

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

CAROLINE MARRY CAVAZZANA

**A APLICAÇÃO DO COURO DE PEIXE
NO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS MODA PRAIA**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

APUCARANA

2013

CAROLINE MARRY CAVAZZANA

**A APLICAÇÃO DO COURO DE PEIXE
NO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS MODA PRAIA**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação
apresentado como requisito parcial, para obtenção
do título de Tecnólogo do Curso Superior de
Tecnologia em Design de Moda da UTFPR –
Universidade Tecnológica Federal do Paraná –
Câmpus Apucarana

Orientador: Prof. Ms. Celso Tetsuro Suono

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 64

A Aplicação do couro de peixe no desenvolvimento de produtos moda praia

por

CAROLINE MARRY CAVAZZANA

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado aos vinte e nove 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) CELSO TETSURO SUONO – ORIENTADOR(A)

PROFESSOR(A) – PATRICIA APARECIDA ALMEIDA SPAINE –EXAMINADOR(A)

PROFESSOR(A) LIVIA MARSARI PEREIRA – EXAMINADOR(A)

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

Dedico aos meus pais Hilda Cavazzana e José Adir Cavazzana, que sempre acreditaram nos meus sonhos.

Aos meus irmãos Camila e Marcelo, que estiveram ao meu lado.

Aos meus amigos de turma, pela jornada de alegrias e de superação durante o curso.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Deus e a minha família por estarem sempre ao meu lado.

Não sabendo que era impossível, ele foi lá e fez.
(COCTEAU, Jean)

RESUMO

CAVAZZANA, Caroline Marry. **A aplicação do couro de peixe no desenvolvimento de produtos moda praia.** 2013. 141 f. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso II) – Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2013.

O presente trabalho aborda a problemática do desperdício e do descarte do couro de peixe no meio ambiente e apresenta como alternativa o uso desse material como matéria-prima diferenciada e inovadora aplicada em peças de vestuário do segmento *beachwear*, considerando suas limitações de utilização como dimensões e custo elevado.

Palavras-chave: Couro de Peixe. Moda Praia Sustentável.

ABSTRACT

CAVAZZANA, Caroline Marry. **The use fish leather on the development of swimwear products.** In 2013. 141 p. Monograph (Completion Course Assignment II) – Course of Technology in Fashion Design, Federal Technological University of Parana. Apucarana, 2013.

This paper addresses the problem of waste and discard of fish leather on the environment proposing as an alternative the use of these materials as innovative and creative resources to be applied on the swimwear apparel segment considering its limitations of use as far as dimensions and high cost.

Keywords: Fish Leather. Sustainable Swimwear.

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – RESULTADOS DA 1ª PERGUNTA DO QUESTIONÁRIO.	44
GRÁFICO 2 – RESULTADOS DA 2ª PERGUNTA DO QUESTIONÁRIO.	45
GRÁFICO 3 – RESULTADOS DA 3ª PERGUNTA DO QUESTIONÁRIO.	45
GRÁFICO 4 – RESULTADOS DA 4ª PERGUNTA DO QUESTIONÁRIO.	46
GRÁFICO 5 – RESULTADOS DA 5ª PERGUNTA DO QUESTIONÁRIO.	47
GRÁFICO 6 – RESULTADOS DA 6ª PERGUNTA DO QUESTIONÁRIO.	48
GRÁFICO 7 – RESULTADOS DA 7ª PERGUNTA DO QUESTIONÁRIO.	48
GRÁFICO 8 – RESULTADOS DA 8ª PERGUNTA DO QUESTIONÁRIO.	49
GRÁFICO 9 – RESULTADOS DA 9ª PERGUNTA DO QUESTIONÁRIO.	50
GRÁFICO 10 – RESULTADOS DA 10ª PERGUNTA DO QUESTIONÁRIO.....	50
GRÁFICO 11 – RESULTADOS DA 11ª PERGUNTA DO QUESTIONÁRIO.....	51
GRÁFICO 12 – RESULTADOS DA 12ª PERGUNTA DO QUESTIONÁRIO.....	52
GRÁFICO 13 – RESULTADOS DA 13ª PERGUNTA DO QUESTIONÁRIO.....	52
GRÁFICO 14 – RESULTADOS DA 14ª PERGUNTA DO QUESTIONÁRIO.....	53
GRÁFICO 15 – RESULTADOS DA 15ª PERGUNTA DO QUESTIONÁRIO.....	54

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – CRONOGRAMA PARA CUMPRIMENTO DAS ETAPAS DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO.	43
TABELA 2 – <i>MIX DA COLEÇÃO</i>	70

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – RETIRADA DA PELE DO PEIXE.....	26
FIGURA 2 – DESCANSO DA PELE DE PEIXE.	27
FIGURA 3 – ASPECTO FINAL APÓS CURTIMENTO DA PELE DE PEIXE.....	28
FIGURA 4 – IMAGEM AMPLIADA DA PELE DE PEIXE.....	28
FIGURA 5 – SAPATO DE SALTO IÓDICE CONFECCIONADO COM COURO DE PEIXE.	29
FIGURA 6 – TÊNIS OSKLEN FABRICADO COM COURO DE PEIXE.	30
FIGURA 7 – TÊNIS CONVERSE PRODUZIDO COM COURO DE PEIXE.	30
FIGURA 8 – TÊNIS CONFECCIONADO COM COURO DE PEIXE.....	30
FIGURA 9 – DIMENSÕES MÉDIAS DAS PEÇAS DE COURO DE PEIXE.....	32
FIGURA 10 – MODELO DO PRIMEIRO BIQUÍNI, APRESENTADO PUBLICAMENTE PELA STRIPPER MICHELINE BERNARDINI.....	33
FIGURA 11 – BIQUÍNI COM BABADOS USADO PELA ATRIZ BRIGITTE BARDOT.	34
FIGURA 12 – URSULA ANDREWS NO FILME "007 CONTRA O SATÂNICO DR. NO" (1962).....	35
FIGURA 13 – MODELO "TANGA" DA DÉCADA DE 70.....	35
FIGURA 14 – BIQUÍNI CRIADO NOS ANOS 80.....	36
FIGURA 15 – AMOSTRAS IMERSAS NO RECIPIENTE A (ÁGUA COM IODO).	40
FIGURA 16 – AMOSTRAS IMERSAS NO RECIPIENTE B (ÁGUA DE PISCINA TRATADA C/ CLORO).....	40
FIGURA 17 – AMOSTRAS RETIRADAS DOS RECIPIENTES A E B E SECAS NATURALMENTE.	41
FIGURA 18 – LOGOMARCA.....	56
FIGURA 19 – IMAGEM PÚBLICO ALVO.....	61
FIGURA 20 – ESTUDO DE SHAPES.	65
FIGURA 21 – <i>BRIEFING</i>	67
FIGURA 22 – CARTELA DE CORES.	68
FIGURA 23 – CARTELA DE MATERIAIS.....	69
FIGURA 24 – LOOK 01 (SUTIÃ ESTAMPADO COM ALÇAS GROSSAS E CALCINHA MÉDIA COM COURO DE TILÁPIA).....	71

FIGURA 25 – LOOK 02 (SUTIÃ FRENTE ÚNICA C/ COURO DE TILÁPIA EM DUAS CORES E CALCINHA ESTILO TANGA TAMANHO MÉDIO DE COURO DE TILÁPIA).....	71
FIGURA 26 – LOOK 03 (SUTIÃ TOMARA-QUE-CAIA COM COURO DE TILÁPIA E CALCINHA TAMANHO GRANDE ESTAMPADA).....	72
FIGURA 27 – LOOK 04 (SUTIÃ ESTILO TOP ESTAMPADO COM COURO DE TILÁPIA NA PARTE INFERIOR E CALCINHA TAMANHO MÉDIO DE COURO DE TILÁPIA).	72
FIGURA 28 – LOOK 05 (BIQUÍNI COM A PARTE DE CIMA ESTILO BLUSA E CALCINHA TAMANHO MÉDIO COM COURO DE PEIXE).	73
FIGURA 29 – LOOK 06 (MAIÔ COM A PARTE CENTRAL E AS COSTAS ESTAMPADAS E LATERAIS COM COURO DE TILÁPIA).....	73
FIGURA 30 – LOOK 07 (SUTIÃ CORTININHA COM COURO DE TILÁPIA E CALCINHA PEQUENA COM BABADINHOS).....	74
FIGURA 31 – LOOK 08 (SUTIÃ E CALCINHA ESTILO TANGA COM COURO DE TILÁPIA TAMANHO PEQUENO COM METAL NA LATERAL).	74
FIGURA 32 – LOOK 09 (BLUSA ESTILO CROPPED ESTAMPADA E CALCINHA MÉDIA DE COURO DE TILÁPIA).	75
FIGURA 33 – LOOK 10 (SUTIÃ TOMARA-QUE-CAIA COM DETALHE NA ALÇA DE FRENTE COM COURO DE TILÁPIA E CALCINHA HOT PANT COM COURO DE TILÁPIA NA PARTE FRONTAL).....	75
FIGURA 34 – LOOK 11 (SUTIÃ TOMARA-QUE-CAIA COM RECORTE QUADRADO ESTAMPADO E CALCINHA TAMANHO GRANDE).	76
FIGURA 35 – LOOK 12 (SUTIÃ TOMARA-QUE-CAIA COM ESTILO FRENTE ÚNICA, COM LATERAL ESTAMPADA E PARTE CENTRAL COM COURO DE TILÁPIA MAIS CALCINHA ESTILO HOT PANT COM DETALHE EM COURO).	76
FIGURA 36 – LOOK 13 (MAIÔ ESTAMPADO COM DECOTE FRONTAL COM COURO DE TILÁPIA E DECOTE NA PARTE TRASEIRA).....	77
FIGURA 37 – LOOK 14 (SUTIÃ COM AMARRAÇÃO NO PESCOÇO DE COURO DE TILÁPIA COM METAL NA PARTE CENTRAL MAIS CALCINHA FIO DENTAL ESTAMPADA).	77
FIGURA 38 – LOOK 15 (SUTIÃ MODELO TIPO FRENTE-ÚNICA TAMANHO MÉDIO ESTAMPADO E CALCINHA TAMANHO MÉDIO COM COURO DE TILÁPIA).	78
FIGURA 39 – LOOK 16 (SUTIÃ TOMARA-QUE-CAIA DE COURO DE TILÁPIA COM METAL NA PARTE CENTRAL E CALCINHA PEQUENA CORTININHA COM REGULAGEM).....	78
FIGURA 40 – LOOK 17 (SUTIÃ TOMARA-QUE-CAIA ESTAMPADO COM RECORTE COM COURO DE TILÁPIA MAIS CALCINHA TAMANHO PEQUENO DE COURO DE TILÁPIA). 79	

FIGURA 41 – LOOK 18 (SUTIÃ DE ALÇAS COM DECOTE QUADRADO DE COURO DE TILÁPIA E CALCINHA TANGA COM COURO).	79
FIGURA 42 – LOOK 19 (MAIÔ DE MANGAS LONGAS COM DECOTE FRONTAL ESTAMPADO E CALCINHA <i>HOT PANT</i> COM COURO DE TILÁPIA).....	80
FIGURA 43 – LOOK 20 (SUTIÃ ESTILO LATERAL ASSIMÉTRICO, DECOTE CENTRAL COM COURO DE TILLÁPIA MAIS CALCINHA ESTILO TANGA TAMANHO PEQUENO)...	80
FIGURA 44 – LOOK 21 (SUTIÃ ESTILO LATERAL ASSIMÉTRICO COM METAL NA ALÇA MAIS CALCINHA ESTILO TANGA TAMANHO MÉDIO).....	81
FIGURA 45 – LOOK 22 (MAIÔ TOMARA-QUE-CAIA COM LATERAL ESTAMPADA E PARTE CENTRAL COM COURO DE TILÁPIA E PARTE TRASEIRA ESTAMPADA).	81
FIGURA 46 – LOOK 23 (MAIÔ COM DECOTE PROFUNDO NA PARTE FRONTAL TIPO FRENTE ÚNICA COM COURO DE TILÁPIA E PARTES INFERIOR E TRASEIRA ESTAMPADAS).....	82
FIGURA 47 – LOOK 24 (MAIÔ COM COURO DE TILÁPIA COM DECOTE GEOMÉTRICO FRONTAL MAIS PARTE TRASEIRA PEQUENA).	82
FIGURA 48 – LOOK 25 (SUTIÃ MODELAGEM IRREGULAR COM COURO DE TILÁPIA E CALCINHA FIO DENTAL).....	83
FIGURA 49 – ALTERNATIVA SELECIONADA (LOOK 16).....	84
FIGURA 50 – ALTERNATIVA SELECIONADA (LOOK 18).....	85
FIGURA 51 – ALTERNATIVA SELECIONADA (LOOK 07).....	86
FIGURA 52 – ALTERNATIVA SELECIONADA (LOOK 12).....	87
FIGURA 53 – ALTERNATIVA SELECIONADA (LOOK 20).....	88
FIGURA 54 – ALTERNATIVA SELECIONADA (LOOK 23).....	89
FIGURA 55 – ALTERNATIVA SELECIONADA (LOOK 15).....	90
FIGURA 56 – ALTERNATIVA SELECIONADA (LOOK 08).....	91
FIGURA 57 – ALTERNATIVA SELECIONADA (LOOK 25).....	92
FIGURA 58 – ALTERNATIVA SELECIONADA (LOOK 09).....	93
FIGURA 59 – ALTERNATIVA SELECIONADA (LOOK 19).....	94
FIGURA 60 – ALTERNATIVA SELECIONADA (LOOK 24).....	95
FIGURA 61- FICHA TÉCNICA MODELO CONFECCIONADO LOOK 18.....	96
FIGURA 62- FICHA TÉCNICA LOOK 18.....	96
FIGURA 63- FICHA OPERACIONAL LOOK 18	97

FIGURA 64- FICHA TÉCNICA MODELO CONFECCIONADO LOOK 12.....	98
FIGURA 65- FICHA TÉCNICA LOOK 12	98
FIGURA 66- FICHA OPERACIONAL LOOK 12	99
FIGURA 67- FICHA TÉCNICA MODELO CONFECCIONADO LOOK 16.....	100
FIGURA 68- FICHA TÉCNICA LOOK 16	100
FIGURA 69- FICHA OPERACIONAL LOOK 16	101
FIGURA 70- FICHA TÉCNICA MODELO CONFECCIONADO LOOK 07.....	102
FIGURA 71- FICHA TÉCNICA LOOK 07	102
FIGURA 72- FICHA OPERACIONAL LOOK 07	103
FIGURA 73- FICHA TÉCNICA MODELO CONFECCIONADO LOOK 24.....	104
FIGURA 74- FICHA TÉCNICA LOOK24	104
FIGURA 75- FICHA OPERACIONAL LOOK 24	105
FIGURA 76- FICHA TÉCNICA DO MODELO CONFECCIONADO LOOK 19	106
FIGURA 77- FICHA TÉCNICA LOOK 19	106
FIGURA 78- FICHA OPERACIONAL LOOK 19	107
FIGURA 79- FICHA TÉCNICA DO MODELO CONFECCIONADO LOOK 16	108
FIGURA 80- FICA TÉCNICA LOOK 16.....	108
FIGURA 81- FICHA OPERACIONAL LOOK 16	109
FIGURA 82- FICHA TÉCNICA DO MODELO CONFECCIONADO LOOK 18	110
FIGURA 83- FICHA TÉCNICA LOOK 18	110
FIGURA 84- FICHA OPERACIONAL LOOK 18	111
FIGURA 85- PRANCHA LOOK 18	112
FIGURA 86- PRANCHA LOOK 12	112
FIGURA 87- PRANCHA LOOK 16	113
FIGURA 88- PRANCHA LOOK 07	113
FIGURA 89- PRANCHA LOOK 24	114
FIGURA 90- PRANCHA LOOK 19	114
FIGURA 91- PRANCHA LOOK 20	115
FIGURA 92-PRANCHA LOOK 23	115

FIGURA 93- PRANCHA LOOK 08.....	116
FIGURA 94- PRANCHA LOOK 25.....	116
FIGURA 95- PRANCHA LOOK 09.....	117
FIGURA 96- PRANCHA LOOK 23.....	117
FIGURA 97- FOTOS DO LOOK18 CONFECCIONADO	118
FIGURA 98- FOTOS DO LOOK 12 CONFECCIONADO	119
FIGURA 99- FOTOS DO LOOK 07 CONFECCIONADO	119
FIGURA 100- FOTOS LOOK 16 CONFECCIONADO.....	120
FIGURA 101- FOTOS DO LOOK 19 CONFECCIONADO.....	121
FIGURA 102- FOTOS DO LOOK 24 CONFECCIONADO.....	121
FIGURA 103-PÁGINA INICIAL SITE MARÉ BEACHWEAR.....	122
FIGURA 104- PÁGINA DE COMPRAS DO SITE MARÉ BEACHWEAR.....	122
FIGURA 105- PÁGINA SOBRE A MARCA MARÉ	123
FIGURA 106- PÁGINA LOJAS MARÉ	123
FIGURA 107- PÁGINA DA COLEÇÃO	124
FIGURA 108- CAPA CATÁLOGO.....	125
FIGURA 109- FOTO CATÁLOGO.....	126
FIGURA 110- FOTO CATÁLOGO.....	126
FIGURA 111- FOTO CATÁLOGO.....	127
FIGURA 112- FOTO CATÁLOGO.....	127
FIGURA 113- FOTO CATÁLOGO.....	128
FIGURA 114- FOTO CATÁLOGO.....	128
FIGURA 115- FOTO CATÁLOGO.....	129
FIGURA 116- FOTO CATÁLOGO.....	129
FIGURA 117- FOTO DESFILE	136
FIGURA 118- FOTO DESFILE	137
FIGURA 119- FOTO DESFILE	138
FIGURA 120- FOTO DESFILE	139
FIGURA 121- FOTO DESFILE	140

FIGURA 122- FOTO DESFILE 141

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	19
1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA	20
1.2 OBJETIVOS.....	20
1.2.1 OBJETIVO GERAL	20
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	20
1.3 JUSTIFICATIVA.....	21
1.4 HIPÓTESE.....	21
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	23
2.1 O SETOR DE PESCA E A SUSTENTABILIDADE	23
2.2 AS ETAPAS PARA O TRATAMENTO DA PELE DE PEIXE	25
2.3 O USO DO COURO DE PEIXE EM PRODUTOS INDUSTRIAIS.....	29
2.4 AS LIMITAÇÕES NO USO EM ESCALA INDUSTRIAL	31
2.5 A EVOLUÇÃO DA MODA PRAIA E O SEGMENTO <i>BEACHWEAR</i>	33
3 METODOLOGIA	38
3.1 TIPO DE PESQUISA	38
3.1.1 PESQUISA EXPERIMENTAL	39
3.2 INSTRUMENTO PARA COLETA DE DADOS	41
3.3 DELIMITAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO.....	42
3.4 CRONOGRAMA DE TRABALHO	43
3.5 ESTRATÉGIA PARA APLICAÇÃO DA PESQUISA DE CAMPO.....	43
3.6 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	44
4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO	55
4.1 EMPRESA	55
4.1.1 NOME DA EMPRESA.....	55
4.1.2 PORTE	55
4.1.3 MARCA.....	55
4.1.4 CONCEITO DA MARCA	56
4.1.5 SEGMENTO	57
4.1.6 DISTRIBUIÇÃO	57
4.1.7 CONCORRENTES (DIRETOS E INDIRETOS).....	58
4.1.8 SISTEMAS DE VENDA E PONTOS DE VENDA	58
4.1.9 PROMOÇÃO E PREÇOS	59
4.2 PÚBLICO ALVO.....	60
4.2.1 PERFIL DO CONSUMIDOR	60
4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS.....	62
4.3.1 MACROTENDÊNCIAS (SOCIOCULTURAIS).....	62
4.3.2 MICROTENDÊNCIAS (ESTÉTICAS).....	62
4.4 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	63
4.4.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL.....	63
4.4.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO.....	63
4.4.2.1 CONCEITO DA COLEÇÃO.....	64
4.4.2.2 NOME DA COLEÇÃO.....	64
4.4.2.3 REFERÊNCIA DA COLEÇÃO.....	64
4.4.2.4 FORMAS E ESTRUTURAS (<i>SHAPES</i>).....	65
4.4.2.6 TECNOLOGIAS	66
4.5 <i>BRIEFING</i>	67
4.6 CARTELA DE CORES.....	68
4.7 CARTELA DE MATERIAIS	69
4.8 MIX DA COLEÇÃO	70
4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: <i>LOOKS</i> 01 E 02	71
4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: <i>LOOKS</i> 03 E 04	72
4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: <i>LOOKS</i> 05 E 06	73

4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: LOOKS 07 E 08	74
4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: LOOKS 09 E 10	75
4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: LOOKS 11 E 12	76
4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: LOOKS 13 E 14	77
4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: LOOKS 15 E 16	78
4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: LOOKS 17 E 18	79
4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: LOOKS 19 E 20	80
4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: LOOKS 21 E 22	81
4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: LOOKS 23 E 24	82
4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: LOOK 25.....	83
4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS – MODELO 01	84
4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS – MODELO 02	85
4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS – MODELO 03	86
4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS – MODELO 04	87
4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS – MODELO 05	88
4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS – MODELO 06	89
4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS – MODELO 07	90
4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS – MODELO 08	91
4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS – MODELO 09	92
4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS – MODELO 10	93
4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS – MODELO 11	94
4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS – MODELO 12	95
4.11 FICHAS TÉCNICAS.....	96
4.12 PRANCHAS DOS CROQUIS.....	112
4.13 FOTOS DOS LOOKS FRENTE E COSTA	118
5 PLANEJAMENTO DO DOSSIÊ ELETRÔNICO (SITE)	122
6 PLANEJAMENTO DO CATÁLOGO	125
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	130
REFERÊNCIAS	132
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO	135
APENDICE B – FOTOS DESFILE	136

1 INTRODUÇÃO

O couro de peixe apresenta-se como resíduo que muitas vezes é descartado no meio ambiente de maneira incorreta. Tal fato acarreta em sérios problemas tanto para o homem quanto para a natureza.

Quando tratado por processos e técnicas de curtimento adequadas, o couro de peixe torna-se um artigo ecológico e de grande beleza. Essa matéria-prima é aplicada em produtos como calçados e bolsas e, em alguns casos, na confecção de peças de vestuário. Porém, há alguns aspectos que limitam o uso dessas matérias-primas na produção de roupas. Esses aspectos estariam atrelados às pequenas dimensões e ao custo elevado do material.

Existem diversos caminhos para a agregação de valores nos produtos industrializados. Além do cuidado que o designer deve ter no que diz respeito às questões funcionais e estéticas no desenvolvimento de produtos, há também a preocupação em se elaborar projetos que tenham uma ótica sustentável e ecológica dentro da sociedade.

Apesar do couro de peixe apresentar certas limitações quanto ao seu uso no desenvolvimento de produtos de moda – como as dimensões e o alto custo – é importante pensar em alternativas que promovam a utilização mais constante dessa matéria-prima dentro da área, amenizando com isso o acúmulo desse material no meio ambiente.

O Brasil é conhecido mundialmente pelas suas belezas naturais e pela simpatia do seu povo. Segundo a Agência Hélixe ano 2010, a moda praia brasileira é reconhecida pela originalidade e ousadia que os designers dispensam na elaboração das peças sensuais lançadas para o mercado, tornando o país um dos mais famosos nesse segmento.

