

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

TAYANE CAROLINE FIAMETTI CAMERA

**ADAPTAÇÃO DO VESTUÁRIO PARA OS CLIMAS EQUATORIAL E
TROPICAL SEMIÚMIDO**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

APUCARANA
2014

TAYANE CAROLINE FIAMETTI CAMERA

**ADAPTAÇÃO DO VESTUÁRIO PARA OS CLIMAS EQUATORIAL E
TROPICAL SEMIÚMIDO**

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

ORIENTADOR: Prof. Andressa Karen Rossi

APUCARANA
2014



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 132
Adaptação do vestuário para os climas equatorial e tropical semiúmido
por

TAYANE CAROLINE FIAMETTI CAMERA

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado aos cinco dias do mês de dezembro do ano de dois mil e quatorze, às vinte e duas horas, como requisito parcial para a obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, linha de pesquisa Processo de Desenvolvimento de 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) ANDRESSA KAREN ROSSI – ORIENTADOR(A)

PROFESSOR(A) CELSO TETSURO SUONO – EXAMINADOR(A)

PROFESSOR(A) MARIANA DIAS DE ALMEIDA – EXAMINADOR(A)

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

RESUMO

CAMERA, Tayane Caroline Fiametti. Adaptação do vestuário para os climas equatorial e tropical semiúmido. 2014. 122 f. Trabalho de Conclusão de Curso. Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda. Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2014.

O presente trabalho é uma proposta de adequação do vestuário para as regiões de clima equatorial e tropical semiúmido, caracterizados por temperaturas predominantemente altas, alternando entre estações de chuva e seca. Devido à dificuldade de mão de obra, matéria-prima, aviamentos, entre outras, a indústria têxtil dessa região é pouco desenvolvida. Com isso os produtos comercializados nessa região são produzidas no sul e sudeste do país, em que o clima é mais ameno. A partir do uso de fibras naturais com grande taxa de absorção de umidade, e estudo das cores e influência delas na temperatura corporal, pretende-se desenvolver uma marca com produto melhor adaptado para os usuários que vivem nessa região. Para entender melhor o comportamento e as necessidades do usuário, foi aplicada uma pesquisa de campo através de um questionário qualitativo, com o objetivo de descobrir as preferências e maiores dificuldades do público-alvo na hora de encontrar uma roupa que seja termicamente confortável.

Palavras-chave: Conforto térmico, clima, usabilidade.

ABSTRACT

CAMERA, Tayane Caroline Fiametti. Clothing adaptation to equatorial and tropical semi moist climates. 2014 86 p. Completion of course work. Superior Technology Course in Fashion Design. Federal Technological University of Paraná, in 2014.

The present work is a proposed adequacy of clothing for regions of Equatorial and Tropical semi humid, characterized by predominantly high temperature climate alternating between rainy and dry seasons. Due to the difficulty of labor, raw materials, trims, among others, the textile industry in this region is poorly developed. With that marketed products are produced in this region is in the south east of the country, where the climate is milder. From the use of natural fibers with high rate of moisture absorption, and study of colors and their influence on body temperature, we intend to develop a brand with best product suited for users who live in this region. To better understand the behavior and needs of the user, has been applied field research through a qualitative questionnaire, aiming to discover the greatest difficulties and preferences of the target audience time to find an outfit that is thermally comfortable.

Keywords: confort, climate, usability

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: CLIMAS DO BRASIL - CLASSIFICAÇÃO POR A. STRAHLER.....	14
FIGURA 2: CLIMOGRAMA DA REGIÃO EQUATORIAL.....	15
FIGURA 3: CLIMOGRAMA DA REGIÃO TROPICAL SEMIÚMIDO.....	16
FIGURA 4: CLIMOGRAMA DA CIDADE DE SÃO PAULO.....	17
FIGURA 5: CLIMOGRAMA REGIÃO SUBTROPICAL. CIDADE: CURITIBA – PR....	18
FIGURA 6: PRODUÇÃO TÊXTIL POR REGIÃO GEOGRÁFICA – RELEITURA.....	20
FIGURA 7: EVOLUÇÃO DO MERCADO MUNDIAL DE FIBRAS TÊXTEIS.....	21
FIGURA 8: CÍRCULO CROMÁTICO.....	26
FIGURA 9: LOGOMARCA.....	37
FIGURA 10: CARTÃO DE VISITAS.....	38
FIGURA 11: TAG.....	38
FIGURA 12: PÚBLICO ALVO.....	39
FIGURA 13: SER PLURAL.....	40
FIGURA 14: EU ME CHAMO ANTÔNIO.....	41
FIGURA 15: CORES DA TENDÊNCIA.....	42
FIGURA 16: TELA DE ALGODÃO.....	43
FIGURA 17: TRANSPARÊNCIAS.....	44
FIGURA 18: TECIDOS VAZADOS.....	44
FIGURA 19: LAVAGEM TIE-DYE.....	45
FIGURA 20: MICHAEL KORS, VERÃO 2015.....	46
FIGURA 21: REFERÊNCIAS DA COLEÇÃO.....	48
FIGURA 22: CARTELA DE CORES.....	49
FIGURA 23: CARTELA DE MATERIAIS.....	49
FIGURA 24: CARTELA DE ESTAMPA.....	50
FIGURA 25: SILHUETAS ESCOLHIDAS.....	51
FIGURA 26: PAINEL SEMÂNTICO.....	52
FIGURA 27: LOOK 1.....	53
FIGURA 28: LOOK 2.....	54
FIGURA 29: LOOK 3.....	55
FIGURA 30: LOOK 4.....	56
FIGURA 31: LOOK 5.....	57
FIGURA 32: LOOK 6.....	58

FIGURA 33: LOOK 7.....	59
FIGURA 34: LOOK 8.....	60
FIGURA 35: LOOK 9.....	61
FIGURA 36: LOOK 10.....	62
FIGURA 37: LOOK 11.....	63
FIGURA 38: LOOK 12.....	64
FIGURA 39: LOOK 13.....	65
FIGURA 40: LOOK 14.....	67
FIGURA 41: LOOK 15.....	68
FIGURA 42: LOOK 16.....	69
FIGURA 43: LOOK 17.....	70
FIGURA 44: LOOK 18.....	71
FIGURA 45: LOOK 19.....	72
FIGURA 46: LOOK 20.....	73
FIGURA 47: LOOK 21.....	74
FIGURA 48: LOOK 22.....	75
FIGURA 49: LOOK 23.....	76
FIGURA 50: LOOK 24.....	77
FIGURA 51: LOOK 25.....	78
FIGURA 52: LOOK 20 CONFECCIONADO.....	110
FIGURA 53: LOOK 21 CONFECCIONADO.....	110
FIGURA 54: LOOK 22 CONFECCIONADO.....	111
FIGURA 55: LOOK 23 CONFECCIONADO.....	111
FIGURA 56: LOOK 24 CONFECCIONADO.....	112
FIGURA 57: LOOK 25 CONFECCIONADO.....	112
FIGURA 58: PÁGINA INICIAL.....	113
FIGURA 59: PÁGINA "A MARCA".....	114
FIGURA 60: PÁGINA "COLEÇÃO".....	114
FIGURA 61: PÁGINA "CATÁLOGO".....	115
FIGURA 62: PÁGINA "CATÁLOGO".....	115
FIGURA 63: PÁGINA "CONTATO".....	116
FIGURA 64: MATERIAL DE DIVULGAÇÃO.....	117
FIGURA 65: ORDEM DO DESFILE.....	117

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: QUESTÃO 1.....	29
GRÁFICO 2: QUESTÃO 2.....	29
GRÁFICO 3: QUESTÃO 3.....	30
GRÁFICO 4: QUESTÃO 4.....	30
GRÁFICO 5: QUESTÃO 5.....	31
GRÁFICO 6: QUESTÃO 6.....	31
GRÁFICO 7: QUESTÃO 7.....	32
GRÁFICO 8: QUESTÃO 8.....	32
GRÁFICO 9: QUESTÃO 9.....	33
GRÁFICO 10: QUESTÃO 10.....	33
GRÁFICO 11: QUESTÃO 11.....	34

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA.....	11
1.2 OBJETIVOS.....	11
1.2.1 Objetivo Geral.....	11
1.2.2 Objetivos Específicos.....	11
1.3 JUSTIFICATIVA.....	12
1.4 HIPÓTESE.....	12
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	13
2.1 ESTUDO DAS REGIÕES.....	13
2.1.1 Clima Equatorial.....	15
2.1.2 Tropical Semiúmido.....	16
2.1.3 Clima Tropical Litorâneo.....	17
2.1.4 Clima Subtropical.....	18
2.1.5 Sensação Térmica.....	19
2.2 INDÚSTRIA DO VESTUÁRIO.....	20
2.3 CONFORTO TÉRMICO.....	22
2.4 TECIDOS NATURAIS E ARTIFICIAIS.....	23
2.4.1 Algodão.....	23
2.4.2 Linho.....	24
2.4.3 Seda.....	24
2.4.4 Viscose.....	24
2.4.5 Comparação das Fibras Têxteis.....	25
2.5 INFLUÊNCIA DAS CORES.....	25
3 METODOLOGIA.....	28
4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO.....	35
4.1 EMPRESA.....	35
4.1.1 Nome da Empresa.....	35
4.1.2 Nome Fantasia.....	35
4.1.3 Porte.....	35
4.1.4 Sede.....	35
4.1.5 Segmento.....	35
4.1.6 Conceito.....	36
4.1.7 Distribuição.....	36
4.1.8 Concorrentes.....	36
4.1.9 Sistema de Vendas.....	36
4.1.10 Preços Praticados.....	37
4.1.11 Marketing e Promoção.....	37
4.1.12 Planejamento Visual.....	37
4.2 PÚBLICO ALVO.....	39
4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS.....	40
4.3.1 Macrotendência.....	40
4.3.2 Microtendências.....	42
5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO.....	47
5.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL.....	47
5.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO.....	47
5.2.1 Nome da Coleção.....	47
5.2.2 Conceito da Coleção.....	47

5.2.3 Referências da Coleção.....	48
5.2.4 Cartela de Cores Prévia.....	48
5.2.5 Cartela de Materiais Prévia.....	49
5.2.6 Cartela de Estampa.....	50
5.2.7 Formas e Estruturas.....	50
5.2.8 Mix de Coleção.....	51
5.3 PAINEL SEMÂNTICO.....	52
5.4 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS.....	53
5.4.1 Looks Escolhidos.....	66
5.5 FICHAS TÉCNICAS.....	79
5.6 Looks confeccionados.....	110
5.7Dossiê eletrônico.....	113
5.8DIVULGAÇÃO DA MARCA.....	116
5.9DESFILÉ.....	117
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	118
REFERÊNCIAS.....	119

1 INTRODUÇÃO

O Brasil é um país de vasta extensão territorial. São vinte e seis Estados divididos em cinco regiões: Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul. É o maior país da América do Sul, ocupando 47% de toda a área do continente e o quinto maior país do mundo, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Como consequência de seu tamanho, cada região possui um bioma diferente, com outras características climáticas e de vegetação.

Essa diversidade climática natural faz com que alguns consumidores de moda não se sintam completamente confortáveis. Como a maior parte da indústria do vestuário é localizada nas regiões Sudeste e Sul, em que o clima é predominantemente subtropical, o produto de moda pode acabar trazendo incômodo para os consumidores de regiões mais quentes.

De acordo com os dados da Associação Brasileira do Vestuário (ABRAVEST), em 2010 a contribuição da região Norte na produção do vestuário foi de 2%, e da região Centro-Oeste 7%. Já a região Sudeste é responsável por 47% da produção do vestuário, e a região Sul 28%.

A região Norte está localizada perto da linha do Equador, sendo assim considerada região de clima equatorial, caracterizado pelas altas temperaturas o ano todo e umidade muito alta. Já a região Centro-Oeste compreende o espaço de clima tropical semiúmido. Ambas não possuem estações do ano bem definidas como na região subtropical e tropical litorânea, tendo basicamente as épocas de chuva e seca. Esse fator dificulta o consumidor dessa região a comprar roupas, pois observa-se que elas não são adequadas ao clima de sua região causando desconforto térmico e em alguns casos constrangimento, pela transpiração excessiva causada pela peça de roupa inadequada.

Através desse trabalho pretende-se estudar as características climáticas dessas duas regiões, entendendo as necessidades de consumo e como resultado oferecendo um produto que satisfaça a consumidora em se tratando do conforto devido ao clima diferenciado. Será feita observação do clima, das fibras têxteis, cores, e conforto térmico.

1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

As roupas oferecidas para os consumidores das regiões mais quentes do Brasil não apresentam uma adaptação especial para o clima, já que são produzidas em regiões onde não há temperaturas tão elevadas. Dessa forma, como proporcionar bem-estar e conforto às pessoas que moram na região equatorial e tropical através do vestuário?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Desenvolver uma marca que atenda as necessidades de conforto térmico do consumidor das regiões equatorial e tropical semiúmido.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Realizar uma pesquisa sobre o clima das regiões Norte e Centro-Oeste.
- Compreender as necessidades do consumidor em relação ao conforto térmico;
- Pesquisar materiais têxteis que se adéquem melhor ao clima quente e úmido;
- Estudar as cores e suas influências em relação à sensação térmica;
- Elaborar uma coleção a partir dos resultados analisados.

1.3 JUSTIFICATIVA

O setor industrial do Brasil concentra-se nas regiões sudeste e sul, inclusive a indústria do vestuário. Dessa forma, os produtos desenvolvidos são melhores adaptados às condições climáticas das regiões em que são produzidas. O consumidor das regiões de temperatura mais elevada não encontra um produto especialmente desenvolvido para seu clima com facilidade no mercado.

A diferença entre o clima subtropical (Região Sul) e o equatorial (Região Norte) e tropical semiúmido (Centro-Oeste) está concentrado principalmente no regime de chuvas, sendo no primeiro bem dividido ao longo de todo o ano e nos outros dois divididos em duas épocas distintas: chuva e seca. A temperatura entre a região Norte e Centro-Oeste são simultaneamente diferentes do Sul, enquanto no clima subtropical ocorre o inverno, com temperaturas relativamente baixas, no clima equatorial e tropical ocorrem a época da seca, com temperaturas elevadas e desconforto respiratório e térmico, pela ausência de chuva e consequente baixa da umidade do ar.

Logo, as regiões citadas são um nicho de mercado pouco explorado com grande potencial, como pode ser observado na pesquisa da ABRAVEST (2010), que coloca as regiões citadas como as de menor contribuição no mercado.

1.4 HIPÓTESE

Desenvolver roupas melhores adaptadas para as condições climáticas do usuário, trazendo benefícios para que o mesmo se sinta mais à vontade para realizar suas atividades diárias sem se preocupar com o desconforto.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 ESTUDO DAS REGIÕES

Para entender as necessidades do consumidor das regiões Norte e Centro-Oeste é necessário observar e entender as características climáticas a que ele está submetido no seu dia a dia. A definição de clima pode ser feita como “conjunto de variações do tempo de um determinado local da superfície terrestre” (VESENTINI, 2008, p. 252). A definição do clima de determinada região é feita a partir da coleta de dados de algumas décadas e análise de fatores como: temperatura, insolação, pressão atmosférica, ventos, umidade do ar e precipitações.

As massas de ar são os principais fatores das mudanças dos fenômenos atmosféricos. São espécies de bolhas na atmosfera, com algumas propriedades específicas (pressão, temperatura, umidade) de acordo com a região em que se situam. As massas de ar existentes são: polar, equatorial, tropical, oceânica e continental. O movimento dessas massas é o maior responsável pelas alterações do clima de um espaço. (VESENTINI, 2008, p.252)

A partir das considerações climáticas e das massas de ar, o geógrafo e professor da Universidade de Columbia, Arthur Strahler que desenvolveu um mapa com os diferentes climas do Brasil, conhecidos como equatorial, tropical e subtropical. A divisão pode ser conferida conforme figura a seguir:



Figura 1: Climas do Brasil - Classificação por A. Strahler
Fonte: IESDE Brasil S.A. (2012).

Como pode ser observado no mapa, a característica climática predominante é a tropical, que pode ainda ser subdividida considerando outros fatores para melhor classificação. Esses fatores são a altitude, continentalidade e maritimidade. Assim, o clima tropical se subdivide em tropical litorâneo, tropical semiúmido e tropical tendendo a seco. As regiões estudadas para o desenvolvimento do trabalho proposto são de clima equatorial e tropical semiúmido, e para estabelecer um comparativo em relação as diferenças climáticas dessas regiões serão estudadas as regiões de clima tropical litorâneo e subtropical, que concentram a maior parte do setor vestuário no Brasil.

2.1.1 Clima Equatorial

Abrange principalmente os Estados do Amazonas, Pará, Acre, Roraima, Amapá, parte de Rondônia e o norte do Mato Grosso. Trata-se da porção do país cortada pela linha do Equador, sendo o clima predominantemente quente e úmido. Não possui grandes oscilações de temperatura ao longo do ano, com médias mensais entre 24 °C e 27 °C. Com regime de chuvas abundantes (entre 1500 a 2500 mm/ano) e curto período de estiagem. A ocorrência de frentes frias é pouco comum, esporadicamente atinge no inverno as regiões Sul e Sudeste da região, causando uma leve queda de temperatura denominada friagem (VESENTINI, 2008, p. 254).

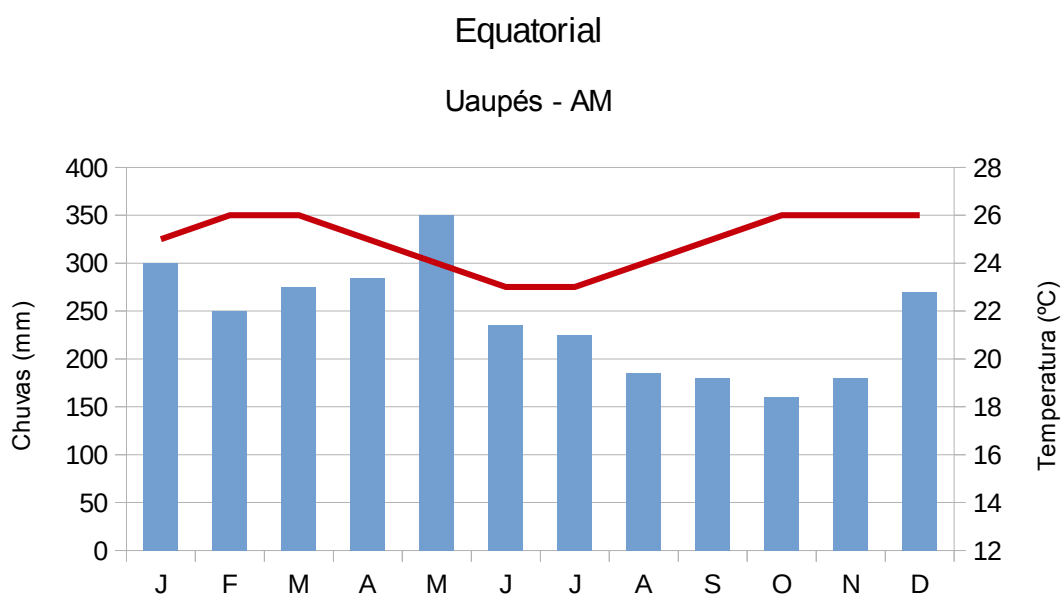


Figura 2: Climograma da região equatorial.
Fonte: VESENTINI (2008).

Observando o gráfico da figura 2 é possível perceber a taxa de umidade elevada e temperatura constante o ano todo. Também não há estação de inverno com baixa considerável de temperatura. A umidade é um fator que contribui para o aumento da sensação de calor, pois dificulta a troca de calor do corpo com o ambiente.

2.1.2 Tropical Semiúmido

Abrange principalmente a região Centro-Oeste do país, caracterizado principalmente pelo clima quente e duas estações predominantes: chuva (verão) e seca (inverno).

Cerca de 80% das chuvas anuais acontecem no verão, sendo a média anual 1500 mm/ano. Segundo Schneeberger e Farago (2003 p.237):

A região Centro-Oeste possui um clima tropical em sua maior parte, com altas temperaturas o ano todo. A média térmica anual varia de 20 °C a 26 °C, e as chuvas se concentram no verão. No inverno há um longo período de estiagem. (SCHENEERBERGER; FARAGO, 2003, p.237).

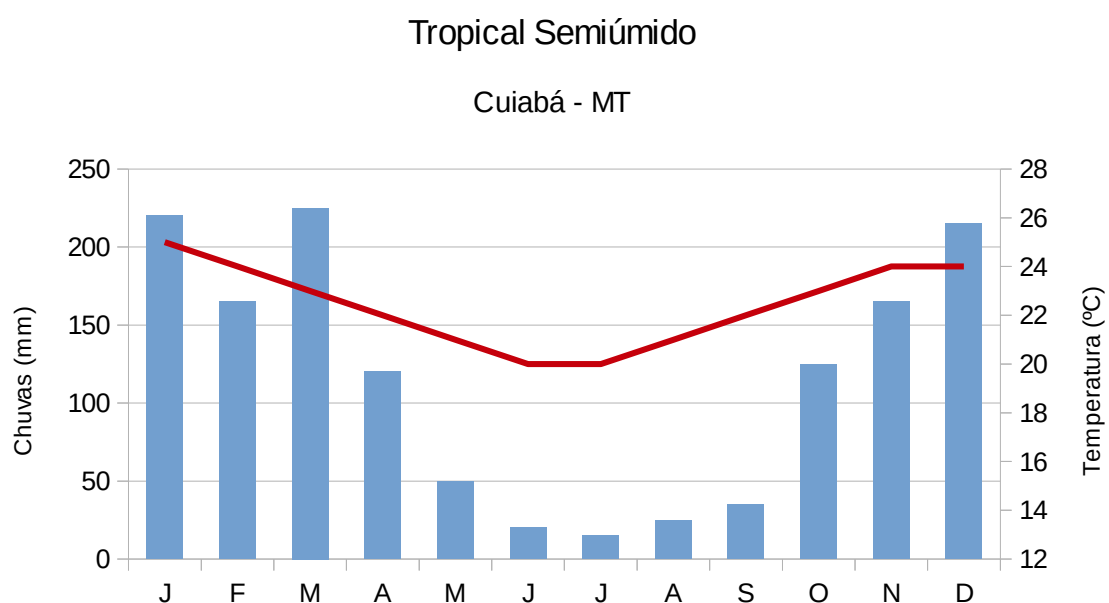


Figura 3: Climograma da região tropical semiúmido.
Fonte: VESENTINI (2008).

No caso da região tropical semiúmida ocorre a sensação térmica agravada pelo excesso de umidade no verão e durante o inverno incômodo causado pela estiagem, com queda brusca do índice de umidade do ar e aumento da incidência solar.

2.1.3 Clima Tropical Litorâneo

Como afirmam Schneeberger e Farago (2003, p. 248):

A região está quase na sua totalidade dentro da zona tropical, e nota-se a grande influência que o relevo tem sobre as temperaturas, ocasionando na região da Mantiqueira médias anuais de 11,5 °C, como é o caso de Campos do Jordão e São Bento do Sapucaí, em São Paulo, e Passa Quatro e Itanhandu, em Minas Gerais. As chuvas possuem um regime tropical, com verão úmido; conforme a região, pode-se estender essa estação chuvosa, desde a primavera até o outono. O inverno é a estação seca que pode durar de um a três meses, embora sejam frequentes as chuvas motivadas pelos avanços das frentes frias, na porção leste. Por sua posição, a região está exposta às frequentes invasões das frentes frias no inverno, que avançam com massa polar proveniente do sul. A proximidade do mar torna as zonas litorâneas muito úmidas, e as altas superfícies provocam a chuva de relevo. A serra do Mar, em São Paulo, é a região de maior índice de pluviosidade do Brasil. (SCHENEERBERGER; FARAGO, 2003, p.248).

Abrange todo o litoral do país, apresenta regime de chuvas concentrado no verão, assim como as outras regiões tropicais. A média mensal de temperatura varia de 22° a 15° C.

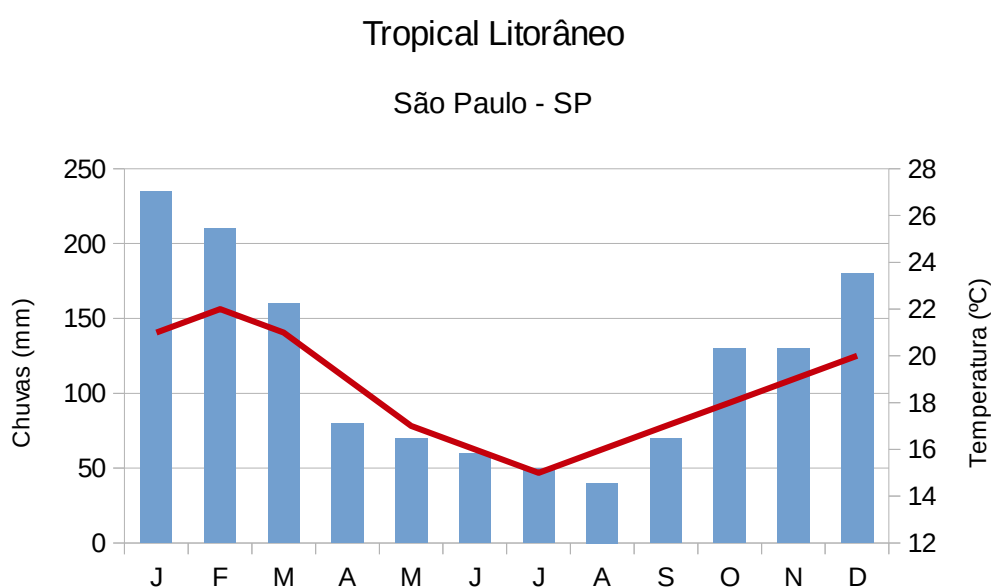


Figura 4: Climograma da cidade de São Paulo.

Fonte: IAG-USP (2011).

Mesmo fazendo parte de um tipo de clima tropical, a região Sudeste conta com um clima mais ameno devido à altitude elevada, maritimidade e frentes frias provenientes da região Sul. Apresenta as características principais do clima tropical, mas seu regime de seca é mais curto que as outras regiões e a influência do litoral colabora na suavização dos índices de temperatura.

2.1.4 Clima Subtropical

O clima Subtropical é exclusivo aos estados da região Sul, de clima “tipicamente temperado, sendo muito mais de transição (subtropical), nem a influir decisivamente no quadro geral dos climas brasileiros, já que essa região abrange pouco mais de 10% do nosso território.” (SCHNEEBERGER; FARAGO, 2003. p.26)

Segundo Vessentini (2008), possui maior amplitude térmica em comparação com as outras regiões, é a região com melhor definição de estações do Brasil, ausente nos outros climas caracterizados pela estação de chuva e seca. No inverno recebe influência da frente polar, causando chuvas frontais. A média do mês mais frio é inferior a 18 °C e o índice de chuvas é elevado, cerca de 1500 mm/ano.

