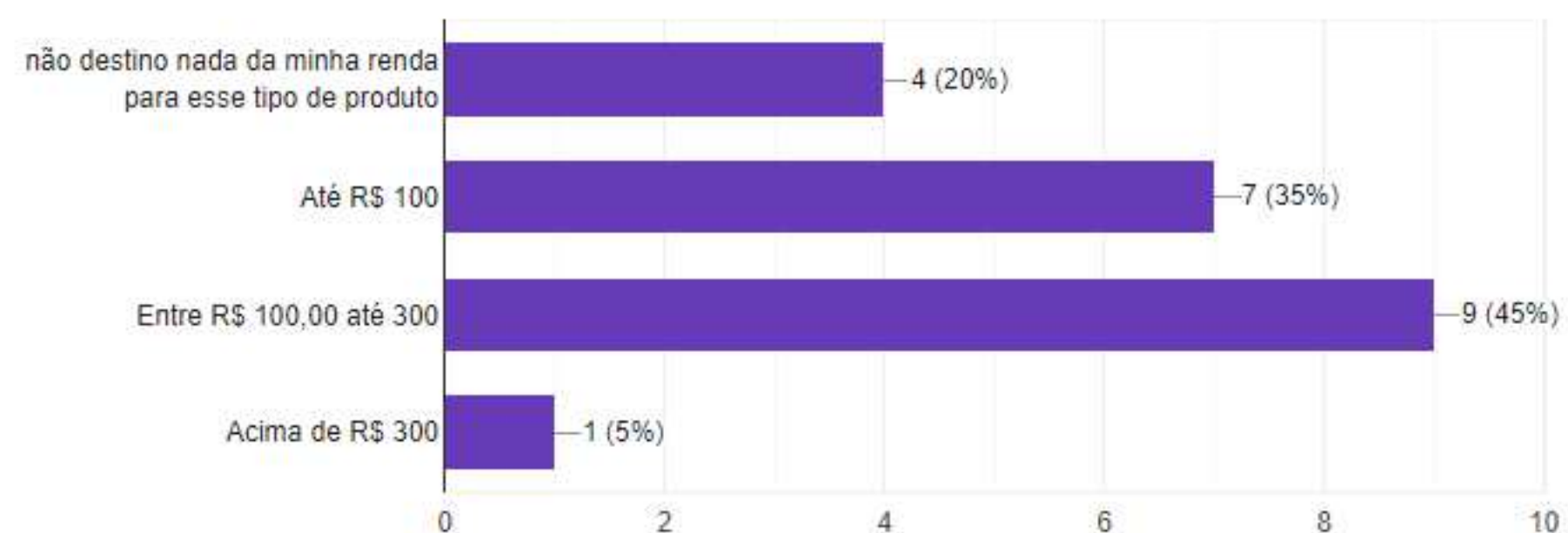


45% das respondentes possuem renda de até 2 salários mínimos, mas houve uma porcentagem que recebe até 1 salário mínimo, e outras que recebem entre 3 acima de 5 salários mínimos (10%) respectivamente.

Quanto da sua renda é destinado mensalmente para compra desses produtos?

Copiar

20 respostas



45% das respondentes destinam até R\$ 300,00 reais de sua renda para a compra de produtos de moda praia ou fitness. Saber o valor que as consumidoras investiriam no produto foi importante no momento da precificação.

PESQUISA CONSUMIDOR

O que você costuma fazer no seu tempo livre?

 Copiar

20 respostas

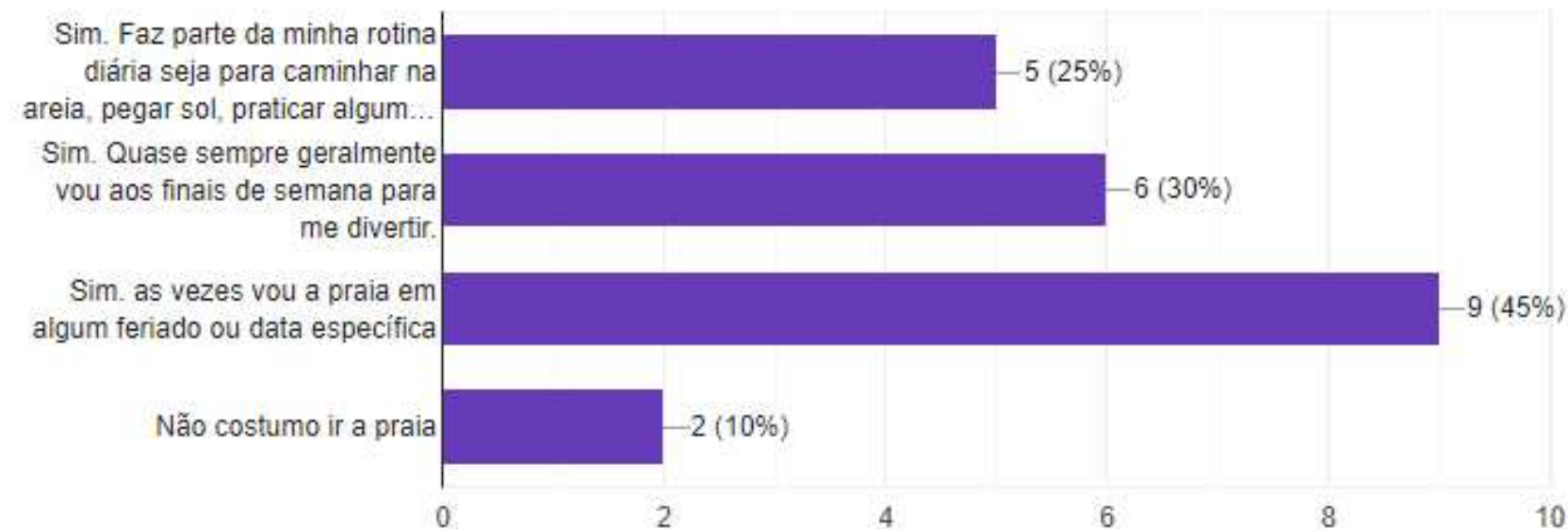


25% das respondentes preferem passar seu tempo livre se encontrando com amigos em bares e restaurantes. Demonstrando assim o perfil de cliente.

Você diria que faz parte do seu estilo de Vida, priorizar nos seus momentos de lazer ir à praia ou praticar esportes na água?

 Copiar

20 respostas



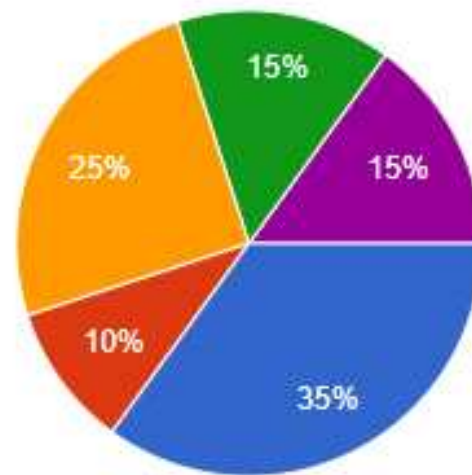
45% maioria das respondentes costumam ir a praia em datas específicas ou feriados, porém outra porcentagem (30%) costuma ir com frequência isso mostra dois perfis de clientes, esse informação foi importante para definir as estratégias de comunicação da marca.

PESQUISA CONSUMIDOR

Qual desses esportes você pratica?

 Copiar

20 respostas



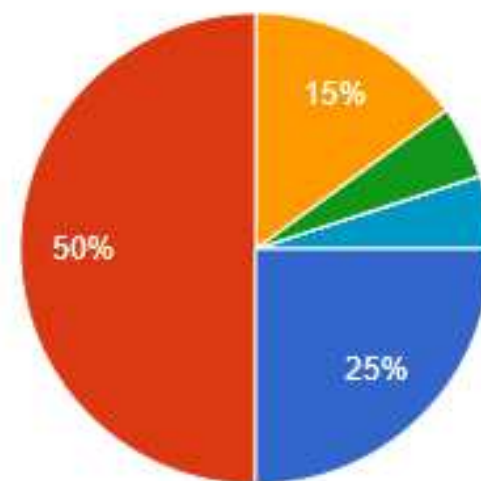
- Funcional ou musculação
- Esportes como vôlei de praia, beach tennis, futebol na areia
- Caminhadas, corrida, andar de bicicleta...
- Esportes na água (surf, bodyboard, kitesurf)
- Não pratico nenhuma atividade citada acima

35% das respondentes fazem atividades voltadas pra musculação.

Onde costuma comprar as roupas específicas para uso nas práticas esportivas?

 Copiar

20 respostas



- Lojas de departamento
- Lojas online
- Não me considero consumidor(a) assidua desses produtos ou marcas
- Lojas populares
- Fabrico minhas roupas
- Lojas de Marca

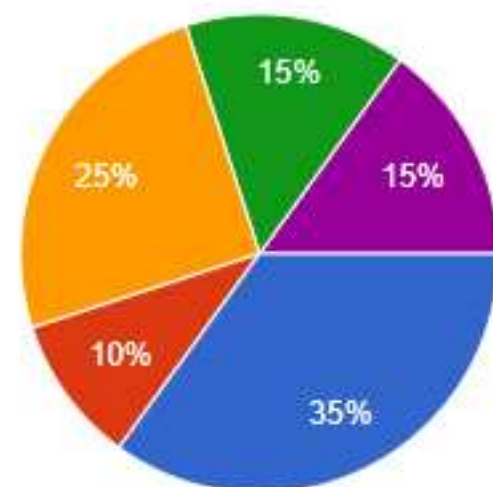
50% das respondentes costumam comprar roupas de forma online, essa informação foi importante para definir a praça onde é vendida a marca.

PESQUISA CONSUMIDOR

Qual desses esportes você pratica?

 Copiar

20 respostas



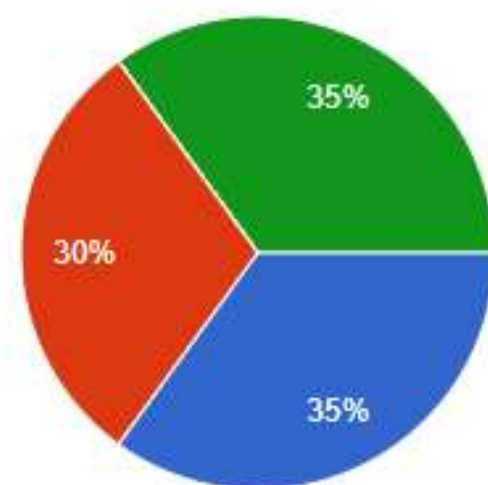
- Funcional ou musculação
- Esportes como vôlei de praia, beach tennis, futebol na areia
- Caminhadas, corrida, andar de bicicleta...
- Esportes na água (surf, bodyboard, kitesurf)
- Não pratico nenhuma atividade citada acima

35% das respondentes fazem atividades voltadas pra musculação, além de corridas e esportes na praia. Essa informação confirma um público/ nicho da marca.

Qual a motivação na hora de comprar uma roupa de moda praia ou esportiva?

 Copiar

20 respostas



- O modelo da peça
- Qualidade de tecidos
- A Marca
- O conforto que a peça proporciona ao vestir

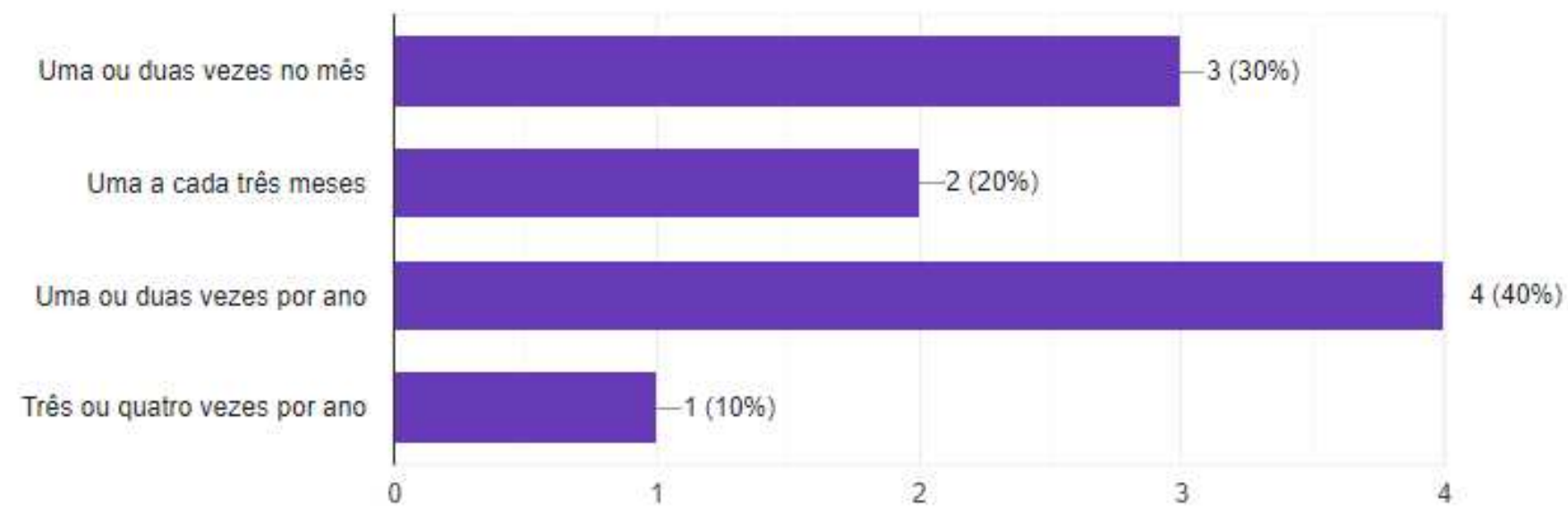
35% das respondentes costumam comprar por modelo ou conforto das peças, isso foi importante para basear a criação das peças.

PESQUISA CONSUMIDOR

Com que frequência compra moda praia ?

Copiar

10 respostas

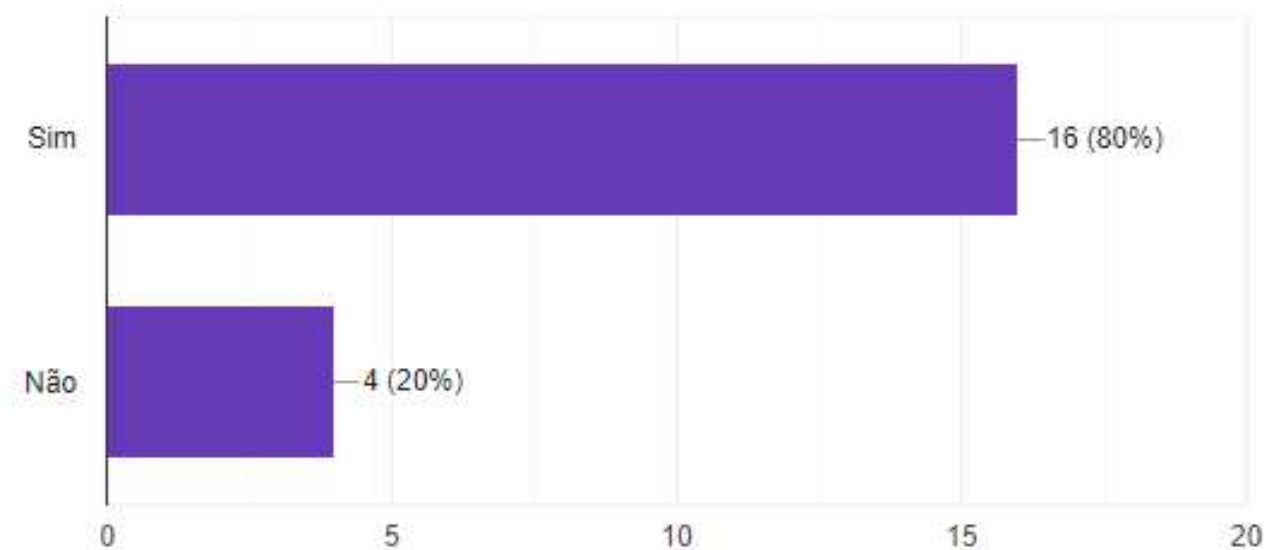


40% das respondentes compram moda praia de uma à duas vezes ao ano. Demonstrando, assim, que o segmento não é prioritário. mas uma porcentagem (30%) consome duas ou uma vez no mês, Essa informação foi importante para definir o mix de produto com peças além da praia.

Você já comprou algum produto de moda praia pela internet ?