Na busca por alternativas que promovam o uso do couro de peixe no setor de moda, este trabalho traz como proposta a utilização do couro de peixe – mais especificamente o couro de tilápia – na produção de peças de vestuário para o segmento de moda praia.

1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

A proposta para a utilização do couro de peixe apresentou muitas indagações sobre como explorar esse tipo de material – que muitas vezes é descartado na natureza – e que até então é mais aplicado em produtos como bolsas e sapatos. Devido às suas limitações como dimensões das peças e custo da matéria-prima, nota-se que há um grande desafio para se aplicar esse tipo de matéria-prima em produtos de moda como o vestuário.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo geral desse trabalho é desenvolver uma coleção de moda praia direcionada para o público feminino, com a utilização do couro de peixe como matéria-prima inusitada e inovadora para os produtos desse segmento.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Apresentar informações sobre o couro de peixe, por meio de revisão de literatura;
- Promover alternativas para a aplicação do couro de peixe em produtos do segmento *beachwear* como prática sustentável;
- Delimitar o objeto de estudo e fazer pesquisa de campo pautados em procedimentos de metodologia;
- Coletar dados e utilizá-los no direcionamento mercadológico desse estudo;

- Utilizar os conhecimentos adquiridos nas disciplinas para os itens exigidos na apresentação do Trabalho de Conclusão de Curso como o desenvolvimento da monografia e a materialização da coleção final.

1.3 JUSTIFICATIVA

O mundo globalizado apresenta inúmeros problemas ambientais, sendo um deles o descarte de materiais orgânicos como o couro de peixe. Tal assunto torna-se interessante por ter um foco acadêmico de cunho sustentável e por ser um recurso ainda pouco explorado no mercado de moda, em especial no vestuário.

Dada a essa condição, a opção para se trabalhar com o tema couro de peixe nessa pesquisa justifica-se pelo desafio na busca por uma moda mais ecológica e que atenda os consumidores que desejam produtos com conceito sustentável e ao mesmo tempo possuam valores agregados de design.

Além disso, esse trabalho surge como uma excelente oportunidade de inserção da autora no mercado, uma vez que a mesma busca o desenvolvimento de produtos de moda com a utilização de materiais reaproveitáveis, colaborando assim para uma melhor preservação do meio ambiente em nosso planeta.

1.4 HIPÓTESE

Essa pesquisa parte do pressuposto de que a utilização mais frequente do couro de peixe no desenvolvimento de produtos de moda – principalmente no segmento *beachwear* – poderia trazer benefícios e, por consequência, estimular a produção dessa matéria-prima, contribuindo com as práticas sustentáveis e gerando aumento de renda para os trabalhadores e as ONGs de mulheres de pescador que sobrevivem dessa atividade, conforme dados do site do Brasil da Agricultura e Desenvolvimento Agrário ano 2010.

Além disso, o desenvolvimento de peças para o segmento *beachwear* com o couro de peixe, além de agregar valores diferenciados do design brasileiro, poderiam amenizar os obstáculos para o uso desse tipo de matéria-prima no vestuário, como as dimensões limitadas e o alto custo do material.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 O SETOR DE PESCA E A SUSTENTABILIDADE

A sustentabilidade é um dos principais assuntos discutidos pela sociedade contemporânea. Com todos os acontecimentos causados pelo aquecimento global, poluição, desmatamento entre tantos outros, a preocupação do consumidor no ato da compra foca pelos produtos desenvolvidos com conceitos em preservar o meio ambiente.

A maioria das empresas está voltada para esse tipo de conduta ecologicamente correta. É muito importante destacar que as ações do homem geram impactos que afetarão significativamente a sociedade em um futuro próximo. Em consequência disso, observa-se a necessidade por mudanças na educação das crianças para que elas saibam o quanto é importante pensar na economia pela preservação e no consumo consciente de fontes como água, energia e também pela consciência por um planeta mais limpo.

Dada a essa tendência mundial, surge a importância pelo consumo ecologicamente correto, ou seja, a sociedade busca cada vez mais adquirir produtos fabricados por empresas que se preocupam com o meio ambiente e com a preservação dos recursos oferecidos pela natureza.

De acordo com Negret, o desenvolvimento sustentável pode ser definido da seguinte maneira:

O conceito de desenvolvimento sustentável propõe uma nova ordem econômica e social, em nível planetário, resultante de análises críticas e reflexivas das relações históricas entre os seres humanos e a terra. A sustentabilidade do desenvolvimento constitui o mais importante conceito surgido no debate sobre a questão ambiental, porque internalizou politicamente a ecologia como um instrumento de planejamento, abrindo novas perspectivas de desenvolvimento e progresso, além de recuperar valores humanos e a ética, destroçados por princípios absurdos da economia tradicional. (NEGRET, 1994, p. 57)

No mundo globalizado a questão de ser sustentável para o mercado atual é extremamente importante. Pode-se perceber que vários setores que adotam as práticas sustentáveis, como por exemplo, empresas que fabricam materiais escolares como a Faber Castel e o setor moveleiro que utilizam madeira de

reflorestamento; o setor de cosméticos – como a empresa Natura – que utiliza frutas e sementes da Amazônia sem agredir a natureza além de possuir o programa de neutralização de carbono; as indústrias de embalagens – como a Unilever – que diminui o consumo de papel ao mudar o formato de suas embalagens; e o setor alimentício com a pescaria sustentável em que a pele do peixe pode ser curtida para ser transformada em couro ecológico para ser aplicada em produtos industriais.

Muitas vezes os resíduos oriundos da pesca – entre eles a pele do peixe – são descartados incorretamente na natureza, como em rios ou no mar. Segundo a NBR 10.004 (ABNT, 1987), os resíduos de peixe possuem duas classificações descritas da seguinte maneira:

- Classe I: Perigosos – Apresentam propriedades físicas, químicas ou infecto-contagiosas, que oferecem risco à saúde pública e ao meio ambiente, como resíduos de peixes contaminados.
- Classe II: Não Inertes – Possuem propriedades como combustibilidade, biodegradabilidade ou solubilidade em água, como resíduos de peixes não-contaminados.

De acordo com a FAO – Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação, a produção mundial de peixe – provenientes tanto da pesca extrativa quanto da aquicultura – atingiu aproximadamente 142 milhões de toneladas em 2008 e 146 milhões de toneladas em 2009.

No Brasil, por sua disposição hidrográfica, existe uma grande produção de peixe. Segundo a FAO, em 2008 o Brasil produziu 1,2 milhão de toneladas/ano de peixe. Para tornar o país no maior produtor de peixe, o Ministério de Pesca e Aquicultura ano 2011 anunciou que almeja elevar a produção nacional para 20 milhões de toneladas/ano até 2015.

Dados do site Governo do Estado do Paraná ano 2012 apontam que a produção paranaense de peixe cresceu 39% nos últimos três anos, o que representa um acréscimo de cerca de 10 mil toneladas. De acordo com o Boletim Estatístico do Ministério da Pesca e Aquicultura, o Estado registrou um volume de 25,8 mil toneladas produzidas em 2008. Em 2011, o número saltou para 35,8 mil toneladas.

2.2 AS ETAPAS PARA O TRATAMENTO DA PELE DE PEIXE

Segundo o site da Secretaria do Estado da Agricultura e Desenvolvimento Agrário de Alagoas ano 2011, o processo de curtimento é uma forma de aumentar a renda de famílias de baixa renda como a dos próprios pescadores. De acordo com Miguel Alencar ano 2011, gestor do Arranjo Produtivo Local de Piscicultura, os produtores de peixe da espécie tilápia, que também fazem o beneficiamento da pele transformando-a em couro, conseguem dobrar a sua renda ao final do mês.

Ele informa que um quilo de peixe custa em torno de R\$4,00, enquanto cada pele sai por cerca de R\$2,00. “Como de cada peixe se tiram duas peles – uma de cada lado – é possível obter o dobro do valor” – analisa.

Conforme dados publicados pelo SEBRAE ano 2010, o curtimento da pele de peixe consiste em pegar a pele do peixe e transformá-la em couro por meio de processos químicos e físicos. As informações publicadas pelo SEBRAE apresentam toda a técnica, mostrando a importância do local e os cuidados que devem ser tomadas no tratamento desse material, respeitando assim as normas ambientais, conforme descritas na sequência.

Entre os equipamentos necessários para viabilizar o curtimento da pele de peixe podemos citar a rebaixadeira, a estufa com ar quente, o secador a vácuo, a máquina de amaciar e a prensa hidráulica.

A transformação em couro da pele de peixe é semelhante aos tratamentos realizados em outros tipos de peles de animais. A diferença se baseia nas características próprias desse material, que por incrível que pareça, possui uma resistência muito grande.

Nas etapas de tratamento, é muito importante a retirada com cuidado da pele do peixe para que ela não rasgue e não fique nenhum tipo de resíduo de carne, uma vez que isso possibilita a presença de microorganismos (Figura 1).



Figura 1 – Retirada da pele do peixe.
Fonte: Khogy (2012)

Em seguida, é feito o processo de conservação em sal e o resfriamento por meio de geladeiras ou câmaras frias. Essa estocagem pode ser feita até uma semana em temperaturas entre 4°C e 6°C. Se armazenadas em freezer a 30°C negativos, o material pode durar por meses ou anos.

Posteriormente é feita a lavagem em uma máquina – denominada fulão – com detergente e bactericida para retirar a gordura. A fase seguinte é o remolho que consiste em um processo de limpeza que pode ser diferente para cada tipo de conservação.

O caleiro é a etapa em que são removidas as escamas e a epiderme da pele por meio de uma solução química que auxilia no descamamento do material. Mesmo assim, às vezes é necessário retirar manualmente com uma espátula as escamas que não são removidas nesse processo. Logo após é removida a camada hipodérmica com uma faca para facilitar a penetração dos produtos químicos.

O próximo passo é o desengraxa em que é retirado o excesso de gordura. Em seguida vem a purga que consiste em remover a alcalinidade da pele adquirida pelos processos.

Para verificar se o tratamento foi eficaz é cortado um pedaço que é enxuto e sob ele aplicado uma substância denominada fenolftaleína e que deve permanecer incolor. Caso apareça uma coloração rosada é preciso deixar por mais tempo o material no fulão até que o material fique incolor. Só assim a pele do peixe pode ser escorrida e lavada.

No curtimento inicialmente é feito o píquel que prepara as fibras colágenas para o agente curtente. Para verificar se o processo foi efetuado aplica-se verde de bromocresol e a pele deve permanecer amarela, caso contrário é necessário acrescentar mais ácido fórmico até aparecer essa coloração.

O curtimento evita o apodrecimento da pele e a torna utilizável. Logo após esse processo a pele “descansa” e depois de um dia recebe o acabamento molhado, que é a neutralização que elimina os ácidos livres (Figura 2). O recurtimento é feito para modificar as características obtidas no curtimento.



Figura 2 – Descanso da pele de peixe.

Fonte: Secretaria de Estado da Agricultura e Desenvolvimento Agrário (2012)

As etapas seguintes são o tingimento e o engraxe que são os processos que vão dar maciez para o couro. Para finalizar é feita a secagem ao ar livre e em seguida o material é amaciado em máquinas próprias ou manualmente. Outros acabamentos também podem ser aplicados para dar aspecto diferenciado à matéria-prima (Figuras 3 e 4).



Figura 3 – Aspecto final após curtimento da pele de peixe.
Fonte: Cricologico (2012)



Figura 4 – Imagem ampliada da pele de peixe.
Fonte: Feltmakers Ireland (2012)

2.3 O USO DO COURO DE PEIXE EM PRODUTOS INDUSTRIAIS

O processo de tratamento da pele de peixe promove que o suposto lixo orgânico dos resíduos que seriam descartados no meio ambiente se transforme em matéria-prima nobre e exótica. No entanto, notamos que no Brasil o material ainda é pouco explorado pelas indústrias, talvez por falta de conhecimento ou pelo pouco domínio das técnicas de manipulação e aplicação desse material em produtos industriais.

Nosso maior desafio neste século é pegar uma idéia que parece abstrata – desenvolvimento sustentável – e torná-la uma realidade para todas as pessoas do mundo. (KOFI ANNAN, 1997-2006)

Tomando como base a citação de Kofi Annan, secretário geral das Nações Unidas, podemos dizer que o acesso maior às práticas sustentáveis está atrelado nos caminhos que o campo do design adota no desenvolvimento de novos produtos para o mercado.

Apesar de todo o discurso promovido pela mídia, percebe-se ainda a falta de inovação sustentável e até mesmo de designers inovadores que proporcionem esse conceito na prática.

Mesmo assim, podemos encontrar algumas empresas que sinalizam para as práticas sustentáveis no desenvolvimento e na produção industrial. Algumas dessas empresas são a Lódice, a Osklen, a Converse e a Nike, que já utilizaram o couro de peixe na fabricação de calçados (Figuras 5, 6, 7 e 8).



Figura 5 – Sapato de salto lódice confeccionado com couro de peixe.
Fonte: Projeto Pacu (2012)



Figura 6 – Tênis Osklen fabricado com couro de peixe.
Fonte: Projeto Pacu (2012)



Figura 7 – Tênis Converse produzido com couro de peixe.
Fonte: Converse (2012)



Figura 8 – Tênis confeccionado com couro de peixe.
Fonte: Joy and Food (2012)

2.4 AS LIMITAÇÕES NO USO EM ESCALA INDUSTRIAL

Atualmente, o mercado de curtume no Brasil é muito forte e sua produção cresce a cada dia. O comércio do couro de peixe também traz muitos lucros na sua comercialização. De acordo com o CICB – Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil ano 2012, o país exportou US\$ 3,4 milhões em couros e peles em abril de 2012.

Por outro lado, o curtimento do couro de peixe ainda traz custos considerados elevados para o mercado brasileiro. Isso faz com que o preço da matéria-prima ainda seja alto e condiciona que os produtos desenvolvidos sejam direcionados para classes com maior poder aquisitivo. Tal fato aponta que os produtos desenvolvidos com o couro de peixe tenham ainda baixa demanda no país.

Contudo, podemos observar que no mercado externo a procura por produtos fabricados com o couro de peixe tem aumentado gradativamente, já que as características exóticas e a alta resistência do material são pontos positivos que fortalecem a qualidade exigida pela clientela estrangeira.

Em geral, as empresas brasileiras utilizam o couro de peixe em produtos como calçados, bolsas e bijuterias, mas sem atingir ainda uma alta escala industrial na linha de produção.

Uma das causas dessa dificuldade se dá pelo tamanho da pele retirada do peixe, que normalmente possui peças com dimensões que podem variar de 7,3 x 25,5cm até 9,5 x 28,5cm (Figura 9). Essas dimensões trazem algumas dificuldades na aplicação desse material em alguns tipos de produtos, principalmente no setor de vestuário.

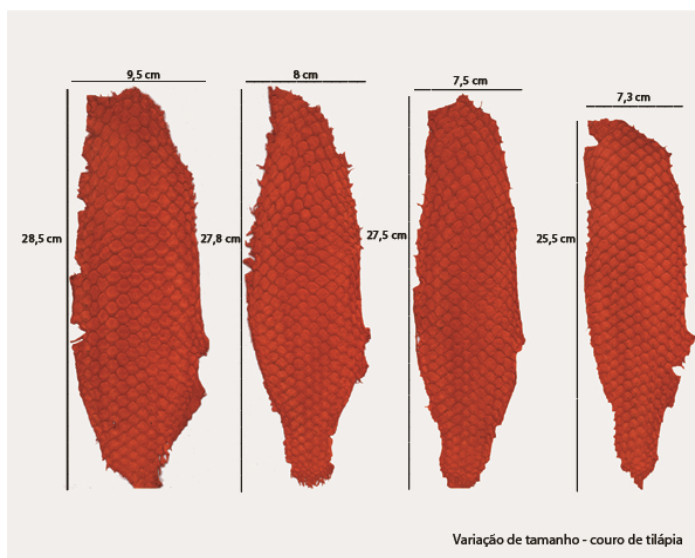


Figura 9 – Dimensões médias das peças de couro de peixe.
Fonte: Aguapele (2012)

Para contornar essa dificuldade, uma alternativa é construir um tecido denominado como “manta”, em que as peças de couro de peixe – com custo aproximado de R\$3,50 por peça – são costuradas e coladas em um tamanho padrão de um metro quadrado. Esse processo proporciona a possibilidade de fabricar peças como casacos e calças, mas por outro lado, o preço médio de cada manta gira em torno de R\$250,00, o que torna o custo do vestuário fabricado com essa manta extremamente elevado.

Observa-se que as dimensões limitadas das peças originais e o alto custo na construção de mantas maiores apresentam barreiras quanto à aplicação do couro de peixe em produtos voltados para o segmento de moda.

Por outro lado, é importante pensar em alternativas que promovam o aumento na utilização dessa matéria-prima em produtos industriais no mercado brasileiro. Caso essa prática não seja oportunizada, a baixa demanda no uso do couro de peixe pode gerar aumento no descarte dos resíduos gerados pela pele desse animal, o que pode trazer sérios problemas ambientais e ecológicos.

Mas como implementar o aumento do uso do couro de peixe no mercado de vestuário sem encarecer o custo final do produto? Para tanto, esse trabalho apresenta como possibilidade a aplicação dessa matéria-prima no segmento *beachwear*, uma vez que a moda praia brasileira é uma das mais conceituadas no mercado externo.

2.5 A EVOLUÇÃO DA MODA PRAIA E O SEGMENTO *BEACHWEAR*

A evolução do vestuário de praia ao longo dos anos é constante. Segundo a Revista Manequim 2012, o biquíni foi inventado pelo francês Louis Réard, que colocou o nome na peça em referência a uma ilha do Pacífico em que eram feitos testes atômicos pelos exércitos americanos.

Por ser tão ousado para a época, poucas modelos tinham coragem de usar o biquíni nas campanhas publicitárias. Uma das precursoras que apresentou a peça publicamente foi a *stripper* Micheline Bernardini, que vestiu um modelo confeccionado com algodão e com estampas de jornal (Figura 10).



Figura 10 – Modelo do primeiro biquíni, apresentado publicamente pela *stripper* Micheline Bernardini. Fonte: Revista Manequim (2012)

A partir daí, o biquíni foi considerado como um verdadeiro escândalo para a sociedade. Nesse período, muitos países europeus vedaram seu uso juntamente com a igreja católica. Já no Brasil o modelo era usado somente por vedetes.

O panorama mudou a partir dos anos 50, quando a atriz Brigitte Bardot apareceu usando um modelo com babados no filme “E Deus Criou a Mulher” (Figura 11). Com a iniciativa da famosa atriz outras mulheres começaram a adotar o uso com mais frequência do novo traje de banho.



Figura 11 – Biquíni com babados usado pela atriz Brigitte Bardot.
Fonte: Revista Manequim (2012)

Apesar disso, nos anos 60 o biquíni ainda era considerado como indecente por pessoas mais conservadoras e o seu uso até chegou a ser proibido pelo presidente Jânio Quadros no Brasil. Anos mais tarde, a atriz Helô Pinheiro apareceu na praia de Ipanema com o referido traje de banho e inspirou a criação da música “Garota de Ipanema” por Tom Jobim e Vinicius de Moraes.

A atriz Ursula Andrews também fez a sua aparição com o traje no filme "007 Contra o Satânico Dr. No" (1962), vestindo um sensual modelo que marcou a história da moda praia em todo o mundo (Figura 12). Foi nessa década que iniciou a produção de biquínis com o fio lycra[®], que substituíram os tecidos pesados proporcionando vantagens como maior conforto e secagem rápida.



Figura 12 – Ursula Andrews no filme "007 Contra o Satânico Dr. No" (1962).
Fonte: Revista Manequim (2012)

Nos anos 70, o biquini já fazia parte do guarda-roupa das brasileiras e tornou-se mais ousado com o surgimento do modelo “tanga” (Figura 13).



Figura 13 – Modelo “tanga” da década de 70.
Fonte: Revista Manequim (2012).

A partir daí, os criadores de moda passaram a fazer mais intervenções na estrutura do traje, tornando os modelos cada vez mais ousados (Figura 14). Nos anos 80 apareceram outros tipos de modelos como o “fio-dental”, o “asa-delta”, o “enroladinho”, o “adesivo” e o “cortininha”.



Figura 14 – Biquíni criado nos anos 80.
Fonte: Revista Manequim (2012)

Ao final do século XX, os biquínis surgiram acompanhados de inúmeros acessórios como chapéus, bolsas, cangas, shorts, entre outros.

De uns tempos para cá, os biquínis desenvolvidos por designers brasileiros têm se tornado objeto de consumo no mercado internacional. Em função disso, as indústrias brasileiras buscam cada vez mais inovar não só na criação, mas também na utilização de novas matérias-primas e na aplicação de novas tecnologias que proporcionem maior conforto e praticidade para as mulheres.

O Brasil é um país conhecido pelo seu clima tropical e milhares de turistas buscam pelas belas praias brasileiras. Isso faz com que a nossa moda praia seja vista por pessoas de diversas partes do mundo. Para muitas dessas pessoas, a

moda praia se destaca pela sua modelagem sensual, o que torna o segmento *beachwear* como um dos setores de maior potencial no mercado externo.

O segmento *beachwear* brasileiro também vem crescendo muito nos últimos anos graças ao próprio consumo interno. De acordo com a ABIT – Associação Brasileira da Indústria Têxtil, os brasileiros são os que mais consomem moda praia no mundo, movendo cerca de US\$1,5 bilhão/ano. Esses dados são extremamente significativos quando comparados no contexto do mercado internacional de moda praia, que movimentava cerca de US\$12 bilhões por ano, segundo levantamento do *Global Market Review of Swimwear and Beachwear* no ano de 2009.

Se levarmos em consideração que o segmento *beachwear* cresce gradativamente, podemos observar muitas perspectivas para a aplicação do couro de peixe nesse tipo de produto.

Existe uma forte tendência adotada pelos designers em desenvolver peças cada vez menores que apelam para a sensualidade no consumo. Talvez esse direcionamento possa proporcionar uma maior demanda para a aplicação do couro de peixe em peças de vestuário, que respeitem e comportem as propriedades, as limitações e as barreiras dessa matéria-prima – no caso as dimensões e o alto custo no tratamento do material – e ao mesmo tempo contribua para o aumento das práticas sustentáveis no nosso planeta.

3 METODOLOGIA

3.1 TIPO DE PESQUISA

Esse trabalho caracteriza-se pela prática sustentável com a aplicação do couro de peixe como matéria-prima inovadora e diferenciada no desenvolvimento de produtos para o segmento de moda praia.

A primeira etapa desse estudo constitui-se de uma pesquisa bibliográfica por meio de informações contidas em livros, revistas, artigos, sites e outros materiais de referência.

Em seguida foram coletadas amostras para o desenvolvimento de uma pesquisa experimental para verificar a viabilidade da aplicação do couro de peixe na confecção de peças para moda praia. Para tanto, é selecionado um tipo de couro de peixe – no caso a pele de tilápia – que é testada em amostras de água para condições de uso em praia ou piscina.

Posteriormente foi realizada uma pesquisa de campo com aplicação de questionário com perguntas fechadas com agentes participantes que se encaixam no perfil do público alvo escolhido para levantar informações para o direcionamento mercadológico e o desenvolvimento da coleção das peças. Os dados são apresentados por meio de gráficos para facilitar a visualização, comparação e análise dos resultados.

Na sequência foram confeccionadas as peças para os *looks* finais do desfile do Trabalho de Conclusão de Curso com as amostras de couro de peixe junto aos demais materiais têxteis. Os processos para a materialização das peças da coleção – criação dos modelos, cartelas de cores e materiais, croquis artísticos, modelagens, desenhos e fichas técnicas, processos operacionais etc – são descritos e documentados por meio de um trabalho escrito em formato de monografia.