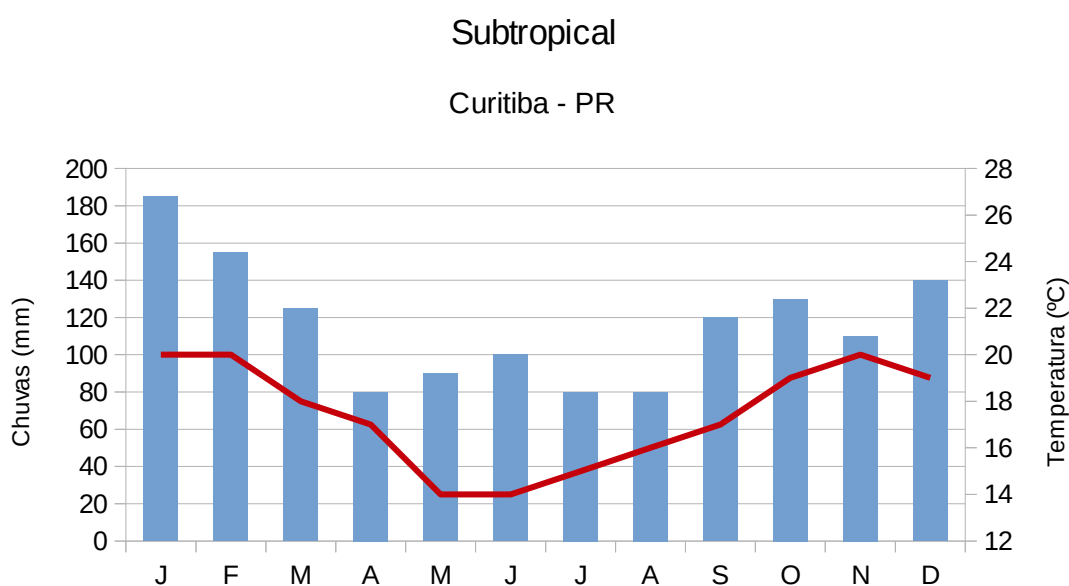


Figura 5: Climograma região subtropical. Cidade: Curitiba – PR
Fonte: CLIMATE-DATA (2010).

Comparada as outras regiões, a região Sul é a região com clima mais agradável, temperaturas amenas – média entre 15 °C e 20 °C – e distribuição quase uniforme do regime de chuvas ao longo do ano. Além disso, é a única região do país em que é possível encontrar as quatro estações do ano.

2.1.5 Sensação Térmica

A comparação das temperaturas de variadas regiões não é o suficiente para compreender a sensação térmica e as necessidades em relação ao produto de moda que consumidores de diferentes regiões possuem. Para entender melhor, é preciso levar em conta a sensação térmica, que é causada por outros fatores além da temperatura real. São eles: umidade do ar e velocidade do vento.

Beker (2013) explica de forma bem simples os dois tipos de sensação térmica. Quando o clima aparenta estar mais frio do que o indicado no termômetro, o responsável é o vento, que retira o calor dos corpos. Já quando o calor parece mais intenso que o indicado no termômetro, é ação da umidade, que dificulta a troca de calor do corpo com o ambiente. Por isso a necessidade de roupas que facilitem as trocas de calor com o ambiente para as regiões com altas temperaturas e índice de chuvas.

Outro fator deve ser considerado na hora de entender a sensação térmica, a umidade aumenta a sensação de calor, mas a ausência de nuvens intensifica a irradiação pelo sol na superfície. Assim “durante o dia, as temperaturas são elevadas pela irradiação de calor. Por isso, sem as nuvens, os dias são mais quentes e as noites geladas”, como ressalta Salazar (2010).

Deve se levar em conta também, a variação de temperatura ao longo do dia, conforme a intensidade do sol. Em algumas regiões a diferença da temperatura com a presença do sol e durante a noite pode ser tão diferente que a média calculada acaba não sendo a forma mais justa de avaliar a condição climática, que afeta diretamente o consumidor na sua rotina.

2.2 INDÚSTRIA DO VESTUÁRIO

É estatisticamente notável a diferença entre a participação industrial da região Norte e Centro-Oeste na contribuição da produção nacional, inclusive no setor do vestuário. As regiões Sul e Sudeste, foram industrializadas primeiro, sendo assim mais evoluídas e com maior número de indústrias em comparação com as outras regiões, como pode ser observado no gráfico da ABRAVEST:

PRODUÇÃO POR REGIÃO GEOGRÁFICA (EM MIL PEÇAS)

Fonte: ABRAVEST/IEMI/FGV/MDIC

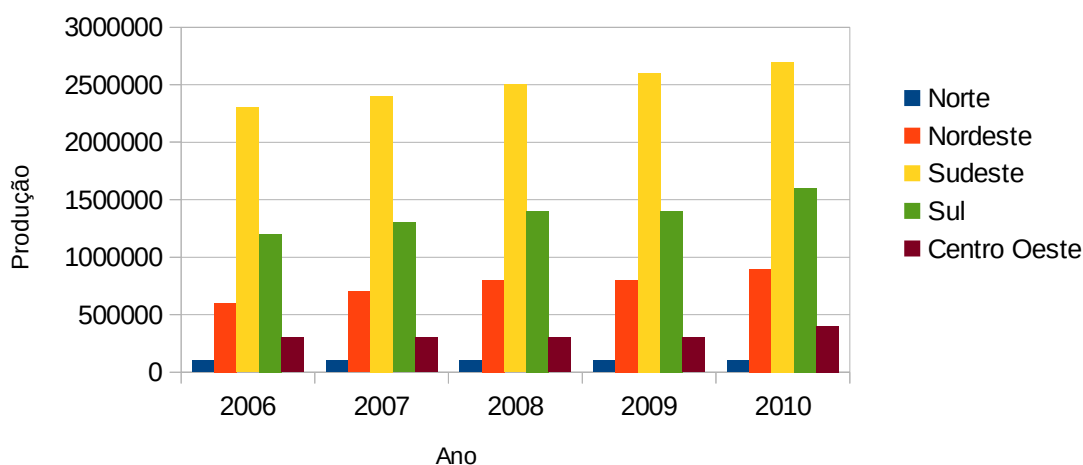


Figura 6: Produção Têxtil por região geográfica – Releitura.
Fonte: ABRAVEST (2012).

Através do estudo de Bertella e Teixeira (2010), é possível observar um padrão de distribuição das indústrias do vestuário do Brasil. O padrão baixo-baixo compreende as regiões com um número reduzido de indústrias e o padrão alto-alto regiões com grande número de indústrias. Dentro do padrão alto-alto encontram-se os Estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Já no outro padrão, Acre, Amazonas, Amapá, Pará, Rondônia e Roraima.

Outro fator que deve ser observado é o aumento do uso de fibras químicas no setor do vestuário, tanto das sintéticas (derivadas do petróleo) quanto das artificiais (derivadas de fibras naturais e quimicamente transformadas), em especial

do poliéster. “Seguindo a tendência mundial, a fibra química mais consumida no Brasil para vestuário é o poliéster (50%), vindo a seguir o náilon (25%) e a viscose (11%)” (OLIVEIRA, 1997, p.27), e a tendência é que esse consumo aumente cada vez mais com base no crescimento populacional que aumentará a demanda do plantio de alimentos e diminuindo a área de plantio das fibras naturais. Em contrapartida a essa ideia do aumento das fibras químicas, há a teoria do aumento de uso das fibras artificiais celulósicas, como a viscose, devido a diminuição das reservas de petróleo (OLIVEIRA, 2008).

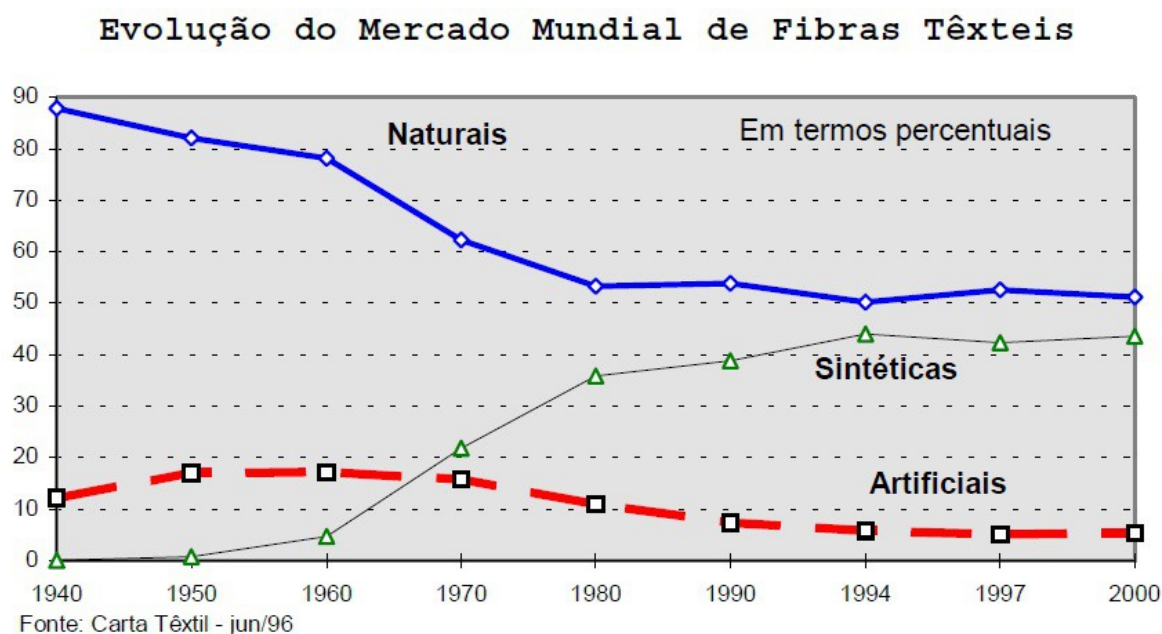


Figura 7: Evolução do mercado mundial de fibras têxteis.
Fonte: OLIVEIRA (1997).

Analisando esses dados conclui-se que as regiões Sudeste e Sul são mais desenvolvidas em relação às outras regiões e que as fibras sintéticas estão sendo cada vez mais usadas para confecção de roupas, sendo as mesmas não recomendadas para uso em regiões muito quentes pela sua baixa absorção de umidade, dificultando a respiração da pele. Portanto, a produção de peças para um clima com calor mais intenso não é muito priorizado.

2.3 CONFORTO TÉRMICO

Para que o produto conquiste o consumidor, é imprescindível que a peça proporcione conforto para o usuário, além dos valores simbólicos e estéticos. As marcas que não se preocupam com essa característica acabam ficando sem espaço no mercado, pois as concorrentes que se atentam a isso conquistam o cliente. A ergonomia tem sido usada como um apelo para posicionar a marca no mercado, algumas vendendo produtos denominados ergonômicos sem mesmo possuir essas características.

Para que um produto seja considerado ergonômico é necessário que ele atenda a alguns critérios, como “compatibilidade de movimentos, a adaptação antropométrica, o fornecimento claro de informações, o conforto e a segurança oferecidos” (GONÇALVES; LOPES, 2005, p. 24). Adequar a roupa para o ambiente é utilizar a ergonomia aliada ao design para buscar formas de estabilizar a temperatura corporal com a finalidade de diminuir o desconforto.

Para manter a temperatura corporal estável por volta dos 37 °C, o corpo humano conta com a ação da termorregulação, manutenção de uma estreita faixa de temperatura em que o metabolismo atinge o máximo de seu desempenho. Entretanto, o controle térmico depende de outros fatores além do núcleo térmico para se manter estável, um desses fatores é o fluxo de calor através da pele, como defende Ivanov (1999 apud KULPA; BALLARINI; MORAES, 2010).

Segundo Ashrae, o conforto térmico pode ser definido como “o estado mental que denota satisfação com o ambiente térmico” (1992 apud KULPA; BALLARINI; MORAES, 2010, p. 4). O conforto térmico está mais relacionado com o equilíbrio do fluxo de calor da pele com a temperatura interna, do que a própria temperatura da pele. E altera, além do metabolismo, o rendimento físico, psicológico e mental. (Lins 2002 apud KULPA; BALLARINI; MORAES, 2010, P. 6).

Frota (1995 apud CAMARGO, 2006), afirma que quando o corpo e o ambiente realizam as trocas de calor sem esforço do organismo, a sensação é de conforto térmico e a capacidade de trabalho é máxima. Também afirma que a saúde e condição de vida do indivíduo são melhores quando o mesmo não se submete à

fadiga ou estresse, inclusive o térmico e que a vestimenta influencia de forma significativa.

De acordo com Gambrell (2002 apud CAMARGO, 2006, p. 3), “quando a temperatura ambiental excede a do corpo, a sudorese promove uma perda compensadora de calor, através da evaporação”. No entanto, quando o suor se acumula na pele formando gotículas significa que o ambiente não está em boas condições térmicas.

2.4 TECIDOS NATURAIS E ARTIFICIAIS

Visando o conforto do usuário em relação ao clima, percebe-se a necessidade de estudar a matéria-prima da peça e suas características para escolher o tecido mais adequado às necessidades do consumidor. Os tecidos naturais são conhecidos por sua característica de maior frescor e respiração da pele quando comparados aos materiais sintéticos, de origem fóssil. Através da análise da absorção de umidade das fibras, é possível constatar que quanto maior a hidrofiliidade – afinidade da fibra com a água –, maior o conforto térmico da fibra.

2.4.1 Algodão

O algodão é uma das fibras naturais mais antigas cultivadas pelo homem, mesmo depois de milênios é a principal fibra têxtil do mundo. Mesmo com a expansão do mercado de fibras artificiais, ele se mantém como favorito por suas características naturais de conforto, maciez e durabilidade. “Por todo o seu passado e por sua importância no ramo têxtil atual, podemos dizer com segurança que o algodão é a fibra que veste o mundo” (PEZZOLO, 2007, p. 25). “A taxa de recuperação de umidade, ou *regain*¹, do algodão é de 8,5%”. (AGUIAR NETO, 1996, p.58).

1 *Regain*: Percentual de umidade presente na estrutura da fibra.

2.4.2 Linho

O linho é considerado uma das fibras mais apropriadas para uso no verão. Ele “cede umidade, por evaporação, com maior velocidade do que qualquer outra fibra vegetal” (AGUIAR NETO, 1996, p. 115) e é muito usado na confecção dos forros de bolsos de calça jeans devido a essa característica. Também é reconhecida por ser uma fibra bastante resistente e por ser antialérgico e antibactericida, utilizada em tratamentos de pele com o intuito de acelerar a cura. (PEZZOLO, 2007). Seu *regain* é 12%.

2.4.3 Seda

Elegância e sofisticação são dois adjetivos bem comuns associados à seda, bem como elasticidade, leveza, flexibilidade e solidez. Esta por sua vez também possui características notáveis em se tratando de conforto térmico, proporcionando conforto tanto no calor quanto no frio. É uma fibra que não apodrece e pode absorver até 30% de seu peso em água sem parecer úmido (PEZZOLO, 2007). O *regain* da seda está na faixa dos 11% em condições laboratoriais. “Quando saturada, o '*regain*' vai para uma faixa variável entre 25 e 35%”.(AGUIAR NETO, 1996, p.166)

2.4.4 Viscose

A viscose é uma fibra artificial obtida a partir da celulose, e tem ganhado bastante destaque na indústria de confecção por apresentar características bem próximas às do algodão. Apresenta “toque mais fino e aparência mais seca, é utilizada em vestuário de verão” (PEZZOLO, 2007, p.111). A umidade relativa é de 13%, sendo maior que a do próprio algodão (AGUIAR NETO, 1996).

2.4.5 Comparação das Fibras Têxteis

Quando comparados aos tecidos de origem químicas, os tecidos naturais apresentam um desempenho mais satisfatório em relação ao conforto, por apresentar maior porcentagem de água em sua estrutura. A tabela abaixo reúne o *regain* das fibras naturais apresentadas e da fibra de poliéster e poliamida, também muito usadas no setor de confecção:

Tabela 1: Absorção de umidade das fibras têxteis	
Fibra	<i>Regain</i>
Algodão	8,5%
Linho	12%
Seda	11%
Viscose	13%
Poliéster	menos de 1%
Poliamida	4,6%

Fonte: Adaptado de AGUIAR NETO (1996).

Para o desenvolvimento de uma coleção que traga maior conforto para as regiões mais quentes, recomenda-se o uso de tecidos com maior absorção de umidade, que dão sensação de frescor à pele. Tecidos mais finos e modelagens mais soltas facilitam as trocas de calor da pele com o ambiente.

2.5 INFLUÊNCIA DAS CORES

A escolha das cores exerce grande influência na sensação térmica de acordo com as sensações transmitidas através das percepções visuais. Elas podem ser usadas para aumentar a sensação de calor ou até mesmo aliviá-la, a partir da composição de cores.

Jackson et al (1994 apud KULPA; BALLARINI; MORAES, 2010) afirma que a

capacidade das cores de parecer quentes ou frias é transmitida ao ser humano. São denominadas cores quentes: o vermelho, o laranja e o amarelo. Elas aceleram a corrente sanguínea e aumentam a pressão arterial, consequentemente aumentando a temperatura do corpo.

As cores frias são o azul, turquesa e violeta. Segundo Farina et al (2006), as cores frias transmitem uma sensação de distância, leveza, umidade e tem o potencial calmante. O verde e o magenta são cores marginais, alterando a característica de quente ou fria de acordo com a cor que estiver ao redor.

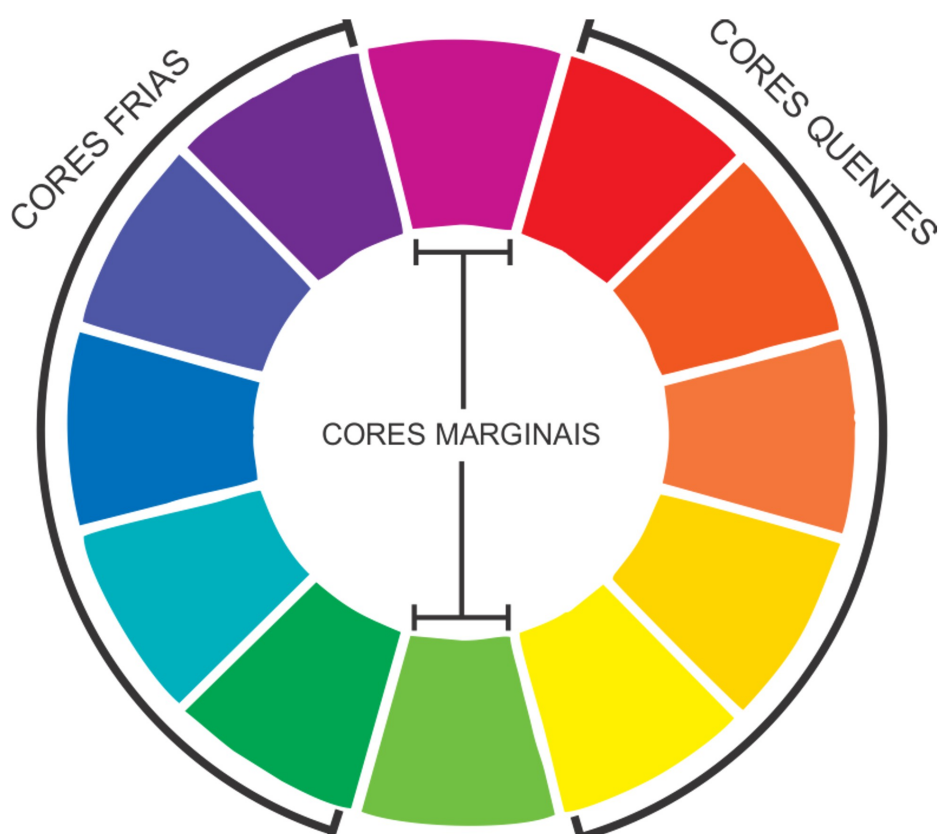


Figura 8: Círculo cromático.
Fonte: Da autora (2014).

O mesmo acontece com as cores acromáticas, preto, branco e cinza. Sendo o cinza de caráter intermediário, devido sua imparcialidade ele amortece a sensação térmica das cores que estão à sua volta. A absorção de luz também interfere na sensação térmica, Kulpa et al (2010, p.7) afirmam que:

O artifício das cores na utilização em tecidos para conforto térmico é um fator não-térmico que induz o indivíduo às sensações desejadas de calor ou frio, apesar de não serem necessariamente quentes ou frias. Um tecido na cor preta absorverá mais calor devido à sua propriedade de ausência absoluta de resistência à luz, portanto não é a cor mais indicada para tecidos que serão expostos a temperaturas elevadas. Já as cores claras e o branco, por terem como principal característica a reflexão dos raios luminosos, permitem ao indivíduo uma sensação maior de conforto térmico, quando expostos a altas temperaturas. (KULPA et al, 2010, p.7).

Além da diferenciação entre cores quentes e frias e a absorção de luz, também deve ser considerada a influência das cores no organismo. Como afirmam Farina et al (2006), “algumas experiências psicológicas têm provado que há uma reação física do indivíduo diante da cor.” A cor vermelha aumenta a pressão arterial, transmite energia e fluxo, o laranja apresenta as mesmas características de forma mais sutil. O amarelo remete à alegria, ação, poder, dinamismo. O verde é a mistura do amarelo e azul, unindo o impulso ativo e o relaxamento, sugere calma, umidade, frescor e equilíbrio. O azul representa simpatia, harmonia, amizade e confiança, “é a cor mais utilizada para expressar a sensação de frio” (FARINA et al, 2006, p.102). A cor violeta é composta pela cor vermelha e azul, exerce um estímulo sonífero.

Logo, a composição das cores adequadas na coleção a ser desenvolvida acarretará numa sensação maior de conforto para o usuário. As cores frias podem transmitir a sensação de frescor e leveza, assim como diminuir o uso da cor preta para que a peça de roupa não absorva a luz, cores quentes para não estimular a sensação de calor e utilizar o branco por ser uma cor refletora dos raios solares.

3 METODOLOGIA

A partir das considerações adquiridas através da pesquisa bibliográfica, foi identificada uma necessidade de maior estudo das regiões e seus habitantes. Foi elaborado um questionário de perguntas com respostas de múltipla escolha *online* e enviado através das redes sociais para diversas consumidoras das regiões estudadas.

A pesquisa é considerada exploratória pela escassez de materiais relacionados ao tema, não apresentando um sistema de teorias e conhecimentos desenvolvidos, desencadeando um processo de investigação que identifique a natureza do fenômeno (KÖCHE, 2008, p.126). O estudo do questionário aplicado ao público-alvo visa “proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses” (GIL, 2002, apud BOAVENTURA, 2007, p.57).

Apesar de adotado um questionário de questões fechadas, muito utilizado em pesquisas quantitativas, em que as respostas são coletadas e interpretadas estatisticamente, como porcentagem, média, desvio-padrão, etc. (RICHARDSON, 1985 apud BOAVENTURA, 2007), a pesquisa é considerada qualitativa por se tratar de dados não mensuráveis e analisados de forma indutiva. Ou seja:

Os dados recolhidos são designados por qualitativos, o que significa ricos em pormenores descritivos relativamente a pessoas, locais e conversas, e de complexo tratamento estatístico. As questões a investigar não se estabelecem mediante a operacionalização de variáveis, sendo outrossim, formuladas com o objetivo de investigar os fenômenos em toda a sua complexidade e em contexto natural. (BOGDAN; BIKLEN, 1994, apud BOAVENTURA, 2007, p. 57).

O questionário foi aplicado via Google Docs, em que noventa pessoas participaram, contendo doze questões relacionadas à proposta do trabalho e direcionadas para as consumidoras das regiões estudadas.

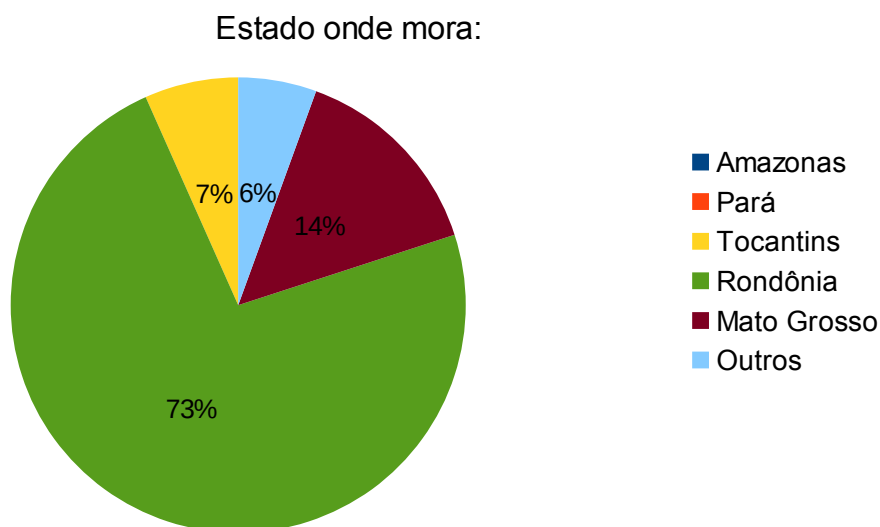


Gráfico 1: Questão 1.
Fonte: Da autora (2014).

Na pesquisa realizada, 66 mulheres que responderam a questão são do Estado de Rondônia, 13 do Mato Grosso e 6 do Tocantins. Os outros Estados como Amazonas e Pará não tiveram participantes e 5 participantes foram de outros estados, como São Paulo e Paraná.

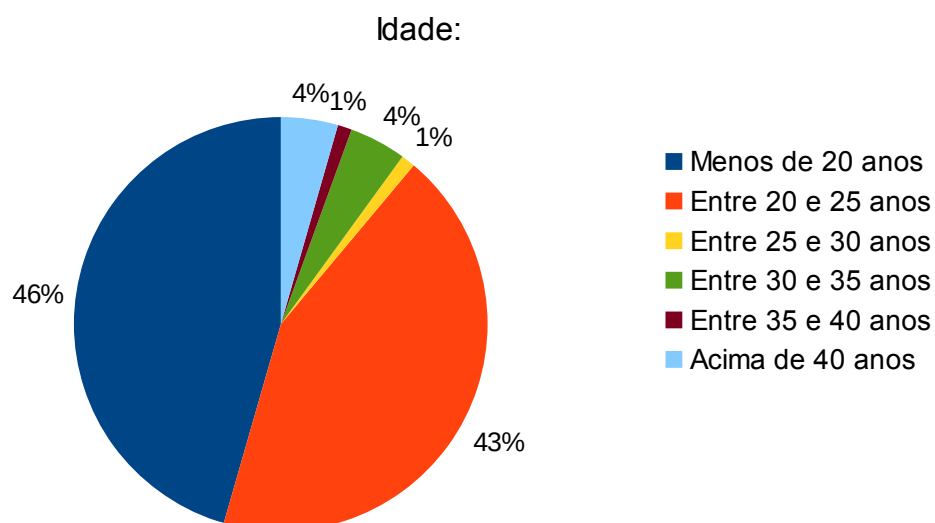


Gráfico 2: Questão 2.
Fonte: Da autora (2014).

As consumidoras que responderam as questões estão na maioria com menos de 20 anos e entre 25 e 30 anos. As outras faixas etárias ocuparam apenas

10 por cento das respostas.

Quais problemas são os mais frequentes na hora de encontrar peças que sejam confortáveis?