Copiar

20 respostas



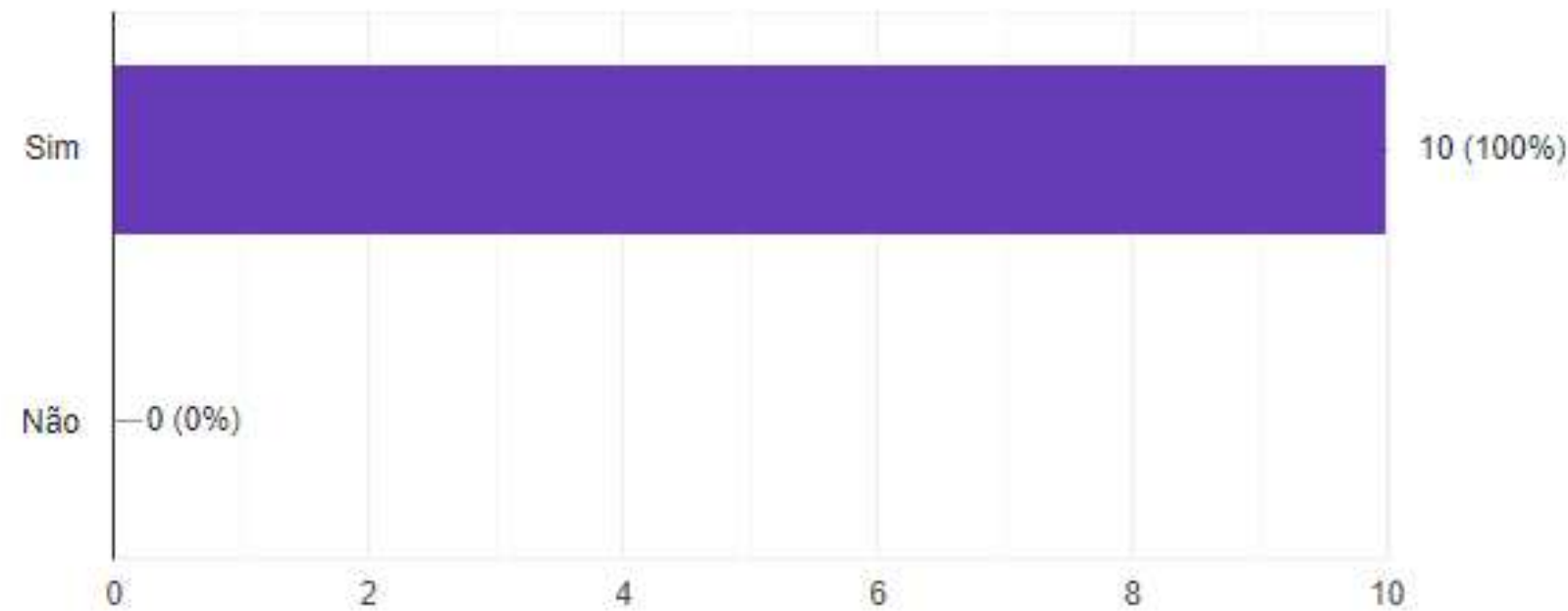
Tópico importante para compreender um pouco do comportamento do público na internet e se elas possuem o hábito de acompanhar e interagir com marcas no mundo virtual.

PESQUISA CONSUMIDOR

Teria interesse em um Maiô/ Biquíni que pudesse usar fora da praia/ piscina ?

[Copiar](#)

10 respostas

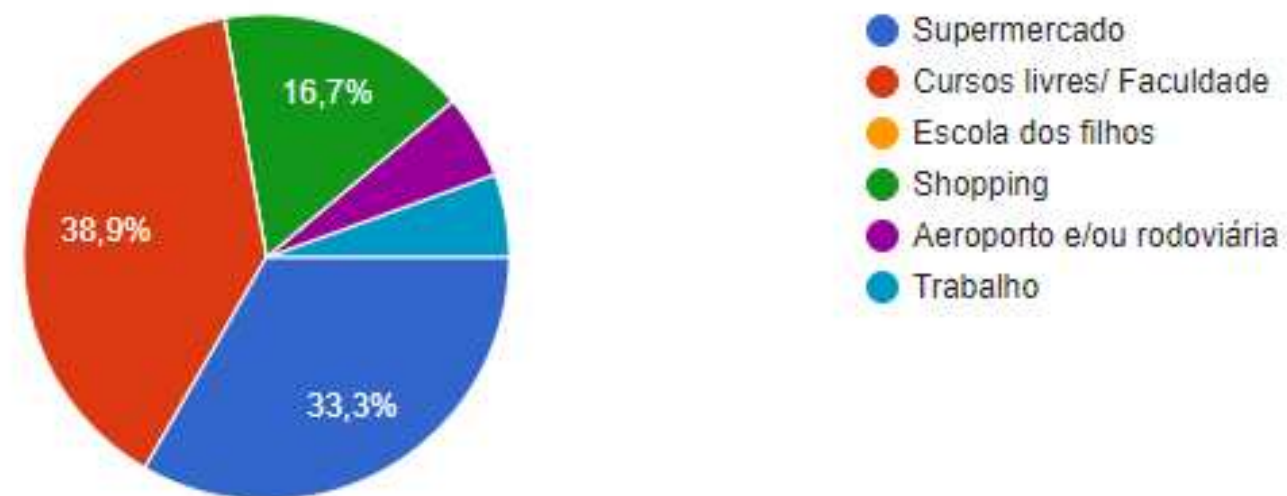


100% respondentes possuem interesse em peças de moda praia versáteis para usar em outras ocasiões.

Que outros lugares costuma ir usando roupas esportivas ou de moda praia?

[Copiar](#)

18 respostas



Tópico importante para compreender um pouco as ocasiões que clientes usariam essas roupas fora da praia.

PÚBLICO POTENCIAL

Mulheres modernas de 20 a 35 anos, classe B e C, que prezam pelo conforto e praticidade. Amam praia e o contato com a natureza, estão sempre se movimentando. Valorizam a estética moderna combinado a um design criativo, por isso optam por peças versáteis e diferentes.



fonte:<https://br.pinterest.com/>



IMAGENS ASSOCIATIVAS PERSONA



PERSONA

Bianca tem 26 anos, nasceu em fortaleza (CE) ,a praia, o calor, e o contato com a natureza sempre estiveram presentes em sua vida. Ela admira a descontração cearense e ver na beleza da cidade formas de fazer arte.

Atualmente Bianca é formada em design de interiores gosta de fotografar os lugares que vê e usa como inspiração para falar sobre arte, design, cores, arquitetura em um perfil nas redes sociais onde dedica parte do seu tempo e já criou uma comunidade de seguidores.

Na semana sua rotina é corrida e ela precisa conciliar o trabalho como designer ,vida pessoal , exercícios e esportes, além da musculação ela adora encontrar os amigos depois do trabalho para jogar vôlei, ou fazer uma caminhada na orla antes de uma reunião, por isso para se vestir ela sempre opta por peças com praticidade e versatilidade. "Do mar para a rua ou das ruas para a praia" .

Gosta de consumir de marcas autenticas e criativas . Utiliza muito as redes sociais, pois é uma forma de acompanhar as novidades, sempre muito atendida utiliza tendências de moda adaptadas ao seu estilo.

Preza pelo autocuidado, por isso adora praticar atividades ao ar livre, skincare, alimentação saudável e leitura. Ama a praia e está aprendendo a surfar, necessita de beachwear que lhe traga segurança e conforto no mar que a deixe linda para montar um look depois da aula e ir em um restaurante.

fonte:<https://br.pinterest.com/>



fonte:<https://br.pinterest.com/>

VOCAÇÃO REGIONAL



fonte:<https://br.pinterest.com/>



PAINEL TECNÓLOGICO



CRIAÇÃO

Para o setor de criação e marketing vamos precisar de tablet, smartphone, mesa digitalizadora, computador, impressora e programas de design.

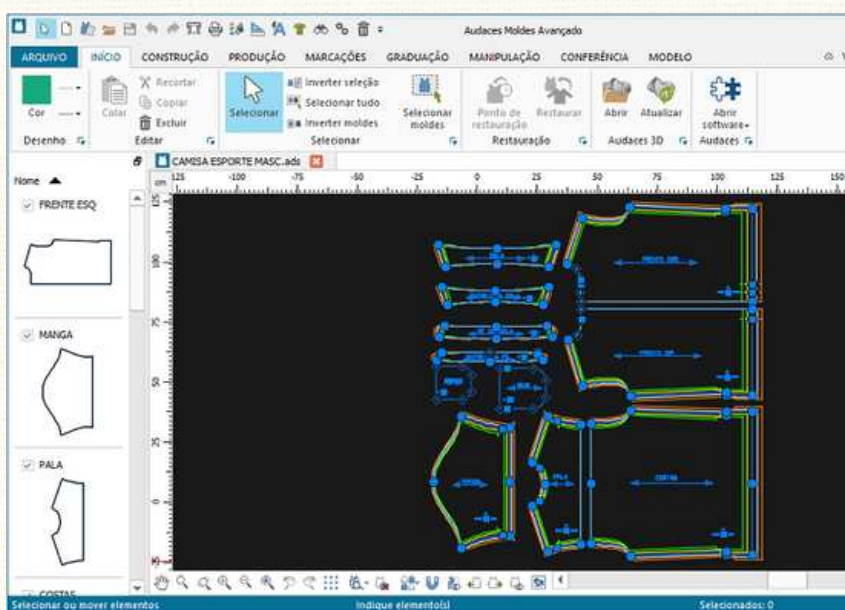


PAINEL TECNÓLOGICO



PRODUÇÃO

O setor de produção será terceirizado, mas nesse setor precisamos das máquinas de costura: reta, overlock, galoneira, 20U, além da máquina elástica, máquina de corte, mesa de corte, papel craft, régua para modelagem, sistema de modelagem digital e impressora de moldes e risco.



fonte: <https://www.google.com/>

COMUNICAÇÃO VISUAL



LOGOMARCA

WORDMARK

Para a criação do nome da marca , utilizamos uma fonte personalizada para a marca.

o nome PIPA foi escolhido para representar leveza e fluidez e também remete a uma memória de infância.



PIPA BEACHWEAR



PIPA BEACHWEAR



PIPA BEACHWEAR

CORES E TIPOGRAFIA

Fonte Principal

METANOIA

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

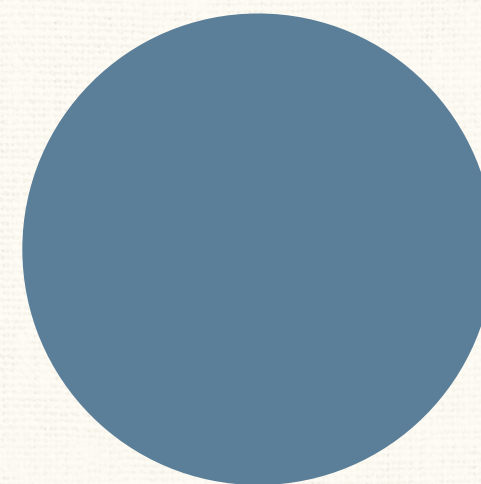
Fonte de Apoio

Montserrat

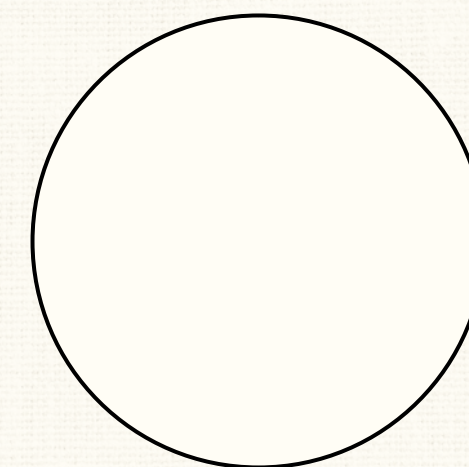
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A utilização da cor azul vem para trazer a ideia de tranquilidade.

O off/ bege suave faz referência à areia que remete a praia, além de ser uma cor clássica e atemporal.



#5B7F99

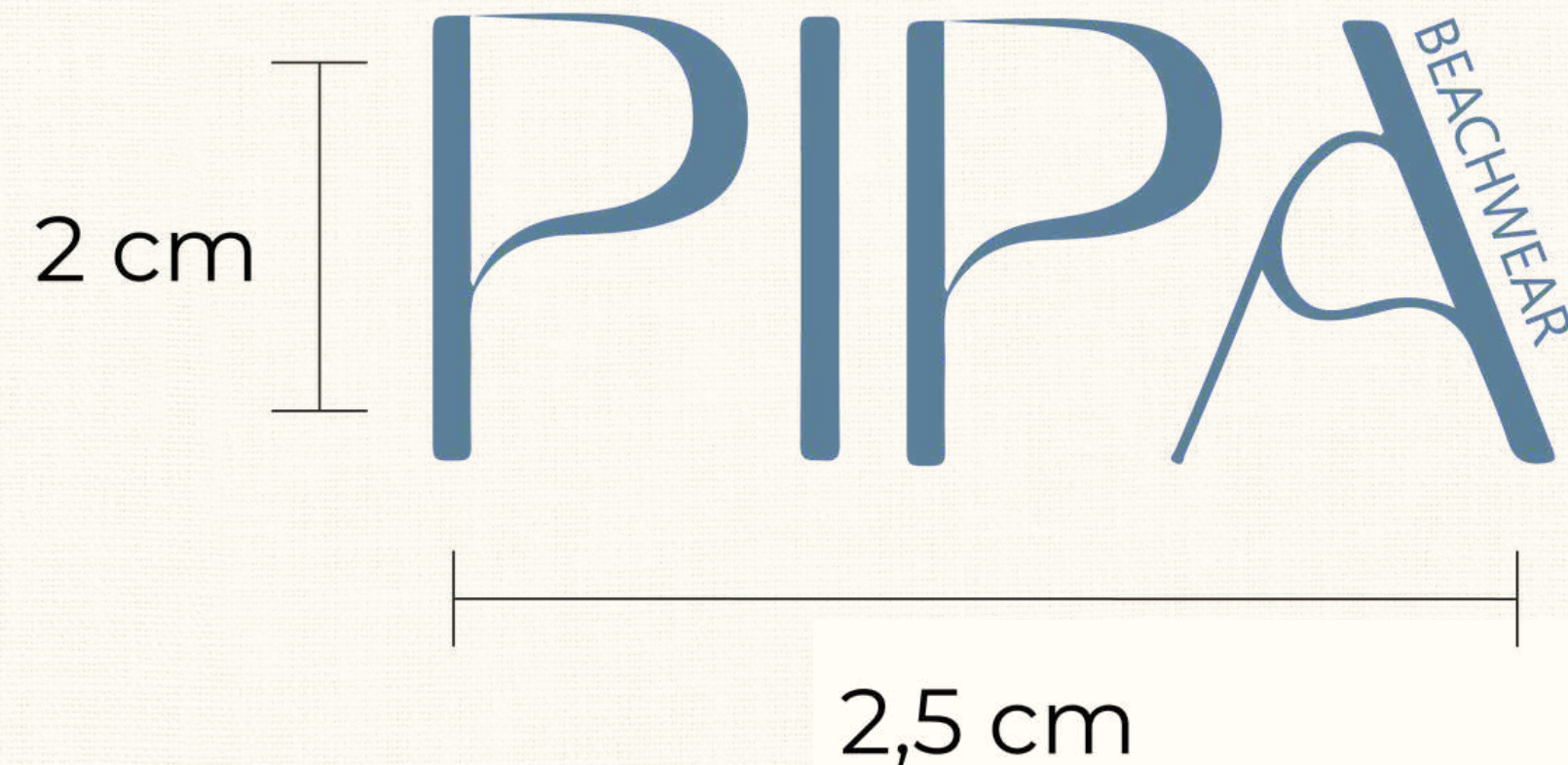


#FFFD5

COMUNICAÇÃO VISUAL

REDUÇÃO MÁXIMA E ÁREA DE PROTEÇÃO

Para manutenção da leitura, alguns cuidados devem ser tomados para garantir a legibilidade da logomarca. Para reduções, a dimensão máxima permitida é de 25mm de largura e 20 mm de altura.



EMBALAGEM





PIP
BEACHWEAR

TAG



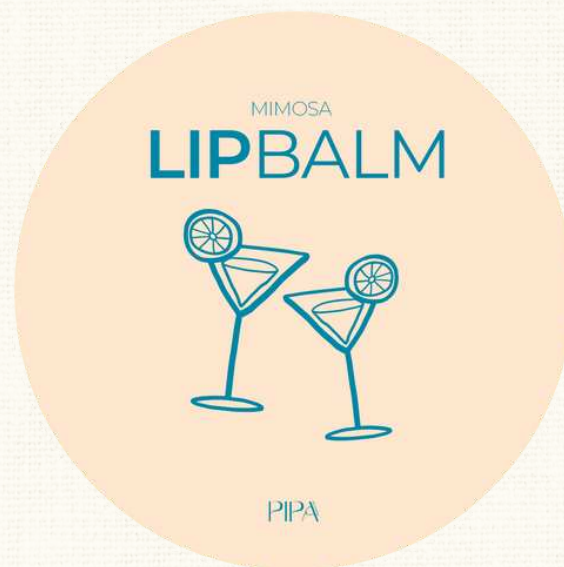
MÍDIA KIT

O mídia kit de lançamento da marca e da coleção, foi feito a partir de elementos que fazem parte do universo da marca.

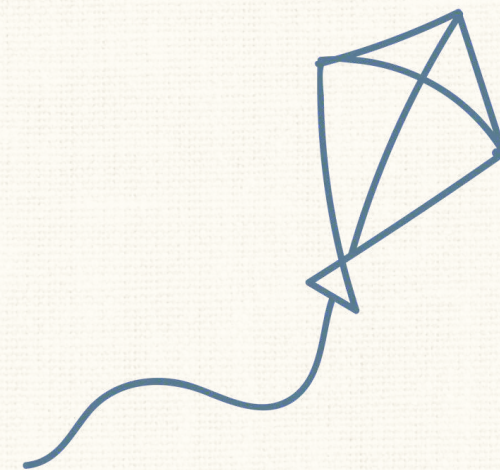
Ele possui uma bolsa de ecobag com estampa manual, vela aromática personalizada, óleo essencial com o cheirinho da marca e um Lip Balm.