Ao final de todo esse processo, o trabalho pode ser caracterizado como sendo uma pesquisa qualitativa, já que o objetivo principal é apresentar o couro de peixe como material sustentável, diferenciado e inovador para o desenvolvimento e a confecção de vestuário no segmento *beachwear*.

3.1.1 Pesquisa Experimental

Tomando como base as principais limitações do uso do couro de peixe na fabricação de vestuário – dimensões das peças e custo elevado da matéria-prima – é possível perceber uma boa possibilidade de se aplicar esse tipo de material em peças de vestuário que consumam pouca matéria-prima, como no caso os produtos do segmento *beachwear*.

Além disso, os produtos de moda praia fabricados no Brasil são reconhecidos mundialmente pela sua criatividade. Dessa forma, percebe-se que a inserção de inovações no desenvolvimento para esses produtos com o uso de materiais ecológicos – como o couro de peixe – pode fortalecer e elevar o potencial de consumo no mercado globalizado.

Uma vez que a variedade de espécies de peixe consumidas no país é muito grande, foi necessário optar por um tipo de couro para estudar adequadamente as suas propriedades de aplicação em produtos de moda praia.

Dentro dessa perspectiva, optou-se pela análise do couro de tilápia. Além de sua agradável estética e custo menor se comparado aos outros tipos de couro, a pele de tilápia ainda se caracteriza por possuir uma grande resistência.

A partir do princípio de que os produtos de moda praia são expostos por períodos prolongados à água e ao calor, foi necessária a realização de alguns testes para verificar as condições para a aplicação do couro de tilápia no vestuário do segmento *beachwear*. Para tanto, foram selecionadas algumas amostras de dois fornecedores diferentes que foram colocadas em dois tipos de recipientes – denominados como recipiente A e recipiente B – para que se pudesse analisar a resistência desse material.

Para o recipiente A foi colocado uma quantidade de água e iodo que representou as propriedades da água do mar (Figura 15), enquanto que no recipiente B foi despejada outra quantidade de água utilizada em piscina (Figura 16). As amostras de couro de peixe foram imersas nos dois recipientes e permaneceram por um tempo aproximado de quatro horas.

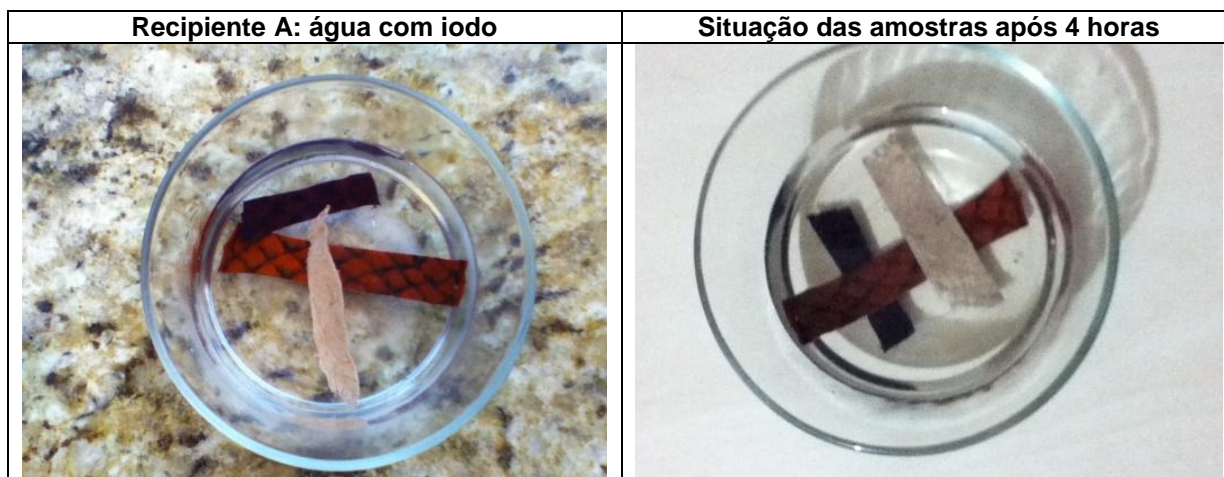


Figura 15 – Amostras imersas no recipiente A (água com iodo).

Fonte: Da autora (2012)

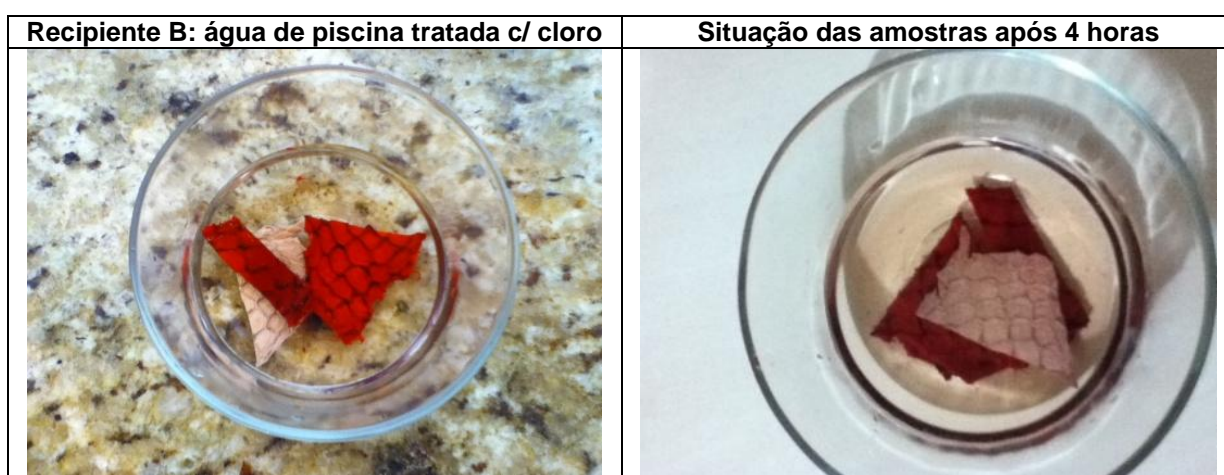


Figura 16 – Amostras imersas no recipiente B (água de piscina tratada c/ cloro).

Fonte: Da autora (2012)

Ao final dos testes observou-se apenas um mínimo de desprendimento de pigmento vermelho das amostras imersas no recipiente B, com água de piscina tratada com cloro.

Todas as amostras de couro de peixe foram recolhidas e secadas naturalmente. Mesmo com o desprendimento do pigmento vermelho das amostras colocadas no recipiente B, após a secagem natural a coloração das amostras de couro de peixe manteve as características da coloração inicial (Figura 17), o que demonstrou que tal material possui uma boa resistência tanto em relação à água do mar como a água utilizada na piscina.



Figura 17 – Amostras retiradas dos recipientes A e B e secas naturalmente.
Fonte: Da autora (2012)

Esse resultado apresentou indícios positivos diante do pressuposto de que o couro de peixe pode ser aplicado no vestuário de moda praia.

3.2 INSTRUMENTO PARA COLETA DE DADOS

De acordo com Gil (2006, p. 128), o questionário é uma técnica de investigação em que são apresentadas perguntas por escrito aos participantes e que visa levantar o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas e outros tipos de informações.

Algumas das vantagens quanto ao uso do questionário é que ele possibilita atingir um número relativamente grande de indivíduos, implica em menores gastos uma vez que não há exigência de treinamento especializado para fazer a sua aplicação, garante o anonimato dos participantes na pesquisa, possibilita que as pessoas possam responder no momento em que achar mais conveniente e permite que os participantes respondam as questões sem sofrer nenhum tipo de influência pessoal do pesquisador.

O instrumento adotado nesse trabalho constitui-se de um questionário de perguntas fechadas com base em informações apresentadas na revisão de literatura e direcionado ao perfil do público alvo da marca a ser proposta.

O uso desse instrumento na pesquisa de campo pretende levantar dados quanto às preferências do consumidor no que diz respeito aos produtos da

linha moda praia, para que se possa, posteriormente, traçar diretrizes que auxiliem no direcionamento mercadológico da marca.

3.3 DELIMITAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

O objeto de estudo foi delimitado em um grupo de 60 participantes, do gênero feminino, com idade entre 20 e 25 anos e todas enquadradas nas características do público alvo do trabalho. Essas pessoas encontram-se, geograficamente, instaladas na região norte do Estado do Paraná, especificamente na cidade de Londrina.

3.4 CRONOGRAMA DE TRABALHO

Uma vez que o Trabalho de Conclusão de Curso exige o atendimento de vários itens, foi necessária a elaboração de um cronograma para organizar metas e estabelecer os prazos para o cumprimento das principais etapas desse estudo. Essas informações são apresentadas conforme a tabela seguinte:

Etapas	2012								2013							
	Mar	Abr	Mai	Set	Out	Nov	Dez	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set
Elaboração do pré-projeto de TCC	X	X														
Definição do projeto de TCC c/ orientador		X	X													
Fundamentação teórica			X	X	X	X	X									
Pesquisa de campo – coleta de dados							X	X	X							
Análise dos dados – estruturação da pesquisa									X	X	X					
Direcionamento mercadológico											X	X	X			
Desenvolvimento do projeto												X	X	X	X	
Planejamento do dossiê eletrônico e catálogo													X	X	X	
Redação da monografia para pré-banca					X	X	X	X	X	X	X	X				
Desenvolvimento e execução do protótipo												X	X			
Apresentação para pré-banca													X			
Correções na monografia e alterações no protótipo após pré-banca														X	X	
Confecções dos 6 looks selecionados													X	X	X	
Finalização do dossiê eletrônico e do catálogo impresso														X	X	
Apresentação para banca final															X	
Correções finais na monografia															X	X
Entrega da versão final do TCC																X

Tabela 1 – Cronograma para cumprimento das etapas do Trabalho de Conclusão de Curso.
Fonte: Da autora (2012)

3.5 ESTRATÉGIA PARA APLICAÇÃO DA PESQUISA DE CAMPO

Para viabilizar a aplicação do questionário foi adotado como estratégia o uso da internet, em que um *link online* direcionava o instrumento de coleta de dados para as pessoas que possuíam características do perfil do público a ser investigado.

O questionário foi constituído de quinze questões elaboradas com base em informações coletadas na revisão de literatura. Além disso, as perguntas foram articuladas para coletar dados que fossem significativos e que contribuíssem para o

desenvolvimento do projeto e da abordagem mercadológica a ser feita posteriormente.

3.6 ANÁLISE DOS RESULTADOS

As informações obtidas na pesquisa de campo foram organizadas em forma de gráficos para se obter uma melhor visualização durante as análises. Na sequência, apresentamos os resultados que demonstram quais os melhores critérios a serem adotados no direcionamento mercadológico e no desenvolvimento de projeto da coleção desse estudo.

1. Qual desses modelos você costuma comprar mais para ir à praia ou à piscina?

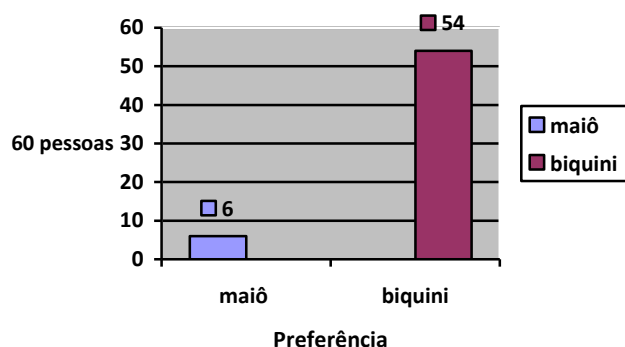


Gráfico 1 – Resultados da 1ª pergunta do questionário.
Fonte: Da autora (2012)

Análise da 1ª pergunta (Gráfico 1): Dentre as 60 pessoas abordadas, 54 responderam que costumam comprar mais biquínis do que maiôs para frequentar as praias e as piscinas. Levando em conta esse resultado, a coleção adotará o desenvolvimento de um número maior de modelos para esse tipo de estrutura de vestuário.

2. Qual a sua saída de praia preferida? (Pode assinalar mais de uma opção)

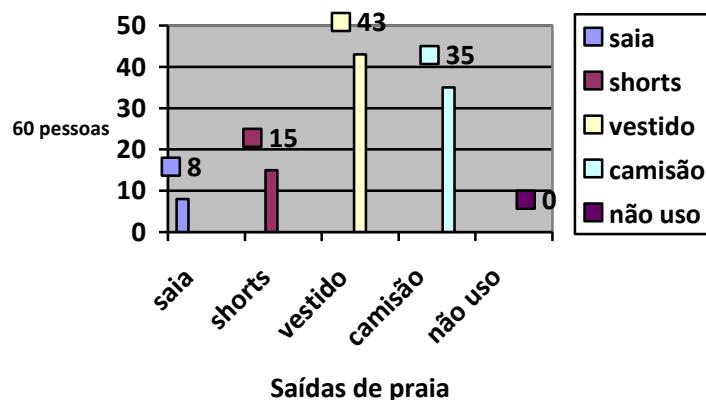


Gráfico 2 – Resultados da 2ª pergunta do questionário.
Fonte: Da autora (2012)

Análise da 2ª pergunta (Gráfico 2): Vestido (43 votos) e camiseta (35 votos) foram eleitos como as saídas de praia preferidas das participantes. Isso demonstra que além dos biquínis e dos maiôs (principais produtos a serem comercializados), vale considerar na formação do *mix* da coleção a inclusão dessas saídas de praia como opções alternativas de produtos a serem fabricados pela marca.

3. Que tipo de acessórios você costuma levar à praia? (Pode assinalar mais de uma opção)

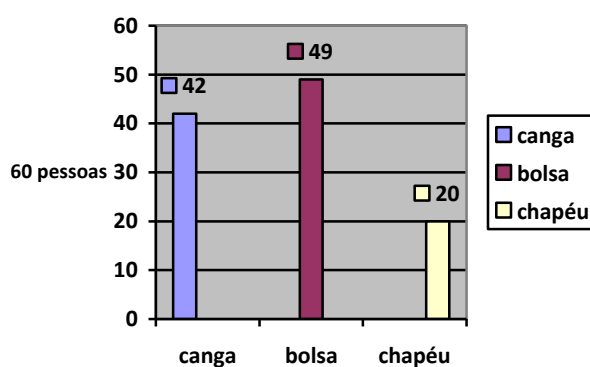


Gráfico 3 – Resultados da 3ª pergunta do questionário.
Fonte: Da autora (2012)

Análise da 3ª pergunta (Gráfico 3): O acessório mais votado pelas participantes da pesquisa foi a bolsa (49 votos), seguidos respectivamente pela canga (42 votos) e pelo chapéu (20 votos). Mesmo não sendo produtos de linha da

marca, esses acessórios poderão ser encontrados no site e na loja de marca própria e serão fabricados por outras empresas. Esses artigos serão vendidos como estratégia mercadológica para atrair mais clientes e como complementação nas produções de *looks* completos pelas próprias clientes.

4. Você tem mais preferência por modelos de cores lisas ou com estampas?

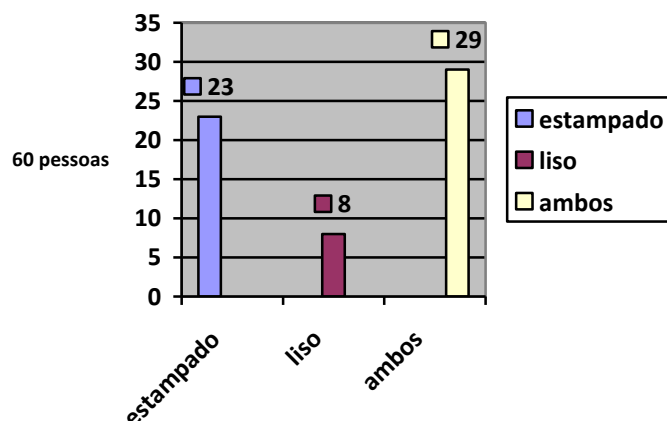


Gráfico 4 – Resultados da 4ª pergunta do questionário.
Fonte: Da autora (2012)

Análise da 4ª pergunta (Gráfico 4): A maioria (29 votos) escolheu a combinação de tecidos lisos e estampados como fator preferencial na escolha das peças. Por outro lado, é interessante observar que outra parcela considerável do grupo abordado (23 votos) tende a optar por modelos que sejam totalmente estampados, indicando como aspecto potencial o uso de estampas na coleção a ser desenvolvida.

5. Qual o tipo de biquíni que você tem preferência? (Pode assinalar mais de uma opção)

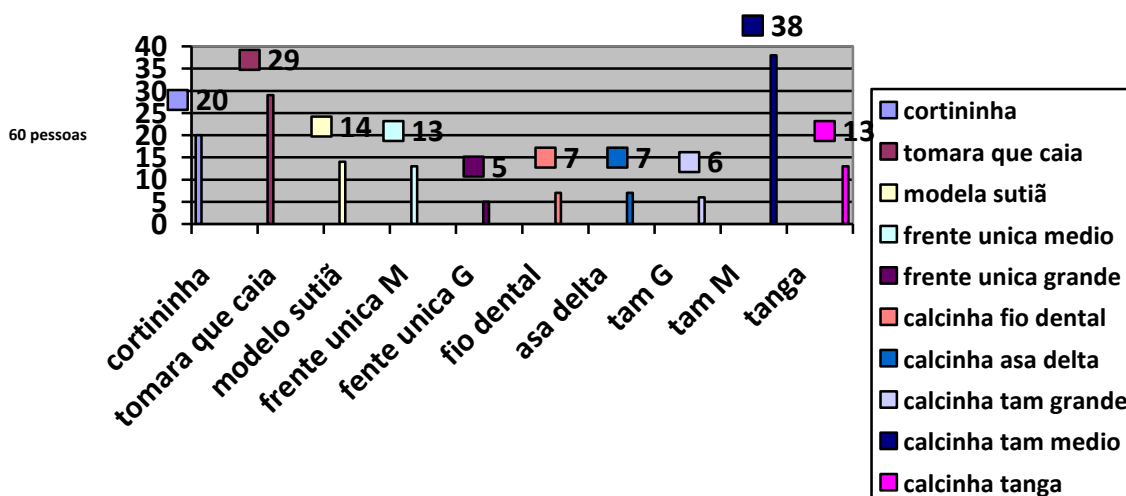


Gráfico 5 – Resultados da 5ª pergunta do questionário.
Fonte: Da autora (2012)

Análise da 5ª pergunta (Gráfico 5): No que diz respeito à parte superior do biquíni, os modelos tomara-que-caia (29 votos) e cortinha (20 votos) foram os mais indicados pelas participantes. Em seguida vieram o modelo sutiã (14 votos) e a frente única tamanho médio (13 votos), com índices de escolha semelhantes. Já na parte inferior, o modelo calcinha tamanho médio (38 votos) teve o maior índice de aprovação. Em segundo lugar vem a tanga (13 votos), seguidos pelos modelos fio dental (7 votos), asa delta (7 votos) e calcinha tamanho grande (6 votos), com margens semelhantes de votos. Esses resultados facilitam as escolhas dos tipos de peças que deverão estar mais presentes na coleção, oferecendo assim maiores possibilidades de combinações na composição dos biquínis para as clientes.

6. Você costuma seguir as tendências de moda da estação para a compra de suas peças de moda praia?

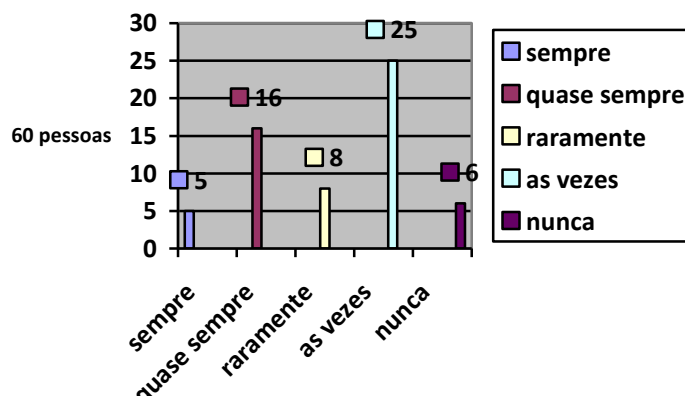


Gráfico 6 – Resultados da 6ª pergunta do questionário.
Fonte: Da autora (2012)

Análise da 6ª pergunta (Gráfico 6): Mesmo com graus de intensidades variados, a maior parte das mulheres abordadas costuma seguir tendências de moda no momento da compra das peças de moda praia. Os dados apresentados no gráfico demonstram que uma parcela maior (25 votos) considera que às vezes segue as tendências lançadas, enquanto que outra parcela (16 votos) admite que quase sempre costuma se vincular a elas. Dessa forma, as tendências de moda (macro e micro) serão administradas na coleção como referencial de apoio para promover atrativos junto às consumidoras da marca.

7. Você utilizaria um biquíni ou maiô confeccionado com material ecológico como o couro de peixe?

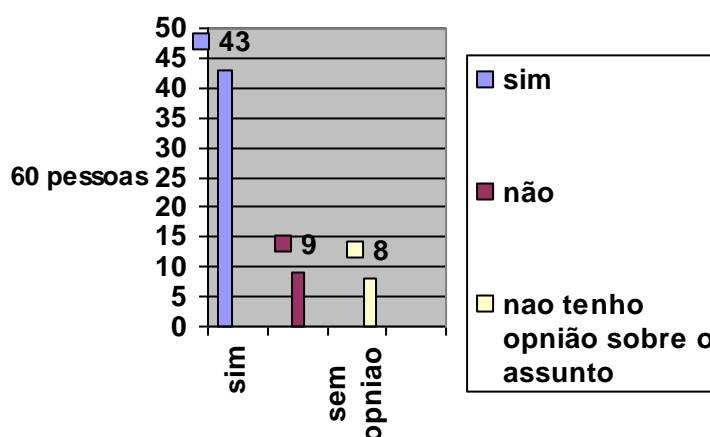


Gráfico 7 – Resultados da 7ª pergunta do questionário.
Fonte: Da autora (2012)

Análise da 7ª pergunta (Gráfico 7): Uma parcela significativa (43 votos) demonstrou interesse em consumir produtos confeccionados com conceitos ecológicos e sustentáveis. Mesmo não sendo uma matéria-prima convencional utilizada para a fabricação de produtos moda praia, a aplicação do couro de peixe nas peças revelou-se como fator positivo junto às participantes da pesquisa, demonstrando assim o potencial da aplicação desse material como estratégia de inovação para os produtos da marca.

8. Por quanto tempo você costuma ficar dentro da água do mar ou da piscina?

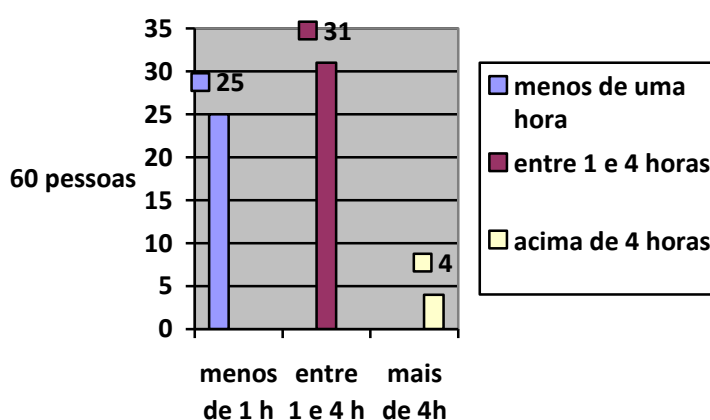


Gráfico 8 – Resultados da 8ª pergunta do questionário.

