

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
COORDENAÇÃO DO CURSO SUPERIOR DE
TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA**

FERNANDA FELISBINO

**DESENVOLVIMENTO DE VESTUÁRIO PARA MULHERES DE BAIXA
ESTATURA**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

APUCARANA

2013

FERNANDA FELISBINO

**DESENVOLVIMENTO DE VESTUÁRIO PARA MULHERES DE BAIXA
ESTATURA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, à Coordenação do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda da Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

Orientador: Prof.^a. Janeti Marques D'Andréa

APUCARANA



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Campus Apucarana

CODEM – Coordenação do Curso Superior de
Tecnologia em Design de Moda



2013

TERMO DE APROVAÇÃO
Título do Trabalho de Conclusão de Curso Nº 60
Desenvolvimento de vestuário para mulheres de baixa estatura
por

FERNANDA FELISBINO

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado aos vinte e sete dias do mês de agosto do ano de dois mil e treze, às dezenove horas, como requisito parcial para a obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, Linha de pesquisa Processo de Desenvolvimento do Produto, do Curso Superior em Tecnologia em Design de Moda da UTFPR – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. A candidata foi arguida pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho aprovado.

PROFESSOR(A) JANETI MARQUES D'ANDREA – ORIENTADOR(A)

PROFESSOR (A) – JOSIANY OENNING – EXAMINADOR (A)

PROFESSOR(A) LORIEN CRISHNA ZACARIAS – EXAMINADOR(A)

“A Folha de Aprovação assinada encontra-se na Coordenação do Curso”.

Dedico esse trabalho principalmente a minha mãe, que esteve comigo em todos os momentos de cansaço, fraqueza e desilusão, ela com certeza foi o meu principal apoio em todo o decorrer do trabalho, também dedico a querida Professora Janeti que fez com que o interminável trabalho de conclusão de curso se concluísse com calma e dedicação, sempre me apoiando e me guiando a melhor forma. Muito Obrigada.

"Nossa maior fraqueza está em desistir. O caminho mais certo de vencer é tentar mais uma vez."

Thomas Edison

RESUMO

FELISBINO, Fernanda. **Desenvolvimento de vestuário para mulheres de baixa estatura**. 2013. 163 f. Trabalho de Conclusão de Curso em Tecnologia em Design de Moda – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2013.

O presente trabalho busca novas alternativas de vestuário para o público consumidor de moda que são mulheres com baixa estatura. Desta forma, procura-se confirmar com uma pesquisa realizada por meio de medida antropométrica e questionário, que existe de certa forma esse problema ao público enunciado. Com isso objetivou-se construir uma tabela de medidas, a qual pode beneficiar empresas a diminuir o desperdício de matéria prima e conseqüentemente o custo do produto final para as consumidoras, com um produto adequado ao biótipo corporal sem a necessidade de ajustes. O trabalho busca novas alternativas em peças de vestuário determinadas, para atender as especificações solicitadas, respeitando a estética do público escolhido com as tendências atuais que exigem um corpo mais alongado.

Palavras-chave: Moda. Baixa estatura. Antropometria. Tendência.

ABSTRACT

FELISBINO, Fernanda. **Developing the clothing for women with short stature.** 2013. 163 f. Completion of course work in Fashion Design Technology at Paraná Federal University of Technology. Apucarana, 2013.

The present work searches new alternatives clothing for the consumer public fashion of low stature. This way, it seeks to confirm with a survey conducted by means of anthropometric measure and questionnaire, which exists in a certain way this problem to the public statement. With this result, it was aimed to build a table of measurements, which can benefit companies to reduce the waste of raw material and consequently the cost of the final product to the consumer, with a suitable product to biotype body without needing adjustments. This work seeks new alternatives in certain parts of clothing, to serve the specifications requested, respecting the aesthetics of public chosen with the current trends that demands a body more elongated.

Key words: Fashion. Low stature. Anthropometric. Trend.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Qual a sua altura?	30
Gráfico 2 – Encontra peças de vestuário facilmente	31
Gráfico 3 – Dificuldade em adquirir vestido.....	32
Gráfico 4 – Dificuldade em adquirir camisa	33
Gráfico 5 – Dificuldade em adquirir blazer	34
Gráfico 6 – Dificuldade em adquirir calça jeans	35
Gráfico 7 – Dificuldade em adquirir <i>short</i>	36
Gráfico 8 – Dificuldade em adquirir saia	37
Gráfico 9 – Problemas com vestido	38
Gráfico 10 – Problemas com camisa.....	39
Gráfico 11 – Problemas com blazer	40
Gráfico 12 – Problemas com calça jeans.....	41
Gráfico 13 – Problemas com <i>short</i>	42
Gráfico 14 – Problemas com saia	43

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Informações do Molde	21
Figura 2 – Tabela de medidas antropométrica.....	44
Figura 3 – Tabela de medidas 1	45
Figura 4 – Tabela de medidas 2	46
Figura 5 – Logo <i>Cityscape</i>	48
Figura 6 – Imagem do Público Alvo	52
Figura 7 – Microtendências.....	56
Figura 8 – Macrotendências.....	57
Figura 9 – <i>Briefing</i>	61
Figura 10 – Cartela de cores	62
Figura 11 – Cartela de materiais.....	64
Figura 12 – Cartela de materiais (continuação).....	65
Figura 13 – Shapes Utilizados.....	66
Figura 14 – Sublimação Diamantes.....	67
Figura 15 – Sublimação Leopardo.....	68
Figura 16 – <i>Mix</i> de produtos	69
Figura 17 – Primeiro <i>Look</i>	70
Figura 18 – Segundo <i>Look</i>	71
Figura 19 – Terceiro <i>Look</i>	72
Figura 20 – Quarto <i>Look</i>	73
Figura 21 – Quinto <i>Look</i>	74
Figura 22 – Sexto <i>Look</i>	75
Figura 23 – Sétimo <i>Look</i>	76
Figura 24 – Oitavo <i>Look</i>	77
Figura 25 – Nono <i>Look</i>	78
Figura 26 – Décimo <i>Look</i>	79
Figura 27 – Décimo Primeiro <i>Look</i>	80
Figura 28 – Décimo Segundo <i>Look</i>	81
Figura 29 – Décimo Terceiro <i>Look</i>	82
Figura 30 – Décimo Quarto <i>Look</i>	83
Figura 31 – Décimo Quinto <i>Look</i>	84
Figura 32 – Décimo Sexto <i>Look</i>	85
Figura 33 – Décimo Sétimo <i>Look</i>	86
Figura 34 – Décimo Oitavo <i>Look</i>	87
Figura 35 – Décimo Nono <i>Look</i>	88
Figura 36 – Vigésimo <i>Look</i>	89
Figura 37 – Vigésimo Primeiro <i>Look</i>	90
Figura 38 – Vigésimo Segundo <i>Look</i>	91
Figura 39 – Vigésimo Terceiro <i>Look</i>	92
Figura 40 – Vigésimo Quarto <i>Look</i>	93
Figura 41 – Vigésimo Quinto <i>Look</i>	94
Figura 42 – Primeiro <i>Look</i>	95
Figura 43 – Segundo <i>Look</i>	97

Figura 44 – Terceiro <i>Look</i>	98
Figura 45 – Quarto <i>Look</i>	99
Figura 46 – Quinto <i>Look</i>	100
Figura 47 – Sexto <i>Look</i>	101
Figura 48 – Sétimo <i>Look</i>	102
Figura 49 – Oitavo <i>Look</i>	103
Figura 50 – Nono <i>Look</i>	104
Figura 51 – Décimo <i>Look</i>	105
Figura 52 – Décimo Primeiro <i>Look</i>	106
Figura 53 – Décimo Segundo <i>Look</i>	107
Figura 54 – 1ª Prancha	108
Figura 55 – 2ª Prancha	109
Figura 56 – 3ª Prancha	110
Figura 57 - 4ª Prancha	111
Figura 58 – 5ª Prancha	112
Figura 59 – 6ª Prancha	113
Figura 60 – 7ª Prancha	114
Figura 61 – 8ª Prancha	115
Figura 62 – 9ª Prancha	116
Figura 63 – 10ª Prancha	117
Figura 64 – 11ª Prancha	118
Figura 65 – 12ª Prancha	119
Figura 66 – Ficha técnica camisa <i>look</i> 01	120
Figura 67 – Sequência operacional camisa <i>look</i> 01	121
Figura 68 – Ficha técnica regata <i>look</i> 01	122
Figura 69 – Sequência operacional regata <i>look</i> 01	123
Figura 70 – Ficha técnica calça <i>look</i> 01	124
Figura 71 – Sequência calça operacional <i>look</i> 01	125
Figura 72 – Ficha técnica vestido <i>look</i> 02	126
Figura 73 – Sequência operacional vestido <i>look</i> 02	127
Figura 74 – Ficha técnica calça <i>look</i> 03	128
Figura 75 – Sequência operacional calça <i>look</i> 03	129
Figura 76 – Ficha técnica camisa <i>look</i> 03	130
Figura 77 – Sequência operacional camisa <i>look</i> 03	131
Figura 78 – Ficha técnica <i>short look</i> 04	132
Figura 79 – Sequência operacional <i>short look</i> 04	133
Figura 80 – Ficha técnica camisa <i>look</i> 04	134
Figura 81 – Sequência operacional camisa <i>look</i> 04	135
Figura 82 – Ficha técnica blazer <i>look</i> 05	136
Figura 83 – Sequência operacional blazer <i>look</i> 05	137
Figura 84 – Ficha técnica regata <i>look</i> 05	138
Figura 85 – Sequência operacional regata <i>look</i> 05	139
Figura 86 – Ficha técnica saia <i>look</i> 05	140
Figura 87 – Sequência operacional saia <i>look</i> 05	141
Figura 88 – Ficha técnica camisa <i>look</i> 06	142
Figura 89 – Sequência operacional camisa <i>look</i> 06	143
Figura 90 – Ficha técnica saia <i>short look</i> 06	144

Figura 91 – Sequência operacional saia <i>short look</i> 06	145
Figura 92 – Catálogo coleção primavera-verão 2014.....	146
Figura 93 – Catálogo coleção primavera-verão 2014.....	147
Figura 94 – Catálogo coleção primavera-verão 2014.....	148
Figura 95 – Catálogo coleção primavera-verão 2014.....	149
Figura 96 – Catálogo coleção primavera-verão 2014.....	150
Figura 97 – <i>Facebook Cityscape</i>.....	151
Figura 98 – <i>Fanpage Cityscape</i>	152
Figura 99 – Loja virtual <i>Likestore</i> marca <i>Cityscape</i>	153
Figura 100 – Produto selecionado na loja virtual	154
Figura 101 – Formas de entrega do produto.....	155
Figura 102 – Cadastro para recebimento do produto.....	156

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA	15
1.2 OBJETIVOS.....	16
1.2.1 Objetivo Geral.....	16
1.2.2 Objetivos Específicos.....	16
1.3 JUSTIFICATIVA.....	17
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	18
2.1 ANTROPOMETRIA.....	19
2.2 MODELAGEM.....	20
2.3 ERGONOMIA.....	22
2.4 DESIGN	24
2.4.1 Elementos do Design.....	24
2.4.2 Princípios do Design	25
3 METODOLOGIA.....	27
3.1 COLETA E ANÁLISE DE DADOS	28
3.1.1 NÁLISE DA PESQUISA.....	29
3.1.1.1 Análise da primeira pergunta	30
3.1.1.2 Análise da segunda pergunta	31
3.1.1.3 Análise da terceira pergunta	32
3.1.1.4 Análise da quarta pergunta	38
3.1.1.5 Análise da quinta pergunta	39
3.1.1.6 Análise da sexta pergunta.....	40
3.1.1.7 Análise da sétima pergunta.....	41
3.1.1.8 Análise da oitava pergunta.....	42
3.1.1.9 Análise da nona pergunta	43
3.1.1.10 Tabela de medidas	44
3.1.1.11 Tabela de medidas feminina do público de baixa estatura.....	45
3.1.1.12 Tabela de medidas feminina para baixa estatura.....	46
4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO	47
4.1 EMPRESA	47
4.1.1 Nome da Empresa.....	47
4.1.2 Marca.....	48
4.1.3 Conceito da Marca.....	49
4.1.4 Segmento	49
4.1.5 Distribuição	49
4.1.6 Sistema de Vendas.....	50
4.1.7 Pontos de Vendas.....	50

4.1.8 Promoção	50
4.1.9 Preços Praticados.....	50
5 PÚBLICO – ALVO.....	52
5.1 IMAGEM DO PÚBLICO ALVO.....	52
6 COLEÇÃO PRIMAVERA – VERÃO 2014.....	53
6.1 PESQUISA DE TENDÊNCIAS.....	53
6.1.1 Macrotendências.....	54
6.1.2 Microtendências.....	55
7 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	58
7.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL.....	58
7.2 CONCEITO DA COLEÇÃO.....	58
7.3 NOME DA COLEÇÃO.....	58
7.4 REFERÊNCIA DA COLEÇÃO	59
8 BRIEFING.....	61
8.1 CORES	61
8.1.1 Cartela de Cores.....	62
8.2 MATERIAIS.....	63
8.2.1 Cartela de Materiais.....	64
8.3 FORMAS E ESTRUTURAS	66
8.4 TECNOLOGIAS	66
8.4.1 Sublimações Realizadas.....	67
8.5 DIMENSIONAMENTO	68
8.6 MIX DE COLEÇÃO	69
9 GERAÇÕES DE ALTERNATIVAS.....	70
9.1 GERAÇÕES ESCOLHIDAS E JUSTIFICATIVAS.....	95
9.1.1 Primeiro <i>Look</i>	95
9.1.2 Segundo <i>Look</i>	97
9.1.3 Terceiro <i>Look</i>	98
9.1.4 Quarto <i>Look</i>	99
9.1.5 Quinto <i>Look</i>	100
9.1.6 Sexto <i>Look</i>	101
9.1.7 Sétimo <i>Look</i>	102
9.1.8 Oitavo <i>Look</i>	103
9.1.9 Nono <i>Look</i>	104
9.1.10 Décimo <i>Look</i>	105
9.1.11 Décimo <i>Look</i>	106
9.1.12 Décimo Segundo <i>Look</i>	107
10 PRANCHAS.....	108
11 FICHAS TÉCNICAS.....	120
12 CATÁLOGO	146
13 DOSSIÊ ELETRÔNICO	151

14 CONSIDERAÇÕES FINAIS	157
15 REFERÊNCIAS.....	158
16 APÊNDICE.....	162

1 INTRODUÇÃO

O Brasil sendo um país com miscigenação de vários povos resulta em biótipos variados de diversas estaturas e estruturas corporais, por este fato, pretende-se realizar um trabalho de pesquisa com mulheres de baixa estatura. Procurar saber quais são os problemas enfrentados no momento da compra de roupas dessas mulheres, pode contribuir em resultados que viabilizem a criação e concepção de produtos viáveis, e com menor consumo de matérias primas. Isso considerado espera-se realizar uma tabela de medidas, com uma pesquisa utilizando-se da antropometria.

Vamos encontrar diferentes tabelas de medidas. De país para país essas tabelas podem variar de acordo com o tipo físico da população. No nosso caso, no Brasil, podemos ter também várias tabelas diferentes, de acordo com a região do País. Podemos ainda encontrar variações de determinadas medidas considerando diferentes faixas etárias. (FULCO; SILVA, 2008, p. 6).

Pretende-se com esse trabalho obter uma tabela de medidas de mulheres de baixa estatura, de 25 a 35 anos e vaidosas.

Para Cordeiro (2009), no inverno de 2009 as mulheres estariam em desvantagem pelo fato de as coleções terem muitas pregas nos quadris, achatando a silhueta, nesse caso ela trouxe algumas dicas de como a mulher baixinha pode esbanjar charme alongando a silhueta criando uma linha vertical no corpo através de corte, recorte e cores nos produtos.

1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Como desenvolver uma coleção de moda vestuário para mulheres com estatura entre 1,43m a 1,53m?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Desenvolver uma coleção de vestuário feminino para mulheres de baixa estatura, utilizando dos princípios do design que são conforto, estética, proporção, ergonomia, usabilidade e funcionalidade.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Estudar e conhecer os princípios do design;
- Identificar e realizar uma pesquisa com trinta mulheres, com altura entre 1,47 e 1,53m;
- Realizar a pesquisa nas cidades de Londrina, Apucarana e Araçongas situadas no norte do Paraná, para medir as mulheres escolhidas nos contornos de busto, cintura e quadril e ainda, altura da cintura, comprimento de corpo e altura de pernas;
- Identificar em quais peças aparecem mais problemas;
- Construir tabela de medida a partir dos dados obtidos;
- Desenvolver uma coleção de roupas com a tabela de medida construída.

1.3 JUSTIFICATIVA

Pretende-se com esse trabalho, oportunizar as fábricas de roupas, com uma tabela de medidas para o biótipo citado, pois no caso das calças jeans, nota-se que o comprimento dessas é praticamente igual em quase todos os números.

Construir uma tabela de medida que possa favorecer a uma modelagem adequada, com possibilidade de diminuir o desperdício tanto da parte de quem produz, quanto de quem está consumindo, com o intuito de, economizar materiais e tempo de reforma nas peças. Isso pode ocorrer no comprimento da perna, no acerto da altura do joelho e ainda possíveis ajustes na altura da cintura de vestidos e blusas.

O público consumidor de moda de baixa estatura pode vir a estar sofrendo alguns tipos de dificuldade na compra de produtos de moda.

Dessa forma, os problemas enfrentados na hora da compra pelas mulheres de baixa estatura, e ainda o desperdício de matéria prima, pode ser amenizado, mesmo porque, nos dias atuais a palavra de ordem é “sustentabilidade”.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

No Brasil temos uma questão evidente, o fato de misturar muitas etnias faz com que em cada região existam pessoas de alturas diferenciadas.

Conforme Treptow (2007), as vestimentas acompanham o homem desde a sua evolução, em primeiro modo o homem pré-histórico se cobria de pele de animais, sendo uma excelente forma de proteção contra o frio e possíveis arranhões, mas não ajudando muito com os violentos movimentos da caça.

Para uma roupa ficar perfeita é necessário, de acordo com Jones (2005, p. 148) que “O molde precisa ser testado em morim ou num tecido similar em peso e comportamento àquele que será usado na roupa finalizada. A primeira peça - piloto é o molde de tecido”.

Desta forma o departamento de desenvolvimento necessita saber com precisão o tamanho do público alvo, para isso é necessário ter uma tabela de medidas perfeita.

No Brasil as confecções de moda do vestuário, não necessitam respeitar uma tabela de medida.

A ABIT e a ABNT voltaram a esclarecer que não existe um “padrão de medidas”, mas uma norma NBR 13.377, de 1996, que é apenas uma referência de medidas do corpo para alguns tamanhos de roupa, ou seja, é uma orientação voluntária, segue quem quiser e não há qualquer tipo de punição legal para quem não seguir. (ALVES, 2010)

Isso considerado a pesquisa de campo será importante para determinar uma tabela de medidas, para esse público específico.

2.1 ANTROPOMETRIA

A antropometria é o estudo dos caracteres mensuráveis da morfologia humana. O tamanho físico de uma população deve ser verificado através de uma medição de comprimento e circunferência e o resultado alcançado pode ser empregado para a criação de ferramentas para o trabalho que será executado. (SANTOS; FUJÃO, 2003).

A antropometria divide-se em: (1) somatometria que consiste na avaliação das dimensões corporais do indivíduo- (2) cefalometria que se ocupa do estudo das medidas da cabeça do indivíduo- (3) osteometria que tem como finalidade o estudo dos ossos cranianos- (4) pelvimetria que se ocupa das medidas pélvicas- (5) odontometria que se ocupa do estudo das dimensões dos dentes e das áreas dentárias. (Santos; Fujão, 2003)

Há muita diferença de tamanho entre indivíduos, por isso a necessidade da criação de uma tabela de medidas, a qual poderá ajudar e facilitar pessoas quando vão adquirir um produto, e fábricas quando criam produtos a não desperdiçar matéria prima.

Conforme Silveira (2008, p.27), “Para obtenção dessas medidas, deve-se estabelecer os seguintes objetivos: definição das medidas necessárias; pontos anatômicos devidamente referenciados; escolha dos métodos de mensuração seleção das amostras; execução das medidas; e análises estatísticas”.

De acordo com Rosa (2009), considera-se que uma tabela de medidas refere-se a pessoas de uma determinada região, e que devemos ter em mente que uma tabela de medidas está em constantes mudanças devido à forma de alimentação, alterando as formas e medidas consideravelmente.

Para Boueri (2008), o dimensionamento do vestuário é de grande importância para se incluir segurança, conforto, estética e proteção, para isto deve existir uma noção de dimensão, proporção e escala do corpo humano. O estudo da antropometria não é usado exclusivamente para o vestuário, como também para criar projetos de casas, cidades, mobiliários e edifícios. A antropometria é originada da Antropologia física, que foi estudada por filósofos, teóricos, arquitetos e designers. A utilização da antropometria deu início na década de 1950. Atualmente

ela é utilizada por meio de escaneamento do corpo humano com programa de computadores que fazem os cálculos das medidas.

Uma simples observação de pessoas mostrará que a espécie humana varia grandemente de tamanhos físicos. Um bom indicativo é o facto das roupas serem feitas para diferentes tamanhos, que contam não só com diferentes alturas, mas também com comprimentos e circunferências dos braços e pernas, circunferências da cintura e do peito, e largura dos ombros. Tudo isto tem derivado dos dados antropométricos. No entanto, estas observações não são suficientes para permitir que o envolvimento seja adequado às formas e tamanhos das pessoas. (Santos; Fuijão, 2003)

A tabela de medidas será construída através da medição de pessoas pertencentes ao público alvo, ao vivo com fita métrica para medição de circunferências as quais são: busto, cintura, quadril, costado, ombro, altura cintura/frente, altura cintura/costas, altura busto, comprimento manga, entre pernas, altura do gancho e gancho total e régua para medição da altura total do corpo.