ELEMENTOS



PIPA



PAINEL DE TENDÊNCIAS

WGSN - CONSUMIDOR DO FUTURO

PROTETORES DO TEMPO

NEO- NIILISTAS

- Honestidade
- autenticidade
- humor
- Bem- estar espiritual
- otimismo realista
- encantamento

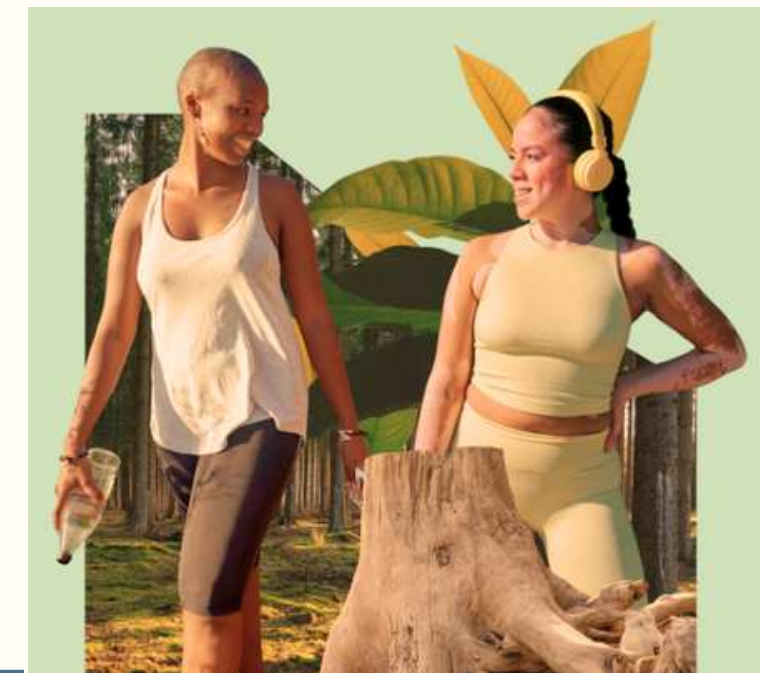


Em meio a esse cenário. No mercado de moda, a **versatilidade de serviços e produtos** justifica os gastos do consumidor, com peças do momento e **itens que funcionem em diferentes looks** ganhando relevância. Produtos com designs **multifuncionais e adaptáveis**, características cada vez mais populares, estão se tornando elementos-chave para uma rotina híbrida, já que o pessoal e o profissional passaram a dividir o mesmo espaço.



Em 2023 as pessoas iram buscar o autocuidado e o bem- estar, **priorizando a saúde física e mental**. Resultando em um consumo voltado para esportes, viagens e momentos de lazer.

Para esses criadores o tempo é o recurso mais valioso. E mais do que gastá-lo, eles querem investir .A prioridade dessas pessoas é enriquecer a vida por meio de rituais diários e experiências interessantes. 79% afirmam que o bem-estar é importante, e 42% acham que o tema é prioritário.



PAINEL DE TENDÊNCIAS



- O visual esportivo é conectado ao Golf
- exalta o esporte ao ar livre, que transmite um sentimento de escape e concentração
- contrastes através de recortes de listras, laterais e no cós, ou em detalhes, como o debrum branco e apliques lettering.



- Técnicas de artesanato
- modelagem assimétrica
- Franzido
- Top com recortes
- biquíni divertido

Estampas: Traços subjetivos e proporções dramáticas. Pinceladas artísticas, aquarelados e respingos de tinta são técnicas exploradas

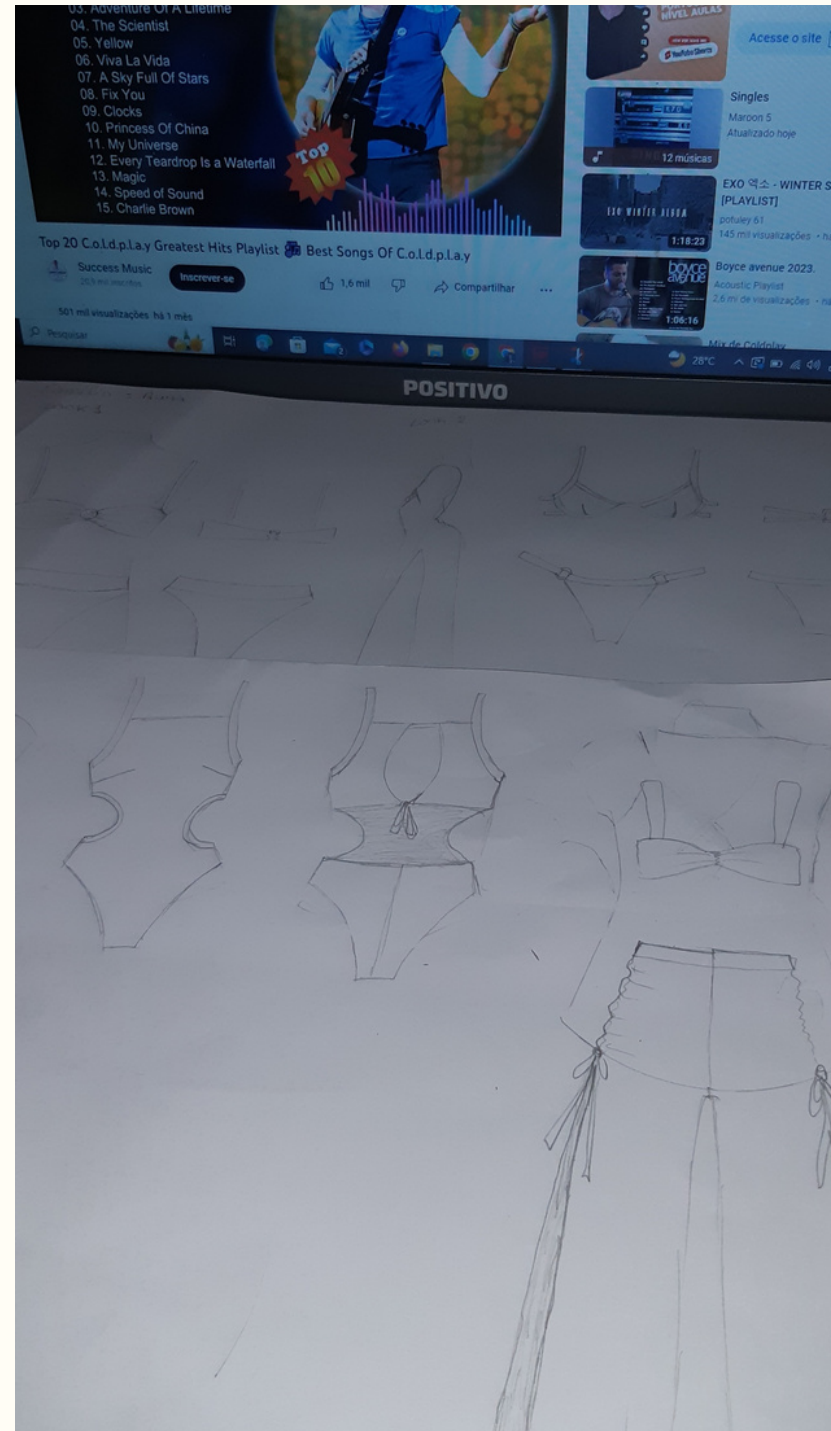
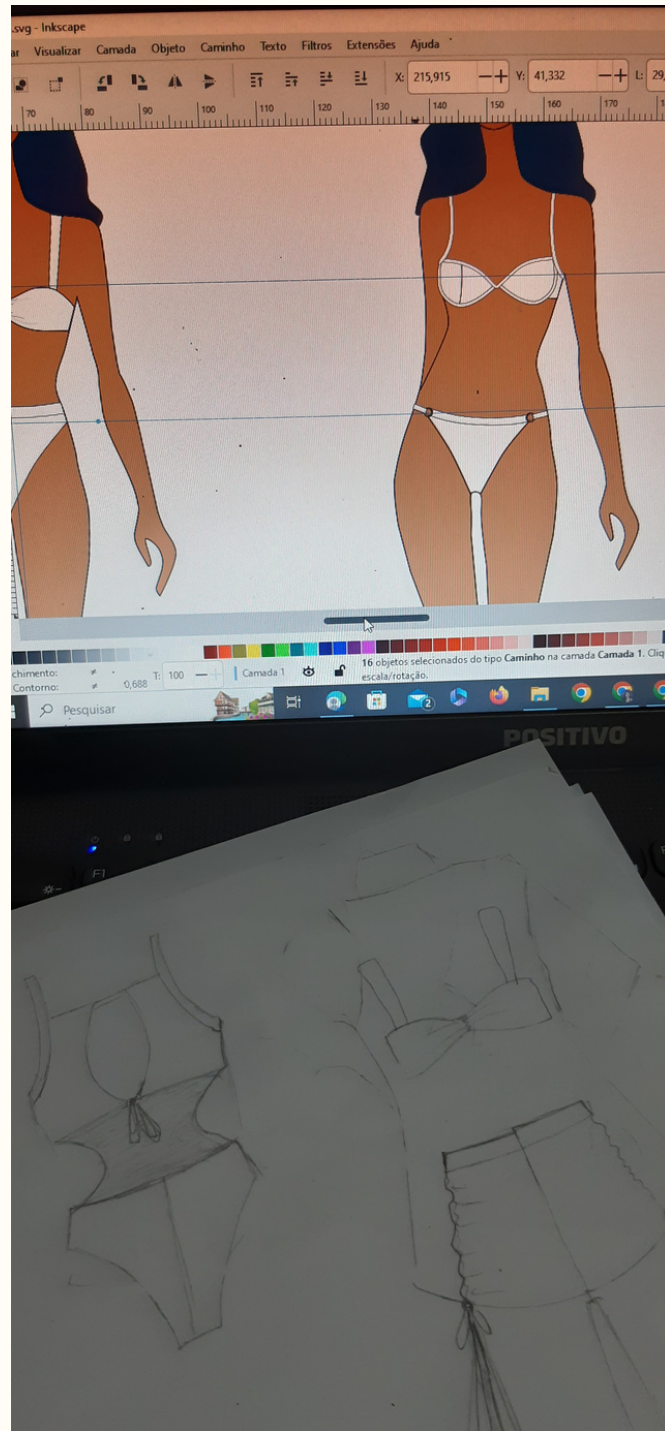


RESPINGOS DE TINTA



fonte: <https://catchwalk.com/> e <https://www.instagram.com/>

PROCESSO CRIATIVO



- REFINAMENTO DE PRODUTO:

umas das técnicas mais usadas foi a de ir refinando uma ideia até o produto final

- CONVERGENTE Outra técnica usada foi pensar o design de modo linear, construindo um produto final.

-DIARIO DE BORDO Anotar todas as ideias

METODOLOGIA PROJETUAL

PESQUISA

Imersão e saturação do tema

pesquisa de consumidor

pesquisa de concorrentes (para entender o mercado)

painel de vocação regional

pesquisa de tendências (Construção de painéis)

painel tecnológico (Análise de tecnologias necessários)

PLANEJAMENTO

Definição do perfil e conceito da marca

criação de persona e publico-alvo

Tema de coleção (O tema da coleção foi escolhido baseado nas vivências pessoais da designer)

Mix de produto (A definição do mix de produtos foi realizado baseado na pesquisas de mercado)

Definir cronogramas e datas

O modelo de projeto de coleção de Doris Treptow foi utilizado para desenvolver a metodologia desse trabalho

METODOLOGIA PROJETUAL

CRIAÇÃO

cartela de cores (conforme tema, pesquisas objetivos da coleção e disponibilidade mercadologica)

geração de alternativas (esboço de logo)

Briefing para criação de comunicação visual

Esboço de ideias (manual)

Croquis digitais (dividido em quatro famílias estabelecidas conexões entre elas por meio de detalhes na modelagem e elementos de estilo

Materiais e acabamentos (definidos conforme necessidades das peças e disponibilidade no mercado

DESENVOLVIMENTO

Elaboração de fichas técnicas

Compra de materiais

Modelagem (feito de forma terceirizada

Pilotagem (feita de forma terceirizada)

ajustes (prova de peças e alteração na modelagem)

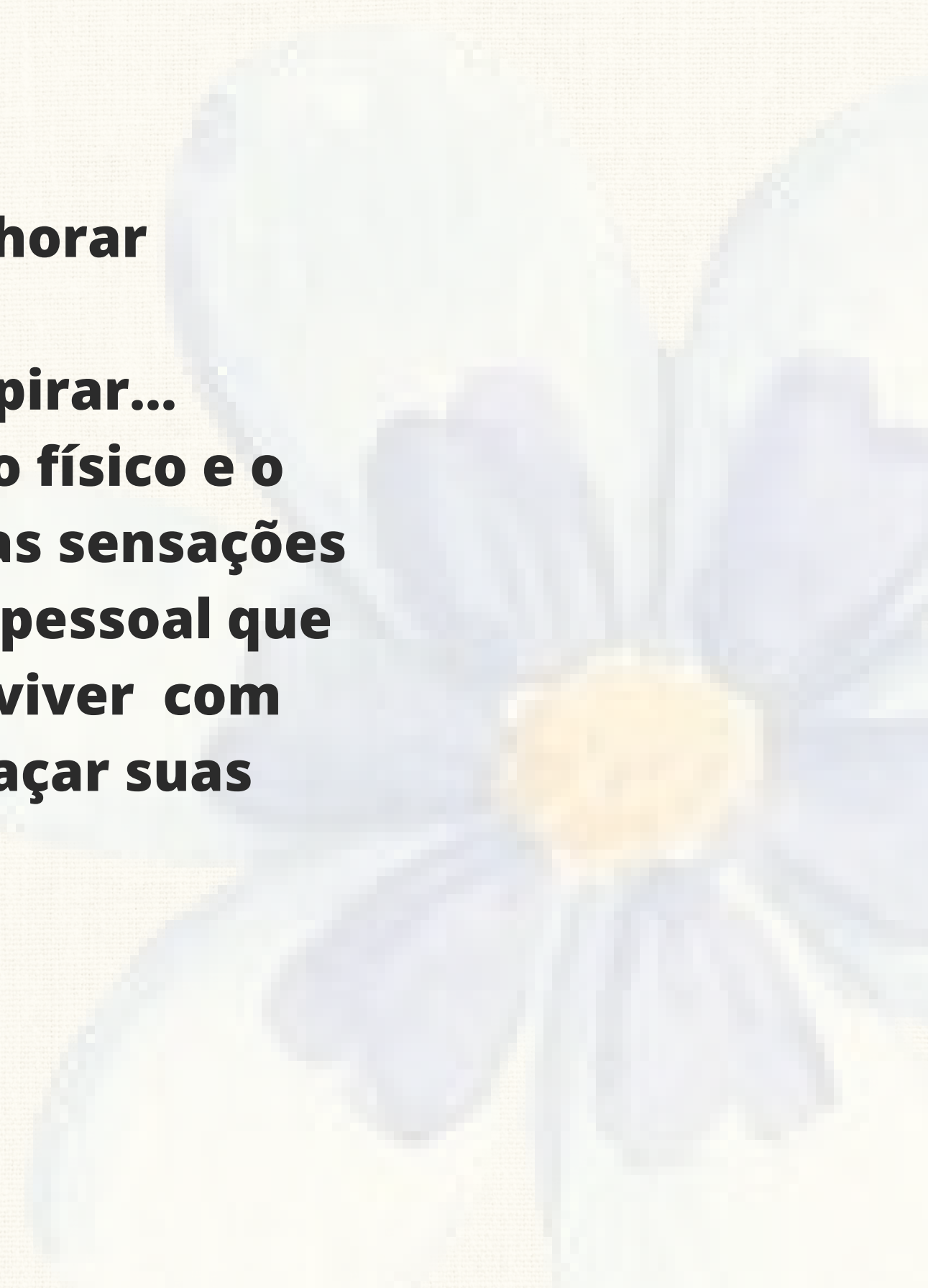
produção de moda (A produção fotográfica foi realizada na avenida Beira mar

