

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

CRISTIANE ANASTACIO ALEXANDRINO

**DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO INOVADOR EM UMA
EMPRESA JEANS WEAR**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

APUCARANA

2013

CRISTIANE ANASTACIO ALEXANDRINO

**DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO INOVADOR EM UMA
EMPRESA JEANS WEAR**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para a
obtenção do Título de Tecnólogo em
Design de Moda - Universidade
Tecnológica Federal do Paraná – Campus
Apucarana.

Orientadora: Prof^a. Me. Patrícia Aparecida
Almeida Spaine

Co-orientadora: Prof^a Me. Valquíria
Ribeiro

APUCARANA

2013



**Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Câmpus Apucarana
CODEM – Coordenação do Curso Superior de
Tecnologia em Design de Moda**



**TERMO DE APROVAÇÃO
Título do Trabalho de Conclusão de Curso Nº 68
Desenvolver um produto inovador em uma empresa jeans wear
por**

CRISTIANE ANASTÁCIO ALEXANDRINO

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado aos trinta 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) PATRICIA APARECIDA ALMEIDA SPAINE– ORIENTADOR(A)

PROFESSOR(A) – CARLA HIDALGO CAPELASSI –EXAMINADOR(A)

PROFESSOR(A) GISELY ANDRESSA PIRES – EXAMINADOR(A)

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

Dedico este trabalho a meus avós, que me criaram e me ensinaram a ser sempre uma pessoa humilde, e a meus pais, que me legaram uma genética de garra, força e persistência.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, a Deus, que, em minha trajetória de vida, esteve sempre presente, jamais me abandonou.

Ao meu esposo, José Luis Alexandrino, que, com a sua paciência, me entendeu e apoiou, reconfortando - me ao me lembrar sempre do fim próximo, pois logo todo o estresse cessaria; e as minhas filhas, Carolina e Camila, que, mesmo nos momentos de aborrecimento, quando não conseguia resolver as parábolas universitárias, sempre estiveram presentes para me ajudar. O apoio foi tamanho que posso dizer que não me formo sozinha, os três também se formam comigo.

A todos os amigos que fiz durante essa trajetória, companheiros de turma, que, de certa forma, também contribuíram para esse momento.

E é claro, à minha orientadora, Patrícia Almeida, e à co-orientadora, Valquíria Ribeiro que me auxiliaram quando eu mais precisava.

Por fim, a todos os professores, por me ampararem durante essa longa jornada e por transmitirem seus conhecimentos.

“O sol que domina os dias, porque sua misericórdia é eterna”.
(Salmo 135,8)

RESUMO

ALEXANDRINO, Cristiane Anastacio. **Desenvolvimento de produto inovador em uma empresa Jeans Wear**. 2013. 110 p. Trabalho de Conclusão de Curso Tecnologia em Design de Moda - Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2013.

Este projeto visou a desenvolver uma coleção inovadora de *jeans wear*, para uma empresa de confecção existente, com base em uma proposta que atenda às demandas de inovação e diferenciação de produto do novo mercado. Para tanto, o produto deverá estar em sintonia, e o modelo da peça correspondente aos seus aviamentos. Finalizando com um design que desperte o desejo de compra no consumidor.

Palavras-chave: Inovação. Produto. Design. Aviamentos.

ABSTRACT

ALEXANDRINO, Cristiane Anastacio. **Develop an innovative product in a company Jeans Wear.** In 2013. 110 p. Work Course Conclusion Technology in Fashion Design - University Tecnologica Federal do Paraná. Apucarana, 2013.

This project aimed to develop an innovative collection of jeanswear for a company clothing exists, based on a proposal that meets the demands of innovation and product differentiation of the new market. Therefore, the product must be in line, the part of the model corresponding to their trims, and so on. Ending with a design that awakens the desire to purchase in the consumer.

Keywords: Innovation. Product. Design. Trims.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Levi Strauss.....	19
Figura 2- Jacob Davis	20
Figura 3- Patente da calça jeans	21
Figura 4 - Calça Feminina Cris Jeans Coleção Inverno 2012. Frente	28
Figura 5- Calça Feminina Cris Jeans Coleção Inverno 2012. Costas	28
Figura 6- Parca Jeans Feminina Coleção Inverno 2012. Costas	29
Figura 7 - Parca Jeans Feminina Coleção Inverno 2012. Frente	29
Figura 8 - Jaqueta Feminina Jeans Coleção Inverno 2012. Frente	30
Figura 9 - Jaqueta Feminina Jeans Coleção Inverno 2012. Costas	30
Figura 10 - Shorts Estampado Feminino Coleção Carnaval 2013. Frente	31
Figura 11 - Shorts Estampado Feminino Coleção Carnaval 2013. Costas	31
Figura 12 - Shorts Estampado Feminino Coleção Carnaval 2013. Frente	32
Figura 13 - Shorts Estampado Feminino Coleção Carnaval 2013.Costas	32
Figura 14 - Shorts Jeans Bolso Bordado Coleção Carnaval 2013. Frente	33
Figura 15 - Shorts Jeans Bolso Bordado Coleção Carnaval 2013. Costas	33
Figura 16 - Calça Feminina Cris Jeans Inverno 2012. Frente	34
Figura 17 - Calça Feminina Cris Jeans Inverno 2012. Costas	34
Figura 18 - Calça Jeans Feminina Coleção Inverno 2013. Costas	35
Figura 19 - Calça Jeans Feminina Coleção Inverno 2013. Frente	35
Figura 20 – Logomarca	38
Figura 21 - Público Alvo	40
Figura 22 - Formato Oval	43
Figura 23 - Formato Retangular	44
Figura 24 - Formato Triângulo Invertido.....	44
Figura 25 – Briefing.....	45
Figura 26 - Cartela de Cores	46
Figura 27 - Nome: <i>Span Print</i>	47
Figura 28 - Nome: Paetê Preto	47
Figura 29 - Nome: Renda	48
Figura 30 - Nome: Paetê Animal Print	48
Figura 31 - Nome: Moto Skim.....	49
Figura 32 - Nome: PT	49

Figura 33 - Nome: Atavic Denim	50
Figura 34 - Nome: Marina Blue.....	50
Figura 35 - Nome: Dallas Blue Black	51
Figura 36 - Nome: Sanny Duo	51
Figura 37 - Aviamentos – Botões – taxas e spikes.....	52
Figura 38 – Calça Flare com bolso de renda	53
Figura 39 – Calça cigarrete Vermelha.....	54
Figura 40 – Calça Tradicional com bolso tipo faca	55
Figura 41 – Shorts com aplicação de paetê e puido	56
Figura 42 – Saia Branca.....	57
Figura 43 – Shorts com Aplicação em Renda e Perolas.....	58
Figura 44 – Shorts Estampado.....	59
Figura 45 – Shorts com aplicação de rebites.....	60
Figura 46 – Calça tradicional com bordado no bolso	61
Figura 47 – Calça Capri.....	62
Figura 48 – Shorts com Tie Dye e cinto	63
Figura 49 – Shorts com forro do bolso aparente de onça	64
Figura 50 – Saia com a barra virada	65
Figura 51 – Bermuda escura	66
Figura 52 – Bermuda Branca.....	67
Figura 53 – Calça Capri com a barra virada.....	68
Figura 54 – Calça cigarrete com cinto.....	69
Figura 55 – Calça Cigarrete	70
Figura 56 – Calça cigarrete com puido.....	71
Figura 57 – Calça Flare com cinto	72
Figura 58 – Shorts com puído, lixado, fast pin e barra desfiada.....	73
Figura 59 – Shorts com Cinto metalizado	74
Figura 60 – Shorts com degrade e aplicação de rebites.....	75
Figura 61 – Calça Tradicional.....	76
Figura 62 – Calça Tradicional com cinto estampado	77
Figura 63 – Calça Flare com renda no Bolso	78
Figura 64 – Calça Cigarrete Vermelha	79
Figura 65 – Ficha técnica Calça tradicional flare – Frente (<i>look 1</i>).....	80
Figura 66 – Ficha técnica Calça tradicional flare – Costa (<i>look 1</i>).....	81

Figura 67 - Ficha técnica Calça tradicional flare – Sequencia operacional (<i>look 1</i>).....	82
Figura 68 – Ficha técnica Calça cigarrete color – Frente (<i>look 2</i>).....	83
Figura 69 - Ficha técnica Calça cigarrete color – Costa (<i>look 2</i>).....	83
Figura 70 - Ficha técnica Calça cigarrete color – Sequencia operacional (<i>look 2</i>).....	84
Figura 71 - Ficha técnica Calça tradicional com lycra – Frente (<i>look 3</i>).....	85
Figura 72 – Ficha técnica Calça tradicional com lycra – Costa (<i>look 3</i>).....	85
Figura 73 - Ficha técnica Calça tradicional com lycra – Sequencia operacional (<i>look 3</i>).....	86
Figura 74 – Ficha técnica Shorts lycra com paetê– Frente (<i>look 4</i>).....	87
Figura 75 - Ficha técnica Shorts lycra com paetê – Costa (<i>look 4</i>).....	88
Figura 76 - Ficha técnica Shorts lycra com paetê – Sequencia operacional (<i>look 4</i>).....	89
Figura 77 – Ficha técnica Mini saia PT – Frente (<i>look 5</i>).....	90
Figura 78 – Ficha técnica Mini saia PT – Costa (<i>look 5</i>).....	91
Figura 79 - Ficha técnica Mini saia PT – Sequencia operacional (<i>look 5</i>)	92
Figura 80 – Ficha técnica Shorts pérolas – Frente (<i>look 6</i>)	93
Figura 81 - Ficha técnica Shorts pérolas – Costa (<i>look 6</i>).....	94
Figura 82 – Ficha técnica Shorts pérolas – Sequencia operacional (<i>look 6</i>) ...	95
Figura 83 – Capa do catálogo impresso	96
Figura 84 – Catálogo impresso	97
Figura 85 – Catálogo impresso	97
Figura 86 – Catálogo impresso	98
Figura 87 – Catálogo impresso	98
Figura 88 – Catálogo impresso	99
Figura 89 – Catálogo impresso	99
Figura 90 – Catálogo impresso	100
Figura 91 – Catálogo impresso	100
Figura 92 – Catálogo impresso	101
Figura 93 – Catálogo impresso	102
Figura 94 – Ficha de Acompanhamento.....	110

LISTA DE TABELA

Tabela 1 – Mix da coleção.....	52
---------------------------------------	-----------

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	16
1.4 HIPÓTESE	17
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	18
2.1 INOVAÇÃO NO SETOR DE CONFECÇÃO	18
2.2 JEANS WEAR.....	19
2.3 JEANS: O PROCESSO DE LAVANDERIA	22
2.4 PROCESSO DE LAVAGEM	24
2.5 AVIAMENTOS.....	24
2.6 <i>DESIGN</i> DE MODA E SEU DIFERENCIAL.....	25
3 METODOLOGIA	27
3.1 TIPO DE PESQUISA.....	27
3.2 ESTUDO DE CASO: EMPRESA CRIS JEANS.....	27
3.2.1 Processo de Produção	36
3.3 ANÁLISE DA PESQUISA E RESULTADOS	36
3.3.1 Questionário com Proprietários	36
3.3.2 Questionário com Representantes	37
3.3.3 Questionário com Clientes	37
4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO	38
4.1 EMPRESA	38
4.1.1 Nome da Empresa	38
4.1.2 Porte.....	38
4.1.3 Marca.....	38
4.1.4 Conceito da Marca	38
4.1.5 Segmento	39

4.1.6 Distribuição.....	39
4.1.7 Concorrentes (Diretos e Indiretos)	39
4.1.8 Sistemas de Venda e Pontos de Venda	39
4.1.9 Promoção e Preços Praticados	39
4.2 PÚBLICO ALVO	40
4.2.1 Perfil do Consumidor	40
4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS	41
4.3.1 Macrotendências (Socioculturais)	41
4.3.2 Microtendências (Estéticas)	41
4.4 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	42
4.4.1 Delimitação Projetual.....	42
4.4.2 Especificações do Projeto	42
4.4.2.1 Conceito da coleção.....	42
4.4.2.2 Nome da coleção	42
4.4.2.3 Referência da coleção	43
4.4.2.4 Formas e estruturas (<i>shapes</i>)	43
4.4.2.5 Tecnologias	44
4.5 BRIEFING	45
4.6 CARTELA DE CORES	46
4.7 CARTELA DE MATERIAIS.....	47
4.8 MIX DA COLEÇÃO	52
4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: CROQUIS	53
4.9.1 Análise e Seleção Justificada das Alternativas	78
5 FICHA TÉCNICA	80
5.1 FICHA TÉCNICA - LOOK 1 CONFECCIONADO – CALÇA TRADICIONAL FLARE– FRENTE, COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL	80
5.2 FICHA TÉCNICA - LOOK 2 CONFECCIONADO – CALÇA CIGARTE COLOR – FRENTE, COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL.....	83
5.3 FICHA TÉCNICA - LOOK 3 CONFECCIONADO – CALÇA TRADICIONAL COM LYCRA – FRENTE, COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL	85
5.4 FICHA TÉCNICA - LOOK 4 CONFECCIONADO – SHORTS LYCRA COM PAETÊ – FRENTE, COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL	87

5.5 FICHA TÉCNICA - LOOK 5 CONFECCIONADO – MINI SAIA PT – FRENTE, COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL.....	90
5.6 FICHA TÉCNICA - LOOK 6 CONFECCIONADO – SHORTS PÉROLA – FRENTE, COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL	93
6 PLANEJAMENTO DO CATÁLOGO	96
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	103
REFERÊNCIAS.....	104
APÊNDICE.....	107
APÊNDICE A – Questionário.....	108
ANEXO	109
ANEXO A – Ficha de acompanhamento e orientações	110

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho foi desenvolvido nas dependências da Indústria e Comércio de Confeção Cris Jeans, especializada na fabricação de *jeans wear*, situada em Cambé-Pr. A empresa foi fundada em 1982, e sua estrutura conta com máquinas de última geração, lavanderia e tinturaria próprias. Com, aproximadamente, 200 funcionários em seu quadro a indústria busca, a cada coleção, estar no mercado da moda, com o privilégio de uma produção própria em *jeans*. Todo o processo é feito dentro da empresa, desde o desenvolvimento de desenhos, peça piloto até a confecção final, incluindo a lavagem. Os produtos primam pela qualidade da matéria prima utilizada. Segundo Semprini:

O tema da inovação é recorrente nos estudos sobre as marcas, principalmente os de marketing. Essa insistência sobre o papel da inovação no desenvolvimento de uma marca encontra suas raízes culturais e profissionais no contexto industrial centrado no produto, que caracterizou uma fase de desenvolvimento das marcas, atualmente superado. Isso não significa que o desempenho da inovação seja menos importante em um contexto de consumo pós-moderno. Mas significa, simplesmente, que a problemática da inovação deve ser colocada em termos conceitualmente adequados às lógicas atuais do desenvolvimento das marcas. (SEMPRINI, 2010, p.216-217)

O consumo está ligado ao momento e ao espaço em questão, que inclui todo o contexto de desenvolvimento de um produto e as características dotadas para persuadir o consumidor, assim, quando coligados, *marketins* e produto, automaticamente, gerarão um comércio final de sucesso.

Para tanto, este trabalho desenvolverá o aprimoramento de estética nos produtos de tal empresa, visando o acompanhamento da indústria ao mercado à fora.

1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Em prévia análise, supõe-se que o problema abordado esteja na falta de sintonia com o padrão do design exigido pelo público consumidor, considerando que as peças não correspondem às expectativas em detalhe acerca dos aviamentos e materiais.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Desenvolver uma coleção em *jeans wear* a partir de um estudo de caso em uma empresa de confecção, propondo sugestões inovadoras para seus produtos.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Conhecer a estrutura e o funcionamento da empresa através de contato com seus diretores, para levantar possíveis problemas quanto ao *design* do produto;
- Pesquisar, junto aos representantes, o nível de dificuldade para comercializar o produto, considerando-se perfil do mesmo;
- Pesquisar, junto aos clientes, o nível da oferta e o índice de aceitação do produto oferecido;
- Conhecer o setor de desenvolvimento de coleções para diagnosticar a imagem do produto proposto pela empresa;
- Desenvolver projeto de mudança no design do produto voltado para o universo feminino;
- Acompanhar o setor de produção para constatar a qualidade e a imagem do produto desenvolvido pela empresa;
- Identificar aviamentos mais elaborados para atender a demanda do mercado consumidor, apresentando à empresa sugestões inovadoras, que viabilizem uma melhor aceitação do produto no universo consumidor.

1.3 JUSTIFICATIVA

A autora deste projeto realizou o estágio supervisionado obrigatório na empresa em questão e identificou, de acordo com os conhecimentos adquiridos ao longo do curso, que existia uma demanda por inovação e melhoria no *design* do produto.

Ao analisar os produtos da referida empresa, verificou-se que a mesma estava focada em modelos, peças e lavagens já desenvolvidos por outras marcas,

no segmento *jeans wear*.

Nesse contexto, o presente projeto acadêmico constituiu-se como uma proposta desafiadora, ao final do curso de moda, pois pautou-se no *design* contemporâneo, que deve considerar a tendência da versatilidade como proposta diferenciada na elaboração dos modelos. Para Moura (2008, p.71) o “design é em sua essência um processo criativo e inovador, provedor de soluções para problemas de importância fundamental para as esferas produtivas, tecnológicas, econômicas, sociais, ambientais e culturais”.

Assim, para que uma empresa possa acompanhar a velocidade desse segmento, é necessário que dê importância à inovação dos produtos *jeans wear*, visando a atender às expectativas do mercado, pois o consumidor atual é bem informado e mais exigente.

1.4 HIPÓTESE

Embora a empresa tenha uma boa estrutura e se fundamente na demanda do mercado para a elaboração de suas coleções, o produto oferecido não tem correspondido, às expectativas do público – alvo.

Entretanto, a empresa possui porte e capacidade para aperfeiçoar seus produtos no que diz respeito ao *design* e à estética, de modo a se destacar no mercado.

Para tanto, seria indispensável a contratação de um estilista, que poderia dar início a um processo de harmonização do produto de modo satisfatório.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 INOVAÇÃO NO SETOR DE CONFECÇÃO

O Brasil é um dos maiores produtores mundiais de têxteis, sendo este um setor em constante crescimento. A cada dia novas tecnologias são desenvolvidas e novos produtos são gerados a partir das mesmas. A globalização, por sua vez, tem possibilitado a compra, a venda e a troca de tecnologias e de mercadorias, gerando, assim, um processo de globalização econômica e de conhecimentos.

O modelo produtivo *fast fashion* têm sido adotado com maior frequência pelas empresas. O modelo, que foi proposto inicialmente por lojas de departamentos, passou a dominar empresas de pequeno e médio portes, onde são desenvolvidas inúmeras coleções e conseqüentemente o *mix* de produtos aumentou. Para que a produção não seja afetada, tem sido necessária uma crescente inovação dos meios produtivos, ou seja, processos e matérias-primas. Nesse sentido, Martins (2010, p.36) assinala que a “integração entre moda e tecnologia se consolidou a partir do surgimento das fibras químicas, o primeiro fio artificial a impulsionar a indústria têxtil, descoberto em 1884 pelo químico francês Hilaire Chadonnet”.

Segundo Tavares (2006), atualmente, os fabricantes brasileiros de *jeans* vêm investindo mais em inovação. Através de seus laboratórios de desenvolvimento e pesquisa, as empresas têm buscado o aprimoramento de seu produto. O *jeans* que, inicialmente, era restrito à criação de calças para o trabalho, hoje, é utilizado para a criação de camisas, jaquetase e vestidos.

Orsatti (2006) destaca que, no âmbito da inovação, o fator primordial para as empresas é a qualidade final do produto, o requer tecido de qualidade, fiação de qualidade e tecelagem e acabamentos cuidadosos, assim como, diferenciação nos processos de lavagem e modelagem, além de caimento perfeito, de forma que o *jeans* se adeque ao corpo.

2.2 JEANS WEAR

O *jeans*, na atualidade, é utilizado em escala global e embute um conceito; Segundo Oliveira:

O jeans nada mais é que o conceito da roupa criada por Levi Strauss através da confecção de calças com tecido e tingimento, no fio de urdume, e reforços nas partes de maior exigência de tração física, com características de aumento de conforto pelo uso e desbotamentos naturais de acordo com os esforços causados pelo uso a ele aplicados. (OLIVEIRA, 2008, p.22-23).



Figura 65 - Levi Strauss
Fonte: Apostila (RIBEIRO, 2013)

Assim como toda necessidade, quando suprida com sucesso, gera fidelidade, não foi diferente com o *jeans wear*, que, ao ser adaptado para os operários, como uma calça resistente para o serviço de mineração, conquistou, aos poucos, seu espaço no mercado e no guarda-roupas de toda a sociedade. Assim, um tecido que, anteriormente, era destinado às barracas e aos toldos, foi apropriado pelos alfaiates e se tornou um produto de sucesso.