2.2 MODELAGEM

A modelagem é a técnica que consiste na criação da peça de vestuário e estrutura da roupa. Oferecendo caimento, forma e volume às peças e com um extenso conhecimento na área há a possibilidade de interpretações de soluções. A técnica mais utilizada nos tempos modernos é a modelagem plana informatizada (CAD) que consiste em um operador da máquina criar um molde em um tamanho específico digitalizá-lo e a partir deste, fazer as próximas etapas, que são gradação, encaixe, risco e corte com rapidez e exatidão. As etapas da modelagem são:

1. Definição da tabela de medidas;
2. Traçado do diagrama;
3. Interpretação do modelo específico;

4. Preparação da modelagem para o corte;
5. Ajustes e correções;
6. Graduação. (ROSA, 2009).

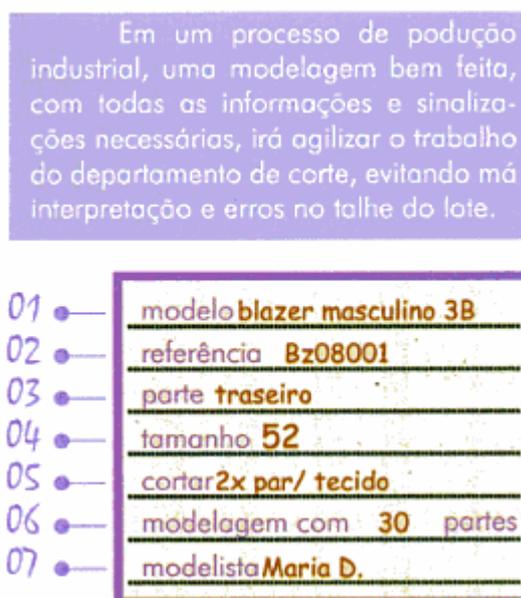


Figura 1 - Informações do Molde
Fonte: Alfaiataria: Modelagem plana Masculina (2009)

Quando se inicia um trabalho de criação de uma coleção de moda devem ser usadas modelagens distintas para criar modelos diferenciados. Para o público escolhido haverá a necessidade de modelagem especial, pois pessoas com baixa estatura sente falta de produtos adequados ao biótipo.

Para Osório, a modelagem da roupa feminina, deve ser feita a partir de medidas tiradas em um grupo de pessoas específicas com um tamanho padrão. Realizada com a criação de blocos geométricos, utilizando tabela de medidas anatômicas, “diagrama de orientação e uma descrição detalhada da sequência da construção”. (OSÓRIO, 2007, p.17)

Com a pesquisa que será realizada com um de grupo de pessoas, coletará os principais problemas encontrados nos produtos de moda, será criada uma tabela de medidas especificando o que poderá ser alterado, com isso considerado se iniciará

as modelagens, que nada mais é que uma interpretação das medidas, para a criação do molde.

Na modelagem, nunca deve – se esquecer do uso de margens de costura, marcações de piques, franzidos e pregas, quando se cria recortes, todos devem ser refeitos adicionando margem de costura. E sempre identificar a qual parte ela pertence, por exemplo, punho, manga, costas, etc. e também não se esquecer da marcação do fio. (FULCO; SILVA, 2008, p. 11 – 12)

A modelagem será criada a partir da tabela de medidas que será construída, com isso o sistema utilizado será o CAD, que nos tempos atuais é o mais utilizado dentro das empresas, tornando – se mais fácil e moderno o processo, e também os moldes traçados saem com exatidão, devido até mesmo a sua facilidade em alterar moldes já existentes dentro da empresa, fazendo com que as modelagem se finalizem com mais rapidez e ainda existe uma maneira de inserir moldes feitos externamente ou a mão a partir de um scanner ou mesa digitalizadora, facilitando o processo de modelagem nos tempos atuais.

2.3 ERGONOMIA

A ergonomia está relacionada com nosso cotidiano, e com qualquer artifício que usamos como roupas, acessórios, utensílios imobiliários, equipamentos de escritório entre outros. Levando – se em conta o ser humano e suas aptidões, capacidades e limitações. (MARTINS, 2008).

Contudo, ao desejar criar um produto plausível, deve-se trabalhar a ergonomia da concepção, desde a etapa inicial de idealização do produto. Quando isso não acontece o produto pode apresentar variados desajustes, por isso terá que ser corrigido, se este for recommçado perde-se tempo e trabalho, desta forma a ergonomia de concepção faz parte do projeto do produto.

Para a ergonomia, o corpo humano, é o ponto de partida para o correto dimensionamento de um produto. Portanto, a escala humana é nossa referência isso implica em considerações que somos semelhantes em forma e tamanho, mas nunca iguais. (MARTINS, 2008, p.322)

Um produto deve ser ergonomicamente correto quando se fala em conforto, mecanismo dos movimentos e segurança.

A ergonomia tende a deixar o produto de moda mais confortável, nesse público quando se diz respeito de uma largura de costas adequado, altura da cintura, altura do cós e de joelhos, será para diagnosticar os possíveis ajustes para um caimento perfeito da peça do vestuário.

A ergonomia num sentido amplo estuda os critérios necessários para adaptar o ambiente e os produtos às características humanas. Para isso, ela aplica teorias, princípios, dados e métodos, que possam, previamente, preservar a vida humana, nos aspectos relativos à saúde, segurança, conforto e satisfação. (SILVEIRA, 2008, p. 25)

No mecanismo de movimentos, o produto que é utilizado como vestimenta está ligado ao andar, gesticular, abrir e fechar braços, dar passos e movimentos corporais. Com ergonomia nas roupas, se pode ter uma facilidade maior de movimentos do corpo, isso poderá ser alcançado com tecido diferenciados, com elasticidade e ainda modelagem mais adequada para o público escolhido.

Por sua vez, Savas (2004 apud MARTINS, 2008) indaga que os produtos formam um relacionamento emocional entre usuário e produtos, seja este positivo, seja de rejeição. No primeiro caso, o usuário se identifica com o produto e faz o possível para mantê-lo, já na segunda situação provoca rejeição, indicando um estado emocional negativo com o usuário, que o descartará facilmente.

Com isso, sabe-se que uma pessoa vai estar completamente realizada quando percebe segurança com o produto que se está utilizando, se o mesmo for adequado para seu estereótipo de corpo, com sua altura e principalmente com sua realização pessoal, que é a de estar usando um produto apropriado e agradável.

2.4 DESIGN

O design deve tornar-se um inovador, altamente criativo, ferramenta multidisciplinar pode responder às verdadeiras necessidades dos homens. Deve ser mais de pesquisa orientada, e devemos parar de poluir a própria terra com objetos e estruturas mal projetadas. (PAPANÉK, 1972)

De acordo com Bürdek (2010), o design requer considerações de criatividade, descrição de invenção e inovação, todos os objetos de design são um resultado de muita inventividade, determinações e decisões.

Todos os homens são designers. Tudo o que fazemos quase todo o tempo é o projeto, para o projetar é fundamental para toda a atividade humana, planejamento e padronização de qualquer ato no sentido de um desejado fim previsível, constituindo o processo de design. Qualquer tentativa de separar o design, para torná-lo uma coisa por si, funciona com valor intrínseco. Design é o esforço consciente para impor a ordem significativa. (PAPANÉK, 1972)

2.4.1 Elementos do Design

A silhueta é um dos elementos do design de mais primazia, pois se utiliza para dar volume, acompanhar contornos do corpo e também alterá-los, a utilização deste pressupõe a quebra de padrões, resultando em peças admiradas pelo consumidor. (TREPTOW, 2007)

O elemento de mais importância dentro do trabalho escolhido para desenvolvimento de vestuário ao público de baixa estatura é a linha, pois conforme Treptow (2007), ela é quem transmite todo o diferencial a peça, seja com costuras em partes das peças unindo-as, até a utilização da própria linha como estampas, também utiliza-se o elemento em decotes profundos, fendas em saias e vestidos, a unção de todos estes citados tem o efeito de alongar a silhueta.

Outro elemento citado por Treptow (2007) é a textura, que se não souber escolher corretamente, terá o efeito desejado, o designer passa diferenciadas ideias

para desenhos, mas se não tiver as ações de saber lidar com gramaturas, composições e texturas de tecidos, as peças não terão caimento desejado.

2.4.2 Princípios do Design

Os princípios do design são bem definidos por Jones (2005), os quais são: repetição, ritmo, gradação, radiação, contraste, harmonia, equilíbrio, proporção e sensação corporal.

Visualmente os corpos humanos são simétricos, mas sempre há uma diferença entre os lados. No caso da repetição ela cabe quando se cria peças com pregas, botões, drapeados entre outros, pois a intenção é de que o produto final fique harmonioso e aceitável ao público. O ritmo pode ser utilizado na criação de estampas, obtendo luz e movimento nas peças.

Emprega-se a gradação na criação de franzidos, bordados com lantejoulas, aplicações de pérolas, com a intenção de que a peça foi criada especialmente para a consumidora, fazendo com que o produto final fique diferenciado. Mesmo porque no momento da aplicação dos acessórios, efetua-se a aplicação em diferentes locais na peça.

O contraste se dá quando se faz “*mix de tecidos*” aproveitando, por exemplo, um blazer de veludo, com uma camisa de seda e na parte de baixo um simples *Jeans*, contrastando o *look*, deixando-o sofisticado, mas despojado.

A harmonia que se assemelha ao Contraste requer cores que “conversam entre si”, e tecidos que se combinam, criando uma coleção harmoniosa consegue-se combinar as peças com facilidade.

Equilíbrio e proporção serão os mais utilizados para a criação da coleção, pois indaga a simetria do corpo, o conceito de valorização para disfarçar possíveis defeitos. Corpos assimétricos precisam de ricos detalhes em apenas um dos lados do corpo para contrapor os detalhes. No estudo de proporção temos que identificar onde desejamos valorizar para dar a ilusão de silhueta mais esguia.

Quando se fala de sensação corporal sabe-se que as pessoas procuram materiais e modelagens que satisfaçam suas necessidades em cada ocasião. Cada tipo de roupa e cada tipo de corpo acabam causando uma imagem diferente.

Aprender como combinar diferentes materiais é uma habilidade que vale a pena acrescentar aos seus talentos artísticos. Estilistas e comerciantes que trabalham com peças avulsas precisam saber quais são as boas combinações e os bons contrastes e como equilibrar esses dois elementos em uma linha ou mostruário de loja. (JONES, 2005, p. 110).

A forma em que se utiliza o design dentro da coleção proposta, é feita em quase todos os seus elementos e princípios, emprega-se os elementos dentro da coleção para disfarçar algumas partes que pareçam pequenas aos nossos olhos, como a utilização de fendas, cós alto linhas em diferenciados momentos e estilos, as texturas também, as melhores formas de utilizar para o caimento perfeito da peça, para as finalidades de alongar, transformar a silhueta em algo mais agradável de se ver tornando as mulheres do público escolhido com visual alongado e mais felizes.

Os princípios do design citados, também serão empregados na coleção para transformar todo o conjunto, em peças agradáveis ao ser vista por pessoas que não entendam muito do assunto pautado, como *mix* de tecidos, apliques de botões e rebites, algumas pregas, equilibrar possíveis imperfeições, trazendo proporção ao corpo deixando à forma de vestir mais divertida e agradável, ocasionando a simetria dos corpos.

3 METODOLOGIA

O presente trabalho se utiliza de pesquisa bibliográfica, em meio eletrônico, revistas, periódicos, e ainda a pesquisa de campo, para reconhecer e medir as mulheres escolhidas.

A utilização da pesquisa quantitativa dentro do trabalho será para, de certa forma amenizar o problema existente dentro da sociedade, para que a pesquisa se conclua fez-se necessária a análise de indivíduos, considerando alturas e distinções corporais de pessoas parecidas, obtendo-se resultados para a criação de uma tabela de medidas para o público de baixa estatura, valendo-se da técnica estatística média, sendo esta uma pesquisa quantitativa.

Pesquisa Quantitativa: considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Requer o uso de recursos e de técnicas estatísticas (percentagem, média, moda, mediana, desvio-padrão, coeficiente de correlação, análise de regressão, etc.). (SILVA; MENEZES, 2005, P. 20)

De acordo com Marconi e Lakatos (2007), uma análise quantitativa em sua maioria envolve números, pesquisa que deve ser feita atenciosamente e sem pressa, e deixar com que a coesão encaminhe a solução autêntica apropriada.

A análise que será efetivada pelo método qualitativo identificará o que e onde especificamente o indivíduo necessita de mudanças, um grupo de pessoas irá responder a um questionário, para no futuro saber que o que se tem em mente será viável para esse público ou não.

A pesquisa qualitativa é particularmente útil como uma ferramenta para determinar o que é importante para os clientes e porque é importante. Esse tipo de pesquisa fornece um processo a partir do qual questões-chave são identificadas e perguntas são formuladas, descobrindo o que importa para os clientes e porquê. (MORESI, 2003, p. 69)

A pesquisa aplicada juntamente com outra pesquisa efetivada, pode-se obter resultados para a criação e aplicação dos resultados.

De acordo com Marconi e Lakatos a pesquisa aplicada é (2007, p. 20) “como o próprio nome indica, caracteriza-se por seu interesse prático, isto é, que os resultados sejam aplicados ou utilizados, imediatamente, na solução de problemas que ocorrem na realidade”.

Com base nessas pesquisas serão executadas duas fases, a primeira que se refere à escolha, definição e delimitação do tema escolhido (decisória), e a segunda que menciona a construção e a execução da pesquisa (construtiva).

O método que será utilizado para a obtenção das medidas do corpo do público escolhido será a antropometria Estática, ou seja, medida realizada com o corpo em posição imóvel.

Um trabalho incluindo um público diferenciado, com peças de vestuário já existentes necessita-se de observação, entrevistas e pesquisas relacionadas para a obtenção do produto desejado e plausível. Sendo assim, primeiramente será realizada a entrevista com o público, coletando as principais ideias e problemas que realmente é encontrado e dificilmente solucionado, posteriormente com todas as dificuldades enumeradas, pode-se concretizar a criação de um questionário com algumas perguntas fechadas e de múltipla escolha.

Com finalidade de uma criação almejada e necessária, com pesquisa e principais problemas encontrados, inicia-se um processo de criação de uma coleção com o que mais foi solicitado pelas entrevistadas.

3.1 COLETA E ANÁLISE DE DADOS

A análise e coleta de dados foram feitas com trinta mulheres com a estatura entre 1,47 e 1,53 para obter informações na construção de uma tabela de medidas.

No mesmo momento realizou-se um questionário com o intuito de saber em quais peças de vestuário essas mulheres estão encontrando mais dificuldade e em que parte da modelagem pode-se solucioná-lo.

A pesquisa determinou uma tabela de medidas com resultados quantitativos, que foi realizado com a média dos resultados obtidos, ou seja a soma de todos os valores dividido pelo número de pessoas entrevistadas. (Apêndice)

3.1.1 NÁLISE DA PESQUISA

As considerações proporcionadas por Boueri (2008), sobre a antropometria dentro do mercado da moda tem o intuito de ajudar na melhora de alterações na tabela de medidas, isso pode abranger consumidoras maiores e menores, em peso e altura. Constatando os resultados, foi plausível finalizar que a indústria têxtil e o comércio da moda usam subsídios por vezes irrealis, lesando assim a qualidade de seus produtos, no que diz respeito a tamanho de pessoas.

Confirma-se então a importância da criação de uma tabela antropométrica diferenciada para o público de baixa estatura, utilizando-se do método de medição de um determinado grupo de pessoas, concluindo que realmente as pessoas se sentem desejosas de alguns ajustes nas peças de vestuário, encontradas no mercado atual.

A pesquisa de campo e a medição de trinta mulheres de baixa estatura foram realizadas nas cidades de Londrina, Araçongas e Apucarana, obtendo os seguintes resultados:

3.1.1.1 Análise da primeira pergunta

Qual a sua altura?

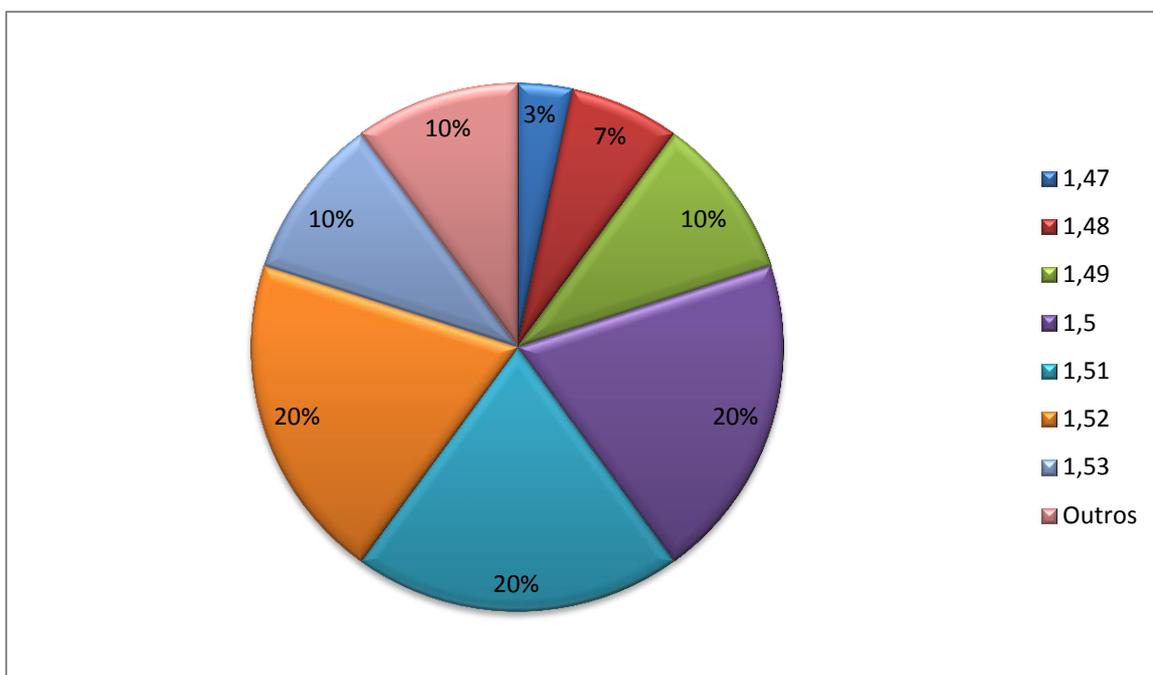


Gráfico 1 – Qual a sua altura?
Fonte: Autoria própria

De acordo com os resultados obtidos, nota-se que há um público maior com estatura entre 1,50 m e 1,52 m.

3.1.1.2 Análise da segunda pergunta

Normalmente você encontra peças de vestuário para seu tipo de corpo facilmente?

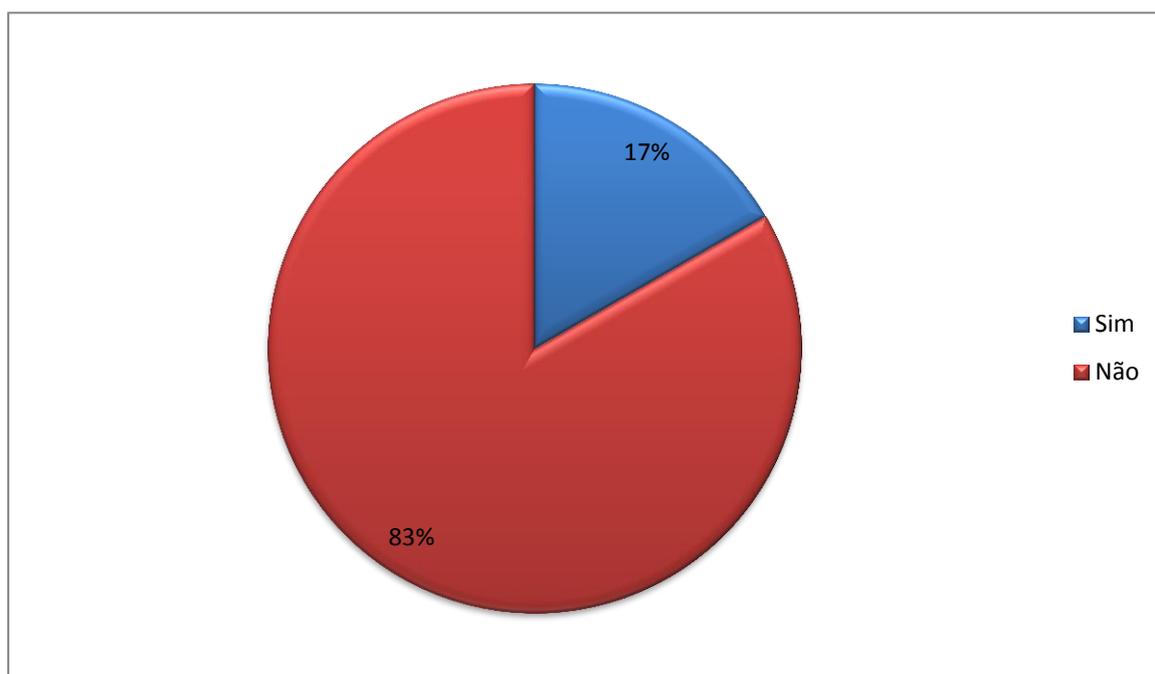


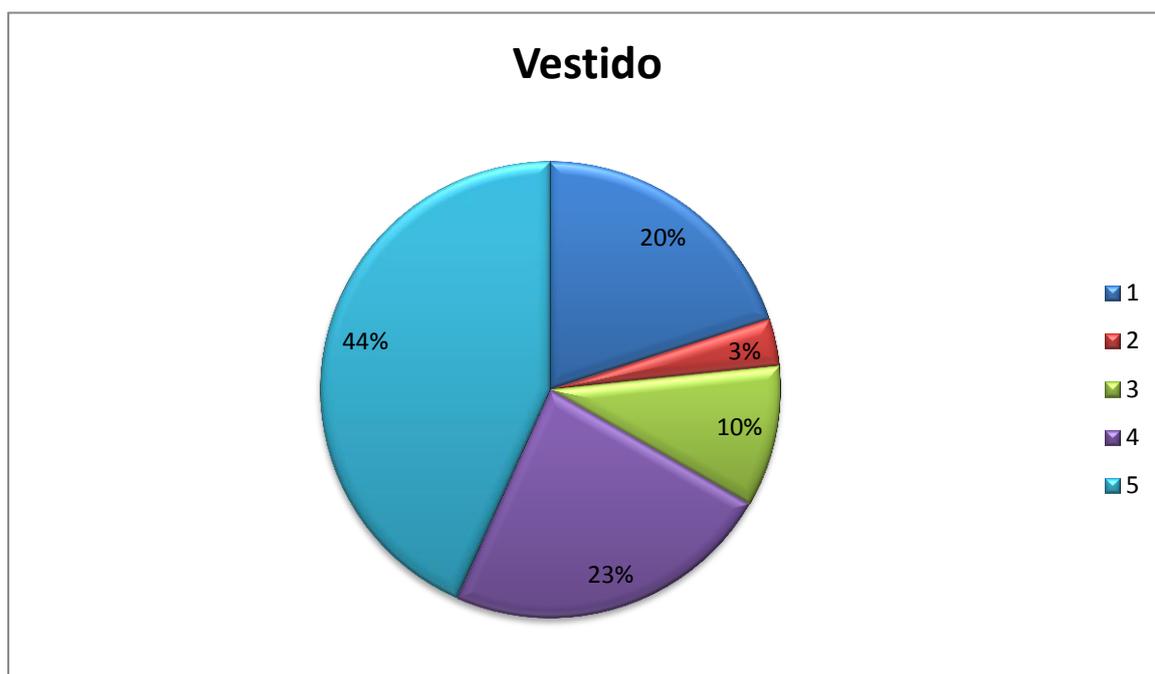
Gráfico 2 – Encontra peças de vestuário facilmente
Fonte: Autoria própria

Com o resultado da pesquisa realizada percebe-se que 83% das mulheres entrevistadas têm dificuldades em encontrar peças de vestuário adequadas para seus tamanhos.