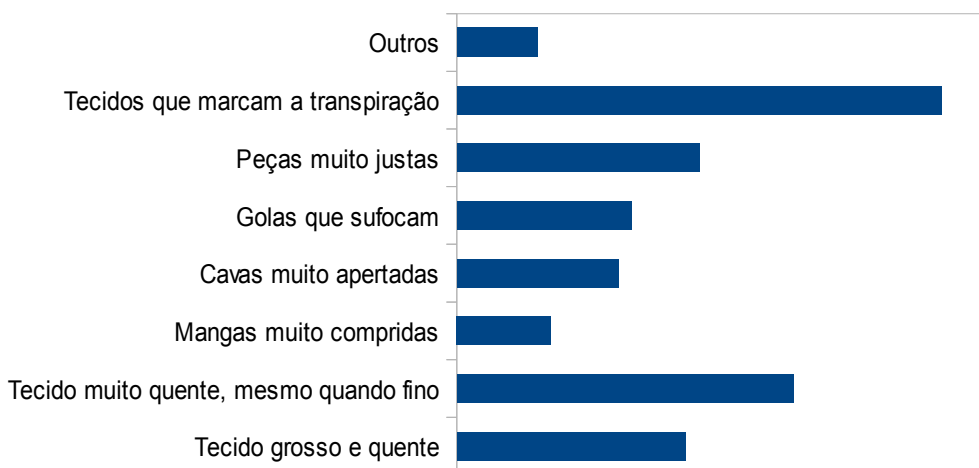


Gráfico 3: Questão 3.
Fonte: Da autora (2014).

Na pergunta correspondente ao gráfico 3, pode-se identificar como maior problema das consumidoras tecidos que marcam a transpiração e tecidos que apesar de finos são quentes. Logo identifica-se o uso de tecidos sintéticos, que devido ao teor baixo de absorção de água impedem a respiração da pele.

Quais peças incomodam mais?

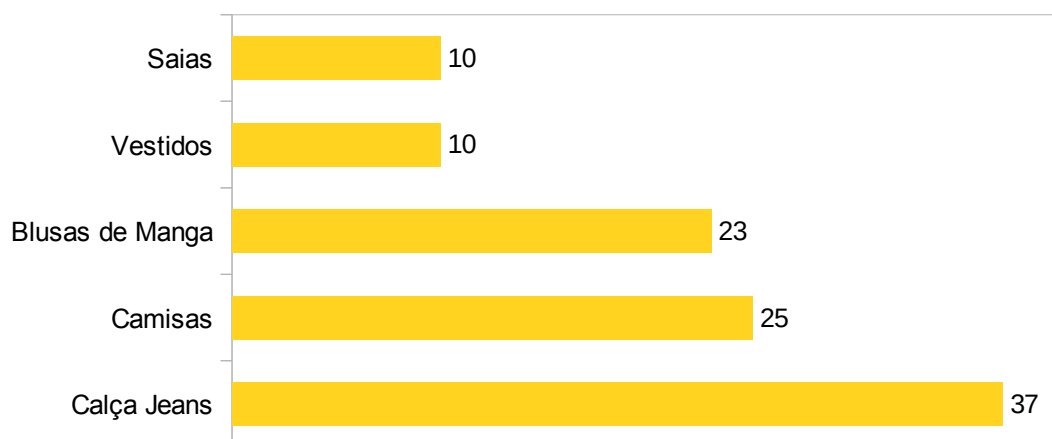


Gráfico 4: Questão 4.
Fonte: Da autora (2014).

A peça que causa maior desconforto nas consumidoras é a calça jeans, que apesar de ser uma peça composta em sua maior parte de algodão, possui uma trama muito grossa, impedindo a troca de temperatura do corpo com o ambiente.

Quais peças você evita usar pelo desconforto, mas gostaria de usar mais?

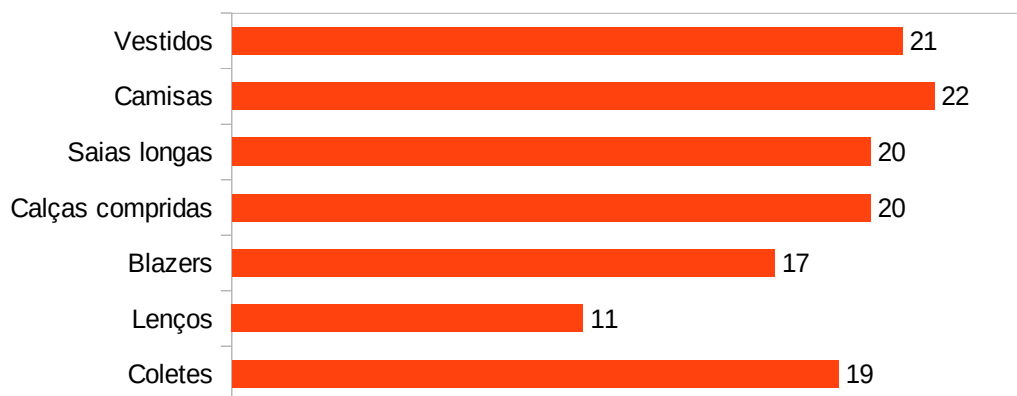


Gráfico 5: Questão 5.
Fonte: Da autora (2014).

A questão do gráfico 5 foi elaborada com o objetivo de direcionar a coleção para atender às necessidades das usuárias. De acordo com as respostas a camisa, apesar de ser considerada o segundo item mais incômodo, é o que a usuária mais gostaria de usar. Em seguida aparecem vestidos, saias longas e calças compridas.

Que tipo de modelagem você prefere?

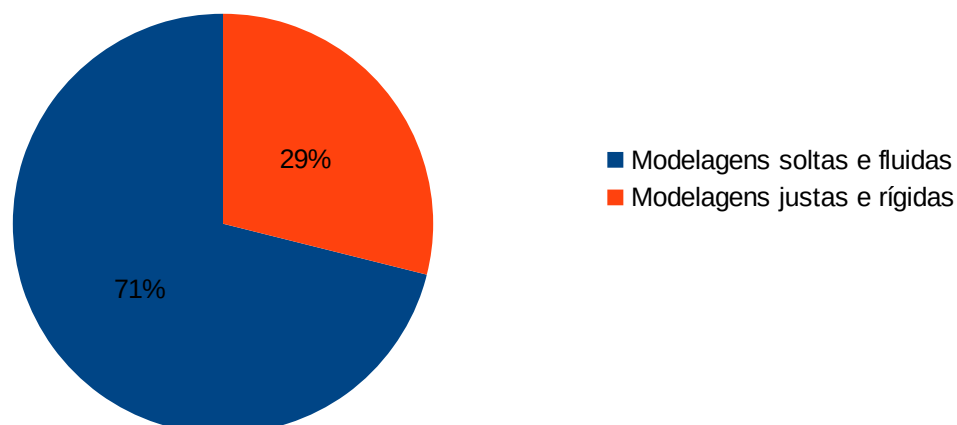


Gráfico 6: Questão 6.
Fonte: Da autora (2014).

Das consumidoras que responderam o questionário, 71% afirmam preferir as modelagens soltas e fluidas. Modelagens mais soltas facilitam a troca de temperatura do corpo com o ambiente.

Acha que a cor da peça influencia na sensação térmica?

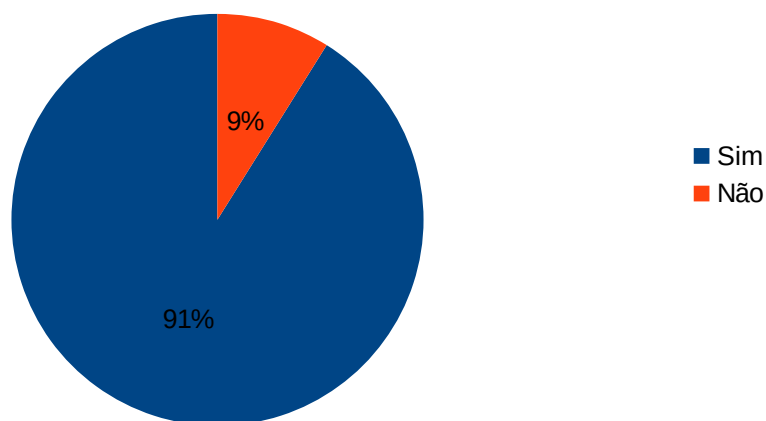


Gráfico 7: Questão 7.

Fonte: Da autora (2014).

Entre as entrevistadas, 91% consideram a cor como influenciador no conforto térmico.

Quais cores você prefere?

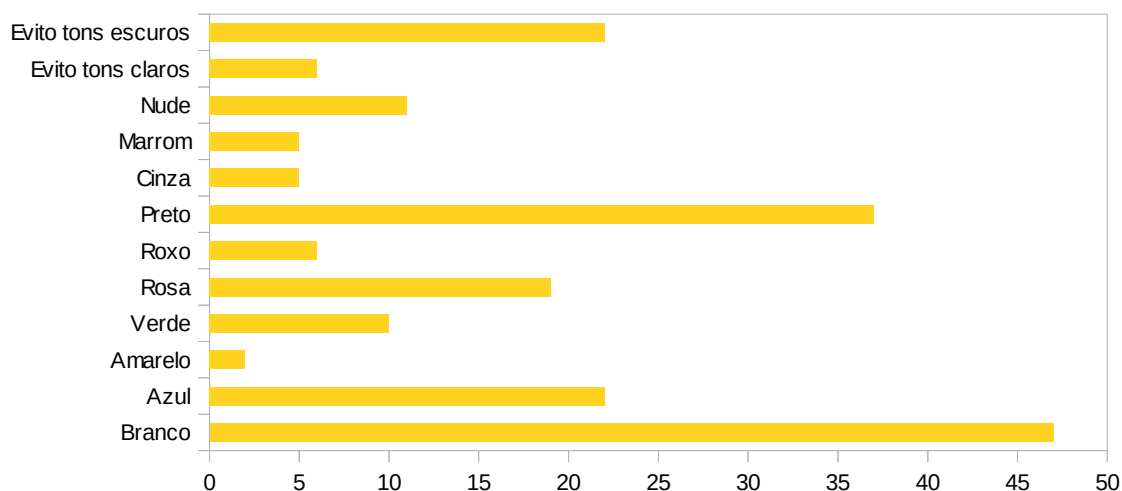


Gráfico 8: Questão 8.

Fonte: Da autora (2014).

As cores preferidas entre as entrevistadas são branco e preto, em seguida o azul, rosa e nude. Além das cores, 23 responderam que evitam tons escuros. A

preferência pelo branco confirma que as cores claras são mais confortáveis para as regiões estudadas. O uso da cor preta apesar de comum não é viável de acordo com o estudo das cores realizado, por ser a cor que mais absorve os raios solares.

Já passou alguma situação constrangedora por sentir que estava transpirando em excesso?

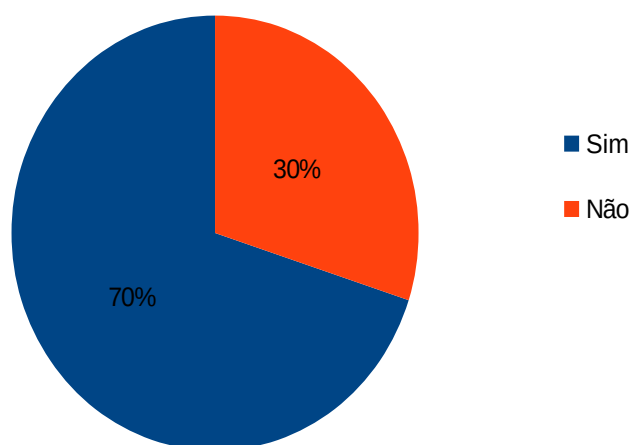


Gráfico 9: Questão 9.
Fonte: Da autora (2014).

Setenta por cento das entrevistadas afirmaram que já se sentiram constrangidas pela sensação de que estavam transpirando em excesso em alguma ocasião.

Quais tecidos você prefere?

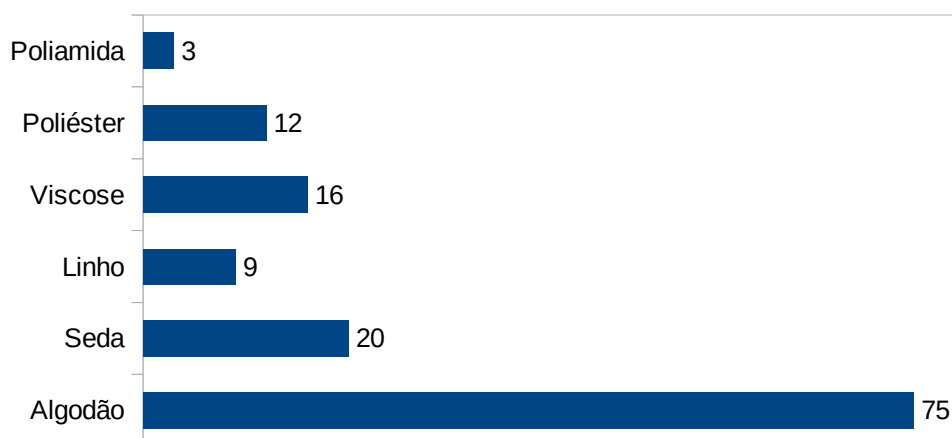


Gráfico 10: Questão 10.
Fonte: da autora, 2014.

O tecido de maior preferência é o algodão, em seguida vem a seda e em terceiro lugar a viscose.

Você acha que faltam produtos especialmente desenvolvidos para climas quentes?

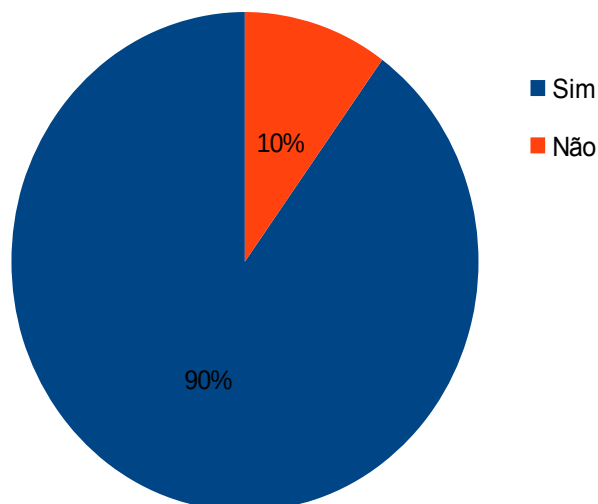


Gráfico 11: Questão 11.
Fonte: Da autora (2014).

A última questão é sobre a deficiência do mercado para atender o público das regiões equatorial e tropical semiúmida. Noventa por cento das entrevistadas afirmam que no mercado faltam produtos para atender os consumidores dos climas mais quentes. Dessa forma, de acordo com as repostas do questionário a proposta de desenvolvimento da marca é viável, as necessidades das consumidoras se relacionam com a proposta e a realização da coleção pode suprir um nicho de mercado muito carente.

4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

4.1 EMPRESA

4.1.1 Nome da Empresa

F. Camera Indústria de Confecções Ltda.

4.1.2 Nome Fantasia

Brisa Fresca.

4.1.3 Porte

Pequeno porte.

Entende-se como empresa de pequeno porte aquela que tem receita bruta anual acima de R\$360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou abaixo de R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais), segundo a lei complementar Nº 123, de 14 de dezembro de 2006 (BRASIL, 2006).

4.1.4 Sede

Vilhena, Rondônia.

4.1.5 Segmento

Moda casual feminina.

4.1.6 Conceito

Proporcionar bem-estar e conforto para as altas temperaturas é o que move a Brisa Fresca. Oferecer a sensação de frescor de uma chuva leve o dia todo com roupas apropriadas para o calor intenso. Peças leves que permitem o vento dançar com o corpo, refrescando a pele e poetizando a rotina.

4.1.7 Distribuição

A marca atenderá os Estados de Rondônia, Mato Grosso, e Tocantins, com expectativa de expansão para os Estados de Goiás e Mato Grosso do Sul. Os produtos serão entregues através de transportadoras.

4.1.8 Concorrentes

Não foi encontrada nenhuma marca com a proposta de atender diretamente os consumidores dessas regiões. Os concorrentes indiretos são as marcas também comercializadas em lojas multimarcas da região, como: Dopping, Zinco, Morena Rosa, Maria Antonieta, Dudalina e Lança Perfume.

4.1.9 Sistema de Vendas

A marca contará com representantes de vendas que atenderão as lojas multimarcas dos Estados de Rondônia, Mato Grosso e Tocantins. O sistema de lojas

multimarcas foi escolhido para atender clientes de diversas cidades.

4.1.10 Preços Praticados

Os preços praticados variam entre R\$100,00 e R\$400,00. Devido ao uso da seda, algumas peças terão o custo de produção mais alto.

4.1.11 Marketing e Promoção

O marketing será através das redes sociais, anúncios em sites da região e *outdoors* nas cidades onde a marca é encontrada em lojas físicas. As promoções serão direcionadas para as lojas revendedoras, com oferta de descontos proporcionais à quantidade de peças solicitadas.

4.1.12 Planejamento Visual



Figura 9: Logomarca.
Fonte: Da autora (2014).

A logo da marca foi criada com a intenção de transmitir a leveza presente nas roupas. As linhas representam movimento, o vento brincando com a natureza. A fonte sem muitos detalhes transmite a mensagem de simplicidade. A marca não possui embalagem pois as peças são comercializadas em lojas multimarcas, assim cada loja utiliza a própria embalagem para que a cliente leve suas compras.



Figura 10: Cartão de visitas.
Fonte: Da autora (2014).



Figura 11: Tag
Fonte: Da autora (2014).

4.2 PÚBLICO ALVO

A consumidora da Brisa Fresca tem entre 20 e 25 anos e está iniciando sua vida profissional. Residem nos Estados de Rondônia, Mato Grosso e Tocantins. Estão sujeitas ao clima excessivamente quente e possuem rotina agitada, necessitando assim de roupas que proporcionem conforto e praticidade.

Buscam peças versáteis que se encaixem em várias ocasiões sem perder a elegância. As preferências estéticas das consumidoras são peças de cores claras, modelagens soltas e fluidas.



Figura 12: Público alvo.
Fonte: Herrera (2013).

4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

4.3.1 Macrotendência

De acordo com os estudos da revista Use Fashion (2014), a proposta de macrotendência para o Verão 2016 é do “Ser Plural”, em que o indivíduo está sujeito a um universo de múltiplas escolhas, permitindo assim escolher seu gênero, estar conectado ou desconectado, sozinho na multidão ou acompanhado na sua solidão. Promove uma maior aceitação da pessoa com a forma que ela se vê.



Figura 13: Ser plural.
Fonte: UseFashion (2014).

A macrotendência do “Ser Plural” pode ser interpretada de outras formas, dentre elas foi selecionada a ramificação “Mundo Melhorado” que tem como objetivo reconectar as pessoas que tem se distanciado devido ao novo ritmo do mundo. A tendência sociocultural para o verão 2016 é de demonstrações de afeto e expressão de sentimentos, como pode ser observado em páginas como “Eu me chamo Antônio”, de Pedro Gabriel e o Tumblr “Poeme-se”, de Mariana Caldas.

Outro aspecto interessante que a macrotendência aborda é sobre os novos conceitos de família que vem surgindo. Hoje em dia o número de pessoas que

moram sozinhas tem crescido significativamente, assim como a estrutura de relacionamento chamada de “poliamor”, em que há um relacionamento com mais de duas pessoas.



Figura 14: Eu me chamo Antônio.
Fonte: UseFashion (2014).

Também encontra-se a tendência às manifestações em busca de honestidade, carinho e originalidade. Busca por uma política transparente. É percebida a partir das iniciativas de boas ações. O consumo consciente também está presente.

Em outra visão, há a “Vida Editada”. Essa ideia foi identificada pela atual autonomia que o consumidor tem de modificar as coisas que não nos agradam, um domínio sobre os fenômenos que o cerca. A ambivalência, ter sentimentos conflitantes entre uma pessoa ou coisa, é um estado psicológico presente na sociedade atual, gerando uma linha tênue no comportamento. Ao mesmo tempo em que há uma grande cobrança pela perfeição idealizada, há também apelo pelo natural e verdadeiro.

O que se pode concluir dessa macrotendência é que o indivíduo está cada vez mais único, buscando coisas que satisfaçam todos os seus anseios. Ao mesmo tempo ele é ligado ao coletivo das pessoas e acredita que o mundo pode melhorar. Ele busca a capacidade de modificar as coisas no seu cotidiano para que se

adéquem ao seu desejo. As marcas devem adaptar seus produtos para um público que busca cada vez mais produtos personalizados. Com isso, ressalta-se a importância da aplicação do questionário de público-alvo, para entender o que o consumidor realmente deseja.

4.3.2 Microtendências

Apesar de as cores e materiais para elaboração da coleção já serem pré-determinadas pela proposta da marca, as tendências para o Verão 2015/16 correspondem harmoniosamente com a ideia do trabalho. Cores suaves com predominância das cores frias e tecidos naturais para uma proposta leve.

Neste cenário, a suavidade pode estimular os sentidos, tornando o invisível, tangível. A inspiração vem do ar, da luz, da água, da ciência, do que é imaterial, valorizando tons de azul, rosados e neutros, favorecendo o uso de superfícies brilhantes, luminosas, peroladas ou metalizadas (USEFASHION, 2014).

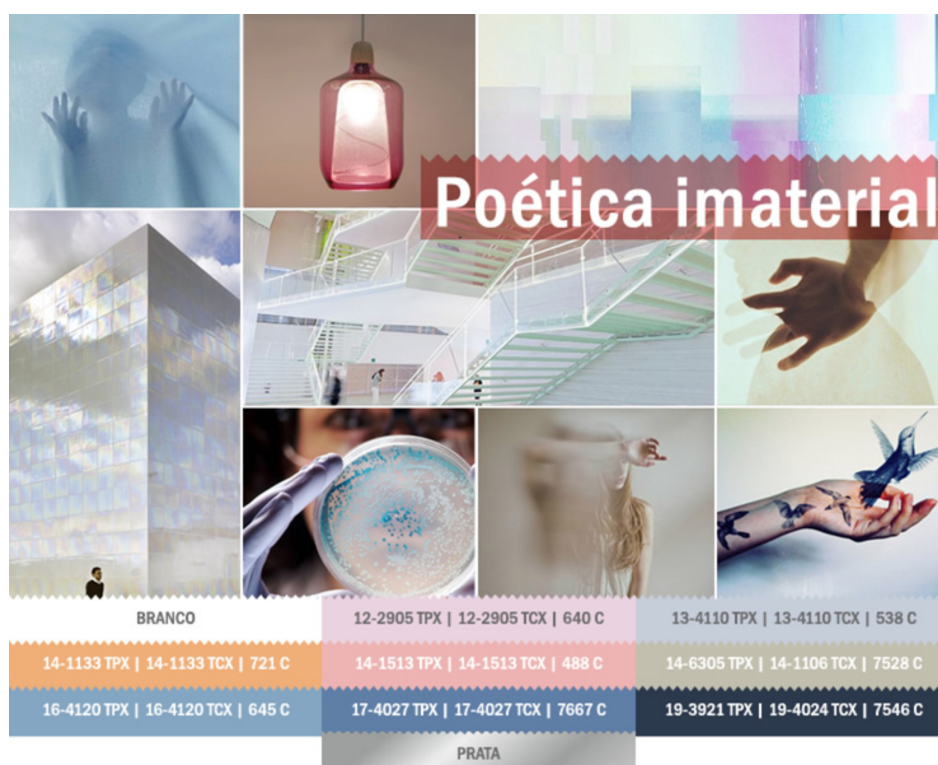


Figura 15: Cores da tendência.
Fonte: Use Fashion (2014).

Os tecidos da tendência escolhida remetem à simplicidade e leveza, com um toque de romantismo. São gazes de algodão com leve transparência, musselines, e tecidos vazados.

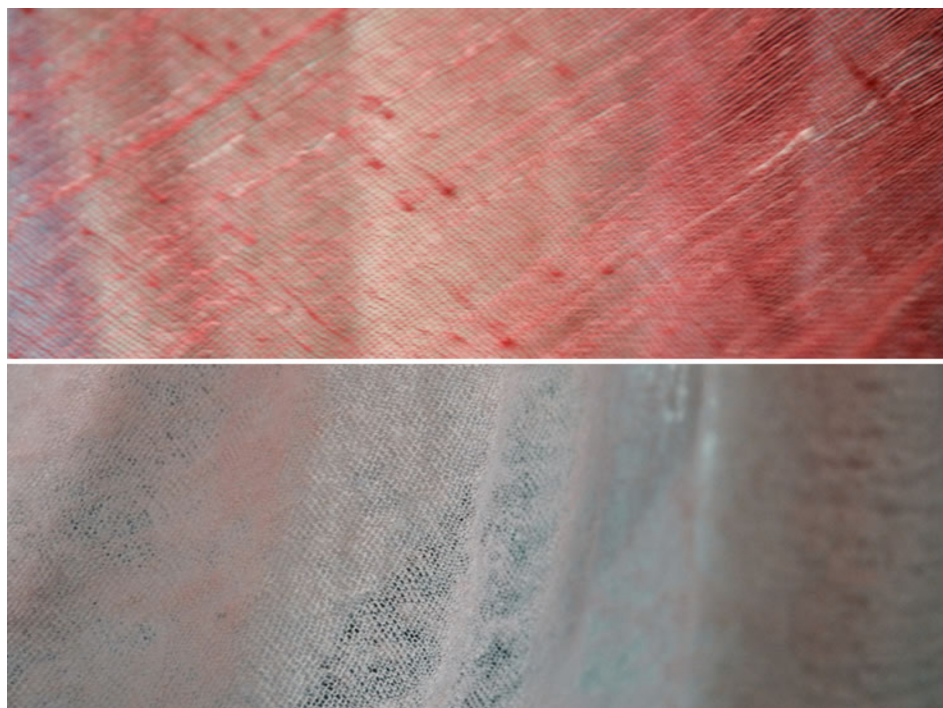


Figura 16: Tela de algodão.
Fonte: Use Fashion (2014).

“Elemento importante para definir esse conceito de imaterialidade, a transparência pode ganhar espaços pontuais, criando padrões e repetições nas superfícies, especialmente através das geometrias” (USE FASHION, 2014). A transparência além de transmitir a sensação de movimento, é um tecido extremamente fino, facilitando as trocas de temperatura do corpo com o ambiente.



Figura 17: Transparências.
Fonte: UseFashion, 2014.

Tecidos vazados com tramas abertas, com inspiração abstrata que pode ser interpretada como micro-organismos ou formas do fundo do mar. O resultado são tecidos arejados, leves e de estética moderna.



Figura 18: Tecidos vazados.
Fonte: Use Fashion, 2014.

Tecidos finos com lavagens líquidas estilo *tie-dye*, indo do branco ao azul lembram formas orgânicas e superfícies aquáticas.