Da França, os tecidos vinham com o nome de *Blue de Nimes*, hoje denominados *Blue Denim*; e de Gênova, na Itália, vinham com o nome de *Blue de Gênes*, o que originou o nome de *Blue jeans*. O termo *jeans* está ligado às roupas feitas com o tecido rústico de algodão, que eram usadas pelos marinheiros genoveses no século XVII.

O uso de tachinhas de cobre nos bolsos também foi resultado de um acaso. Em 1870, o alfaiate Jacob Davis (Figura 2), judeu nascido na Letônia, trabalhava perto de São Francisco, e fabricava mantas para cavalos e tendas para barracas.



Jacob Davis circa 1905

Figura 66- Jacob Davis
Fonte: Apostila (RIBEIRO,2013)

Esse judeu, frequentemente, ouvia os fregueses reclamarem de que os bolsos de seus macacões não resistiam ao peso dos objetos que carregavam. Isso lhe deu a ideia de prender os bolsos com a mesma tacha de cobre que prendia as correias dos cavalos às mantas

O sucesso foi enorme e, com medo de ser passado para trás por algum imitador, ele procurou Levi Strauss e juntos patentearam a invenção. (Figura 3)

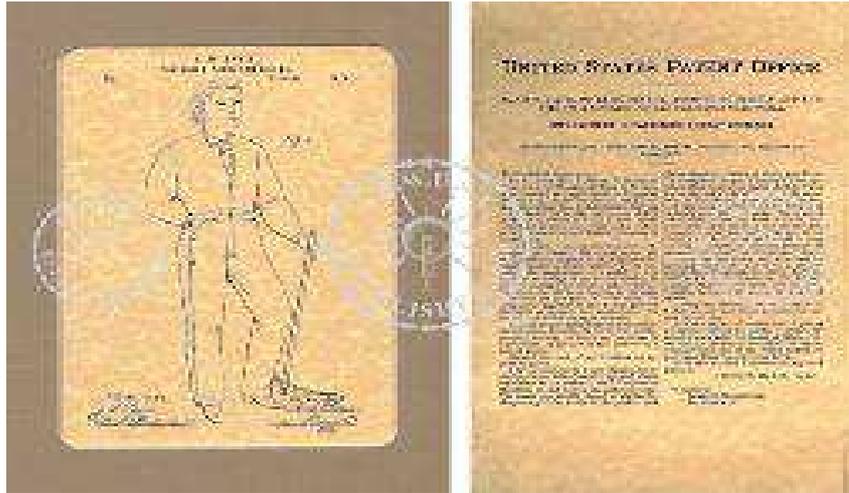


Figura 67- Patente da calça jeans
Fonte: Apostila (RIBEIRO,2013)

O panorama histórico demonstra que o *jeans* passou por diversas mudanças até obter as características que possui atualmente, mas sua essência de ser um produto versátil, prático, universal e popular manteve-se intacta ao longo dos anos, agregando apenas características estéticas que só aumentariam seu valor.

Dessa forma, o *jeans* passou a ter um papel importante na economia mundial, representando grandes volumes de produção e gerando emprego e renda, com destaque ao produto brasileiro.

Paralelamente, o *jeans* foi se aperfeiçoando com a criatividade dos *designers* de moda, juntamente com a evolução da indústria têxtil e das lavanderias industriais de *jeans*.

Ícone da manifestação de liberdade dos jovens, o *jeans* é uma roupa que se caracteriza pelo conforto, praticidade beleza e hoje não se limita às calças e aos tecidos plano, pois é produzido até mesmo em tecidos circulares de malharia.

O *Denim Índigo Blue* é o tecido tradicional do *Jeans*, definido como sarja diagonal de algodão, tingida por corante índigo, que hoje é produzido sinteticamente, porém, com as mesmas características de tingimento dos originais INDIGOFERA TINCTORIA. Segundo Oliveira (2008, p.23), “Jeans não é somente um tecido, mas um conceito de roupa, um estilo, que tem uma variação de tipos de tecidos e formas”.

De acordo com a Canatiba (2013), uma das maiores produtoras de denim com alto valor agregado, que apresenta lançamentos inovadores das tendências *jeans wear*, para a coleção verão 2014, entre tantos, destacam-se: os *denims* coloridos com aspecto de couro; e, o *Mirror Color*, com mais de dez cores, como

azul, verde, vermelho, preto, ferrugem, entre outras; e os *denims* metalizados e perolados em ouro, prata, cobre e branco. Todos resultam em um produto refinado que proporciona sensação de alto conforto e elegância.

2.3 JEANS: O PROCESSO DE LAVANDERIA

Foi em meados da década de 1980 que aconteceu a evolução da conhecida lavanderia doméstica composta, basicamente, por máquinas de lavagem e centrífugas. Esse espaço passou a ser uma central de processamento de *jeans* e se transformou em lavanderia industrial de índigo. Antes dos anos de 1980, o *jeans* chegava ao consumidor final sem lavagem alguma, além de ser enrijecido pela goma que causava desconforto. Desta forma, surgiu a ideia da lavanderia industrial, que amaciava o *jeans*, proporcionando toque de maciez e conforto aos consumidores. (OLIVEIRA, 2008).

Neste contexto, em busca de efeitos diferenciados no índigo, um casal francês, Marihé e François Girbaud, colocou, na máquina de lavar, pedra pomes junto ao *jeans*, e desde então, o índigo não foi mais o mesmo. Surgiram, ao longo dos anos, diversos efeitos, como: rasgados, puídos, estonados, sujos, lixados. Além disso, os *designers* e fabricantes passaram a se preocupar em adaptar as peças à silhueta e começaram a desenvolver tecidos resistentes, agregando a estes efeitos diferenciados.

Com a criação do “*Stone Wash*”, a lavagem reproduziu o efeito de envelhecimento das calças *jeans*, permitindo que o consumidor escolhesse, também, o tom de azul de sua preferência. *Jeans* escuros e claros, passaram a dividir espaços nas vitrines das lojas pela primeira vez na história. (OLIVEIRA, 2008)

Segundo Marwan Makdesi, (2013), é no interior das lavanderias industriais que o *jeans* ganha mais estilo, personalidade e valor, pois passa da peça “crua ao *jeans* dos seus sonhos”.

As diversas etapas do processamento do *jeans* têm início com a peça confeccionada, porém crua, pronta para passar por um verdadeiro processo de metamorfose. É nesta etapa que as peças podem passar por uma série de processos físicos e químicos, dependendo do tipo de lavagem, dos resultados e efeitos esperados.

De acordo com Oliveira (2008), os acabamentos são transformações que se

aplicam sobre as roupas, em busca de uma conexão, em atendimento a uma tendência de moda ou à melhoria no nível de conforto no uso da roupa. Normalmente, estes são aplicados em lavanderias especializadas em beneficiamentos.

Inicialmente (em meados da década de 1970) começou-se a amaciar o *jeans*, para gerar conforto, com pequenas alterações no aspecto físico das peças. É com base neste conceito que se pretende desenvolver parte da coleção, deixando as peças amaciadas, com uma característica de elegância ao invés de um *jeans* mais velho, com lavagens agressivas.

Segundo Oliveira (2008), o Brasil tornou-se um grande exportador de *jeans* a partir de 1988 e, desde então, começaram a aparecer as primeiras lavanderias com características mais modernas, que realizavam processos diferenciados.

Pode-se afirmar que foi no interior das lavanderias industriais que o *jeans* ganhou mais estilo, personalidade e valor. Desta forma, pode-se concluir que a tecnologia do beneficiamento do *jeans* não para de evoluir.

Para satisfazer a exigência que a indústria da moda impõe, ou seja, que o *jeans*, seu item mais básico e democrático, tenha mais inovações, abriu espaço para o desenvolvimento de um setor que fatura, em média, mais de R\$2 bilhões por ano: o das lavanderias, assim chamadas as empresas especializadas em dar acabamento ao *jeans*, depois da peça pronta.

Cem por cento das peças *jeans*, no Brasil, passam por algum tipo de tratamento ou, sequencialmente, por algum beneficiamento em lavanderias têxteis, acusa um estudo sobre este mercado, coordenado por Sérgio Franco, diretor da SPPress Editora. O maquinário de ponta das lavanderias modernas propiciam um trabalho amplo, que inclui banho químico, lixamento e corrosão a laser, com jatos de permanganato sobre a peça já pronta.

O *denim* é o principal tecido para o vestuário fabricado no Brasil, segundo maior mercado de *jeans* do mundo, que perde o *ranking* apenas para os duzentos milhões de peças vendidas, anualmente, pelos Estados Unidos. A produção anual, em 2002, alcançou a margem dos duzentos e quarenta milhões de metros lineares, em outras palavras, material suficiente para fornecer uma peça de vestuário para cada brasileiro (DINÂMICA DE LAVANDERIA E SUAS CURIOSIDADES, 2013,06-13).

No Brasil, a avaliação dos especialistas é a de que, em média, cada pessoa

tem três calças *jeans*, o que confirma o uso de mais de 500 milhões dessas calças no país. Além de ser prático e versátil, pois serve para todas as ocasiões e estações do ano, o *jeans* tem longa durabilidade, o que torna seu preço atraente para o consumidor.

2.4 PROCESSO DE LAVAGEM

No processo de lavagem, as peças vão para os diferentes setores da lavanderia industrial, o que varia de acordo com o resultado esperado. (lavagem *vintage*, *stone washed*, entre outros) Nesses setores, as peças podem ser imersas em produtos como enzimas, pigmentos e corantes e, ainda, sofrer o atrito de pedras especiais ou até passar por recursos artesanais, como lixamentos, jatos de areia, puídos e esmerilhados. Segundo Oliveira:

[...] a relação de banho refere-se a quantidade de água que se utilizaremos, de acordo com a quantidade de roupa que se beneficiaremos; a R:B (relação banho) deve ser bem controlada, pois ela determinará a quantidade de produtos que usaremos, a ação mecânica que aplicaremos na roupa, o nível de eliminação de residuais, a velocidade das reações e a reprodutibilidade dos processos (OLIVEIRA, 2008, p.53)

2.5 AVIAMENTOS

Os acabamentos e enfeites usados em roupas são chamados de “aviamentos”, enquanto que elásticos, tranças, laços, fitas e franjas são “passamanarias”. As tendências de acabamentos mudam com a moda e são indispensáveis para a aparência e o caimento das roupas, podendo significar o sucesso ou o fracasso de um modelo, assim, sua escolha requer cuidado. É preciso levar em conta aspectos técnicos, estéticos e econômicos (JONES, 2011)

Os botões são o tipo de acabamento mais comum: o tamanho, o número e a qualidade produzem efeitos importantes, assim como, seu posicionamento na peça, o que exige uma marcação correta antes de pregá-los.

Quando decorados, os botões podem aumentar, significativamente, o preço de varejo de uma roupa. No início do século XX, o preço dos botões baixou graças à invenção da caseína (um derivado da proteína do leite), do celuloide e dos

plásticos. Outro fato, também importante para a redução de custos e agilização de produção, ocorreu quando este aviamento, de dois e quatro furos, em tamanhos padronizados, permitiu a costura automatizada nas roupas. Assim, os botões passaram a competir com a, então, novidade, o zíper (um fechamento de roupas que tomava o lugar de fitas e laços nos produtos de moda). (TREPTOW, 2007)

2.6 DESIGN DE MODA E SEU DIFERENCIAL

No universo do processo fabril está implícita a necessidade de sintonia entre a produção e as expectativas do público a que esta se destina, na base as qual está o sucesso de uma coleção.

Ao *designer* cabe propor soluções inovadoras antes de uma solicitação da demanda. Hoje, mais do que em qualquer outro momento da história do *Design*, o profissional desta área parte de um panorama sociocultural e apresenta propostas que visam à melhoria da qualidade de vida do ser humano em seus núcleos e também aos retornos econômicos.

Segundo Treptow (2007), é importante que marcas sedimentadas no mercado mantenham seu estilo, mesmo que novos estilistas sejam contratados. A renovação do estilo é permitida.

Produtos são criados no âmbito do *design* em razão da inovação – que vai além de um estilo, de um tempo determinado, de relações mercadológicas e de um circuito industrial e comercial – como uma relação de serviços que atende a demanda desenfreada, típica do capitalismo e do consumismo.

Segundo Rech (2002, p. 68), coleção é um “conjunto de produtos, com harmonia do ponto de vista estético ou comercial, cuja fabricação e entrega são previstas para determinadas época do ano”. Para Gomes (1992 apud TREPTOW, 2003, p. 43), “coleção é a reunião ou conjunto de peças de roupas e/ou acessórios que possuam alguma relação entre si”. Essa relação, normalmente, está centrada no tema escolhido para a coleção, que deve ser condizente com o estilo do consumidor e com a imagem da marca.

De acordo com Löbach (2001), pode-se distinguir, no *Design*, três tipos de função: “prática”; “estética” e “simbólica”. Todo *designer* projeta produtos com foco nessas funções. O aspecto prático de um produto preocupa-se com questões que o relacionam com a funcionalidade, o conforto e o bem-estar. Já a questão estética

determina uma relação sensorial com o usuário, em que formas e cores despertam o desejo de possuir determinado produto para atender os anseios de beleza e identidade. Por fim, a relação simbólica remete à espiritualidade do homem, que estabelece, na percepção do objeto, ligações com experiências e valores interiores.

Segundo Löbach:

O consumo relaciona-se diretamente ao status. Esta relação somente é possível devido ao valor simbólico que os produtos perpassam para o público. “A função simbólica dos produtos é determinada por todos os aspectos espirituais, psíquicos e sociais de uso (LÖBACH, 2001, p 67).

Um símbolo é um sinal, ou seja, um signo que existe para uma finalidade. A realidade que é representada pelo símbolo está presente no espírito humano. Algumas funções, como a “prática”, são consideradas essenciais na concepção do produto. Observa-se que, no desenvolvimento de produtos de moda, a maioria das peças criadas tem como foco principal o forte apelo visual para conquistar o consumidor. Pra Lipovetsky:

As funções estética e simbólica estão diretamente relacionadas e, assim como as embalagens atraem os consumidores por possuir formas diferenciadas e mais atrativas, com o universo do vestuário, ocorre o mesmo: o que vestimos é um invólucro, que nos identifica e deferência perante tantas outras pessoas que nos cercam. Qualquer que seja o gosto contemporâneo, o sucesso de um produto depende em grande parte de seu design, de sua apresentação. “O packaging pode melhorar, diz-se, em 25% a distribuição de um produto, muitas vezes basta uma nova embalagem para recuperar um produto desaquecido. Ontem como hoje, o cliente é determinado em parte em função do aspecto exterior das coisas” (LIPOVETSKY, 2006, p.192)

3 METODOLOGIA

3.1 TIPO DE PESQUISA

De acordo com Gil (2006), a pesquisa pode ser definida como procedimento racional e sistemático com o objetivo de buscar respostas para problemas levantados.

Neste trabalho, foi aplicada a metodologia qualitativa, que se caracteriza como exploratória e, segundo Masttar (2001, apud Martins, 2004), visa a prover conhecimentos sobre um tema ou problema apresentado, como, também, sobre seu delineamento (ou procedimento). Essa prática foi classificada exploratória e assume, assim, a forma de estudo de caso. Para a execução dessa tarefa, foi realizado, inicialmente, um estudo bibliográfico para estabelecer o embasamento teórico. Em seguida, foram elaborados questionários para o estudo de caso.

Em um primeiro momento, foi realizado um trabalho de campo com a aplicação de questionários aos diretores da empresa, aos representantes comerciais e aos principais clientes, para levantar dados sobre o perfil dos produtos desenvolvidos e a percepção dos consumidores sobre os mesmos. Com base nos dados colhidos, buscou-se propor características inovadoras para tais produtos, de modo que os mesmos despertem o desejo de compra por parte de possíveis consumidores.

3.2 ESTUDO DE CASO: EMPRESA CRIS JEANS

A pesquisa foi desenvolvida durante o estágio supervisionado obrigatório, nas dependências da Indústria e Comércio de Confecção Cris Jeans, em Cambé, Paraná, especializada na fabricação de *jeans wear*. A empresa foi fundada em 1982, e conta com máquinas de última geração, lavanderia e tinturaria próprias. Com, aproximadamente, 200 funcionários, a empresa desenvolve produtos com matéria prima dos melhores fornecedores de *jeans*. A indústria atua no mercado da moda, com produção própria, e desenvolve peças em *jeans*, cuja base principal é a confecção. Todo o processo é feito dentro da empresa, desde o desenvolvimento de desenhos e da peça piloto até a confecção final, incluindo a lavagem. O presente estudo buscou alternativas para solucionar o problema da falta de sintonia entre

as coleções e o padrão de *design* exigido pelo público, o que tem gerado baixa demanda no mercado consumidor.

Peças confeccionadas pela empresa no período que antecede o estágio supervisionado obrigatório:



Figura 68 - Calça Feminina Cris Jeans Coleção Inverno 2012. Frente.
Fonte: Cris Jeans



Figura 69- Calça Feminina Cris Jeans Coleção Inverno 2012. Costas.
Fonte: Cris Jeans



Figura 70- Parca Jeans Feminina Coleção Inverno 2012. Costas.
Fonte: Cris Jeans



Figura 71 - Parca Jeans Feminina Coleção Inverno 2012. Frente.
Fonte: Cris Jeans



Figura 72 - Jaqueta Feminina Jeans Coleção Inverno 2012. Frente.
Fonte: Cris Jeans



Figura 73 - Jaqueta Feminina Jeans Coleção Inverno 2012.

Costas.

Fonte: Cris Jeans



Figura 74 - Shorts Estampado Feminino Coleção Carnaval 2013. Frente.
Fonte: Cris Jeans



Figura 75 - Shorts Estampado Feminino Coleção Carnaval 2013. Costas.
Fonte: Cris Jeans



Figura 76 - Shorts Estampado Feminino Coleção Carnaval 2013. Frente.
Fonte: Cris Jeans



Figura 77 - Shorts Estampado Feminino Coleção Carnaval 2013. Costas.
Fonte: Cris Jeans



Figura 78 - Shorts Jeans Bolso Bordado Coleção Carnaval 2013. Frente.
Fonte: Cris Jeans



Figura 79 - Shorts Jeans Bolso Bordado Coleção Carnaval 2013. Costas.
Fonte: Cris Jeans



Figura 80 - Calça Feminina Cris Jeans Inverno 2012. Frente
Fonte: Cris Jeans



Figura 81 - Calça Feminina Cris Jeans Inverno 2012. Costas.
Fonte: Cris Jeans



**Figura 82 - Calça Jeans Feminina Coleção Inverno 2013. Costas.
Fonte: Cris Jeans**



**Figura 83 - Calça Jeans Feminina Coleção Inverno 2013. Frente.
Fonte: Cris Jeans**

3.2.1 Processo de Produção

O processo de produção da empresa em estudo inicia-se pelo molde, que é feito manualmente e, em seguida, passa para o sistema audaces. Após esta etapa, a primeira peça piloto é confeccionada. Um modelo prova a peça e, quando necessário esta, é repilotada para alterações de tamanho ou, até mesmo, de tecido, para que sejam realizadas as adaptações também quanto à numeração. Em seguida, inicia-se o processo produtivo, que se baseia na quantidade de peças, segundo os relatórios de venda.

O processo de produção tem início com o corte de uma quantidade grande de peças, que, em seguida, são etiquetadas por tamanho e referência, peça por peça, com um carimbo de tinta guache especial, lavável, para evitar marcas de na peça confeccionada, É importante lembrar que existem dois moldes de modelagem, a baixa e a tradicional (com o cós mais elevado), ambas com grade de números do 34 ao 50. Na sequência, as peças são levadas para a montagem e finalização. Essa etapa se inicia pela parte traseira, pala (recorte traseiro) e gancho. Em seguida, pela frente, boca do bolso espelho, bolso relógio, zíper e curva. Fecha-se a frente, a lateral o entre – pernas, o cós a ponta do cós e barra, e se finaliza com caseado e travete. Na etapa final, a peça vai para a lavanderia, na própria empresa, depois são realizados os acabamentos e, finalmente, é feita a embalagem e a expedição.

Em relação à estrutura da fábrica, existem dois tamanhos de *plotter* (menor e maior). O maior é do tamanho do rolo de tecido, evitando, assim, a emenda de papéis no mesmo. Agregam-se à indústria máquinas automáticas de passar bolso, e para fazer o bolso vivo também. Pode-se, então, considerar a empresa como uma fábrica de porte médio, pois sua produção gira em torno de 20.000 peças por mês.

3.3 ANÁLISE DA PESQUISA E RESULTADOS

3.3.1 Questionário com Proprietários

No final do estágio supervisionado obrigatório, foram realizadas entrevistas (com base em um questionário previamente organizado) com os proprietários da empresa sobre o desenvolvimento do trabalho executado no período do estágio. A principal questão da entrevista foi:

Como os senhores veem a empresa hoje, considerando as coleções anteriores e a atual? Os proprietários responderam que, antes, a empresa não seguia a moda, buscava produtos prontos de outras marcas e apenas os copiava. Hoje, a empresa procura-se modernizar. A autora do estágio em questão, agregou valor às peças, graças à escolha dos tecidos, cores, lavagens e materiais usados, como também, aos aviamentos, utilizados, sem alterar o custo final da peça.