3.1.1.3 Análise da terceira pergunta

Numere de 1 a 5, de acordo com o grau de dificuldade sendo 1 para raramente e 5 para sempre, as peças que tem mais dificuldade de encontrar no seu tipo de corpo.

- Vestido



Nota-se que a maior parte das mulheres entrevistadas sente dificuldade de grau cinco para adquirir vestidos.

- Camisa

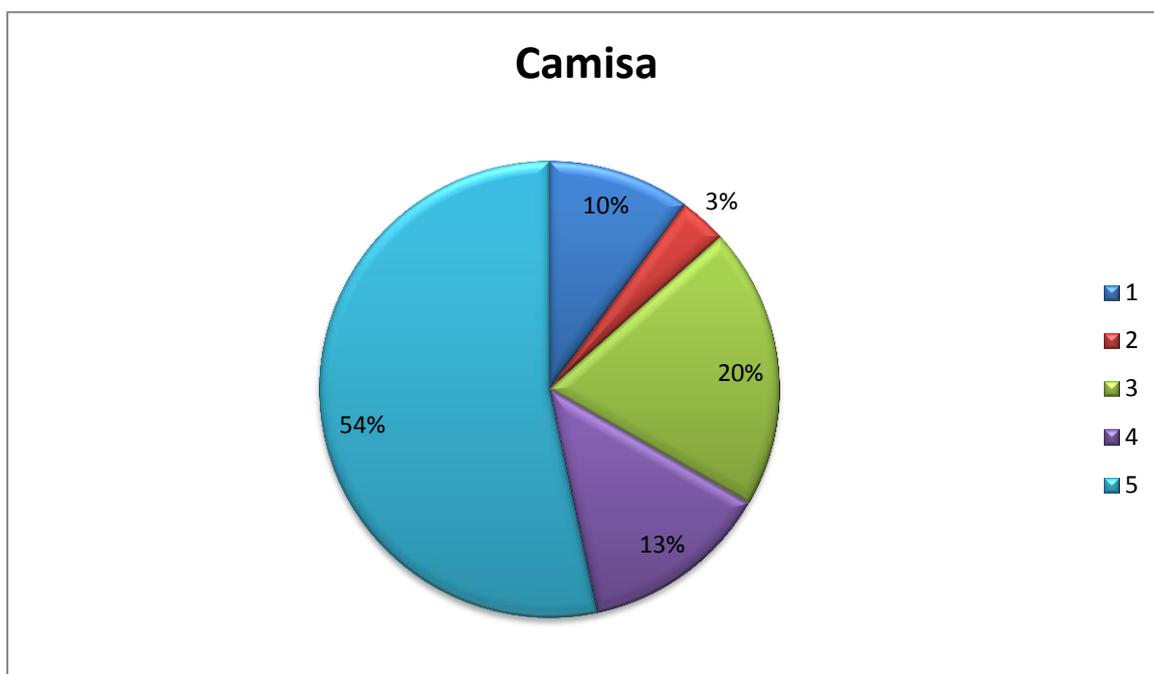


Gráfico 4 – Dificuldade em adquirir camisa
Fonte: Autoria própria

O gráfico mostra que mais da metade das pessoas entrevistadas tem dificuldade de grau cinco em encontrar camisas que fiquem de forma adequada ao corpo.

- Blazer

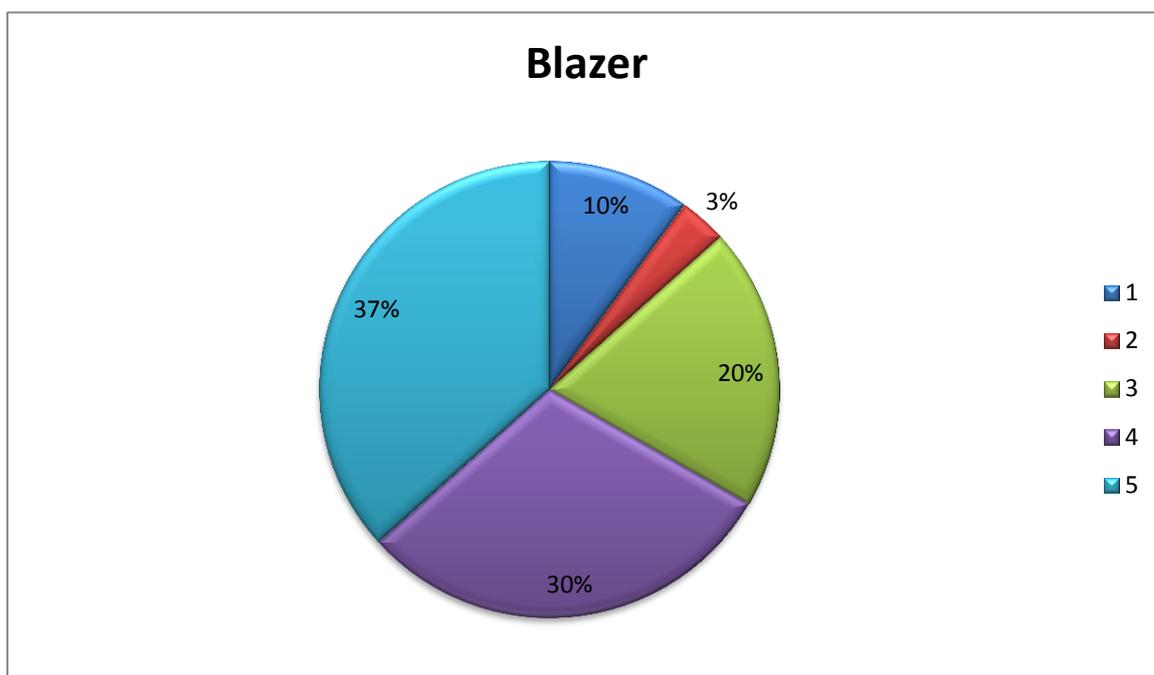


Gráfico 5 – Dificuldade em adquirir blazer
Fonte: Autoria própria

Em se tratando do Blazer, não é uma peça chave no guarda roupas de todas as mulheres, as dificuldades de encontrá-lo estão equilibradas, mas com o grau elevado.

- Calça Jeans

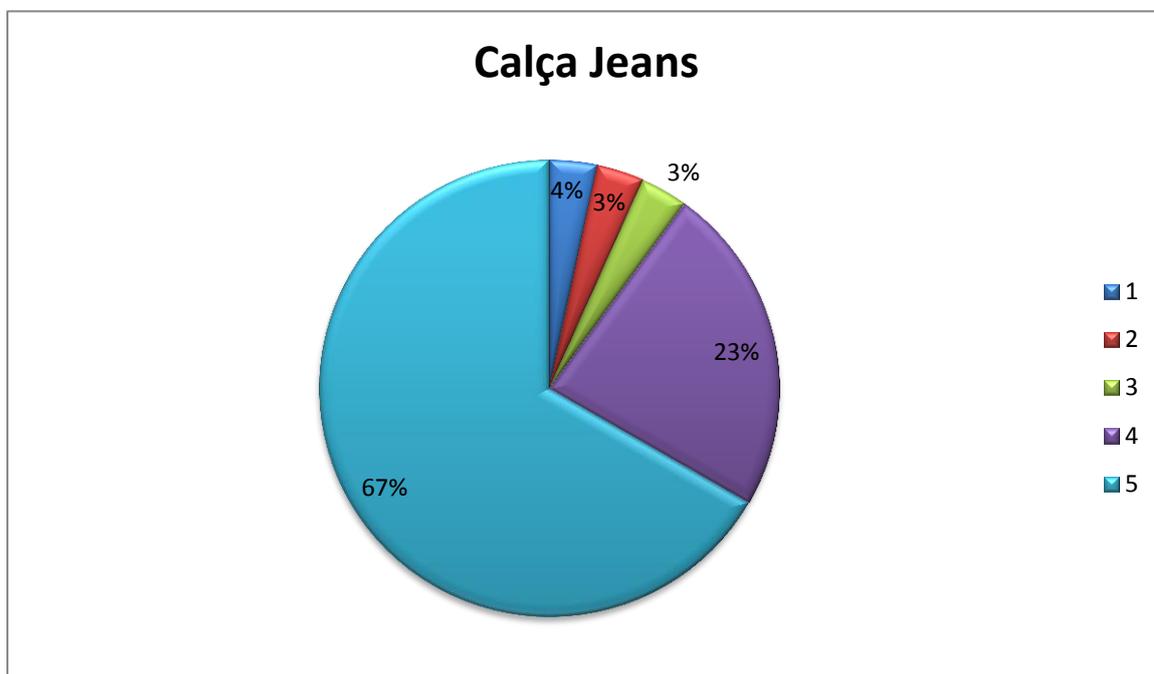


Gráfico 6 – Dificuldade em adquirir calça jeans
Fonte: Autoria própria

Essa questão mostra que uma grande maioria tem problemas quando vão adquirir uma Calça Jeans.

- *Short*

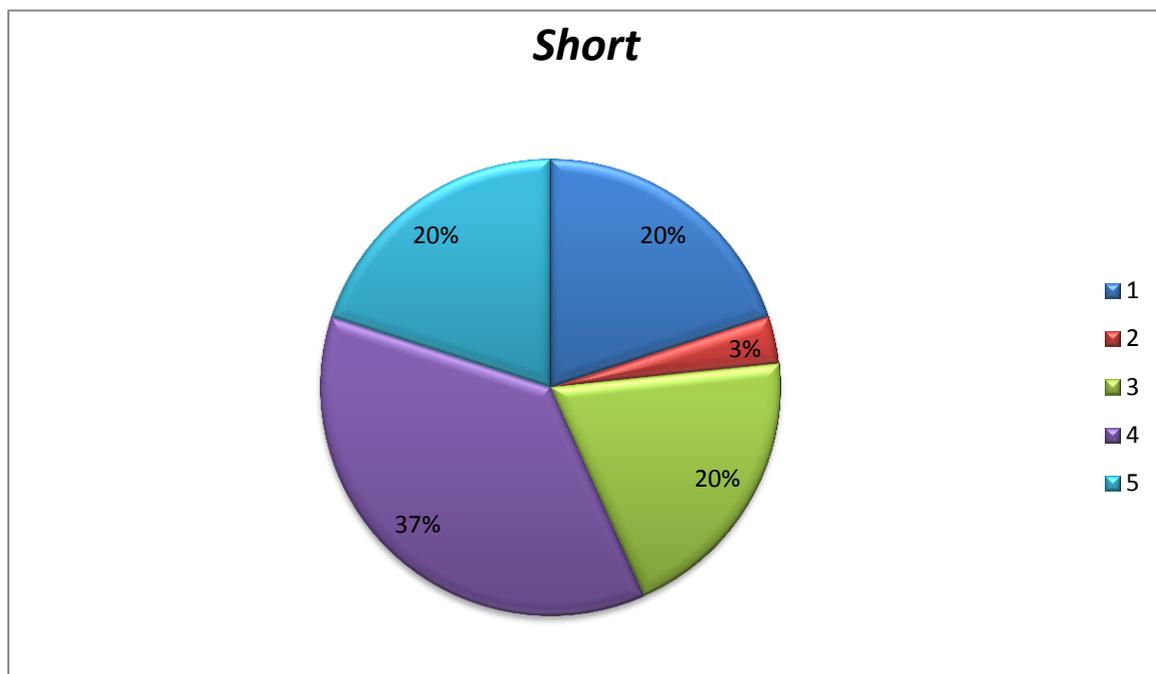


Gráfico 7 – Dificuldade em adquirir *short*
Fonte: Autoria própria

O gráfico mostra que existe sim o problema na aquisição do *short*, mas não é a peça que contenha grande problema.

- Saia

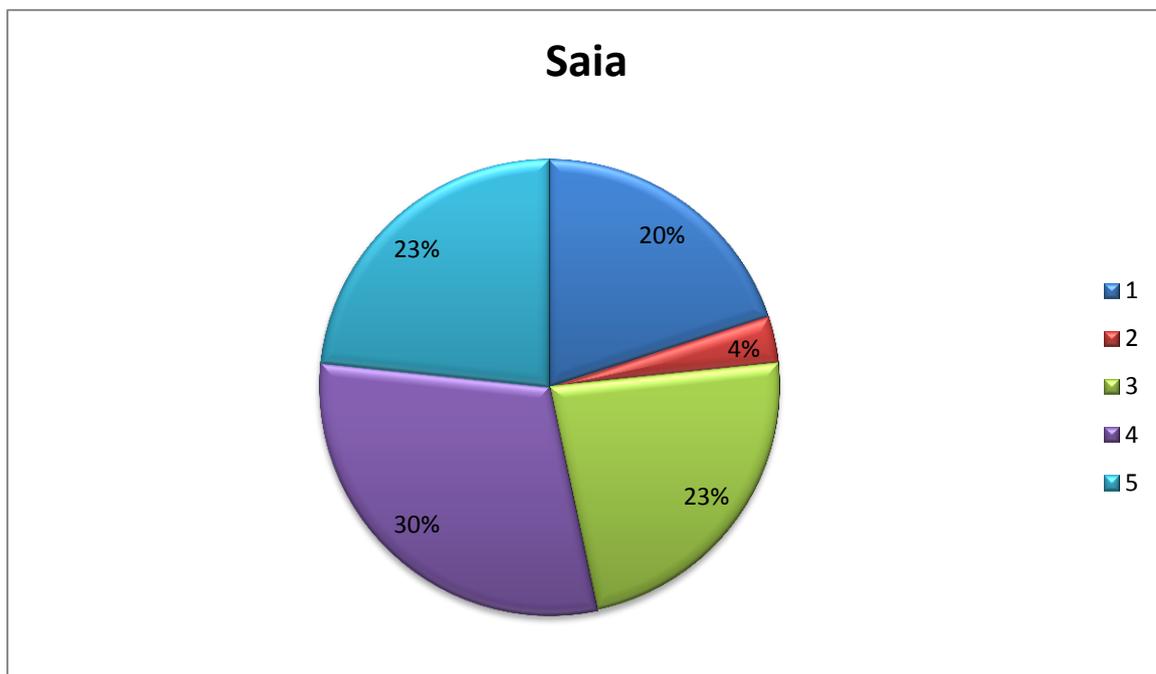


Gráfico 8 – Dificuldade em adquirir saia
Fonte: Autoria própria

A saia, assim como no *short*, o problema está balanceado.

3.1.1.4 Análise da quarta pergunta

Vestido: o defeito se encontra onde?

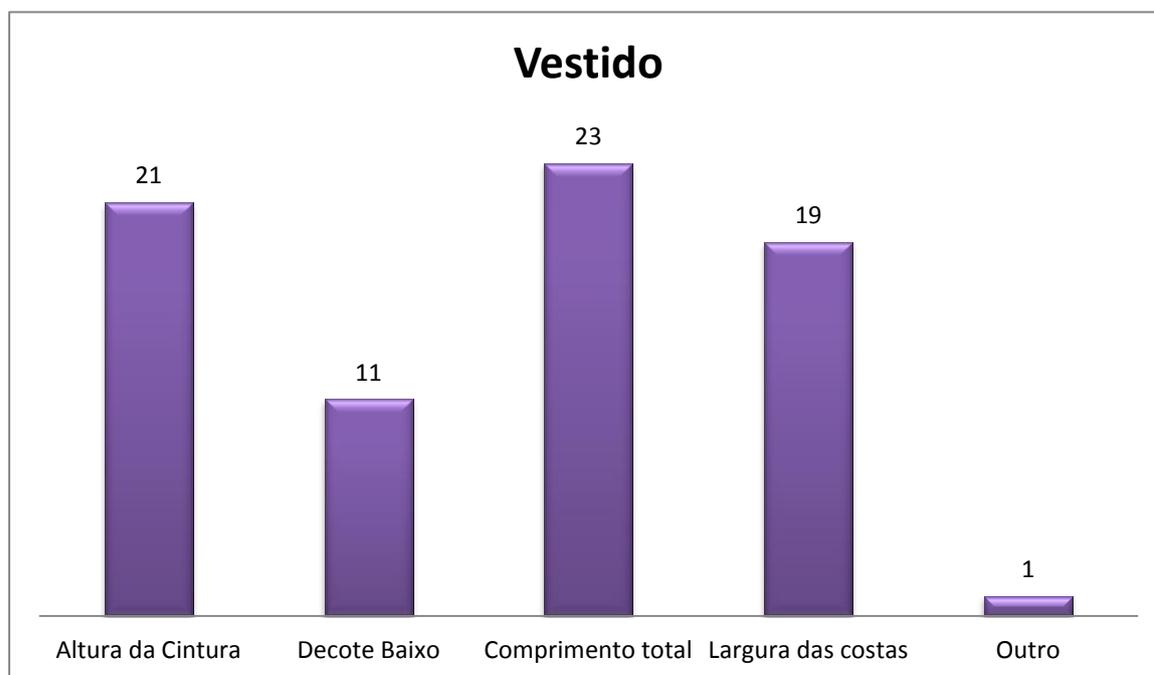


Gráfico 9 – Problemas com vestido
Fonte: Autoria própria

De acordo com o gráfico os maiores problemas são no comprimento total e na altura da cintura para o vestido.

3.1.1.5 Análise da quinta pergunta

E na Camisa?

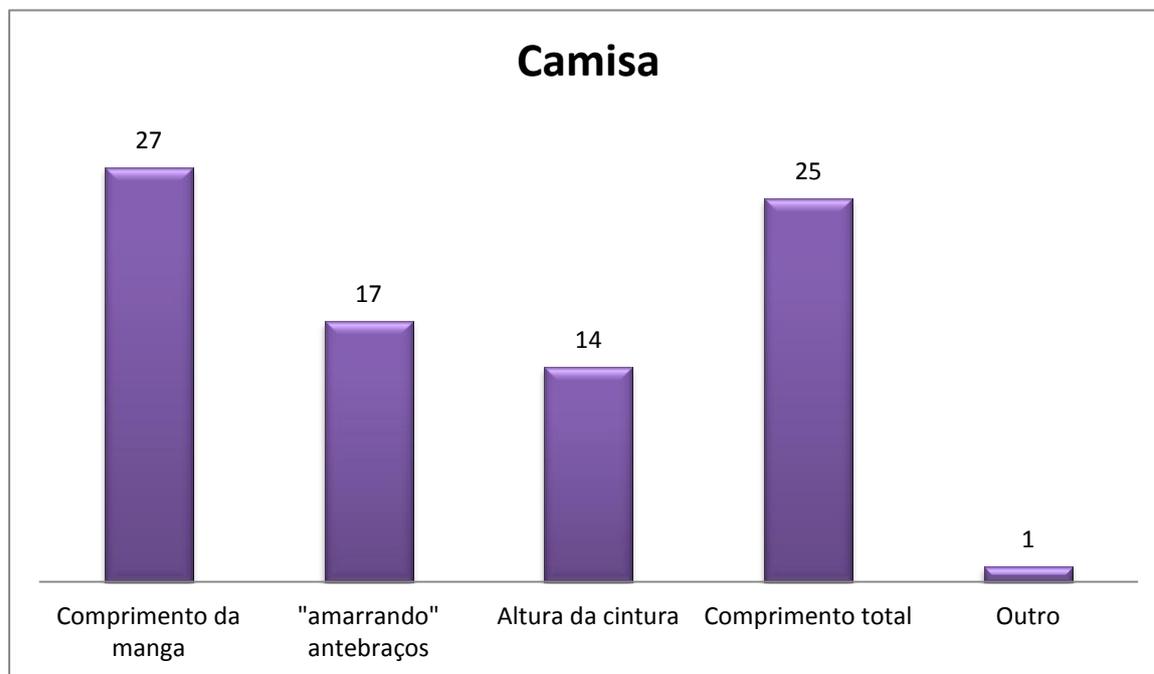


Gráfico 10 – Problemas com camisa
Fonte: Autoria própria

Analisando o gráfico, os problemas que as pessoas encontram são maiores no comprimento da manga e comprimento total.

3.1.1.6 Análise da sexta pergunta

E no Blazer?