Fonte: Da autora (2012)

Análise da 8ª pergunta (Gráfico 8): Essa pergunta foi feita com o propósito de verificar se o tempo em que as participantes costumavam se manter imersas na água do mar ou da piscina estava dentro dos limites estabelecidos no teste experimental feito com o couro de tilápia. Conforme podemos observar, a maioria das pessoas estabelece tempos entre 1 e 4 horas (31 votos) ou menos de 1 hora (25 votos), o que corresponde ao período semelhante em que o material foi exposto à água durante o teste, ou seja, aproximadamente quatro horas, apresentando como resultado índice positivo de resistência.

9. Com qual frequência você costuma comprar um modelo novo de biquíni ou maiô?

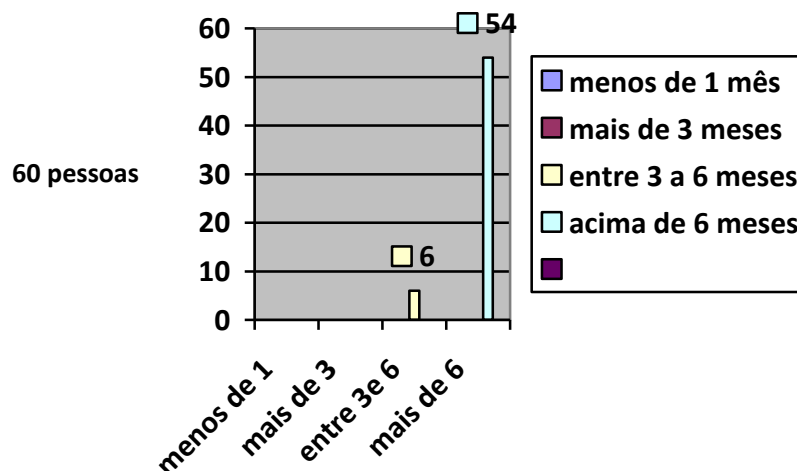


Gráfico 9 – Resultados da 9ª pergunta do questionário.
Fonte: Da autora (2012)

Análise da 9ª pergunta (Gráfico 9): O intervalo de seis meses foi apontado pela maioria das pessoas (54 votos) como sendo o período em que elas compram novas peças para irem às praias. Essa informação auxiliará no ciclo de programação para a entrada de novos modelos nos pontos de vendas e na rotatividade de atualização do site da marca.

10. Qual o valor médio que você costuma pagar na compra de um biquíni ou maiô?

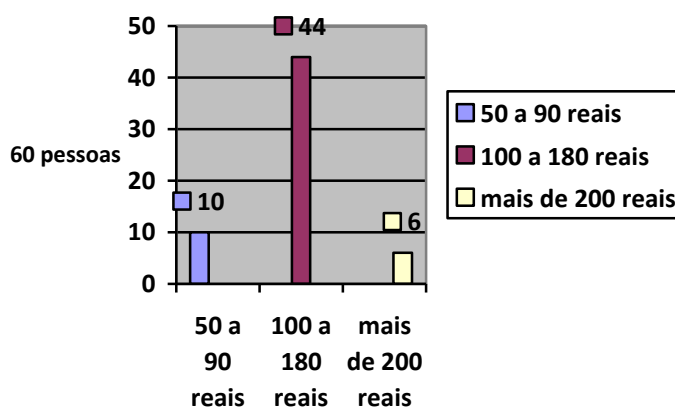


Gráfico 10 – Resultados da 10ª pergunta do questionário.
Fonte: Da autora (2012)

Análise da 10ª pergunta (Gráfico 10): Os valores entre R\$100,00 e R\$180,00 são a média de preço que as consumidoras dispõem a gastar com

produtos moda praia. A partir dessa estimativa, as escolhas de matérias-primas, dos processos de fabricação e das tecnologias adotadas irão ser determinadas desde que elas possibilitem a prática do custo final do produto dentro dos patamares apontados na pesquisa.

11. Você pagaria um pouco mais por um biquíni ou maiô confeccionado com material diferenciado e ecológico? (Caso sua resposta seja afirmativa, indique uma estimativa de porcentagem em relação ao valor de uma peça convencional que você costuma comprar)

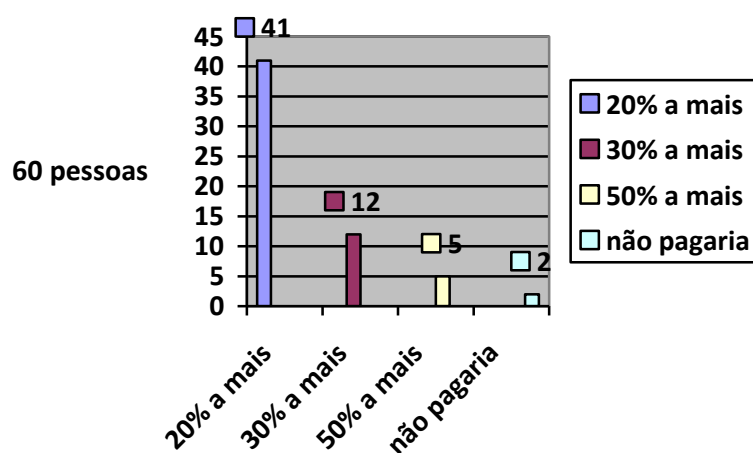


Gráfico 11 – Resultados da 11ª pergunta do questionário.
Fonte: Da autora (2012)

Análise da 11ª pergunta (Gráfico 11): Considerando que o custo do couro de tilápia ainda é elevado, a aplicação desse material durante a criação dos modelos tomará os devidos cuidados para que os preços não fiquem muito fora das margens de valores dos seus eventuais concorrentes. No que diz respeito a essa questão, podemos observar que a maioria das mulheres se dispõe a pagar até 20% a mais por um produto moda praia tendo como inovação a aplicação de um material ecológico. Devido a isso, os produtos da coleção com esse diferencial serão criados e desenvolvidos para que o custo final fique dentro dessa média, o que possibilita o alcance de uma maior competitividade no mercado.

12. Onde você costuma comprar as suas peças de moda praia? (Pode assinalar mais de uma opção)

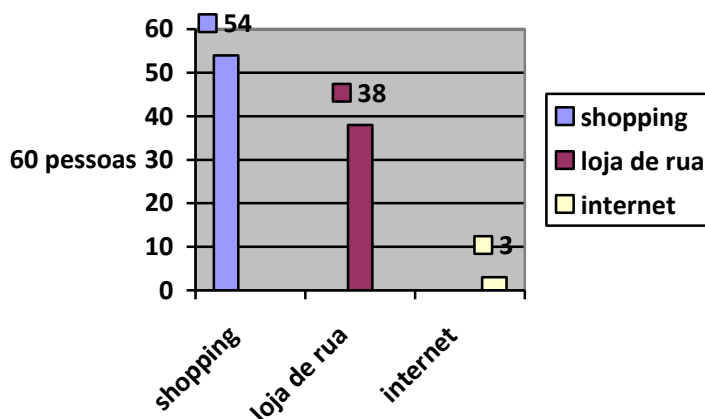


Gráfico 12 – Resultados da 12ª pergunta do questionário.
Fonte: Da autora (2012)

Análise da 12ª pergunta (Gráfico 12): Quando se trata de produtos moda praia, o comportamento da maioria das pessoas tende a adquirir as peças em espaços físicos. Shoppings (54 votos) e lojas (38) foram apontados como os locais preferidos de compra. Dado a esses resultados, a marca adotará como estratégia inicial a implantação dos seus principais pontos de vendas em estabelecimentos físicos.

13. Você tem preferência para comprar em que tipo de estabelecimento? (Pode assinalar mais de uma opção)

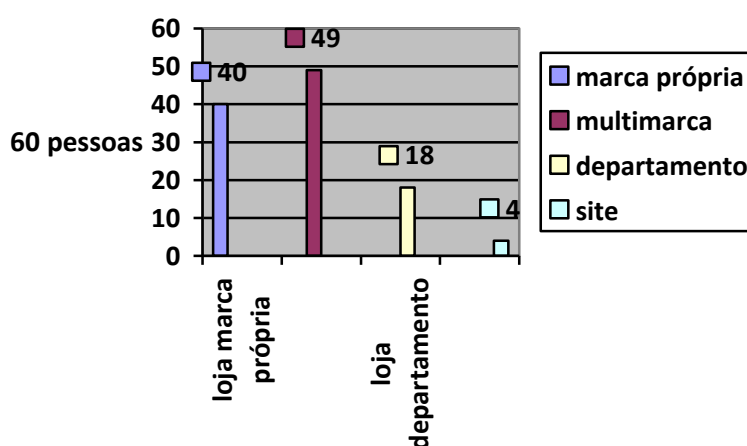


Gráfico 13 – Resultados da 13ª pergunta do questionário.
Fonte: Da autora (2012)

Análise da 13ª pergunta (Gráfico 13): Lojas multimarcas (49 votos) e lojas de marca própria (40 votos) foram indicadas como os estabelecimentos mais frequentados pelas participantes para fazer compras de produtos moda praia. Em função disso, a comercialização da marca se pautará na distribuição inicial de seus produtos para esses dois tipos de estabelecimentos. Mesmo tendo um índice baixo na pesquisa (4 votos), a empresa também optará pelas vendas por meio de site, já que esse sistema não demanda custos tão elevados para a sua implantação. Além disso, o site funcionará como veículo mais rápido e eficiente para a divulgação da marca em território nacional e para outros países.

14. O que você acha necessário ter em uma loja para influenciar a sua compra? (Assinale por ordem de importância – ex.: 1 – mais importante..., 2..., 3..., 4 – menos importante)

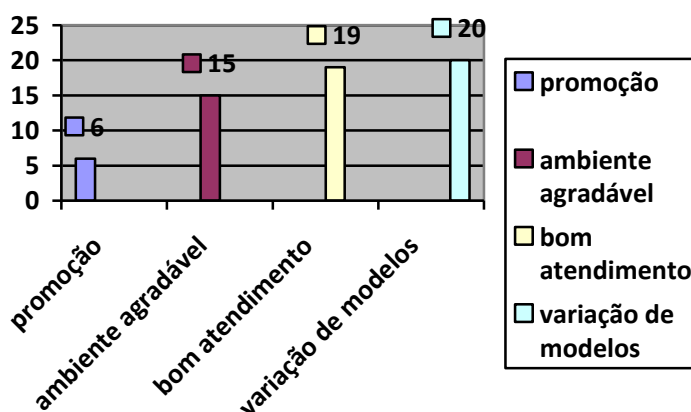


Gráfico 14 – Resultados da 14ª pergunta do questionário.
Fonte: Da autora (2012)

Análise da 14ª pergunta (Gráfico 14): Variação de modelos (20 votos), bom atendimento (19 votos) e ambiente agradável (15 votos) foram os principais fatores apontados pelas mulheres como sendo essenciais para influenciar a decisão para a compra. Uma vez que a marca pretende implantar loja de marca própria, a empresa tomará as devidas providências para atender a esses requisitos, oferecendo uma variedade de modelos na coleção, treinamento direcionado aos funcionários e a contratação de profissionais especializados para a elaboração do projeto arquitetônico e decorativo do seu ponto de venda.

15. Que tipo de propaganda ou mídia influencia ou chama a sua atenção para a compra de uma peça de moda praia? (Pode assinalar mais de uma opção)

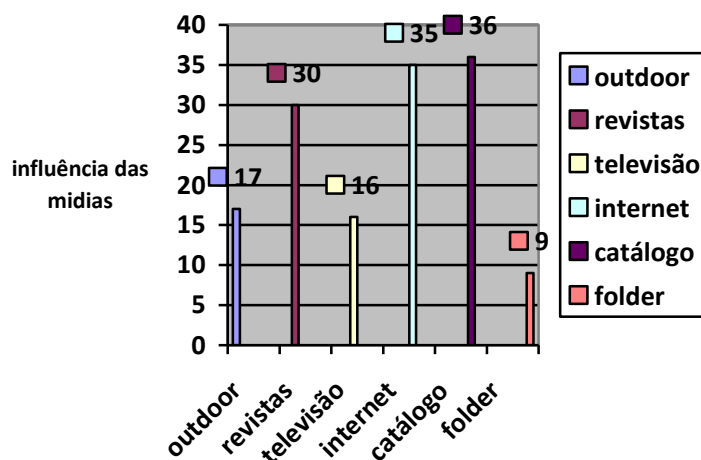


Gráfico 15 – Resultados da 15ª pergunta do questionário.
Fonte: Da autora (2012)

Análise da 15ª pergunta (Gráfico 15): Mídias impressas e eletrônicas são aquelas que mais chamam a atenção das participantes da pesquisa. Conforme podemos observar nos dados do gráfico, catálogo (36 votos), internet (35 votos) e revistas (30 votos) foram os meios de comunicação mais indicados para a circulação de propagandas. Dessa forma, a marca desenvolverá projetos para catálogo impresso e site para promover a veiculação de suas campanhas publicitárias.

4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

4.1 EMPRESA

4.1.1 Nome da Empresa

“Maré” é o nome escolhido para a marca da empresa. A palavra remete ao ambiente praiano formado por ondas, areia e calor. O termo também é o nome dado para as alterações de nível da água do mar que ocorrem sob a influência do sol e da lua.

O nome foi escolhido com o pensamento no som da pronúncia aberta e no jogo das palavras que formam outra palavra:

“**Mar é** para mim um lugar para relaxar.

E para você... O que **Maré** significa?”

4.1.2 Porte

A empresa é de pequeno porte, sendo o desenvolvimento, a modelagem e a prototipagem feita por uma equipe própria. O corte das peças também será feito na empresa e, posteriormente, os lotes serão distribuídos para confecções terceirizadas, que prestarão a maior parte dos serviços de costura e acabamentos na produção em série.

4.1.3 Marca

A marca traz para o público uma moda praia mais ousada e sofisticada, que atende a mulher que adora novidades. Traz o conceito ecológico em função da matérias-prima diferenciada que utiliza em suas peças, ou seja, o couro de tilápia.

Seu estilo é de jovialidade e de elegância e a coleção possui peças que poderão ser usadas com artigos pós-praia como chapéus, bolsas e cangas. A marca chama a atenção oferecendo opções de produtos que podem ser combinados de várias maneiras, proporcionando à mulher moderna a composição de diferentes *looks* para o seu lazer na piscina ou na praia.

O desenho da logomarca remete à concha, que é um dos elementos presentes no mar.



Figura 18 – Logomarca.
Fonte: Da Autora (2013)

4.1.4 Conceito da Marca

O conceito da marca Maré visa o equilíbrio entre a estética e a funcionalidade nos seus produtos, promovendo conforto e privilegiando a sensualidade da mulher que gosta de se sentir bem vestida nos lugares que remetam ao clima tropical e ensolarado das praias.

A marca também adota com diferencial em suas criações a linha sustentável, explorando material ecologicamente correto para inovar e diferenciar as suas peças no mercado.

4.1.5 Segmento

O segmento da empresa é o *beachwear* – um dos mais requisitados no mercado de moda. O Brasil é reconhecido no mundo inteiro pelas suas praias pitorescas e que são frequentadas por pessoas de vários lugares. Pelo seu clima predominantemente tropical, o país é reconhecido pela presença abundante de belas mulheres que circulam pelas praias com seus corpos ardentes e esculturais que esbanjam sensualidade.

Como todo vestuário, as peças de moda praia incorporaram no seu design mudanças significativas ao longo do tempo. Ao pensar no biquíni – considerado como o *look* preferido das brasileiras para frequentar as praias – logo o que vem à mente é um produto com modelagem ousada e criativa, que mescla cores e padronagens que vão dos tons neutros aos mais vibrantes.

O panorama atual demonstra que esse segmento tende a crescer cada vez mais, ganhando destaque no mercado mundial.

4.1.6 Distribuição

O sistema de distribuição dos produtos vai acontecer em território nacional. Serão utilizados meios como site de vendas, lojas multimarcas e loja própria.

A distribuição e a entrega das vendas feitas por site serão viabilizadas por meio de transportadoras e pelos correios com o uso de encomenda registrada e via sedex. Caso tenha em estoque e dependendo da distância, os produtos terão prazos médios em torno de 5 a 15 dias úteis para a entrega.

Já as lojas multimarcas serão atendidas por meio de representantes com o sistema de pedidos programados e sob encomenda que serão enviados para a empresa via e.mail ou fax, tendo um período em torno de 30 a 45 dias para que os produtos cheguem até os lojistas.

No caso da loja de marca própria, o gerente do estabelecimento ficará responsável por repassar as necessidades de reposição de mercadorias para a

empresa, fazendo o controle de entrada e saída com relatórios mensais que serão apresentados periodicamente aos sócios-proprietários. A entrega das peças para a loja de marca própria será feita com veículo da empresa.

4.1.7 Concorrentes (Diretos e Indiretos)

Nenhuma marca foi identificada como significativa para ser considerada como concorrente direto, já que nenhuma empresa do segmento moda praia se mostrou como referência no desenvolvimento e na produção de produtos que explorem o couro de peixe como matéria-prima em seus produtos.

Porém, é importante ressaltar que existem mulheres que produzem o biquíni feito com o couro de peixe em algumas regiões do litoral brasileiro de maneira artesanal e como forma de aumentar a renda familiar. Também há casos em que esse material foi utilizado por estilistas em algumas peças de vestuário nas suas coleções, mas sem o propósito de absorver o couro de peixe como matéria-prima fundamental no conceito da marca.

Por outro lado, podemos considerar como eventuais concorrentes indiretos algumas marcas como Lenny Niemeyer, Blue Man, Água Doce Praia, entre outros, que desenvolvem produtos com um estilo sofisticado, urbano e moderno que buscam inovações no design para valorizar a mulher elegante, e que vão de encontro com a linha de pensamento da marca proposta.

4.1.8 Sistemas de Venda e Pontos de Venda

As vendas serão realizadas pela internet por meio do sistema *e.commerce*. O site da marca apresentará os produtos com fotos em diversos ângulos para atrair o consumidor. Todos os produtos terão o código de referência com seus respectivos preços.

A empresa possuirá ainda uma loja de marca própria, localizada na cidade de Londrina, Estado do Paraná. Também irá comercializar seus produtos em

shoppings e lojas multimarcas localizadas nas regiões norte, sul, leste, oeste e centroeste do Brasil, com a assistência de representantes.

A loja própria será decorada com elementos praianos e com conceito sustentável, com o intuito de reafirmar a filosofia da marca para os clientes. Já os produtos vendidos nas lojas multimarcas terão como objetivo tornar o nome da marca mais conhecido nacionalmente, especialmente nas regiões litorâneas, para atrair a atenção do consumidor.

Como estratégia de propaganda e marketing à curto prazo serão desenvolvidos catálogos via *online* e catálogos impressos. Posteriormente, à médio e longo prazos, a empresa utilizará de outros meios como *outdoors* e divulgação em revistas do segmento de moda, comportamento e saúde.

4.1.9 Promoção e Preços

Os preços finais de varejo para a comercialização dos produtos da marca Maré irão variar entre valores aproximados de R\$60,00 para os modelos mais básicos e R\$190,00 para os mais diferenciados, tanto nas lojas multimarcas quanto na loja de marca própria.

Na loja de marca própria haverá promoções com índices de descontos que podem variar dos 30% até 60% para modelos de coleções anteriores. Para a coleção da estação haverá o sistema de promoção em que na compra de duas peças a cliente ganha 30% sobre o valor final de uma delas. Já para as compras de mais de três peças, o desconto aumenta para 50% sobre o valor final de um dos modelos.

A marca também adotará o sistema de compra pelo cartão-fidelidade, em que os pontos darão direitos a descontos tanto para as compras feitas na loja de marca própria quanto pelo site da empresa.

Em épocas de datas comemorativas como Dia das Mães, Dia dos Namorados e Festas de Fim de Ano, as compras feitas pelo site com valores acima de R\$130,00 serão entregues sem a cobrança de frete.

4.2 PÚBLICO ALVO

O público alvo da marca Maré é formado por mulheres com idade entre 22e 30 anos, pertencentes às classes A e B. Adoram frequentar praias e procuram estar bem vestidas para todas as ocasiões. São sofisticadas e buscam sempre por inovações no jeito de vestir, dando atenção especial aos produtos fabricados com materiais diferenciados.

Podem ser independentes ou não, morando sozinhas ou com os familiares. Costumam ir a shoppings, sair com os amigos em bares e restaurantes e adoram sentir a brisa do mar sobre a pele usando peças que valorizem o seu corpo.

4.2.1 Perfil do Consumidor

As mulheres que consomem os produtos da marca Maré são apreciadoras de arte e moda e sempre procuram se informar sobre as últimas tendências do momento. Possuem o hábito de ler revistas como *Vogue* e *Elle*, mas também não dispensam consultas em *blogs* para procurar dicas de beleza. Apreciam músicas de estilos variados que transitam entre os repertórios da *house music*, bossa nova e samba.

Essas mulheres possuem cuidados com a estética do corpo por meio de atividades em academias. São animadas, curtem baladas e viajam sempre quando podem. Adoram visitar praias como Ibiza, Miami Beach e Jurerê Internacional. Sempre quando têm oportunidade chamam os amigos para irem à praia ou à piscina. Elas adoram sentir o sol sobre a pele, caminhar na areia e tomar *drinks* de verão.

Muito vaidosas, não pensam duas vezes para comprar algo que a atraia e sempre procuram estar vestidas da melhor maneira possível. Não dispensam o uso de biquínis que valorizam o corpo, mas também sem deixar de lado a elegância.



Figura 19 – Imagem público alvo.
Fonte: Vix Brasil (2013)

4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

4.3.1 Macrotendências (Socioculturais)

A sustentabilidade é um fenômeno sociocultural que surgiu da necessidade em se adotar um novo estilo de vida com preocupações voltadas para a preservação do meio ambiente e o uso racional dos recursos. Os produtos ecologicamente corretos ou menos poluentes constroem na consciência do homem contemporâneo uma imagem de contribuição com a natureza. Dessa maneira, as pessoas procuram exercer mais a sua cidadania, consumindo produtos que sigam a macrotendência sustentável.

As redes sociais são outra macrotendência que faz parte do cotidiano das pessoas. Empresas e consumidores se atualizam pelas mesmas fontes, criando canal direto entre a marca e o público alvo. De modo geral, esse fenômeno tem influenciado, significativamente, o comportamento do consumidor na busca pela prestação de serviços e no ato da compra dos produtos oferecidos no mercado.

4.3.2 Microtendências (Estéticas)

A transparência surge como uma forte tendência para o verão 2014. De acordo com a WGSN – Worth Global Style Network ano 2013 – agência líder mundial de pesquisa de tendências e informações de moda e estilo – elementos como as telas de *iphones*, *tablets* e outros tipos de produtos no meio digital são as responsáveis por esse panorama.

Além disso, os tecidos com texturas e com aspectos naturais – com base no ecologicamente correto – também vão estar em alta para o próximo verão. A natureza estará representada em estampas com flores, animais e elementos do fundo do mar. Os *looks* da estação lembrarão estruturas orgânicas enriquecidas com recortes estrategicamente aplicados.

4.4 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

O projeto foi desenvolvido com base nos aspectos ecológicos e sustentáveis com a utilização do couro de peixe como elemento inovador e diferenciado para a elaboração de uma coleção para o segmento *beachwear*. Busca também respeitar as limitações para a aplicação desse material em produtos de moda, condicionando o seu uso em peças de vestuário que sejam mais compactas e com menor consumo de matérias-primas para a fabricação.