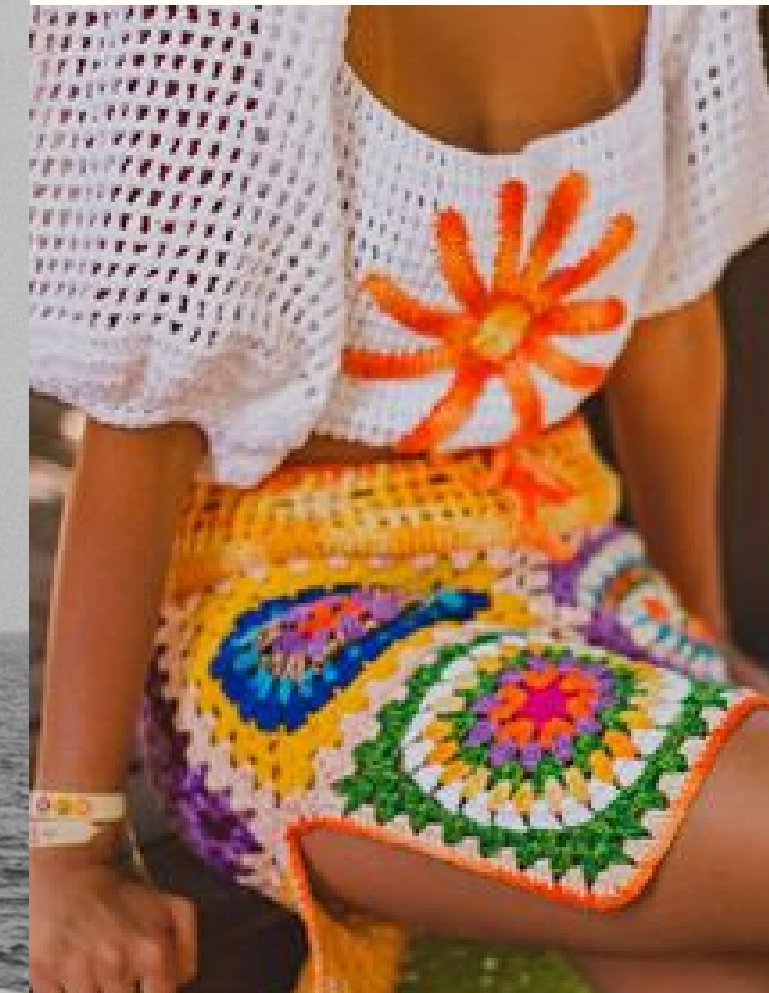
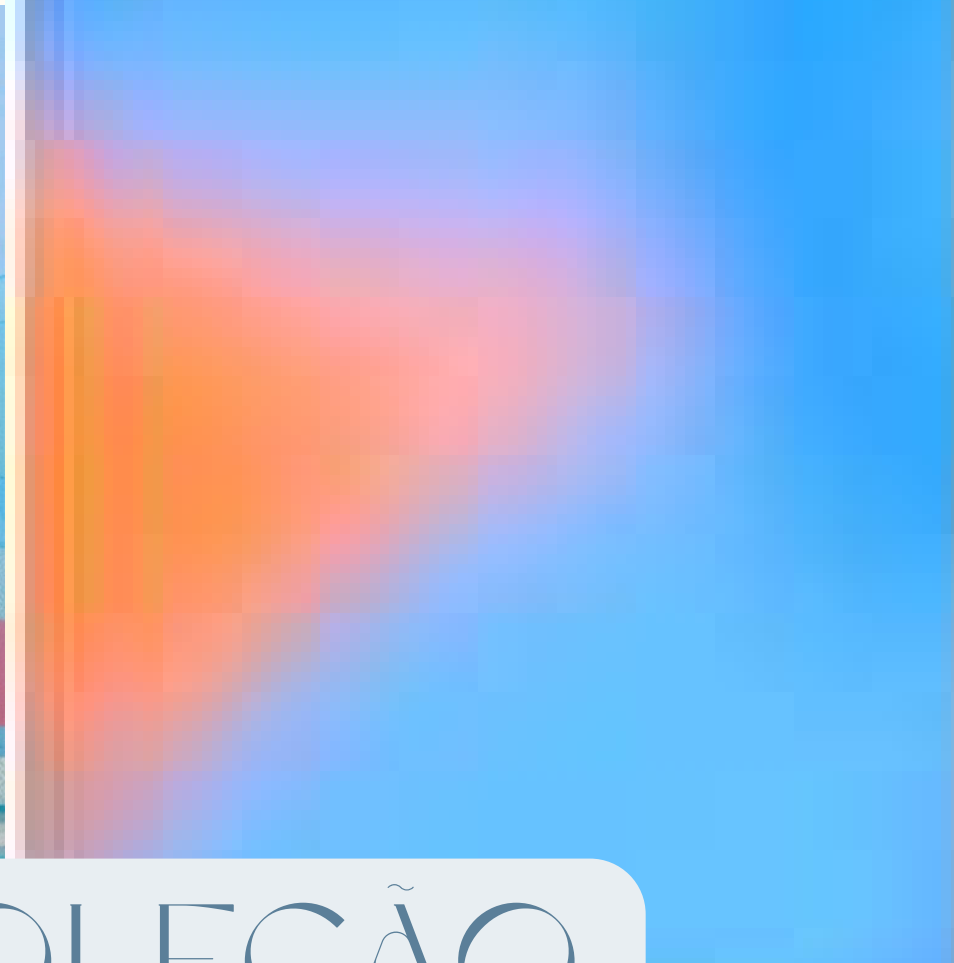
O modelo de projeto de coleção de Doris Treptow foi utilizado para desenvolver a metodologia desse trabalho



COLEÇÃO
À FLOR DA PELE

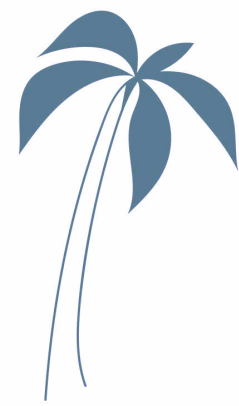
**...Ando tão a flor da pele
que qualquer beijo de novela me faz chorar
Ando tão a flor da pele
que teu olhar flor na janela me faz suspirar...
e que bom que somos sentimentais entre o físico e o
digital as emoções tem se perdido, mas são as sensações
que nos fazem se sentir vivos. Foi esse tema pessoal que
inspirou a coleção, **A flor da pele** significa viver com
intensidade é liberdade para sentir é abraçar suas
emoções**



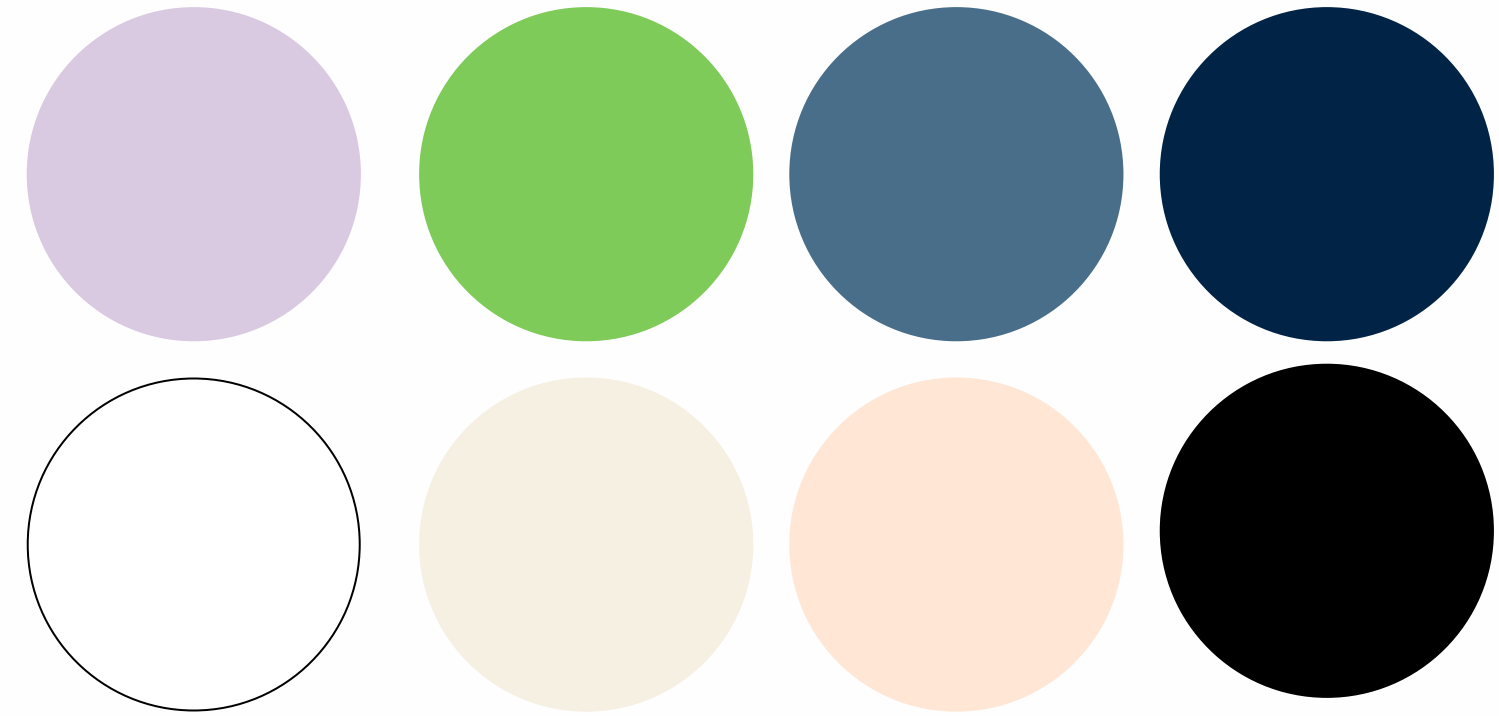
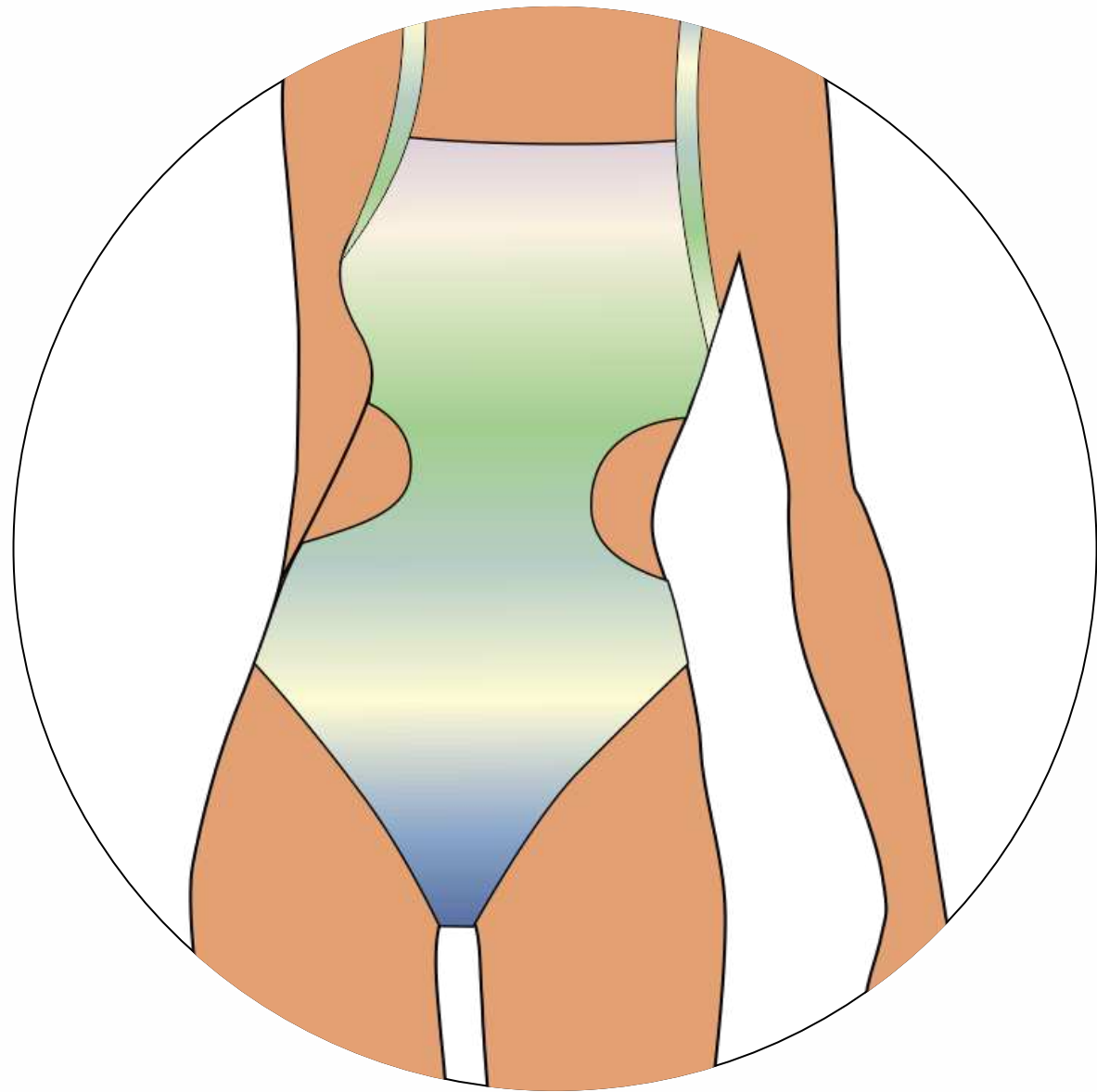


PAINEL DE COLEÇÃO





PAINEL DE CORES

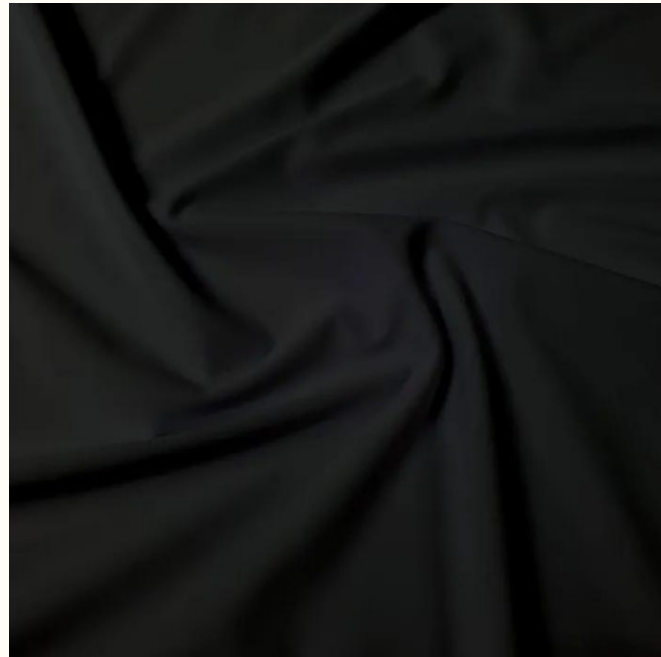


Resetar e Resignificar seus sentimentos é a proposta principal da estampa Aura, tranquilidade ampliada pelo efeito de soft ombré nos gradientes com pinceladas aquareladas. A estampa é composta por um degrade de azul, lavanda, verde e areia trazem um visual artístico para a coleção. As cores da coleção foram baseadas no painel de tema , partindo de tons atemporais como azul, preto e off white. Ademais, são cores que estão em alta nos últimos desfiles de moda e que transmitem, também, a identidade da marca PIPA.

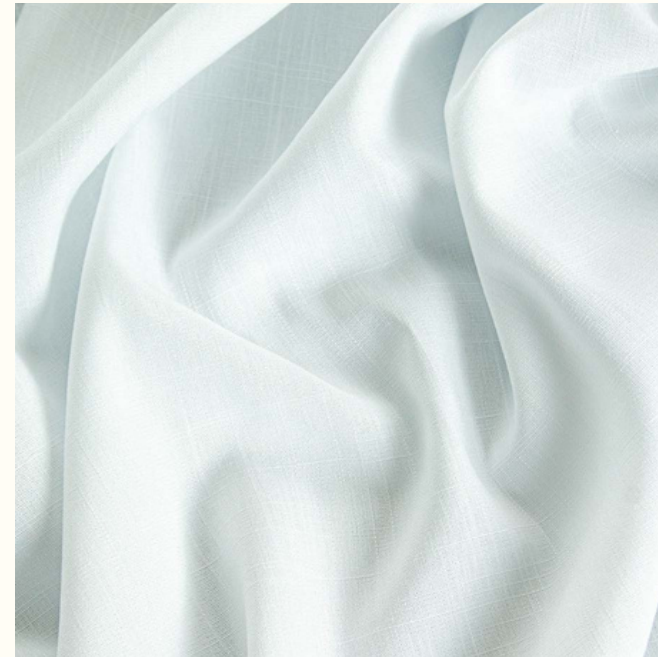
PAINEL DE MATERIAIS



LYCRA BEACH



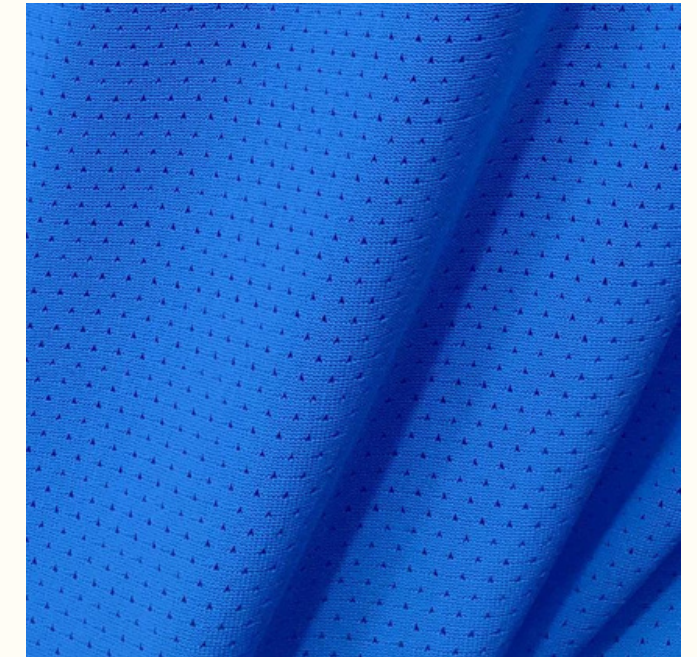
FORRO DE POLIAMIDA



VISCOSE



SUPLEX LIGHT



DRY



BOJO



ELÁSTICO



METAIS



CROCHÊ



TAQUARA E ARCO

PARÂMETRO DA COLEÇÃO

MIX DE PRODUTO

BÁSICO (P2)