3.3.2 Questionário com Representantes

Conforme diagnóstico do problema existente, elaborou-se, também, uma pesquisa informal com os representantes.

As respostas foram unânimes, todos confirmaram o sucesso da coleção. O produto estava mais elaborado, com detalhes de aviamentos que agregavam valor à peça. Alguns responderam com entusiasmo que a coleção estava excelente, que as vendas aumentaram e que alguns clientes, assim que receberam o produto, verificaram o sucesso nas vendas e solicitaram reposição de estoque. O destaque maior foi para as calças com tecidos diferenciados, com aparência de couro.

3.3.3 Questionário com Clientes

Quanto à resposta dos clientes, estes afirmaram que a coleção estava mais elaborada e sofisticada em relação às anteriores. Os *jeans* estavam mais limpos sem marcações exageradas e os que eram lavados apresentaram uma performance mais elegante, com cintos que agregavam valor à peça e chamavam a atenção de clientes de ponta. Logo, conseguiram conquistar novos clientes, com potencial maior de compra.

Os questionários aplicados encontram-se em anexo.

4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

4.1 EMPRESA

A empresa foi fundada em 1982, por Clarice Gasparoto, e iniciou suas atividades em uma casa na Rua Curitiba, 83, na cidade de Cambé – PR. Nessa época, contava apenas com 12 funcionários, sendo a proprietária a modelista e responsável pelo corte dos produtos, auxiliada por seu filho para fazer o infesto dos tecidos. Havia apenas 02 representantes e um deles continua na empresa até hoje.

Hoje, a Cris Jeans situa-se na rua Florianópolis, 395, em Cambé-Pr, conta com cerca de 200 colaboradores, entre eles, 25 representantes nas regiões sul, sudeste, centro-oeste e parte do nordeste, que difundem sua marca para, praticamente, em todo o Brasil.

4.1.1 Nome da Empresa

Indústria e Comércio de Confecções Cris Jeans.

4.1.2 Porte

Médio.

4.1.3 Marca



Figura 84 – Logomarca
Fonte: A autora (2013)

4.1.4 Conceito da Marca

A marca faz o estilo básico tradicional.

4.1.5 Segmento

Jeans wear feminino.

4.1.6 Distribuição

Nacional.

4.1.7 Concorrentes (Diretos e Indiretos)

Onça Preta.

República.

Offício.

4.1.8 Sistemas de Venda e Pontos de Venda

Representantes.

4.1.9 Promoção e Preços Praticados

Os preços praticados ficam entre R\$ 46,00 e R\$ 78,00.

A empresa promove sua marca por meio do *site*, mídias sociais e catálogos e oferece brindes aos lojistas a cada 50 produtos vendidos.

4.2 PÚBLICO ALVO



Figura 85 - Público Alvo
Fonte: A autora (2013)

4.2.1 Perfil do Consumidor

O Principal público da empresa são mulheres, na faixa etária de 25 a 35 anos de idade, entre elas, donas de casa, escriturárias, professoras, funcionárias pública, ou sejam, que ganham seu próprio dinheiro e valorizam seu bem – estar. Esse público veste a marca para trabalhar e passear em ocasiões como: missa, *shopping*, cinema.

4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

4.3.1 Macrotendências (Socioculturais)

As tendências da coleção proposta por este estudo inspiram-se nos lançamentos de tecidos diferenciados da Canatiba *Denim Industry*, apresentados na “*Premiere Brasil 2014*”, entre eles os com aspectos de couro, e na década de 1950, com um *design* de simplicidade nas peças, mas com um visual chique e elegante para um *jeans wear*.

A macrotendência que se encaixa no perfil da marca tem como base a individualidade e a personalização de cada produto, considerando-se que os clientes procuram peças com um visual diferenciado, que harmoniza *design* e conforto.

Considerou-se, com base em estudos e pesquisas realizados na empresa, que o produto deveria ser inovador e chegue no momento certo. Segundo Barbosa (2012) ,é “ necessário ter como base pesquisas mercadológicas, antecipar e prever o que se vai usar na próxima coleção”.

4.3.2 Microtendências (Estéticas)

As tendências estéticas, conhecidas, também, como microtendências, que atingem, em menor escala, uma quantidade de itens, também têm seu valor agregado em cada produto desenvolvido, pois os aviamentos utilizados como tendência, na coleção, em questão, fazem parte da harmonia e sintonia do *design* do produto e constituem um diferencial para a mesma: etiquetas, botões e cintos.

De acordo com edição da *Première Vision Pluriel*, em Paris, rendas, pérolas, estampas étnicas e animal *print* fazem parte da microtendência. Nesta coleção, tais matérias-primas apontam para a valorização dos processos de acabamento, sejam eles feitos à mão ou não, pois estes dão um toque de riqueza aos detalhes finais.

4.4 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

4.4.1 Delimitação Projetual

Este projeto teve como base pesquisas realizadas, e os conceitos de tendências previstos para o verão 2014. Sabe-se que um produto do segmento *jeans wear*, com *design* inovador, tem por objetivo atender às necessidades estéticas, ergonômicas e práticas do consumidor e seus desejos em relação à segurança.

Assim, o presente trabalho visou a fazer da coleção uma surpresa para seu público-alvo.

4.4.2 Especificações do Projeto

Este projeto desenvolveu-se no segmento *jeans wear*, com conceito em matéria-prima da melhor qualidade, cuja meta foi a busca de um *design* diferenciado e sofisticado que valorizasse o produto.

Deste modo buscou-se alcançar a qualidade do produto durante todo o processo, desde o planejamento e desenvolvimento até o acabamento final, de acordo com suas características práticas, estéticas, simbólicas e mercadológicas, de modo a evitar o prejuízo de sua não aceitação pelo mercado:

4.4.2.1 Conceito da coleção

A coleção elaborada consiste em uma proposta de um produto com inovação em *jeans wear*, com visual moderno, desenvolvido em tecidos diferenciados e aviamentos que o enriqueçam, de modo a lhe imprimir identidade conforme o tema proposto à coleção: “Volta ao fundo do mar”, que se caracteriza pela essência das águas e do universo que as envolve.

4.4.2.2 Nome da coleção

Volta ao fundo do mar.

4.4.2.3 Referência da coleção

Voltada para o conforto de seus consumidores, a coleção verão 2014 traz um quadro inovador, com enfoque em tecidos resinados e aviamentos com ar romântico, que remetem, ao extremo, à essência de seu público – alvo, por meio da exploração de rendas e pérolas nos acabamentos dos produtos.

4.4.2.4 Formas e estruturas (*shapes*)

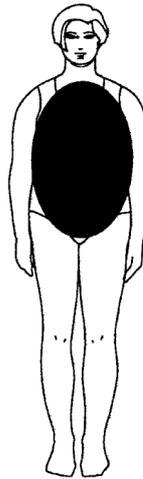


Figura 86 - Formato Oval
Fonte: Petite Womenswear

A intenção da roupa confeccionada para o corpo oval é disfarçar a região abdominal, pois esta é maior do que o quadril e os ombros. Assim, é preciso realçar as pernas e tentar estender os braços. As calças devem tocar o peito do pé para alongar o corpo e evitar nós baixo, franzidos e pregas.



Figura 87 - Formato Retangular
Fonte: Petite Womenswear

Para corpos retangulares, as calças com corte reto, sem pregas e com boca, levemente, larga são perfeitas. O importante é realçar a cintura.



Figura 88 - Formato Triângulo Invertido
Fonte: Petite Womenswear

Ao se planejar calças para corpos triangulares, a estratégia é aumentar o quadril, usando modelos de cintura baixa e não tão justos.

4.4.2.5 Tecnologias

- Bordados computadorizados.
- Tecidos *denim* com característica de couro.

4.5 BRIEFING



Figura 89 – Briefing
Fonte: A autora (2013)

4.6 CARTELA DE CORES

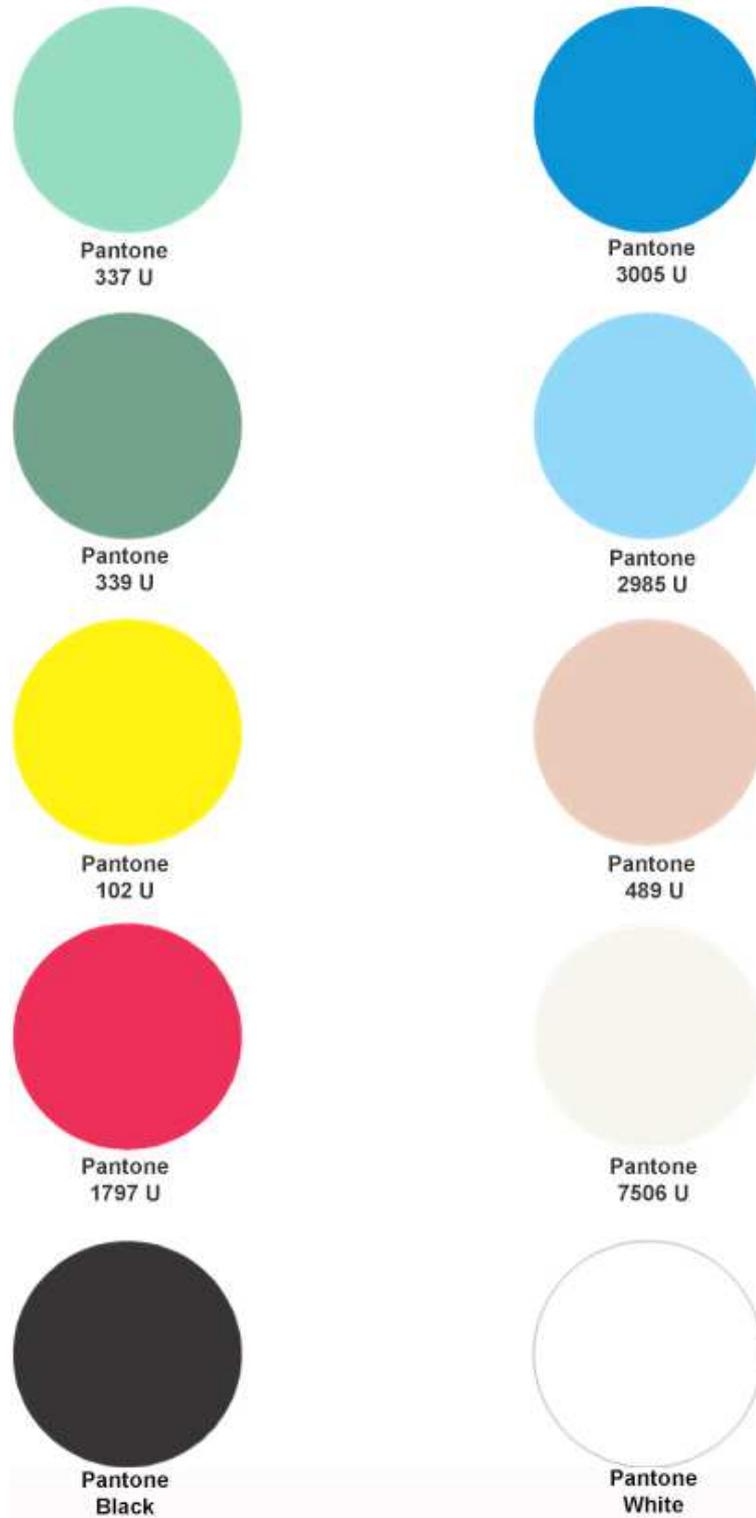


Figura 90 - Cartela de Cores
Fonte: A autora (2013)

4.7 CARTELA DE MATERIAIS



Figura 91 - Nome: *Span Print*
Fornecedor: Anilon Cotton
Composição: 72% algodão, 27% polyester, 2% elastano
Fonte: A autora (2013)



Figura 92 - Nome: *Paetê Preto*
Fornecedor: Cote Minas
Composição: 100% Poliéster
Fonte: A autora (2013)



Figura 93 - Nome: Renda
Fornecedor: Cote Minas
Composição: 50% algodão, 50% polyester
Fonte: A autora (2013)



Figura 94 - Nome: Paetê Animal Print
Fornecedor: Cote Minas
Composição: 97% Poliéster, 3 % Elastano
Fonte: A autora (2013)



Figura 95 - Nome: Moto Skim
Fornecedor: Canatiba
Composição: 70% Algodão, 27% Poliéster, 3% Elastano
Fonte: A autora (2013)

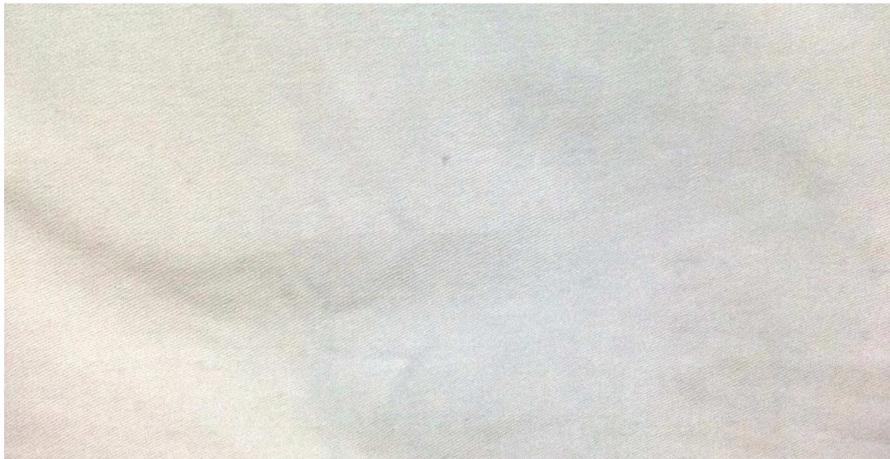


Figura 96 - Nome: PT
Fornecedor: Cedro Flex
Composição: 98% Algodão, 2% Elastano
Fonte: A autora (2013)



Figura 97 - Nome: Atavic Denim
Fornecedor: Santana
Composição: 100% Algodão
Fonte: A autora (2013)



Figura 98 - Nome: Marina Blue
Fornecedor: Vicunha
Composição: 98% Algodão, 2% Elastano
Fonte: A autora (2013)



Figura 99 - Nome: Dallas Blue Black
Fornecedor: Catiba
Composição: 75% Algodão, 24% Poliéster, 1% Elastano
Fonte: A autora (2013)



Figura 100 - Nome: Sanny Duo
Fornecedor: Vicunha
Composição: 98% Algodão, 2% Elastano
Fonte: A autora (2013)



Figura 101 - Aviamentos – Botões – taxas e spikes
Fonte: A autora (2013)

4.8 MIX DA COLEÇÃO

MIX	BÁSICO	FASHION	VANGUARDA	TOTAL
Bermuda	2	-	-	2
Calça Capri	2	-	-	2
Calça Cigarrete	3	1	-	4
Calça Flare	-	1	1	2
Calça Tradicional	3	-	1	4
Saia	1	1	-	2
Shorts	2	5	2	9
TOTAL	13	8	4	25

Tabela 2 – Mix da coleção
Fonte: A autora (2013)

4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: CROQUIS

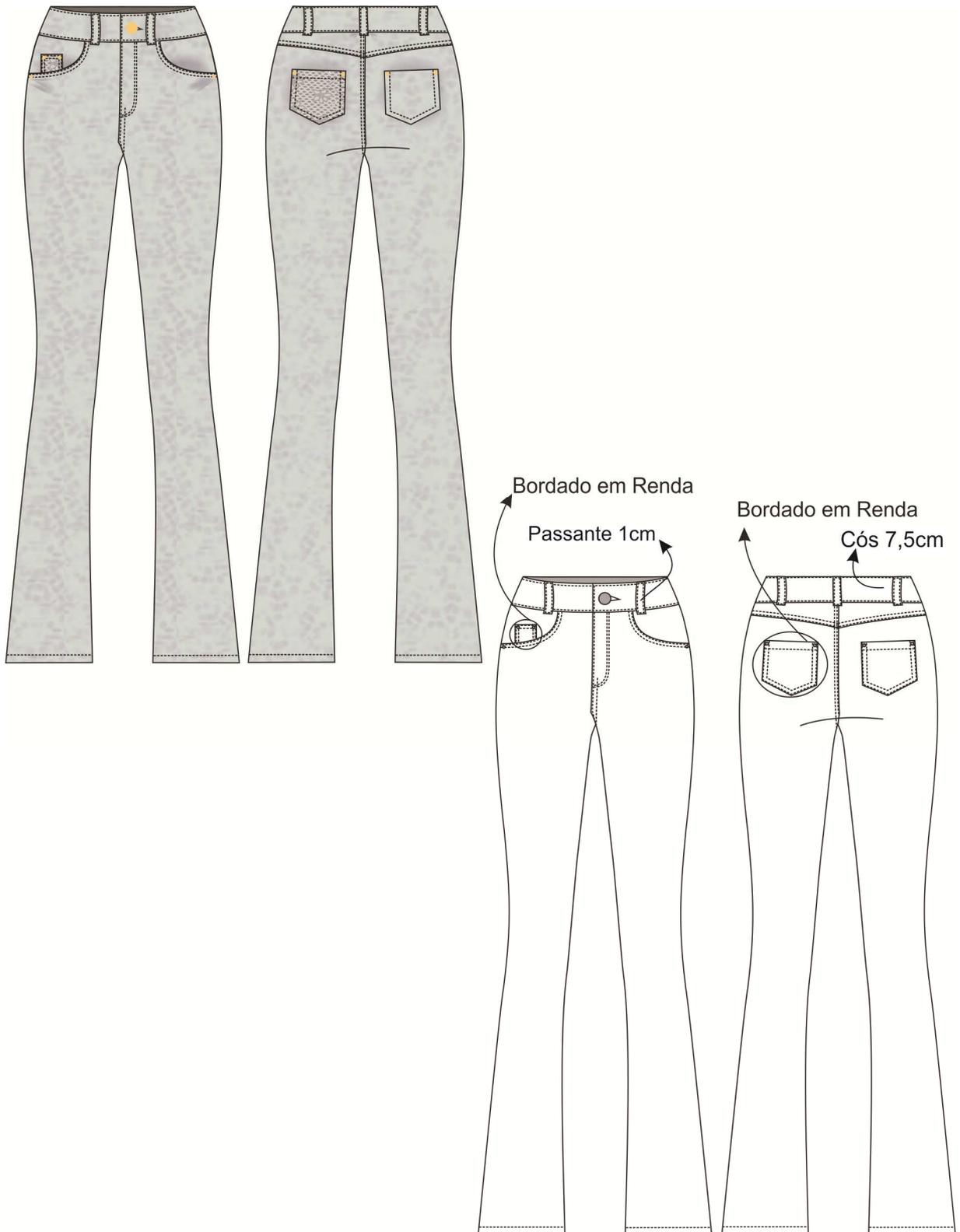


Figura 102 – Calça Flare com bolso de renda
Fonte: A autora (2013)

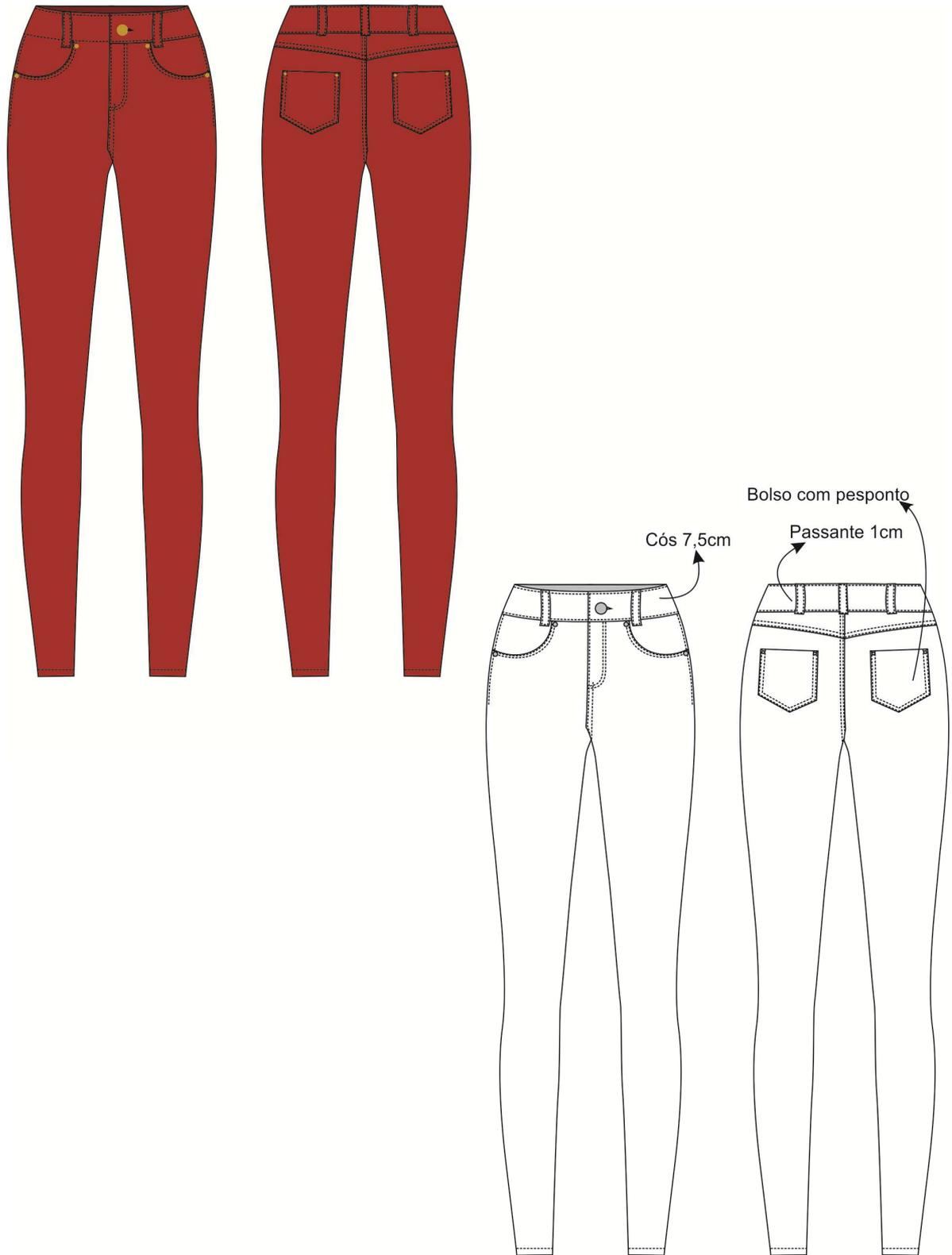


Figura 103 – Calça cigarrrete Vermelha
Fonte: A autora (2013)