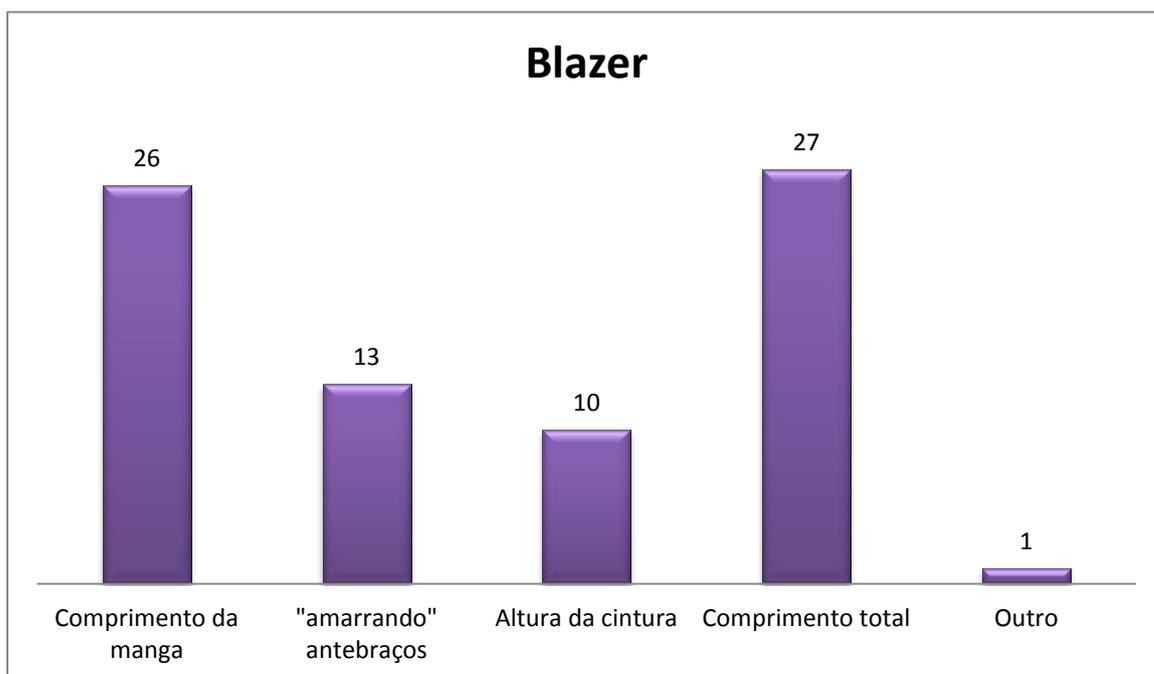


Gráfico 11 – Problemas com blazer
Fonte: Autoria própria

De acordo com o gráfico, 26 pessoas acham que o comprimento da manga e 27 que o comprimento total é o maior problema.

3.1.1.7 Análise da sétima pergunta

E na Calça Jeans?



Gráfico 12 – Problemas com calça jeans
Fonte: Autoria própria

Na calça jeans, os problemas que mais incomodam são comprimento maior da perna, e no modelo de calça *flare* por ter que ser muito reduzida na barra, esta perde o efeito.

3.1.1.8 Análise da oitava pergunta

E no *Short*?

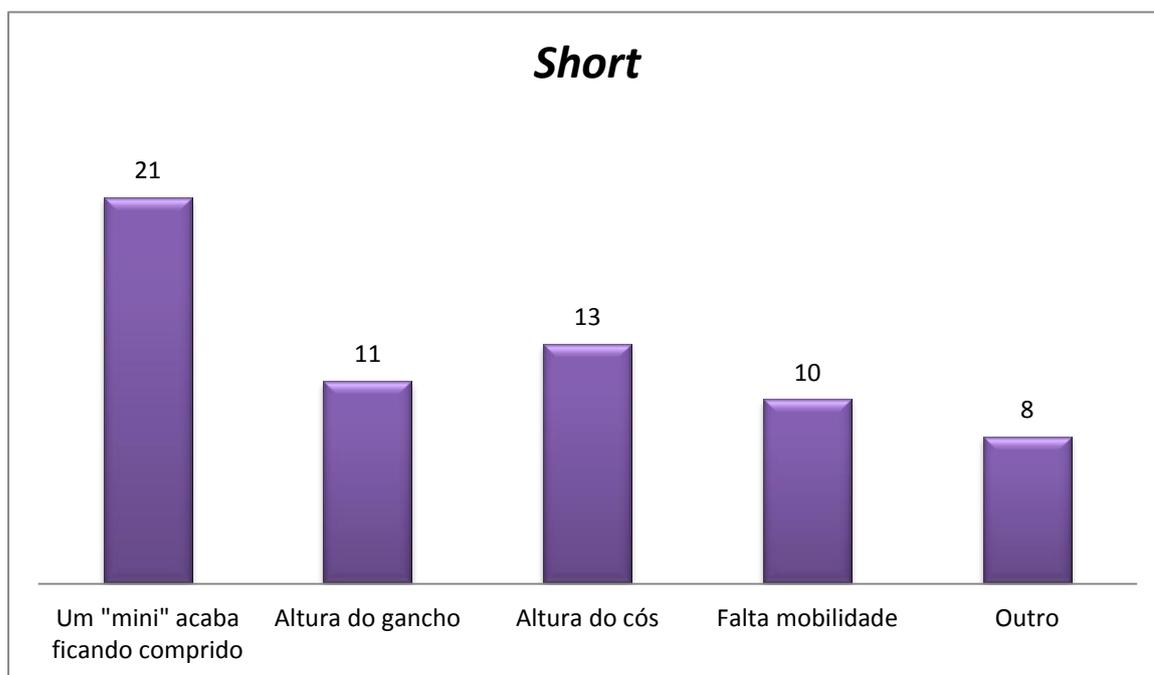


Gráfico 13 – Problemas com *short*
Fonte: Autoria própria

O *short* é algo que foi muito pautado na pesquisa, e de acordo com as entrevistadas, até um *mini short* fica comprido.

3.1.1.9 Análise da nona pergunta

E na Saia?

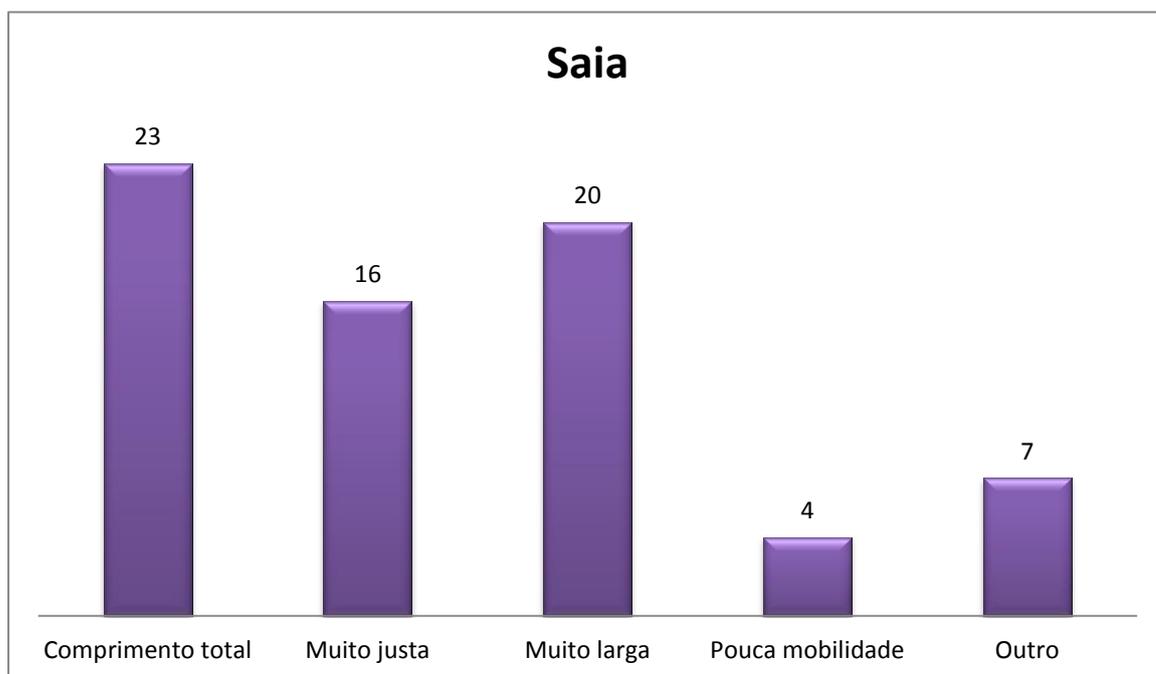


Gráfico 14 – Problemas com saia
Fonte: Autoria própria

O grande problema da saia é que ela fica comprida.

3.1.1.10 Tabela de medidas

Descrição	Nome																													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Busto (circunferência)	82	83	80	81	78	82	81	84	87	94	99	91	89	104	82	80	81	79	75	78	81	79	80	82	80	82	94	84	81	84
Cintura (circunferência)	70	71	61	69	61	68	71	60	68	77	85	69	69	93	70	72	73	70	60	65	73	70	71	72	62	67	77	71	67	72
Quadril (circunferência)	98	93	88	94	86	91	96	92	92	97	103	90	89	111	93	88	87	87	83	87	86	88	89	87	87	90	97	96	90	98
Costado (de osso a osso)	33	36	34	38	34	37	34	36	35	37	38	37	36	35	34	34	33	33	32	33	31	32	33	34	33	31	37	32	33	34
Ombro (base do pescoço até o osso)	13	13	11	13	11	12	12	13	12	13	13	12	12	11	12	12	11	12	11	12	12	11	11	12	11	12	13	12	11	12
Altura Cintura/ Frente (base do pescoço)	25	25	26	24	27	26	26	30	31	31	29	29	27	26	26	27	25	26	23	25	26	25	24	25	27	26	31	25	26	27
Altura Cintura/ Costas (base do pescoço)	31	34	33	30	31	30	32	34	34	34	33	35	32	33	31	32	31	32	29	31	31	30	32	31	31	32	34	31	31	31
Altura Busto (base do pescoço)	19	16	16	16	15	16	17	19	18	19	19	17	18	15	16	15	16	17	14	16	16	17	16	17	15	16	18	17	16	17
Comprimento manga comprida (cotovelo dobrado)	50	55	53	54	51	53	53	56	57	57	55	59	52	55	53	52	53	54	50	52	53	54	51	52	53	52	56	52	53	52
Entre pernas (base do gancho até o chão)	69	74	69	68	69	71	70	74	71	68	70	70	65	70	69	70	71	70	67	69	69	71	70	71	69	71	70	69	69	71
Altura do gancho (sentado)	23	30	28	30	25	30	25	27	29	28	28	26	26	27	25	26	25	24	23	25	27	26	25	26	25	24	23	25	26	27
Gancho Total (fim pescoço frente até fim pescoço costas)	1.27	1.28	1.24	1.32	1.22	1.35	1.28	1.33	1.35	1.35	1.39	1.36	1.33	1.42	1.31	1.34	1.35	1.31	1.25	1.25	1.32	1.34	1.37	1.30	1.26	1.29	1.31	1.27	1.28	1.33
Idade	22	20	20	40	21	26	24	19	32	35	46	25	47	42	27	25	26	23	25	26	41	34	32	27	21	31	22	23	20	32

Figura 2 – Tabela de medidas antropométrica
Fonte: Autoria própria

Medidas realizadas nas cidades de Londrina, Arapongas e Apucarana com 30 mulheres de estaturas entre 1,47m e 1,53m.

3.1.1.11 Tabela de medidas feminina do público de baixa estatura

Descrição	Medidas
Busto	84
Cintura	70
Quadril	92
Costado	34
Ombro	12
Altura Cintura/Frente	26
Altura Cintura/Costas	32
Altura Busto	17
Comprimento Manga	53
Entre Pernas	70
Altura do Gancho	26
Gancho Total	1,31

Figura 3 – Tabela de medidas 1
Fonte: Autoria própria

Depois de realizada a média com as medidas das trinta mulheres que participaram da pesquisa, obteve-se a tabela acima. Considerado para o tamanho de manequim número 36. Com essa tabela estabelecida, criou-se a tabela abaixo.

3.1.1.12 Tabela de medidas feminina para baixa estatura

Descrição \ Medidas	34	36	38	40	42	44	Diferença
Busto	80	84	88	92	96	100	4 cm
Cintura	66	70	74	78	82	86	4 cm
Quadril	88	92	96	100	104	108	4 cm
Costado	33	34	35	36	37	38	1 cm
Ombro	11,7	12	12,3	12,6	12,9	13,2	0,3 cm
Altura Cintura/Frente	25	26	27	28	29	30	1 cm
Altura Cintura/Costas	31	32	33	34	35	36	1cm
Altura Busta	16	17	18	19	20	21	1cm
Comprimento Manga	52,5	53	53,5	54	54,5	55	0,5cm
Entre Pernas	70	70	70	70	70	70	---
Altura do Gancho	25	26	27	28	29	30	1 cm
Gancho Total	1,29	1,31	1,33	1,35	1,37	1,39	2 cm

Figura 4 – Tabela de medidas 2
Fonte: Autoria própria

Tabela criada a partir da primeira tabela obtida com a pesquisa de campo, abrangendo diversas pessoas de baixa estatura, pois há alterações em algumas circunferências.

4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

4.1 EMPRESA

4.1.1 Nome da Empresa

A F.F. Indústria e Comércio de Confecções Ltda., organização de pequeno porte, situada na cidade de Apucarana, Paraná. Tem como segmento vestuário feminino adulto, atuando em todo o mercado nacional.

A empresa atende um mercado feminino restrito de mulheres relativamente baixas, que tem dificuldade em encontrar determinadas peças de vestuário como Vestido, Calça Jeans, Blazer, Camisa, Saia e *Short*.

A estrutura da empresa está dividida da seguinte forma: setor financeiro, marketing, desenvolvimento e produção. Sendo que no setor de desenvolvimento são executados os processos de criação, modelagem e peça piloto. No setor de produção está localizado o corte e costura do produto. Os setores de estamparia, lavanderia e bordado serão terceirizados. Com uma capacidade produção de 4000 peças/mês.

A missão da empresa é atender e superar as expectativas dos clientes, fornecendo produtos seguros e com qualidade, através de modernas tecnologias e elevadas qualificações das pessoas, atuando com responsabilidade e gerando valor para nossos clientes parceiros, empregados e para a sociedade.

Visão da empresa é o reconhecimento no mercado com produtos inovadores e satisfazendo em todo o seu segmento com peças de qualidade, com o intuito de sempre estar aperfeiçoando os produtos.

4.1.2 Marca

Indagando o perfil do consumidor, fez-se necessário à criação da marca *Cityscape* cujo significado é paisagem urbana, para mulheres urbanizadas que sentem dificuldade em encontrar direcionadas peças de vestuário, para o seu dia-a-dia ou até mesmo um look para balada, barzinho ou *shopping*. Essas mulheres são independentes e gostam de inovação, conforto e de curtir a vida.

Da início então à *Cityscape* que nada mais é que uma retratação por meio de pintura ou fotografia da realidade urbana, de nossas cidades movimentadas e civilizadas.



Figura 5 – Logo *Cityscape*
Fonte: Autoria própria

4.1.3 Conceito da Marca

Inovação, conforto e urbano são o conceito da marca, tendo como princípio a criação de modelagens inovadoras para um público que, de acordo com as pesquisas realizadas são menores que o tamanho PP em algumas localizações corpóreas, seguindo sempre tendências atuais e utilizando de princípios do design, os quais podem deixar o corpo da mulher de baixa estatura com aparência mais longilínea.

A utilização de um cão da raça *Basset Hound* na logomarca é devida ao seu grande porte e altura que fica em no máximo 38 centímetros de altura o que é relativamente baixo, para um animal que fica com aproximadamente com 1 metro de comprimento, ele necessita de exercícios físicos diários, é calmo e preguiçoso, mas ao mesmo tempo adora uma brincadeira. A comum semelhança com o público escolhido é a baixa estatura e que essas mulheres são alegres, gostam de praticar esportes ou ir a uma academia.

4.1.4 Segmento

A empresa tem como segmento roupas casuais informais, ou seja, uma mistura do estilo clássico com um toque despojado, fazendo com que a coleção fique diferenciada e bem apresentável.

4.1.5 Distribuição

A distribuição dessas peças será realizada em todo o território nacional, para que todas as mulheres de Norte a Sul do país tenha acesso aos produtos.

4.1.6 Sistema de Vendas

As vendas são feitas a princípio em lojas de departamento que normalmente são em shoppings e podem ser encontradas facilmente em qualquer dia da semana, e também pelo *Facebook* com o aplicativo *Like Store* que é criado através de uma página já existente na rede e as pessoas que curtem essa página sempre poderão estar a par do que estará em cada coleção, proporcionando então um fácil acesso aos produtos. Futuramente se o produto vir a ter reconhecimento maior há os planos de abrir lojas próprias da marca.

4.1.7 Pontos de Vendas

Grandes Centros e *Shopping Center*.

4.1.8 Promoção

Através de lançamentos feitos a cada coleção com desfiles e coquetéis, sorteios de peças feitos através do *Facebook* e criação de catálogos para cada coleção.

4.1.9 Preços Praticados

Os valores aferidos às peças serão feitos de acordo com o material, grau de dificuldade de criação da modelagem e aviamentos utilizados, sendo assim: R\$50,00 para produtos que exigem menos materiais e mão de obra e até R\$500,00, para

produtos que utilizem de mais sofisticação, artefatos, mão de obra e materiais. Aviamentos e complementos que incrementem as peças.

5 PÚBLICO – ALVO

Mulheres entre 25 e 35 anos, solteiras ou casadas com intuitos na vida, a caminho de uma formação, já formadas, ou de algo que as transformem em pessoas independentes. Gostam de frequentar lugares como barzinho, boates, restaurantes e cinemas. Estimam animais e de estar sempre bem acompanhada de amigas, namorado ou marido, tem um estilo despojado e moderno, porém gostam de assimilar esses dois casos de uma forma simples, sempre ligada à moda e a tudo que possa favorecer o estereótipo delas, sem deixar de lado o conforto e as inovações.

5.1 IMAGEM DO PÚBLICO ALVO



Figura 6 – Imagem do Público Alvo
Fonte: Autoria própria

6 COLEÇÃO PRIMAVERA – VERÃO 2014

6.1 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

Estudos para deixar a mulher de baixa estatura mais longilínea dizem que elas devem utilizar produtos com cores e formas adequadas para seu tipo de corpo.

As pequenas mulheres podem, sim, estar na moda - independente do tamanho da plataforma. O segredo está na combinação certa das peças, cores e acessórios. Seguindo pequenos truques, é possível alongar a silhueta, parecendo mais alta e magra, e ainda aproveitar os benefícios que esse tipo de corpo traz: as baixinhas sempre parecem mais jovens. (FILUS, 2011)

O fundamental para acertar um produto de moda, é a escolha da cor, coordenando as peças sempre na mesma tonalidade, com tons diferenciados em todo o look. Criar linhas verticais pode deixar o corpo mais longilíneo fazendo com que não achate a silhueta das mulheres

“Costuras verticais criam um efeito alongado e elegante, porque dirigem o olhar de cima para baixo do corpo.” (JONES, 2005, p. 103).

Optar por uma peça mais trabalhada na parte de cima do corpo pode dar uma disfarçada na baixa estatura, camisas com trabalhados nos ombros, na linha dos botões e decotes em “V” podem chamar mais atenção, alongando o pescoço e sem deixar em foco a altura.

Para a parte de baixo do corpo recomendam-se utilizar calças, shorts, saias curta e longa.

As calças sempre escuras, shorts e saias sempre mini para deixar uma faixa grande de perna aparecendo tornando o corpo mais alto, podendo também ser utilizados saias longas, geralmente com salto alto para que o salto fique escondido e o corpo se mostre mais longilíneo.

6.1.1 Macrotendências

Jovens representam novas linguagens e comportamentos, e eles estão influenciando diretamente aos hábitos de consumo, estão posicionados no topo da pirâmide, influencia e são aspirações para os mais novos, inspirações para os mais velhos, e tem um alto poder de compra se comparado ao de seus pais quando eram jovens.

A origem justamente na geração *Baby Boomers* o papel da juventude atual após a segunda guerra mundial, anos 40 e 50, inseguros e impacientes como os jovens atuais eles causaram grandes mudanças, primeira geração a conquistar os direitos de ser jovem, inventando o *lifestyle*. Falando-se em liberdade não se pode esquecer a geração X, eles aproveitaram os direitos dos *Baby Boomers*, nos anos 60 e 70 vivendo a busca do prazer sem culpas, esta geração é apaixonada por estereótipos devido ao avanço do marketing e publicidade.

Os *Millennials* que conquistaram o mundo não acontecendo por acaso, o consumo globalizado promove conexões estéticas e comportamentais com outros jovens ao redor do mundo, a internet ganha dimensões estratosféricas, podendo em poucos dias, os conteúdos serem transformados em meios globais na internet. Mas esse excesso de informação traz consequências, fazendo com que essa jovem geração tenham ansiedade crônica com tantas pessoas e conteúdos dentro de suas mentes, nem sempre é fácil entender o que essa juventude diz, devido ao modo linear de pensar, que reflete exatamente a imagem da internet, onde uma infinidade de assuntos pode ser acompanhada juntamente, para os *millennials* é normal começar por um assunto e finalizar com outro, mas nos tempos atuais é normal e legal saber de várias coisas ao mesmo tempo, totalmente diferente dos anos 80 quando um jovem tinha uma opinião bem radical sobre o poder dos grupos.

Nos anos 90 não era algo tão bom de ser vinculada, esta é a geração de jovem mais plural da história onde ser normal é transitar por diferenciados grupos ou tribos, cada vez mais unem trabalho com prazer. Entender a evolução do mundo é algo que nos mantém jovens pra sempre. (MACIEL; LIEDKE; RODRIGUES, 2011).

Desta forma o perfil psicográfico tem o intuito de pautar alguns objetivos como: definição de mercado alvo, criar nova visão de mercado, posicionar o produto,

melhor comunicação de atributos do produto, desenvolver uma estratégia global, colocar questões sociais e políticas no mercado e descobrir nichos próprios.

A segmentação psicográfica específica indaga que as consumidoras de uma determinada categoria devem desenvolver produtos para todo o país ou uma determinada região. (MORAES, 2010).

6.1.2 Microtendências

Para desenvolver a coleção, a marca buscou inspirações no perfil urbano, e as tendências mais aspiradas pelos jovens dos tempos atuais, mesclando conforto e inovação utilizando-se de tecidos acetinados, estampas *Animal Print* com o colorido das flores, efeitos com listras e babados na linha vertical.

As camisas aparecem com mangas compridas de uma forma tradicional que fique de um jeito agradável como o público consumidor deseja, com transparências por se tratar de uma coleção de verão, com tecidos leves e frescos, os quais dão um toque feminino nas peças, as calças com o cós alto e barra *Flare*, além de deixar a mulher de uma forma sensual, de certa forma está alongando a silhueta, proporcionando conforto visual. Os vestidos utilizando-se de tecidos leves, inspirando leveza ao *look*, saias e *short*. Contudo a coleção foi criada com o *mix* de produtos mesclando este universo.