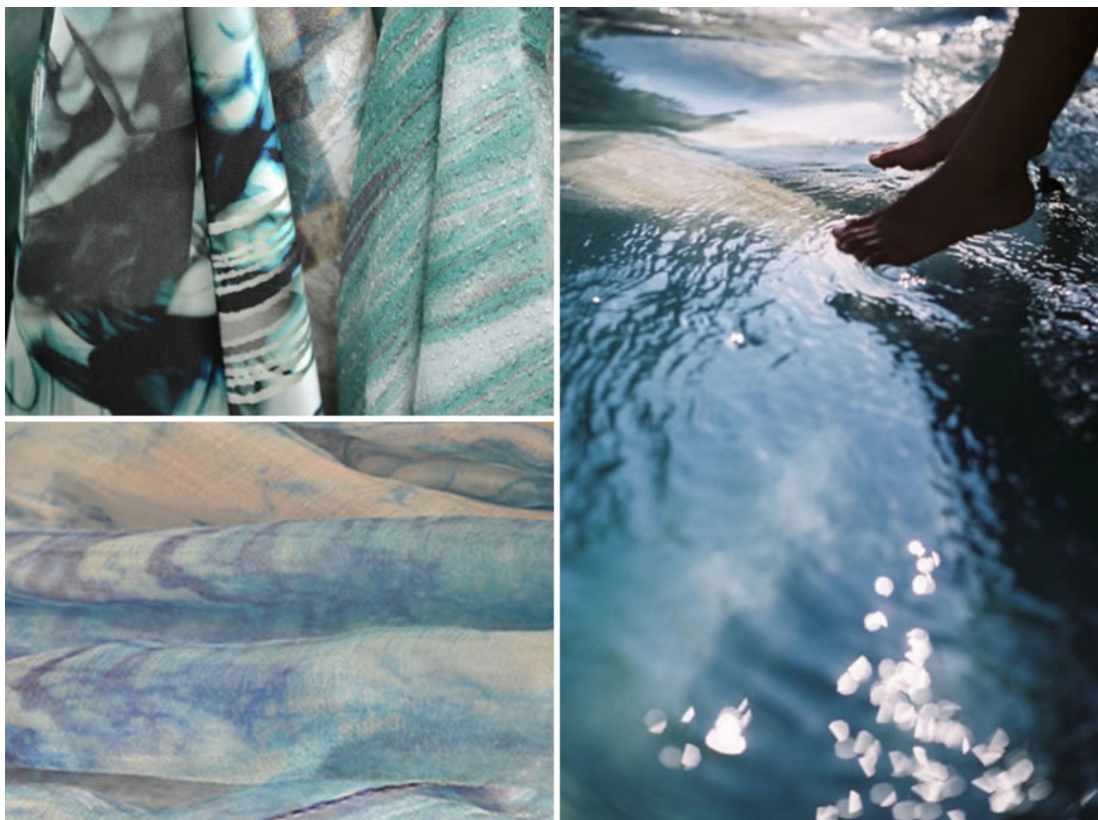


Figura 19: Lavagem *tie-dye*.
Fonte: Use Fashion, 2014.

Outras microtendências aplicadas serão as camisas, aposta para o inverno 2015 de vários estilistas, como Hugo Boss, Michael Kors e Tory Burch. Também é uma das peças que as consumidoras mais gostariam de usar mas não encontram tecidos confortáveis. O estilo *ladylike* também voltou às passarelas na semana de moda de Nova York Verão 2015, como pode ser observado no desfile de Michael Kors, que somadas às camisas transmitem uma mensagem de feminilidade e ao mesmo tempo independência feminina.



Figura 20: Michael Kors, verão 2015.
Fonte: Vogue Brasil, 2014.

5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

5.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL

A maior necessidade a ser atendida é do conforto térmico para as consumidoras das regiões equatorial e tropical semiúmida. Também espera-se agradar as consumidoras no que se refere à parte estética, para que as mesmas se sintam bem ao vestir uma peça da Brisa Fresca.

5.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO

5.2.1 Nome da Coleção

Mar

5.2.2 Conceito da Coleção:

A coleção Mar tem o desejo de trazer para as clientes da Brisa Fresca a sensação de caminhar pela beira da praia, mesmo estando a uma distância considerável do litoral. Caminhar pela areia sentindo o vento vindo do mar e a água molhando os pés. A leveza proporcionada por uma tarde à beira-mar para aliviar a tensão causada pelo calor excessivo e pela rotina corrida.

5.2.3 Referências da Coleção

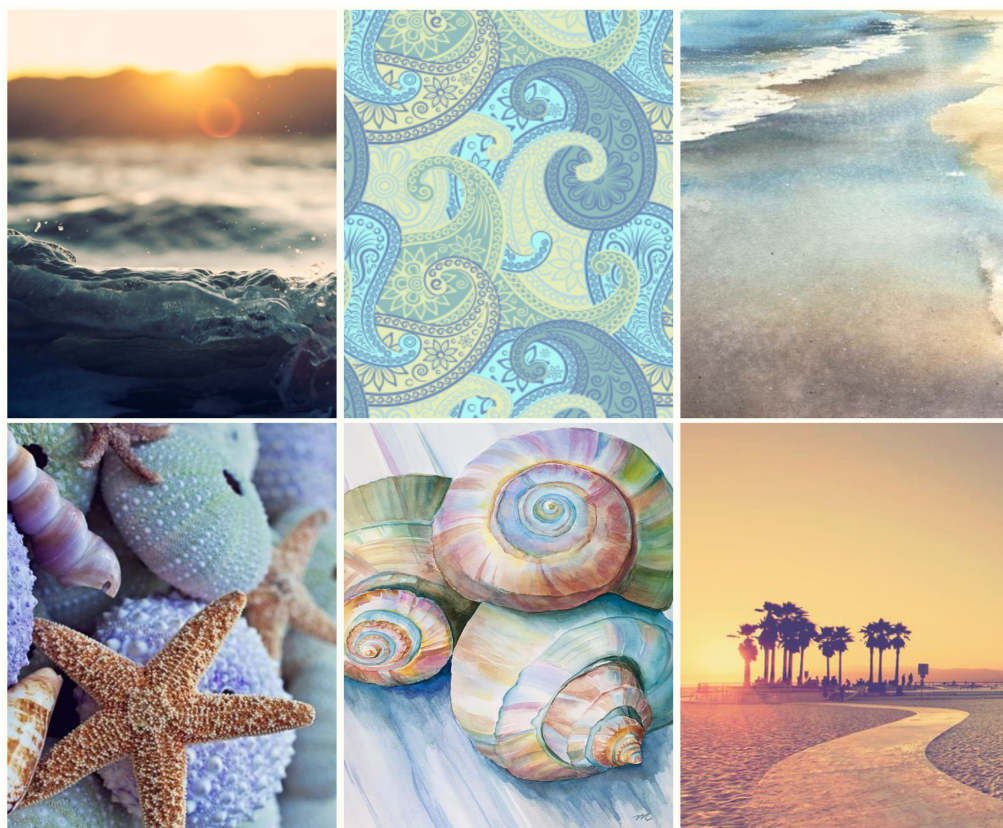


Figura 21: Referências da coleção.

Fonte: Adaptado de Tumblr, ImgFave, WIARDA, HARUSAKI, Pinterest, Colour Lovers (2014).

As referências para a coleção tiradas do mar são o movimento da água, as formas do litoral, as cores presentes no pôr do sol e a serenidade transmitida pela paisagem. Os arabescos remetem ao movimento de vai e vem das ondas.

5.2.4 Cartela de Cores

A cartela de cores conta com a predominância do azul, acompanhado de rosa, cinza, branco e nude em tons pastel. As frias trazem a sensação de frescor, enquanto as outras foram selecionadas de acordo com a preferência das consumidoras e aplicadas em tons mais suaves.



Figura 22: Cartela de cores.
Fonte: Da autora (2014).

5.2.5 Cartela de Materiais



Figura 23: Cartela de materiais.
Fonte: Da autora (2014).

Os materiais escolhidos foram o linho, seda, viscose, malha de algodão e laise. Também foram utilizados tecidos que apresentavam mescla das fibras citadas.

5.2.6 Cartela de Estampa

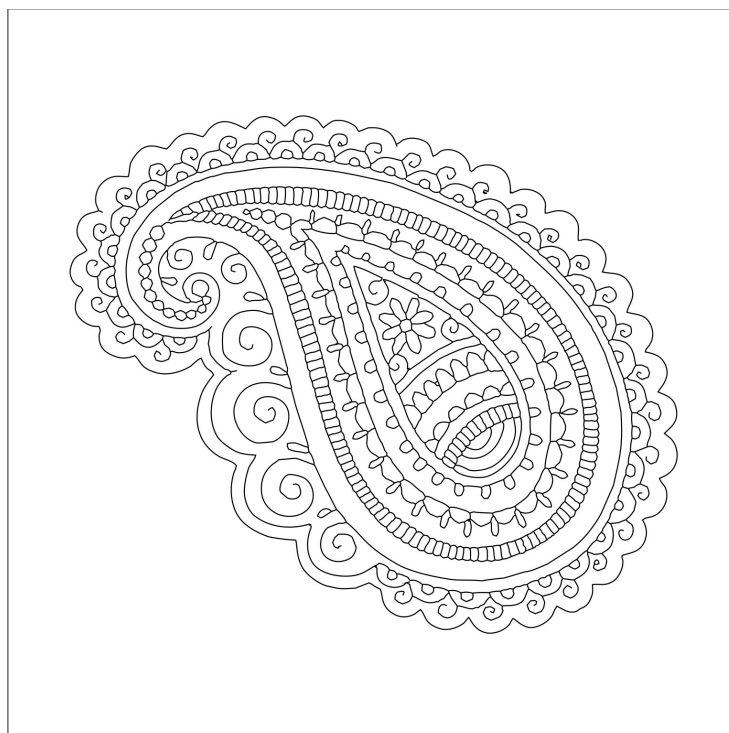


Figura 24: Cartela de estampa.

Fonte: Da autora (2014).

5.2.7 Formas e Estruturas

As silhuetas escolhidas foram Linha A, X e H. Segundo a preferência das consumidoras por modelagens soltas, os *shapes* escolhidos possibilitam a criação de peças fluidas.

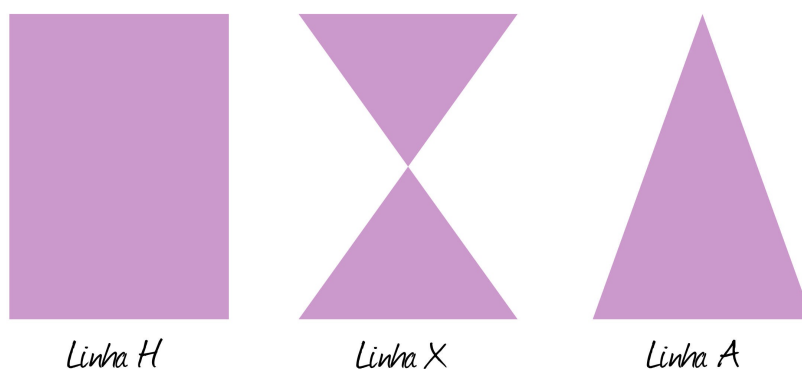


Figura 25: Silhuetas escolhidas.
Fonte: Da autora (2014).

5.2.8 Mix de Coleção

Tabela 2: Mix de Coleção				
	Básico	Fashion	Vanguarda	Total
Camisa	3	3	1	7
Blusa	4	4	1	9
Shorts	3	2	1	6
Saia	2	2		4
Saia Longa	1	1		2
Calça	2	1	1	4
Blazer		1		1
Vestido	2	4	1	7
Macaquinho	1	1		2
Total	18	19	5	42

Fonte: Da autora (2014).

5.3 PAINEL SEMÂNTICO



Figura 26: Painel Semântico
Fonte: Adaptado de Tumblr, Shutterstock (2014).

5.4 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS



Figura 27: Look 1.
Fonte: da autora, 2014.

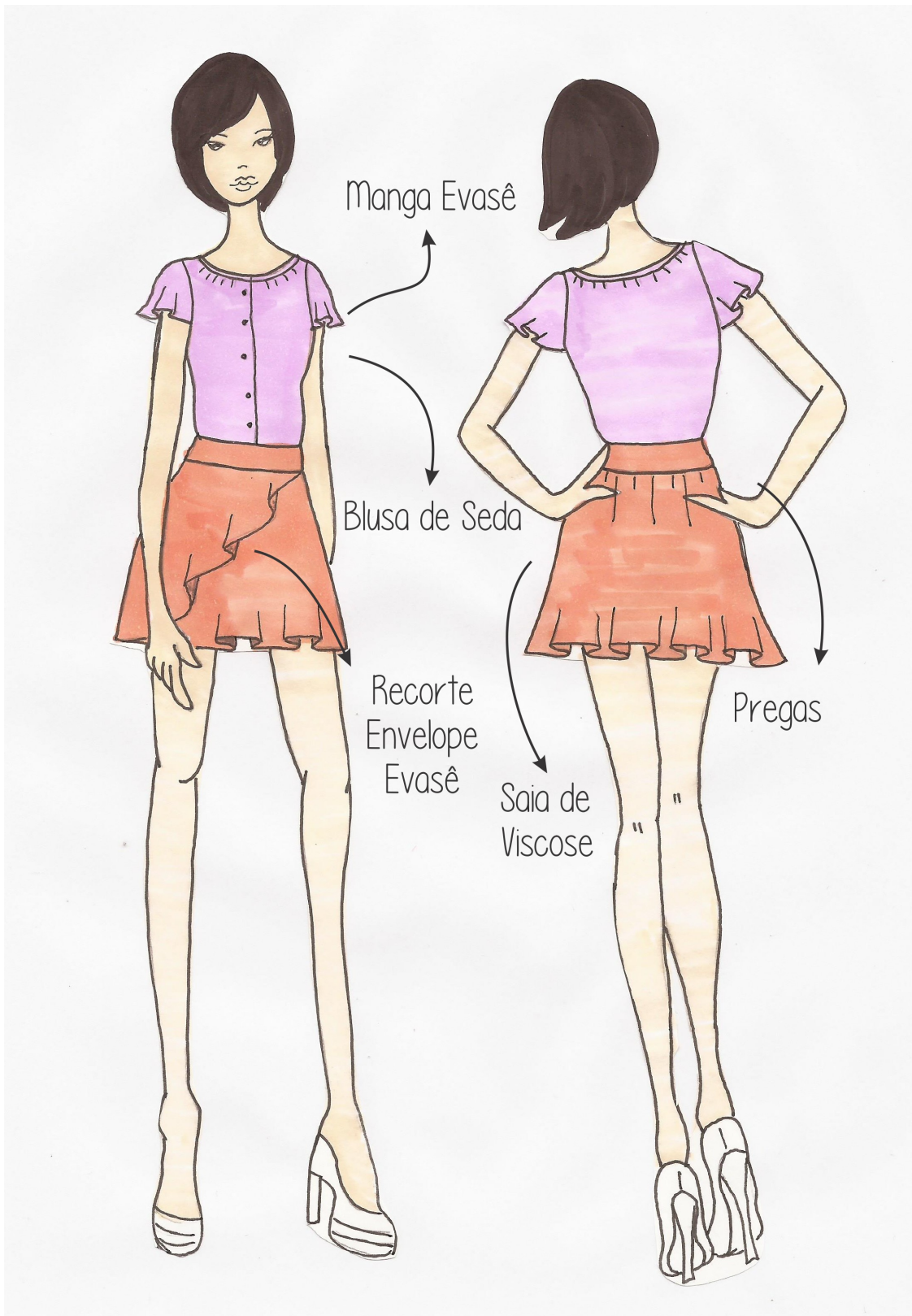


Figura 28: Look 2.
Fonte: Da autora (2014).

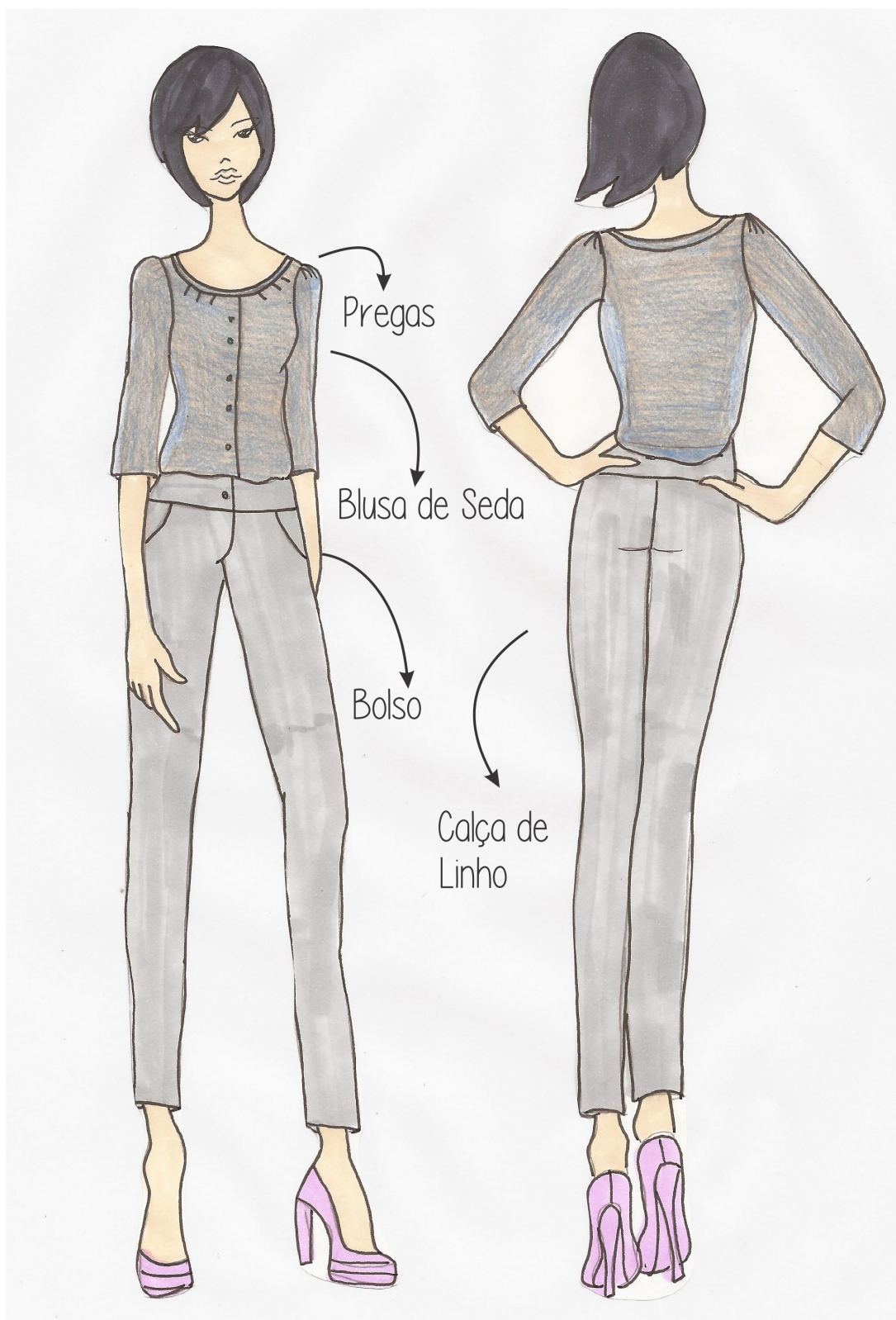


Figura 29: Look 3.
Fonte: da autora, 2014.

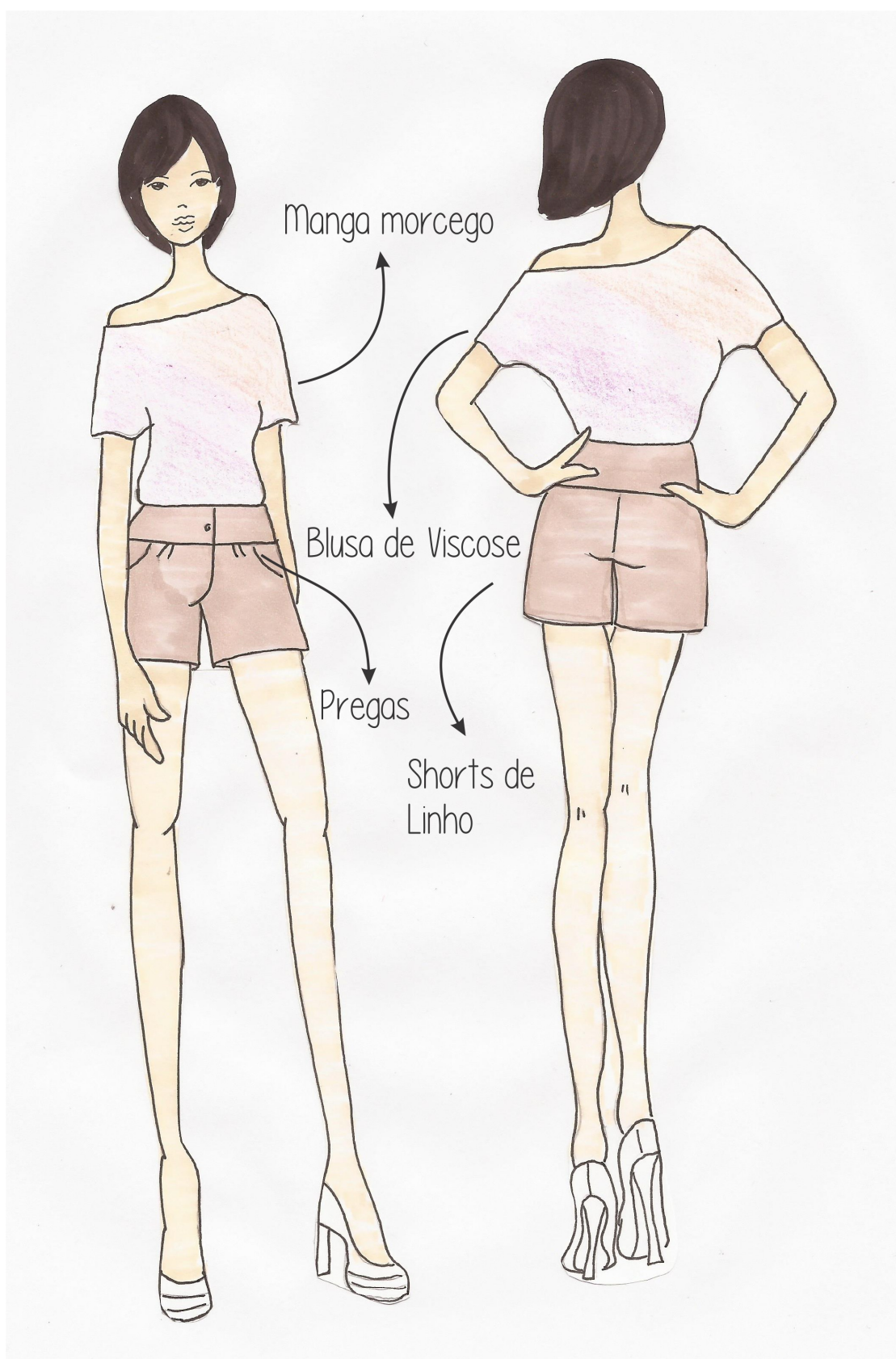


Figura 30: Look 4.
Fonte: Da autora (2014).

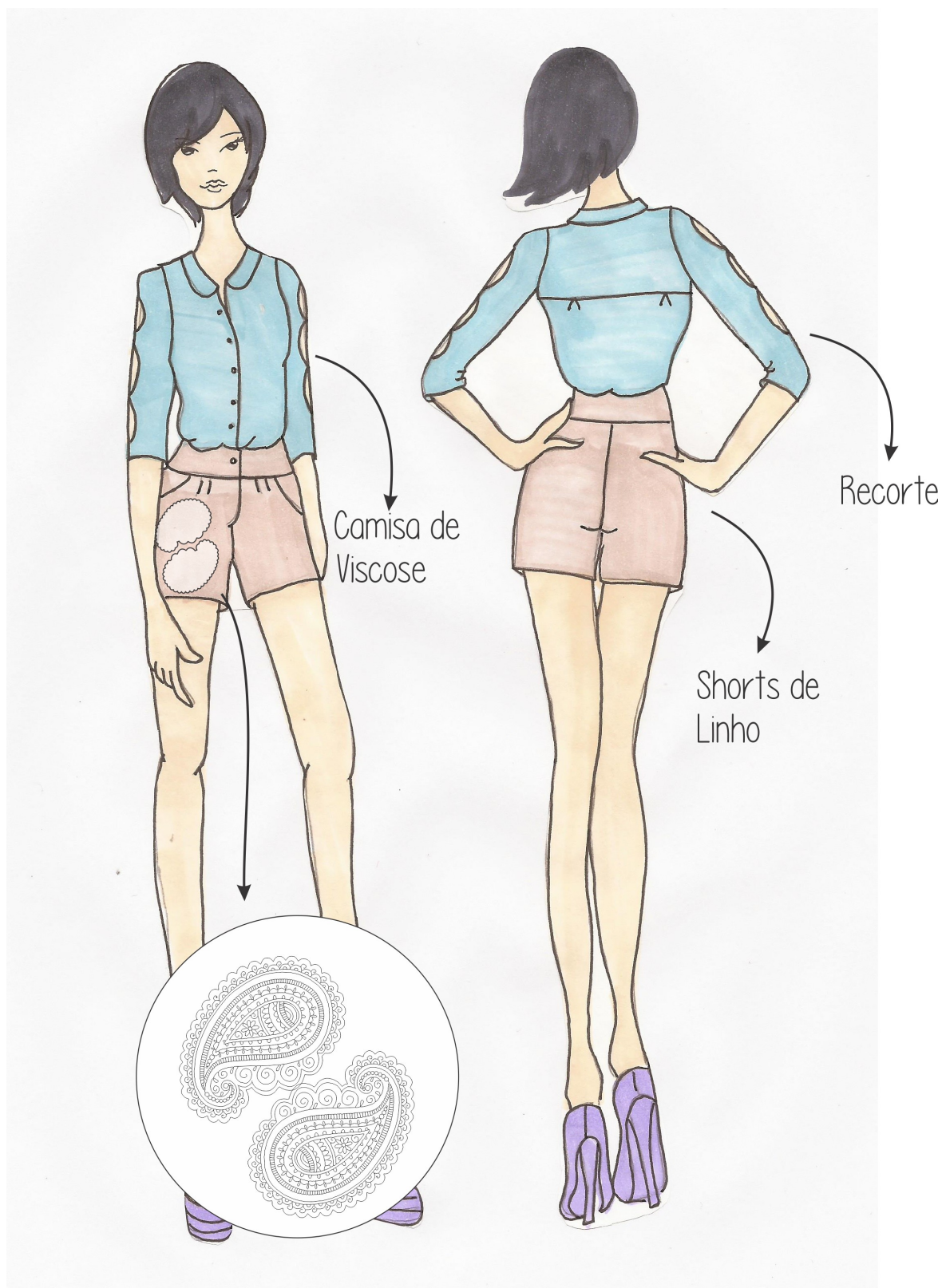


Figura 31: Look 5.
Fonte: Da autora (2014).