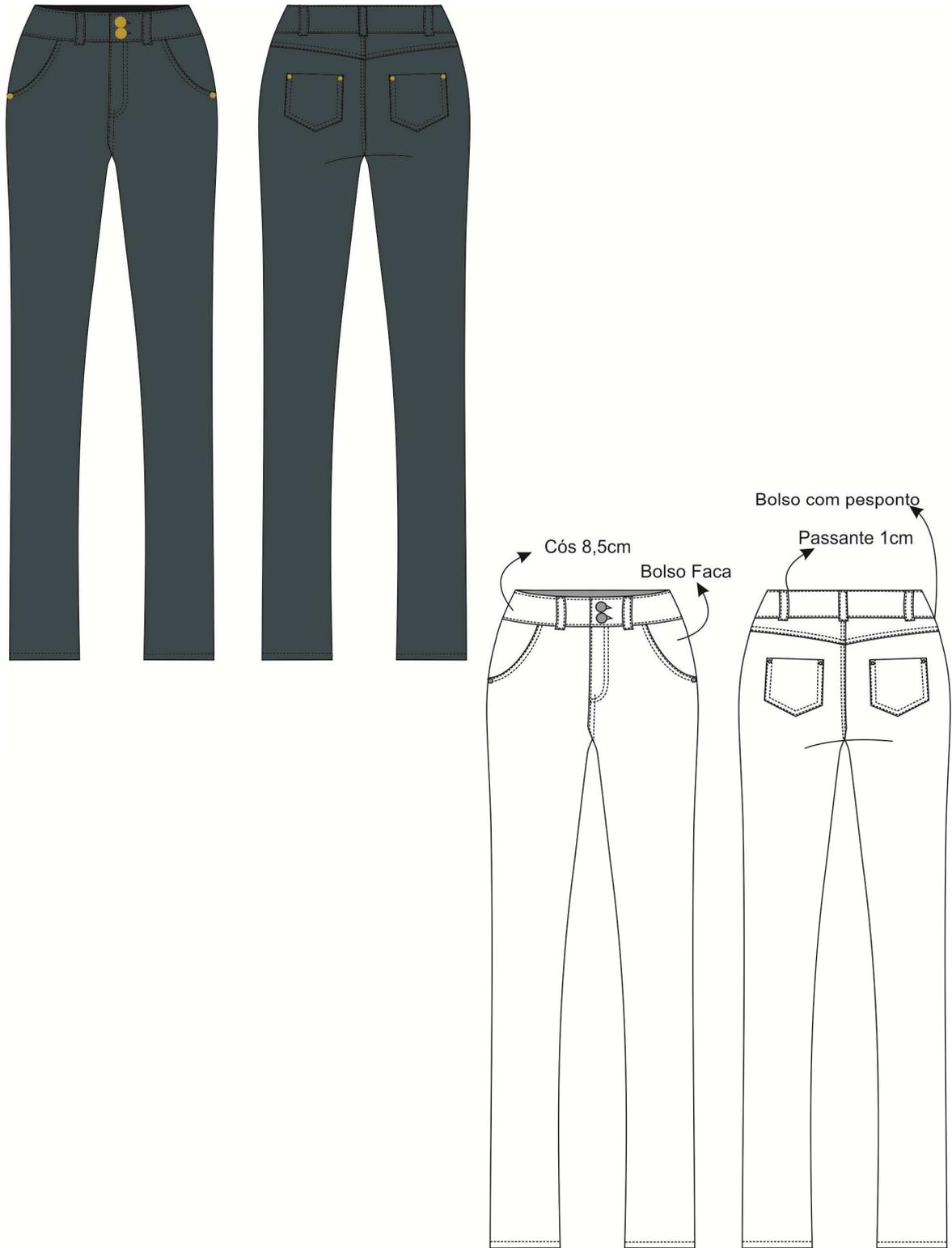


Figura 104 – Calça Tradicional com bolso tipo faca.
Fonte: A autora (2013)

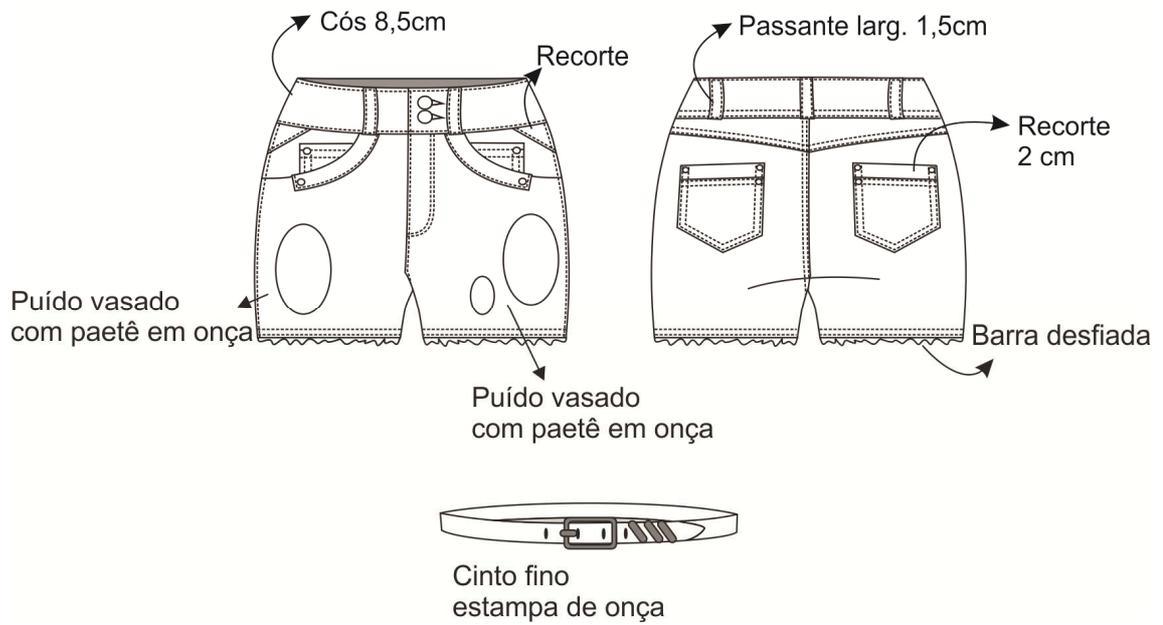


Figura 105 – Shorts com aplicação de paetê e puído.
 Fonte: A autora (2013)

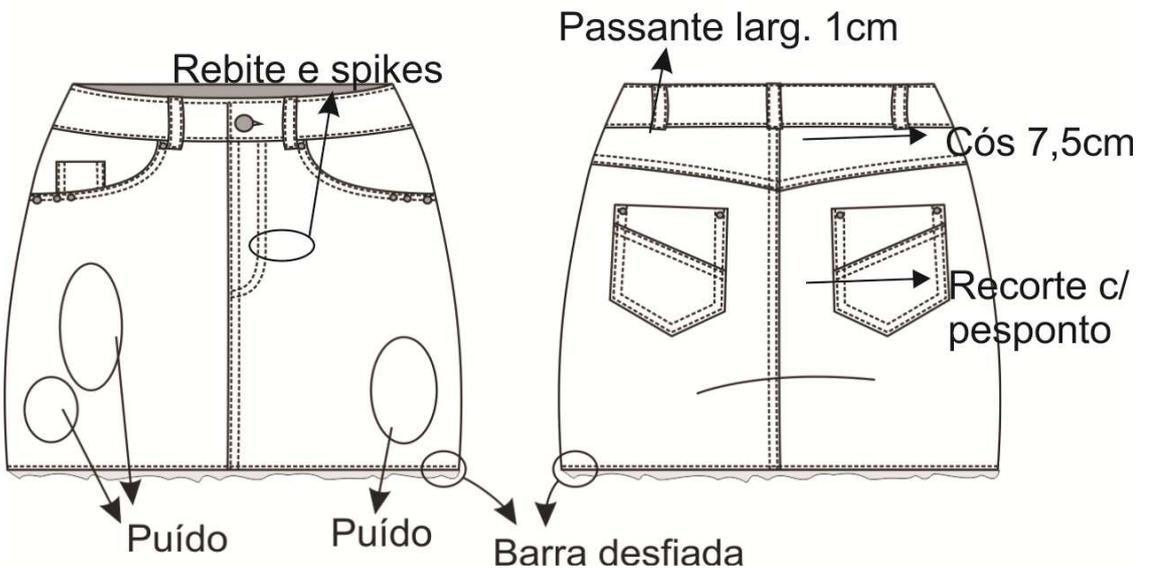
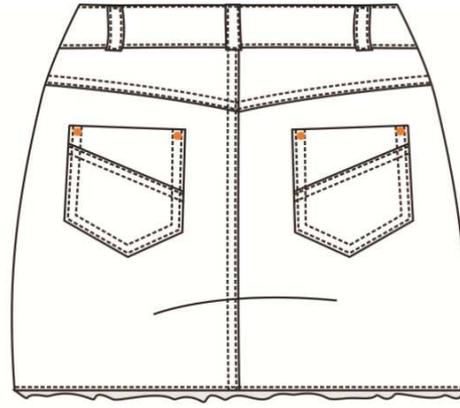
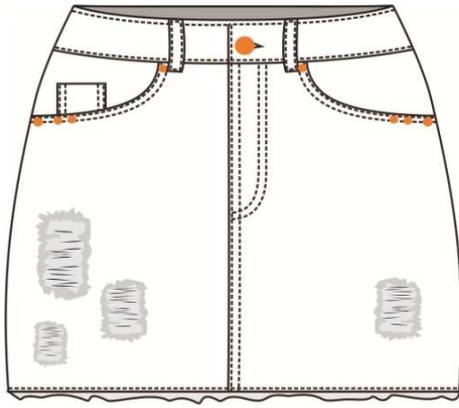


Figura 106 – Saia Branca
Fonte : A autora (2013)

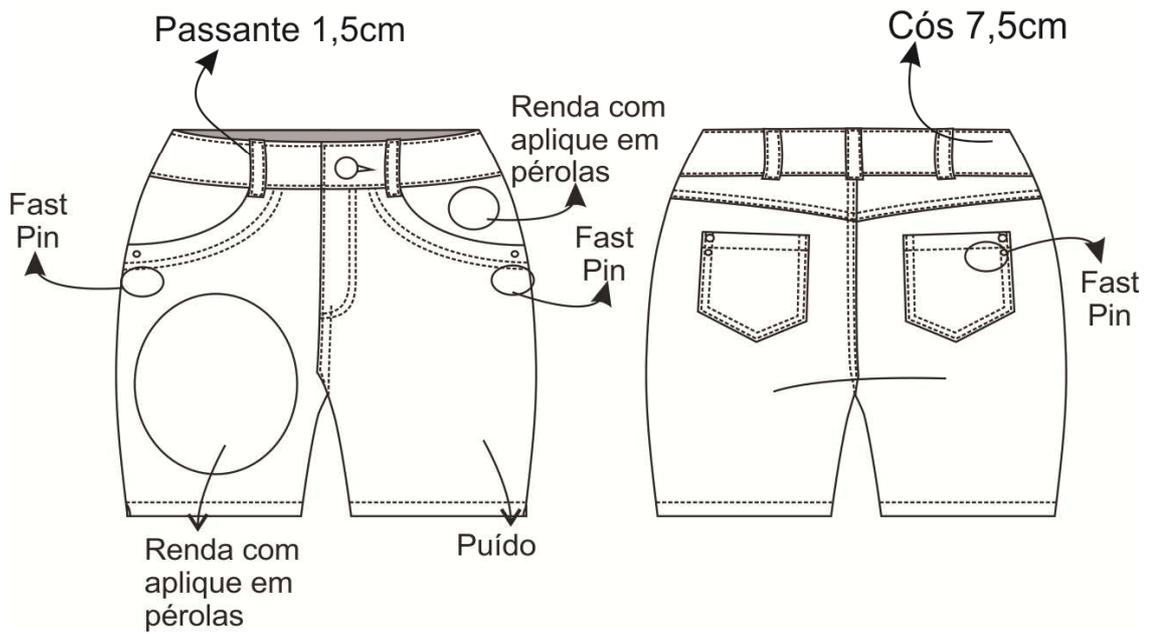
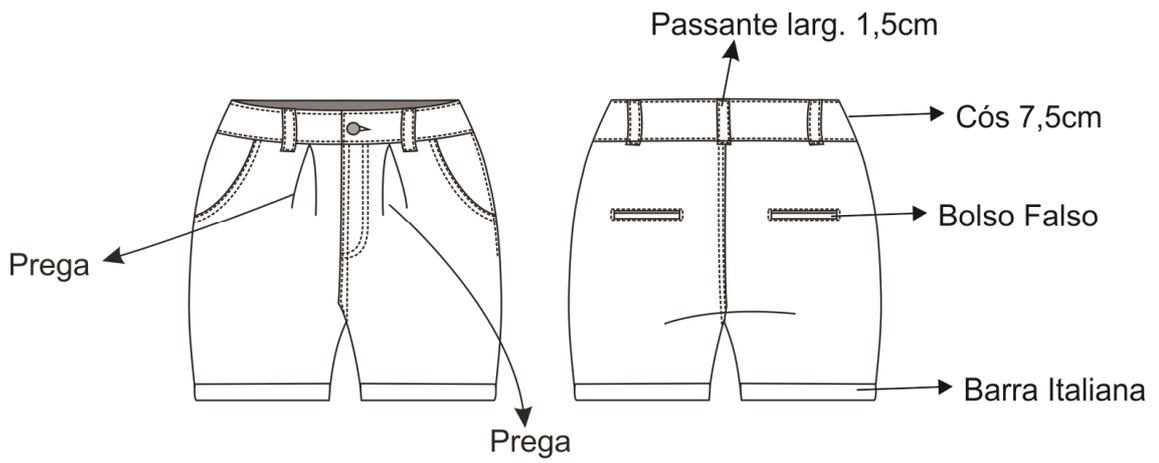
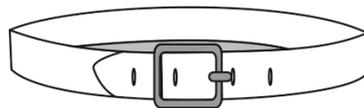
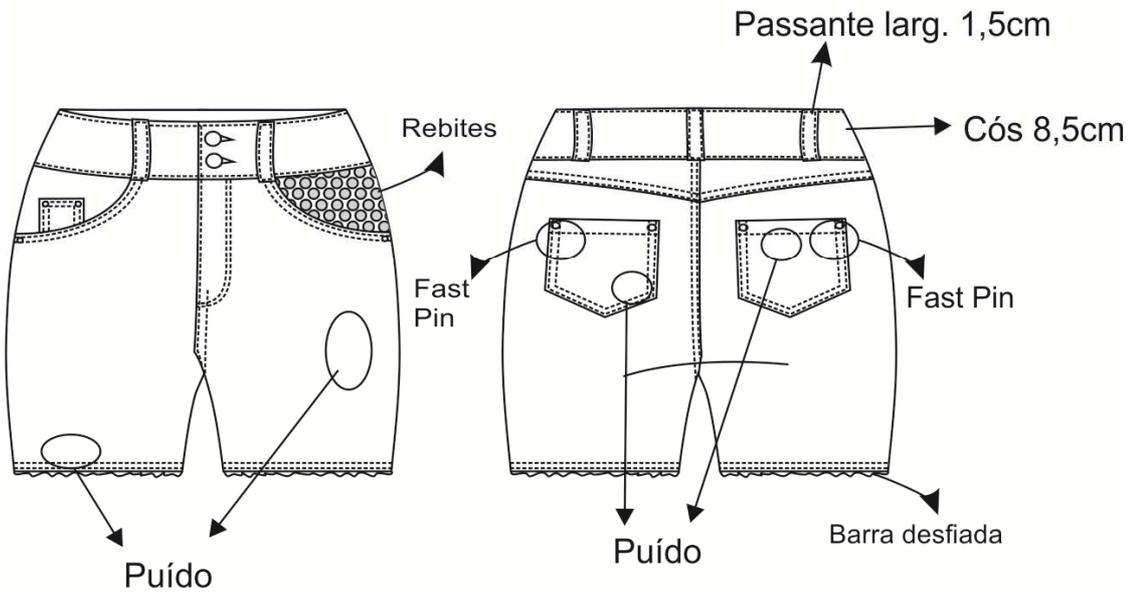
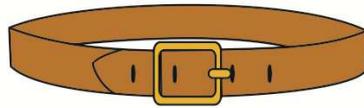
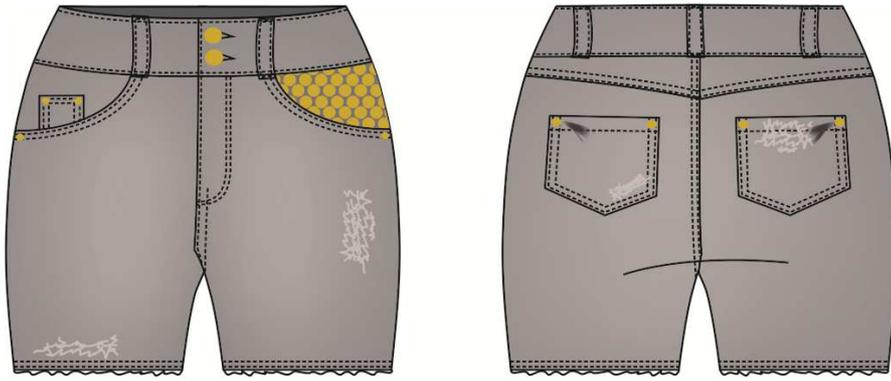


Figura 107 – Shorts com Aplicação em Renda e Perolas
Fonte: A autora (2013)



Cinto com corda trançada

Figura 108 – Shorts Estampado
Fonte: A autora (2013)



Cinto metalizado

Figura 109 – Shorts com aplicação de rebites
Fonte: A autora (2013)