FASHION (P2)

VANGUARDA (P3)

TOTAL

TOP	5	3	1	9
CALCINHA	3	2	1	6
MAIÔ	1	2	1	4
SAIA	0	2	1	3
CROPPED	1	2	0	3
SHORT	1	1	0	2
BLUSA	1	0	1	2
CALÇA	1	1	1	3
VESTIDO	1	1	0	1
SAIDAS	1	1	1	3

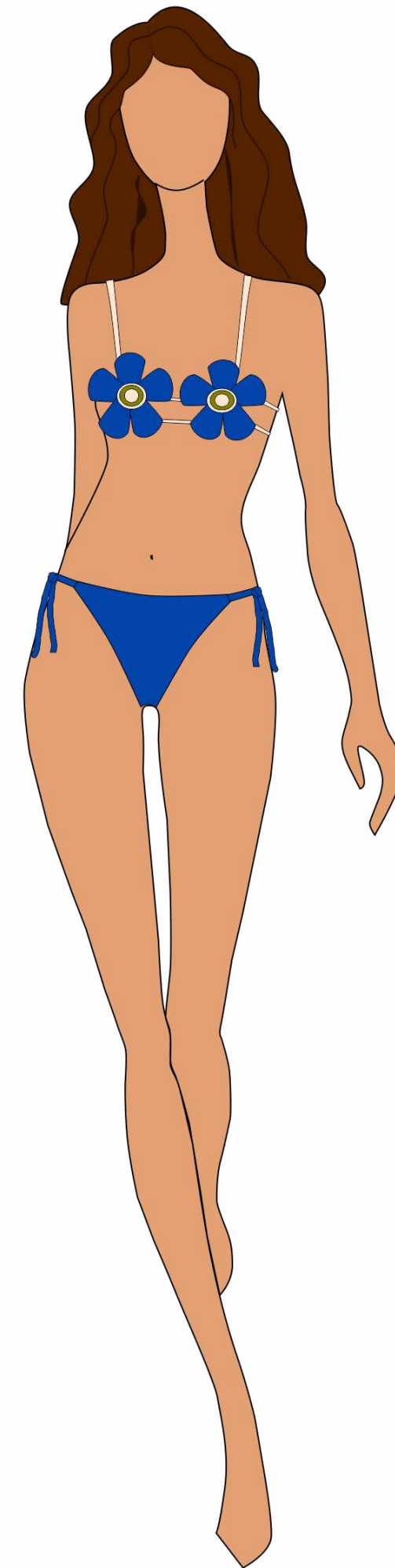
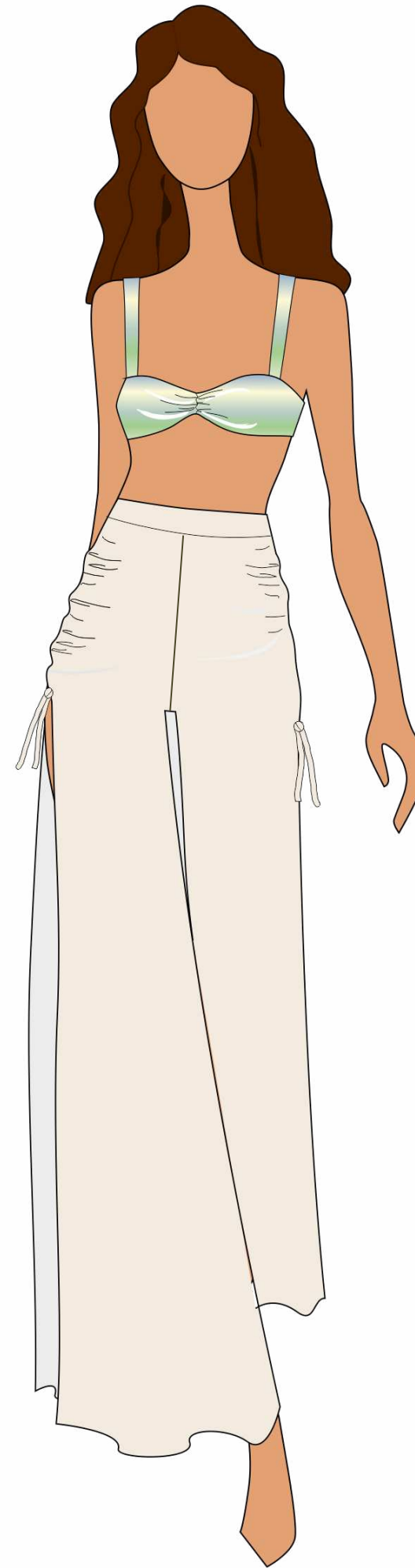
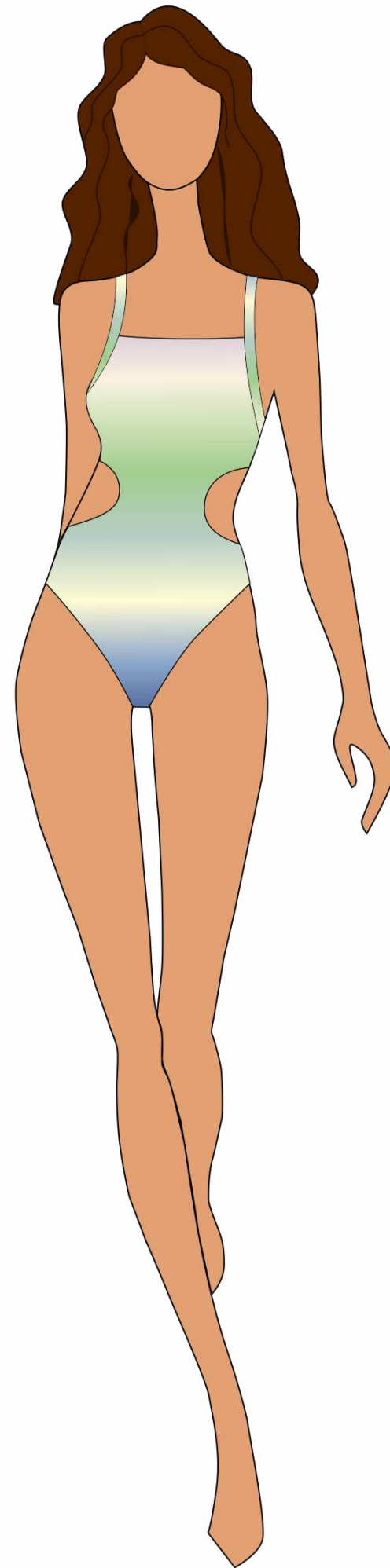
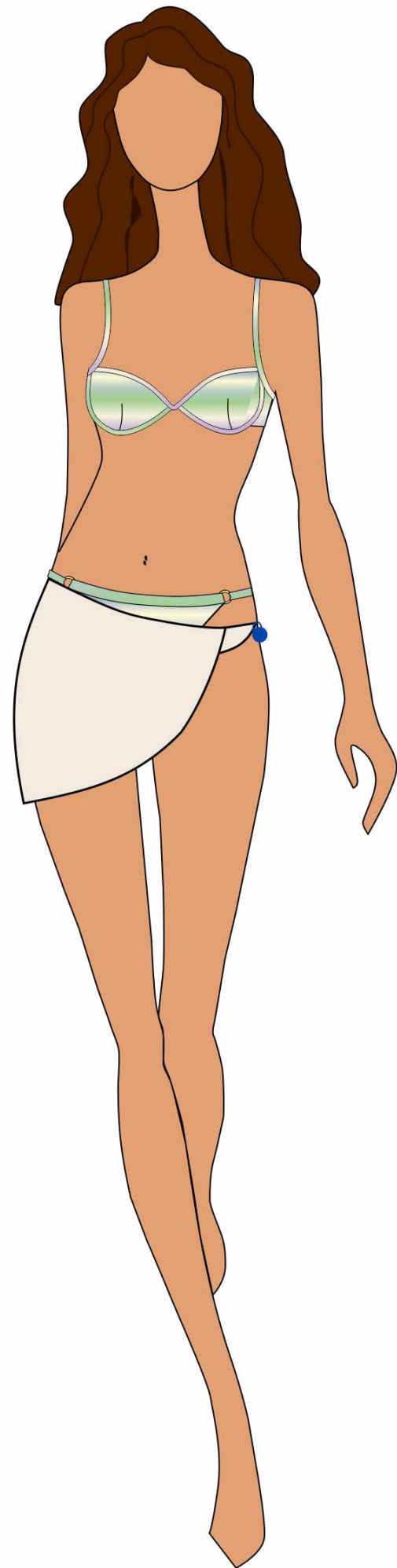
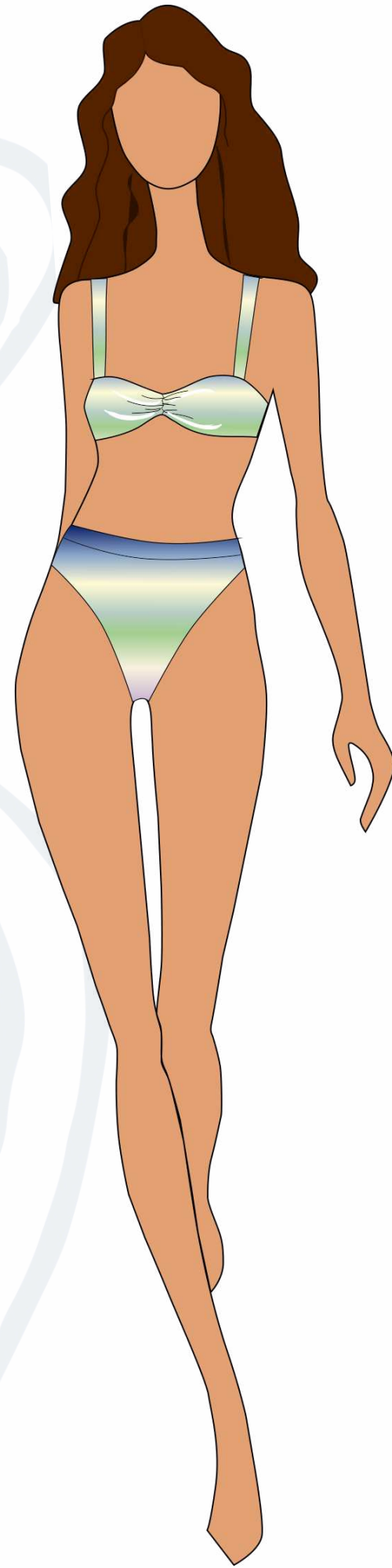
TOTAL:

36

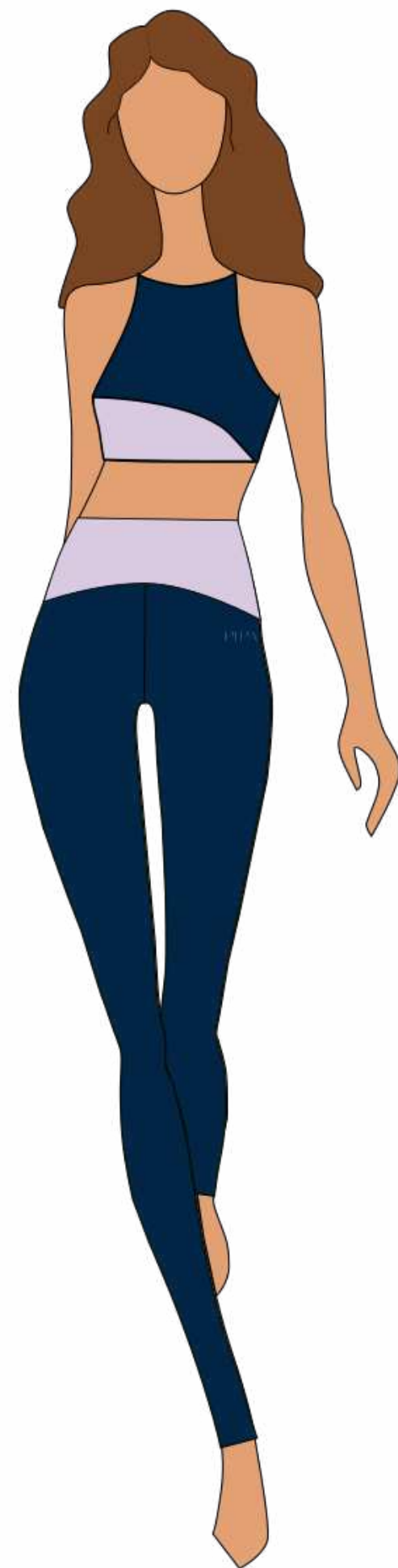
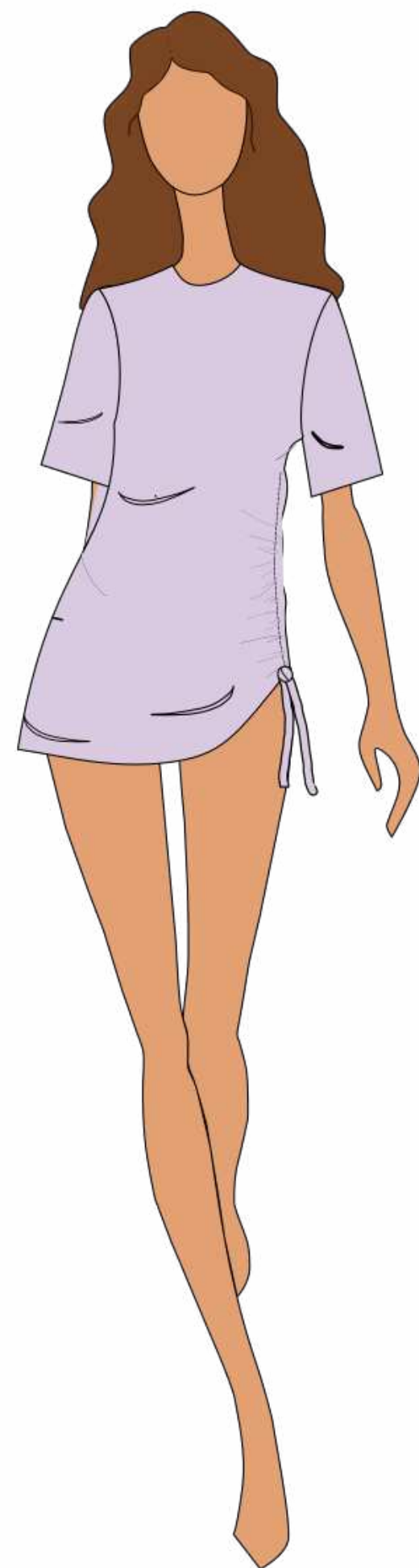
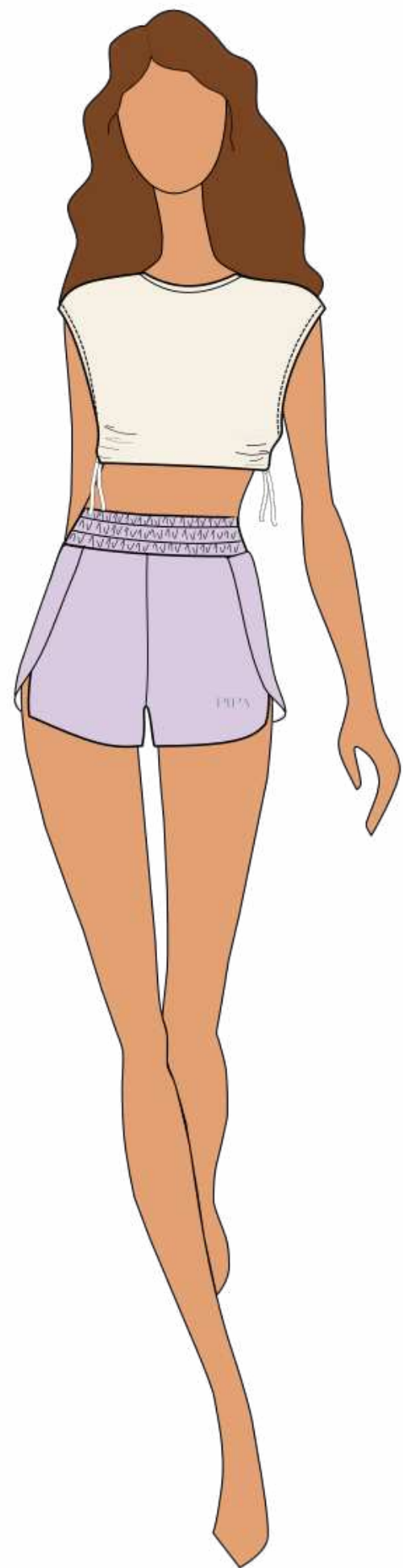
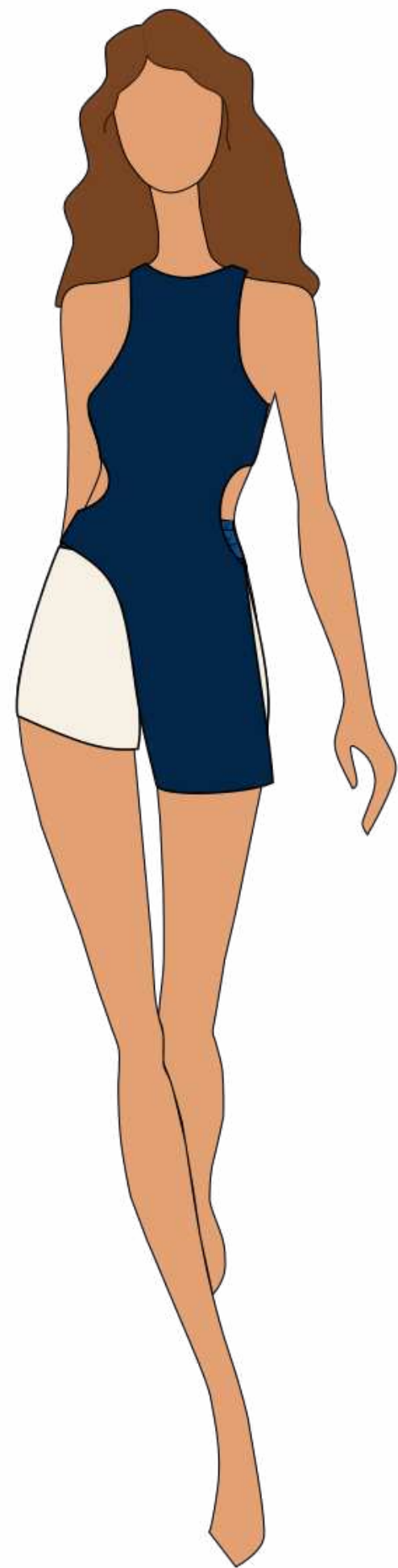
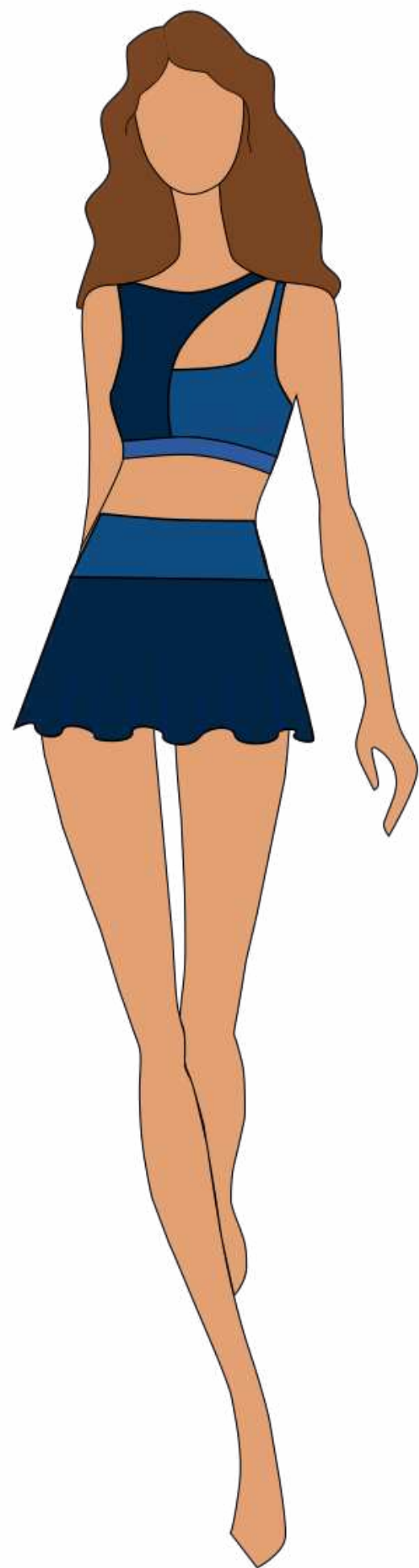
LINE UP