Figura 7 – Microtendências

Fonte: Disponível em: <<http://www.ladoavesso.com.br/blog-de-moda/resumo-spfw-verao-2014/>> Acesso em 14 de junho de 2013

A *Cityscape* vem para o mercado da moda, com o pressuposto de deixar as mulheres de baixa estatura com alguns toques diferenciados, que as tornem mais harmoniosas e longilíneas.

Produções monocromáticas ou em cores vivas; diferentes motivos se misturam nesse verão 2014. Como tendência o mix de estampas Verão 2014 traz como diferencial a composição dos tons; o “ton sur ton” dá espaço às cores aliadas a tons fechados, ao preto e branco. Não menos em alta, é sabido que motivos animais, flores e outros se aplicam a um mesmo visual quando combinados às listras, quadriculados e afins. (ESCHER, 2013)

Entrepondo desde o conceito da marca até o conceito da coleção Primavera – Verão 2014 pode citar a tendência “Listras e Poás”. Esta tendência surgiu com a precisão de saber como utilizar uma abundante fonte de informações, considerando o que pode ser ressaltante para a criação de algo novo, ou seja, criação de produtos que possam ser fornecidos a essas mulheres, com o intuito de deixar o corpo mais esguio.

Eternizada por Chanel, a combinação em preto e branco volta à moda com força total: listras finas ou mais grossas e outros traços geométricos, florais e folhagens, poás ou mesmo produções lisas em preto e branco vêm mais e

mais ganhando os desfiles da temporada, vitrines e as ruas. Simétrico ou não, o trabalhar das duas cores se destaca. (ESCHER, 2013)



Figura 8 – Macrotendências

Fonte: Disponível em:< <http://modaconceito.com/tendencias-verao-2014-parte-5-mix-de-estampas/>>. Acesso em 14 de junho de 2013.

Desta forma a microtendência é baseada na grande evolução dos jovens, que ao passar dos tempos tem se mostrado mais diferenciados e informados a partir da comunicação com a Internet, com povos de diferenciadas tribos e grupos, mas sem tirar toda aquela essência da liberdade de expressão de demonstrar o que está sentindo e o ar sensual que as peças de vestuário transmite às pessoas.

7 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

7.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL

Pensando-se em um público diferenciado, precisa-se de produtos adequados, que se utiliza de artifícios de moda, para trazer uma realidade diferente às consumidoras. Sabe-se que com modelagem e peças adequadas às mulheres ficarão realizadas com o que estão vestindo. As peças serão elaboradas de acordo com a necessidade a serem supridas, que são produtos mais confortáveis que não fiquem amarrando os braços das mulheres, por exemplo, em um Blazer, são peças confeccionadas quase sob medida para um público distinto. A modelagem presente nas peças juntamente com a ergonomia fará com que o produto se torne confortável, maleável e apropriado para essas mulheres usarem.

7.2 CONCEITO DA COLEÇÃO

Devido à miscigenação de raças, as pessoas estão sofrendo com esse problema, devido às proporções dos corpos estarem de formas e tamanhos diferenciados, por isso a pretensão de criar uma marca de vestuário para mulheres de baixa estatura, vindo à tona que realmente existe esse problema na sociedade, foi desenvolvido a coleção Primavera - Verão 2014, *Cityscape*.

7.3 NOME DA COLEÇÃO

Um Toque de África.

7.4 REFERÊNCIA DA COLEÇÃO

As referências escolhidas para esta coleção são as tendências para a primavera verão 2014, mas de uma forma um pouco diferente, utilizando-se de algumas culturas, formas e animais africanos.

Como uma das tendências que já está há longo prazo no mercado da moda é o *Animal Print*. Coloca-se na coleção Leopardos e Zebras com intuito de usar uma forma adequada para o estereótipo do público.

De acordo com Monteiro (2012), a África é um continente com variedades imensas de biomas, a variedade de plantas é uma resposta do ecossistema que existe lá.

A coleção também utiliza a imagem da mulher africana que é muito batalhadora, e a moda dessas mulheres é uma grande influencia para tendências utilizadas no mercado nacional e local. A Utilização de cores como Vermelho e Marrom remete um pouco da cultura dessas mulheres, e outro ponto importante é que essas mulheres tem a habilidade de transformar peças simples em grandes composições.

A África hoje é o país que mais produz diamantes no mundo, por isso remete-se a utilização deste em acessórios, apliques, botões, rebites e etiquetas na coleção.

As minas de diamantes da África do Sul produzem a maioria dos diamantes. O Congo Belga (atual República do Congo, na África Central) tem a maior quantidade de diamantes industriais. Em 1957, 13 milhões de quilates foram extraídos, porém 95% deles eram da qualidade industrial, mais barata, que é moída até virar pó para fins de polimento. A África como um todo produz 97% de toda a produção mundial de diamantes. A produção mundial supera os 23 milhões de quilates por ano. Tanganica, Gana, África Ocidental Francesa e outras partes do Continente Negro também produzem boa quantidade de diamantes, mas todos são vendidos através da empresa De Beer. (BAROSSO, 2013)

Cita-se a árvore Baobá, que é símbolo das culturas africanas, árvore de grande porte que pode viver até 6 mil anos

“Muitos povos africanos costumam usar o interior do baobá como casa (com direito a móveis e tudo mais!), depósito de grãos, reservatório de água ou abrigo para animais.” (PARADIZO, 2013)

Nossos sonhos e devaneios podem dizer – e muito – sobre nós mesmo. Segundo estudo dos professores Ernest Hartmann (ensina psiquiatria na escola de medicina da universidade de Boston, EUA) e Robert Kunzendorf (professor de psicologia da universidade de Massachussets Lowell, EUA), a forma como nossa mente transita entre o estado acordado e o sonho (e as possibilidades entre dois) pode nos dizer sobre nosso senso de organização, criatividade e até se somos radicais ou não nas nossas opiniões. (AGUIAR, 2013)

Contudo, a explicação da utilização de muitos artefatos dentro da coleção construída foi retirada dos meus sonhos como, muitos modelos dos *looks* e principalmente na criação das pranchas, um dia em um dos meus sonhos estava fazendo minhas pranchas como se fossem cartões postais da África, e fui aperfeiçoando o sonho e coloquei o carimbo como se tivesse sido enviado e um desenho da bandeira da África em formato de *bóton*.

8 BRIEFING



Figura 9 – Briefing
Fonte: Autoria própria

8.1 CORES

As cores utilizadas são: Vermelho Candomblé, Bordô Turbante, Marrom Argila, Pétala Rosa, Pérola Cintilante, Ouro Argola, Verde Baobá, Verde Alpino, Azul Precioso, Cinza Diamante, Branco Mitumba e Preto Onyx.

8.1.1 Cartela de Cores



Figura 10 – Cartela de cores
Fonte: Autoria própria

8.2 MATERIAIS

Os tecidos foram empregados nas mais diversas formas. Os utilizados nessa coleção foram brim, cetim com e sem elastano, devorê, georgete, helanca, malha, sarja com elastano, *starflex*, vercelli, vesuvio, voil e aviamentos como botões e rebites.

8.2.1 Cartela de Materiais

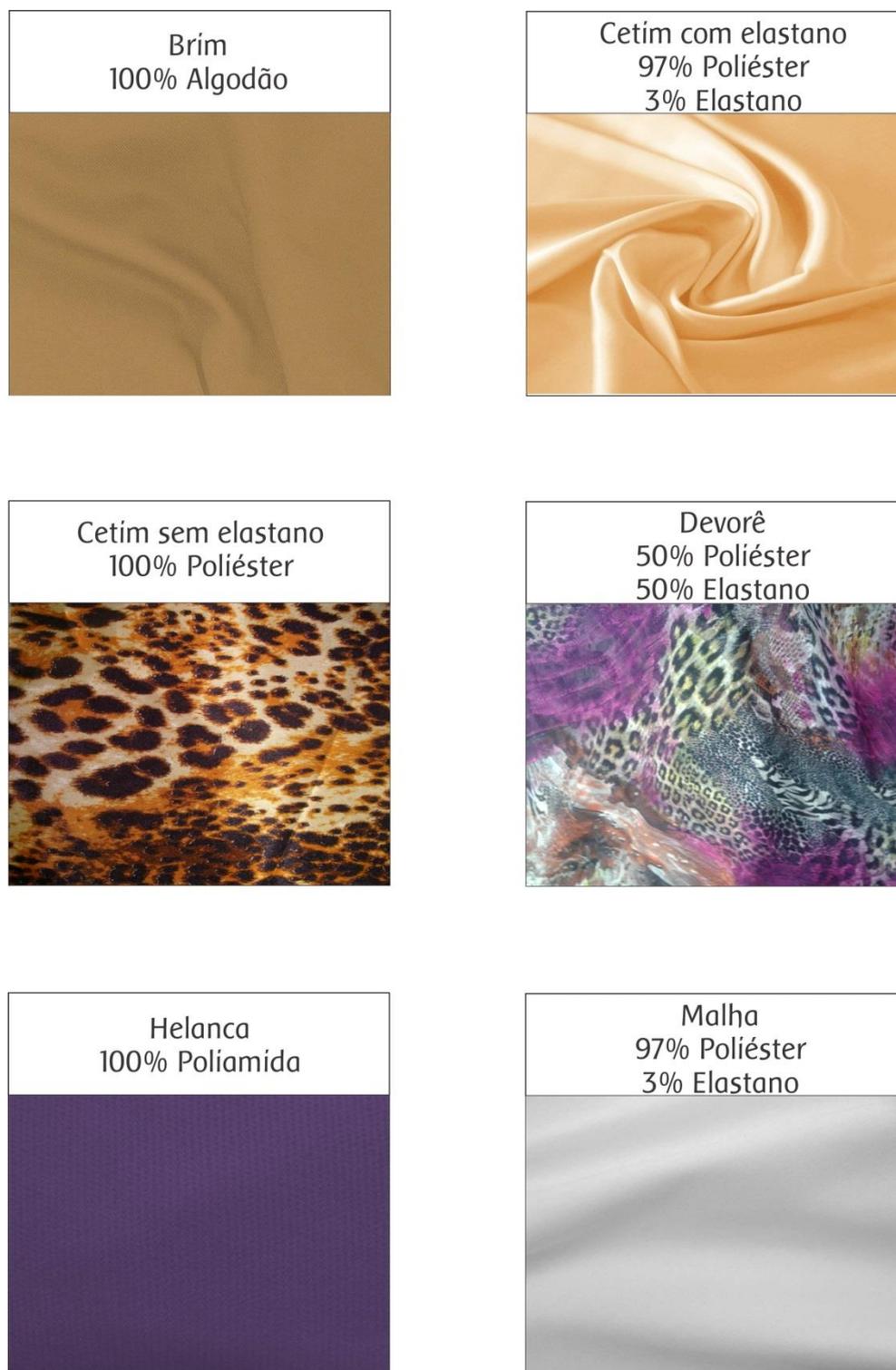


Figura 11 – Cartela de materiais
Fonte: Autoria própria

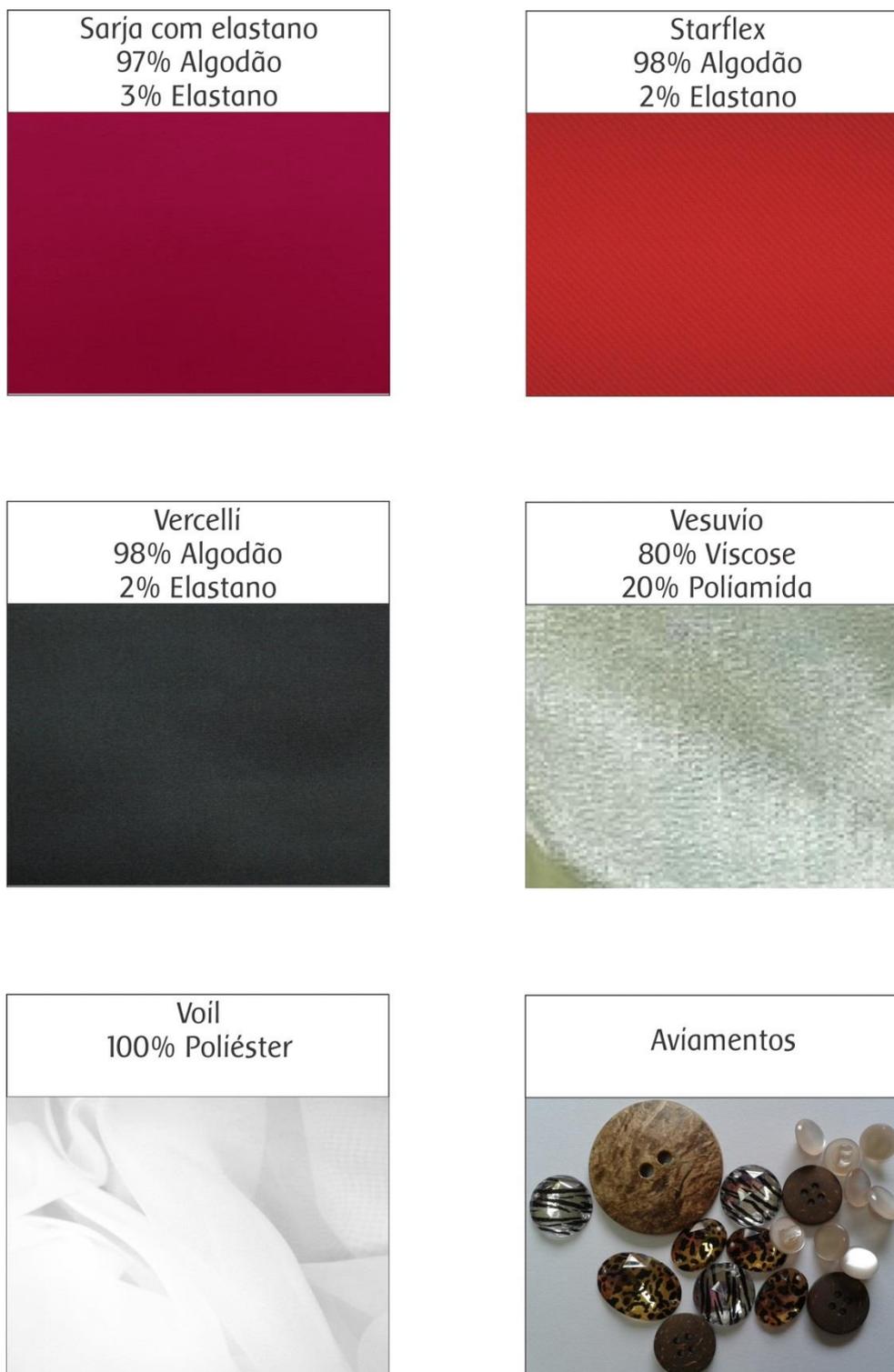


Figura 12 – Cartela de materiais (continuação)
Fonte: Autoria própria

8.3 FORMAS E ESTRUTURAS

As formas mais utilizadas para deixar o corpo mais alongado foram babados, calças com modelagem *Flare*, Reta e *Skyunny* com cós alto, decotes em “V” alongando o colo, peças bem curtas ou extremamente longas para deixar o corpo longilíneo.

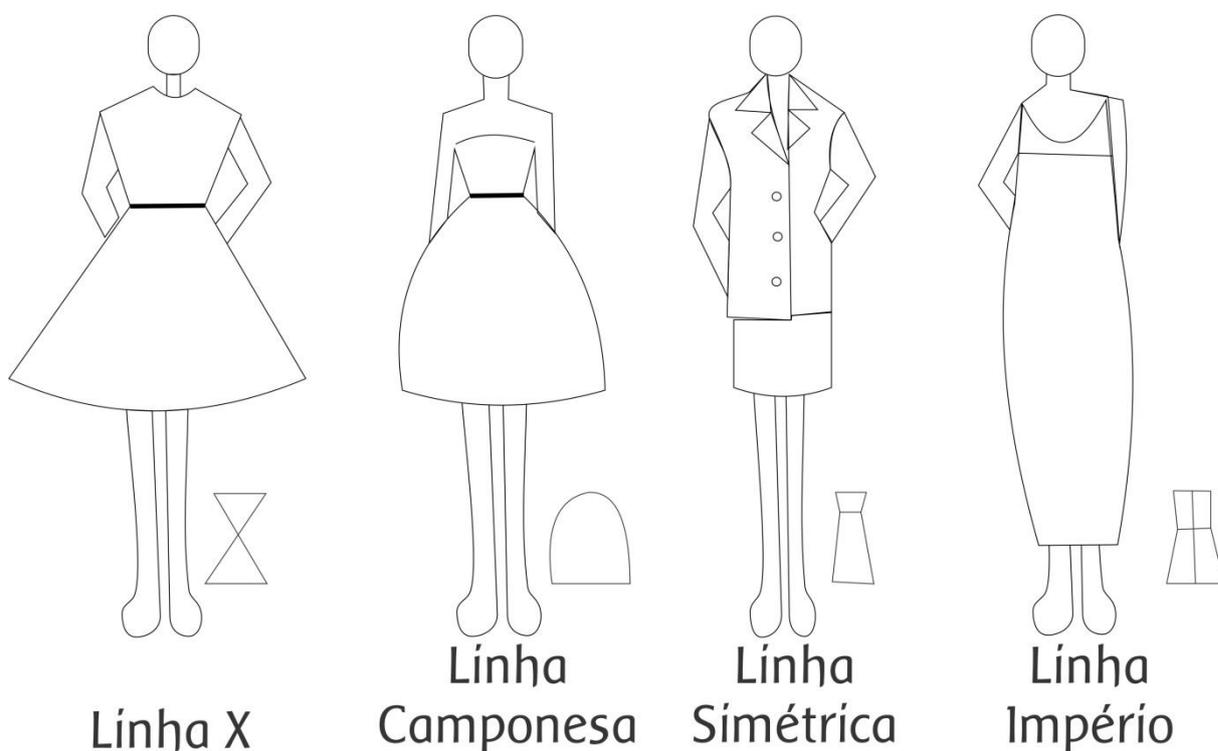


Figura 13 – Shapes Utilizados
Fonte: Autoria própria

8.4 TECNOLOGIAS

As peças foram criadas em sua maioria com tecidos contendo poliéster, algodão e elastano, para dar maior praticidade leveza e segurança nos movimentos, com modelagem moderna, com o intuito de promover confiança a quem está utilizando.

Também será utilizado o processo de sublimação, que se inicia na criação de estampas exclusivas e escolha de tecidos que suportem altas temperaturas, como os compostos de 100% poliéster. O processo ocorre da seguinte forma: a estampa criada é impressa em papel alcalino branco e com a utilização de uma prensa sublimática a estampa é impressa ao ser dominado pelo calor, que passa para o tecido sintético revelando a imagem.

8.4.1 Sublimações Realizadas

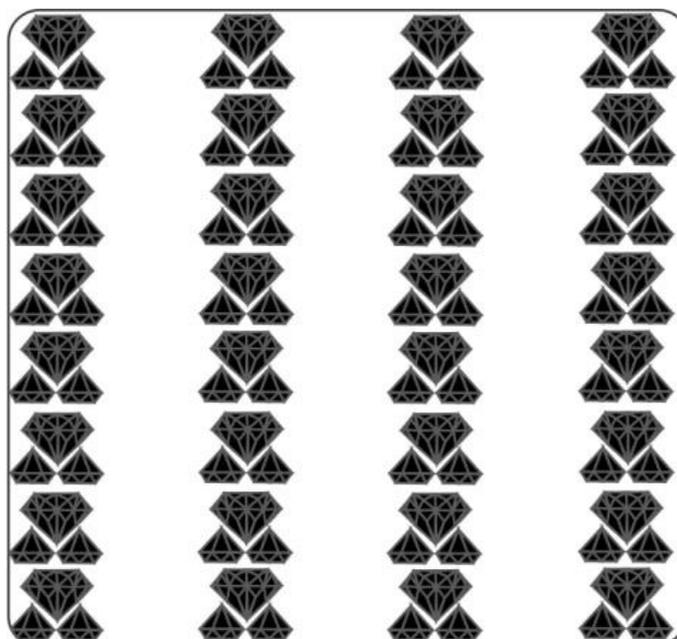


Figura 14 – Sublimação Diamantes
Fonte: Autoria própria



Figura 15 – Sublimação Leopardo
Fonte: Autoria própria

8.5 DIMENSIONAMENTO

A coleção tem um total de 58 peças. Sendo três blazers, nove calças, onze camisas, três camisetas, dois coletes, um macaquinho, onze regatas, quatro saias, oito *short*, um top, três vestidos curto e dois vestidos longo. Formando 25 looks.

8.6 MIX DE COLEÇÃO

O *Mix* de moda será composto por 14% de produtos vanguarda que agregam o maior impacto a marca; 50% de produtos básicos e 36% de produtos *fashion*.