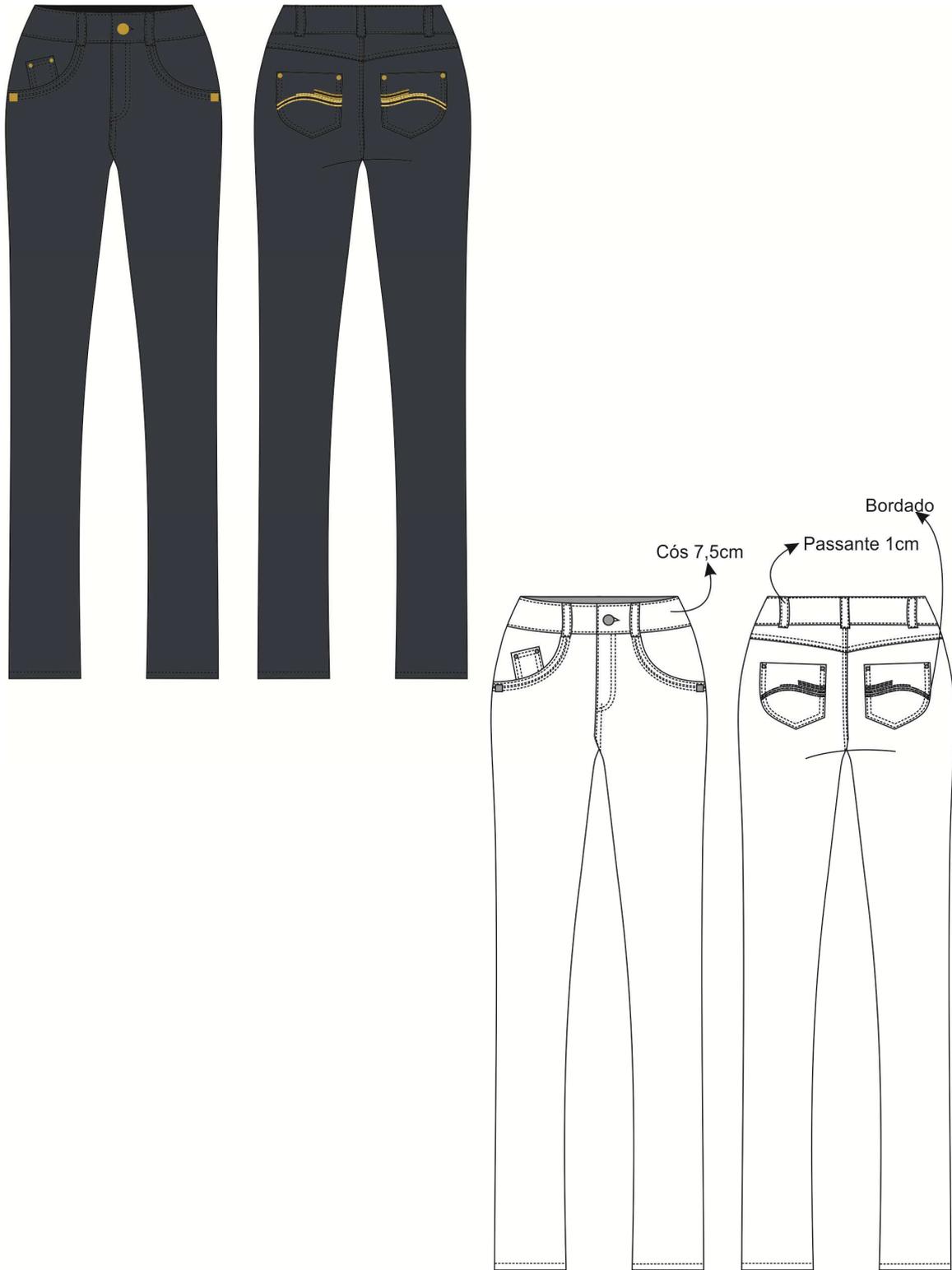


Figura 110 – Calça tradicional com bordado no bolso.
Fonte: A autora (2013)

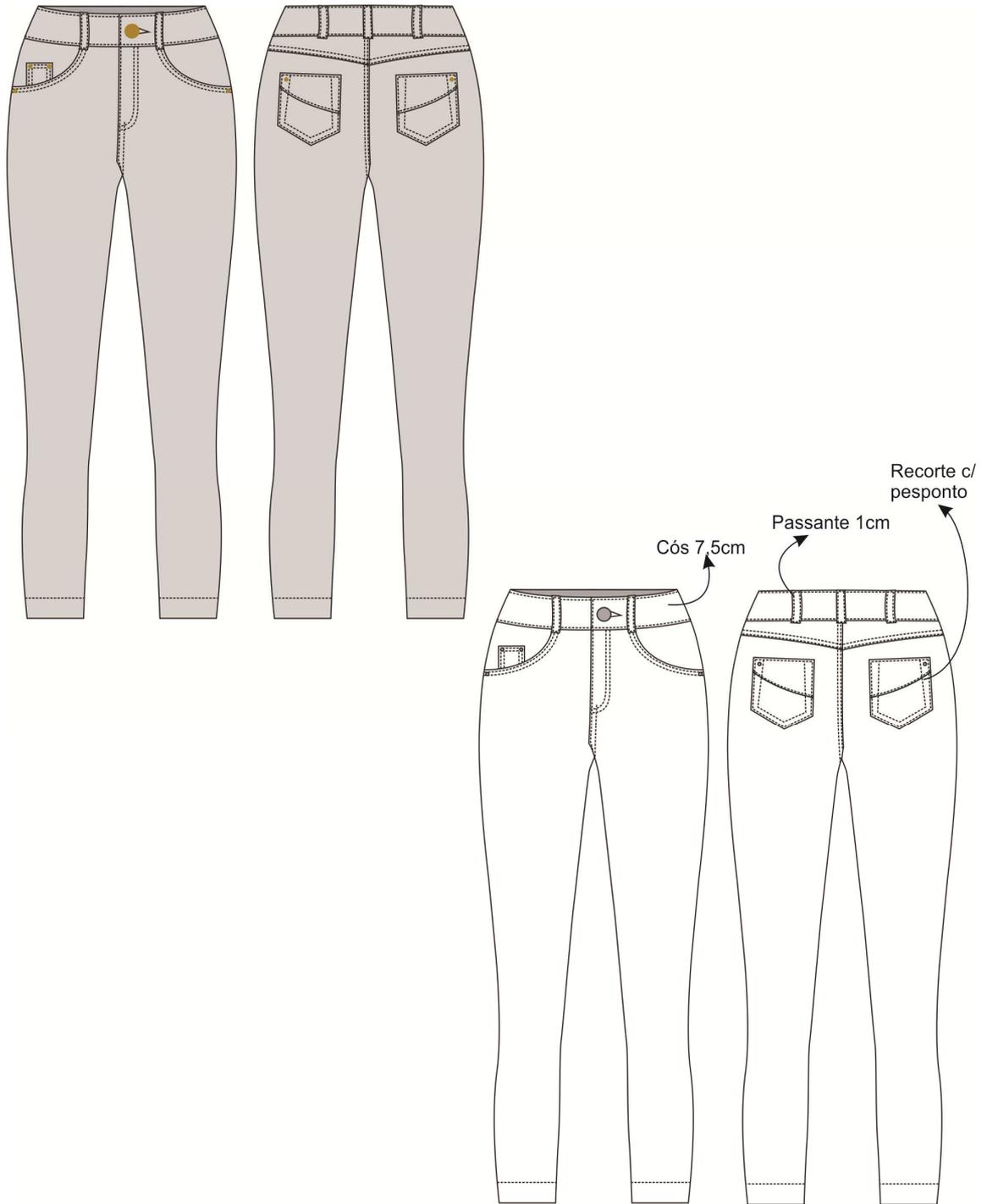


Figura 111 – Calça Capri
Fonte: A autora (2013)

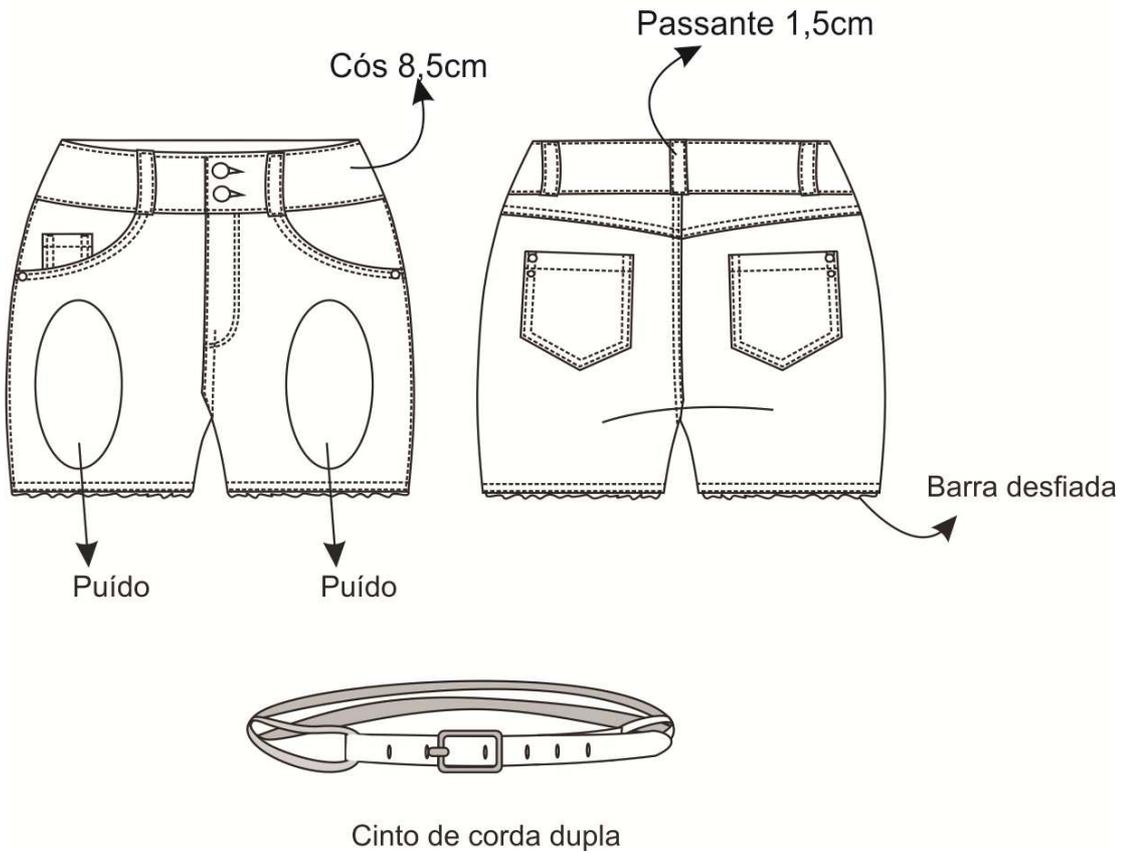


Figura 112 – Shorts com Tie Dye e cinto
Fonte: A autora (2013)

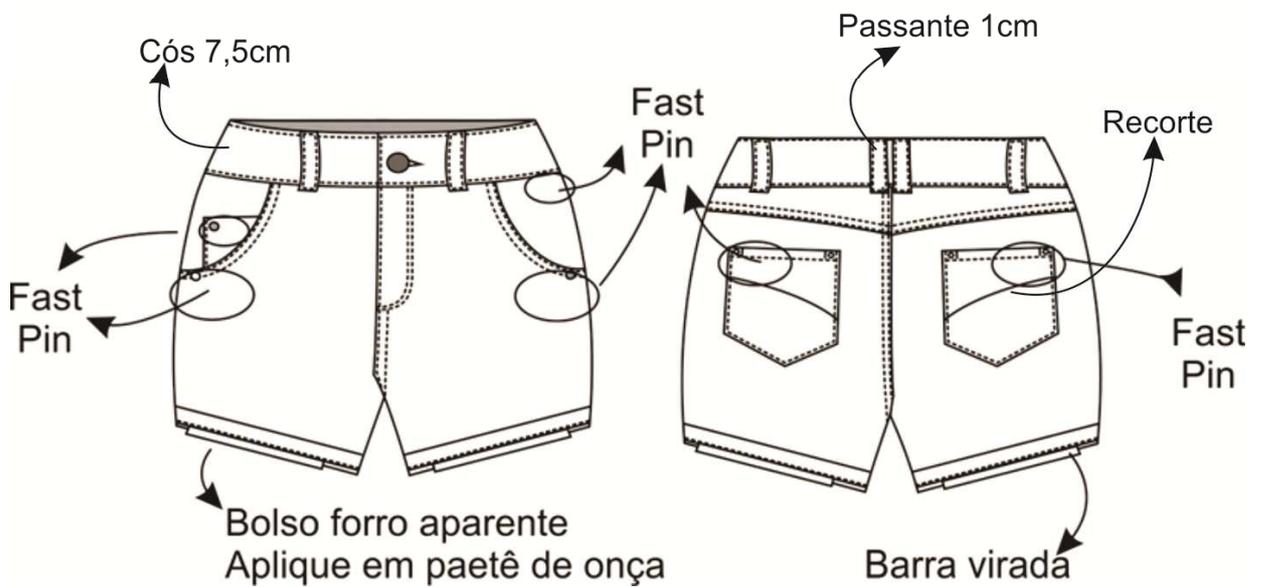


Figura 113 – Shorts com forro do bolso aparente de onça
Fonte: A autora (2013)

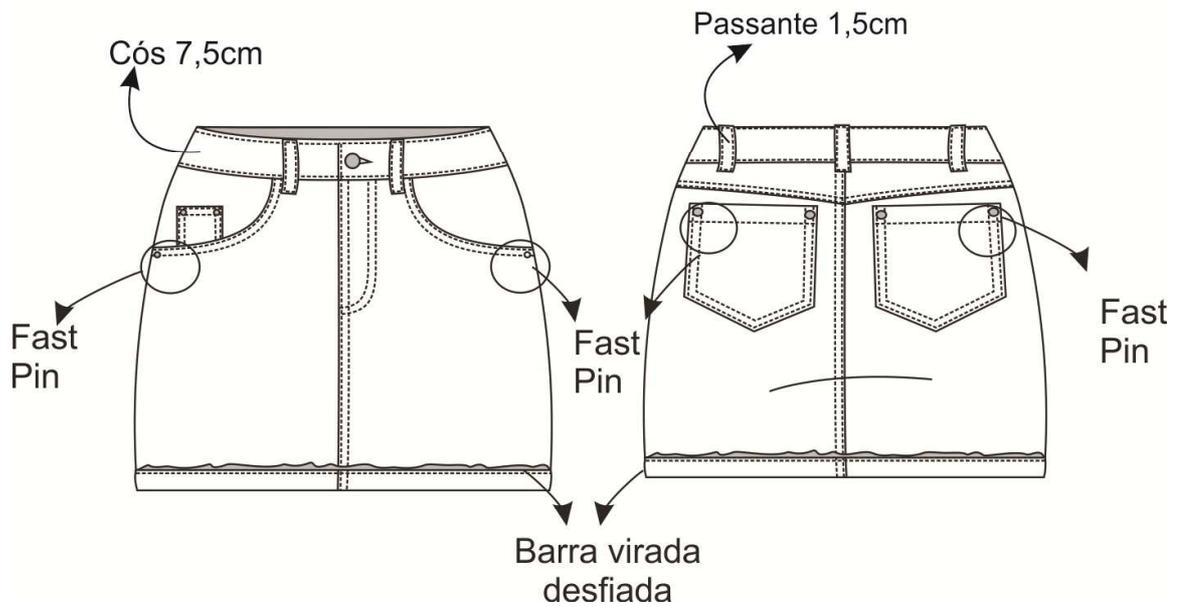
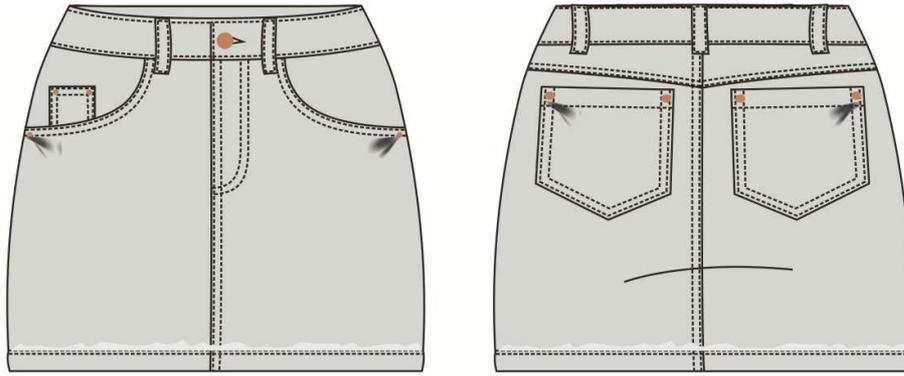


Figura 114 – Saia com a barra virada
Fonte: A autora (2013)



Figura 115 – Bermuda escura
Fonte: A autora (2013)

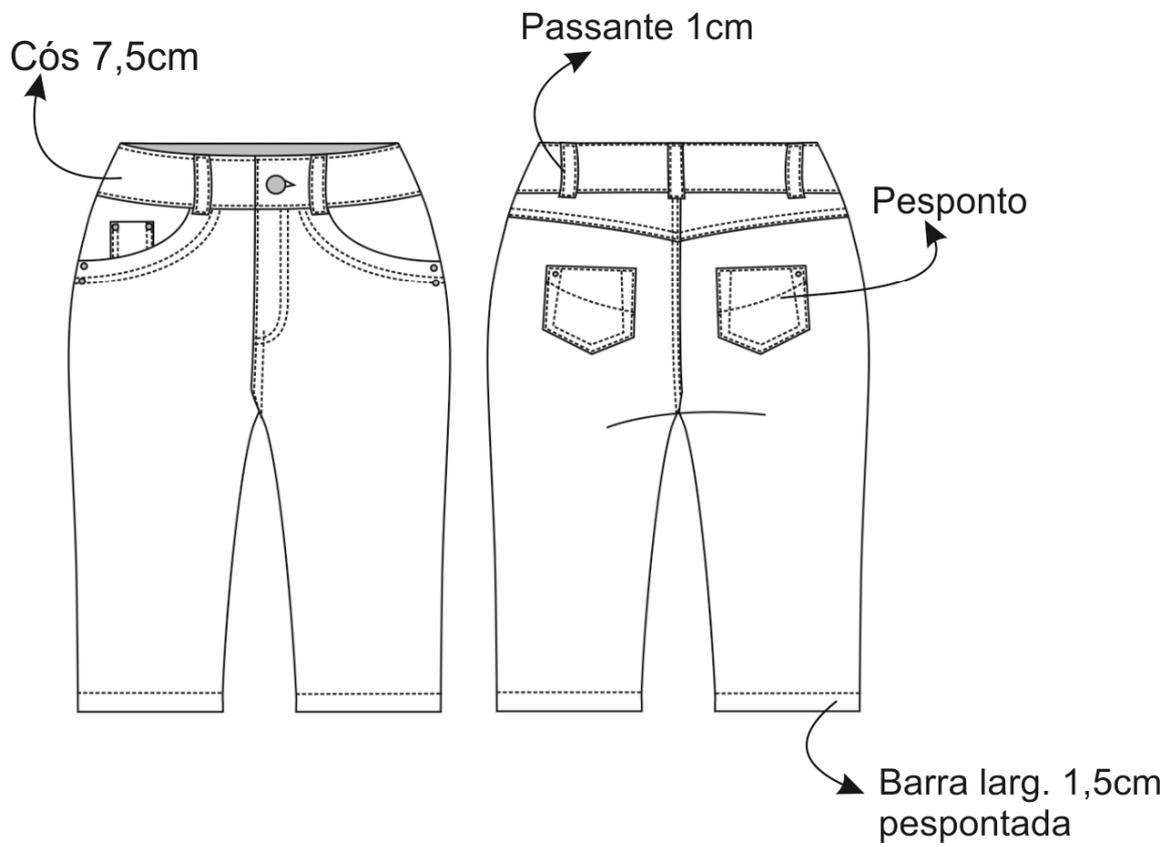


Figura 116 – Bermuda Branca
Fonte: A autora (2013)

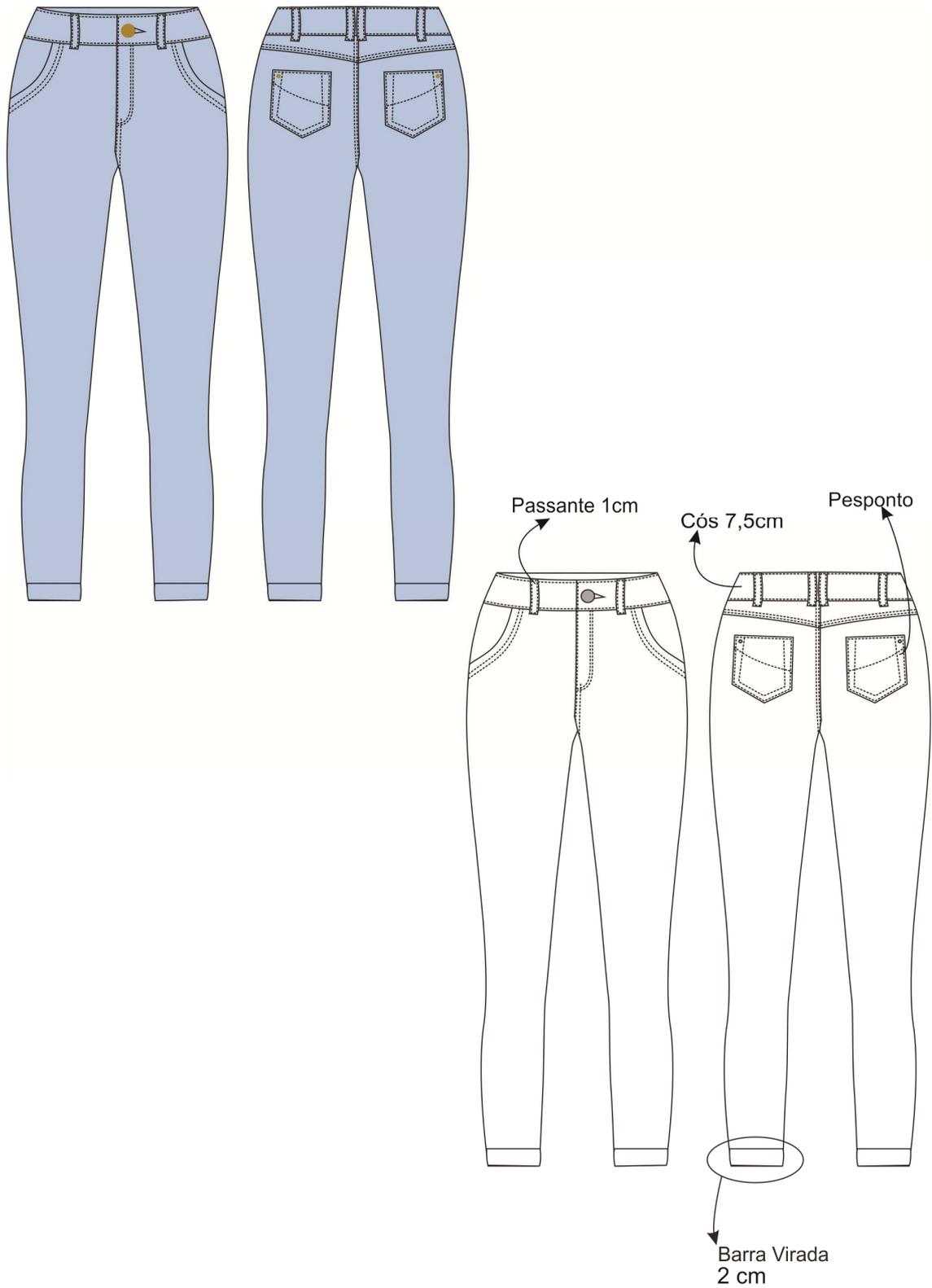


Figura 117 – Calça Capri com a barra virada
Fonte: A autora (2013)