4.4.1 Delimitação Projetual

Para que todo projeto obtenha sucesso, é fundamental estabelecer as delimitações necessárias para o alcance do conforto, da praticidade, da estética e, principalmente, do desejo de compra por parte do público em relação ao produto elaborado.

Baseado nisso, alguns aspectos importantes para o desenvolvimento da coleção serão descritos e explicados na sequência.

4.4.2 Especificações do Projeto

O projeto tem como inspiração o fundo do mar e utiliza conceitualmente material ecológico – no caso o couro de tilápia – como valor agregado ao produto. O toque das matérias-primas têxteis possibilita a sensação de conforto e a modelagem das peças assegurará a liberdade de movimentos dentro e fora da água.

Os efeitos metálicos produzidos por aviamentos e reguladores darão um toque *high-tech* de modernidade e tecnologia. Já as estampas de cores vibrantes serão utilizadas para resgatar a energia da mulher moderna, que supera todas as barreiras para alcançar os seus objetivos.

4.4.2.1 Conceito da coleção

O conceito da coleção é o “ecologicamente correto” e se baseia na filosofia do uso de materiais e de práticas sustentáveis e de reaproveitamento.

Para o desenvolvimento das peças dessa coleção foi selecionado o couro de tilápia como aspecto inovador para a elaboração de produtos para o segmento *beachwear* feminino.

4.4.2.2 Nome da coleção

O nome da coleção é “*Paradise*” – que traduzido do inglês significa paraíso. Esse nome foi escolhido por remeter a ideia de paraíso tropical, ou seja, um lugar bonito e agradável que geralmente as pessoas gostariam de estar.

4.4.2.3 Referência da coleção

A coleção tem como referência principal os corais retratados como arte abstrata – um ambiente em que se concentram milhões de espécies e mistérios a serem explorados pelo homem. O fundo do mar possui elementos de uma beleza infinita, com formas e texturas exóticas. É um lugar mágico, em que o silêncio somente é quebrado com a agitação das ondas.

Os tons verde-azulados das águas e terrosos das rochas e areias serão adotados juntamente com as matizes vibrantes dos corais de várias espécies. A textura exótica da pele do peixe reforçará mais ainda esse resgate do oceano nas peças da coleção.

4.4.2.4 Formas e estruturas (*shapes*)

As formas e estruturas selecionadas para a coleção baseiam-se em *shapes* de silhuetas retas, triangulares (normal e invertida), arredondadas e acinturadas. Em um contexto mais direcionado, essas formas gerais se manifestam em combinações puras ou misturadas, criando novas semi-estruturas de *shapes* que são evidenciados e percebidos na geração de alternativas para os biquínis e maiôs da coleção.

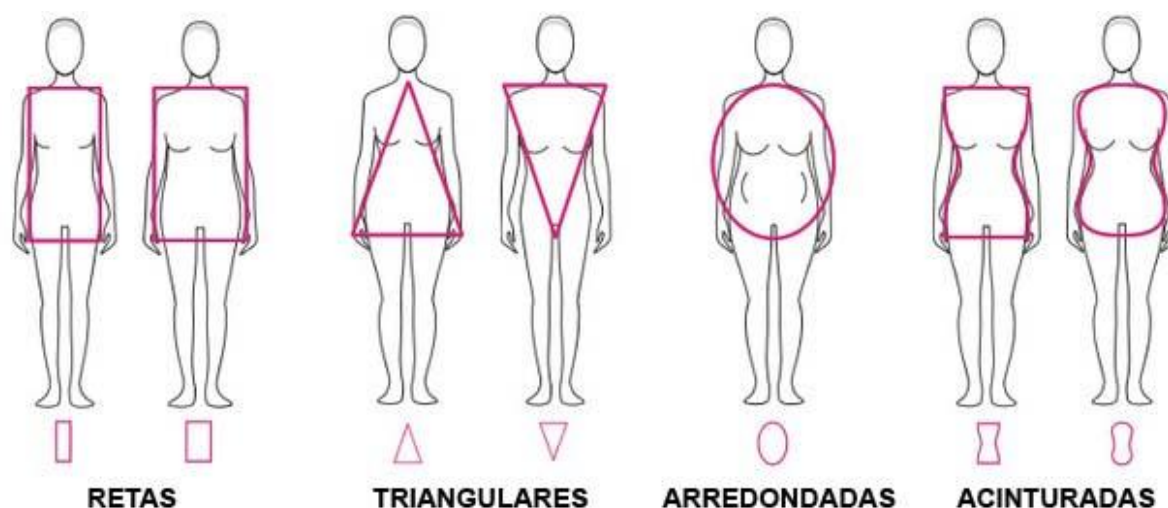


Figura 20 – Estudo de shapes.
Fonte: Fashions From The Girls Next Door (2013)

4.4.2.5 Cores

As cores escolhidas para a coleção variam das tonalidades de dourado nos acessórios até os matizes de tons de areia nas peças. Fazem transposições do laranja ao vermelho dos corais, chegando até aos verde-azulados das águas e o preto do fundo do oceano.

A cartela de cores apresenta um equilíbrio que mescla tons pastéis com cores mais fortes, que podem ser percebidos tanto nos tecidos lisos quanto nos estampados.

4.4.2.6 Tecnologias

Em relação aos materiais têxteis, a tecnologia do fio lycra[®] utilizada para a confecção das peças permite o secamento mais rápido e eficaz após o banho de mar ou piscina.

Já as peles de tilápia – que são curtidas vegetalmente por uma comunidade de mulheres de Coxim-MS – passam por um tratamento com o agente curtente “tanino”, que é um pó extraído das árvores e que se comparado com os sais como cromo e outros metais que normalmente são utilizados no curtimento da pele de peixe por processos mais convencionais, acaba sendo bem menos agressivo para o meio ambiente.

4.5 BRIEFING



Figura 21 – *Briefing*.
Fonte: Fine Art America (2013)

4.6 CARTELA DE CORES



01. Sol
Pantone 12-0643 TCX



02. Concha
Pantone 19-5708 TCX



03. Areia
Pantone 15-1142 TCX



06. Oceania
Pantone 17-5734 TCX



05. Alga
Pantone 16-1359 TCX



Atlântico
Pantone 16-5820 TCX

Figura 22 – Cartela de cores.
Fonte: Da autora (2013)

4.7 CARTELA DE MATERIAIS



Tule de malha
100% poliéster
Fornecedor: Central Malhas



Musseline Dior
100% poliéster
Fornecedor: Rivieira Tecidos



Couro de tilápia
100 % couro de tilápia
Fornecedor: Aqua pele



Microfibra Soft estampa 2
92% Poliamida 8% elastano
Fornecedor: Central Malhas



Microfibra Soft estampa 1
92% Poliamida 8% elastano
Fornecedor: Central Malhas

Figura 23 – Cartela de materiais
Fonte: Da autora (2013)

4.8 MIX DA COLEÇÃO

Mix	Básico	Fashion	Vanguarda	Total
Biquíni	8	8	3	19
Maiô	3	3	0	6
Saídas de praia	2	3	0	5
Percentual de modelos	43%	47%	10%	100%

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

4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: LOOKS 01 E 02

Biquíni básico, modelo grande, confortável com sutiã para bustos maiores com sustentação. Modelo básico *chic*, com a estampa da coleção e couro de peixe.

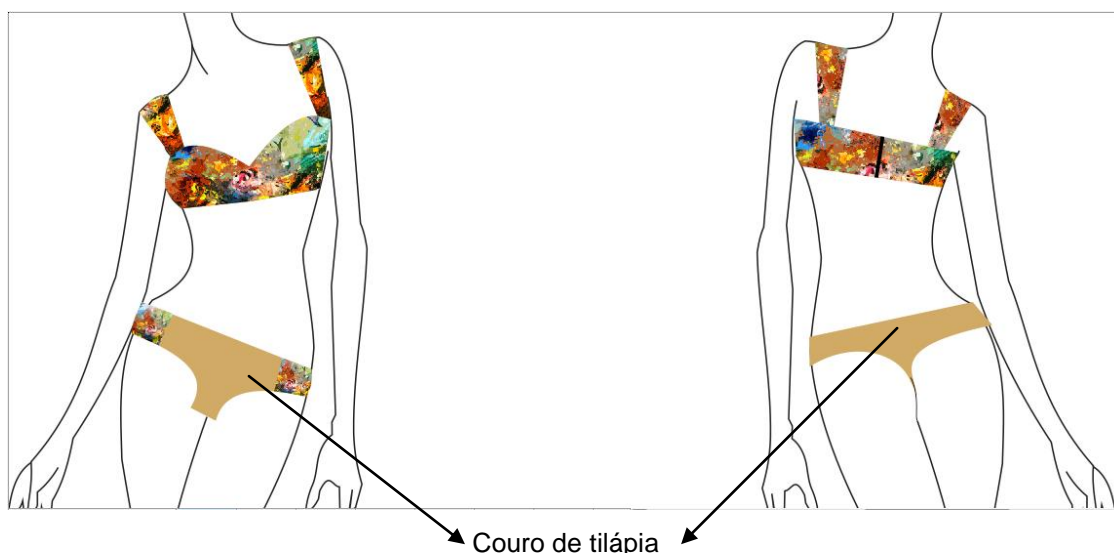


Figura 24 – Look 01 (sutiã estampado com alças grossas e calcinha média com couro de tilápia).
Fonte: Da autora (2013)

Modelo cortininha com amarração e detalhe do couro do peixe no busto, para mulheres que optam por modelos tradicionais e básicos.

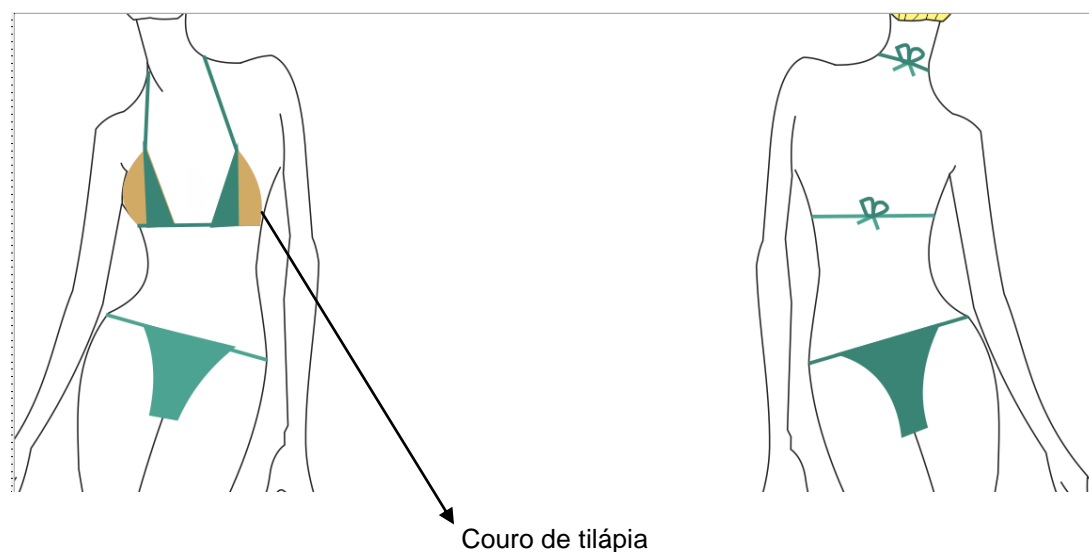


Figura 25 – Look 02 (sutiã frente única c/ couro de tilápia em duas cores e calcinha estilo tanga tamanho médio de couro de tilápia).
Fonte: Da autora (2013)

4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: LOOKS 03 E 04

Modelo tomara-que-caia com calcinha grande para mulheres que preferem não mostrar tanto o corpo, porém querem ser elegantes com um biquíni mais confortável.

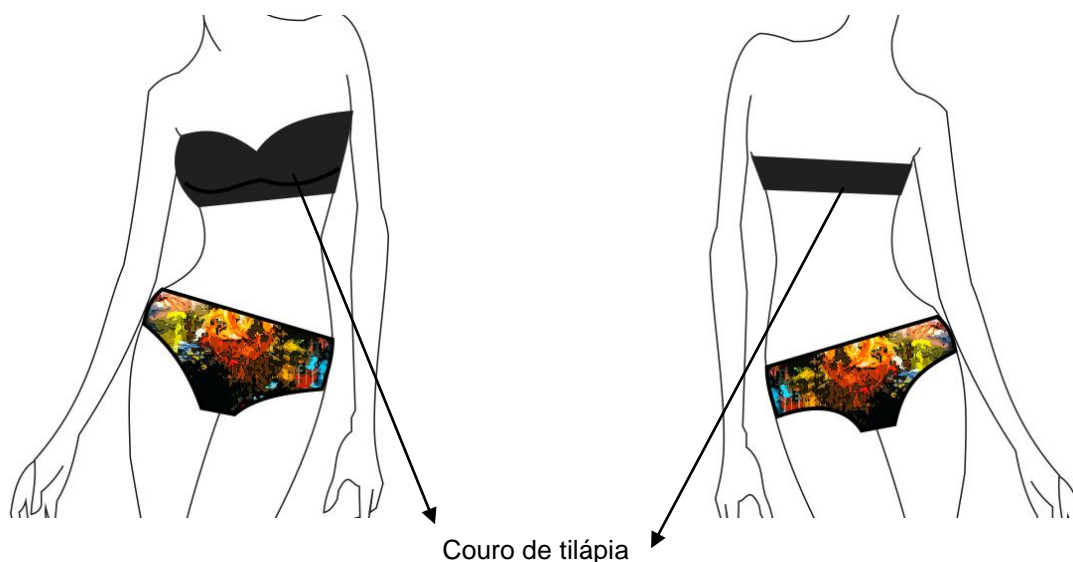


Figura 26 – Look 03 (sutiã tomara-que-caia com couro de tilápia e calcinha tamanho grande estampada).

Fonte: Da autora (2013)

Biquíni estilo *top* para a mulher mais ousada e contemporânea que gosta de inovação ao vestir um modelo diferenciado.

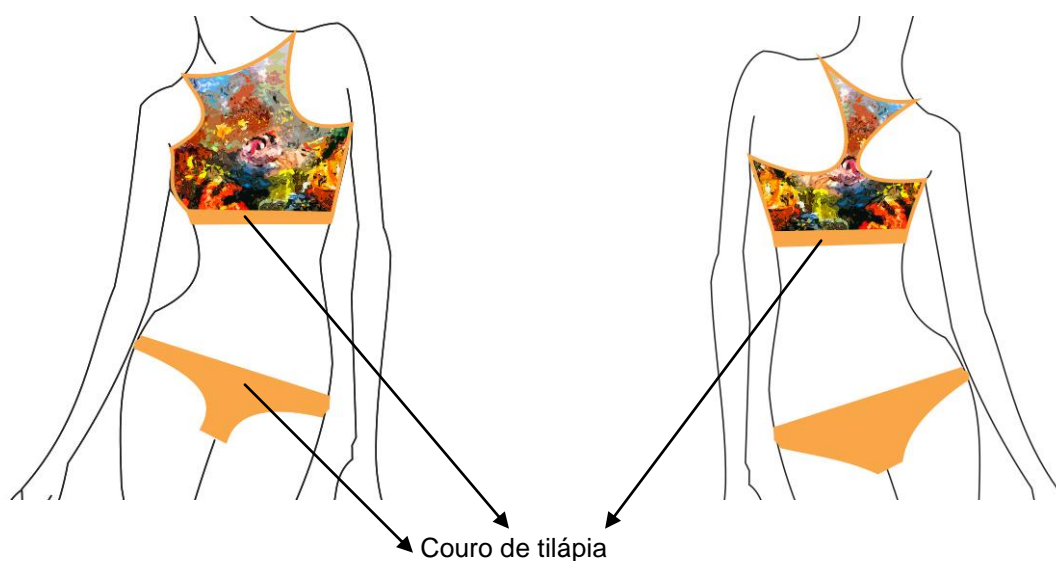


Figura 27 – Look 04 (sutiã estilo *top* estampado com couro de tilápia na parte inferior e calcinha tamanho médio de couro de tilápia).

Fonte: Da autora (2013)

4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: LOOKS 05 E 06

Modelo ousado estilo blusa, com decote na frente e atrás irregular mais calcinha de couro de tilápia, perfeito para mulheres que gostam de se destacar pela ousadia e sensualidade.

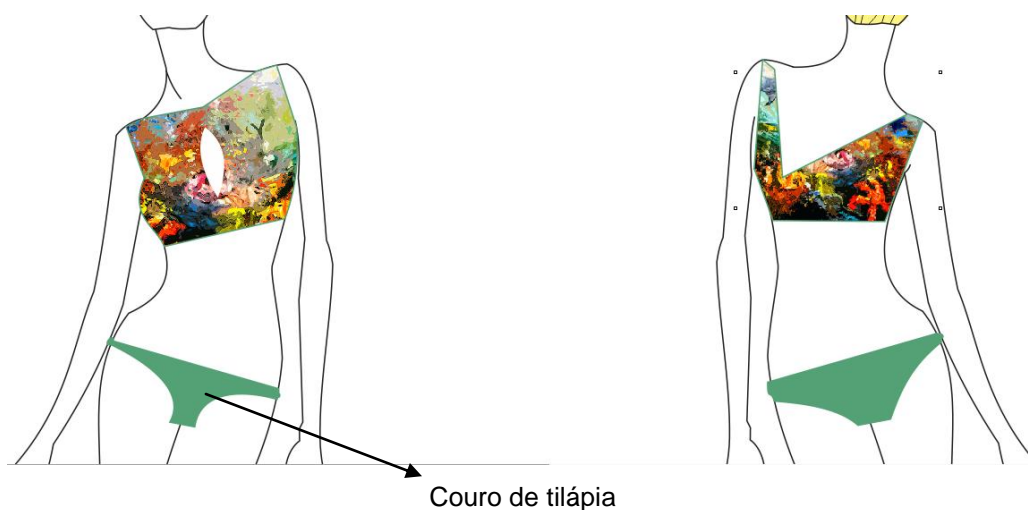


Figura 28 – Look 05 (biquíni com a parte de cima estilo blusa e calcinha tamanho médio com couro de peixe).

Fonte: Da autora (2013)

Maiô estilo regata com recortes e couro de tilápia, elegante e confortável, perfeito para mulheres que gostam de usar maiô sem decotes, porém em um estilo mais refinado.



Figura 29 – Look 06 (maiô com a parte central e as costas estampadas e laterais com couro de tilápia).

Fonte da autora (2013)

4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: LOOKS 07 E 08

Biquíni estilo cortininha com calcinha com babadinhos. Estilo mais jovial para as mulheres que gostam de um biquíni menor e para aquelas que são mais jovens.

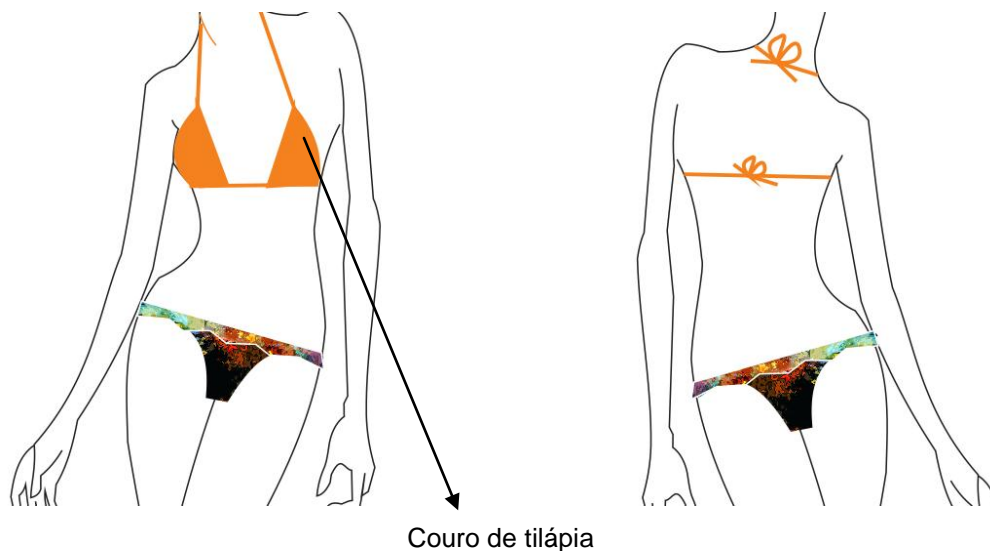


Figura 30 – Look 07 (sutiã cortininha com couro de tilápia e calcinha pequena com babadinhos).
Fonte: Da autora (2013)

Modelo mais jovial, com calcinha bem pequena e sutiã com amarração e decote, para a mulher que gosta de mostrar mais o corpo e para o público mais jovem.

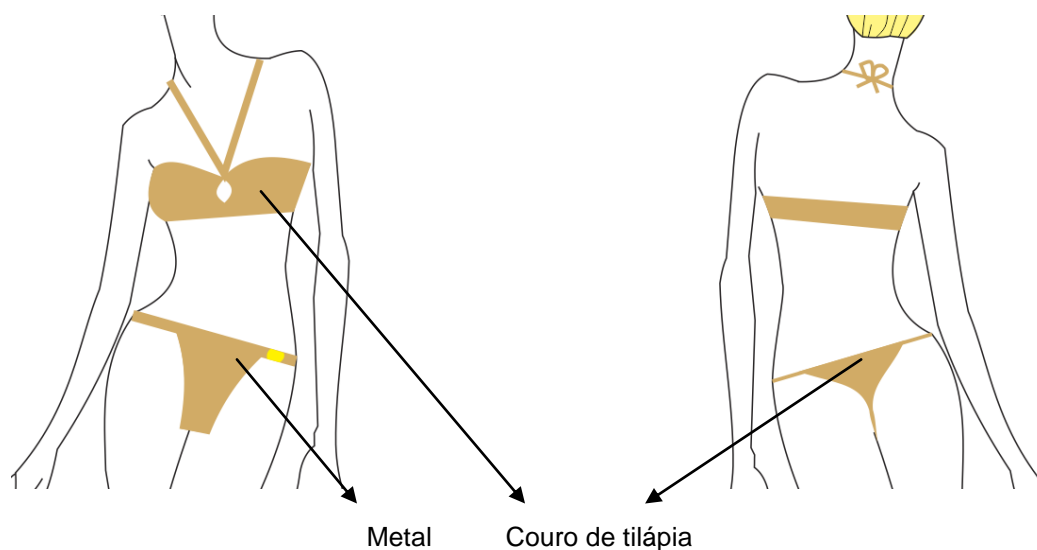


Figura 31 – Look 08 (sutiã e calcinha estilo tanga com couro de tilápia tamanho pequeno com metal na lateral).
Fonte: Da autora (2013)

4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: LOOKS 09 E 10

Modelo estilo *cropped*, pensado para a mulher que vai a uma festa na praia ou um pós-praia elegante e moderno.