MIX	VANGUARDA	BÁSICO	FASHION	TOTAL
BLAZER	1	1	1	3
CALÇA	1	4	4	9
CAMISA	1	5	5	11
CAMISETA	*	2	1	3
COLETE	*	1	1	2
MACAQUINHO	1	*	*	1
REGATA	1	8	2	11
SAIA	*	2	2	4
SHORT	2	3	3	8
TOP	1	*	*	1
VESTIDO CURTO	*	2	1	3
VESTIDO LONGO	*	1	1	2
TOTAL	8	29	21	58
PORCENTAGEM	14%	50%	36%	100%

Figura 16 – Mix de produtos
Fonte: Autoria própria

9 GERAÇÕES DE ALTERNATIVAS



Figura 17 – Primeiro Look
Fonte: Autoria própria



Figura 18 – Segundo Look
Fonte: Aatoria Própria



Figura 19 – Terceiro Look
Fonte: Aatoria Própria



Figura 20 – Quarto Look
Fonte: Autoria Própria



Figura 21 – Quinto Look
Fonte: Autoria própria



Figura 22 – Sexto Look
Fonte: Autoria própria



Figura 23 – Sétimo Look
Fonte: Autoria própria



Figura 24 – Oitavo Look
Fonte: Autoria própria



Figura 25 – Nono Look
Fonte: Autoria própria



Figura 26 – Décimo Look
Fonte: Autoria própria



Figura 27 – Décimo Primeiro Look
Fonte: Autoria própria



Figura 28 – Décimo Segundo Look
Fonte: Autoria própria



Figura 29 – Décimo Terceiro Look
Fonte: Autoria própria



Figura 30 – Décimo Quarto Look
Fonte: Autoria própria

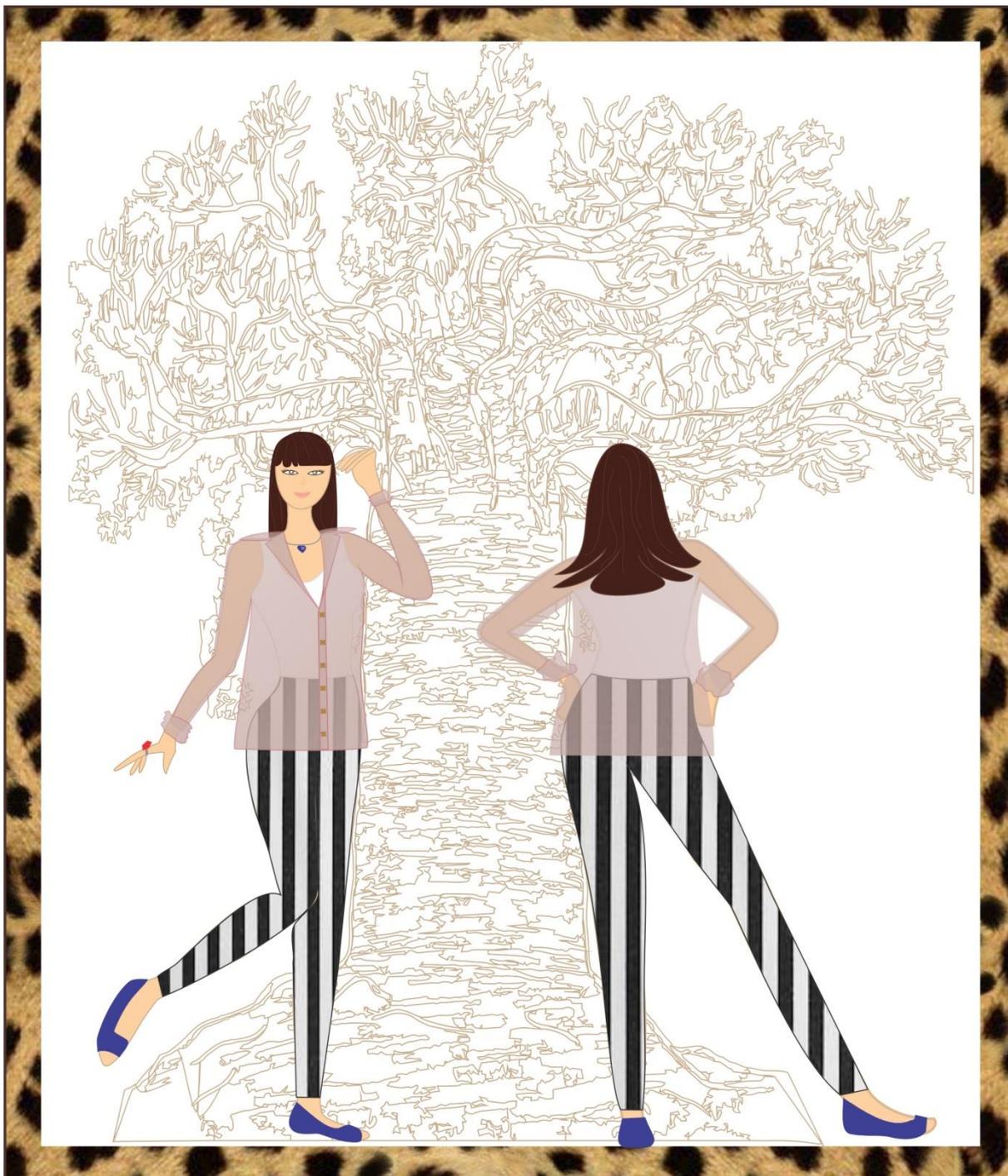


Figura 31 – Décimo Quinto Look
Fonte: Autoria própria



Figura 32 – Décimo Sexto Look
Fonte: Autoria própria



Figura 33 – Décimo Sétimo Look
Fonte: Autoria própria



Figura 34 – Décimo Oitavo Look
Fonte: Autoria própria



Figura 35 – Décimo Nono Look
Fonte: Autoria própria



Figura 36 – Vigésimo Look
Fonte: Autoria própria



Figura 37 – Vigésimo Primeiro Look
Fonte: Autoria própria



Figura 38 – Vigésimo Segundo Look
Fonte: Autoria própria



Figura 39 – Vigésimo Terceiro Look
Fonte: Autoria própria



Figura 40 – Vigésimo Quarto Look
Fonte: Autoria própria



Figura 41 – Vigésimo Quinto Look
Fonte: Autoria própria

9.1 GERAÇÕES ESCOLHIDAS E JUSTIFICATIVAS

9.1.1 Primeiro Look



Figura 42 – Primeiro Look
Fonte: Autoria própria

Este *look* é constituído por uma calça *flare* na cor verde alpino produzida com o tecido *Starflex*, utiliza-se essa modelagem, pois de acordo com a pesquisa de tendências, o uso do salto neste tipo de calça tende a tornar o corpo longilíneo. Segunda peça é uma regata de malha branca com listras na vertical, compondo

juntamente com o *look* a terceira peça, sendo uma camisa na cor pérola, que possui um babado central, baseado no vaso de argila utilizado no *briefing*. Harmonizando um *look* baseado na pesquisa de tendências, trabalhando com a modelagem criada a partir da tabela de medidas.

9.1.2 Segundo Look



Figura 43 – Segundo Look
Fonte: Autoria própria

Este vestido longo criado a partir da linha império utilizado nos shapes, em tecido *voil* oferecendo leveza e conforto à peça, com recorte em formato de coração nas costas, para não deixar de lado a linha romântica da essência do público. A agregação deste *look* à coleção é devido as suas infinitas possibilidades de utilização de acessórios, cardigãs, casacos, coletes, blazers entre outros.

9.1.3 Terceiro Look



Figura 44 – Terceiro Look
Fonte: Autoria própria

Este *look* constitui de um *short* na cor rosa no estilo esportivo com recortes na vertical, seguindo a linha de tendências para alongar o corpo do público alvo, confeccionado com tecido sarja com elastano, para possibilitar que os movimentos sejam feitos sem desconforto, *look* também composto de uma regata básica confeccionada em malha, e camisa verde alpino em tecido *voil*.

9.1.4 Quarto Look



Figura 45 – Quarto Look
Fonte: Autoria própria

Vestido longo confeccionado em tecido chamado devorê com estampa de diferenciados bichos, seguindo a linha de tendências *Animal Print* e *mix* de cores. A sua modelagem constitui de mangas princesa, e uma fenda na perna esquerda seguindo a linha de tendências que sempre deve haver linhas, recortes, fendas entre outros na linha vertical, para finalizar em um corpo esguio.

9.1.5 Quinto Look



Figura 46 – Quinto Look
Fonte: Autoria própria

Peça escolhida por ser um macaquinho estilizado criado especialmente para o público, pensando nos diferenciais que necessitam para agregar valor à marca. Confeccionado em sarja com elastano na cor bordô turbante, com recorte nas costas, incluindo neste, linhas também na vertical, com tecido *voil*, realizada estampa sublimática de leopardo, utilizado também na linha existente na cintura, tornando a peça diferenciada.

9.1.6 Sexto Look



Figura 47 – Sexto Look
Fonte: Autorial própria

O sexto *look* escolhido consiste em uma calça skinny na cor bordô turbante confeccionado com tecido sarja com elastano, e camisa rosê, totalmente com estampa sublimada, *rapport* de fileiras na vertical criada exclusivamente para inovação nas listras que estão sendo utilizadas nos tempos atuais, com desenhos de diamantes formando as listras tornando a público mais esguio e agregando valor a peça.

9.1.7 Sétimo Look



Figura 48 – Sétimo Look
Fonte: Autoria própria

O sétimo *look* escolhido consiste em um *short* vermelho candomblé confeccionado em tecido chamado *starflex* que contém elastano, deixando a peça melhor ajustada ao corpo, modelagem em cós alto e sem zíper, fechamento realizado com botões. O *look* também se forma utilizando de camisa inteira com estampa sublimada com *rapport* de leopardo, modelagem com decote em “V” que de acordo com a pesquisa de tendências torna o corpo da mulher de baixa estatura mais longilíneo.

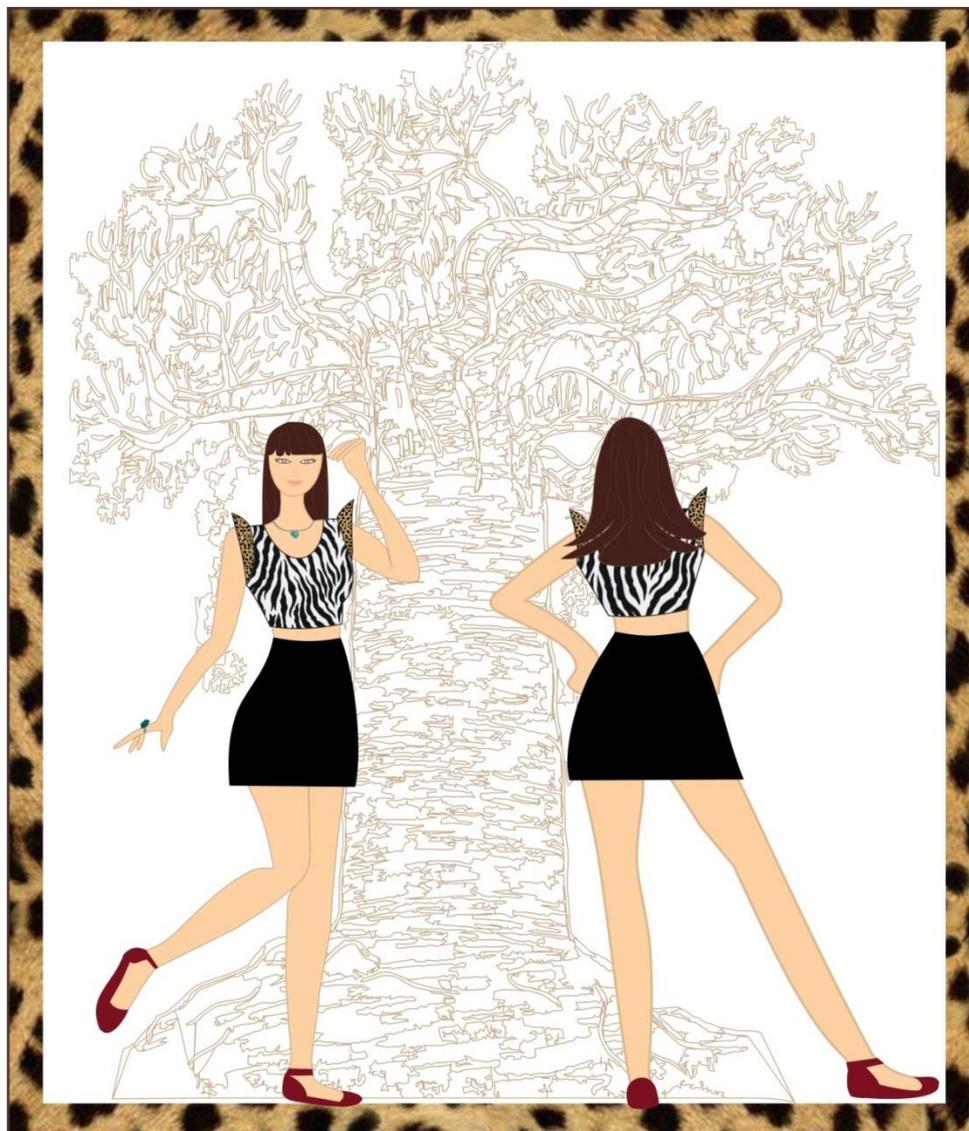
9.1.8 Oitavo *Look*

Figura 49 – Oitavo *Look*
Fonte: Autoria própria

O oitavo *look* é composto por peças para serem utilizadas em momentos mais festivos, em baladas entre outros. Incorporam o *look* um top *cropped*, realizado a estampa sublimada em tecido *voil* no detalhe de leopardo, posteriormente entretelada para ficar com o caimento desejado, e tecido devorê com estampa de zebra no corpo do top formando um *mix* de tecidos e estampas seguindo as tendências. Saia de cóis alto na cor preta e tecido sarja sem elastano.

9.1.9 Nono Look



Figura 50 – Nono Look
Fonte: Autoria própria

A escolha do nono *look* para o coleção é devido à mistura de materiais e tecidos que ocorre para incrementá-lo, agregando sofisticação e diferencial à peça. Saia de cós alto confeccionada com tecido *starflex* na cor branca, com recorte frontal na linha vertical e aplicação de botões estampados em leopardo e zíper atrás, regata em tecido vesúvio e cor branca que tem um leve brilho e com bordado no decote com botões estampados igualmente com leopardo, blazer na cor ouro argola com forro embutido de cetim com estampa de leopardo, podendo ser usado com as mangas dobradas incorporando o *look*, e dois bolsos frontais.

9.1.10 Décimo *Look*

Figura 51 – Décimo *Look*
Fonte: Autoria própria

Vestido confeccionado na cor azul precioso em tecido *voil* pra deixar bem com a cara de verão da coleção, a cor ligada com a leveza do tecido, e a modelagem na linha “x”, podendo ser considerado a linha camponesa também, devido ao leve volume da saia feita em evasê.

9.1.11 Décimo Look



Figura 52 – Décimo Primeiro Look
Fonte: Autoria própria

O look foi criado com uma calça modelo *Flare*, com recortes de tecidos com estampas sublimáticas de leopardo nos bolsos faca frontal, e bolsos traseiro falso, em tecido *starflex* branco. A regata que compõe o look é também no tecido vesúvio na cor azul precioso, levemente brilhosa. E o colete confeccionado em brim branco com forro embutido de *voil* com estampa sublimada de leopardo, dando o detalhe e todo diferencial a gola, usado aberto formando a linha vertical, alongando a silhueta.

9.1.12 Décimo Segundo *Look*

Figura 53 – Décimo Segundo *Look*
Fonte: Autoria própria

As peças que compõem esse *look* consistem em um *short* com transpasse frontal que pode ser chamada de saia *short*, confeccionada em tecido resinado chamado *vercelli* com elastano, na cor preta e aplicações de botões com estampa de zebra, dando todo um diferencial a peça. A camisa confeccionada em *voil* branco, e detalhes de zebra em cetim, tornando a peça distinguida.

10 PRANCHAS



Figura 54 – 1ª Prancha
Fonte: Autoria própria



Figura 55 – 2ª Prancha
Fonte: Autoria própria



Figura 56 – 3ª Prancha
Fonte: Autoria própria



Figura 57 - 4ª Prancha
Fonte: Autoria própria



Figura 58 – 5ª Prancha
Fonte: Autoria própria



Figura 59 – 6ª Prancha
Fonte: Autoria própria



Figura 60 – 7ª Prancha
Fonte: Autoria própria



Figura 61 – 8ª Prancha
Fonte: Autoria própria



Figura 62 – 9ª Prancha
Fonte: Autoria própria

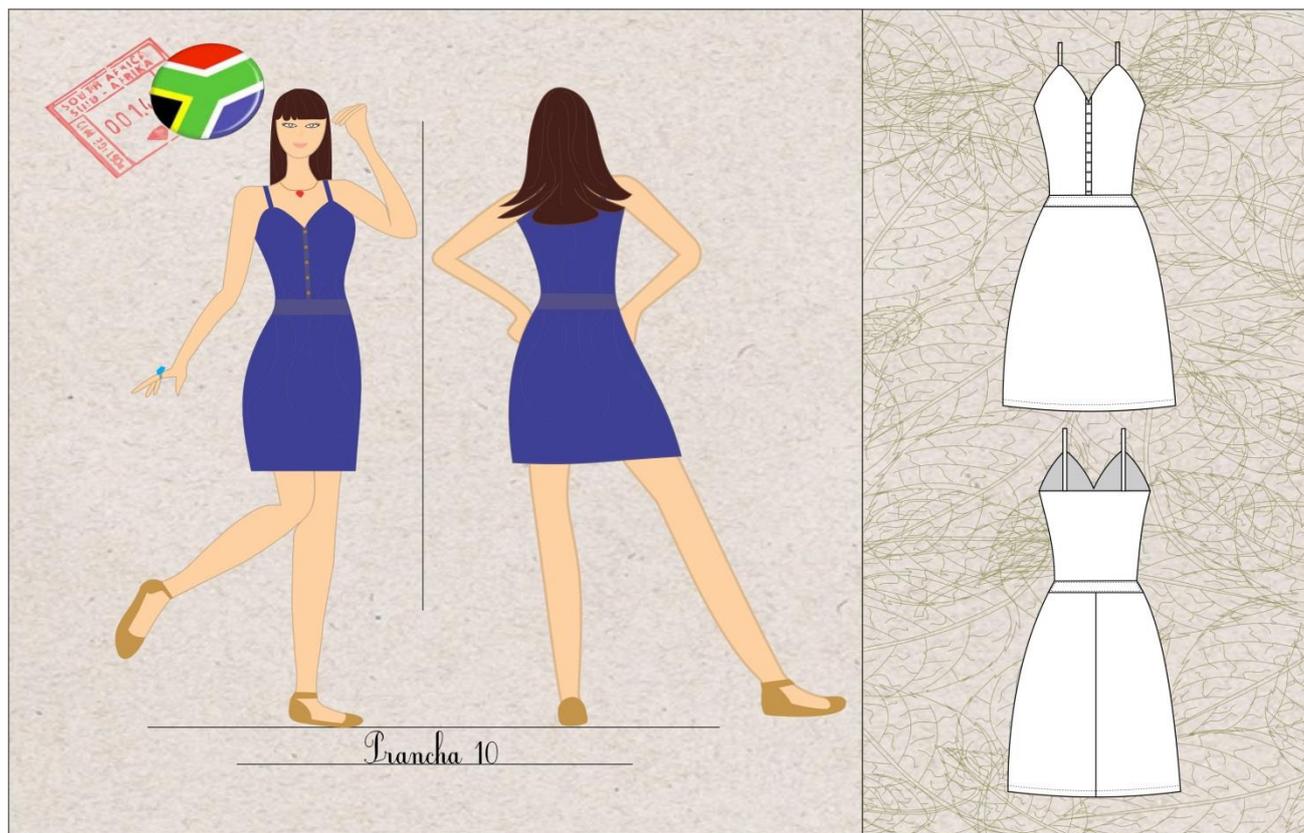


Figura 63 – 10ª Prancha
Fonte: Autoria própria

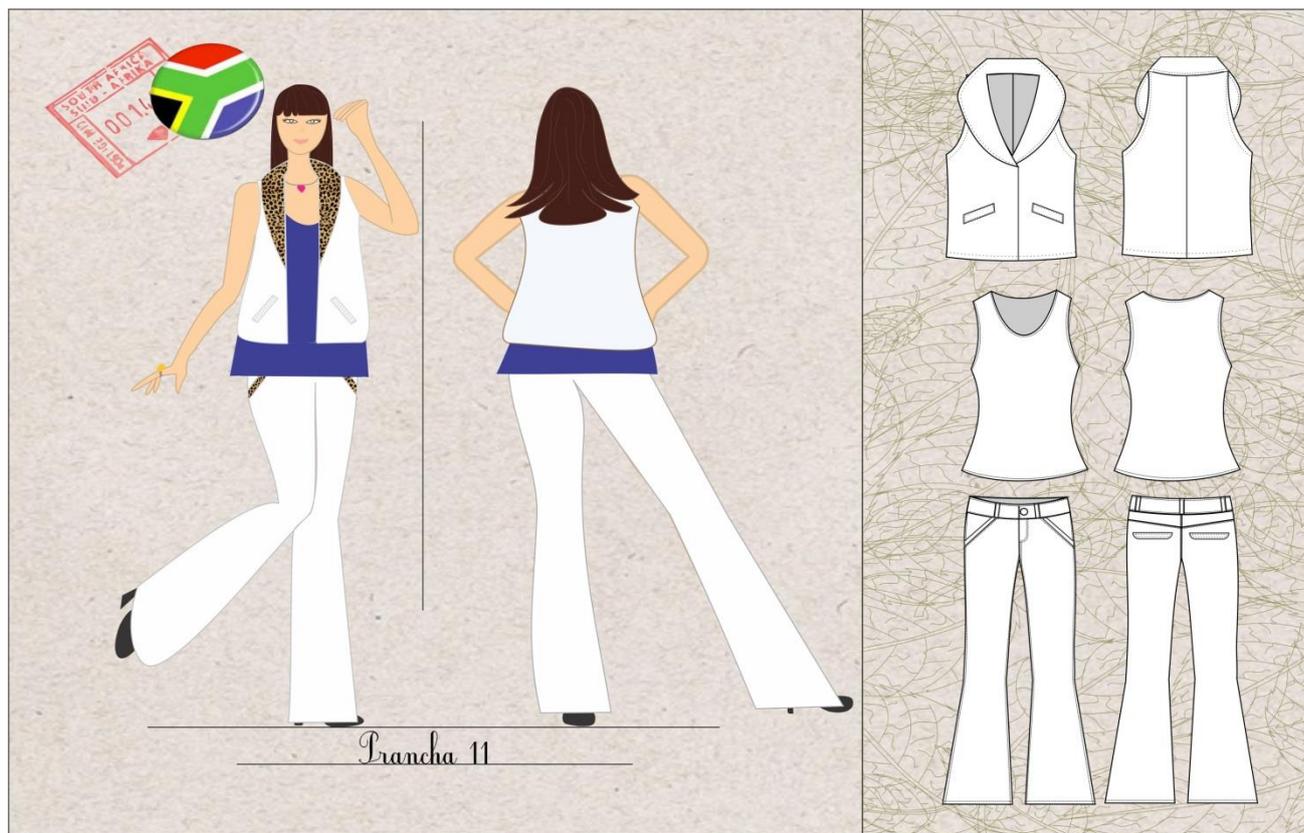


Figura 64 – 11ª Prancha
Fonte: Autoria própria



Figura 65 – 12ª Prancha
Fonte: Autoria própria

11 FICHAS TÉCNICAS

TECIDO				
DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	RENDIMENTO	CORES	FORNECEDOR
Voil	100% Poliéster	1,40 m	Pérola	Ganfei Textile
Entretela	100% Poliéster	0,30 m	Branco	Pemalex