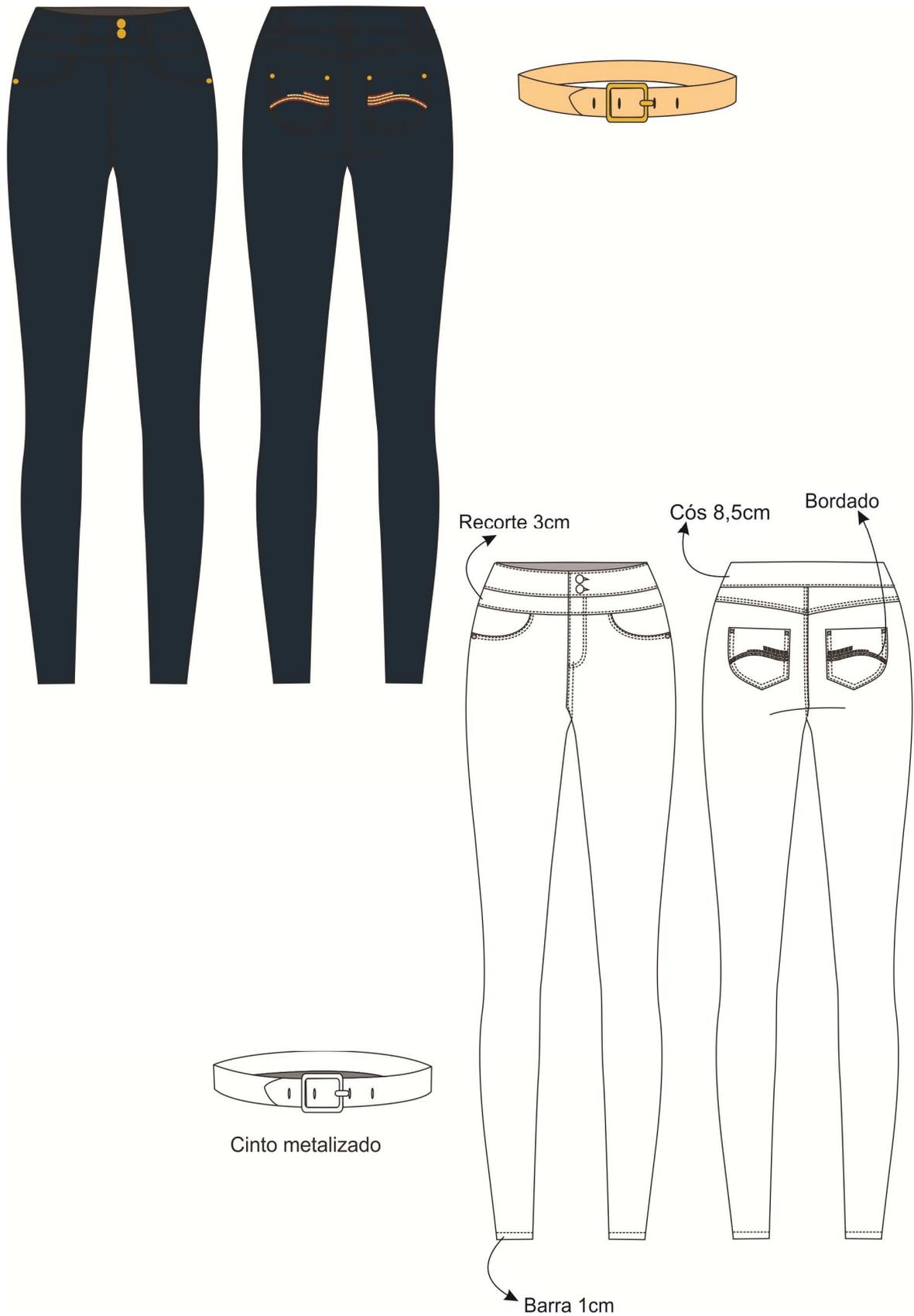


Figura 118 – Calça cigarete com cinto
Fonte: A autora (2013)

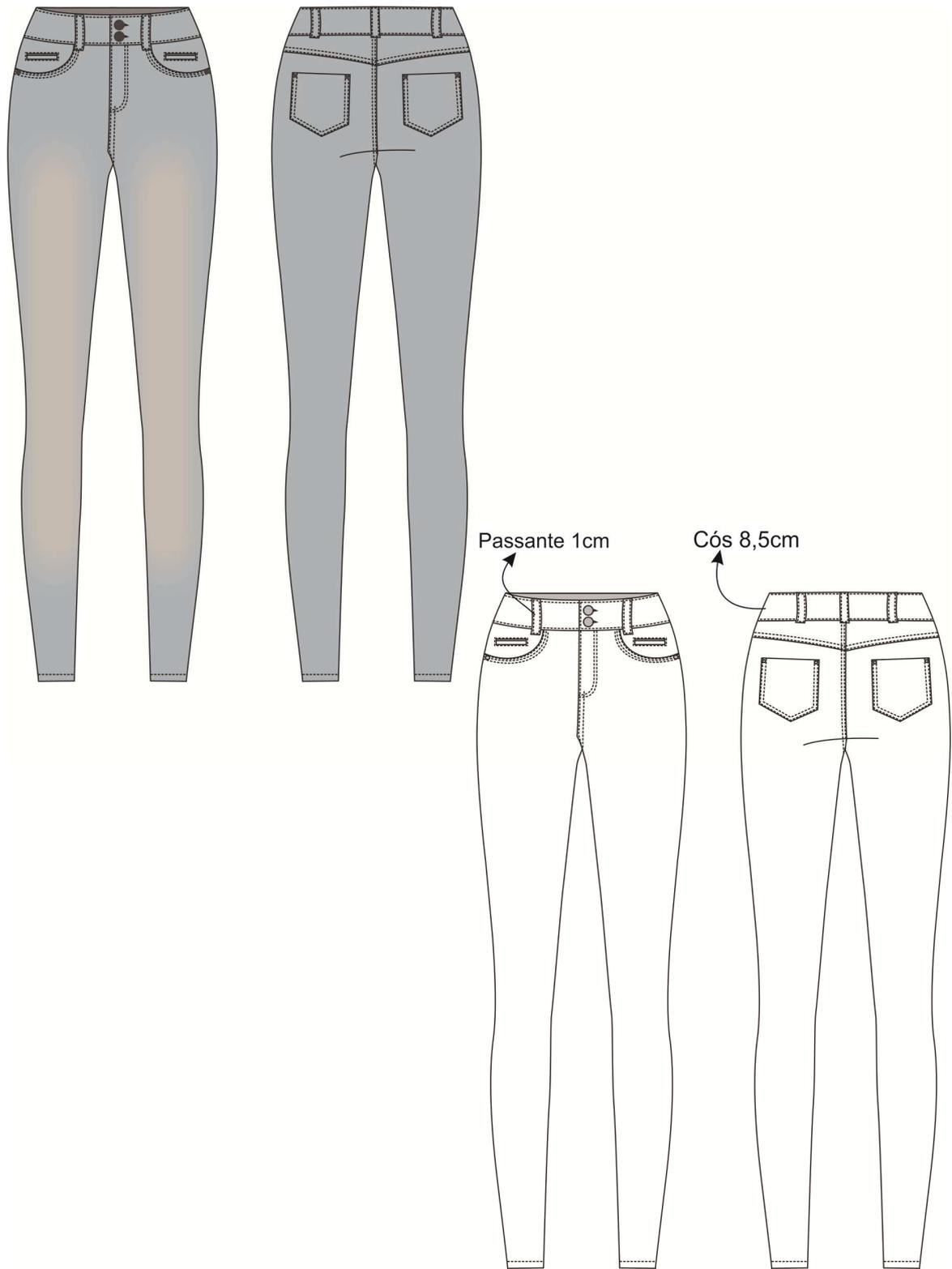


Figura 119 – Calça Cigarrete
Fonte: A autora (2013)



Figura 120 – Calça cigarrate com puído
Fonte: A autora (2013)

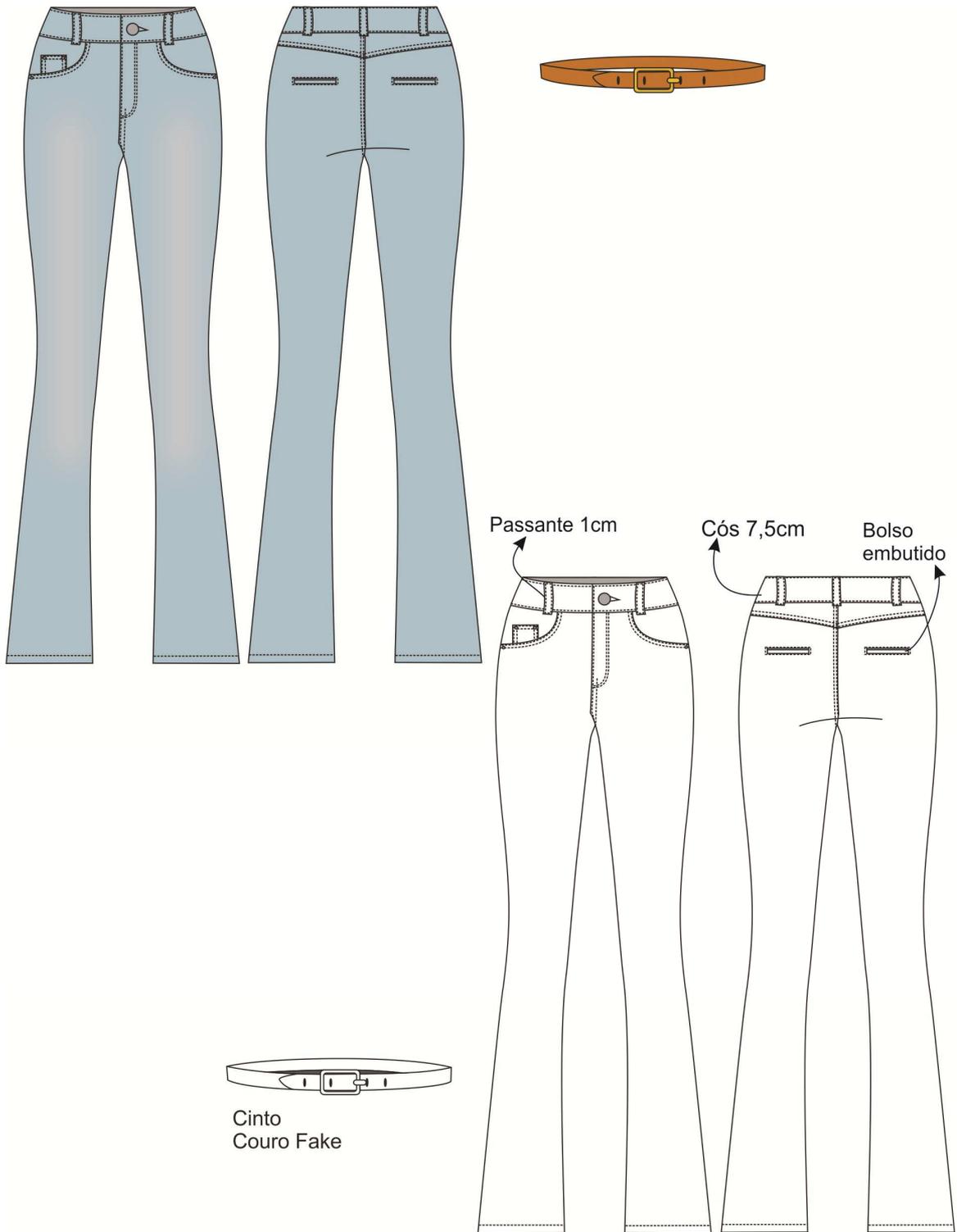


Figura 121 – Calça Flare com cinto
Fonte: A autora (2013)

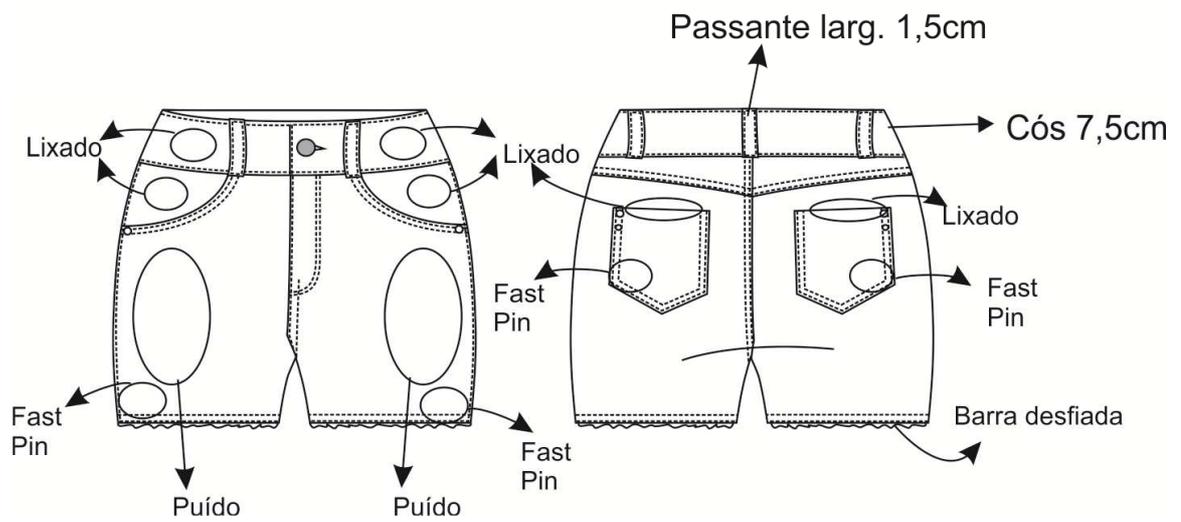
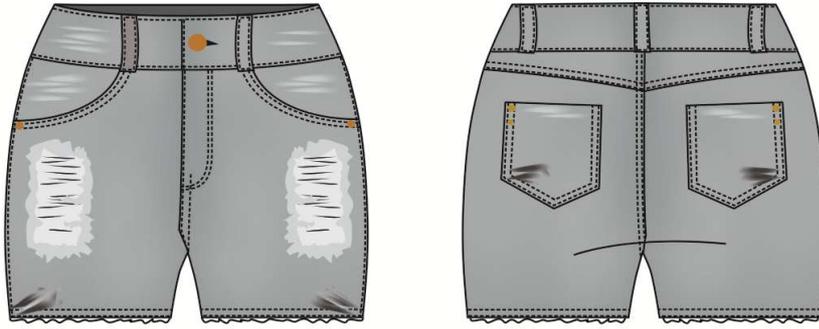
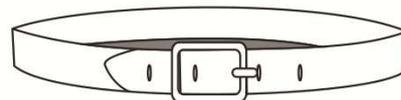
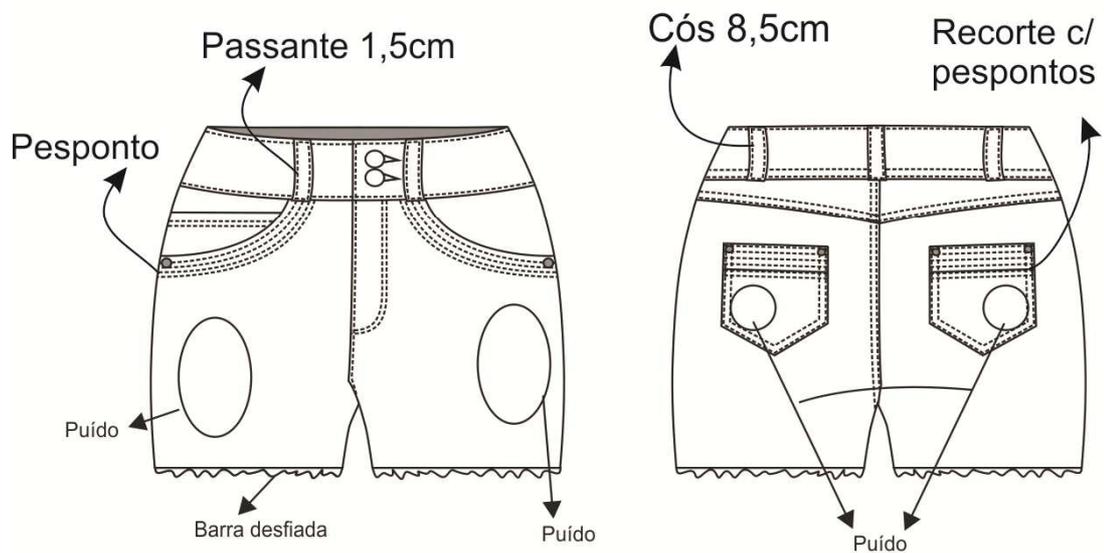
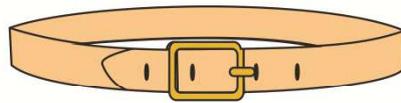
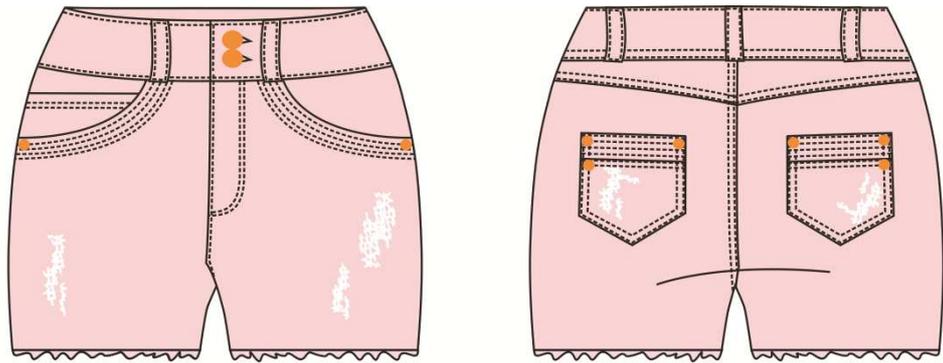


Figura 122 – Shorts com puído, lixado, fast pin e barra desfiada
Fonte: A autora (2013)



Cinto metalizado

Figura 123 – Shorts com Cinto metalizado
Fonte: A autora (2013)