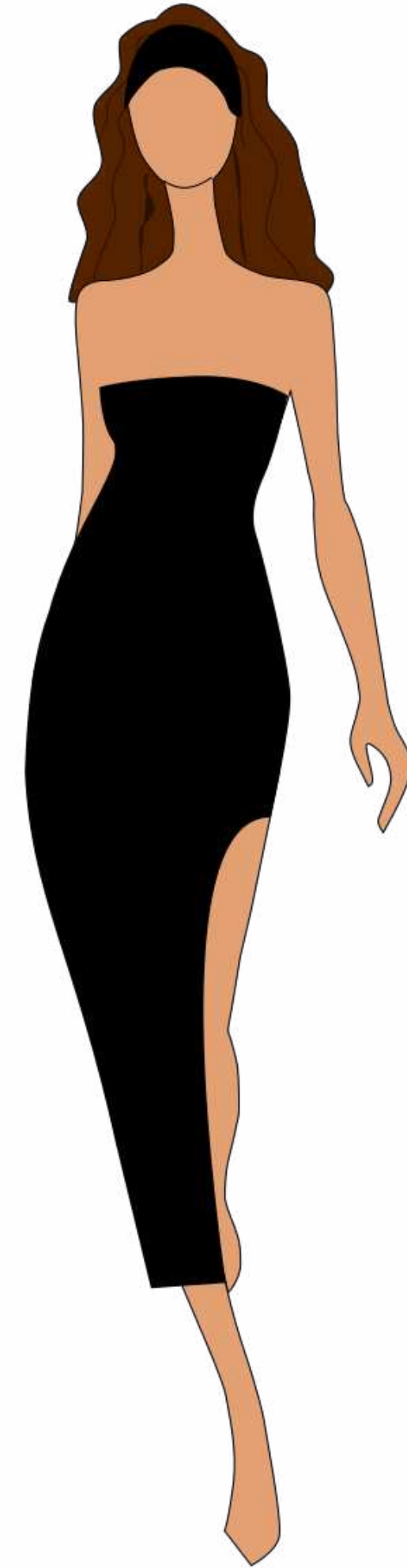
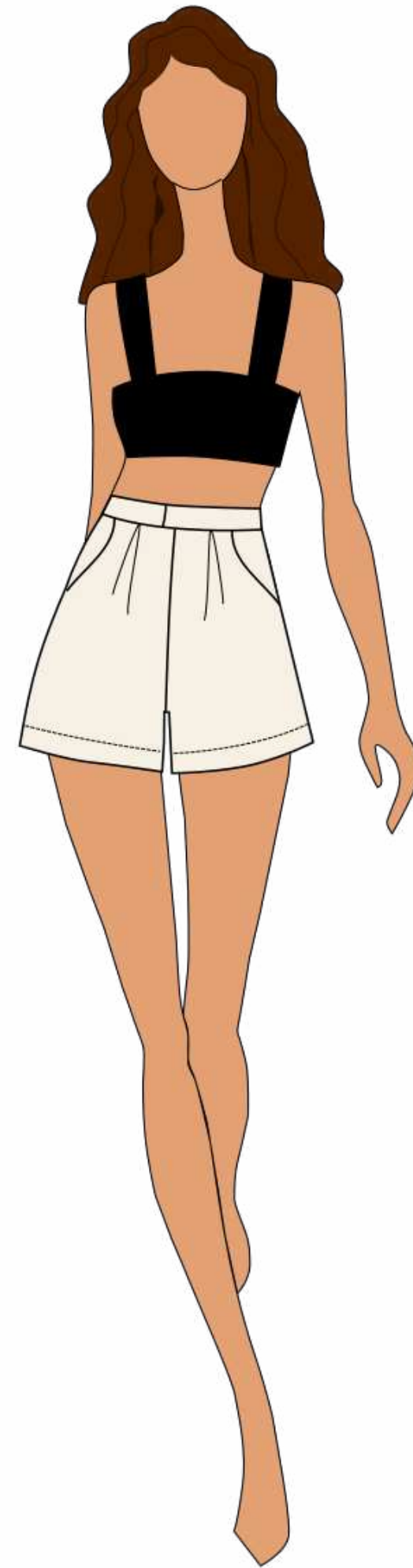
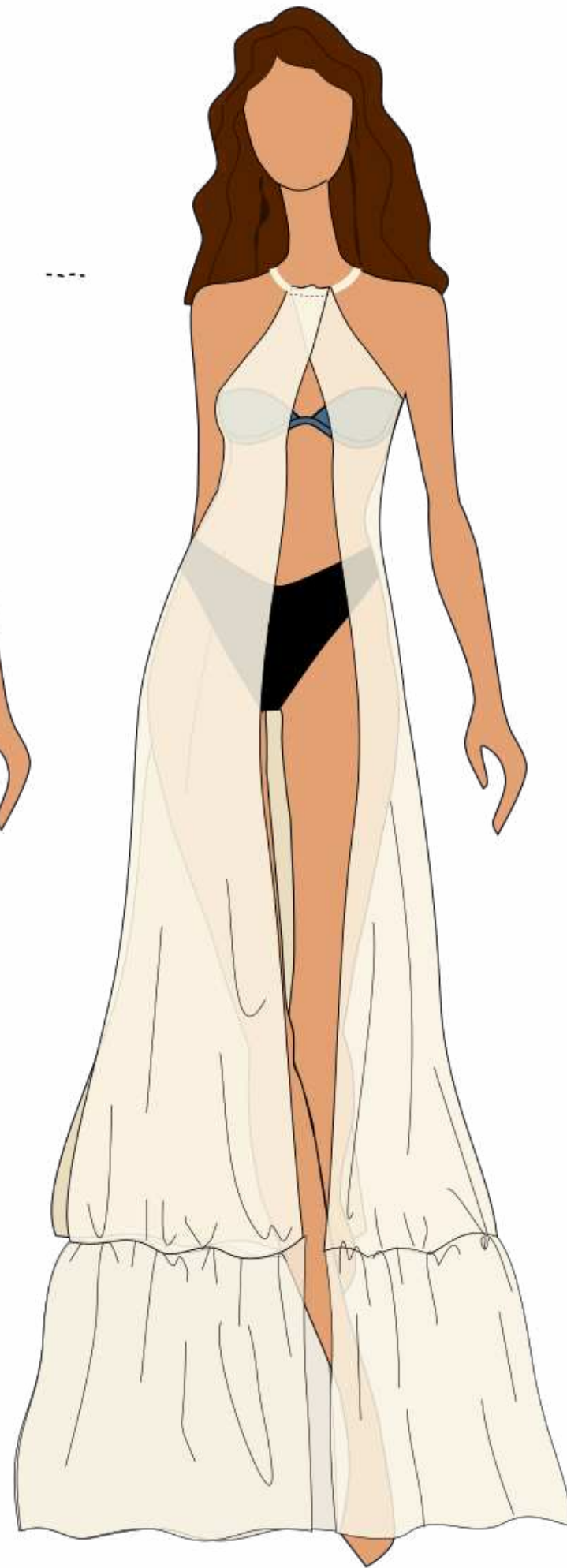
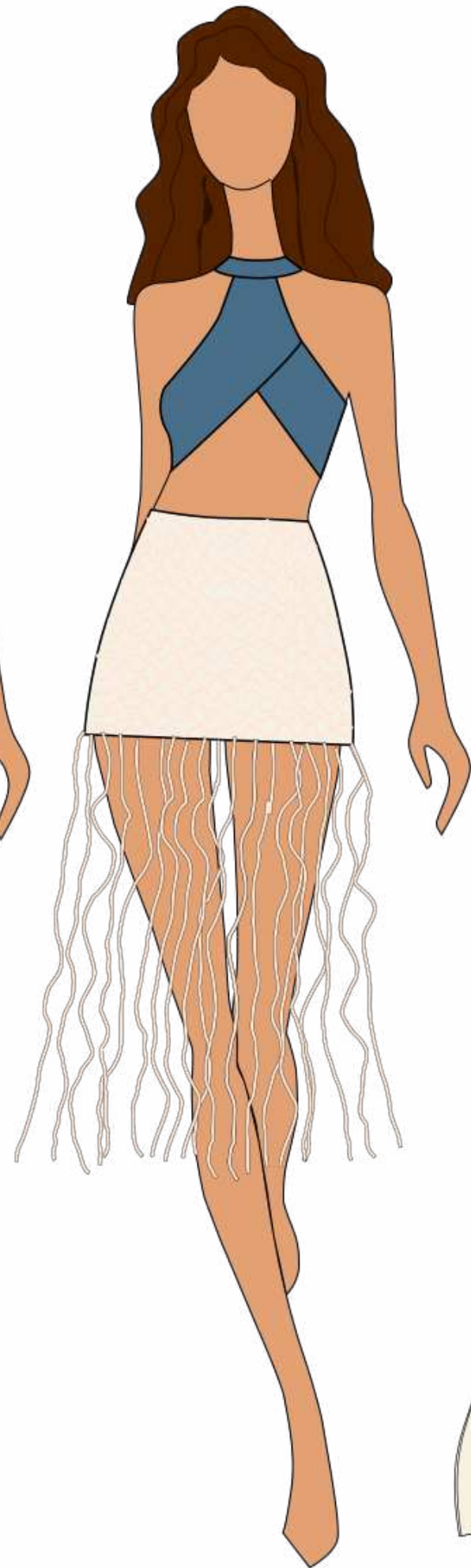
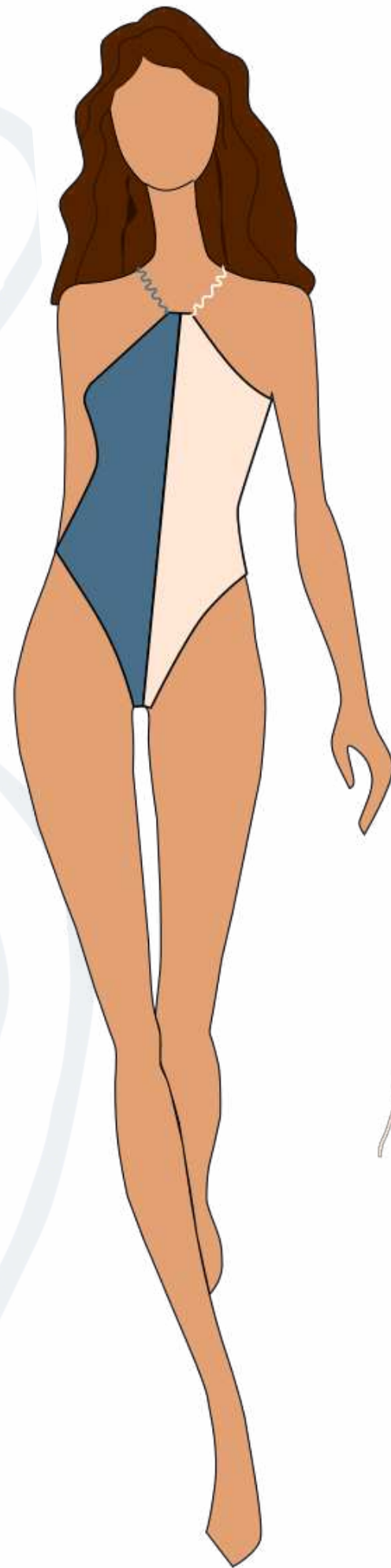
FAMÍLIA AURA