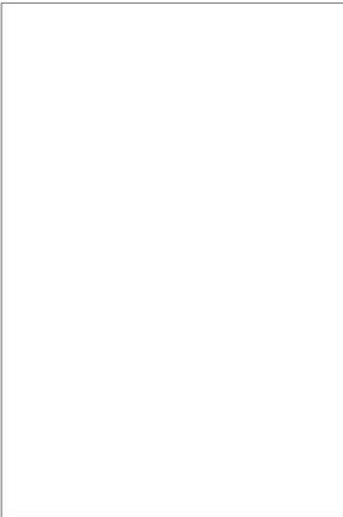
AVIAMENTO					
DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
- Reta Fio	100% Poliéster			Pérola	Bonfio
Fio	100% Poliéster			Branco	AGGI
- Overlock					
Linha	100% Poliéster			Pérola	Bonfio
- Caseadeira Linha	100% Poliéster			Pérola	Bonfio

GRADE DO MODELO												
EP	M	G	GG	1	2	3	4	8	10	12	14	
16				34	36	38	40	42	44	46	48	50
RN												

EMBALAGEM E ETIQUETAS					
ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Botões	07	1,75			
Etiq. Composição	01	0,05			
Etiq. Marca	01	0,10			
Embalagem	01	0,10			

BENEFICIAMENTO		AMOSTRAS		OBSERVAÇÕES	
TIPO	OBSERVAÇÕES				

Marca: Cityscape	DATA: <u>27/08/13</u>	Coleção: Um Toque de África	REF: FFCBEP21
Tamanho: Extra Pequeno	N. de peças: 01	Modelo: Camisa com Babado	
Estilista: Fernanda Felisbino		Modelista: Fernanda Felisbino	

DESENHO FRENTE	DESENHO LATERAL	DESENHO COSTAS
		

OBSERVAÇÕES

Figura 66 – Ficha técnica camisa look 01

Fonte: Autoria própria

TECIDO				
DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	RENDIMENTO	CORES	FORNECEDOR
Malha	97% Poliéster/3% Elastano	0,50 m	Branco Listrado	Sudotex

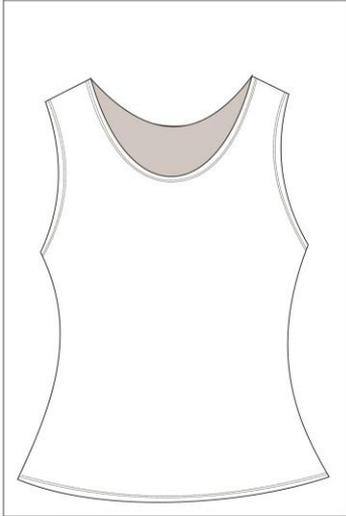
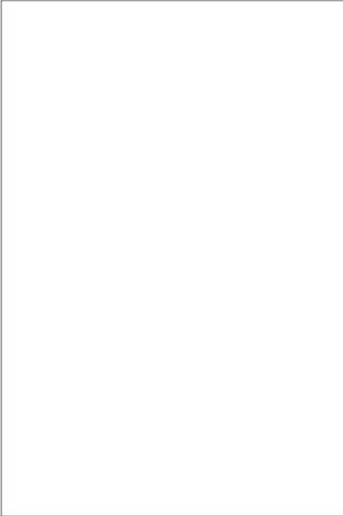
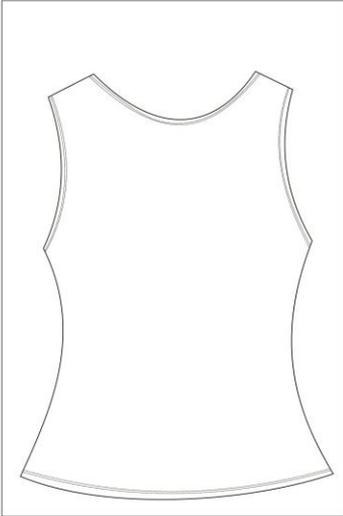
AVIAMENTO					
DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
Fio	100% Poliéster			Branco	AGGI
- Galoneira					
Linha	100% Poliéster			Branco	Bonfio
Fio	100% Poliéster			Branco	AGGI
- Overlock					
Linha	100% Poliéster			Branco	Bonfio

GRADE DO MODELO											
EP	P	M	G	1	2	3	4	8	10	12	14
16			34	36	38	40	42	44	46	48	50
RN											

EMBALAGEM E ETIQUETAS					
ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Etq. Composição	01	0,05			
Etq. Marca	01	0,10			
Embalagem	01	0,10			

BENEFICIAMENTO		AMOSTRAS		OBSERVAÇÕES	
TIPO	OBSERVAÇÕES				

Marca: Cityscape	DATA: <u>27/08/13</u>	Coleção: Um Toque de África	REF: FFEP21
Tamanho: Extra Pequeno	N. de peças: 01	Modelo: Regata Listras	
Estilista: Fernanda Felisbino		Modelista: Fernanda Felisbino	

DESENHO FRENTE	DESENHO LATERAL	DESENHO COSTAS
		

OBSERVAÇÕES

Figura 68 – Ficha técnica regata look 01
Fonte: Autoria própria

FICHA DE SEQÜÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO

Referência: FF1934

Modelo: Calça Flare

Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
	Preparar Bolso Relógio	Reta			
	Overlocar Espelhos	Overlock			
	Overlocar Revel	Overlock			
	Overlocar Vista Aberta	Overlock			
	Overlocar Vista Fechada	Overlock			
	Preparar Espelhos	Reta			
	Preparar Revel	Reta			
	Prender espelho	Reta			
	Fechar Forro	Interlock			
	Viés Vista Aberta	Reta			
	Viés vista fechada	Reta			
	Preparar Zíper	Reta			
	Pespontar Vista «Jota»	Pespontadeira			
	Unir Vista	Pespontadeira			
	Fechar Pala	Interlock			
	Pespontar Pala	Pespontadeira			
	Fechar gancho	Fechadeira			
	Overlocar Boca de Bolso	Overlock			
	Pespontar Boca de Bolso	Reta			
	Filigranas	Reta			
	Passar Bolsos	Ferro			
	Pregar Bolsos	Reta			
	Fechar Laterais	Interlock			
	Pespontar Laterais	Reta			
	Fechar Entrepernas	Interlock			
	Barras	Reta			
	Preparar Passantes	Reta			
	Pregar Cós	Máquina de Cós			
	Ponta de Cós	Reta			
	Travetes	Travete			
	Casear	Caseadeira			

Data 27 / 08 / 13Nome dos integrantes Fernanda Felisbino

Figura 71 – Sequência calça operacional look 01
Fonte: Autoria própria

TECIDO				
DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	RENDIMENTO	CORES	FORNECEDOR
Devorê	50% Poliéster/50% Elastano	2,00m	Rosa/Roxo/Preto/Amarelo	Ganfei Textile
Helanca	100% Poliamida	1,50m	Roxo	Ganfei Textile

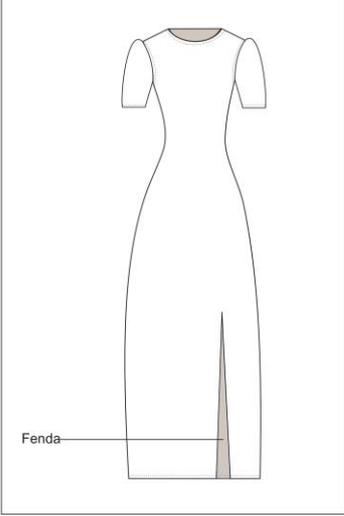
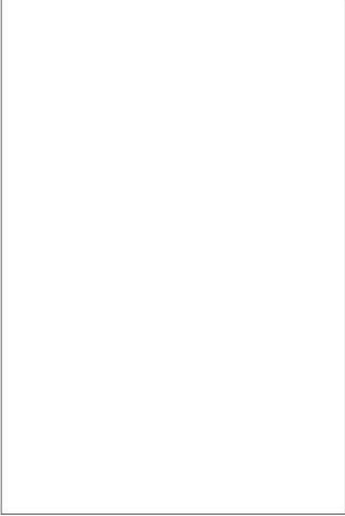
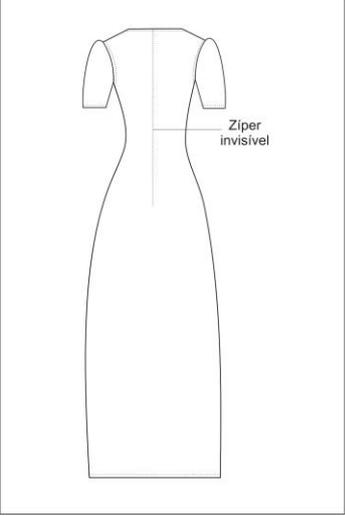
AVIAMENTO					
DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
- Reta Fio	100% Poliéster			Roxo	AGGI
Fio	100% Poliéster			Roxo	AGGI
- Overlock					
Linha	100% Poliéster			Roxo	Bonfio

GRADE DO MODELO													
EP	P	M	G	1	2	3	4	8	10	12	14		
16			34	36	38	40	42	44	46	48	50		
RN													

EMBALAGEM E ETIQUETAS					
ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Etq. Composição	01	0,05			
Etq. Marca	01	0,10			
Embalagem	01	0,10			
Zíper	01	0,70			

BENEFICIAMENTO		AMOSTRAS		OBSERVAÇÕES	
TIPO	OBSERVAÇÕES				

Marca: 	DATA: <u>27/08/13</u>	Coleção: Um Toque de África	REF: FFVLM34
Tamanho: Médio	N. de peças: 01	Modelo: Vestido Longo	
Estilista: Fernanda Felisbino		Modelista: Fernanda Felisbino	

DESENHO FRENTE	DESENHO LATERAL	DESENHO COSTAS
		

OBSERVAÇÕES

Figura 72 – Ficha técnica vestido look 02
Fonte: Autoria própria

FICHA DE SEQÜÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO

Referência: FF2236

Modelo: Calça Skynny

Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
	Preparar Bolso Relógio	Reta			
	Overlocar Espelhos	Overlock			
	Overlocar Revel	Overlock			
	Overlocar Vista Aberta	Overlock			
	Overlocar Vista Fechada	Overlock			
	Preparar Espelhos	Reta			
	Preparar Revel	Reta			
	Prender espelho	Reta			
	Fechar Forro	Interlock			
	Viés Vista Aberta	Reta			
	Viés vista fechada	Reta			
	Preparar Zíper	Reta			
	Pespontar Vista «Jota»	Pespontadeira			
	Unir Vista	Pespontadeira			
	Fechar Pala	Interlock			
	Pespontar Pala	Pespontadeira			
	Fechar gancho	Fechadeira			
	Overlocar Boca de Bolso	Overlock			
	Pespontar Boca de Bolso	Reta			
	Filigranas	Reta			
	Passar Bolsos	Ferro			
	Pregar Bolsos	Reta			
	Fechar Laterais	Interlock			
	Pespontar Laterais	Reta			
	Fechar Entrepernas	Interlock			
	Barras	Reta			
	Preparar Passantes	Reta			
	Pregar Cós	Máquina de Cós			
	Ponta de Cós	Reta			
	Travetes	Travete			
	Casear	Caseadeira			

Data 27 / 08 / 13Nome dos integrantes Fernanda Felisbino

Figura 75 – Sequência operacional calça look 03
Fonte: Autoria própria

TECIDO				
DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	RENDIMENTO	CORES	FORNECEDOR
Voil	100% Poliéster	1,40 m	Rosê	Ganfei Textile
Entretela	100% Poliéster	0.30 m	Branco	Pemalex

AVIAMENTO					
DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
- Reta Fio	100% Poliéster			Rosa	Bonfio
Fio	100% Poliéster			Branco	AGGI
- Overlock					
Linha	100% Poliéster			Rosa	Bonfio
- Caseadeira Linha	100% Poliéster			Rosa	Bonfio

GRADE DO MODELO												
EP	P	M	G	1	2	3	4	8	10	12	14	
16				34	36	38	40	42	44	46	48	50
RN												

EMBALAGEM E ETIQUETAS					
ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Botões	07	1,75			
Etiqu. Composição	01	0,05			
Etiqu. Marca	01	0,10			
Embalagem	01	0,10			

BENEFICIAMENTO		AMOSTRAS		OBSERVAÇÕES	
TIPO	OBSERVAÇÕES				
	Sublimação				
					

Marca: 	DATA: 27/08/13	Coleção: Um Toque de África	REF: FFCDP22
Tamanho: Pequeno	N. de peças: 01	Modelo: Camisa Diamantes	
Estilista: Fernanda Felisbino		Modelista: Fernanda Felisbino	

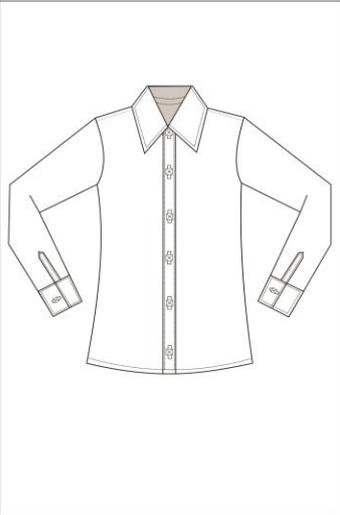
DESENHO FRENTE	DESENHO LATERAL	DESENHO COSTAS
		
OBSERVAÇÕES		

Figura 76 – Ficha técnica camisa look 03
Fonte: Autoria própria

FICHA DE SEQÜÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO

Referência: FF2136

Modelo: Short cós Alto

Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
	Preparar Bolso Relógio	Reta			
	Overlocar Espelhos	Overlock			
	Overlocar Revel	Overlock			
	Overlocar Vista Aberta	Overlock			
	Overlocar Vista Fechada	Overlock			
	Preparar Espelhos	Reta			
	Preparar Revel	Reta			
	Prender espelho	Reta			
	Fechar Forro	Interlock			
	Viés Vista Aberta	Reta			
	Viés vista fechada	Reta			
	Preparar Botões	Reta			
	Pespontar Vista «Jota»	Pespontadeira			
	Unir Vista	Pespontadeira			
	Fechar Pala	Interlock			
	Pespontar Pala	Pespontadeira			
	Fechar gancho	Fechadeira			
	Overlocar Boca de Bolso	Overlock			
	Pespontar Boca de Bolso	Reta			
	Filigranas	Reta			
	Passar Bolsos	Ferro			
	Pregar Bolsos	Reta			
	Fechar Laterais	Interlock			
	Pespontar Laterais	Reta			
	Fechar Entrepernas	Interlock			
	Barras	Reta			
	Preparar Passantes	Reta			
	Pregar Cós	Máquina de Cós			
	Ponta de Cós	Reta			
	Travetes	Travete			
	Casear	Caseadeira			

Data 27 / 08 / 13

Nome dos integrantes Fernanda Felisbino

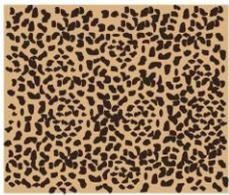
Figura 79 – Sequência operacional short look 04
Fonte: Autoria própria

TECIDO				
DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	RENDIMENTO	CORES	FORNECEDOR
Voil	100% Poliéster	1,40 m	Branco	Ganfei Textile
Entretela	100% Poliéster	0.30 m	Branco	Pemalex

AVIAMENTO					
DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
- Reta Fio	100%	Poliéster		Caramelo	Bonfio
Fio	100%	Poliéster		Caramelo	AGGI
- Overlock					
Linha	100%	Poliéster		Caramelo	Bonfio
- Caseadeira Linha	100%	Poliéster		Caramelo	Bonfio

GRADE DO MODELO												
EP	P	M	G	1	2	3	4	8	10	12	14	
16			34	36	38	40	42	44	46	48	50	
RN												

EMBALAGEM E ETIQUETAS					
ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Botões	07	1,75			
Etq. Composição	01	0,05			
Etq. Marca	01	0,10			
Embalagem	01	0,10			

BENEFICIAMENTO		AMOSTRAS		OBSERVAÇÕES	
TIPO	OBSERVAÇÕES				
Sublimação					

Marca: Cityscape	DATA: <u>27/08/13</u>	Coleção: Um Toque de África	REF: FFCLP21
Tamanho: Pequeno	N. de peças: 01	Modelo: Camisa Leopardo	
Estilista: Fernanda Felisbino		Modelista: Fernanda Felisbino	

DESENHO FRENTE	DESENHO LATERAL	DESENHO COSTAS
		

OBSERVAÇÕES

Figura 80 – Ficha técnica camisa look 04
Fonte: Autoria própria

TECIDO				
DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	RENDIMENTO	CORES	FORNECEDOR
Vesúvio	80% Viscose/20% Poliamida	0,70 m	Branco	Ganfei Textile

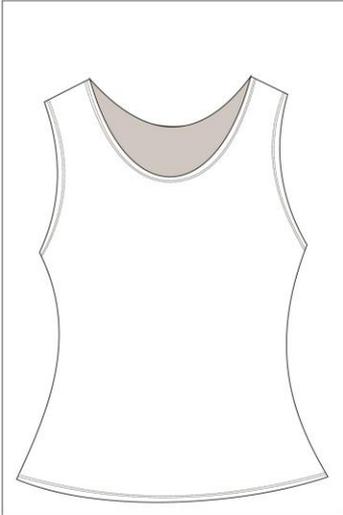
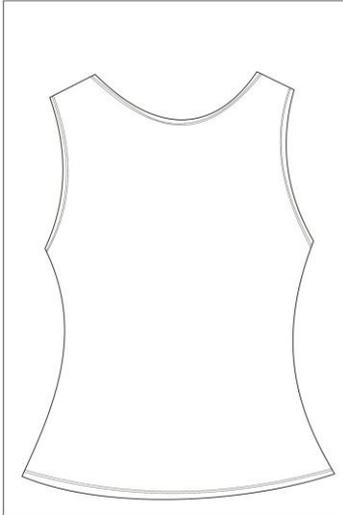
AVIAMENTO					
DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
- Reta Fio	100% Poliéster			Branco	AGGI
Fio	100% Poliéster			Branco	AGGI
- Overlock Linha	100% Poliéster			Branco	Bonfio

GRADE DO MODELO												
EP	P	M	G	1	2	3	4	8	10	12	14	
16			34	36	38	40	42	44	46	48	50	
RN												

EMBALAGEM E ETIQUETAS					
ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Etq. Composição	01	0,05			
Etq. Marca	01	0,10			
Embalagem	01	0,10			

BENEFICIAMENTO		AMOSTRAS		OBSERVAÇÕES	
TIPO	OBSERVAÇÕES				

Marca: Cityscape	DATA: <u>27/08/13</u>	Coleção: Um Toque de África	REF: FFRP25
Tamanho: Pequeno	N. de peças: 01	Modelo: Regata	
Estilista: Fernanda Felisbino		Modelista: Fernanda Felisbino	

DESENHO FRENTE	DESENHO LATERAL	DESENHO COSTAS
		

OBSERVAÇÕES

Figura 84 – Ficha técnica regata look 05
Fonte: Autoria própria

FICHA DE SEQÜÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO

Referência: FFSS34

Modelo: Saia Short

Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
	Overlocar vista aberta	Overlock			
	Overlocar vista fechada	Overlock			
	Prepara espelho	Reta			
	Preparar revel	Reta			
	Prender espelho	Reta			
	Fechar forro - interloque	Interlock			
	Viés vista aberta	Reta			
	Viés vista fechada	Reta			
	Preparar zíper	Reta			
	Pespontar vista "jota"	Pespontadeira			
	Unir vista	Pespontadeira			
	Preparar Saia Sobreposta	Reta			
	Unir Saia a Frente do Short	Reta			
	Fechar gancho	Fechadeira			
	Fechar lateral	Interlock			
	Pespontar lateral	Reta			
	Fechar entre pernas	Interlock			
	Barras	Reta			
	Preparar passantes	Reta			
	Pregar cós	Máquina de Cós			
	Ponta de cós	Reta			
	Travetes	Travete			
	Casear	Caseadeira			