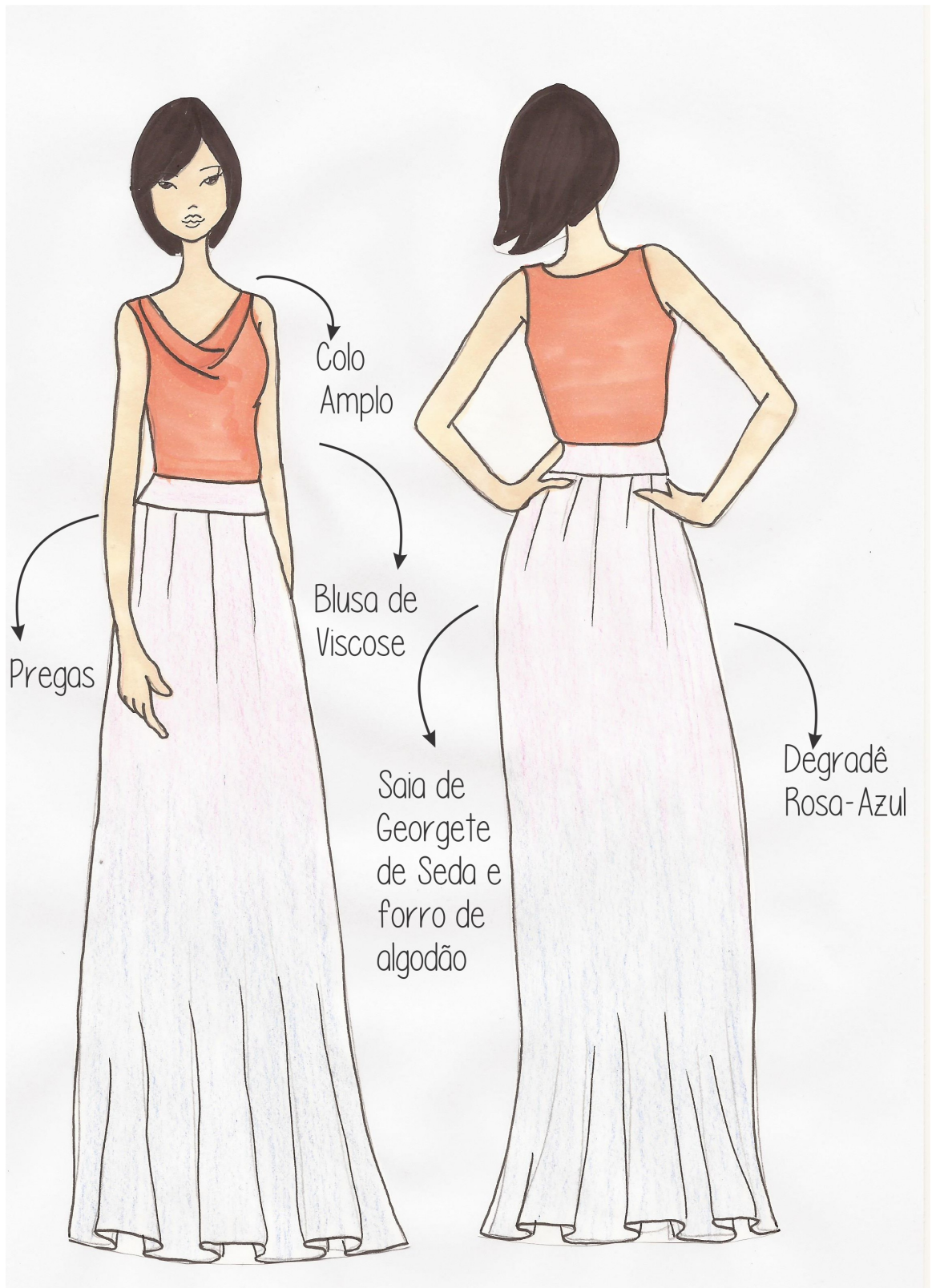


Figura 32: Look 6.
Fonte: Da autora (2014).

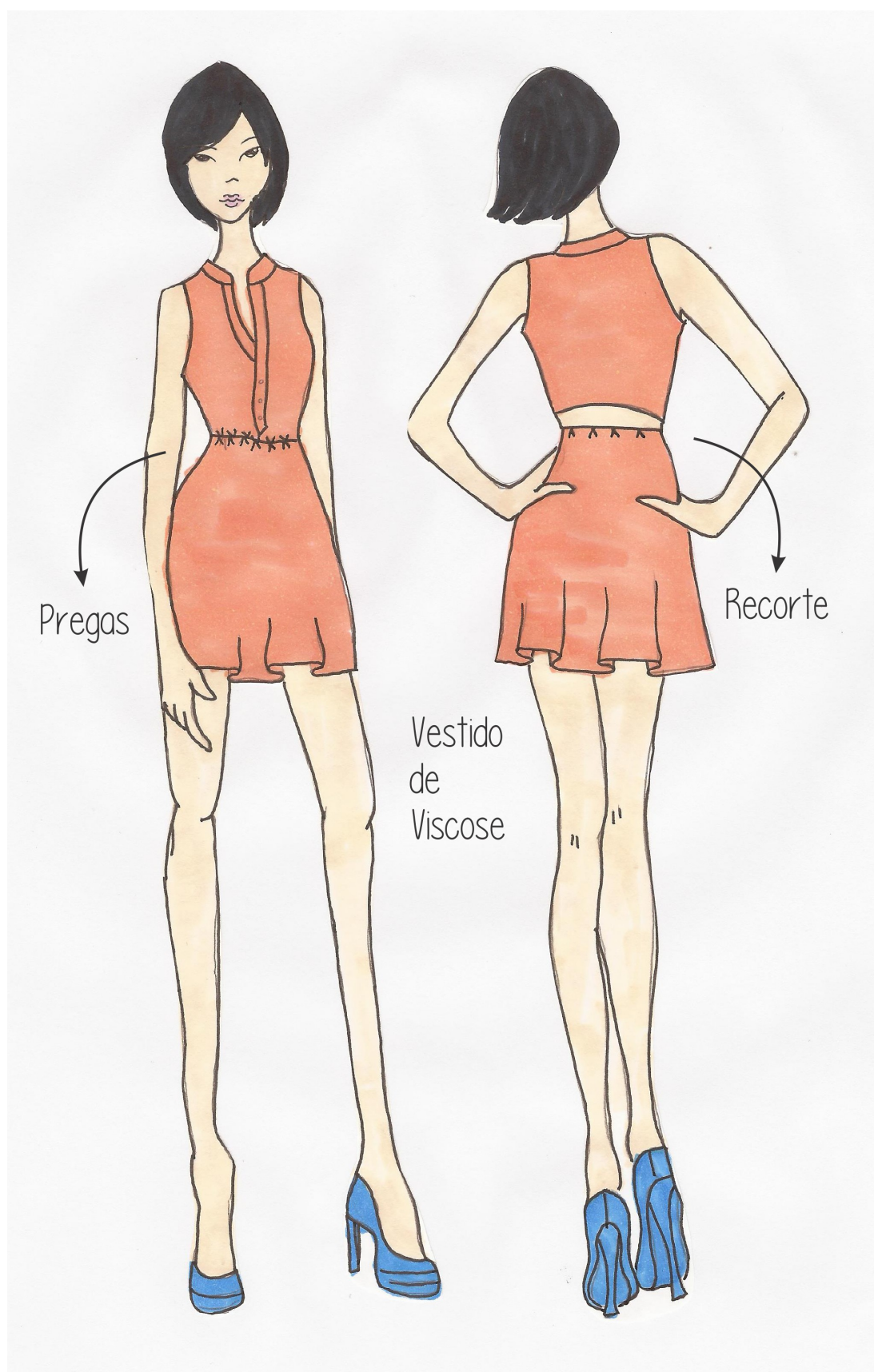


Figura 33: Look 7.
Fonte: Da autora (2014).

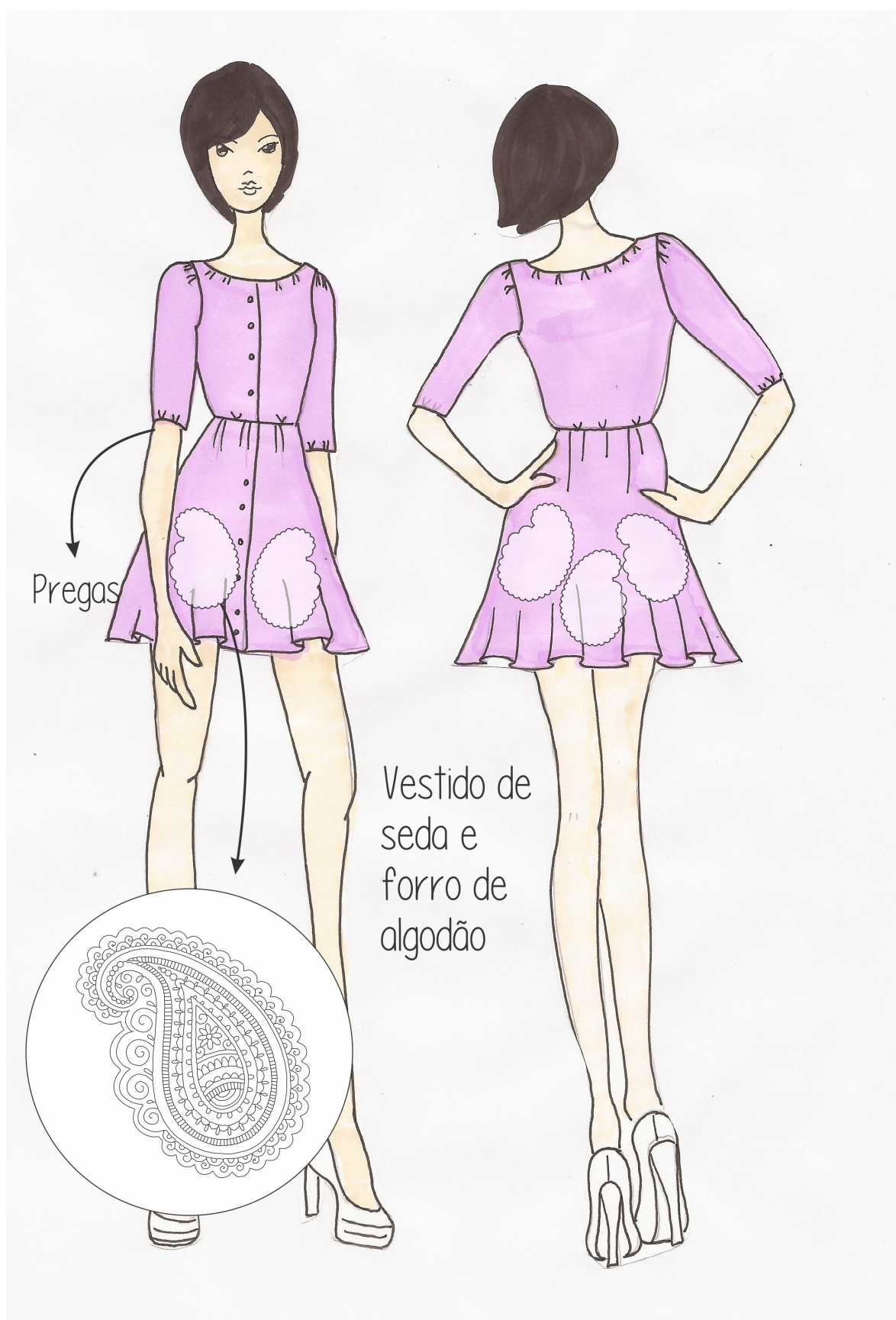


Figura 34: Look 8.
Fonte: da autora (2014).

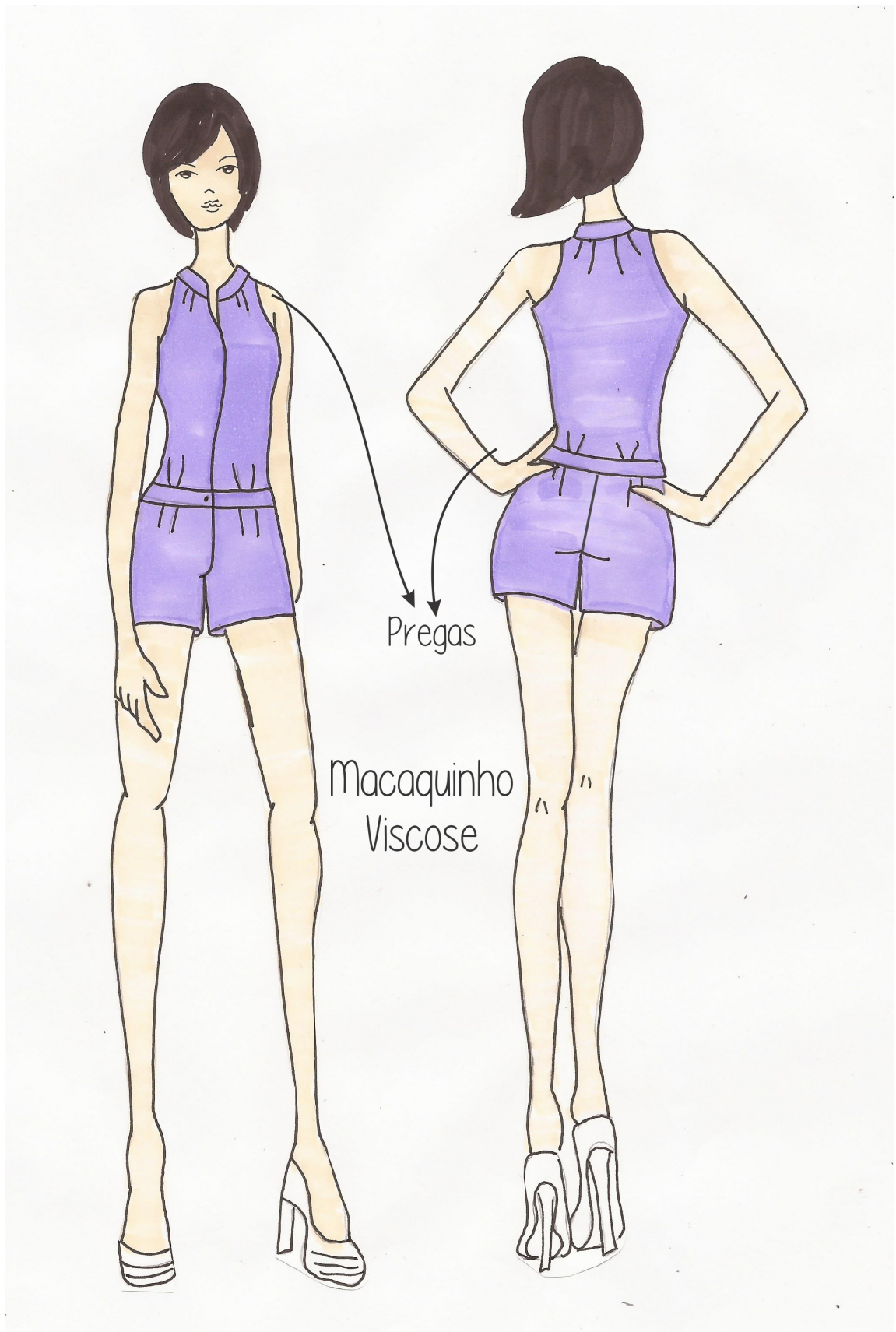


Figura 35: Look 9.
Fonte: da autora (2014).

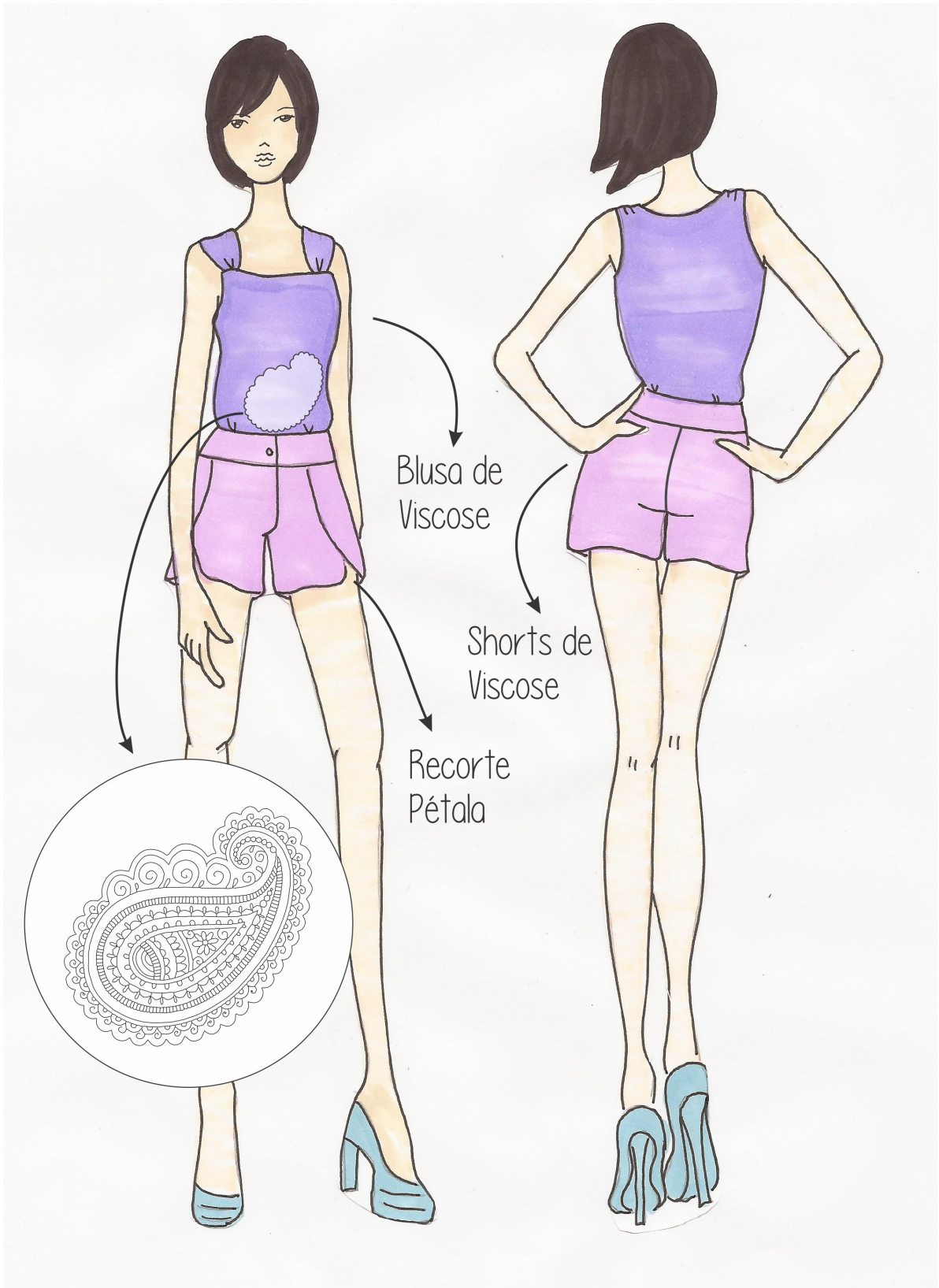


Figura 36: Look 10.
Fonte: da autora (2014).



Figura 37: Look 11.
Fonte: da autora (2014).

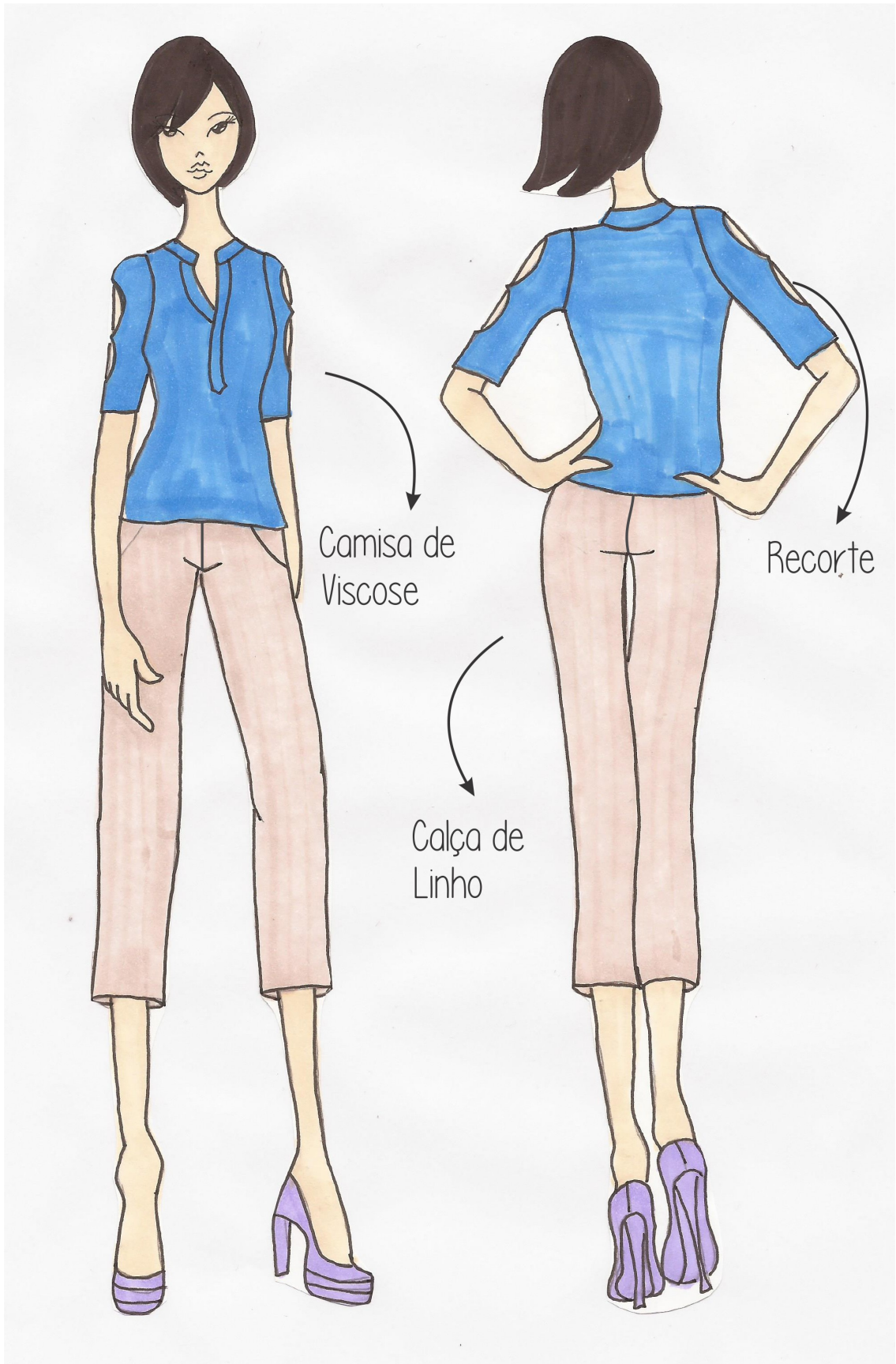


Figura 38: Look 12.
Fonte: da autora, 2014.

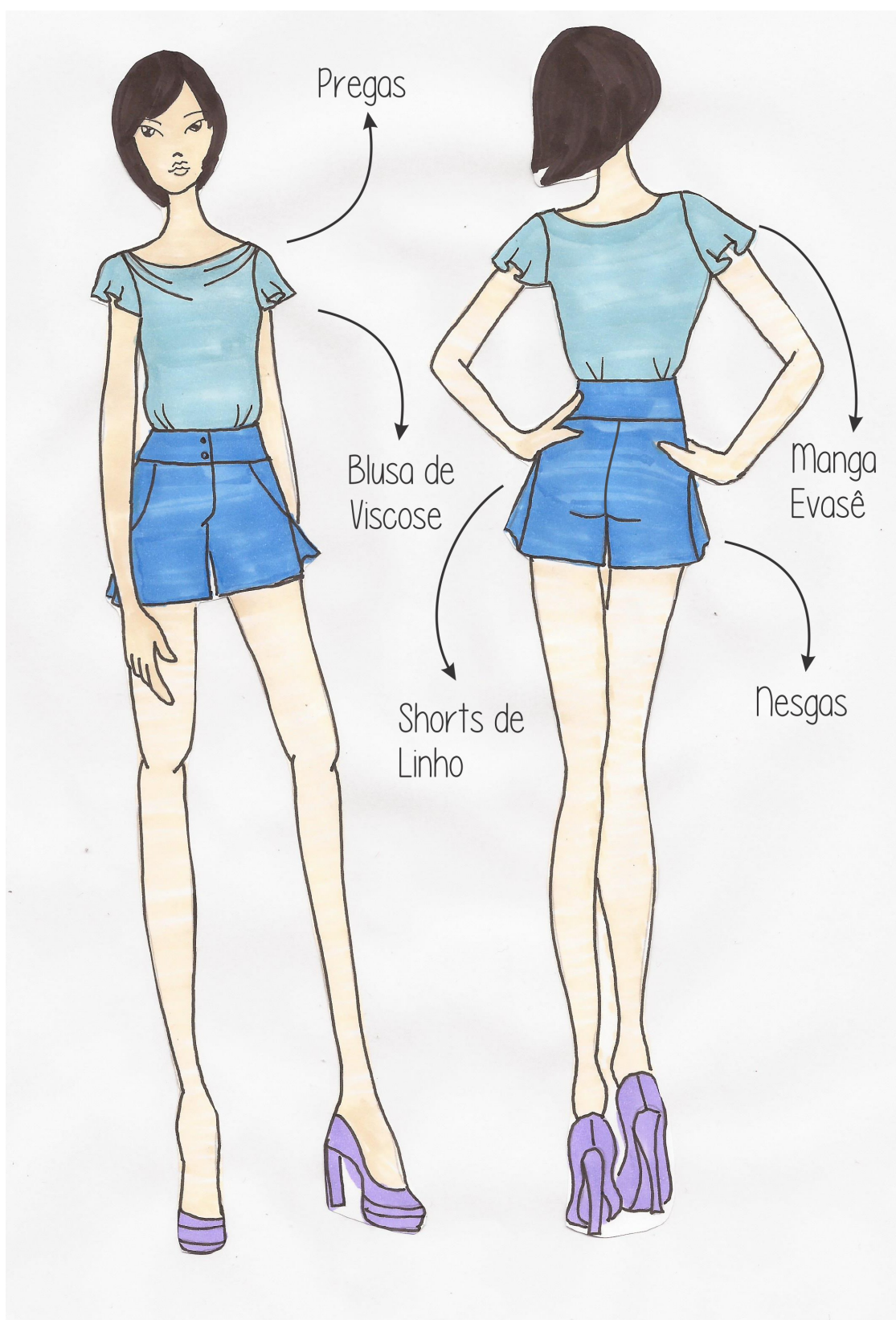


Figura 39: Look 13.
Fonte: da autora (2014).

5.4.1 Looks Escolhidos

Os próximos 12 looks foram selecionados para a alternativa de confecção pois representam de forma completa o conceito da coleção de proporcionar frescor e leveza para as consumidoras.

São compostos de cores leves, os tecidos são adaptados ao clima e versáteis para o dia a dia, as peças são compostas por recortes estratégicos que facilitam a respiração da pele. O critério para a escolha dos *looks* confeccionados foi representar todas as famílias da coleção e a variedade de modelos, indo do vestido longo até a calça.