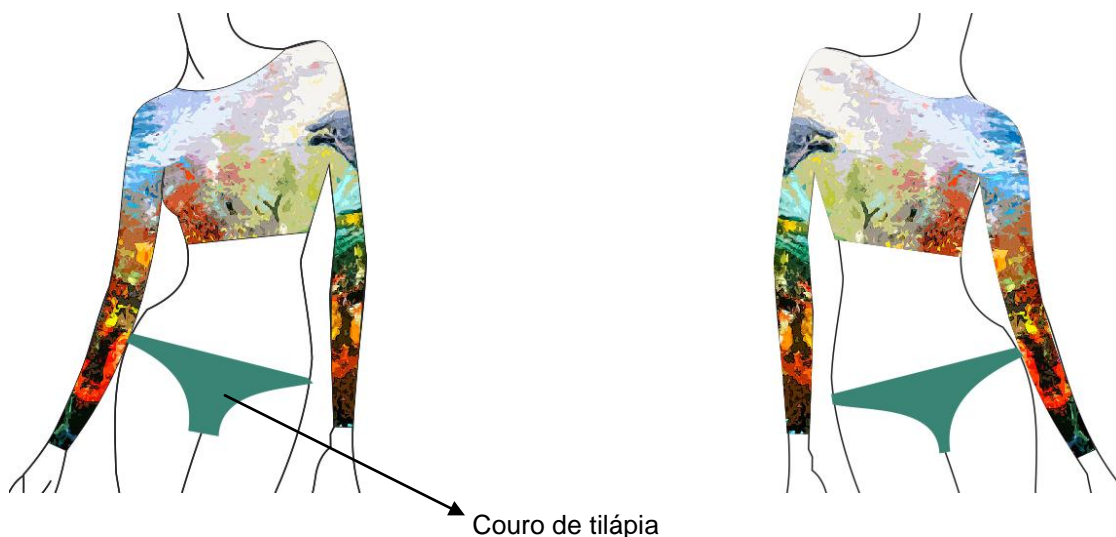


Figura 32 – Look 09 (blusa estilo *cropped* estampada e calcinha média de couro de tilápia).
Fonte: Da autora (2013)

Modelo com *hot pant* e sutiã tomara-que-caia com alça frontal com detalhe em couro. Biquíni com um estilo elegante e contemporâneo para a mulher que gosta de se vestir de forma moderna.

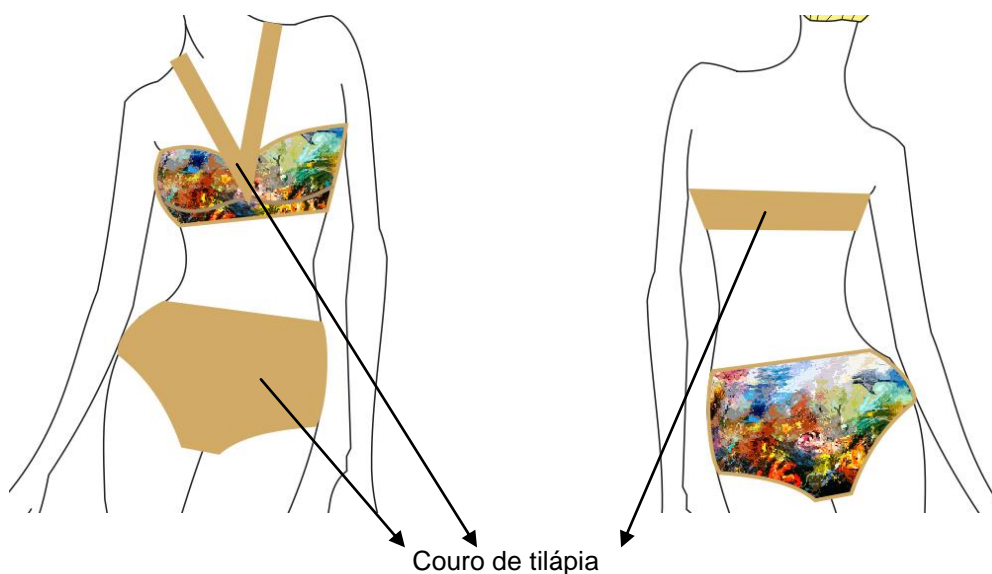


Figura 33 – Look 10 (sutiã tomara-que-caia com detalhe na alça de frente com couro de tilápia e calcinha *hot pant* com couro de tilápia na parte frontal).
Fonte: Da autora (2013)

4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: LOOKS 11 E 12

Biquíni com busto mais decotado e calcinha tamanho grande, para mulheres que gostam de valorizar mais a parte de cima e esconder a parte de baixo.

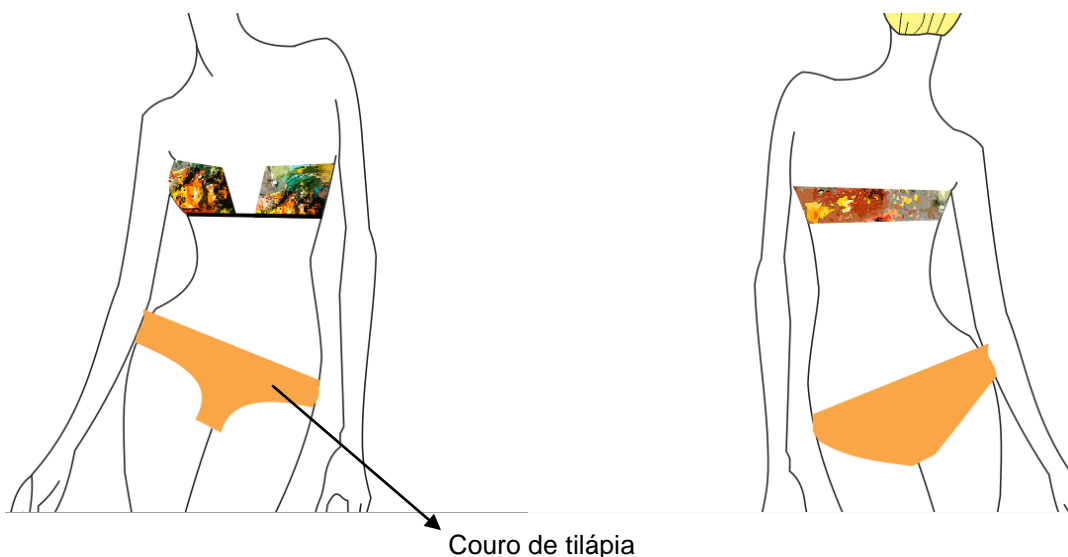


Figura 34 – Look 11 (sutiã tomara-que-caia com recorte quadrado estampado e calcinha tamanho grande).
Fonte: Da autora (2013)

Biquíni tomara-que-caia com alça para sustentação mais metal e calcinha estilo *hot pant* com detalhe em couro, para mulheres que gostam de uma peça mais comportada e bonita.

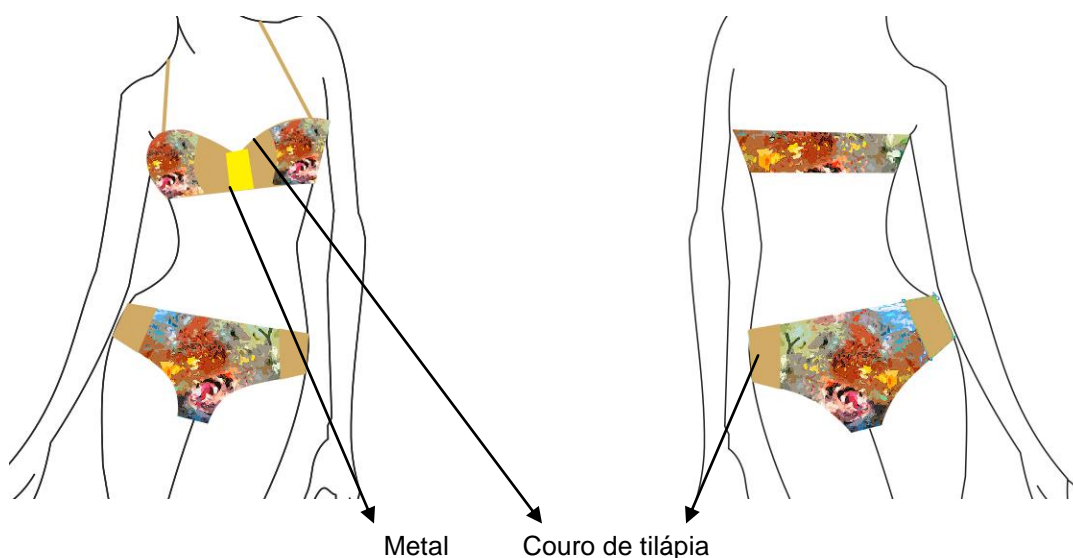


Figura 35 – Look 12 (sutiã tomara-que-caia com estilo frente única, com lateral estampada e parte central com couro de tilápia mais calcinha estilo *hot pant* com detalhe em couro).
Fonte: Da autora (2013)

4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: LOOKS 13 E 14

Modelo ousado para as mulheres que são mais sensuais e gostam de mostrar o corpo sem ser vulgar.

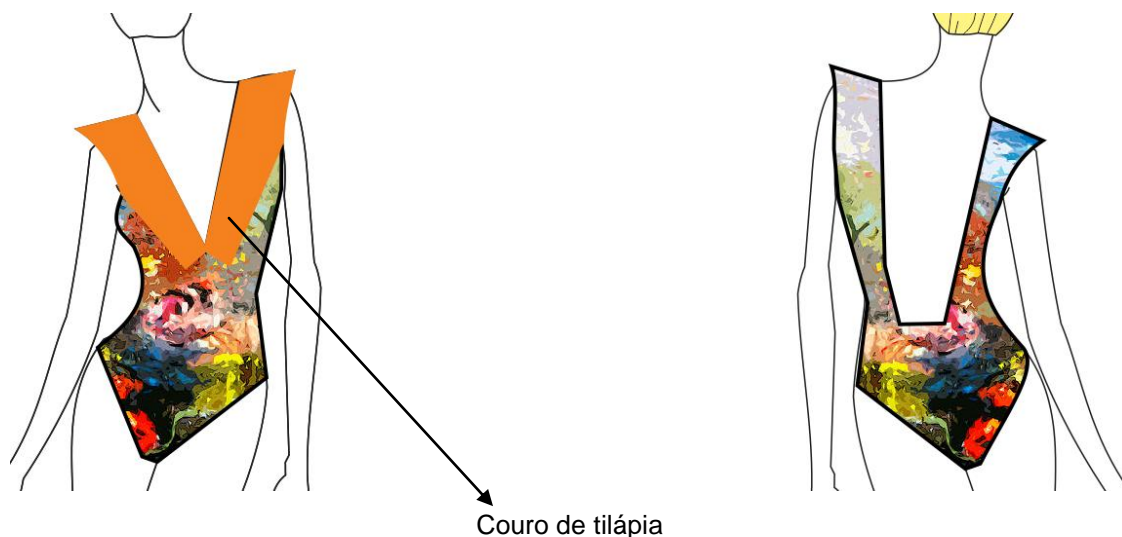


Figura 36 – Look 13 (maiô estampado com decote frontal com couro de tilápia e decote na parte traseira).

Fonte: Da autora (2013)

Biquíni jovial voltado para as mulheres mais jovens, com calcinha fio dental para quem gosta de valorizar a parte de baixo.

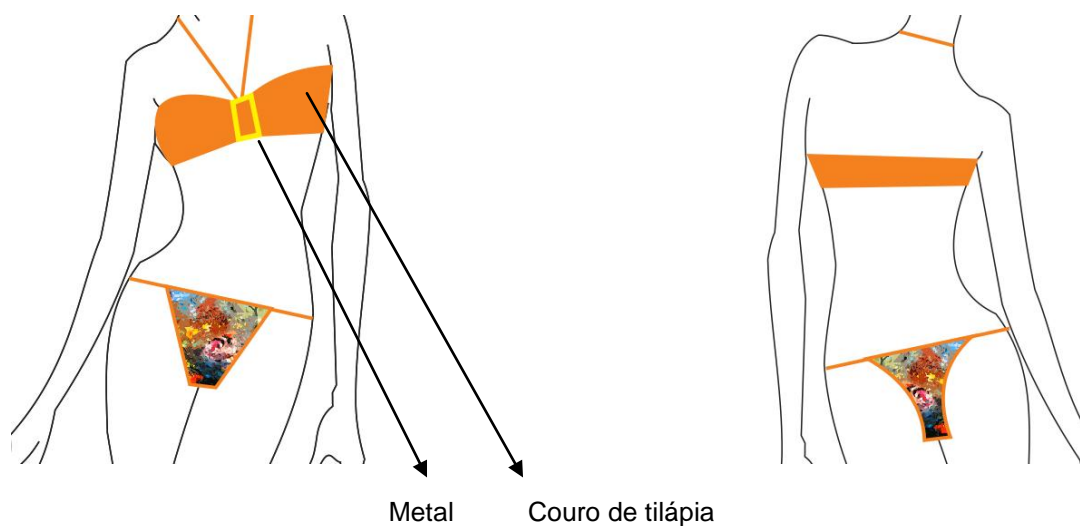


Figura 37 – Look 14 (sutiã com amarração no pescoço de couro de tilápia com metal na parte central mais calcinha fio dental estampada).

Fonte: Da autora (2013)

4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: LOOKS 15 E 16

Biquíni comportado e moderno com calcinha média, para mulheres que gostam de ser elegantes e comportadas.

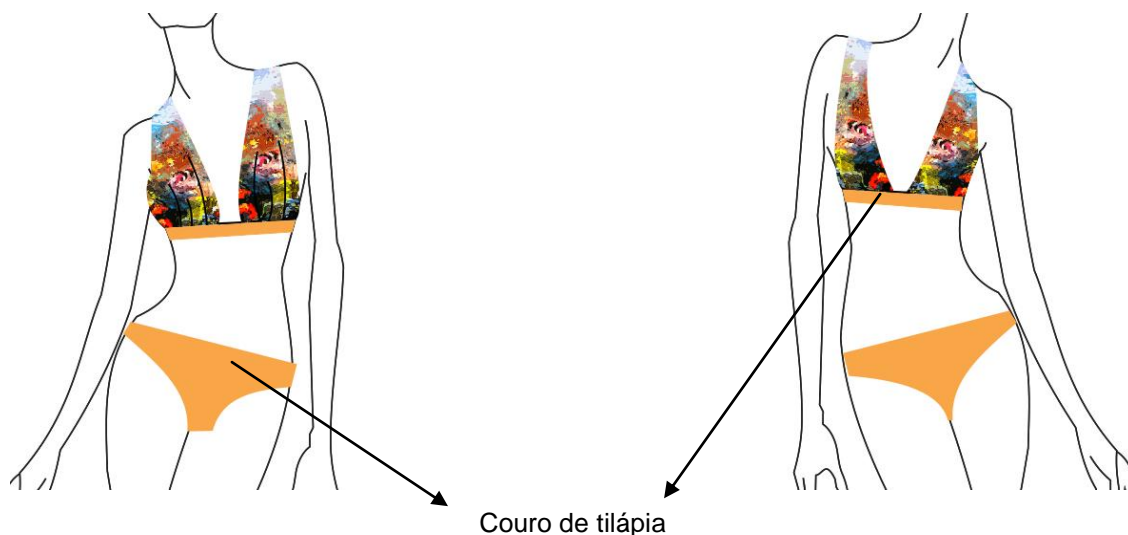


Figura 38 – Look 15 (sutiã modelo tipo frente-única tamanho médio estampado e calcinha tamanho médio com couro de tilápia).

Fonte: Da autora (2013)

Biquíni tomara-que-caia com metal e calcinha pequena. Elegante e jovial para todos os estilos de mulheres.

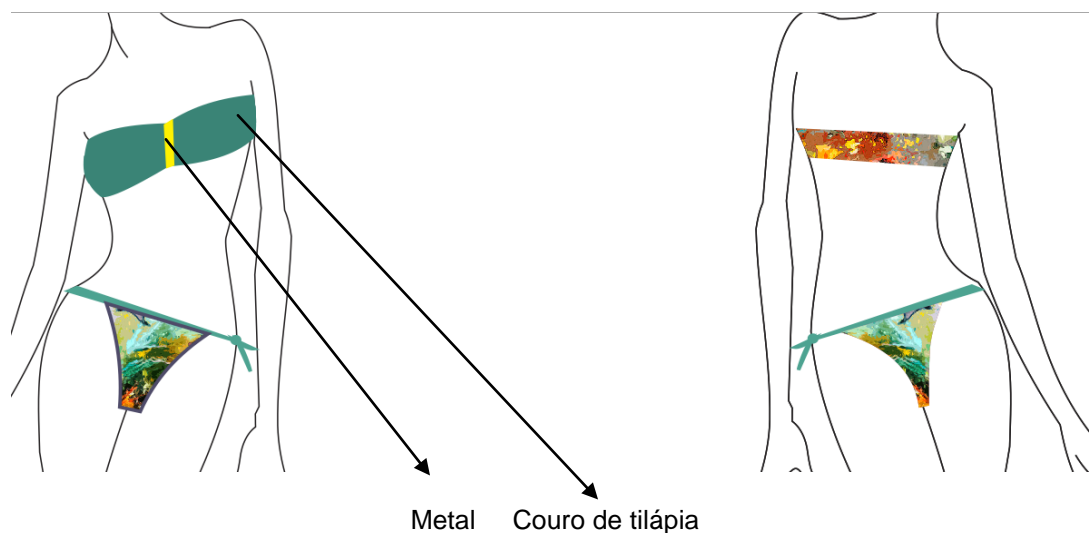


Figura 39 – Look 16 (sutiã tomara-que-caia de couro de tilápia com metal na parte central e calcinha pequena cortininha com regulagem).

Fonte: Da autora (2013)

4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: LOOKS 17 E 18

Biquíni com recortes em couro de tilápia, moderno para a mulher que gosta de ser contemporânea e gosta de fugir do comum.

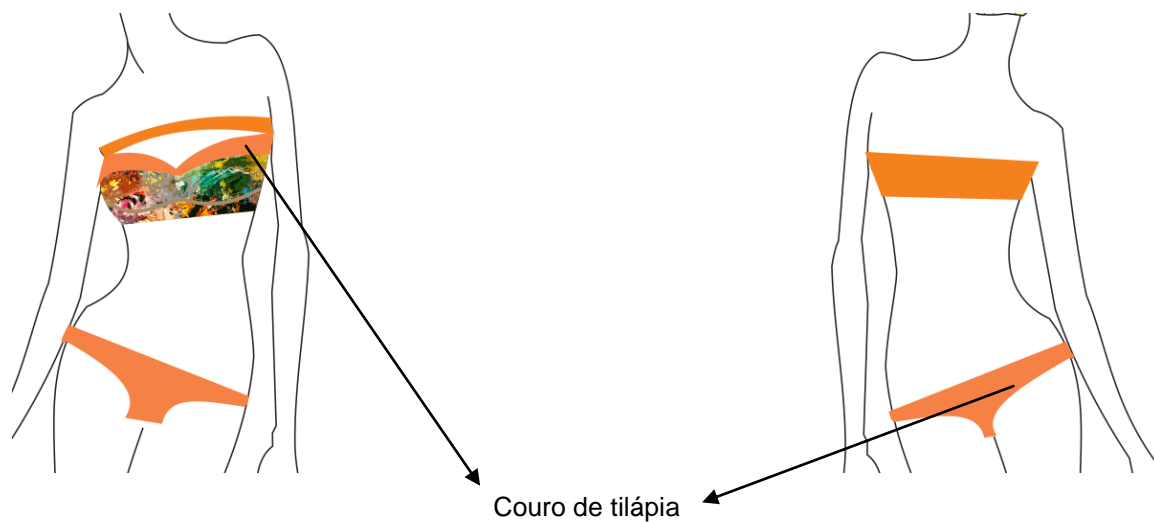


Figura 40 – Look 17 (sutiã tomara-que-caia estampado com recorte com couro de tilápia mais calcinha tamanho pequeno de couro de tilápia).

Fonte: Da autora (2013)

Modelo decotado quadrado com calcinha tanga, elegante e ousado para todos os estilos de mulheres.

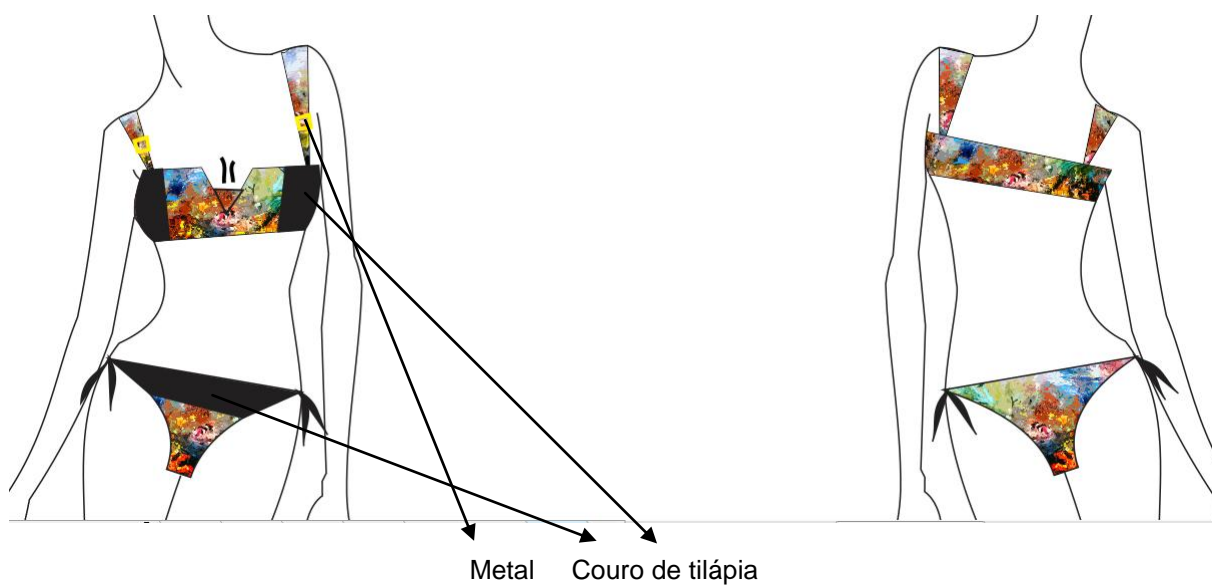


Figura 41 – Look 18 (sutiã de alças com decote quadrado de couro de tilápia e calcinha tanga com couro).

Fonte: Da autora (2013)

4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: LOOKS 19 E 20

Maiô de mangas compridas, em estilo mais comportado e contemporâneo, porém mantendo o ar arrojado.

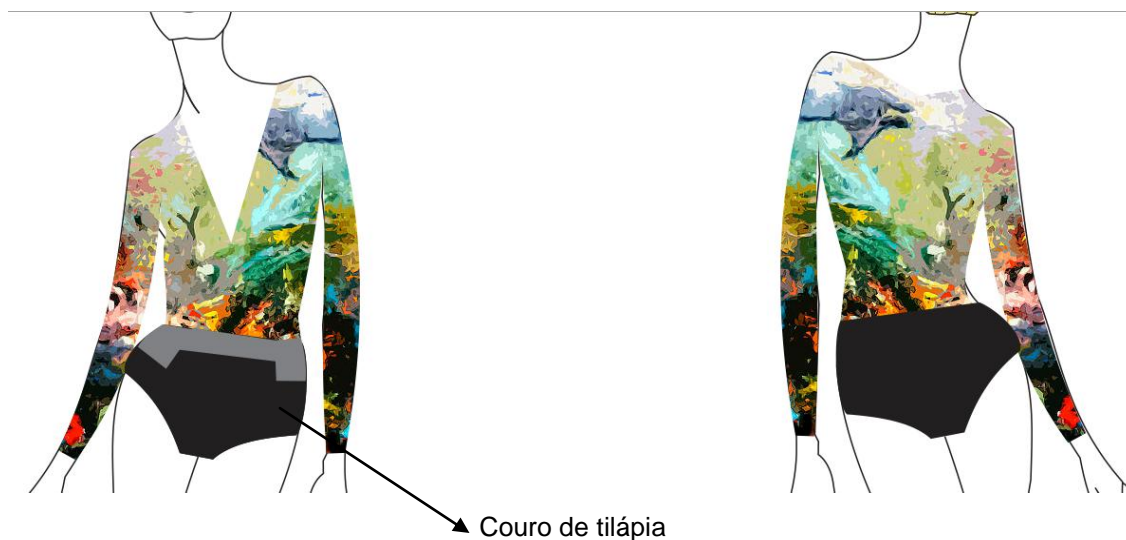


Figura 42 – Look 19 (maiô de mangas longas com decote frontal estampado e calcinha *hot pant* com couro de tilápia).