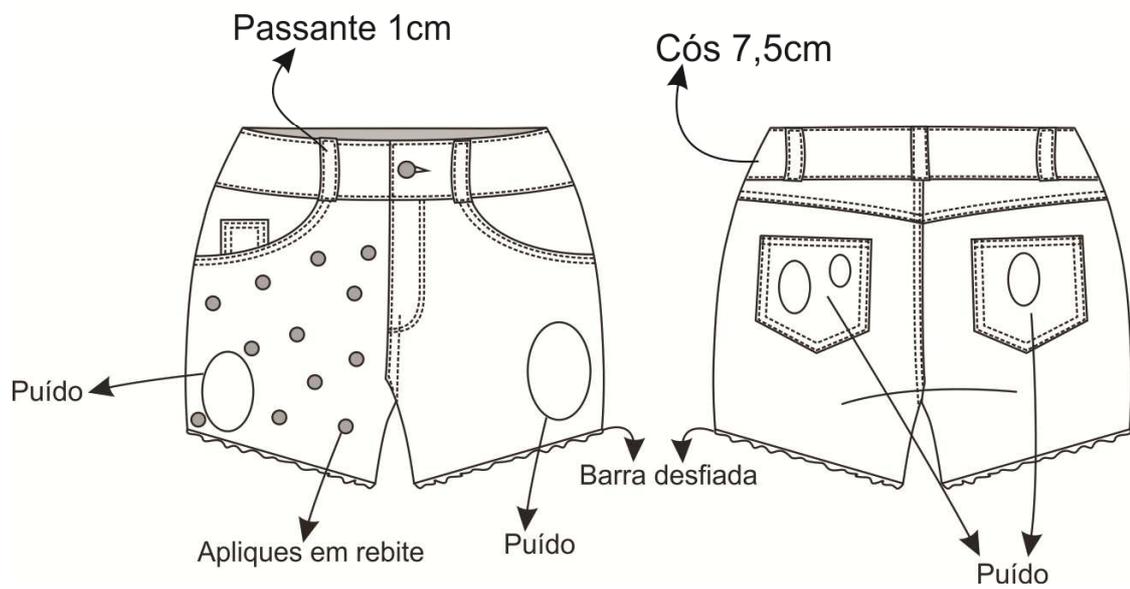
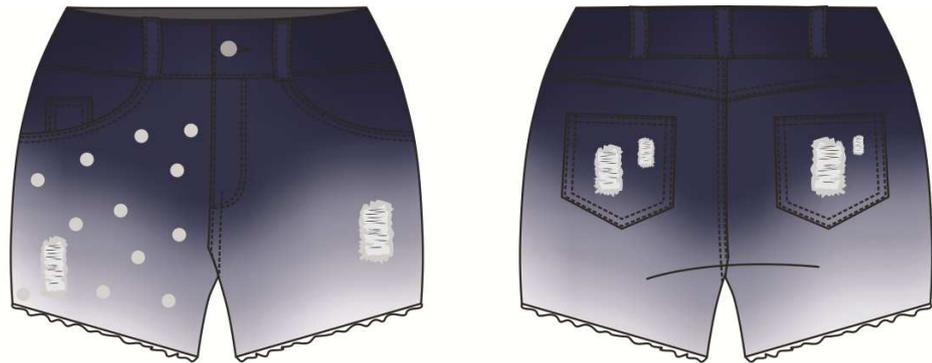


Figura 124 – Shorts com degrade e aplicação de rebites.
 Fonte: A autora (2013)

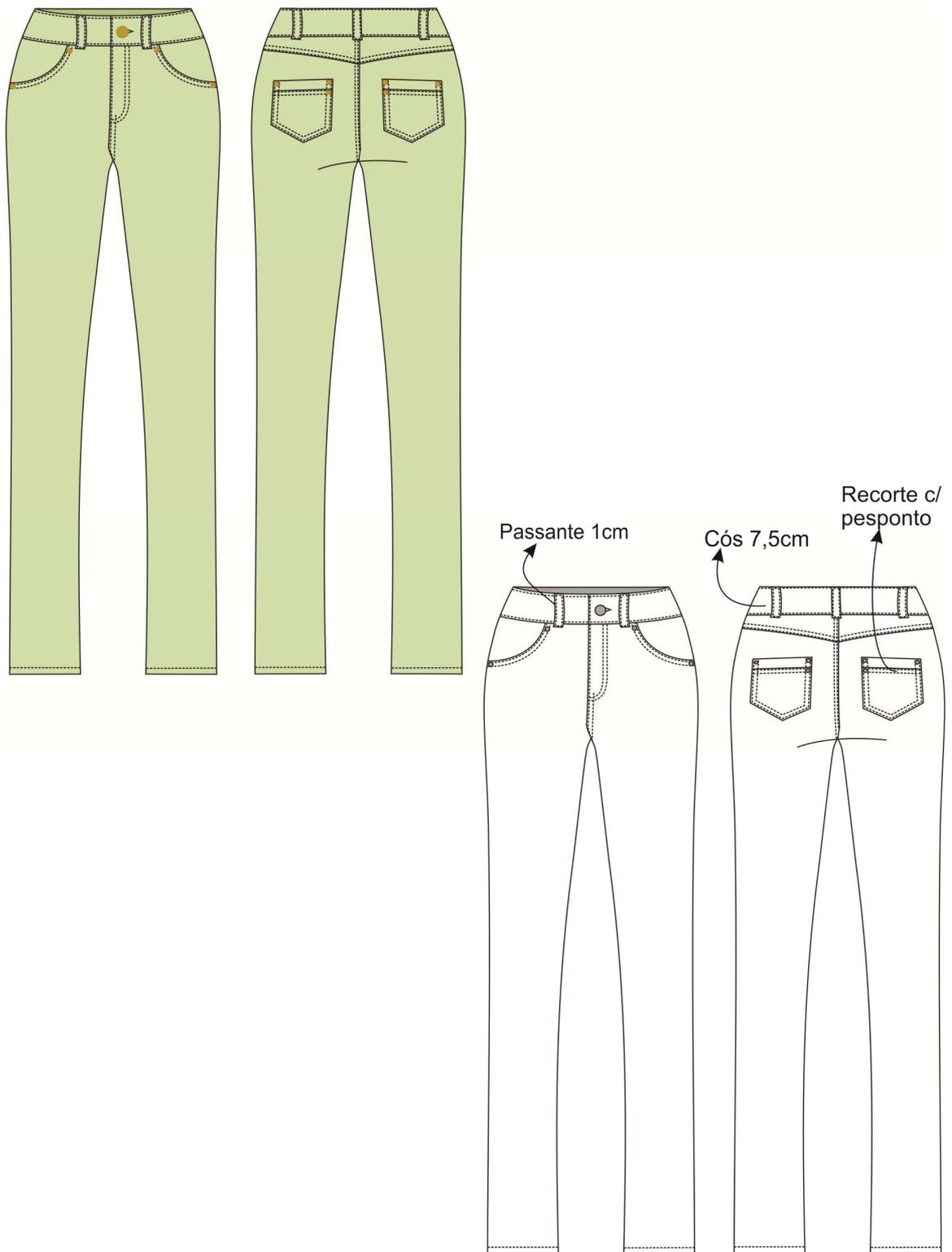


Figura 125 – Calça Tradicional.
Fonte: A autora (2013)

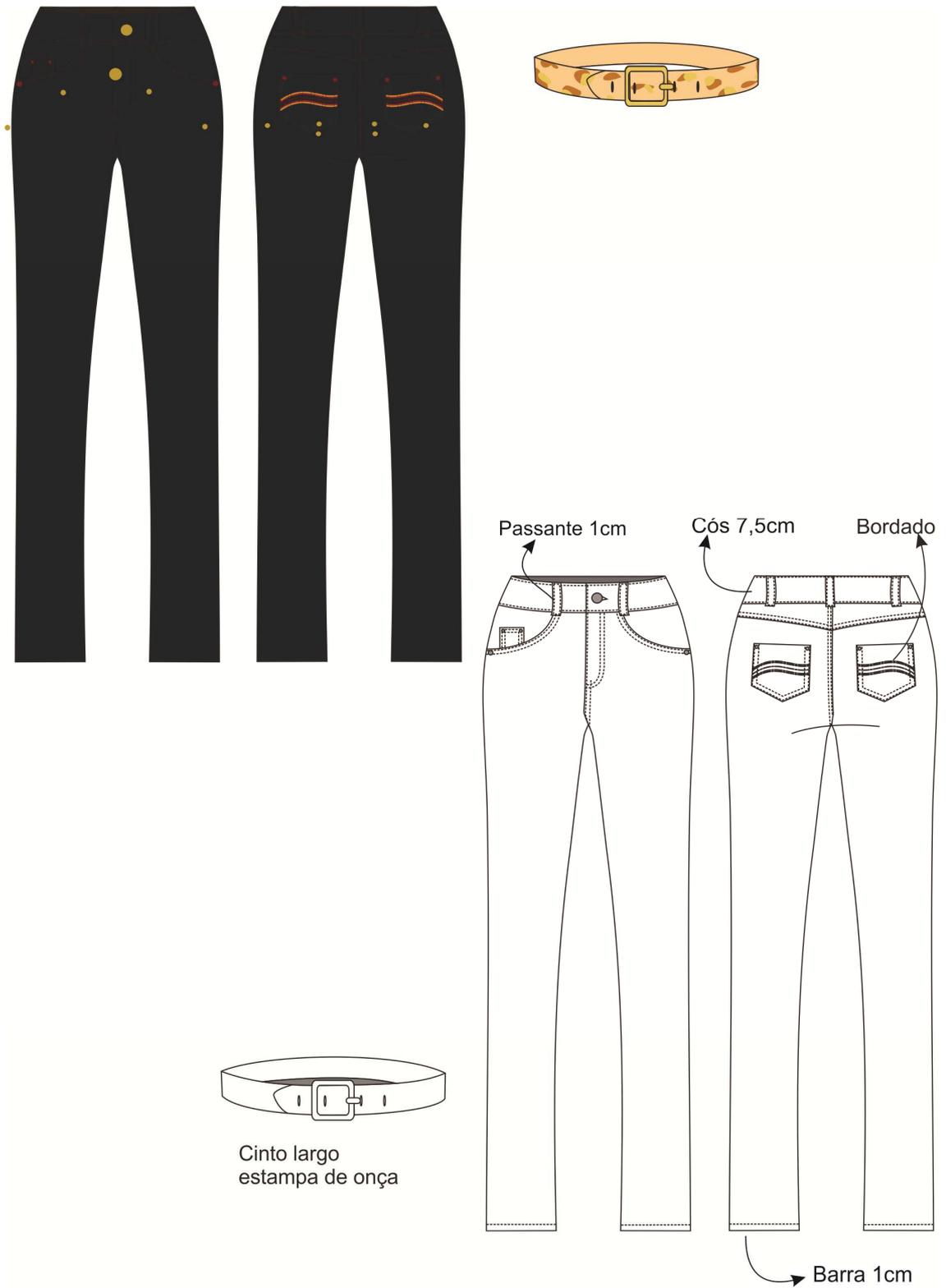


Figura 126 – Calça Tradicional com cinto estampado
Fonte: A autora (2013)

4.9.1 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS

Para a escolha dos 12 *looks*, executou-se uma análise das peças que melhor representariam a coleção, graças a um visual moderno, tecidos diferenciados, estampas em animal *print* e aviamentos que a enriquecessem, como pérolas, cintos, rendas, entre outros.

Na busca por atrair novos consumidores para a marca, desenvolveu-se, nessa coleção, produtos que agregam um valor estético, sem interferir no conforto e na elegância, hoje exigência primordial do consumidor de moda.

1 Geração



Figura 127 – Calça Flare com renda no Bolso
Fonte: A autora (2013)

Trata-se de uma calça *jeans* com boca, levemente, *flare*, em cuja técnica de lavagem foi utilizada a tampinha (tampas de garrafas *pet*), o que resultou em uma tonalidade clara, diferenciada. A proposta para esta coleção verão 2014 inclui detalhes em renda, nos bolsos (relógio e traseiro), e com os demais aviamentos em pérola.

2 Geração



Figura 128 – Calça Cigarrete Vermelha
Fonte: A autora (2013)

Trata-se de uma calça em tecido resinado de cor vermelha, cuja proposta é uma das inovações para a empresa.

5 FICHA TÉCNICA

5.1 FICHA TÉCNICA - LOOK 1 CONFECCIONADO – CALÇA TRADICIONAL FLARE – FRENTE, COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL

TECIDO													
DESCRIÇÃO		RENDIMENTO		COMPOSIÇÃO		CORES		FORNECEDOR					
Jeans Marina Blue		1,20mt		98% Algodão 2% Elastano		Índigo		Vicunha					
Renda		0,20mt		50% Algodão 50% Poliéster		Palha		Cote Minas					
Forro bolso		0,20mt		82% Poliéster 18% Algodão		Palha		Cote Minas					

AVIAMENTO													
DESCRIÇÃO		RENDIMENTO		COMPOSIÇÃO		CONSUMO/ PEÇA		CORES		FORNECEDOR			
Zíper		100% Algodão				1 Peça		Índigo		Corrente			
Botão		Latonado				1 Peça		Palha		Eberly			
Etiqueta		Sintético com Laminado				1 Peça		Branco		Veneto			
Arrebite		Latonado				8 Peças		Palha		Eberly			
Linha		100% Poliéster				67 mts		Palha		Bom Fio			
Fio		100% Poliéster				147mts		Cinza		Bom Fio			

GRADE DO MODELO														
PP	M	G	GG	1	2	3	4	8	10	12	14			
16				34	36	38	40	42	44	46	48	50		
					01									
RN														

EMBALAGEM E ETIQUETAS					
ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Filho	2	R\$0,02			
Tag	1	R\$0,14			
Etiqueta Composição	1	R\$0,02			

BENEFICIAMENTO		AMOSTRAS				OBSERVAÇÕES			
TIPO	OBSERVAÇÕES								
	Processo de Lavagem Marmorizado, com Tampinha PET (Ecosustentável)								

Figura 65 – Ficha técnica Calça tradicional flare – Frente (look 1)

Fonte: A autora (2013)

Marca: Cris Jeans	DATA: <u>20 / 06 / 13</u>	Coleção: Verão 2014	REF: 453
Tamanho: 38	N. de peças: 01	Modelo: Calça Tradicional Flare	
Estilista: Cristiane Anastacio Alexandrino		Modelista: Fátima	

DESENHO FRENTE	DESENHO LATERAL	DESENHO COSTAS
OBSERVAÇÕES		

Figura 66 – Ficha técnica Calça tradicional flare – Costa (look 1)
Fonte: A autora (2013)

FICHA DE SEQÜÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO

Referência: 453

Modelo: Calça Tradicional Flare

Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
	Preparar vista	Reta			
	Zíper	Reta			
	Bolso Relógio	Pesponto			
	Bolso Espelho	Reta			
	Bolso Frente	Pesponto			
	Pregar Zíper	Reta			
	Curva Zíper	Pesponto			
	Fechar Frente / Gancho	Pesponto			
	Fechar Pala e Traseiro	Fechador			
	Bolso Traseiro	Pesponto			
	Fechar Lateral	Interloque			
	Pespontar Lateral	Reta			
	Fechar entre Pernas	Interloque			
	Etiquetas de Tamanho e Composição	Reta			
	Cós	Pregadeira de Cós			
	Ponta do Cós	Reta			
	Barra	Reta			
	Caseado	Caseadeira			
	Passantes	Passante			
	Travete	Travete			
	Pregar aviamentos				
	Passadoria	Ferro			
	Expedição				

Data 20 / 06 / 13Nome dos integrantes Claúdia, Cleonice, Célia, Fátima, Cris e Paulo

Figura 67 - Ficha técnica Calça tradicional flare – Sequencia operacional (look 1)
Fonte: A autora (2013)

FICHA DE SEQÜÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO

Referência: 327

Modelo: Calça Cigarrete Color

Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
	Preparar vista	Reta			
	Zíper	Reta			
	Bolso Espelho	Reta			
	Bolso Frente	Pes ponto			
	Pregar Zíper	Reta			
	Curva Zíper	Pes ponto			
	Fechar Frente / Gancho	Pes ponto			
	Fechar Pala e Traseiro	Fechador			
	Bolso Traseiro	Pes ponto			
	Fechar Lateral	Interloque			
	Pes pontar Lateral	Reta			
	Fechar entre Pernas	Interloque			
	Etiquetas de Tamanho e Composição	Reta			
	Cós	Pregadeira de Cós			
	Ponta do Cós	Reta			
	Barra	Reta			
	Caseado	Caseadeira			
	Passantes	Passante			
	Travete	Travete			
	Pregar aviamentos				
	Passadoria	Ferro			
	Expedição				

Data 20 / 06 / 13Nome dos integrantes Cláudia, Cleonice, Célia, Antônio, Cris e Paulo

Figura 70 - Ficha técnica Calça cigarrete color – Sequencia operacional (look 2)
Fonte: A autora (2013)

FICHA DE SEQÜÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO

Referência: 371

Modelo: Calça Tradicional com Lycra

Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
	Preparar vista	Reta			
	Zíper	Reta			
	Bolso Faca	Pesponto			
	Bolso Frente	Pesponto			
	Pregar Zíper	Reta			
	Curva Zíper	Pesponto			
	Fechar Frente / Gancho	Pesponto			
	Fechar Pala e Traseiro	Fechador			
	Bolso Traseiro	Pesponto			
	Fechar Lateral	Interloque			
	Pespontar Lateral	Reta			
	Fechar entre Pernas	Interloque			
	Etiquetas de Tamanho e Composição	Reta			
	Cós	Pregadeira de Cós			
	Ponta do Cós	Reta			
	Barra	Reta			
	Caseado	Caseadeira			
	Passantes	Passante			
	Travete	Travete			
	Pregar aviamentos				
	Passadoria	Ferro			
	Expedição				

Data 20 / 06 / 13Nome dos integrantes Claúdia, Cleonice, Célia, Antônio, Cris e Paulo

Figura 73 - Ficha técnica Calça tradicional com lycra – Sequencia operacional (look 3)
Fonte: A autora (2013)

Marca: Cris Jeans	DATA: <u>20 / 06 / 13</u>	Coleção: Verão 2014	REF: 362
Tamanho: 36	N. de peças: 01	Modelo: Shorts Lycra com Paetê	
Estilista: Cristiane Anastacio Alexandrino		Modelista: Fátima	

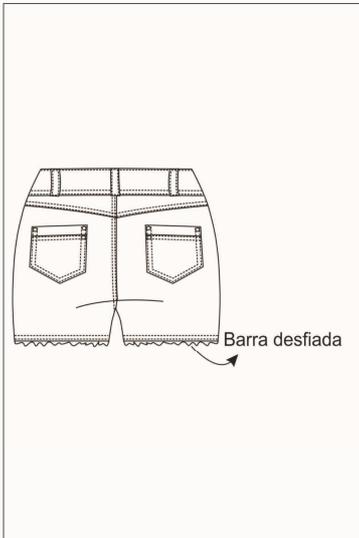
DESENHO FRENTE	DESENHO LATERAL	DESENHO COSTAS
 <p>Cinto fino estampa de onça</p> <p>Puído vasado com paetê em onça</p> <p>Puído vasado com paetê em onça</p>		 <p>Barra desfiada</p>
OBSERVAÇÕES		

Figura 75 - Ficha técnica Shorts lycra com paetê – Costa (look 4)
Fonte: A autora (2013)

FICHA DE SEQÜÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO

Referência: 362

Modelo: Shorts Lycra com Paetê

Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
	Preparar vista	Reta			
	Zíper	Reta			
	Bolso Relógio	Pesponto			
	Bolso Espelho	Reta			
	Bolso Frente	Pesponto			
	Aplicação do Tecido Paetê	Reta			
	Pregar Zíper	Reta			
	Curva Zíper	Pesponto			
	Fechar Frente / Gancho	Pesponto			
	Fechar Pala e Traseiro	Fechador			
	Bolso Traseiro	Pesponto			
	Fechar Lateral	Interloque			
	Pespontar Lateral	Reta			
	Fechar entre Pernas	Interloque			
	Etiquetas de Tamanho e Composição	Reta			
	Cós	Pregadeira de Cós			
	Ponta do Cós	Reta			
	Barra	Reta			
	Caseado	Caseadeira			
	Passantes	Passante			
	Travete	Travete			
	Pregar aviamentos				
	Passadoria	Ferro			
	Expedição				

Data 20 / 06 / 13Nome dos integrantes Claúdia, Cleonice, Célia, Fátima, Cris e Paulo

Figura 76 - Ficha técnica Shorts lycra com paetê – Sequencia operacional (look 4)
Fonte: A autora (2013)

5.5 FICHA TÉCNICA - LOOK 5 CONFECCIONADO – MINI SAIA PT – FRENTE, COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL

TECIDO											
DESCRIÇÃO		RENDIMENTO		COMPOSIÇÃO		CORES		FORNECEDOR			
PT		0,60mt		98% Algodão 2% Elastano		Branco		Cedro Flex			
Forro bolso		0,20mt		50% Algodão 50% Poliéster		Branco		Cote Minas			
AVIAMENTO											
DESCRIÇÃO		RENDIMENTO		COMPOSIÇÃO		CONSUMO/ PEÇA		CORES		FORNECEDOR	
Zipper		100% Algodão				1 Peça		Palha		Corrente	
Botão		Latonado				1 Peça		Bronze		Eberly	
Etiqueta		Sintético com Laminado				1 Peça		Bronze		Veneto	
Arrebite		Latonado				10 Peças		Bronze		Eberly	
Linha		100% Poliéster				59 mts		PT		Setta	
Fio		100% Poliéster				84 mts		PT		Bom Fio	
EMBALAGEM E ETIQUETAS											
GRADE DO MODELO											
PP	M	G	GG	1	2	3	4	8	10	12	14
16			34	36	38	40	42	44	46	48	50
				01							
RN											
BENEFICIAMENTO											
TIPO		OBSERVAÇÕES									
		Processo de Lavagem Tingimento Branco com Púidos Localizados									
EMBALAGEM E ETIQUETAS											
ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO						
Fitolho	1	R\$0,02									
Tag	1	R\$0,14									
Etiqueta Composição	1	R\$0,02									
AMOSTRAS											
OBSERVAÇÕES											