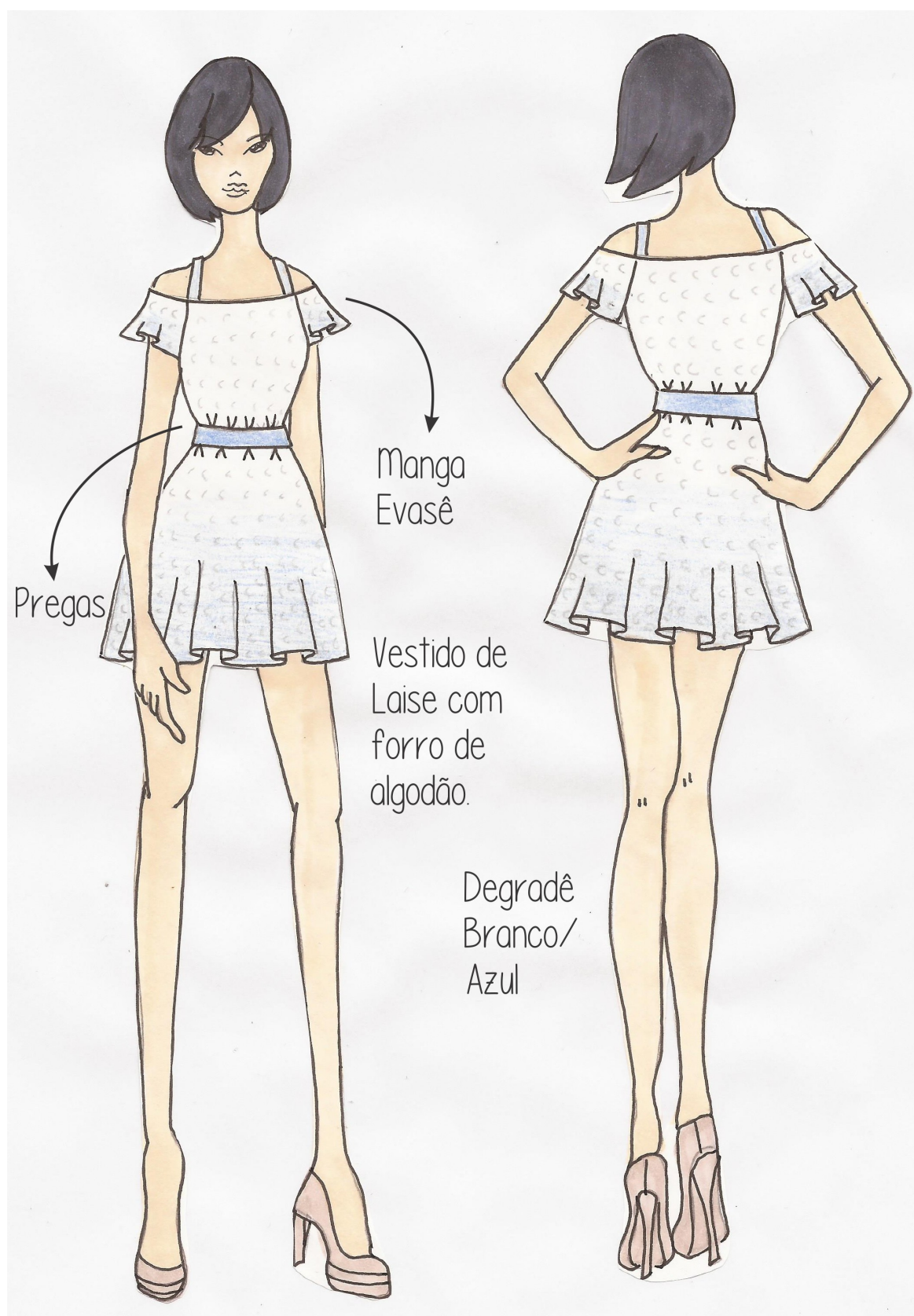


Figura 40: Look 14.
Fonte: da autora (2014).

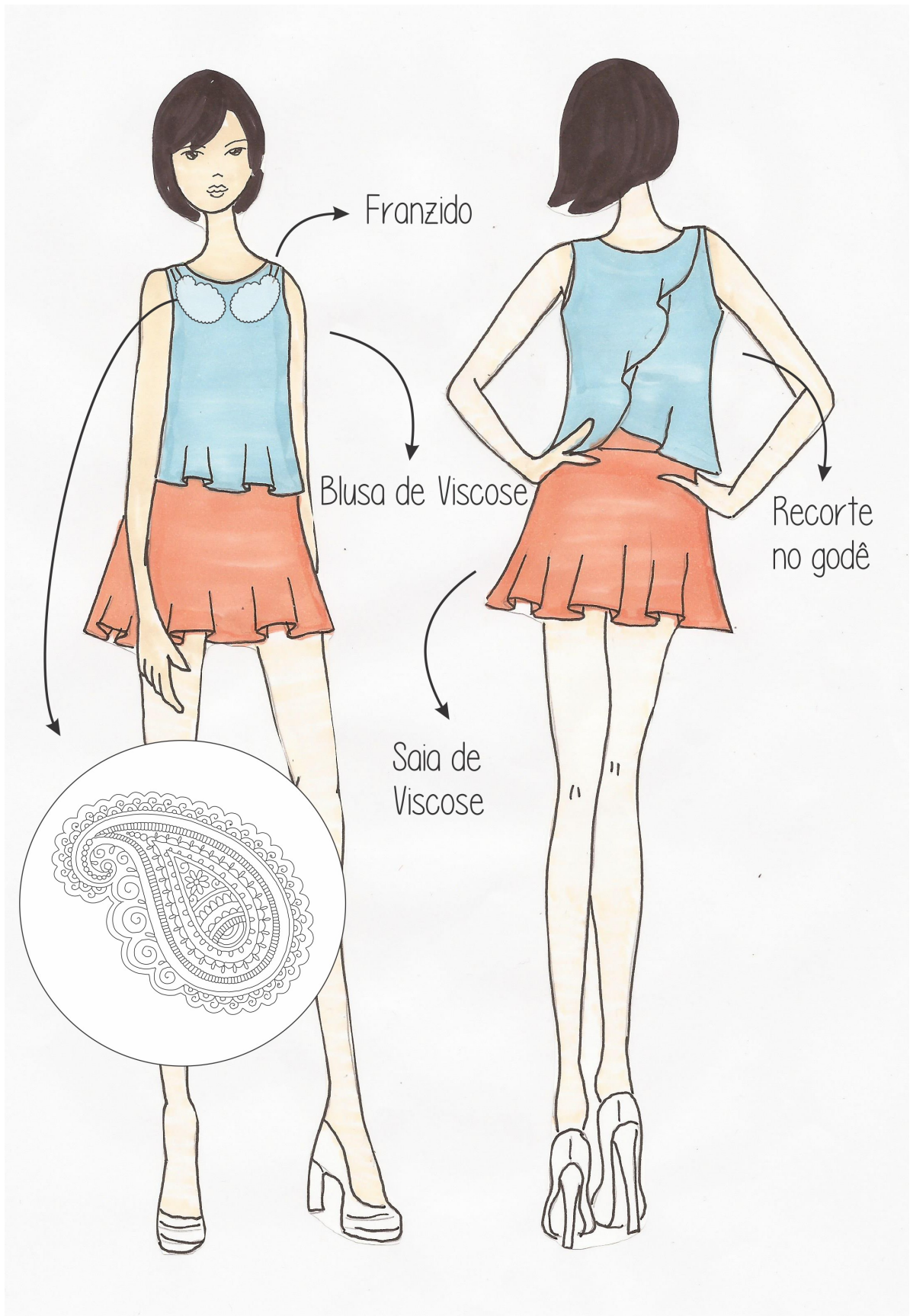


Figura 41: Look 15.
Fonte: da autora (2014).



Figura 42: Look 16.
Fonte: Da autora (2014).

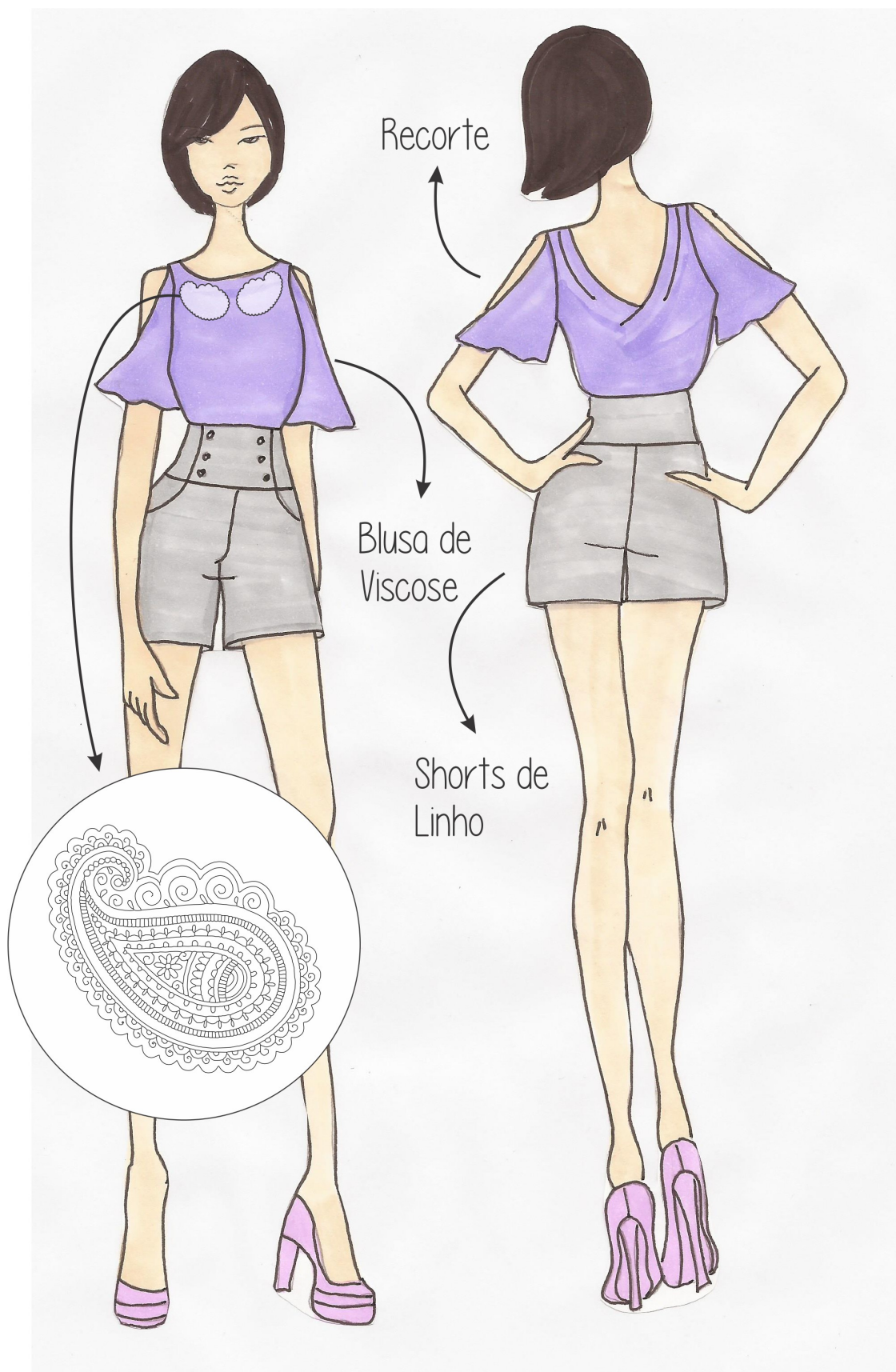


Figura 43: Look 17.
Fonte: da autora (2014).



Figura 44: Look 18.
Fonte: da autora (2014).

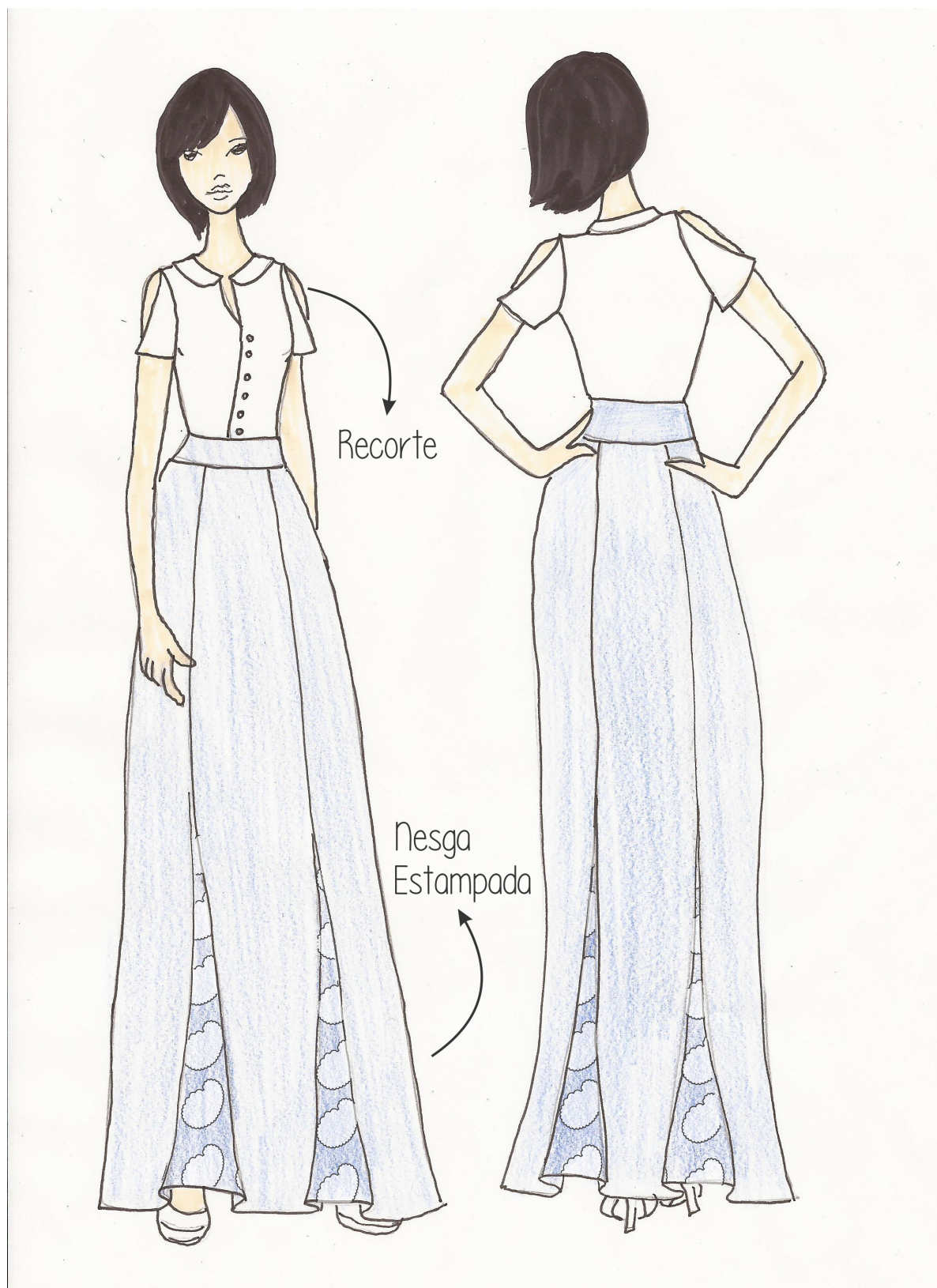


Figura 45: Look 19.
Fonte: da autora (2014).



Figura 46: Look 20.

Fonte: da autora (2014).

O look 20 é um vestido longo de georgete de seda. O forro mais curto não bloqueia a circulação do ar e o tecido fino ajuda na respiração. A frente é composta por um decote gota curto e as costas o mesmo decote mais profundo.

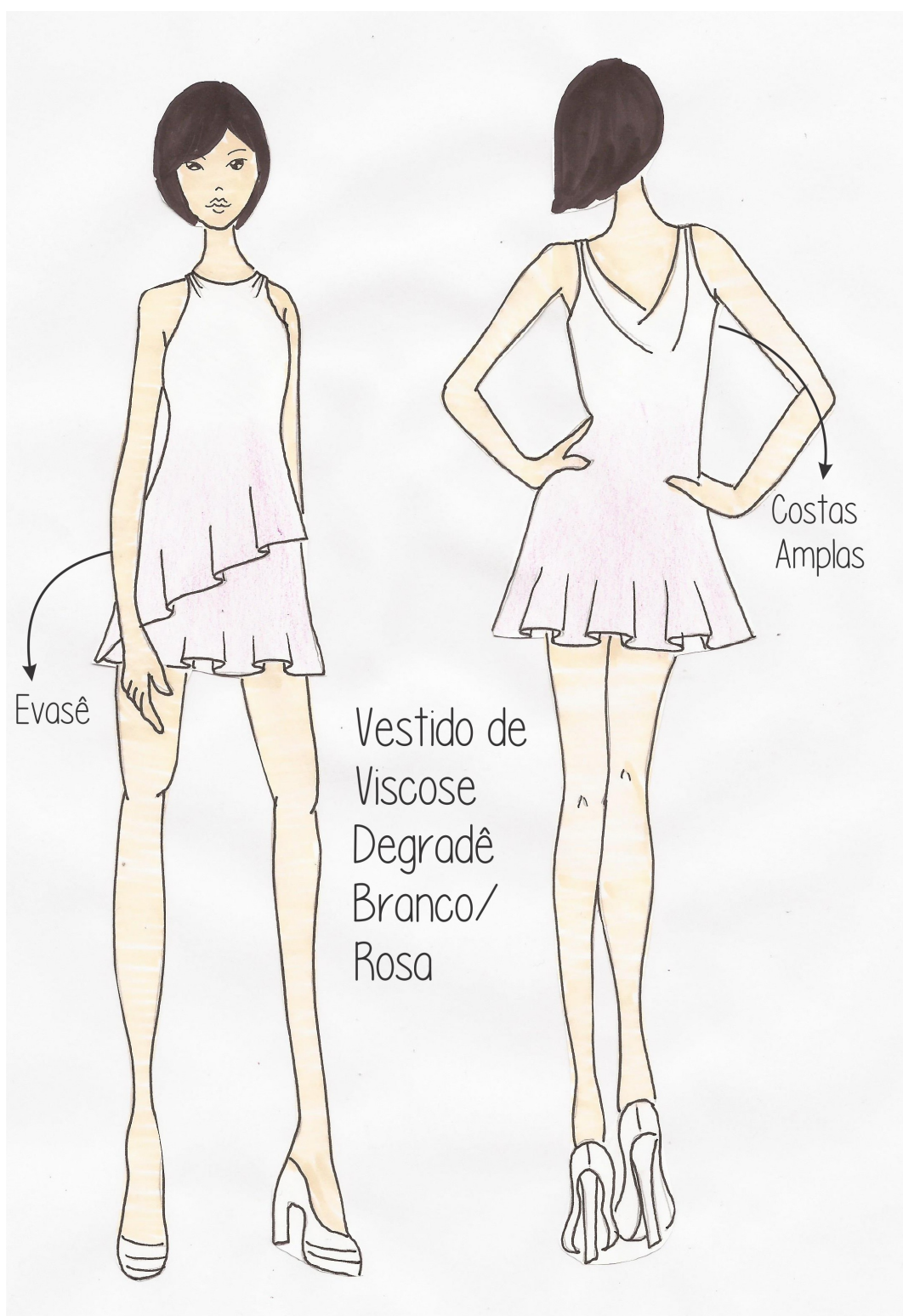


Figura 47: Look 21.

Fonte: da autora (2014).

O look 21 é um vestido curto de viscose, branco com tingimento degradê para o rosa. Apesar de forrado, o vestido mantém seu frescor pelo tecido com alto teor de regain.

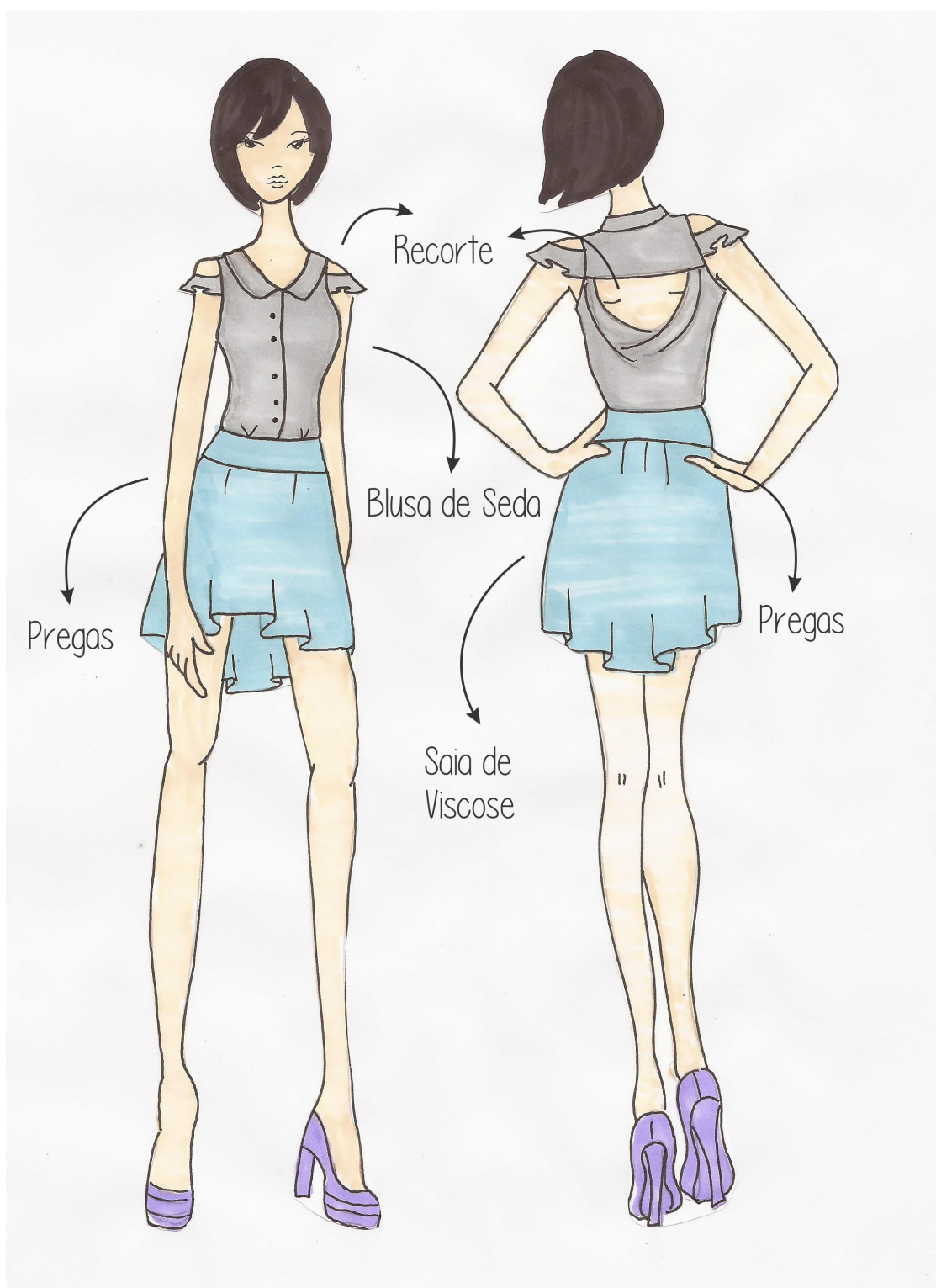


Figura 48: Look 22.
Fonte: da autora (2014).

A camisa de recortes do look 22 é feita com recortes estratégicos, o material é composto de viscose e seda, com toque fresco. A saia de viscose é forrada com algodão para diminuir a transparência do tecido e absorve a transpiração.

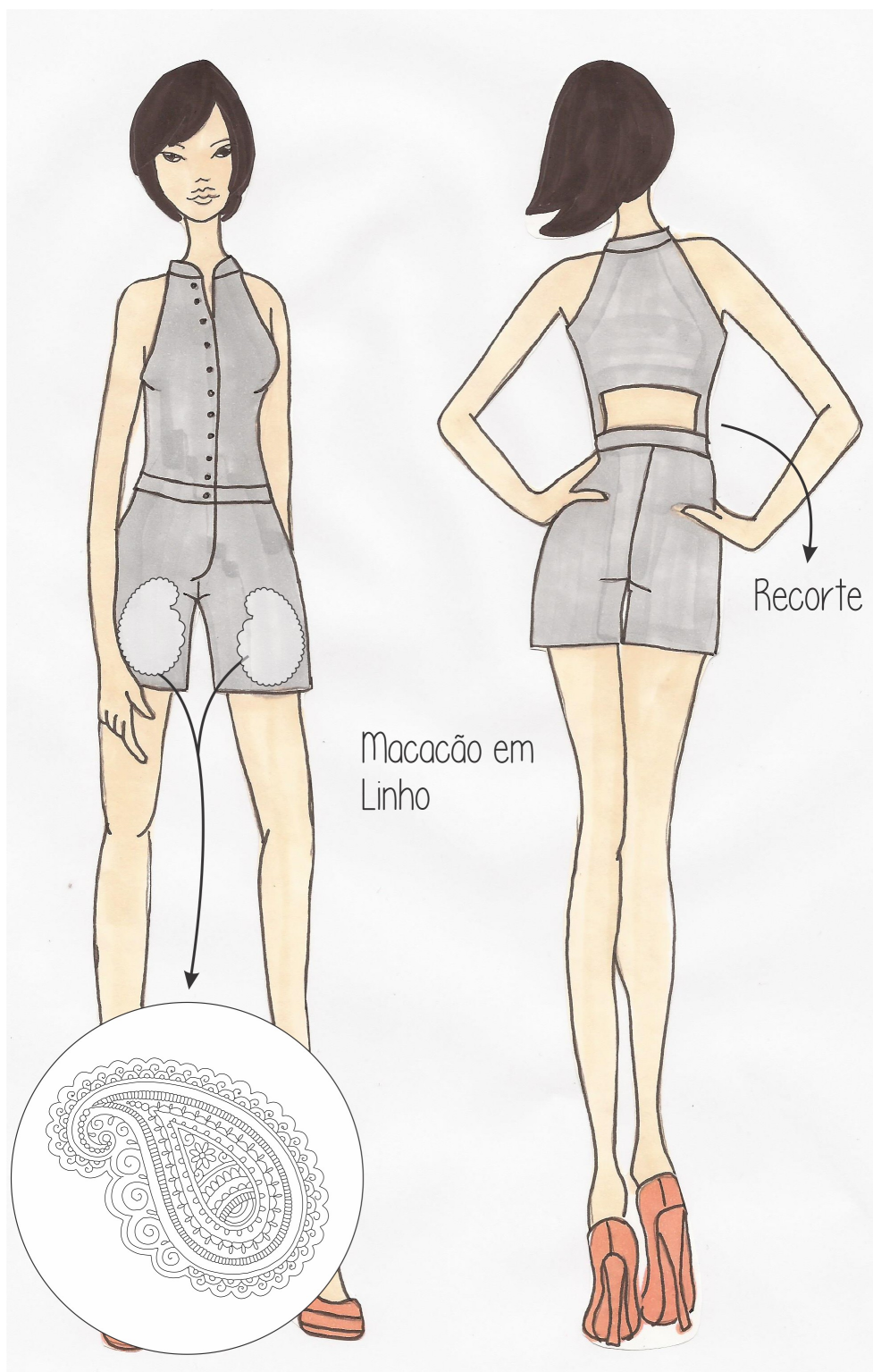


Figura 49: Look 23.

Fonte: da autora (2014).

O macacão estampado do look 23 foi feito em tecido mescla de vinho com viscose. Apresenta um recorte nas costas, deixando a peça mais ventilada, a cava é mais aberta para dar conforto e movimento.



Figura 50: Look 24.
Fonte: da autora (2014).

O look 24 é composto por uma calça de linho com as nesgas estampadas e camisa de laise. O tecido da calça apresenta mais conforto que o jeans, sendo uma alternativa melhor para a consumidora que necessita usar calça no dia a dia. A camisa de laise em algodão é leve e possui recortes nas mangas, como alternativa para uma ocasião mais formal que pede uma blusa de mangas.