Fonte: Da autora (2013)

Biquíni moderno para mulheres que gostam de ousar ao se vestir sem ser vulgar.

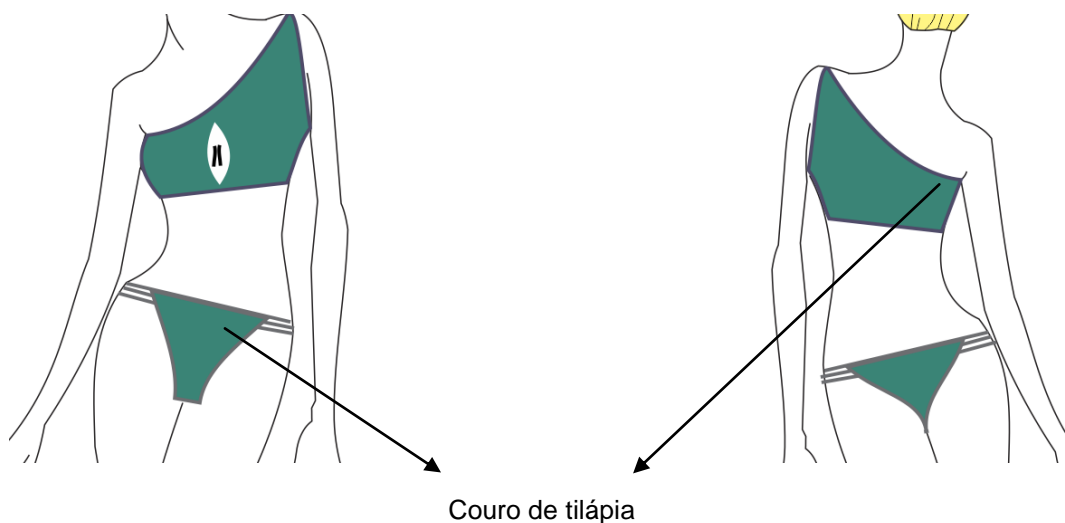


Figura 43 – Look 20 (sutiã estilo lateral assimétrico, decote central com couro de tilápia mais calcinha estilo tanga tamanho pequeno).

Fonte: Da autora (2013)

4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: LOOKS 21 E 22

Biquíni elegante para a mulher que busca sofisticação e sensualidade.

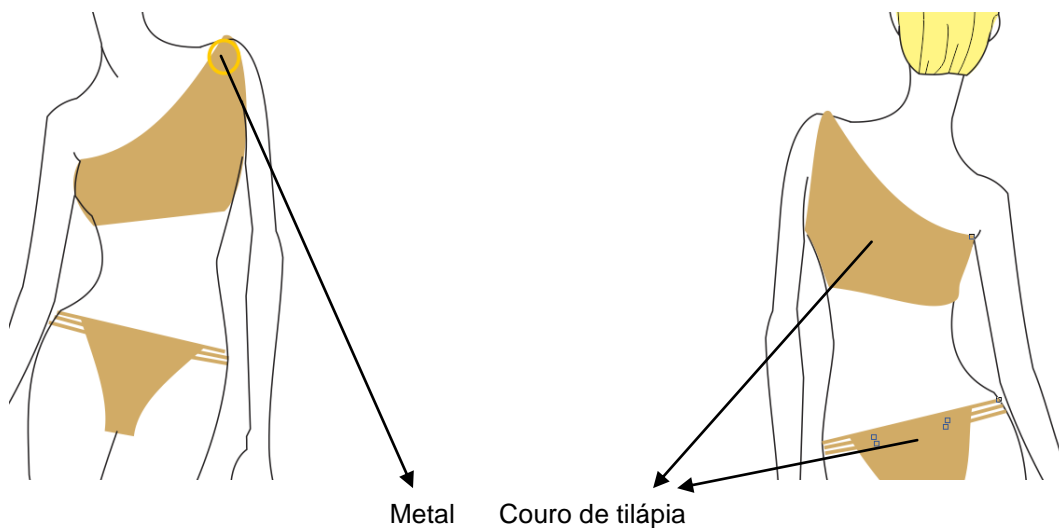


Figura 44 – Look 21 (sutiã estilo lateral assimétrico com metal na alça mais calcinha estilo tanga tamanho médio).

Fonte: Da autora (2013)

Maiô tomara-que-caia com aplicação de couro central, para mulheres que não gostam de mostrar o corpo sem perder o bom gosto.

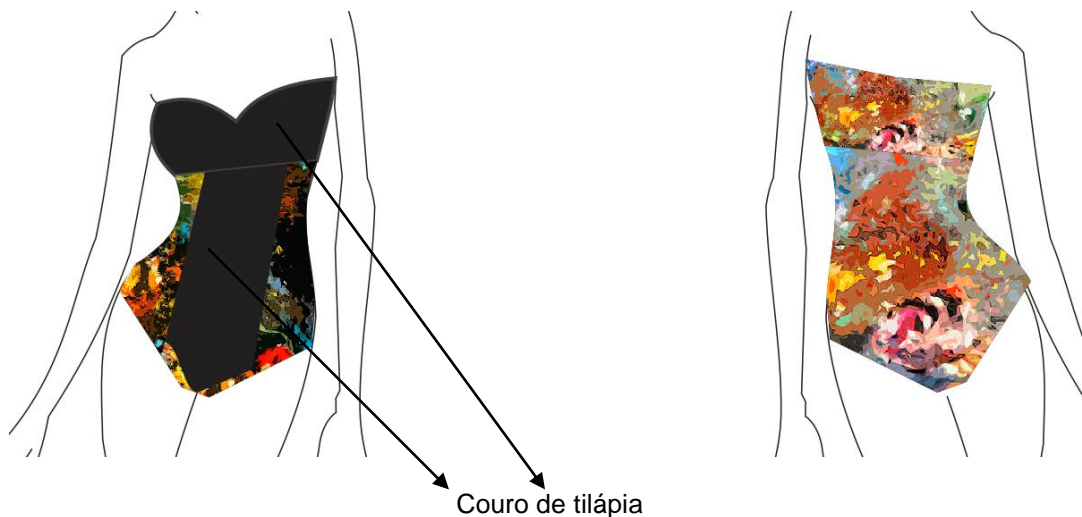


Figura 45 – Look 22 (maiô tomara-que-caia com lateral estampada e parte central com couro de tilápia e parte traseira estampada).

Fonte: Da autora (2013)

4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: LOOKS 23 E 24

Maiô decotado na frente e atrás, para mulheres sensuais que gostam de valorizar o corpo.

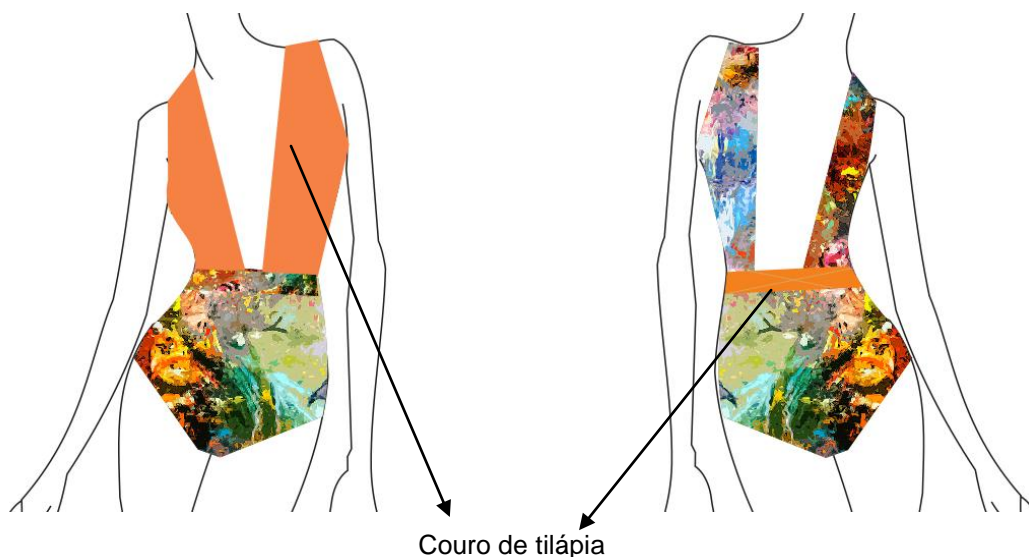


Figura 46 – Look 23 (maiô com decote profundo na parte frontal tipo frente única com couro de tilápia e partes inferior e traseira estampadas).
Fonte: Da autora (2013)

Maiô decotado nas laterais e costas, ousado, para quem gosta de valorizar o corpo e deseja ser sensual sem ser vulgar.

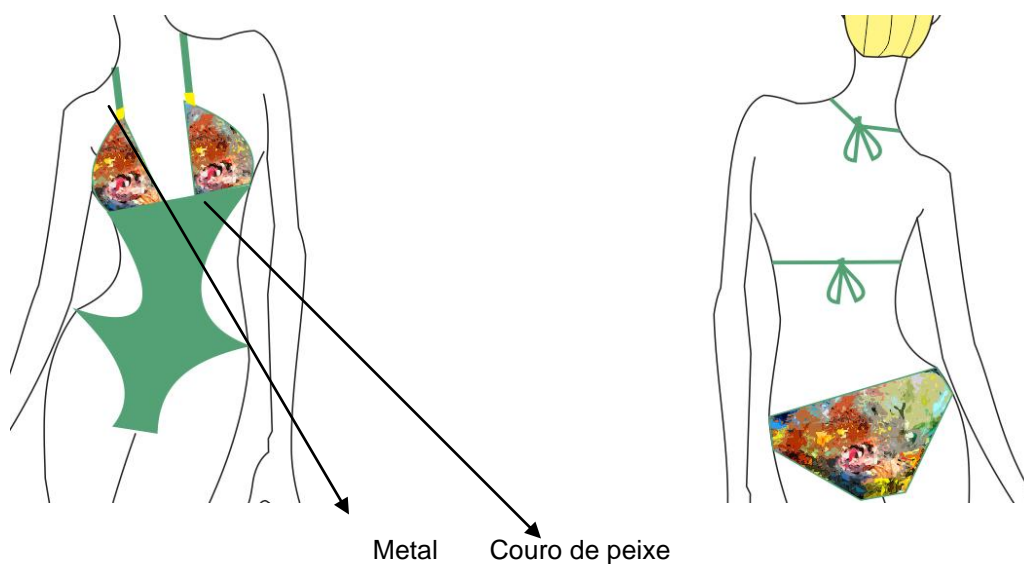


Figura 47 – Look 24 (maiô com couro de tilápia com decote geométrico frontal mais parte traseira pequena).
Fonte: Da autora (2013)

4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: LOOK 25

Modelo ousado e moderno para a mulher que gosta de se vestir de forma diferente das demais.

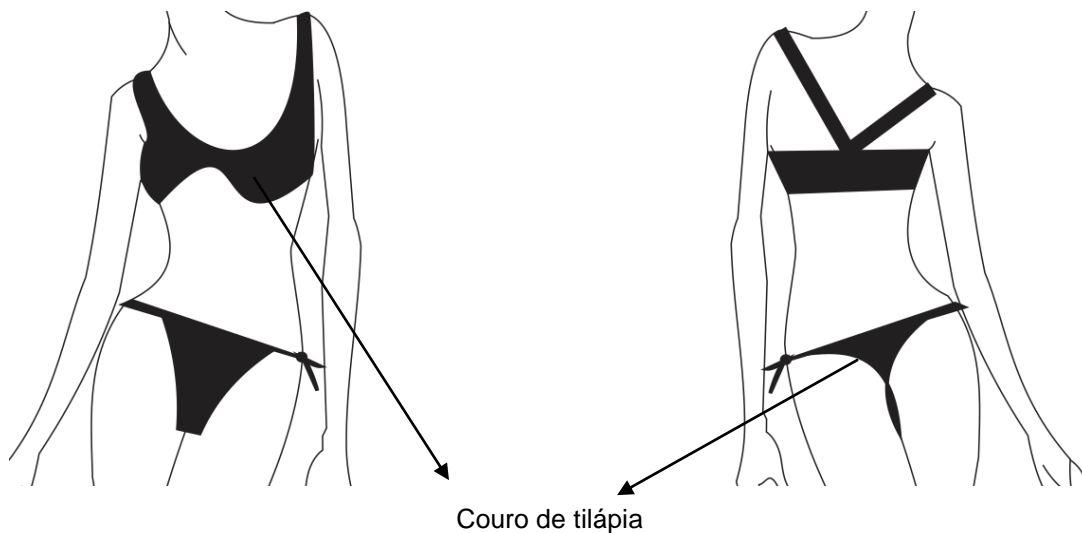


Figura 48 – Look 25 (sutiã modelagem irregular com couro de tilápia e calcinha fio dental).
Fonte: Da autora (2013)

4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS – MODELO 01

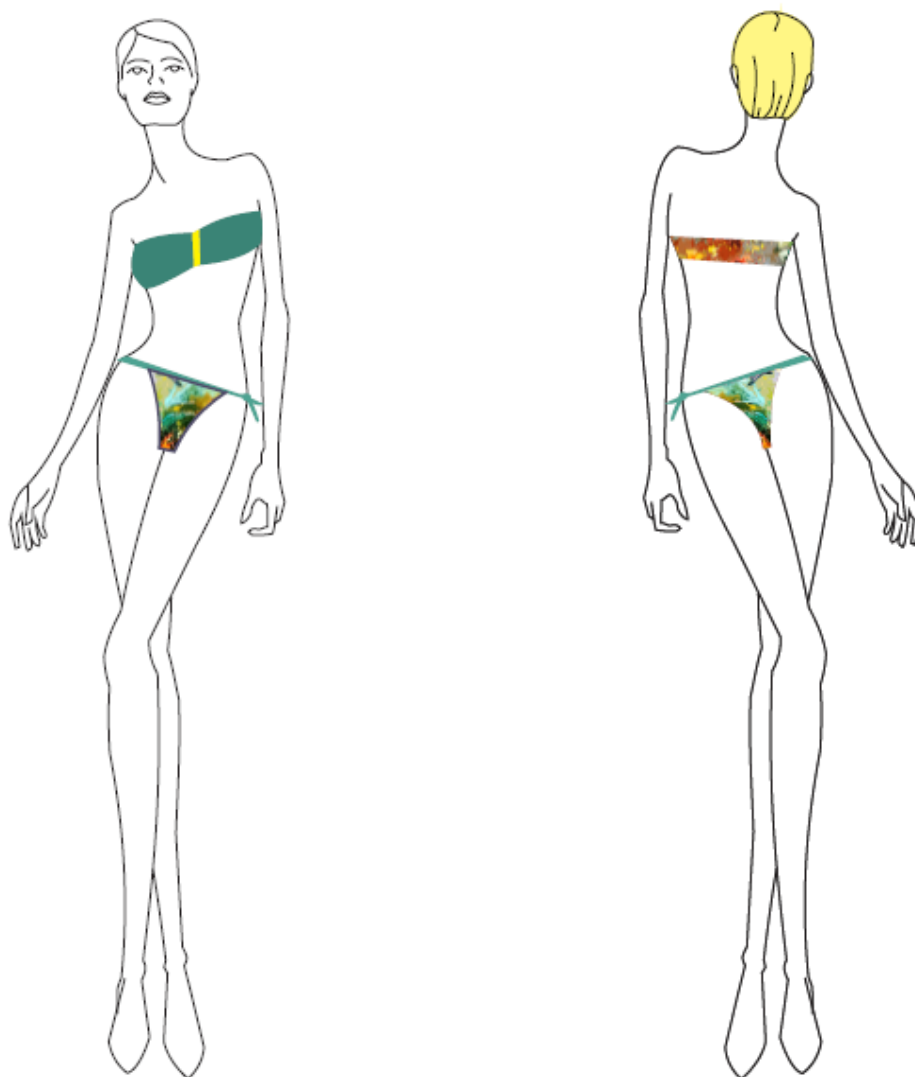


Figura 49 – Alternativa selecionada (*Look 16*).
Fonte: Da autora (2013)

A primeira alternativa selecionada é o *look 16* que se constitui em um modelo de biquíni básico, mas ao mesmo tempo sofisticado. Esse efeito é promovido pela combinação da textura e da cor do material alternativo (couro de tilápia) e das padronagens dos desenhos da estampa do tecido.

O conjunto de peças é confortável e de fácil vestibilidade, sendo desenvolvido de acordo com as preferências do público alvo. A parte superior é formada por um sutiã de sustentação do tipo tomara-que-caia e a parte inferior se constitui em uma calcinha pequena cortininha com regulagem.

4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS – MODELO 02

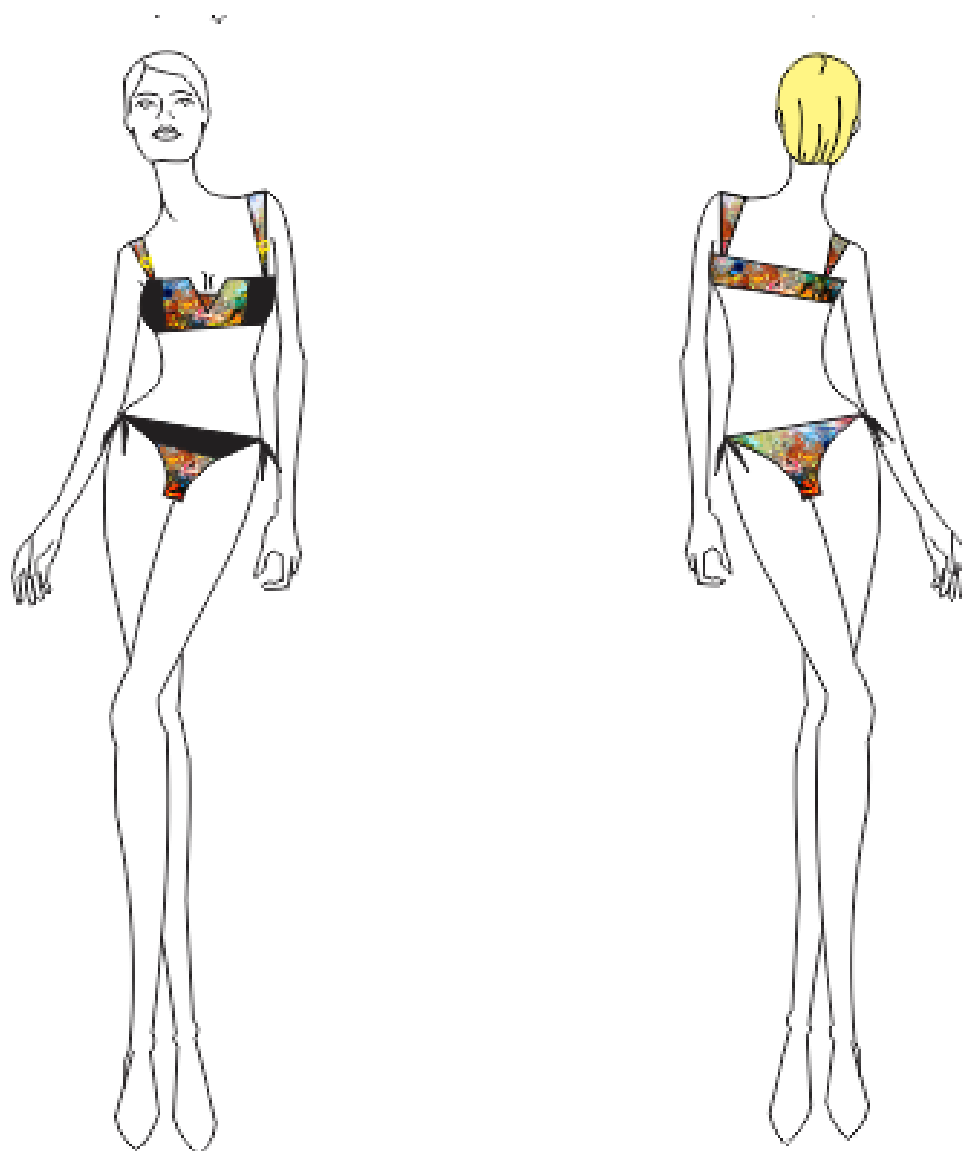


Figura 50 – Alternativa selecionada (*Look 18*).
Fonte: Da autora (2013)

A segunda alternativa selecionada é o *look 18*. Trata-se de um conjunto ousado mas também casual, essencial na coleção para atender ao gosto da mulher mais ousada e que adora ser diferente. A parte superior é composta por um sutiã de alças com decote de linha quadrada e a parte inferior por uma calcinha do tipo tanga com couro de tilápia.

O biquíni também utiliza elementos de aspectos ergonômicos como, no caso das alças de sustentação do busto e o ajuste feito pela calcinha tanga.

4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS – MODELO 03

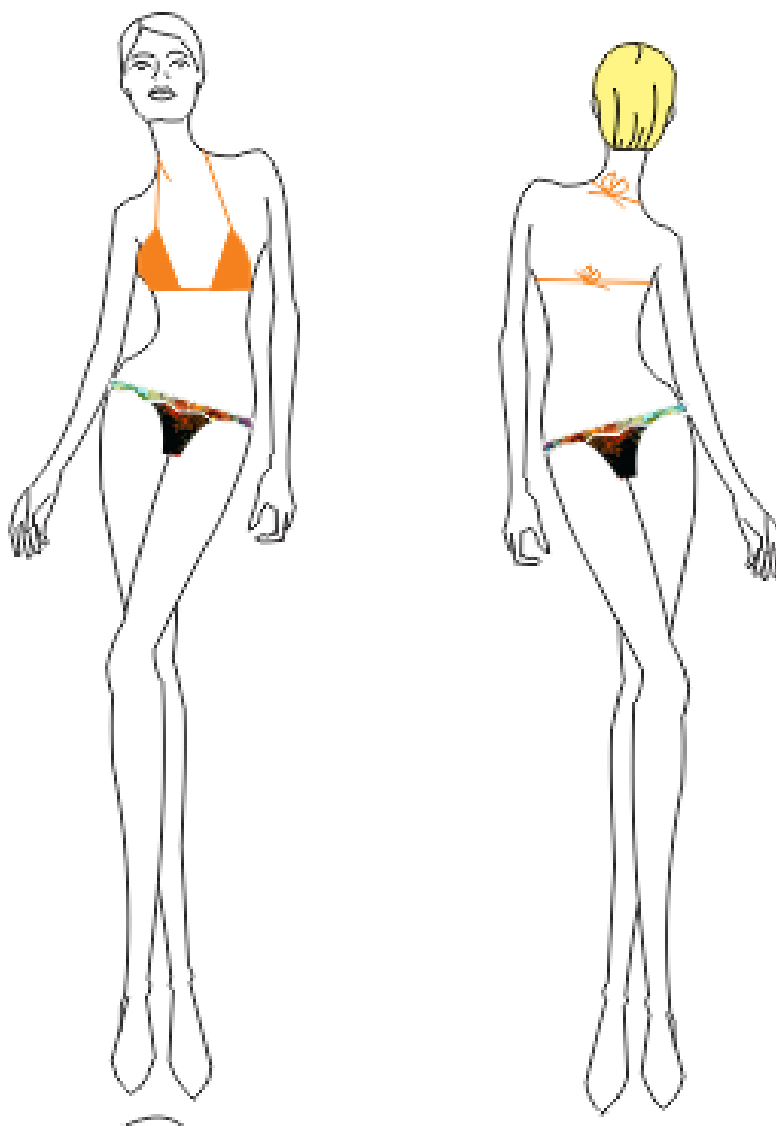


Figura 51 – Alternativa selecionada (*Look 07*).
Fonte: Da autora (2013)

A terceira alternativa escolhida é o *look 19*. Constitui-se de um biquíni cortininha com couro de tilápia e calcinha de babados como alternativa mais jovem e alegre. É voltado para mulheres mais novas do público alvo e que gostam de mostrar o corpo.