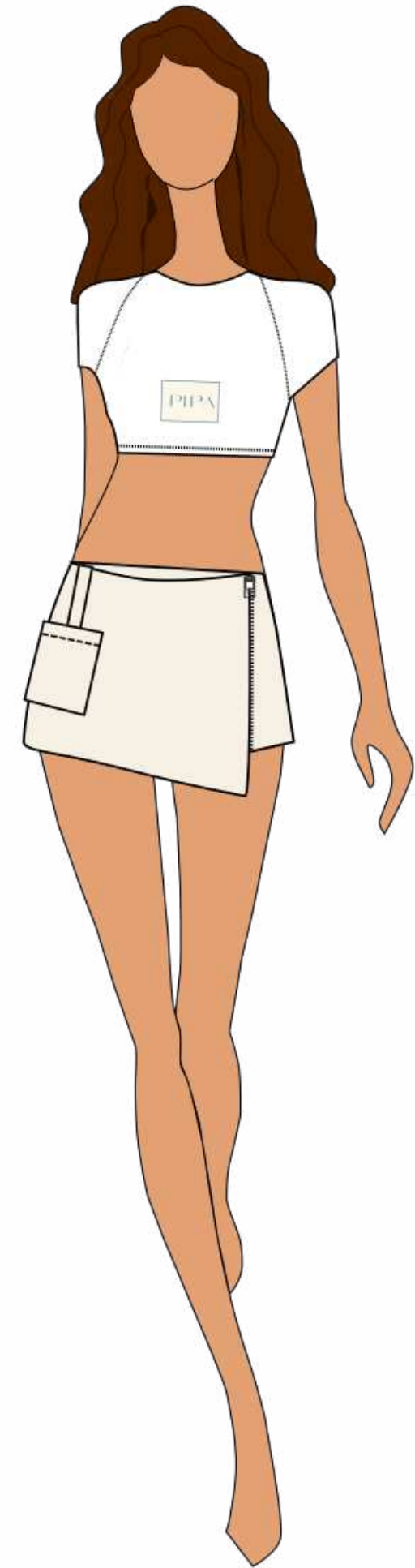
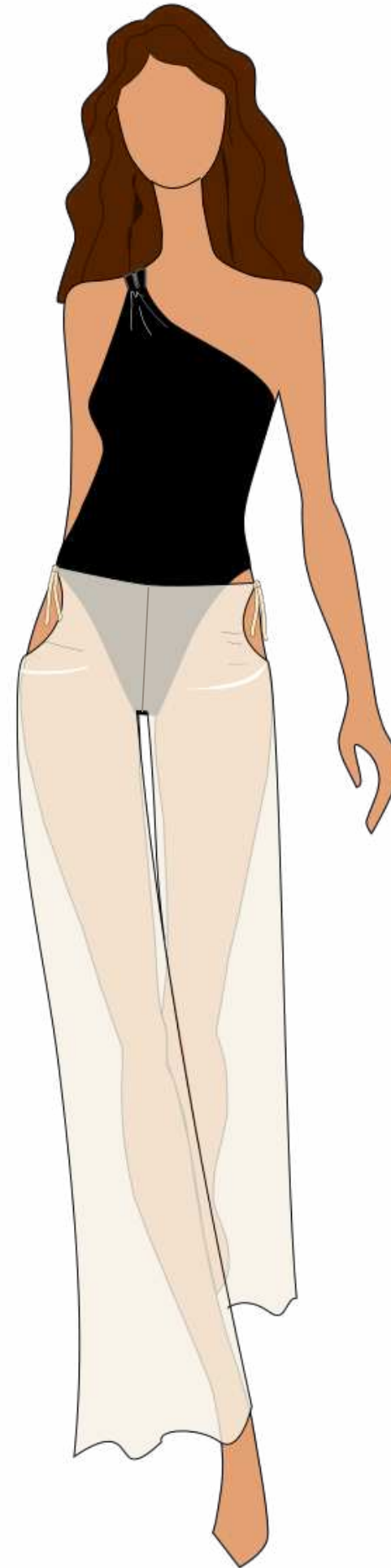
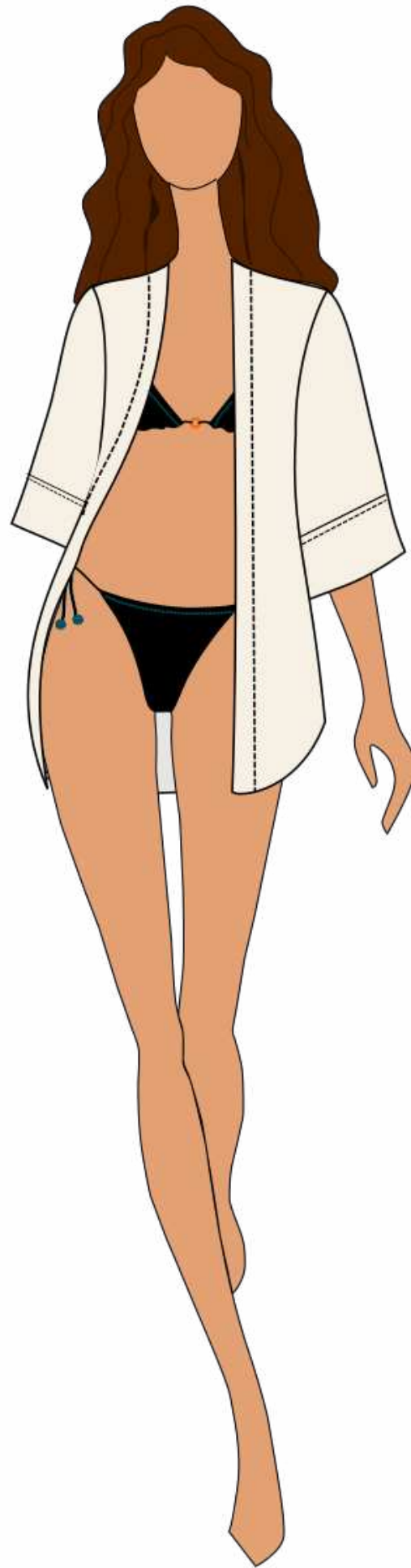
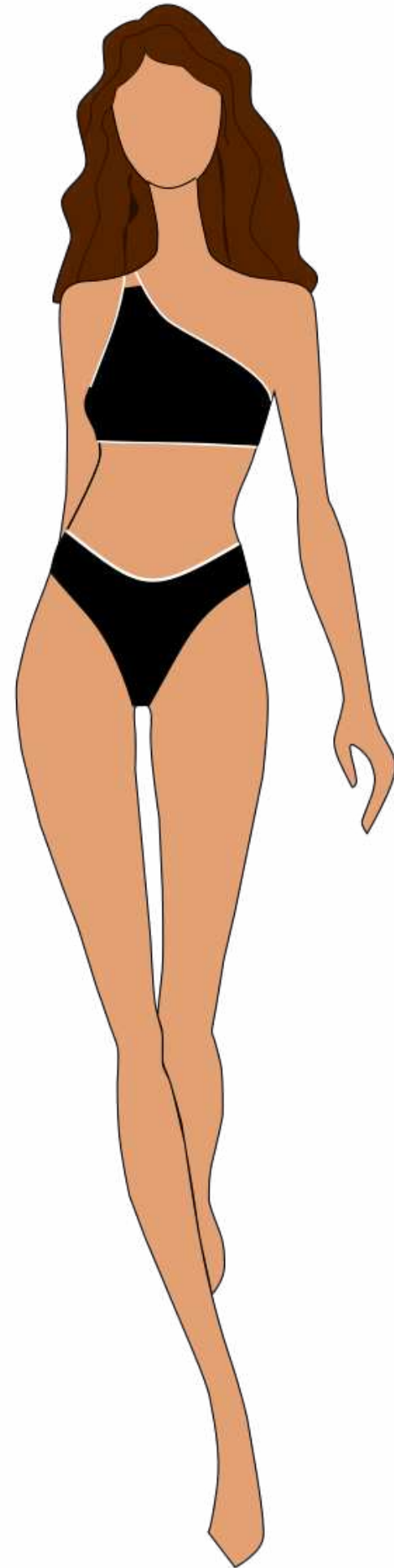
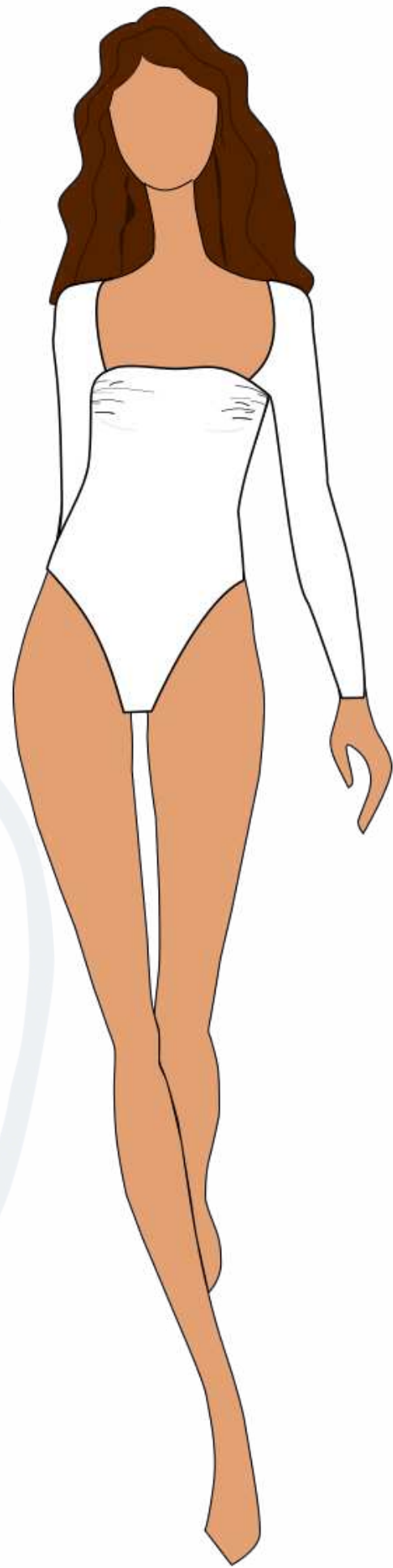
FAMÍLIA PIPA




FAMÍLIA FLOR QUE SE CHEIRE



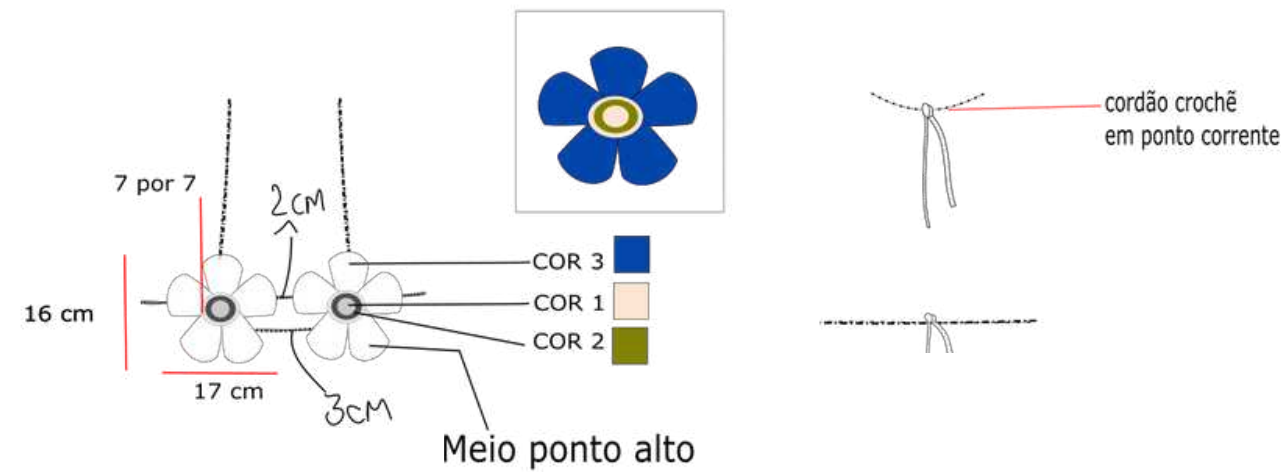
FAMÍLIA PELE

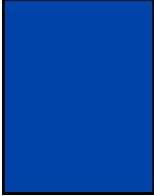
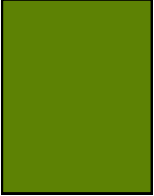
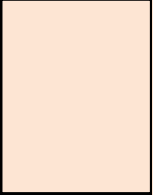


FICHA TÉCNICA

	COLEÇÃO: A FLOR DA PELE	DESCRIÇÃO DE PEÇA: BIQUINI DE CROCHÊ EM FORMATO DE FLOR, CALCINHA ESTILO CORTININHA DE LACINHO LAÇO NAS LATERAIS. DATA: 30/06/23
	MODELO: BIQUINI FLOR	
	REF: BI723	
	GRADAÇÃO: P M G	

	COLEÇÃO: a flor da pele	DESCRIÇÃO DE PEÇA:
	MODELO: BIQUINI FLOR CROCHÊ	MODELISTA:
	REF: BI723	DESIGNER: Rebeca Fernandes
	GRADAÇÃO: p, m ,g	DATA: 30/ 06



CORES	
	
2314	5800
	8001
ETIQUETAS, TAGS E EMBALAGENS	
NOME/CÓDIGO	PREÇO
medalha	
etq. de marca	
etq. de composição	
cod. de barra	2c
protetor higiênico	
TAG PIPA	23c
lacre	6c
PREÇO FINAL: r\$ 7,97	

Sequência Operacional			OBSERVAÇÃO
OPERAÇÃO	MANUAL	TEMPO	
FAZER MIOLO CROCHÊ	MANUAL		
FAZER PÉTALAS FLOR 6 CARREIRAS	MANUAL		
TIRA DE CROCHÊ NA PÉTALA DO MEIO BUSTO DE 3 CM	MANUAL		
COSTURAR CORDÃO DE CROCHÊ	MANUAL		
			REBECA FERNANDES MOREIRA DESIGNER ROSÁLIA MODELISTA ROSÁLIA PILOTISTA

MATÉRIA PRIMA PRINCIPAL

NOME/CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	LARGURA	RENDIMENTO	Gr/m2	CONSUMO	PREÇO
CÍRCULO ANNE BRILHO	95,7% ALGODÃO 4,3% METALIZADA	MUNDO DAS LINHAS		500 M	150 G	2 g	R\$ 0,26
AMIGURUMI CIRCULO	100% ALGODÃO	MUNDO DAS LINHAS		254 M	125 G	5 g	R\$ 0,59
LINHA ANNE BIKINI	100% ALGODÃO	MUNDO DAS LINHAS		500 M	150 G	50g	R\$ 6,26


MATÉRIA PRIMA SECUNDÁRIA (AVIAMENTOS)

NOME/CÓDIGO	FORNECEDOR	CONSUMO	PREÇO	PREÇO MATERIA PRIMA (VALOR CHEIO)		
				NOME/CÓDIGO	FORNECEDOR	PREÇO
Elástico 6mm	ARMARINHO A a Z	0,84 CM	0,46 M	LINHA ANNE	MUNDO DAS LINHAS	R\$ 19,90
LINHA	ARMARINHO A a Z	-----	0,01	LINHA AMIGURUMI	MUNDO DAS LINHAS	R\$ 17,49
				LINHA ANNE BIKINI	MUNDO DAS LINHAS	R\$ 18,80


COMBINAÇÕES

COR DO TECIDO	PARTE DA PEÇA
AZUL MARINHO	BORDADO

FICHA TÉCNICA

	COLEÇÃO: A FLOR DA PELE	DESCRIÇÃO DE PEÇA: BIQUINI DE CROCHÊ MODELO CORTININHA DATA: 30/06/23
	MODELO: CALCINHA FLOR	
	REF: C1723	
	GRADAÇÃO: P M G	



CORES	
 <p>2314</p>	
ETIQUETAS, TAGS E EMBALAGENS	
NOME/CÓDIGO	PREÇO
medalha	
etq. de marca	
etq. de composição	13c
cod. de barra	
protetor higiênico	6c
TAG PIPA	
lacre	
PREÇO FINAL: r\$ 9,17	

COLEÇÃO: a flor da pele	DESCRIÇÃO DE PEÇA:
MODELO: BIQUINI CALCINHA CROCHE	MODELISTA:
REF: C1723	DESIGNER: Rebeca Fernandes
GRADAÇÃO: p, m, g	DATA: 30/06


Sequência Operacional			OBSERVAÇÃO
OPERAÇÃO	MANUAL	TEMPO	
FAZER CARREIRAS PONTO ALTO BIQUINI	MANUAL		
FAZER CORDÕES LATERAIS DE CROCHÊ	MANUAL		
COSTURAR ELÁSTICO NAS CAVAS DA PERNA	RETA		
APLICAR FORRO	MANUAL		
			REBECA FERNANDES MOREIRA <hr/> DESIGNER ROSÁLIA <hr/> MODELISTA ROSÁLIA <hr/> PILOTISTA


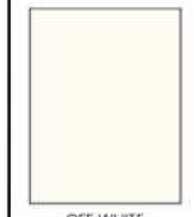
MATÉRIA PRIMA PRINCIPAL							
NOME/CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	LARGURA	RENDIMENTO	Gr/m2	CONSUMO	PREÇO
LINHA ANNE BIKINI	100% ALGODÃO	MUNDO DAS LINHAS		500 M	150 G	52 g	R\$ 6,51
Flexim	91% PA e 19% PES	Diklatex	1,65	3,57	165 g/m	20 g	R\$ 1,46

MATÉRIA PRIMA SECUNDÁRIA (AVIAMENTOS)						
NOME/CÓDIGO	FORNECEDOR	CONSUMO	PREÇO	PREÇO MATERIA PRIMA (VALOR CHEIO)		
				NOME/CÓDIGO	FORNECEDOR	PREÇO
Elástico 6mm	ARMARINHO A a Z	0,84 CM	0,46 C	LINHA ANNE BIKINI	MUNDO DAS LINHAS	R\$ 18,80
LINHA	ARMARINHO A a Z	-----	0,01	Flexim	Diklatex	R\$ 68,00

COMBINAÇÕES	
COR DO TECIDO	PARTE DA PEÇA
AZUL MARINHO	BORDADO


FICHA TÉCNICA

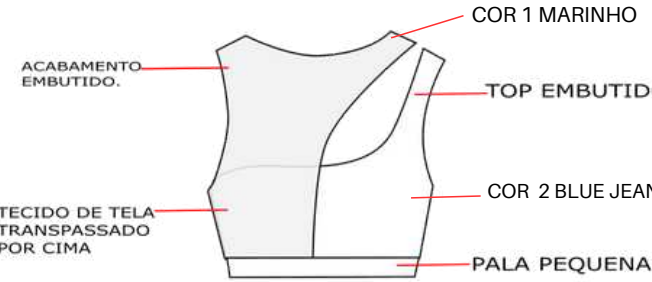
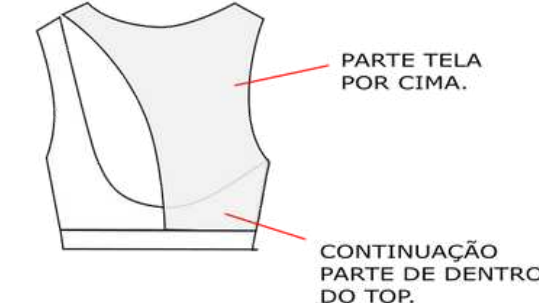
	COLEÇÃO: A FLOR DA PELE	DESCRIÇÃO DE PEÇA: KIMONO SLIM COM PALA COSTAS E BORDADO BIQUINI DE CROCHÊ MODELO CORTININHA	COLEÇÃO: a flor da pele	DESCRIÇÃO DE PEÇA:
	MODELO: KIMONO PIPA		MODELO: KIMONO PIPA	MODELISTA: JOCELIO
	REF: R1723		REF: R1723	DESIGNER: Rebeca Fernandes
	GRADAÇÃO: P M G	DATA: 30/06/23	GRADAÇÃO: p, m, g	DATA: 30/06