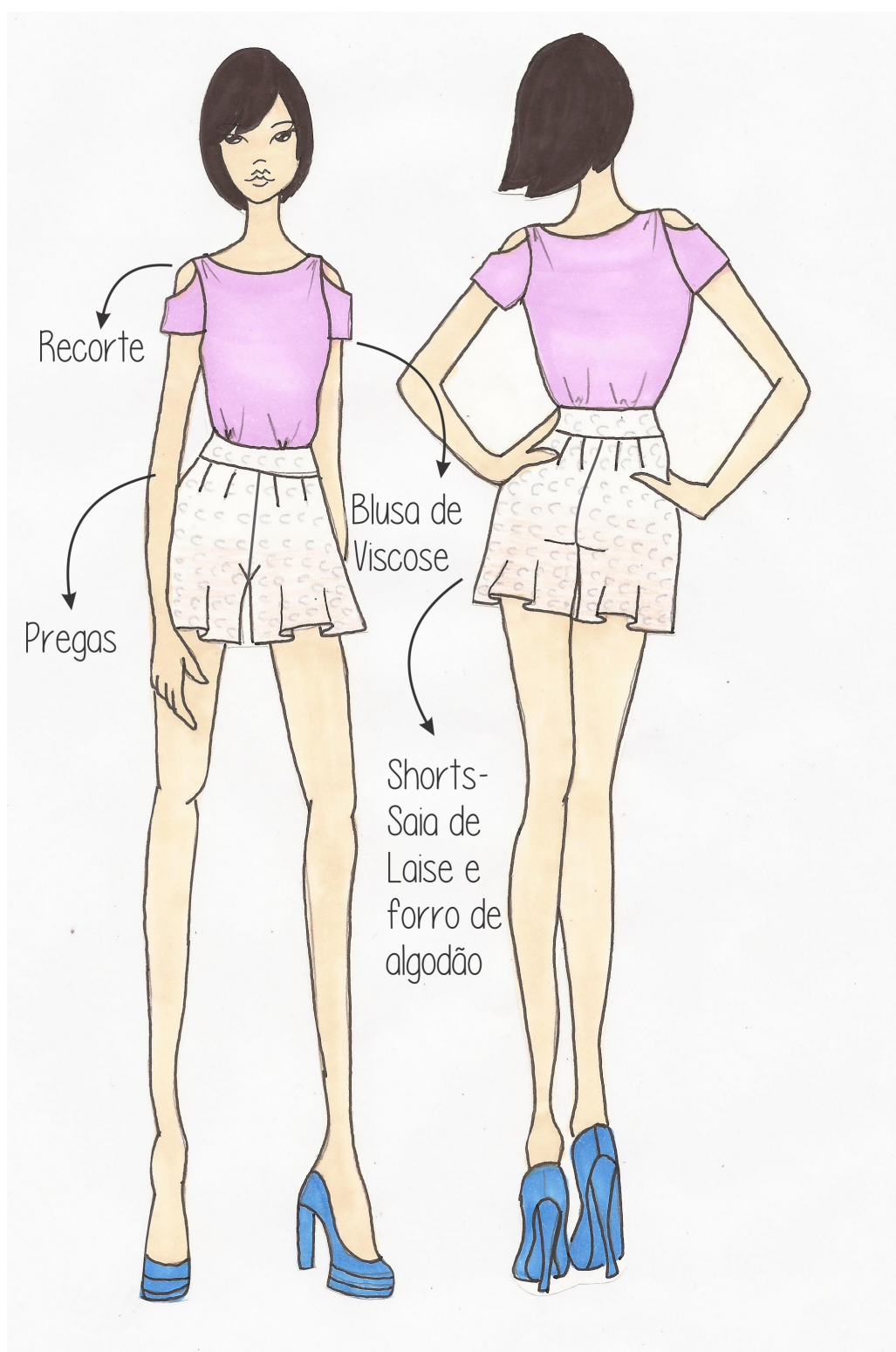
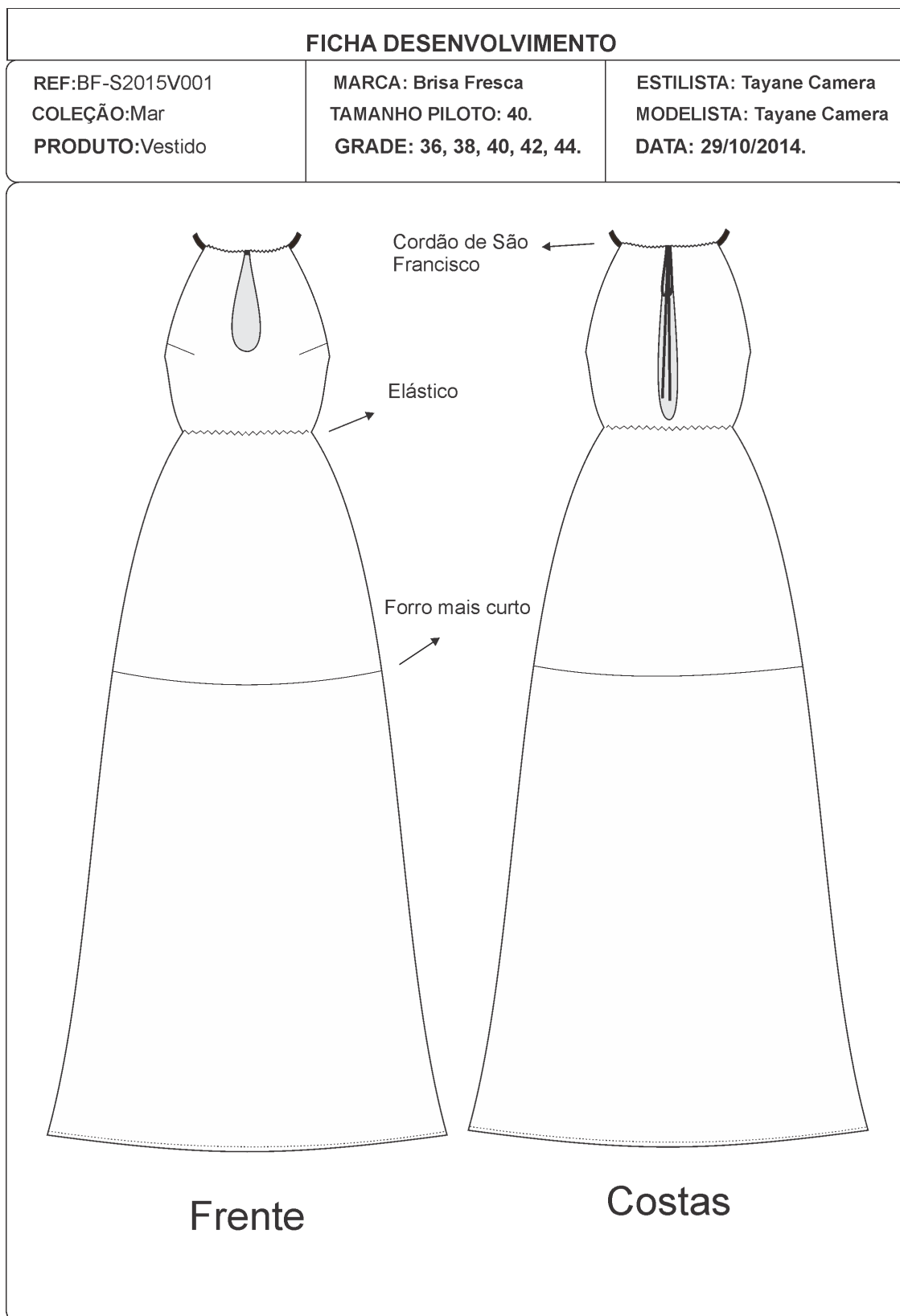


Figura 51: Look 25.
Fonte: da autora (2014).

O último look apresenta uma blusa de viscose com manga com recortes e shorts de laise branco com forro de malha de algodão. O modelo mais aberto do shorts contribui para que o forro não incomode a usuária.

5.5 FICHAS TÉCNICAS



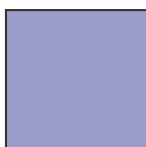
TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Viscose com Seda	Indireto MA Rivieira	80% Viscose 20% Seda	1 metro	R\$ 23,00
Georgete	Indireto MA Rivieira	100% Seda	3 metros	R\$ 69,00

AMOSTRAS

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Cordão de São Francisco	Indireto Bazar Ipiranga	Lilás	1,20 M	R\$ 2,30
Linha	Indireto Bazar Ipiranga	Lilás	50 mts	R\$ 0,80
Fio	Indireto Bazar Ipiranga	Lilás	90 mts	R\$ 0,60
Ponteira	Indireto Bazar Tupi	Lilás	90 mts	R\$ 0,50

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Sacola de conservação	Indireto Plastilar	Transparente	1 unidade	R\$ 0,50
Tag	TC Gráfica Rápida	Colorida	1 unidade	R\$ 1,70
Etiqueta peça	Etik	Branca	2 unidades	R\$ 0,30

VARIAÇÃO CORES



Pantone
16-3931 TPX

FICHA DESENVOLVIMENTO

REF:BF-S2015V002

COLEÇÃO:Mar

PRODUTO:Vestido degradê

MARCA: Brisa Fresca

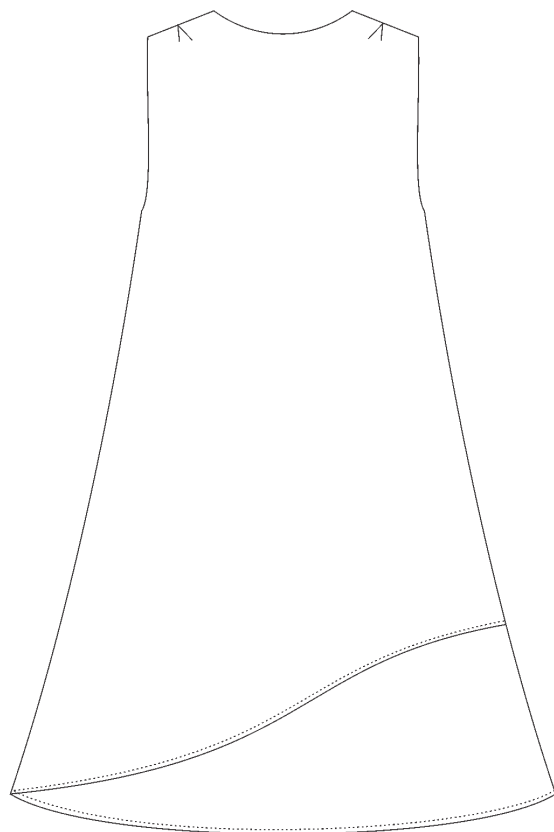
TAMANHO PILOTO: 40.

GRADE: 36, 38, 40, 42, 44.

ESTILISTA: Tayane Camera

MODELISTA: Tayane Camera

DATA: 29/10/2014.

**Frente****Costas**

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Viscose	Indireto Febratex	100% Viscose	3,60 m	R\$ 17,00

AMOSTRAS

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Indireto Bazar Ipiranga	Branco	70 mts	R\$ 0,95
Fio	Indireto Bazar Ipiranga	Branco	110 mts	R\$ 0,85

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Sacola de conservação	Indireto Plastilar	Transparente	1 unidade	R\$ 0,50
Tag	TC Gráfica Rápida	Colorida	1 unidade	R\$ 1,70
Etiqueta peça	Etik	Branca	2 unidades	R\$ 0,30

VARIAÇÃO CORES



Pantone
17-1744 TPX

ESTAMPARIA:

REF:
TAMANHO:
VALOR:

CORES:

BORDADO:

REF:
QUANT. PONTOS:
TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM: Tie-dye degradê
VALOR: R\$ 12,00

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

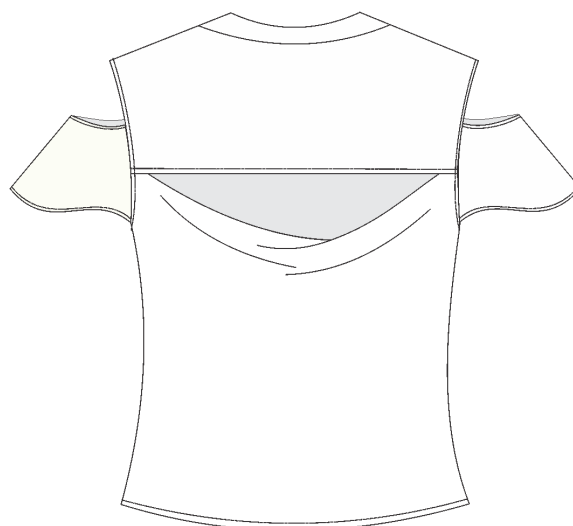
34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

FICHA DESENVOLVIMENTO

REF:BF-S2015B002
COLEÇÃO:Mar
PRODUTO:Camisa

MARCA: Brisa Fresca
TAMANHO PILOTO: 40.
GRADE: 36, 38, 40, 42, 44.

ESTILISTA: Tayane Camera
MODELISTA: Tayane Camera
DATA: 29/10/2014.

**Frente****Costas**

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Viscose com Seda	Indireto MA Rivieira	80% Viscose 20% Seda	1,20 m	R\$ 23,00

AMOSTRAS

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão Pérola	Indireto Bazar Ipiranga	Gelo	5 Unidades	R\$ 0,50
Linha	Indireto Bazar Ipiranga	Gelo	40 mts	R\$ 0,70
Fio	Indireto Bazar Ipiranga	Gelo	80 mts	R\$ 0,50

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Sacola de conservação	Indireto Plastilar	Transparente	1 unidade	R\$ 0,50
Tag	TC Gráfica Rápida	Colorida	1 unidade	R\$ 1,70
Etiqueta peça	Etik	Branca	2 unidades	R\$ 0,30

VARIAÇÃO CORES



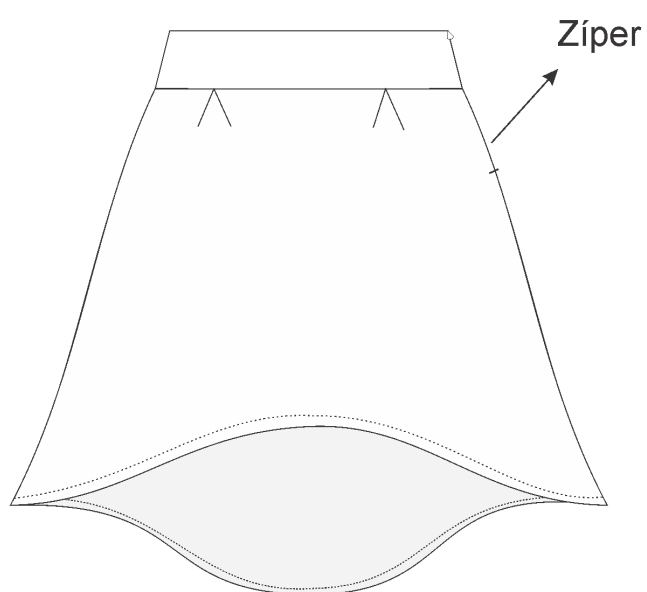
Pantone
13-4804 TPX

FICHA DESENVOLVIMENTO

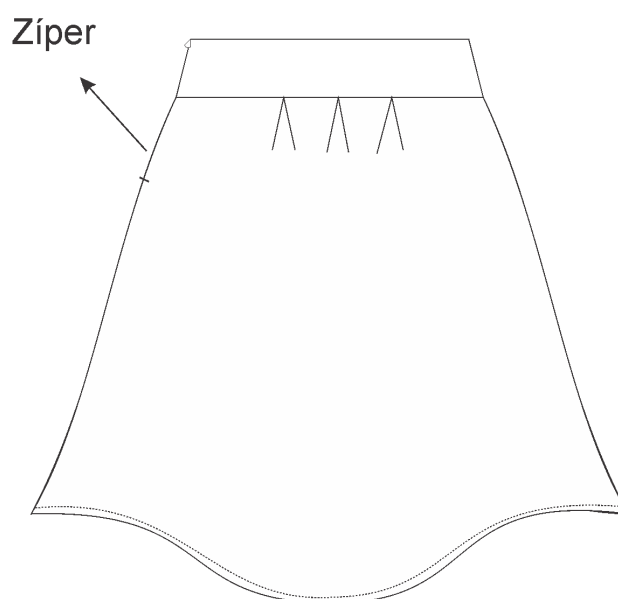
REF:BF-S2015S001
COLEÇÃO:Mar
PRODUTO:Saia

MARCA: Brisa Fresca
TAMANHO PILOTO: 40.
GRADE: 36, 38, 40, 42, 44.

ESTILISTA: Tayane Camera
MODELISTA: Tayane Camera
DATA: 29/10/2014.



Frente



Costas

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Viscose	Indireto Loja Tupi	100% Viscose	1,20 m	R\$ 19,90

AMOSTRAS

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Zíper Invisível	Indireto Bazar Tupi	Azul	1 Unidade	R\$ 1,20
Linha	Indireto Bazar Ipiranga	Azul	40 mts	R\$ 0,60
Fio	Indireto Bazar Ipiranga	Azul	60 mts	R\$ 0,50

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Sacola de conservação	Indireto Plastilar	Transparente	1 unidade	R\$ 0,50
Tag	TC Gráfica Rápida	Colorida	1 unidade	R\$ 1,70
Etiqueta peça	Etik	Branca	2 unidades	R\$ 0,30

VARIAÇÃO CORES



Pantone
15-4722 TPX

ESTAMPARIA:

REF:
TAMANHO:
VALOR:

CORES:

BORDADO:

REF:
QUANT. PONTOS:
TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
	20	20	20	20	20					
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

FICHA DESENVOLVIMENTO

REF:BF-S2015M001

COLEÇÃO:Mar

PRODUTO:Macaquinho

MARCA: Brisa Fresca

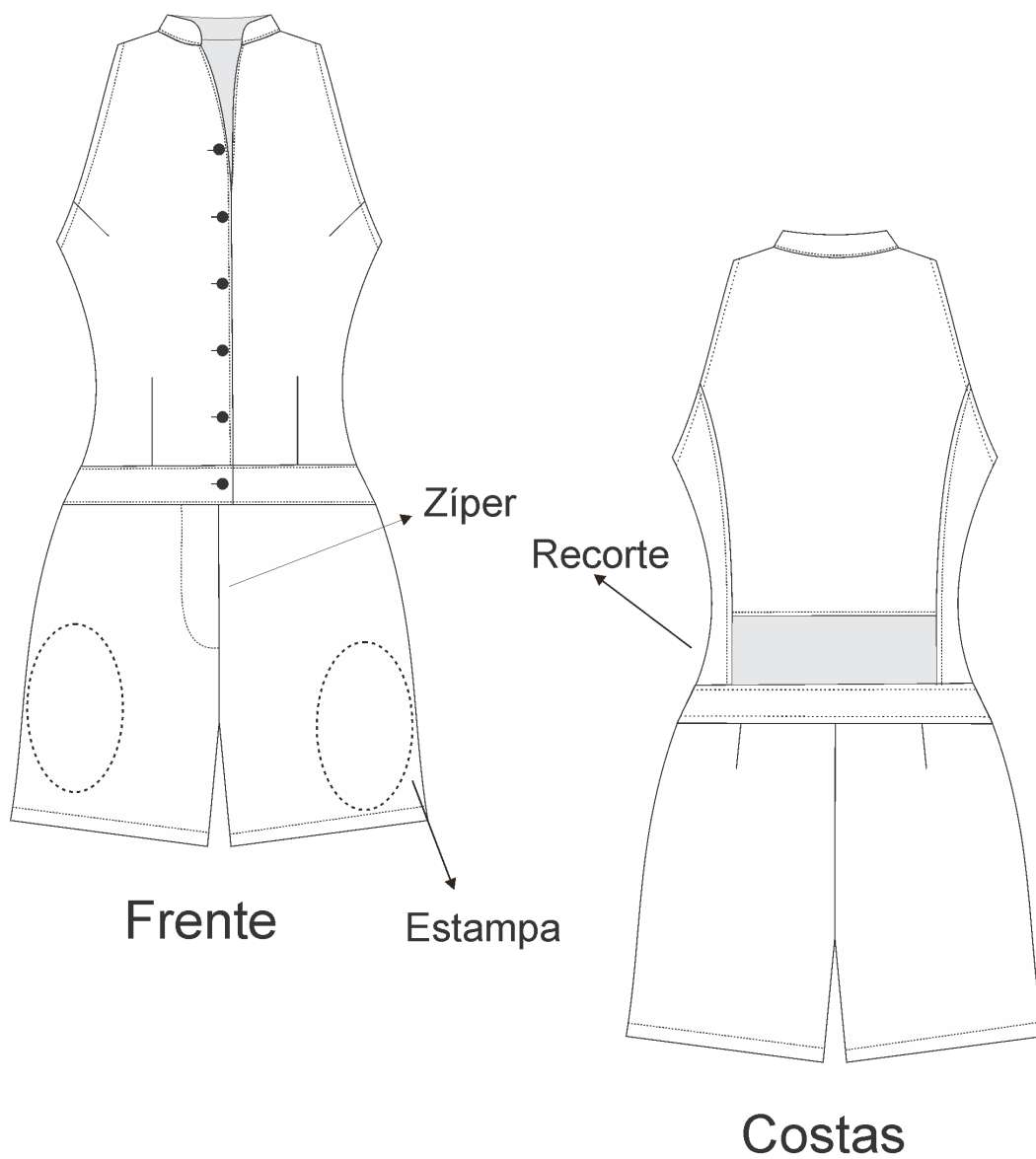
TAMANHO PILOTO: 38.

GRADE: 36, 38, 40, 42, 44.

ESTILISTA: Tayane Camera

MODELISTA: Tayane Camera

DATA: 29/10/2014.



TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Linho com viscose	Indireto Febratex	80% Linho 20% Viscose	1,30 M	R\$ 28,00

AMOSTRAS

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão	Indireto Bazar Ipiranga	Branco	6 Unidades	R\$ 0,60
Zíper	Indireto Bazar Ipiranga	Cinza	1 Unidade	R\$ 0,80
Linha	Indireto Bazar Ipiranga	Cinza	50 mts	R\$ 0,80
Fio	Indireto Bazar Ipiranga	Cinza	90 mts	R\$ 0,60

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Sacola de conservação	Indireto Plastilar	Transparente	1 unidade	R\$ 0,50
Tag	TC Gráfica Rápida	Colorida	1 unidade	R\$ 1,70
Etiqueta peça	Etik	Branca	2 unidades	R\$ 0,30

VARIAÇÃO CORES

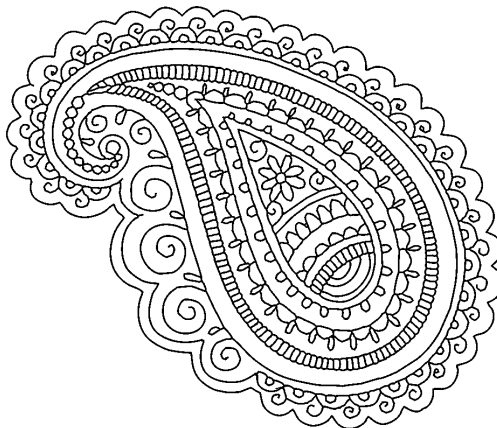


Pantone
15-4101 TPX

ESTAMPARIA:

REF: Estampa 01
 TAMANHO: 12x15
 VALOR: R\$ 1,50

CORES: Branca

**BORDADO:**

REF:
 QUANT. PONTOS:
 TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
 VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

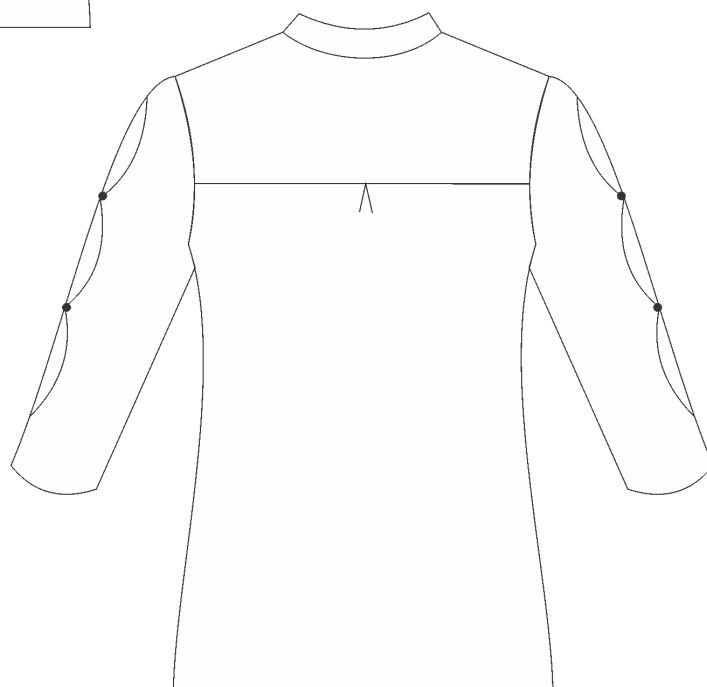
34	36	38	40	42	44	46	48			
	15	15	15	15	15					
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

FICHA DESENVOLVIMENTO

REF:BF-S2015B001
COLEÇÃO:Mar
PRODUTO:Camisa Branca

MARCA: Brisa Fresca
TAMANHO PILOTO: 38.
GRADE: 36, 38, 40, 42, 44.

ESTILISTA: Tayane Camera
MODELISTA: Tayane Camera
DATA: 29/10/2014.

**Frente****Costas**

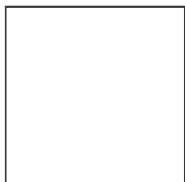
TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Laise	Indireto Monalisa	100% Algodão	1,20 m	R\$ 35,00

AMOSTRAS**AVIAMENTOS**

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botões Pérola	Indireto Ipiranga	Branco	8 Unidades	R\$ 0,50
Linha	Indireto Bazar Ipiranga	Branco	50 mts	R\$ 0,80
Fio	Indireto Bazar Ipiranga	Branco	90 mts	R\$ 0,60

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Sacola de conservação	Indireto Plastilar	Transparente	1 unidade	R\$ 0,50
Tag	TC Gráfica Rápida	Colorida	1 unidade	R\$ 1,70
Etiqueta peça		Branca	2 unidades	R\$ 0,30

VARIAÇÃO CORES

FICHA DESENVOLVIMENTO

REF:BF-S2015C002
COLEÇÃO:Mar
PRODUTO:Calça Azul

MARCA: Brisa Fresca
TAMANHO PILOTO: 38.
GRADE: 36, 38, 40, 42, 44.

ESTILISTA: Tayane Camera
MODELISTA: Tayane Camera
DATA: 29/10/2014.