Data 27 / 08 / 13Nome dos integrantes Fernanda Felisbino

Figura 91 – Sequência operacional saia *short look 06*
Fonte: Autoria própria

12 CATÁLOGO

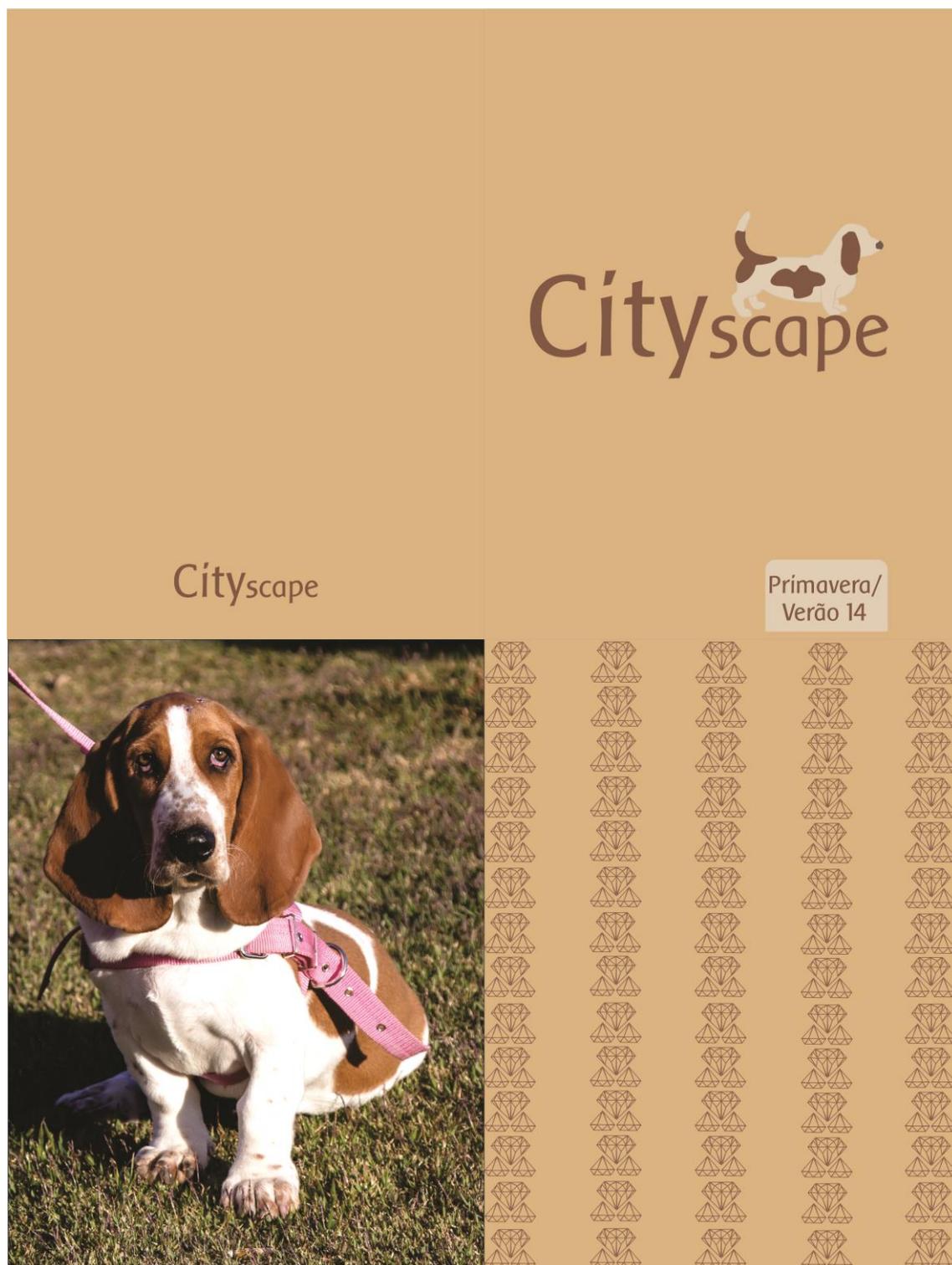
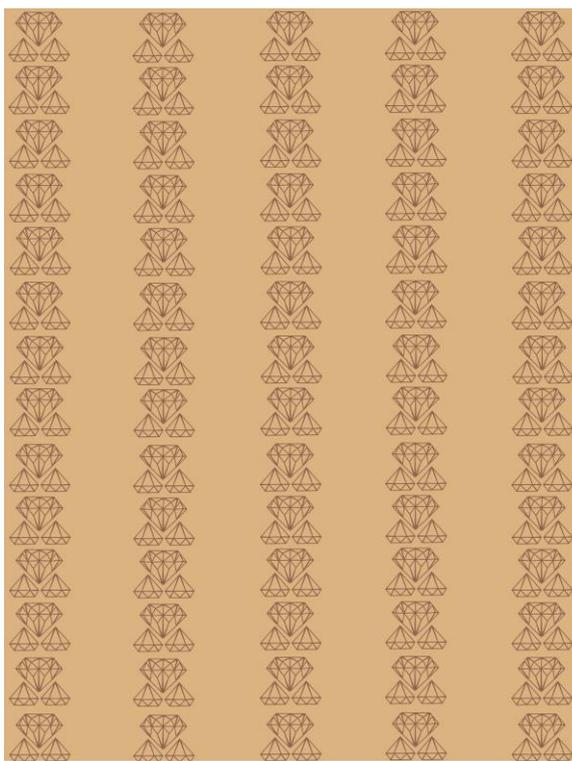


Figura 92 – Catálogo coleção primavera-verão 2014
Fonte: Autoria própria



Créditos

Modelos: Alicia Barusso
Ana Heloisa Souza
Eloana Martins
Juliana de Souza
Regiane Felisbino
Simone Gerarduzzi

Fotógrafo: Éderson Fabrício

Local: Parque Jaboti

Produtora de Moda: Fernanda Felisbino

Animal: Lilica (Basset Hound)

Redes Sociais

 facebook.com/cityscape
 instagram.com/cityscape




Coleção Primavera/Verão Cityscape

Desfrutar de uma temporada colorida e de um verão perfeita é o nosso objetivo com a coleção

Um Toque de África

Uma verdadeira adoração à beleza e aos bons momentos que a estação mais ensolarada e animada do ano nos traz

Época de sorrir e contemplar os diferentes tons da coleção que revelam tudo o que a estação tem de melhor

Figura 93 – Catálogo coleção primavera-verão 2014
Fonte: autoria própria

A saia short com a modelagem e o tecido da atualidade mostra sua versatilidade: tecido escuro e corte moderno para uma silhueta mais alongada além de funcionar tanto em produções para o dia como para a noite.

Modelo Vestido: Camisa com detalhes em bordado ref. FFC0BEF21 Cabelo: Boto ref. FF1B04 Acessórios: Acervo

Modelo Vestido: Camisa ref. FFC2P21 Saia Short ref. FF3S34 Acessórios: Acervo

O vestido longo é uma peça ultraelegante e deixa a silhueta mais longilínea.

Modelo Vestido: Camisa Dama ref. FF2P26 Blusa ref. FF3P23 Saia ref. FF3S36 Acessórios: Acervo

Modelo Vestido: Vestido Longo ref. FFVLM34 Acessório: Acervo

Figura 94 – Catálogo coleção primavera-verão 2014
 Fonte: Autoria própria



Figura 95 – Catálogo coleção primavera-verão 2014
Fonte: Autoria própria



Figura 96 – Catálogo coleção primavera-verão 2014
Fonte: Autoria própria

13 DOSSIÊ ELETRÔNICO

The image shows a screenshot of the Facebook profile page for 'Cityscape'. At the top, the Facebook logo and search bar are visible. The profile cover photo features a beagle dog. The profile picture is a small logo with a dog and the text 'Cityscape'. Below the cover photo, there are navigation tabs: 'Linha do tempo', 'Sobre', 'Fotos 68', 'Amigos 427', and 'Mais'. The 'Sobre' section contains the text: 'Marca criada especificamente para o público com estatura entre 1,47 à 1,53, que necessitam de peças ajustadas e confortáveis.' Below this, there are location tags for 'Apucarana' and 'Seguido por 26 pessoas'. The 'Fotos' section shows a grid of images. The main content area displays a status update from 'Cityscape' dated 'há 18 horas', which reads: 'Preview Coleção Primavera-Verão 2014 dia 27 de agosto às 19hrs no Auditório da UTFPR, Campus Apucarana.' The post has 147 likes. On the right side, there is a 'Recente' list with years from 2013 to 2009, and a 'Patrocinado' section with an advertisement for 'MELHORES TARIFAS GOL' and 'Os Estagiários - Brasil'.

Figura 97 – Facebook Cityscape
Fonte: Autoria própria

facebook Cityscape [Página inicial](#)

Cityscape
247 curtiram · 3 falando sobre isso

Produto/Serviço
Peças de vestuário confortáveis e elegante, para consumidoras fiéis e novas consumidoras.

Sobre – Sugerir uma edição

Fotos Opções "Curtir" Loja (LikeStore)

COMPRE AQUI

Recente
2013
2012
2011
Fundada em

Destaque

Publicar Foto / Vídeo
Escreva algo...

Cityscape compartilhou a foto de Cityscape
25 de julho

Sorteio do LOOK completo, curta e compartilhe a foto para participar, data do sorteio 27 de agosto



Curtr (desfazer) · Comentar · Seguir (desfazer) publicação · Compartilhar
Você, Diana Vaz, Claudia Damazio, Kérolém Gvp e outras 8 pessoas curtiram isso.
Ver mais 3 comentários

Convide seus amigos para curtirem esta página Ver todos
Digite o nome de um amigo... **Convidar**

- Sih Gerarduzzi** **Convidar**
- Juliana Souza** **Convidar**
- Ana Heloisa Souza** **Convidar**

Cityscape compartilhou a foto de Cityscape
25 de julho

Meninas hoje é o sorteio dessa maravilhosa peça!!
Aguaaaardem



Curtr (desfazer) · Comentar · Seguir (desfazer) publicação · Compartilhar
Você, Diana Vaz, Claudia Damazio, Kérolém Gvp e outras 8 pessoas curtiram isso.
Ver mais 3 comentários

Juliana Souza Obrigada meninas!! Estou muito feliz!
há 11 horas via celular · Curtr

Figura 98 – Fanpage Cityscape
Fonte: Autoria própria

facebook Cityscape [Página inicial](#) [Criar página](#)

Cityscape [Loja \(LikeStore\)](#) [Curtir](#)

Categorias [0 itens | R\\$ 0,00](#)

Short



♥ 27 De 120,00 à 220,00

Camisas



♥ 57 De 90,00 à 180,00

Figura 99 – Loja virtual *Likestore* marca *Cityscape*
Fonte: Autoria própria

facebook Cityscape [Página inicial](#) [Curtir](#) [Criar página](#)

Cityscape [Loja \(LikeStore\)](#) [Curtir](#) [Criar página](#)

[Início](#) » [Short](#)



Short Cós Alto
por **R\$ 120,00**

Quantidade
- 1 +

[Comprar](#)

34 36 38 40 42 44



Descrição

Short curto, cós alto, no cor Vermelho Candomblé, fechamento em botões.

[Mostrar mais ...](#)

[Curtir](#) 58 [Enviar](#) [Eu quero](#) 29 [Comprar](#)

Figura 100 – Produto selecionado na loja virtual
Fonte: Autoria própria

facebook Cityscape [Página inicial](#) [Criar página](#)

Cityscape Loja (LikeStore) [Curtir](#)

Categorias [1 itens | R\\$120,00](#)

[Início](#) » [Shor](#)

Carrinho de Compras

Publicar essa compra no meu mural

PRODUTOS	QUANT.	UNITÁRIO	TOTAL
Short Cós Alto	1	R\$ 120,00	R\$ 120,00
SUBTOTAL			R\$ 120,00

Descontos

Outros descontos R\$ 0,00

SUBTOTAL DESCONTOS R\$ 0,00

Calcular Frete

- Encomendas PAC
- Sedex
- Sedex a cobrar

FRETE R\$ 0,00

TOTAL DA SUA COMPRA R\$120,00

[Continuar comprando](#) [Finalizar Compra](#)

[Limpar o carrinho](#)

Descrição

[Mostrar mais ...](#)

Figura 101 – Formas de entrega do produto
Fonte: Autoria própria

The image shows a checkout page on a Facebook LikeStore. At the top, there is a Facebook navigation bar with the search bar and 'Cityscape' branding. Below this, the LikeStore interface includes a 'Loja (LikeStore)' dropdown and a 'Curtir' button. The main content area features a green 'Ambiente Seguro' badge and 'Pagamentos online moip' branding. The total purchase value is displayed as 'Valor total da compra: R\$ 120,00'. The checkout process is divided into three steps: '1 Seus dados', '2 Forma de Pagamento', and '3 Confirmação'. The 'Seus dados' step is active, showing a form with the following fields: Email, Nome, CPF, RG, CEP (pre-filled with 86800-030), Endereço (pre-filled with RUA PONTA GROSSA), Número, Complemento, Bairro (pre-filled with CENTRO), Cidade (pre-filled with APUCARANA), Estado (pre-filled with Paraná), and Telefone. A 'Voltar' link is located at the bottom left of the form, and a blue 'Continuar' button is at the bottom right. At the bottom of the page, there is a LikeStore logo and navigation links: 'Sobre a Likestore', 'Crie sua loja', and 'Denunciar loja'.

facebook Pesquise pessoas, locais e coisas Cityscape Página inicial

Cityscape Loja (LikeStore) Curtir Criar página

Ambiente Seguro Pagamentos online moip

Valor total da compra: R\$ 120,00

1 Seus dados 2 Forma de Pagamento 3 Confirmação

Email

Nome

CPF

RG

CEP 86800-030

Endereço RUA PONTA GROSSA

Número

Complemento

Bairro CENTRO

Cidade APUCARANA

Estado Paraná

Telefone

Voltar Continuar

likestore Sobre a Likestore | Crie sua loja | Denunciar loja

Figura 102 – Cadastro para recebimento do produto
Fonte: Autoria própria

14 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente trabalho, analisou a problemática do público consumidor de moda vestuário feminino de baixa estatura, realizada com pesquisa de campo, pesquisa aplicada, análises quantitativa e qualitativa. Na análise dos resultados coletados através da entrevista realizada juntamente com a pesquisa de campo, o público diz ter a necessidade de chegar a uma loja, comprar uma peça de vestuário e poder utiliza-la no mesmo dia, sem precisar ir até a uma costureira ou até mesmo deixar a peça na loja para alguns ajustes, esse seria um dos maiores problemas apontado pelas entrevistadas.

Quando realizada a pesquisa, teve-se o cuidado de entrevistar não apenas mulheres de baixa estatura e magras, mas também mulheres mais gordinhas, ou mulheres com mais seio e menos glúteo e vice e versa, isto para que, quando fosse realizada a média na tabela de medidas fosse possível obter uma grade que favorecesse os tamanhos dos manequins do número 34 até o 44, com isso, solucionar problemas de mulheres baixas em uma grade de tamanho diferenciado.

A criação de uma coleção baseada em culturas africanas deixou principalmente as modelos muito satisfeitas, pois pode abranger culturas, animais e riquezas do país como o ouro e os diamantes fazendo com que a coleção tivesse um nicho de modelos bem distinguidos.

A mulher por si só carrega a vaidade dentro de si, e isso faz com que desejem algo diferenciado, inovador e principalmente ajustado ao corpo para se sentirem felizes e satisfeitas com o produto adquirido.

As roupas têm como principais objetivos serem confortáveis, apresentar uma boa aparência, proteger e dar segurança, uma vez que isso é o que o público-alvo mais valoriza.

Sem cair na monotonia de roupas com tonalidades simples e corriqueiras, criou-se uma coleção colorida, com estampas exclusivas e alegres, tonalidades diferenciadas para que essas mulheres se sintam valorizadas com o vestuário criado exclusivamente para elas.

15 REFERÊNCIAS

AGUIAR, Lívia. **O que seus sonhos dizem sobre você?** Disponível em: <<http://super.abril.com.br/testes/seus-sonhos-dizem-voce-598928.shtml>>. Acesso em: 13 de agosto de 2013.

ALVES, Cirstiane. **Padrão de medidas para moda íntima.** Disponível em: <http://www.abit.org.br/site/noticia_detalhe.asp?controle=2&id_menu=20&idioma=PT&id_noticia=1091>. Acesso em 15 de junho de 2011.

BAROSSO, Jaime. **Como nasce um diamante e a incrível história do diamante cor-de-rosa.** Disponível em: <<http://blogpaicandu.blogspot.com.br/2013/05/como-nasce-um-diamante-e-incrivel.html>>. Acesso em: 17 de julho de 2013.

BOUERI, José Jorge. **Sob medida: antropometria, projeto e modelagem,** in Design de Moda: olhares diversos, 2008, p. 423.

BÜRDEK, E. Benhard. **Design: História, teoria e prática do design de produtos.** Tradução de Freddy Van Camp. São Paulo: Editora Blucher, 2010.

CORDEIRO, Manuela Casali. **Modelos para mulheres baixas inverno 2009.** Disponível em: <<http://www.portaisdamoda.com.br/noticialnt~id~18326~n~modelos+para+mulheres+baixas+inverno+2009.htm>>. Acesso em: 29 de junho de 2011.

CORRÊA, Marcela Krüger. **Projeto de Coleção.** Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/65089644/15/Mix-de-produto-e-de-moda>>. Acesso em: 14 de junho de 2013.

ESCHER, Selena. **Tendências verão 2014 (parte 3) – preto e branco.** Disponível em: <<http://modaconceito.com/tendencias-verao-2014-parte-3-preto-e-branco/>>. Acesso em: 30 de junho de 2013.

FILUS, Lediane. **Dicas para as baixinhas: aprenda a alongar a silhueta.** Disponível em: <<http://todaela.uol.com.br/street-fashion/dicas-para-as-baixinhas-aprenda-a-alongar-a-silhueta>> Acesso em: 19 de maio 2013.

FULCO, Paulo de Tarso, SILVA, Rosa Lúcia de Almeida Silva. **Modelagem plana feminina**. Rio de Janeiro: Senac Sacional, 2008, 112 p.

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion Design – manual do estilista**. São Paulo: CasacNaify, 2005, 240 p., 304 Ilustr.

MACIEL, Lena; LIEDKE, Lucas; RODRIGUES, Rony. **We all want to be Young**. Disponível em: < <http://vimeo.com/16641689>>. Acesso em: 25 de julho de 2013.

MAGALHÃES, Gildo. **Introdução à metodologia científica: caminho da ciência e tecnologia**. São Paulo: Ática, 2005.

MARCONI, Mariana de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. São Paulo: Atlas, 2007, p. 289.

MARTINS, Suzana B. **Ergonomia e moda: repensando a segunda pele**, in Design de Moda: olhares diversos, 2008, p. 423.

MORAIS, Conceição. **Comportamento do consumidor**. Disponível em: < <http://www.slideshare.net/mcmoraescosta/comportamento-do-consumidor-personalidadeestilosvida>>. Acesso em: 22 de julho de 2013.

MORESI, Eduardo. **Metodologia da Pesquisa**. Disponível em: < http://www.unisc.br/portal/upload/com_arquivo/metodologia_da_pesquisa..pdf> Acesso em: 10 de julho de 2013.

MONTEIRO, Luana. **Flores da África**. Disponível em:< <http://flores.culturamix.com/flores/flores-da-africa>> Acesso em: 09 de junho de 2013.

MOTTA, Flávia; BRADFORD, Mariana. **Fashion Rio: conheça as principais tendências do verão 2014**. Disponível em: <<http://gnt.globo.com/moda/noticias/Fashion-Rio--conheca-as-principais-tendencias-do-verao-2014.shtml>>. Acesso em: 30 de junho de 2013.

OSORIO, Ligia. **Modelagem organização e técnicas de interpretação**. Caxias do Sul, RS: Educs, 2007. 223 p.

PAPANЕК, Victor. **Design for the real world**. Disponível em: <http://playpen.icomtek.csir.co.za/~acdc/education/Dr_Anvind_Gupa/Learners_Library_7_March_2007/Resources/books/designvictor.pdf>. Acesso em: 22 de junho de 2013.

PARADIZO, Shirley. **Conheça o baobá, uma árvore nativa do Madagascar, na África**. Disponível em: <<http://www.recreio.com.br/licao-de-casa/conheca-o-baoba>>. Acesso em: 17 de julho de 2013.

ROSA, Stefania. **Alfaiataria: modelagem plana masculina**. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?hl=en&lr=&id=bhjWbZjNFd4C&oi=fnd&pg=PP12&dq=Modelagem+de+roupa&ots=YIYvm3Mh-b&sig=D6SoPsSzMUp_PetTbTvkuiLYw60#v=onepage&q&f=false> Acesso em: 31 de maio de 2013.

ROZENDO, Nat. **Desenho de moda: desenho técnico**. Disponível em: <<http://modaxblog.blogspot.com.br/2011/05/desenho-de-moda-desenho-tecnico.html>>. Acesso em: 22 de julho de 2013.

PIRES, Dorotéia Baduy. **Design de Moda: olhares diversos**. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008. 423 p.

SANTOS, Raquel; FUJÃO, Carlos. **ANTROPOMETRIA**. Disponível em: <<http://www.professores.uff.br/cecilia/disciplinas/Texto-Antropometria.pdf>>. Acesso em: 30 de junho de 2011.

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: cortez, 2007, 304 p.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Disponível em: <http://www.tecnologiadeprojetos.com.br/banco_objetos/%7B7AF9C03E-C286-470C-9C07-

EA067CECB16D%7D_Metodologia%20da%20Pesquisa%20e%20da%20Disserta%C3%A7%C3%A3o%20UFSC%202005.pdf> Acesso em: 12 de maio de 2013.

SILVEIRA, Icléia. **Usabilidade do Vestuário: Fatores Técnicos/Funcionais.**

Disponível em:

<http://www.ceart.udesc.br/modapalavra/edicao1/artigos/usabilidade_iceliasilveira.pdf>. Acesso em: 31 de maio de 2013.

SOUZA, Walkiria Guedes de. **Modelagem no design do vestuário.** Disponível em <http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A6045.pdf>. Acesso em: 08 de junho de 2013.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda: planejamento de coleção.** Brusque: D. Treptow, 2007. 212p.

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ. **Normas para Elaboração de trabalhos acadêmicos.** Comissão Normalização de trabalhos Acadêmicos. Curitiba: Editora UTFPR, 2009, 112 p.

WOLLNER, Alexandre. **O que é design?** Disponível em: <<http://designices.com/o-que-e-design/>> Acesso em: 01 de junho de 2013.

16 APÊNDICE

“QUESTIONÁRIO 1 – TCC II

Pesquisa com intuito de favorecer a moda para as mulheres de baixa estatura.

1) Qual é a sua altura?

_____m

2) Normalmente você encontra peças de vestuário para seu tipo de corpo facilmente?

() Sim () Não

3) Numere de 1 a 5, de acordo com o grau de dificuldade sendo 1 para raramente e 5 para sempre, as peças que tem mais dificuldade de encontrar no seu tipo de corpo.

- Vestido
- Camisa
- Blazer
- Calça Jeans
- Shorts
- Saia

PODE MARCAR MAIS DE UMA ALTERNATIVA

4) Vestido = o defeito se encontra onde?

() altura da cintura

() decote baixo

() comprimento total

() largura das costas

() outro, onde _____/_____/_____

5) E na Camisa?

- comprimento da manga
- “amarrando” antebraços
- altura da cintura
- comprimento total
- outro, onde _____ / _____ / _____

6) E no Blazer?

- comprimento da manga
- “amarrando” antebraços
- altura da cintura
- comprimento total
- outro, onde _____ / _____ / _____

7) E na Calça Jeans?

- comprimento da perna
- altura do gancho com cóc
- calça “Flare” perdem o efeito na barra
- falta mobilidade
- outro, onde _____ / _____ / _____

8) E no Shorts?

- um “mini” acaba ficando comprido
- altura do gancho
- altura do cóc
- falta mobilidade
- outro, onde _____ / _____ / _____

9) E na Saia?

- comprimento total
- muito justa
- muito larga
- pouca mobilidade
- outro, onde _____ / _____ / _____”