Figura 77 – Ficha técnica Mini saia PT – Frente (look 5)

Fonte: A autora (2013)

Marca: Cris Jeans	DATA: <u>21 / 06 / 13</u>	Coleção: Verão 2014	REF: 384
Tamanho: 36	N. de peças: 01	Modelo: Mini Saia PT	
Estilista: Cristiane Anastacio Alexandrino		Modelista: Antônio	

DESENHO FRENTE	DESENHO LATERAL	DESENHO COSTAS
		
OBSERVAÇÕES		

Figura 78 – Ficha técnica Mini saia PT – Costa (look 5)
Fonte: A autora (2013)

FICHA DE SEQÜÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO

Referência: 384

Modelo: Mini Saia PT

Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
	Preparar vista	Reta			
	Zíper	Reta			
	Bolso Relógio	Pes ponto			
	Bolso Espelho	Reta			
	Bolso Frente	Pes ponto			
	Pregar Zíper	Reta			
	Curva Zíper	Pes ponto			
	Fechar Frente	Pes ponto			
	Fechar Pala e Traseiro	Fechador			
	Bolso Traseiro	Pes ponto			
	Fechar Lateral	Interloque			
	Etiquetas de Tamanho e Composição	Reta			
	Cós	Pregadeira de Cós			
	Ponta do Cós	Reta			
	Caseado	Caseadeira			
	Passantes	Passante			
	Travete	Travete			
	Pregar aviamentos				
	Passadoria	Ferro			
	Expedição				

Data 20 / 06 / 13Nome dos integrantes Claúdia, Cleonice, Célia, Antônio, Cris e Paulo

Figura 79 - Ficha técnica Mini saia PT – Sequencia operacional (look 5)
Fonte: A autora (2013)

5.6 FICHA TÉCNICA - LOOK 6 CONFECCIONADO – SHORTS PÉROLA – FRENTE, COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL

TECIDO											
DESCRIÇÃO		RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR						
Jeans Marina Blue		0,53mt	98% Algodão 2% Elastano	Índigo	Vicunha						
Renda		0,20mt	50% Algodão 50% Poliéster	Palha	Cote Minas						
Forro bolso		0,20mt	82% Poliéster 18% Algodão	Palha	Cote Minas						
AVIAMENTO											
DESCRIÇÃO		RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR					
Zipper		100% Algodão		1 Peça	Índigo	Corrente					
Botão		Latonado		1 Peça	Dourado	Eberly					
Etiqueta		Sintético com Laminado		1 Peça	Branco	Veneto					
Arrebite		Latonado		6 Peças	Dourado	Eberly					
Linha		100% Poliéster		59 mts	Marrom e Cinza	Bom Fio					
Fio		100% Poliéster		86mts	Cinza	Bom Fio					
Pérola		Não Consta Informação		38 Pérolas	Pérola	Belíssima					
GRADE DO MODELO											
PP	M	G	GG	1	2	3	4	8	10	12	14
16			34	36	38	40	42	44	46	48	50
RN					01						
EMBALAGEM E ETIQUETAS											
ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO						
Filinho	2	R\$0,02									
Tag	1	R\$0,14									
Etiqueta Composição	1	R\$0,02									
BENEFICIAMENTO											
TIPO	OBSERVAÇÕES										
	Processo de Lavagem Marmorizado, com Tampinha PET (Ecosustentável)										
AMOSTRAS	OBSERVAÇÕES										

Figura 80 – Ficha técnica Shorts pérolas – Frente (look 6)

Fonte: A autora (2013)

Marca: Cris Jeans	DATA: 20 / 06 / 13	Coleção: Verão 2014	REF: 383
Tamanho: 38	N. de peças: 01	Modelo: Shorts com Aplicação em Renda e Pérola	
Estilista: Cristiane Anastacio Alexandrino		Modelista: Fátima	

DESENHO FRENTE	DESENHO LATERAL	DESENHO COSTAS
OBSERVAÇÕES		

Figura 81 - Ficha técnica Shorts pérolas – Costa (look 6)
Fonte: A autora (2013)

FICHA DE SEQÜÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO

Referência: 383

Modelo: Shorts com Aplicação em Renda e Pérola

Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
	Preparar vista	Reta			
	Zíper	Reta			
	Bolso Relógio	Pespointo			
	Bolso Espelho	Reta			
	Bolso Frente	Pespointo			
	Pregar Zíper	Reta			
	Curva Zíper	Pespointo			
	Fechar Frente / Gancho	Pespointo			
	Fechar Pala e Traseiro	Fechador			
	Bolso Traseiro	Pespointo			
	Fechar Lateral	Interloque			
	Fechar entre Pernas	Interloque			
	Etiquetas de Tamanho e Composição	Reta			
	Cós	Pregadeira de Cós			
	Ponta do Cós	Reta			
	Barra	Reta			
	Caseado	Caseadeira			
	Passantes	Passante			
	Travete	Travete			
	Aplicar Rendas	Reta			
	Bordar Pérolas	Manual			
	Pregar aviamentos				
	Passadoria	Ferro			
	Expedição				

Data 20 / 06 / 13Nome dos integrantes Claúdia, Cleonice, Célia, Fátima, Cris e Paulo**Figura 82 – Ficha técnica Shorts pérolas – Sequencia operacional (look 6)****Fonte: A autora (2013)**

6 PLANEJAMENTO DO CATÁLOGO

O catálogo terá as dimensões de 22x30cm, serão impressas em papel couchê fosco 300g, com laminação frente e verso. Uma das páginas trará o release com informações sobre o conceito da coleção, enquanto as demais páginas serão constituídas com fotos das modelos com as peças da coleção em locação ambientada.

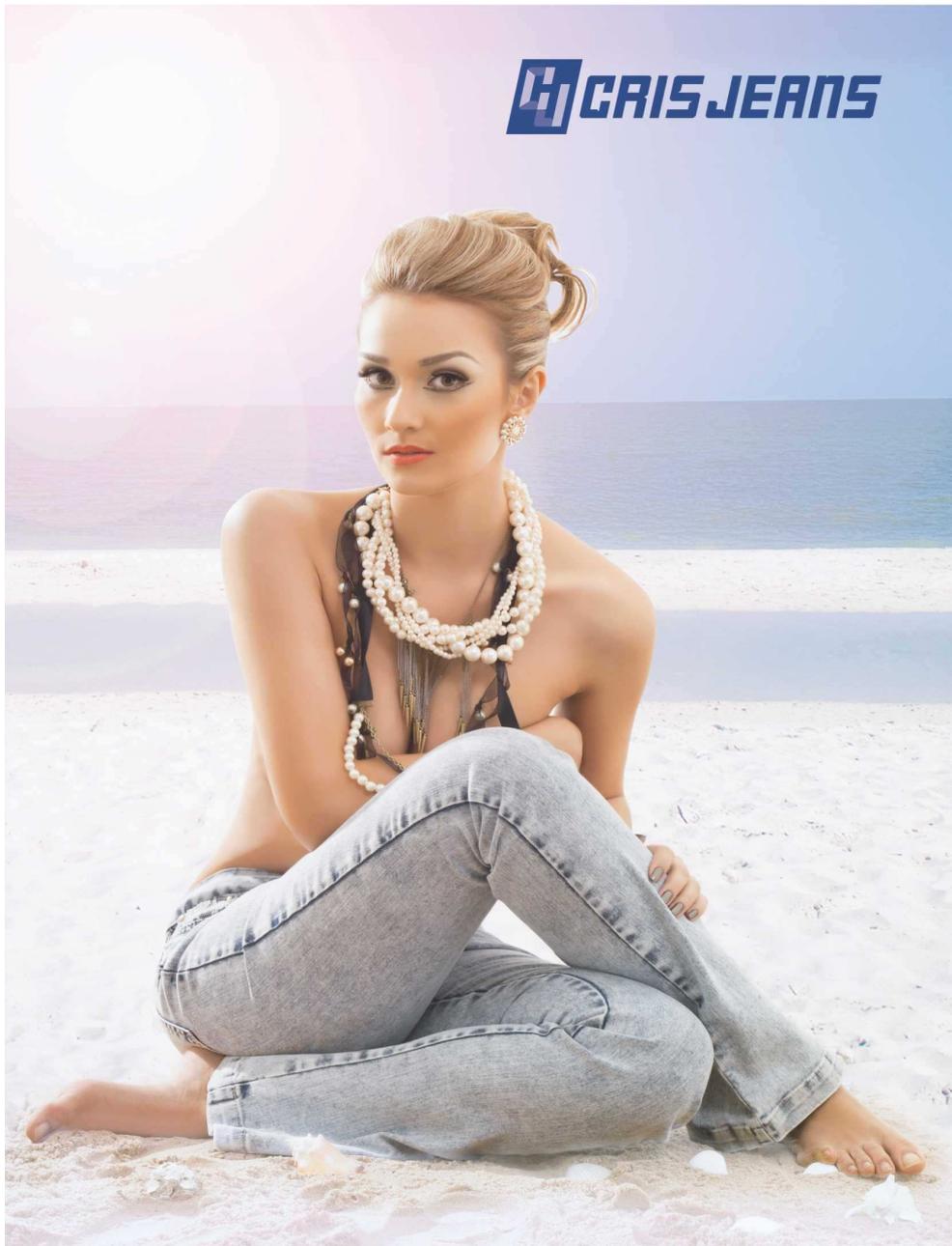


Figura 83 – Capa do catálogo impresso
Fonte: A autora, 2013.



Figura 84 – Catálogo impresso
Fonte: A autora (2013)



Figura 85 – Catálogo impresso
Fonte: A autora (2013)



Figura 86 – Catálogo impresso
Fonte: A autora (2013)



Figura 87 – Catálogo impresso
Fonte: A autora (2013)



Figura 88 – Catálogo impresso
Fonte: A autora (2013)



Figura 89 – Catálogo impresso
Fonte: A autora (2013)



Figura 90 – Catálogo impresso
Fonte: A autora (2013)



Figura 91 – Catálogo impresso
Fonte: A autora (2013)

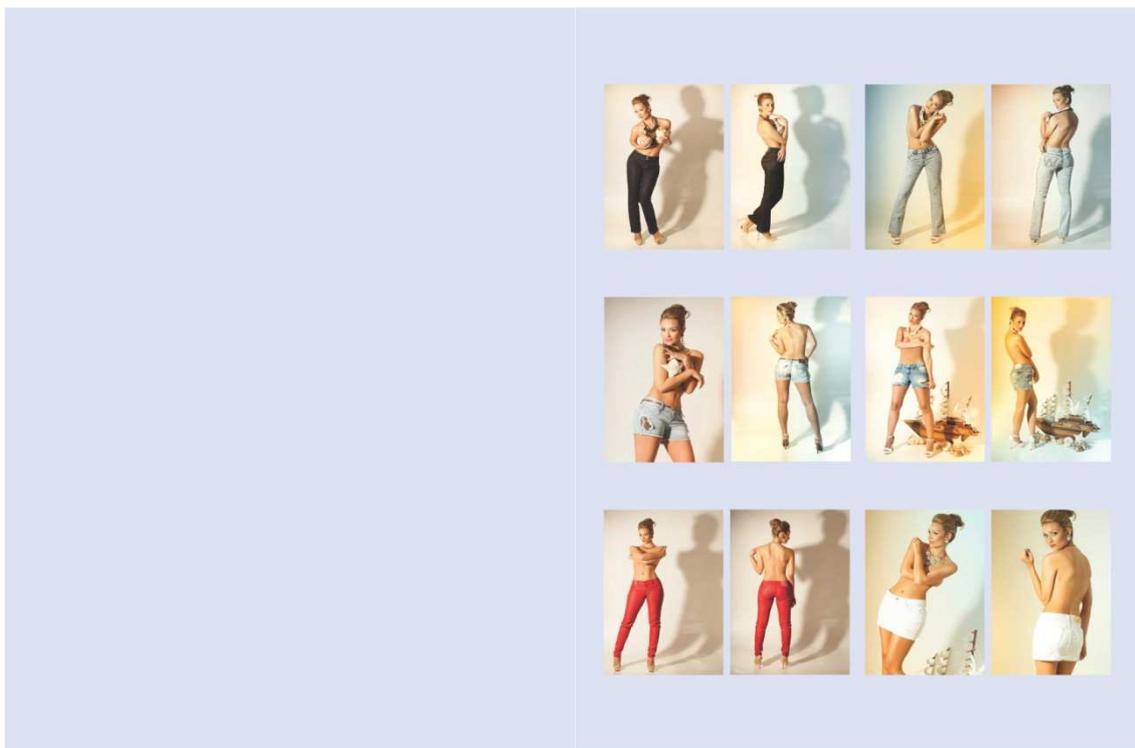


Figura 92 – Catálogo impresso
Fonte: A autora (2013)

Criação e estilo: Cristiane Alexandrino
Produção: Carolina Alexandrino
Fotos: Kadu Nakaguishi
Modelo: Carla Rezende
Make: Bianca de Assis
Agradecimentos: Carol Camila Modas (acessórios)

Rua: Florianópolis, 395
Cambé - PR
CEP: 86.182-460
Fones/Fax: (43) 3254-4266
(43) 3251-5319

contato@crisjeans.com.br
Facebook:
<https://www.facebook.com/CrisJeansOficial>
www.crisjeans.com.br

Figura 93 – Catálogo impresso
Fonte: A autora (2013)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados levantados pela pesquisa bibliográfica em conjunto com os resultados da pesquisa de campo, realizada por meio dos questionários, possibilitaram o alcance dos objetivos pretendidos neste trabalho.

Para tanto, a confecção das peças criadas foi realizada exatamente conforme o desejo do próprio consumidor da marca. Assim, foi necessária uma pesquisa sobre as expectativas do mercado atual para que se pudesse desenvolver produtos que atendam todas as necessidades apontadas no que diz respeito ao conforto e à elegância, de modo a proporcionar um *look* versátil, que permita ao usuário sair do trabalho e se dirigir a uma reunião ou a qualquer outro evento sem precisar mudar o traje.

REFERÊNCIAS

BAINHA COM ARAME. Disponível em:
<<http://www.grupobainhacomarame.com.br/2012/02/16/1869/>>. Acesso em: 10 jun. 2013.

BARBOSA, Annina. **WGSN: macrotendências para o verão 2014.** Moda. 12 de novembro 2012. Disponível em:
<<http://www.hiperfashion.org/moda/2012/11/wgsn-macrotendências-para-o-verão-2014/>>. Acesso em: 16 jan. 2013.

DESIGN. **Introdução ao Design.** Disponível em:
<<http://www.lsc.ufsc.br/~edla/design/conceitos.htm>>. Acesso em: 16 abr. 2013.

CRIS JEANS. **Calça feminina Cris Jeans.** il. color. Coleção Inverno 2012.

_____. **Parca Jeans feminina.** il. color. Coleção Inverno 2012.

_____. **Jaqueta feminina Jeans.** il. color. Coleção Inverno 2012.

_____. **Shorts estampado.** il. color. Coleção Carnaval 2013.

_____. **Shorts Jeans Black.** il. color. Coleção Carnaval 2013.

_____. **Shorts Jeans Bolso.** il. color. Coleção Carnaval 2013.

_____. **Calça feminina Cris Jeans.** il. color. Coleção Inverno 2012.

_____. **Calça Jeans feminina Cris Jeans.** il. color. Coleção Inverno 2013.

_____. **Público alvo.** il. color. 2013.

DINÂMICA DE LAVANDERIA. Disponível em:
<<http://www.dinamicalavanderia.com.br/curiosidades3.php>> . Acesso em: 18 abr. 2013.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

JONES, Sue Jenkyn , **Fashion design: manual do estilista.** Nova edição ampliada. São Paulo: Cosacnaify, 2011.

KAZAZIAN, Thierry. **Haverá a idade das coisas leves: design e desenvolvimento sustentável.** São Paulo: Senac, 2005.

LEMON DROP CLOTHING. Disponível em: <<http://lemondropclothing.com/body-shapes/>>. Acesso em: 10 jun. 2013.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e o seu destino na sociedade moderna.** São Paulo: Companhia das letras, 2006.

LÖBACH, Bernd. **Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais**. São Paulo: Blücher, 2009.

MARWAN MAKDESI, Portais x8da moda . **Lavanderias de Jeans**. Disponível em: <<http://www.portaisdamoda.com.br/noticialnt~id~17796~n~lavanderias+de+jeans.htm>>. Acesso em: 18 abr. 2013.

MARTINS, Cláudia L. **O fluxo da inovação na indústria têxtil e de confecção**. 2010. 94 f. Dissertação (Pós-graduação em Ciências Econômicas) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2010.

MARTINS, Rosane F.F, **A gestão do design como uma organizacional** – um modelo de integração do design em organizações. 2. ed. Florianópolis, 2004.

MOURA, Mônica. A moda entre a arte e o design. In: PIRES, Dorotéia Babuy. **Design de moda: olhares diversos**. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2008.

OLIVEIRA, Gilberto José de. **Jeans a alquimia da moda**. Vitória-ES: Independente, 2008.

ONBEAUTY. Disponível em: <<http://www.liveonbeauty.org/2012/12/qual-o-seu-tipo-de-corpo.html>>. Acesso em: 10 jun. 2013.

ORSATTI, Paula. **Marca, jeans e sonho de consumo: em foga a escolha do consumidor**. 2006. 128 f. Dissertação (Mestrado em Gestão de Negócios) – Universidade Católica de Santos, Santos, 2005. Disponível em: <http://biblioteca.unisantos.com.br/tede/tde_arquivos/3/TDE-2007-06-18T074705Z-64/Publico/Paula%20Orsatti.pdf>. Acesso em 01 jul. 2013.

PETITE WOMENSWEAR. **Formato oval**. il. Disponível e: <<http://the16thbar.com/what-body-shape-are-you/>>. Acesso em: 13 jun. 2013.

_____. **Formato retangular**. il. Disponível e: <<http://the16thbar.com/what-body-shape-are-you/>>. Acesso em: 13 jun. 2013.

_____. **Formato triangular**. il. Disponível e: <<http://the16thbar.com/what-body-shape-are-you/>>. Acesso em: 13 jun. 2013.

PIRES, Dorotéia Baduy. **Design de moda: olhares diversos**. Barueri-SP: Estação das Letras e Cores, 2008.

RECH, S. **Moda: por um fio de qualidade**. Florianópolis: UDESC, 2002.

RIBEIRO, Valquíria. **Apostila**. Maringá-PR: 2013.

SEMPRINI, Andrea. **A marca Pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea**. 2.ed.São Paulo. Estação das Letras e Cores, 2010.

TAVARES, Flávia. O país do jeans. 27 fev. 2006. **Revista Isto É Dinheiro**. Disponível em: <<http://www.fashionbubbles.com/2006/o-pais-do-jeans/>>. Acesso em 01 jul. 2013.

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda**: planejamento de coleção. 4. ed. Brusque: Empório do livro, 2007.

APÊNDICE

APÊNDICE A - Questionário

Como parte deste trabalho, a autora do estágio supervisionado obrigatório entrevistou os envolvidos com a empresa Cris Jeans, nas dependências da mesma, (entrevista com proprietários, representantes e clientes).

- O que mais o agradou na nova coleção?
- Como seu público consumidor recebeu a nova coleção?
- O volume de vendas tem sido satisfatório?
- Quais peças da coleção foram mais vendidas?
- Houve alteração no custo das peças para o consumidor?
- A marca Cris Jeans ganhou novos clientes?
- Na sua visão, como pode ser avaliado o *design* do produto da coleção atual, em relação ao anterior?

ANEXO

ANEXO A – Ficha de acompanhamento e orientações



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
 Câmpus Apucarana
 CODEM – Coordenação do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda



FICHA DE ACOMPANHAMENTO DE ORIENTAÇÃO DE TCC

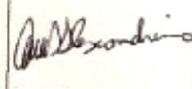
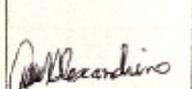
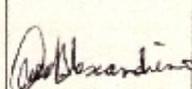
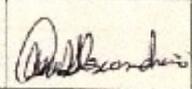
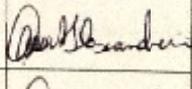
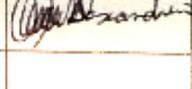
TÍTULO DO TRABALHO			
Desenvolvimento de Produto Inovador em uma empresa Jeans Wear			
Acadêmicos (as) CRISTIANE A. ALEXANDRINO			
e-mail:		Telefone:	
Professor Orientador (a): TATIANA ALMEIDA			
Professor Co-orientador (a):			
DATA DA ORIENTAÇÃO	DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES	ASSINATURAS	
		Orientador(a)	Acadêmico(a)
23-05	ORIENTAÇÕES GERAIS DO TCC 2.		
06-06	ORIENTAÇÃO FUNDAMENTAÇÃO		
13-06	ORIENTAÇÃO PROJETO		
20-06			
11-07			
02-08			

Figura 94 – Ficha de Acompanhamento