**Frente****Costas**

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Linho	Indireto Monalisa	100% Linho	1,50 m	R\$ 37,00

AMOSTRAS

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Botão	Indireto Bazar Ipiranga	Azul	6 Unidades	R\$ 0,80
Linha	Indireto Bazar Ipiranga	Azul	70 mts	R\$ 0,90
Fio	Indireto Bazar Ipiranga	Azul	110 mts	R\$ 0,70
Zíper Invisível	Indireto Bazar Ipiranga	Azul	1 Unidade	R\$ 1,00

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Sacola de conservação	Indireto Plastilar	Transparente	1 unidade	R\$ 0,50
Tag	TC Gráfica Rápida	Colorida	1 unidade	R\$ 1,70
Etiqueta peça	Etik	Branca	2 unidades	R\$ 0,30

VARIAÇÃO CORES

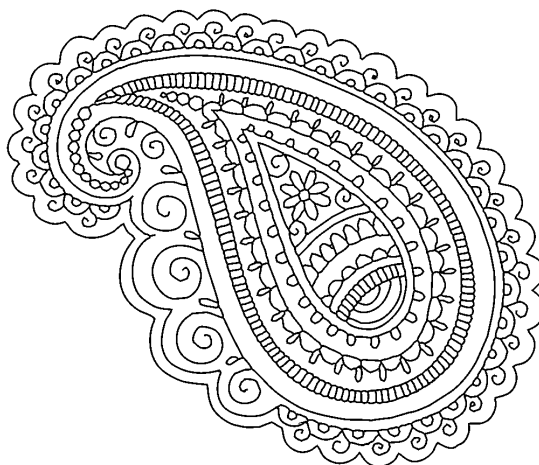


Pantone
16-4032 TPX

ESTAMPARIA:

REF: Estampa 01
 TAMANHO: 12x15
 VALOR: R\$ 1,50

CORES: Branca

**BORDADO:**

REF:
 QUANT. PONTOS:
 TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
 VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
	20 cm	20 cm	20 cm	20 cm	20 cm					
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: BF-S2015B003

COLEÇÃO: Mar

PRODUTO: Blusa com recorte

MARCA: Brisa Fresca

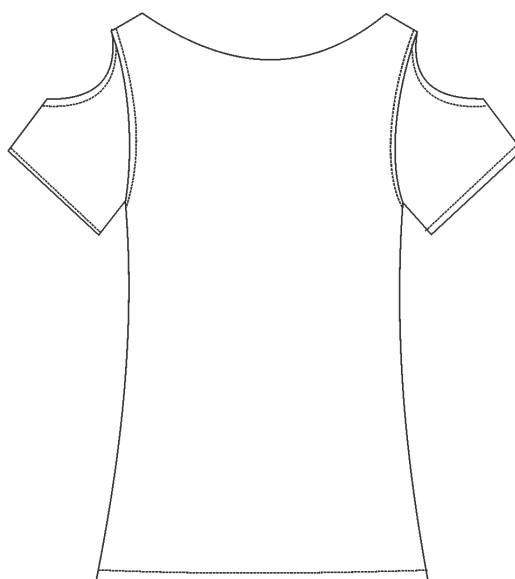
TAMANHO PILOTO: 40

GRADE: 36, 38, 40, 42, 44.

ESTILISTA: Tayane Camera

MODELISTA: Tayane Camera

DATA: 29/09/2014.

Frente**Costas**

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Viscose	Indireto Marcato	100% Viscose	80 cm	R\$ 19,90 mt

AMOSTRAS

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Indireto Bazar Ipiranga	Rosa	30 mts	R\$ 0,30
Fio	Indireto Bazar Ipiranga	Rosa	50 mts	R\$ 0,25

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Sacola de conservação	Indireto Plastilar	Transparente	1 unidade	R\$ 0,50
Tag	TC Gráfica Rápida	Colorida	1 unidade	R\$ 1,70
Etiqueta da peça	Etik	Branco	2 unidades	R\$ 0,30

VARIAÇÃO CORES



Pantone
17-1744 TPX

FICHA DESENVOLVIMENTO

REF:BF-S2015C001

COLEÇÃO:Mar

PRODUTO:Shorts com pregas

MARCA: Brisa Fresca

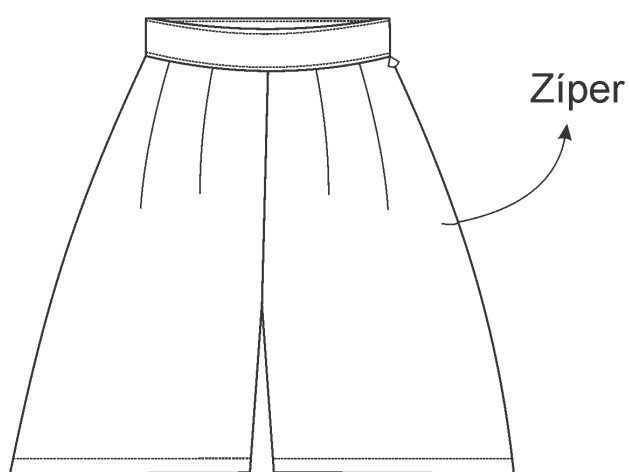
TAMANHO PILOTO: 40.

GRADE: 36, 38, 40, 42, 44.

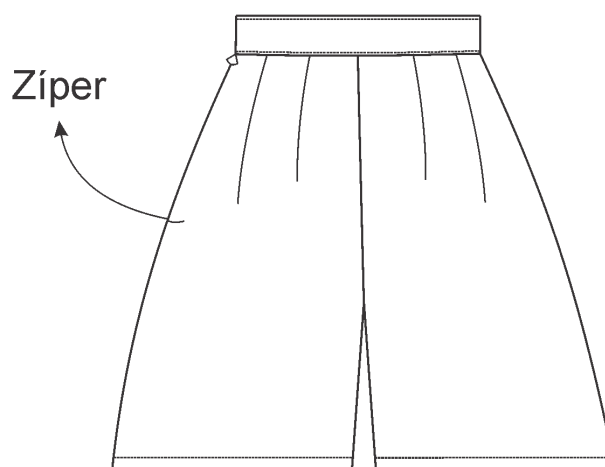
ESTILISTA: Tayane Camera

MODELISTA: Tayane Camera

DATA: 29/09/2014.



Frente



Costas

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Lese	Indireto Marcato	100% algodão	80 cm	R\$ 39,90 MT
Malha	Indireto Marcato	100% algodão	50 cm	R\$ 12,90 MT

AMOSTRAS**AVIAMENTOS**

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Zíper invisível	Indireto Bazar Ipiranga	Branco	1 unidade	R\$ 1,20
Linha	Indireto Bazar Ipiranga	Branco	50 mts	R\$ 0,80
Fio	Indireto Bazar Ipiranga	Branco	90 mts	R\$ 0,60

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Sacola de conservação	Indireto Plastilar	Transparente	1 unidade	R\$ 0,50
Tag	TC Gráfica Rápida	Colorida	1 unidade	R\$ 1,70

VARIAÇÃO CORES

ESTAMPARIA:

REF:
TAMANHO:
VALOR:

CORES:

BORDADO:

REF:
QUANT. PONTOS:
TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
	12	12	15	15	15					
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

5.6 LOOKS CONFECCIONADOS



Figura 52: Look 20 Confeccionado.
Fonte: Da autora (2014).



Figura 53: Look 21 confeccionado.
Fonte: Da autora (2014)



Figura 54: Look 22 confeccionado.
Fonte: Da autora (2014).



Figura 55: Look 23 confeccionado.
Fonte: Da autora (2014).



Figura 56: Look 24 confeccionado.
Fonte: Da autora (2014).



Figura 57: Look 25 confeccionado.
Fonte: Da autora (2014).

5.7 DOSSIÊ ELETRÔNICO

O site da marca foi pensado para ser algo simples e de fácil acesso. Nele o consumidor pode conhecer o conceito da marca, visualizar os modelos da coleção atual e encontrar os endereços onde pode comprar as peças.



Figura 58: Página Inicial.
Fonte: Da autora (2014).

O site foi elaborado com uma barra de navegação em que podem ser acessadas as outras informações. Na página “A Marca” é apresentado o conceito da marca, ilustrado com uma imagem do público-alvo.



Figura 59: Página "A Marca".
Fonte: Da autora (2014).



Figura 60: Página "Coleção".
Fonte: Da autora (2014).

Na página coleção é possível conhecer o conceito da coleção em campanha e visualizar o painel semântico da coleção.

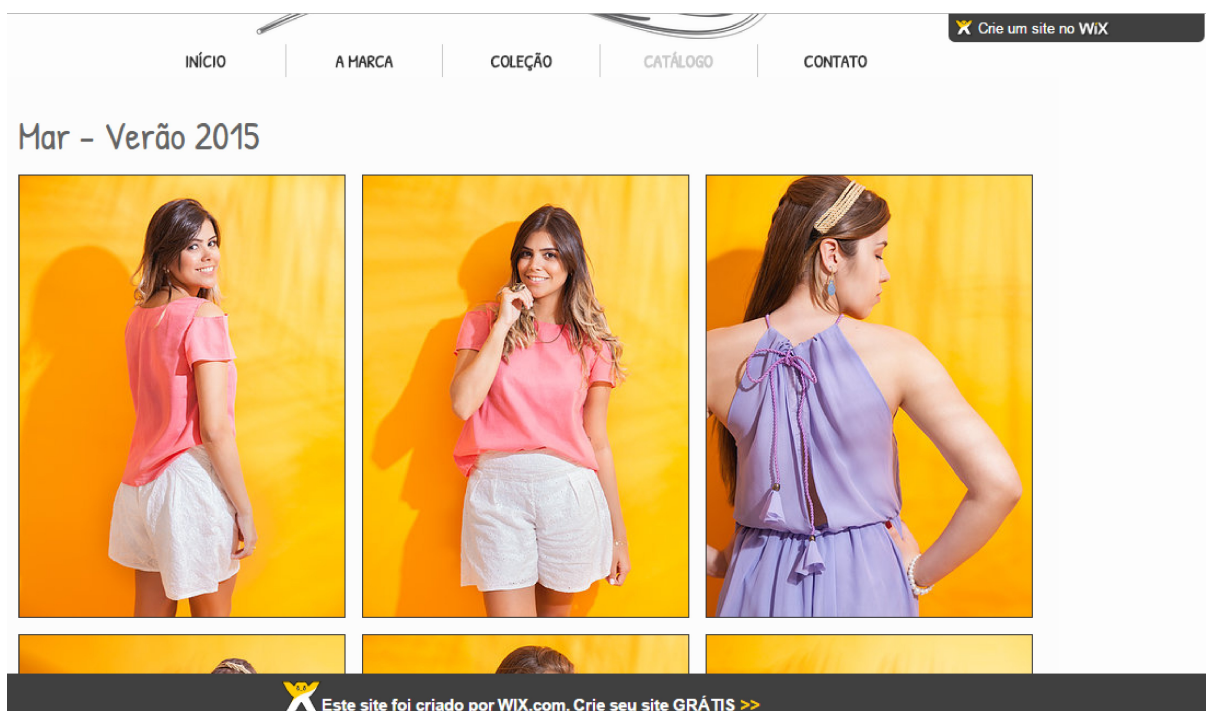


Figura 61: Página "Catálogo".
Fonte: Da autora (2014).

O catálogo está disponível para que as clientes possam ver os modelos da coleção.

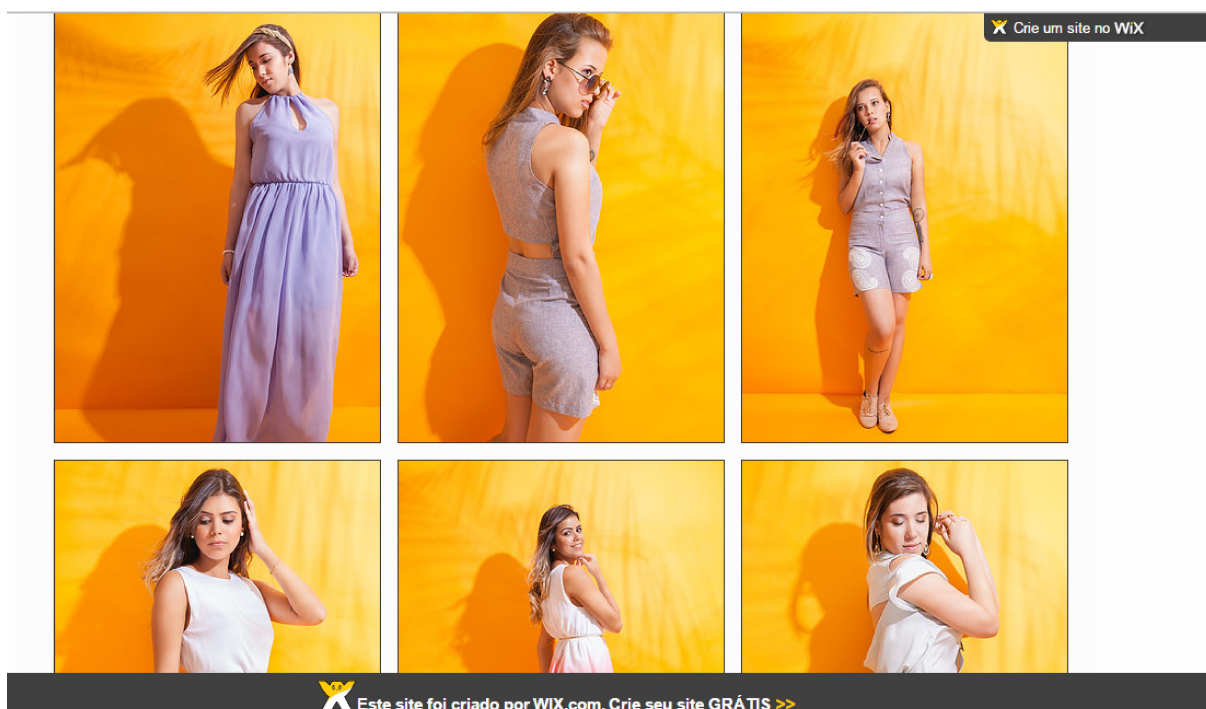


Figura 62: Página "Catálogo".
Fonte: Da autora (2014).

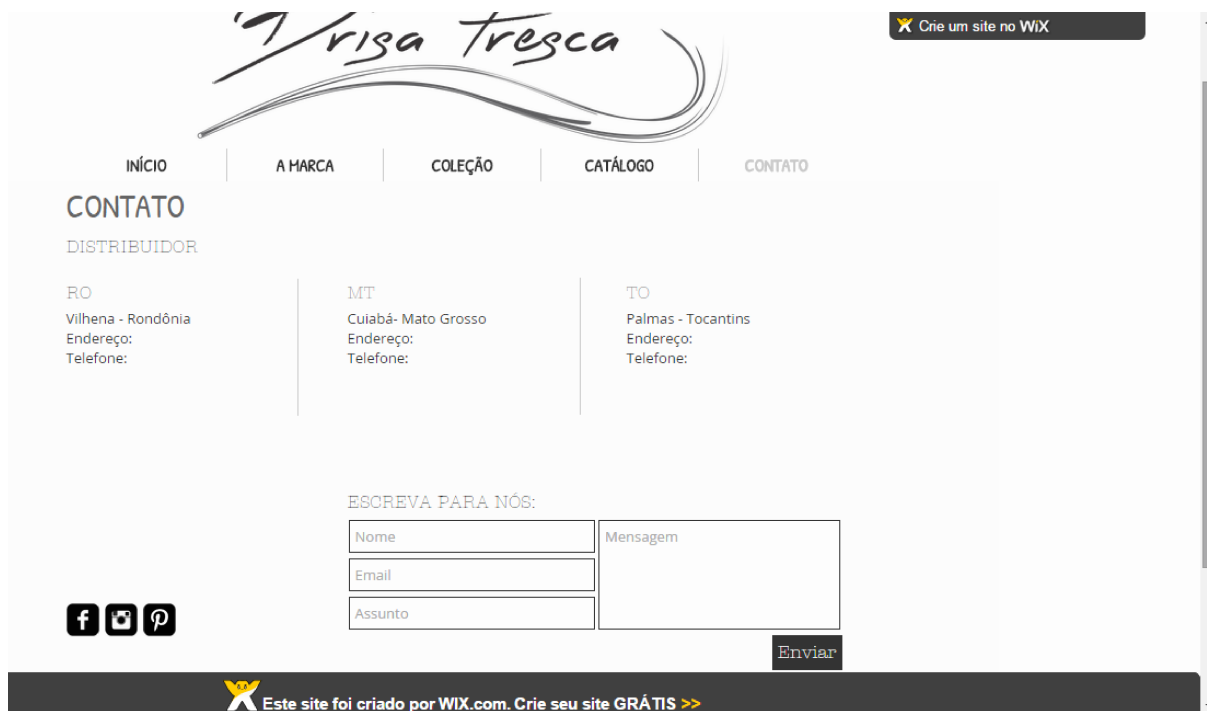


Figura 63: Página "Contato".

Fonte: Da autora (2014).

Na página “Contato” estará disponível o nome das cidades e lojas onde os produtos podem ser encontrados para compra. Também há ícones para acesso das redes sociais “Facebook”, “Instagram” e “Pinterest”.

5.8 DIVULGAÇÃO DA MARCA

Para divulgação da marca em eventos serão distribuídos leques com o logo da marca e site para que as pessoas acessem e conheçam.



Figura 64: Material de divulgação.
Fonte: Da autora (2014).

5.9 DESFILE

Para o desfile a maquiagem escolhida foi o uma proposta mais natural, com objetivo de realçar os olhos com azul-claro e marrom. Nos lábios brilho transparente com efeito molhado. Nos pés as modelos usarão calçados leves e os acessórios com pérolas, pedras e motivos que lembrem o mar. A música escolhida para o desfile é “Sambinha Bom” da artista Mallu Magalhães.

A ordem do desfile



Figura 65: Ordem do desfile.
Fonte: Da autora (2014).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das pesquisas de público foi possível entender melhor as necessidades dos usuários das regiões equatorial e tropical semiúmida. A necessidade de uma peça mais fresca e ainda assim atendendo aos apelos estéticos. Mesmo com altas temperaturas as consumidoras gostariam de usar calças, sendo assim desenvolvidas em linho com o objetivo de proporcionar mais conforto.

A substituição das fibras sintéticas pelas naturais concederá melhor respiração da pele com o ambiente e trará mais qualidade de vida à consumidora. As cores suaves além de absorverem menos a luz solar em comparação com as escuras transmitem calma e serenidade, amenizando o fluxo do sangue e diminuindo a temperatura corporal.

As peças apresentam características favoráveis para o clima, as cores suaves e a limpeza visual da peça também colaboram com a sensação de frescor. Outro ponto a ser observado são os recortes que permitem a respiração da pele em áreas estratégicas.

REFERÊNCIAS

ABRAVEST, **Dados estatísticos do setor vestuário e meias**. 2012. Disponível em <http://www.abraviest.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=49&Itemid=30>. Acesso em: 15/05/2014.

AGUIAR NETO, Pedro Pita. **Fibras Têxteis**: Volume 1. - Rio de Janeiro: SENAI-DN: SENAI-CETIQT: CNPq; IBICT: PEDCT: TIB, 1996. 341p.

AGUIAR NETO, Pedro Pita. **Fibras Têxteis**: Volume 2. - Rio de Janeiro: SENAI-DN: SENAI-CETIQT: CNPq; IBICT: PADCT: TIB, 1996. 293p.

BEKER, Ana. Como se calcula a sensação térmica? Super Interessante, São Paulo: Abril, número 312, dez. 2013. <Disponível em <http://super.abril.com.br/ciencia/como-se-calcula-sensacao-termica-730292.shtml>> Acesso em: 25/05/2014.

BERTELLA, Mario Augusto; TEIXEIRA, Rudolph Fabiano A. P. **A indústria do vestuário no Brasil e sua concentração espacial**. ANPEC SUL - Porto Alegre, 17.p, 2010. Disponível em <<http://www.ppge.ufrgs.br/anpecsul2010/artigos/58.pdf>>. Acesso em: 25/05/2014.

BOAVENTURA, Edivaldo M.; **Metodologia da pesquisa**: monografia, dissertação, tese. 1ª Edição – 3ª reimpressão. São Paulo: Atlas, 2007. 160 p.

BRASIL. Lei complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Capítulo II. Art. 3º. Presidência da República. Casa Civil, Brasília, DF. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp123.htm> Acesso em: 29/09/2014.

CAMARGO, Maristela Gomes de. Discussões sobre ergonomia e conforto térmico em relação ao vestuário. II Colóquio de Moda: Salvador – BA. 2006. Disponível em <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/2-Coloquio-de-Moda_2006/artigos/88.pdf> Acesso em 16/05/2014.

CLIMATE-DATA. Climograma região subtropical. Cidade: Curitiba – PR, 2010 Disponível em: <<http://pt.climate-data.org/location/2010/>> Acesso em: 15/05/2014.

COLOUR LOVERS. Referências da coleção. Disponível em: <http://www.colourlovers.com/pattern/4426279/Sea_Snails> Acesso em: 27/09/2014.

Estação Meteorológica do IAG/USP, 2011. Disponível em <<http://www.estacao.iag.usp.br/seasons/index.php>>. Acesso em: 15/05/2014.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 5ª Edição. São Paulo: Edgard Blucher, 2006. 173 p.

GONÇALVES, Eliana; LOPES, Luciana Dornbusch. Ergonomia no Vestuário: Conceito de Conforto como valor agregado ao produto de moda. In: Modapalavra: Reflexões em moda. SANT'ANNA, Mara Rúbia. Vol. 4. Florianópolis: UDESC/CEART, 2005. p. 21-29. Disponível em <http://www.ceart.udesc.br/modapalavra/edicao8/arquivos/modapalavra_livro_4.pdf>. Acesso em 16/05/2014.

HARUSAKI, KANTA. Referências da coleção. 2012. Disponível em: <<http://www.harusaki-suisai.com/cn9/pg297.html>> Acesso em: 27/09/2014.

HERRERA, Jessie Chanes. Público Alvo. 2013. Disponível em: <<http://www.flickr.com/photos/93772654@N07/9664050168/>> Acesso em: 10/09/2014.

IESDE S.A. Climas do Brasil: Classificação por A. Strahler. Disponível em: <<http://geografalando.blogspot.com.br/2012/11/massa-de-ar-norcoes-gerais.html>> Acesso em 10/05/2014.

IMGFAVE. Referências da coleção. Disponível em: <<http://imgfave.com/view/5050117?crlt.pid=camp.aiXb90dQsPY8>> Acesso em: 27/09/2014.

KÖCHE, José Carlos; **Fundamentação de metodologia científica: teoria da ciência e iniciação à pesquisa**. 25ª edição. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. 182 p.

KULPA, Cíntia C; BALLARINI, Dorothy; MORAES, Helton S. de. **Como otimizar as propriedades dos produtos têxteis para melhorar o conforto térmico?** 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design: São Paulo, 2010. Disponível em <<http://blogs.anhembri.br/congressodesign/anais/artigos/67895.pdf>> Acesso em 16/05/2014.

MIZRAHI, Denise. 2008. Disponível em: <<http://www.galeriasp.com.br/abstratos.html>> Acesso em 27/09/2014.

OLIVEIRA, Decio Ferreira. **Produção sustentável de fibras têxteis** – Proposta para um ecossistema de negócios na região do Jari, Amazônia. Enegep – Rio de Janeiro, 14 p. 2008. Disponível em <http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2008_TN_STO_079_551_11884.pdf> Acesso em 03/09/2014.

OLIVEIRA, Maria Helena. **Principais Matérias-Primas Utilizadas na Indústria Têxtil**. BNDES, 1997. Disponível em <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/mprev.pdf> Acesso em 23/05/2014.

PEZZOLO, Dinah Bueno. Tecidos: história, tramas, tipos e usos – São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

PINTEREST. Referências da coleção. Disponível em: <<http://www.pinterest.com/pin/298856125246183717/>> Acesso em: 27/09/2014.

SALAZAR, Manuela. Afinal, o que é sensação térmica? Gazeta do Povo, 2010. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vidaecidadania/conteudo.phtml?id=1032009>> Acesso em 14/05/2014.

SCHNEEBERGER, Carlos Alberto; FARAGO, Luiz Antonio. **Minimanual compacto de geografia do Brasil**: teoria e prática. 1. ed. São Paulo: Rideel, 2003. 367 p. Disponível em <<http://www.colegiowm.com.br/wp-content/uploads/2012/03/Geografia-do-Brasil-manual-completo.pdf>>. Acesso em: 15/05/2014.

TUMBLR. Painel Semântico. Disponível em: <<http://03633610.tumblr.com/post/68782444708>> Acesso em: 27/09/2014.

TUMBLR. Referências da coleção. Disponível em: <<http://blogbyjoyce.tumblr.com/post/64668424337>> Acesso em: 27/09/2014

VESENTINI, José William. **Geografia – Série Brasil**. São Paulo: Editora Ática, 2008, p. 252 – 256.

VOGUE BRASIL. Camisas e estilo Ladylike. Michael Kors, Verão 2015. Disponível em: <<http://vogue.globo.com/moda/moda-tendencias/noticia/2014/09/camisa-peca-chave-do-closet-de-verao-segundo-passarelas-de-ny.html>> Acesso em: 24/09/2014.

SHUTTERSTOCK. Painel Semântico. Disponível em:
<<http://www.shutterstock.com/pic-35581825/stock-vector-abstract-paisley-background.html>> Acesso em: 27/09/2014.

WEHEARTIT. Ideia de estampa. Disponível em:<<http://weheartit.com/entry/group/13460625>> Acesso em 27/09/2014.

WIARDA, MICHELLE. Referências da coleção. 2012. Disponível em: <<http://fineartamerica.com/featured/balance-in-spirals-watercolor-painting-michelle-wiarda.html>> Acesso em: 27/09/2014.

7 APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

Clima Equatorial e Tropical Semiúmido Usabilidade e Conforto

***Obrigatório**

1. Estado onde mora: *

Marcar apenas uma oval.

- Amazonas
- Pará
- Tocantins
- Rondônia
- Mato Grosso
- Outro:

2. Idade: *

Marcar apenas uma oval.

- Menos de 20 anos
- Entre 20 e 25 anos
- Entre 25 e 30 anos
- Entre 30 e 35 anos
- Entre 35 e 40 anos
- Acima de 40 anos

3. Quais problemas são os mais frequentes na hora de encontrar peças que sejam confortáveis? *

Marque todas que se aplicam.

- Tecido grosso e quente
- Tecido muito quente, mesmo quando fino
- Mangas muito compridas
- Cavas muito apertadas
- Golas que sufocam
- Peças muito justas

Tecidos que marcam a transpiração

Outro:

4. Quais peças incomodam mais? *

Marque todas que se aplicam.

- Calça Jeans
- Camisas
- Blusas de manga
- Vestidos
- Saias

5. Quais peças você evita usar pelo desconforto, mas gostaria de usar mais? *

Marque todas que se aplicam.

- Coletes
- Lenços
- Blazers

- Calças compridas
- Saias longas
- Camisas
- Vestidos

6. Que tipo de modelagem você prefere? *

Marcar apenas uma oval.

- Modelagens soltas e fluidas
- Modelagens justas e rígidas

7. Acha que a cor da peça influencia na sensação térmica? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

8. Quais cores você mais usa no dia a dia? *

Marque todas que se aplicam.

- Branco
- Azul
- Amarelo
- Verde
- Rosa
- Roxo
- Preto
- Cinza
- Marrom
- Nude
- Evito tons claros
- Evito tons escuros

9. Quais tecidos você prefere? *

Marque todas que se aplicam.

- Algodão
- Seda
- Linho
- Viscose
- Poliéster
- Poliamida

10. Já passou alguma situação constrangedora por sentir que estava transpirando em excesso por causa da roupa? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

11. Você acha que faltam produtos especialmente desenvolvidos para climas quentes? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não