	CORES  OFF WHITE		Sequência Operacional			OBSERVAÇÃO BORDADO LOCALIZADO CENTRO COSTAS.																																												
	ETIQUETAS, TAGS E EMBALAGENS		<table border="1"> <thead> <tr> <th>NOME/CÓDIGO</th> <th>PREÇO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>medalha</td><td></td></tr> <tr><td>etq. de marca</td><td></td></tr> <tr><td>etq. de composição</td><td>13c</td></tr> <tr><td>cod. de barra</td><td>2c</td></tr> <tr><td>protetor higiênico</td><td>6c</td></tr> <tr><td>TAG PIPA</td><td>23c</td></tr> <tr><td>lacre</td><td>6c</td></tr> </tbody> </table>	NOME/CÓDIGO	PREÇO		medalha		etq. de marca		etq. de composição	13c	cod. de barra	2c	protetor higiênico	6c	TAG PIPA	23c	lacre	6c	<table border="1"> <thead> <tr> <th>OPERAÇÃO</th> <th>MÁQUINA</th> <th>TEMPO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>EMBUTIR LAT DIRETA KIMONO NA PALA COSTAS</td><td>RETA</td><td></td></tr> <tr><td>EMBUTIR LAT ESQUERDA KIMONO NA PALA COSTAS</td><td>OVERLOQUE</td><td></td></tr> <tr><td>MARCAR PREGA FÊMEA</td><td>MANUAL</td><td></td></tr> <tr><td>FAZER PREGA FEMEA COSTAS</td><td>RETA</td><td></td></tr> <tr><td>EMBUTIR RECORTE COSTA NA PARTE DE BAIXO DA PALA</td><td>RETA</td><td></td></tr> <tr><td>PREGAR MANGAS NA CAVAS</td><td>RETA (OVERLOQUE)</td><td></td></tr> <tr><td>FAZER DOBRÃO ACABAMENTO VIRADO FRENTE</td><td>RETA</td><td></td></tr> <tr><td>FAZER ACABAMENTO MANGAS</td><td>RETA</td><td></td></tr> <tr><td>BORDADO</td><td>MANUAL</td><td></td></tr> </tbody> </table>	OPERAÇÃO	MÁQUINA	TEMPO	EMBUTIR LAT DIRETA KIMONO NA PALA COSTAS	RETA		EMBUTIR LAT ESQUERDA KIMONO NA PALA COSTAS	OVERLOQUE		MARCAR PREGA FÊMEA	MANUAL		FAZER PREGA FEMEA COSTAS	RETA		EMBUTIR RECORTE COSTA NA PARTE DE BAIXO DA PALA	RETA		PREGAR MANGAS NA CAVAS	RETA (OVERLOQUE)		FAZER DOBRÃO ACABAMENTO VIRADO FRENTE	RETA		FAZER ACABAMENTO MANGAS	RETA		BORDADO	MANUAL
NOME/CÓDIGO	PREÇO																																																	
medalha																																																		
etq. de marca																																																		
etq. de composição	13c																																																	
cod. de barra	2c																																																	
protetor higiênico	6c																																																	
TAG PIPA	23c																																																	
lacre	6c																																																	
OPERAÇÃO	MÁQUINA	TEMPO																																																
EMBUTIR LAT DIRETA KIMONO NA PALA COSTAS	RETA																																																	
EMBUTIR LAT ESQUERDA KIMONO NA PALA COSTAS	OVERLOQUE																																																	
MARCAR PREGA FÊMEA	MANUAL																																																	
FAZER PREGA FEMEA COSTAS	RETA																																																	
EMBUTIR RECORTE COSTA NA PARTE DE BAIXO DA PALA	RETA																																																	
PREGAR MANGAS NA CAVAS	RETA (OVERLOQUE)																																																	
FAZER DOBRÃO ACABAMENTO VIRADO FRENTE	RETA																																																	
FAZER ACABAMENTO MANGAS	RETA																																																	
BORDADO	MANUAL																																																	
MATÉRIA PRIMA PRINCIPAL		COMBINAÇÕES																																																
<table border="1"> <thead> <tr> <th>NOME/CÓDIGO</th> <th>COMPOSIÇÃO</th> <th>FORNECEDOR</th> <th>LARGURA</th> <th>RENDIMENTO</th> <th>Gr/m2</th> <th>CONSUMO</th> <th>PREÇO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>VISCOSE SLUB</td> <td>100% VISCOSE</td> <td>CASA BLANCA</td> <td>1,48 M</td> <td></td> <td></td> <td>1,30 M</td> <td>R\$ 18,20</td> </tr> </tbody> </table>	NOME/CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	LARGURA	RENDIMENTO	Gr/m2	CONSUMO	PREÇO	VISCOSE SLUB	100% VISCOSE	CASA BLANCA	1,48 M			1,30 M	R\$ 18,20	<table border="1"> <thead> <tr> <th>COR DO TECIDO</th> <th>PARTE DA PEÇA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>AZUL MARINHO</td> <td>BORDADO</td> </tr> </tbody> </table>		COR DO TECIDO	PARTE DA PEÇA	AZUL MARINHO	BORDADO	<table border="1"> <thead> <tr> <th>NOME/CÓDIGO</th> <th>FORNECEDOR</th> <th>CONSUMO</th> <th>PREÇO</th> <th>NOME/CÓDIGO</th> <th>FORNECEDOR</th> <th>PREÇO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ETIQUETA BORDADA</td> <td>CRISTINA</td> <td>1 UN POR PEÇA</td> <td>4,50</td> <td>VISCOSE SLUB</td> <td>CASA BLANCA</td> <td>R\$ 14,00</td> </tr> <tr> <td>LINHA</td> <td>ARMARINHO A a Z</td> <td>-----</td> <td>0,01</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		NOME/CÓDIGO	FORNECEDOR	CONSUMO	PREÇO	NOME/CÓDIGO	FORNECEDOR	PREÇO	ETIQUETA BORDADA	CRISTINA	1 UN POR PEÇA	4,50	VISCOSE SLUB	CASA BLANCA	R\$ 14,00	LINHA	ARMARINHO A a Z	-----	0,01								
NOME/CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	LARGURA	RENDIMENTO	Gr/m2	CONSUMO	PREÇO																																											
VISCOSE SLUB	100% VISCOSE	CASA BLANCA	1,48 M			1,30 M	R\$ 18,20																																											
COR DO TECIDO	PARTE DA PEÇA																																																	
AZUL MARINHO	BORDADO																																																	
NOME/CÓDIGO	FORNECEDOR	CONSUMO	PREÇO	NOME/CÓDIGO	FORNECEDOR	PREÇO																																												
ETIQUETA BORDADA	CRISTINA	1 UN POR PEÇA	4,50	VISCOSE SLUB	CASA BLANCA	R\$ 14,00																																												
LINHA	ARMARINHO A a Z	-----	0,01																																															
MATÉRIA PRIMA SECUNDÁRIA (AVIAMENTOS)		PREÇO MATERIA PRIMA (VALOR CHEIO)																																																


PREÇO FINAL: R\$ 23,39


FICHA TÉCNICA

	COLEÇÃO: A FLOR DA PELE	DESCRIÇÃO DE PEÇA: TOP FITNESS ASSÍMETRICO COM TECIDO DE TELA. DATA: 30/06/23
	MODELO: TOP TELA FIT	
	REF: B1723	
	GRADAÇÃO: P M G	

CORES


 MARINHO


 BLUE JEANS

ETIQUETAS, TAGS E EMBALAGENS

NOME/CÓDIGO	PREÇO
medalha	
etq. de marca	60c
etq. de composição	13c
cod. de barra	2c
protetor higiênico	
TAG PIPA	23c
lacre	6c

PREÇO FINAL: R\$ 11,77

MATÉRIA PRIMA PRINCIPAL							
NOME/CÓDIGO	COMPOSIÇÃO	FORNECEDOR	LARGURA	RENDIMENTO	Gr/m2	CONSUMO	PREÇO
SUPLEX LIGHT	90% POLIAMIDA 10% ELASTANO	MIL TECIDOS	1,60 M	3,77 M	240 G	0,37 M	R\$ 6,29
DRY	84% POLIESTER 10% POLIAMIDA 6% ELASTANO	MIL TECIDOS	1,60 M		180 G	0,26 M	R\$ 4,42

MATÉRIA PRIMA SECUNDÁRIA (AVIAMENTOS)						
NOME/CÓDIGO	FORNECEDOR	CONSUMO	PREÇO	PREÇO MATERIA PRIMA (VALOR CHEIO)		
FIO	ARMARINHO A a Z	-----	0,01	NOME/CÓDIGO	FORNECEDOR	PREÇO
LINHA	ARMARINHO A a Z	-----	0,01	SUPLEX LIGHT	MIL TECIDOS	R\$ 17
				DRY	MIL TECIDOS	R\$ 17

COLEÇÃO: a flor da pele	DESCRIÇÃO DE PEÇA:
MODELO: TOP FIT TELA	MODELISTA: CAROLINE
REF: B1723	DESIGNER: Rebeca Fernandes
GRADAÇÃO: p, m, g	DATA: 30/06

Seqüência Operacional			OBSERVAÇÃO
OPERAÇÃO	MÁQUINA	TEMPO	
UNIR FRENTE E COSTA TECIDO PRINCIPAL	OVERLOQUE		
UNIR FRENTE E COSTA FORRO	OVERLOQUE		
EMBUTIR FRENTE E COSTA PELO DECOTE	OVERLOQUE		
EMBUTIR FRENTE E COSTA TELA PELO OMBRO	OVERLOQUE		
COSTURAR TELA NA LATERAL ESQUERDA	GOLEIRA		
PREGAR PALA UNINDO PARTE DE BAIXO DO TOP	GOLEIRA		
COMBINAÇÕES			REBECA FERNANDES MOREIRA DESIGNER CAROLINE MENDES MODELISTA BIANCA KELLY PILOTISTA
COR DO TECIDO		PARTE DA PEÇA	

PRECIFICAÇÃO

Para calcular o valor das peças é necessário somar o custo fixo mensal da empresa e dividir pela quantidade de peças produzidas por mês, acrescentando custo de mão de obra, custos variáveis

CUSTOS FIXOS

1. Água / luz: R\$ 350 ,00
2. Internet : R\$ 100,00
3. Pacote adobe : R\$ 224
4. Mei: R\$ 66, 00
5. Pró-labore : R\$ 3.000
6. Transporte : R\$ 400
7. Pesquisa de Tendências:
R\$600
8. Marketing : R\$ 1,500

Total: 6.240

CUSTOS FIXOS PEÇAS

1. Sacola Grande : R\$ 2,50
2. Cheirinho : R\$0,05 c
3. Embalagem : R\$ 2,20

Total: R\$ 4,75

CUSTOS VARIÁVEIS

1. Modelagem / Pilotagem
- 2.Corte
3. Costura
- 4.Tecidos
- 5.Aviamentos

PRECIFICAÇÃO

FÓRMULA :
$$\frac{\text{Valor Final} = \text{CF} + \text{CFP} + \text{CV}}{(100 - \% \text{ De lucro}) / 100}$$

*Margem de lucro de 70 %

MAIÔ SURF ORLA

Ficha técnica: 12,11

Modelagem e pilotagem : R\$ 60 / 30 = R\$ 2 por peça.

Corte: R\$200 diária - (R\$ 200 dividido por um corte de 5 referencias = $200 / (5 \times 30)$). R\$ 1,66 por peça

costura: R\$ 9 peça

Total: 24,77

CUSTO FIXOS

Soma dos custos dividido pela quantidade de produção.

CF = 6.240/ 1080 (cada ref tera 30 peças então : 36 REf x 30 = 1.080)

CFU = R\$ 5,77 por peça

$$VF = 5,77 + 4,75 + 24,77 / 0,3$$

$$VF = \text{R\$ } 117,63$$

Preço de Venda: R\$ 117, 63

PRECIFICAÇÃO

FÓRMULA :
$$\frac{\text{Valor Final} = \text{CF} + \text{CFP} + \text{CV}}{(100\% - \% \text{de lucro}) / 100}$$

*Margem de lucro de 70 %

BIQUINI SUTIÃ FLOR

Ficha técnica: 7,97

Produção : R\$ 77 / 3 = 25,66

Total: 33,63

CUSTO MÃO DE OBRA

DIÁRIA DE R\$ 77 (R\$ 12,87 a hora)
3 peças por dia

$VF = 5,77 + 4,75 + 33,63 / 0,3$

$VF = \text{R\$ } 147,16$

Preço de Venda: R\$ 147,16

PRECIFICAÇÃO

FÓRMULA :
$$\frac{\text{Valor Final} = \text{CF} + \text{CFP} + \text{CV}}{(100 - \% \text{de lucro}) / 100}$$

*Margem de lucro de 60 %

CALCINHA BIQUINI FLOR

Ficha técnica: 9,17

Produção : R\$ 77 / 3 = 25,66

Total: 34,83

CUSTO MÃO DE OBRA

DIÁRIA DE R\$ 77 (R\$ 12,87 a hora)
3 peças por dia

$VF = 5,77 + 4,75 + 34,83 / 0,4$

$VF = \text{R\$ } 113,37$

Preço de Venda: R\$ 113,37

PRECIFICAÇÃO

FÓRMULA :
$$\frac{\text{Valor Final} = \text{CF} + \text{CFP} + \text{CV}}{(100 - \% \text{de lucro}) / 100}$$

*Margem de lucro de 60 %

KIMONO PIPA

Ficha técnica: 23,39

Modelagem e pilotagem : R\$ 40/ 30 = 1,33 por peça

Corte: 200 diária - R\$ 1,66 por peça

costura: R\$ 12 peça

Total: 38,38

CUSTO FIXOS

soma dos custo dividido pela quantidade de produção.

CF = 6. 240/ 1080 (cada ref tera 30 peças
então : 36 REf x 30 = 1.080)

CFU = R\$ 5,77 por peça

$VF = 5,77 + 4,75 + 38,38 / 0,4$

VF = R\$ 122,25

Preço de Venda: R\$ 122,25

PRECIFICAÇÃO

FÓRMULA :
$$\frac{\text{Valor Final} = \text{CF} + \text{CFP} + \text{CV}}{(100 - \% \text{de lucro}) / 100}$$

*Margem de lucro de 60 %

TOP FIT TELA

Ficha técnica: 11,77

Modelagem e pilotagem : R\$ 45/ 30 = 1,50 por peça

Corte: 200 diária - R\$ 1,66 por peça

costura: R\$ 9 peça

Total: 23,93

CUSTO FIXOS

soma dos custo dividido pela quantidade de produção.

CF = 6. 240/ 1080 (cada ref tera 30 peças
então : 36 REf x 30 = 1.080)

CFU = R\$ 5,77 por peça

$VF = 5,77 + 4,75 + 23,93 / 0,4$

VF = R\$ 86,12

Preço de Venda: R\$ 86,12

PRECIFICAÇÃO

FÓRMULA :
$$\frac{\text{Valor Final} = \text{CF} + \text{CFP} + \text{CV}}{(100 - \% \text{de lucro}) / 100}$$

*Margem de lucro de 60 %

SHORT SAIA FIT

Ficha técnica: 11,68

Modelagem e pilotagem : R\$ 60/ 30 = R\$ 2 por peça

Corte: 200 diária - R\$ 1,66 por peça

costura: R\$ 9 peça

Total: 24,34

CUSTO FIXOS

soma dos custo dividido pela quantidade de produção.

CF = 6. 240/ 1080 (cada ref tera 30 peças
então : 36 REf x 30 = 1.080)

CFU = R\$ 5,77 por peça

$VF = 5,77 + 4,75 + 24,17 / 0,4$

VF = R\$ 87,15

Preço de Venda: R\$ 87,15

SHOOTING













EQUIPE

Artesã : Rosália Fernandes

Modelistas : Caroline mendes e samy Almeida

Pilotistas: Neide de Souza, Jocelio , Bianca kelly

Comunicação Visual : Louane nascimento

Modelo : Adrielle Souza

Fotografia: Maria Amanda

Maquiagem : Rebeca fernandes

produção e Styling: Rebeca Fernandes

Direção Criativa : Rebeca Fernandes

REFERÊNCIAS

TREPTOW, Doris. Inventando Moda: Planejamento de coleção. 5 edição. São Paulo. Doris Tretow.2013.

LORNA, Hall. WGSN | Grandes ideias 2023: moda. Disponível em: <https://www.wgsn.com/fashion/p/article>. Acesso em 30 de maio de 2023 .

Tendências: <https://catchwalk.com/>

DESSEN, Marcia. Emoções à flor da pele. Planejar. org. 2023. Disponível em: <https://www.educamaisbrasil.com.br/enem/artes/caracteristicas-do-renascimento>. Acesso em 5 de maio de 2022

AGRADECIMENTOS

À Deus.

A minha família, em especial a Rosália que participou do projeto como artesã. As minha colegas e amigas de profissão.

"O que você veste é como se apresenta ao mundo... Moda é linguagem instantânea."

- Miuccia Prada

Obrigada!

Rebeca Fernandes.
Rebecafernandesm2000@gmail.com