O biquíni é totalmente regulado ao corpo por ter amarrações tanto na parte de cima quanto na parte de baixo.

4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS – MODELO 04

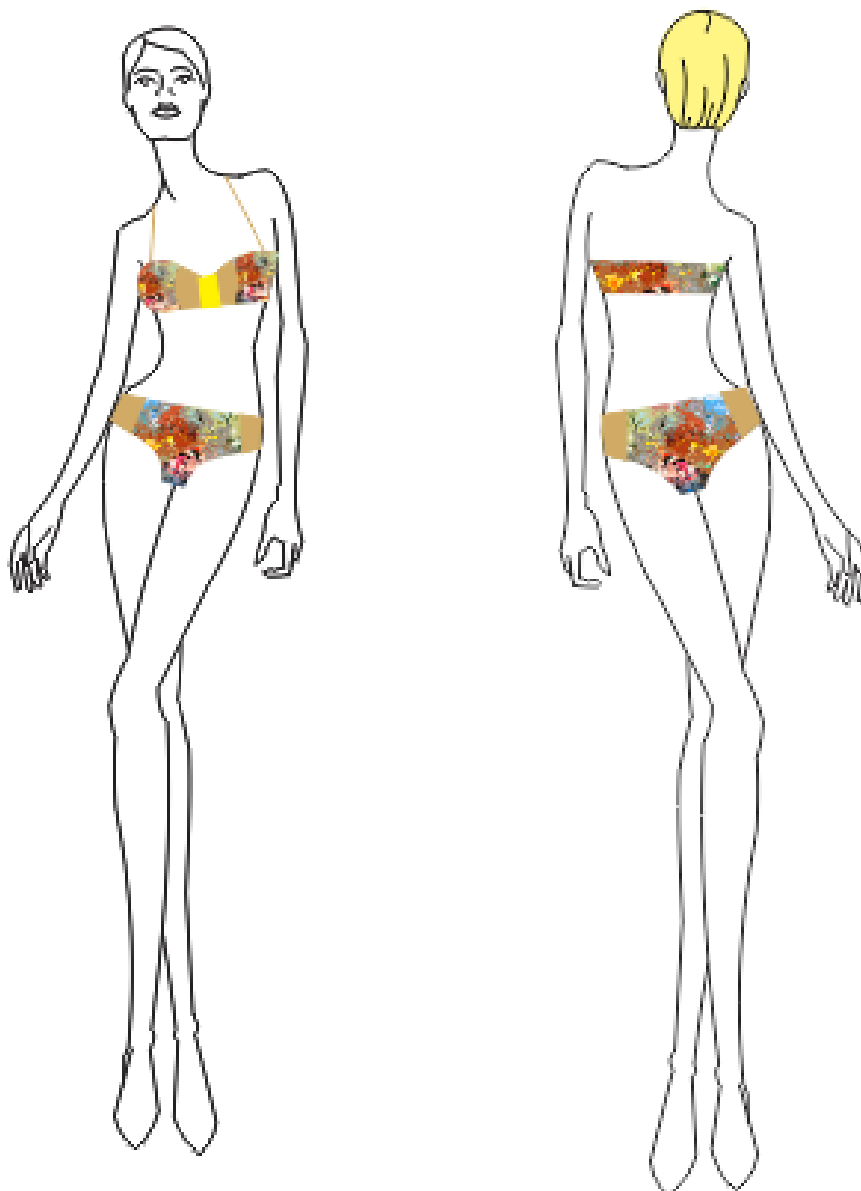


Figura 52 – Alternativa selecionada (*Look 12*).
Fonte: Da autora (2013)

O quarto modelo escolhido foi o *look 12*. Possui um busto tomara-que-caia com alças opcionais e uma calcinha *hot pant*. É um modelo comportado e elegante que valoriza o quadril da mulher. Também tem detalhe em metal na parte superior.

4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS – MODELO 05

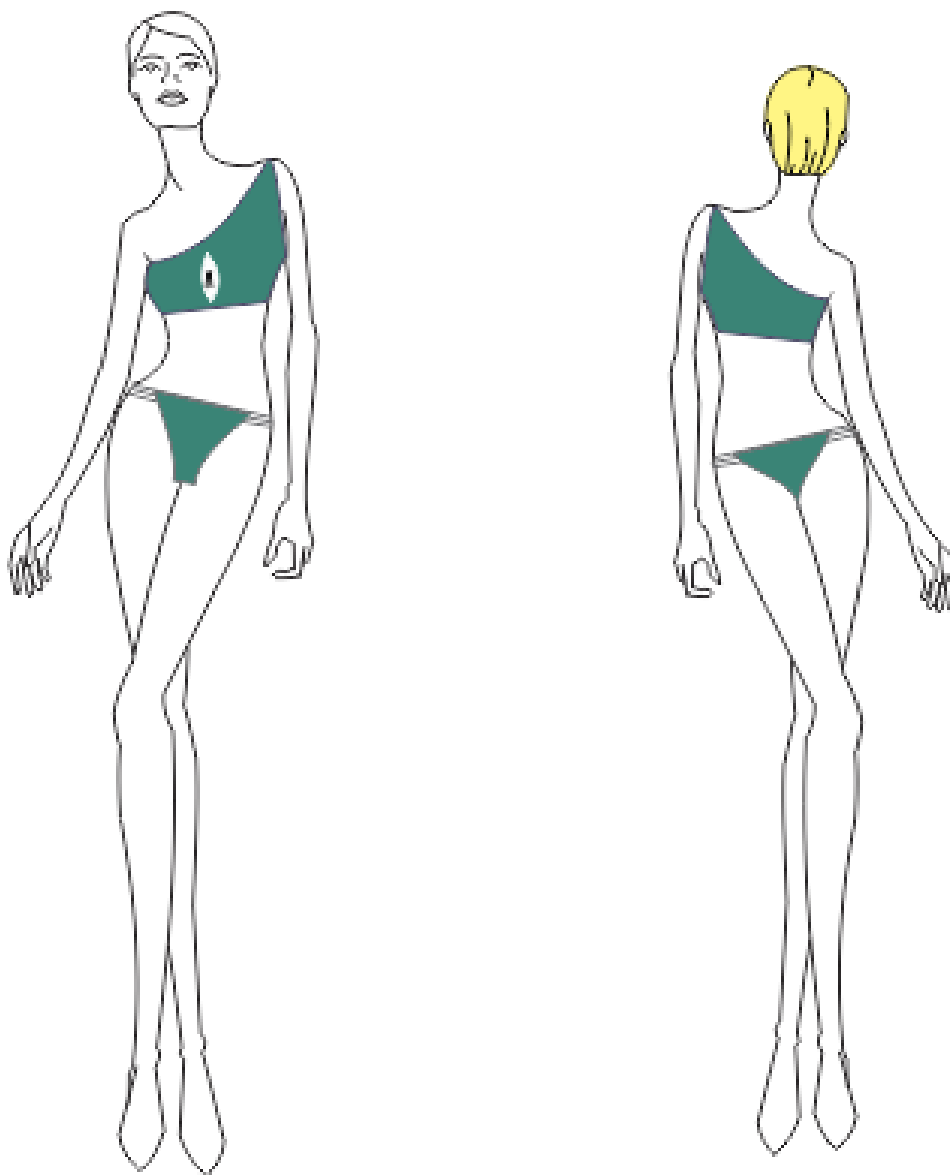


Figura 53 – Alternativa selecionada (*Look 20*).
Fonte: Da autora (2013)

A quinta opção foi o *look 20*. Ousado e moderno, o biquíni foi pensado para uma mulher moderna que gosta de se destacar por vestir roupas mais ousadas. O busto é estilo blusa, com alça lateral e decote assimétrico e a calcinha é no tamanho pequeno com as laterais vazadas. Esse biquíni valoriza o corpo e deixa a mulher ainda mais sensual e moderna.

4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS – MODELO 06

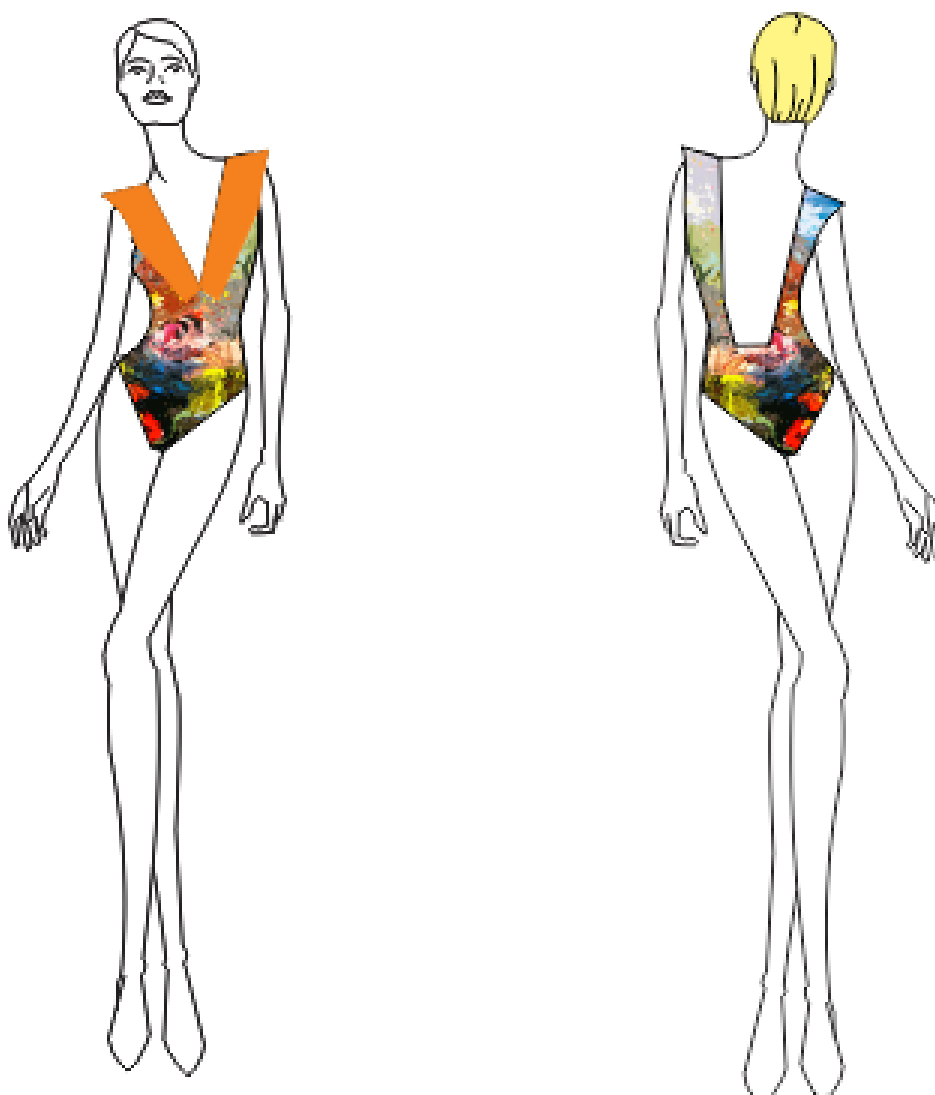


Figura 54 – Alternativa selecionada (*Look 23*).
Fonte: Da autora (2013)

A sexta opção foi o *look 23*. Essa peça é voltada para a mulher sensual que gosta de valorizar o busto. O maiô tem decote frontal na linha “V” com aplicação de couro de tilápia. Na parte de trás, o decote segue a linha mais reta. Sua modelagem mostra bem o corpo feminino e atende a mulher que gosta de se sentir sempre sensual, sem apelar para a vulgaridade.

4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS – MODELO 07

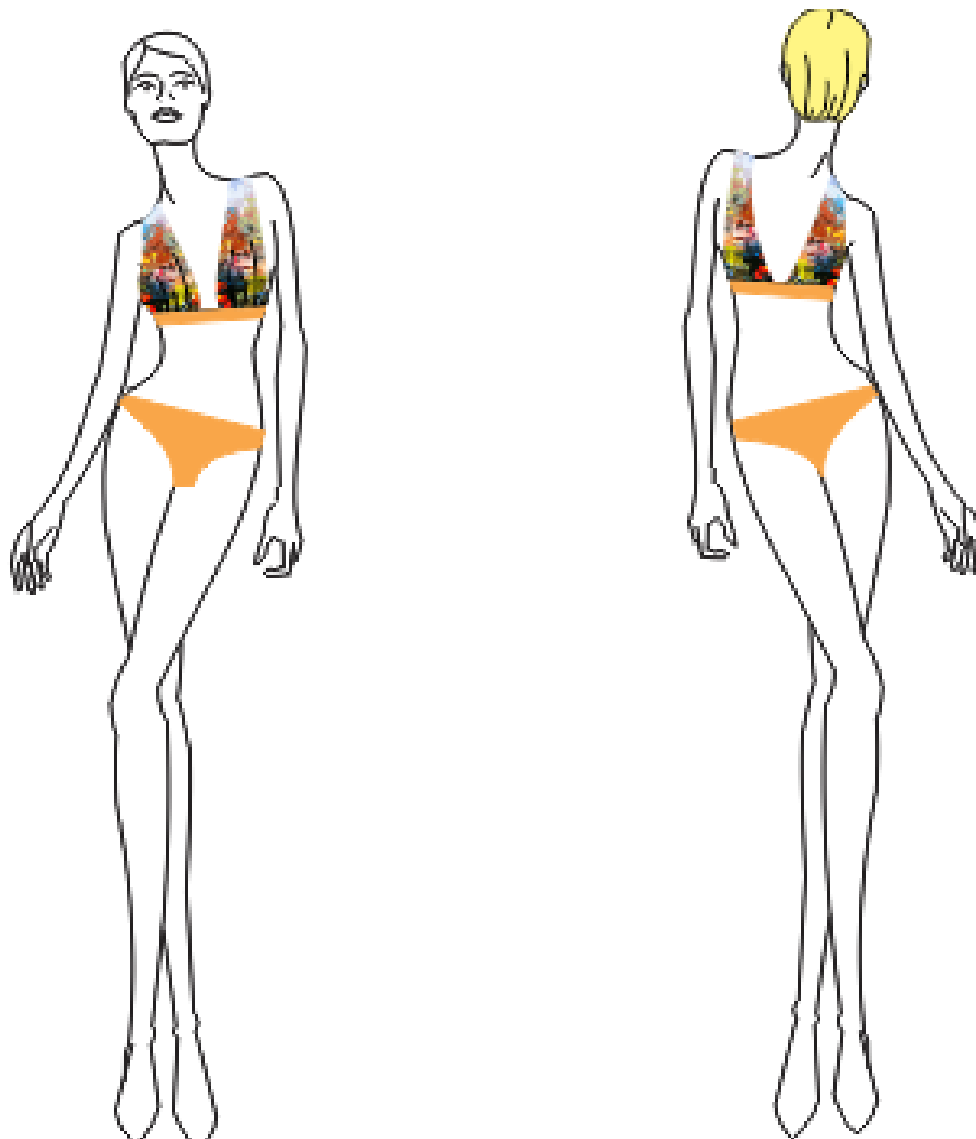


Figura 55 – Alternativa selecionada (*Look 15*).
Fonte: Da autora (2013)

O modelo escolhido para a sétima opção é o *look 15*. O biquíni tem a parte de cima estilo sutiã, com decote na frente e atrás e é composto com uma calcinha tamanho médio. O conjunto é contemporâneo e diferente e agrada as mulheres que gostam de valorizar o busto, sem perder a elegância.

4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS – MODELO 08

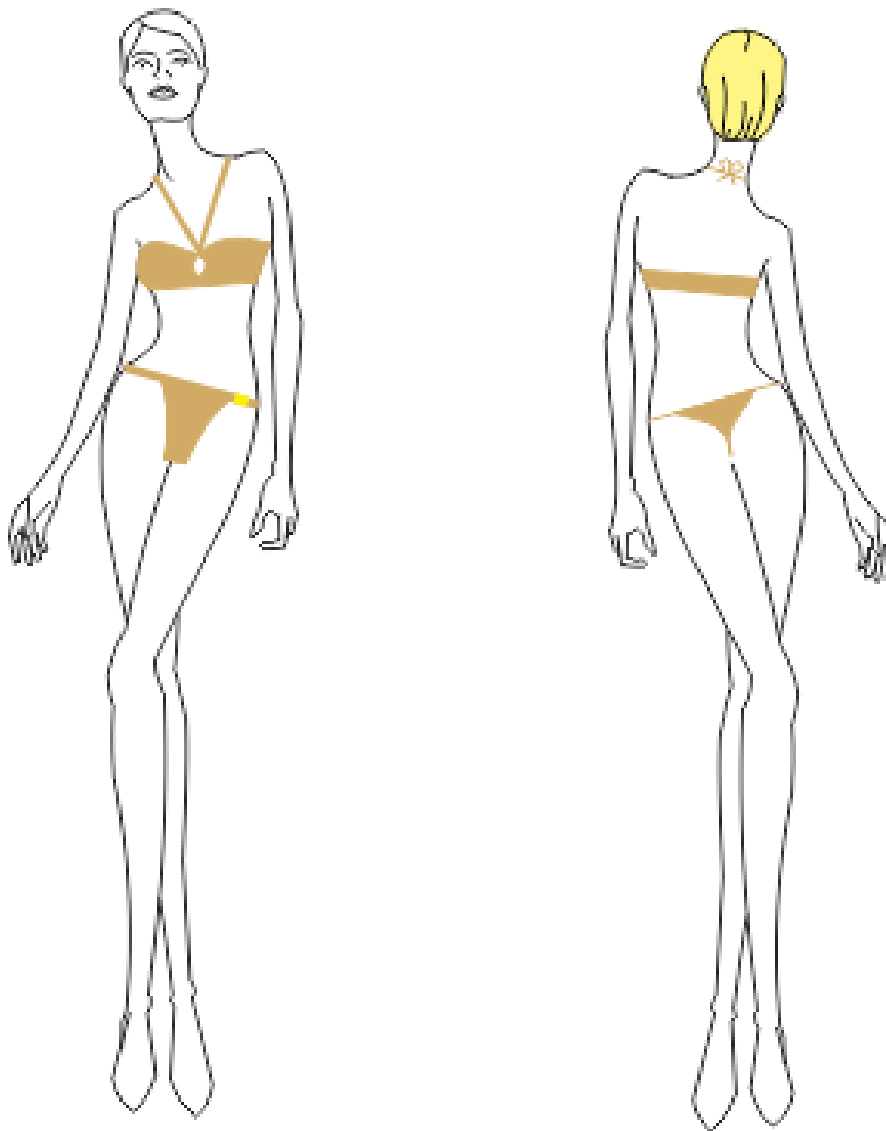


Figura 56 – Alternativa selecionada (*Look 08*).
Fonte: Da autora (2013)

O oitavo modelo escolhido foi o *look 08*. O busto é valorizado pelo sutiã que é amarrado no pescoço mais a calcinha fio dental com metal na lateral. O modelo traz um estilo arrojado para a peça que é voltada para o público mais jovem e que gosta de mostrar o corpo.

4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS – MODELO 09

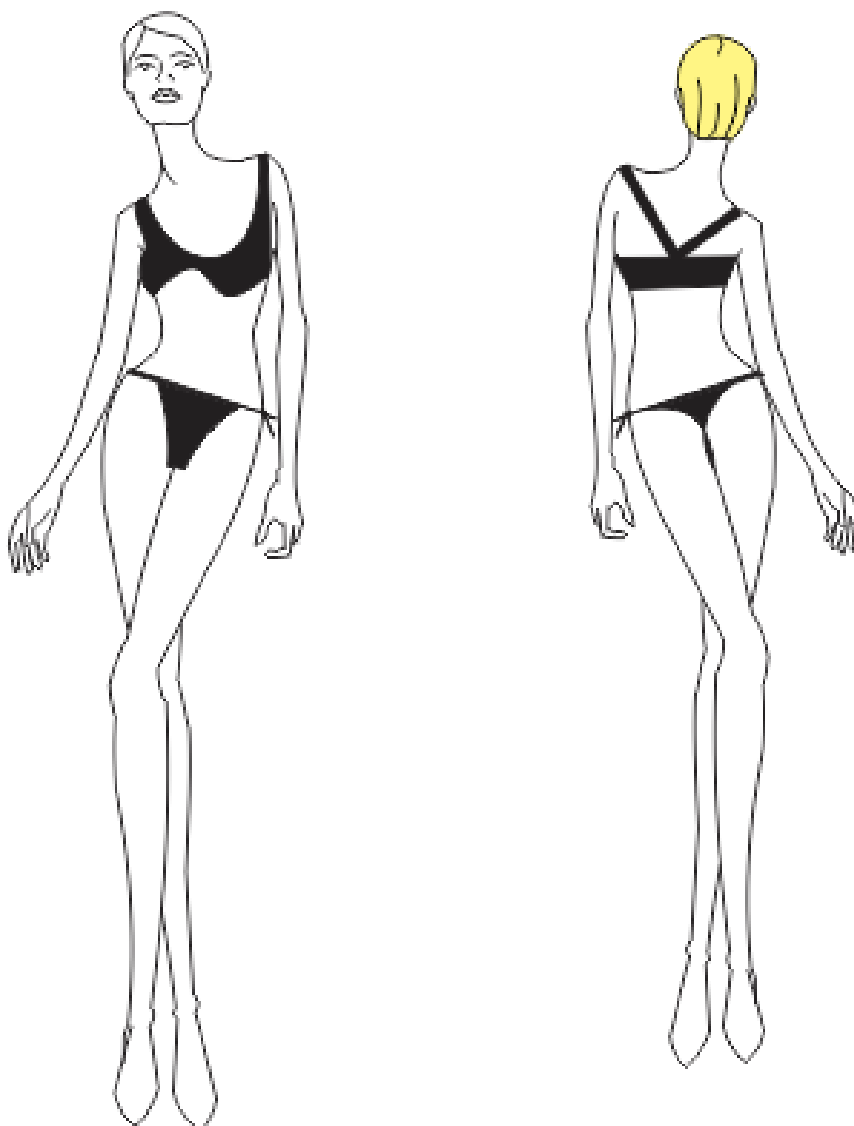


Figura 57 – Alternativa selecionada (Look 25).
Fonte: Da autora (2013)

A nona alternativa escolhida foi o *look 25*. O biquíni traz um conceito de irregularidade, valorizando ainda mais o corpo da mulher. O conjunto atrai a consumidora ousada e que gosta de se diferenciar e se destacar das outras mulheres. O busto irregular com decote nas costas e a calcinha fio dental tanga se destacam por sua modelagem diferenciada.

4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS – MODELO 10

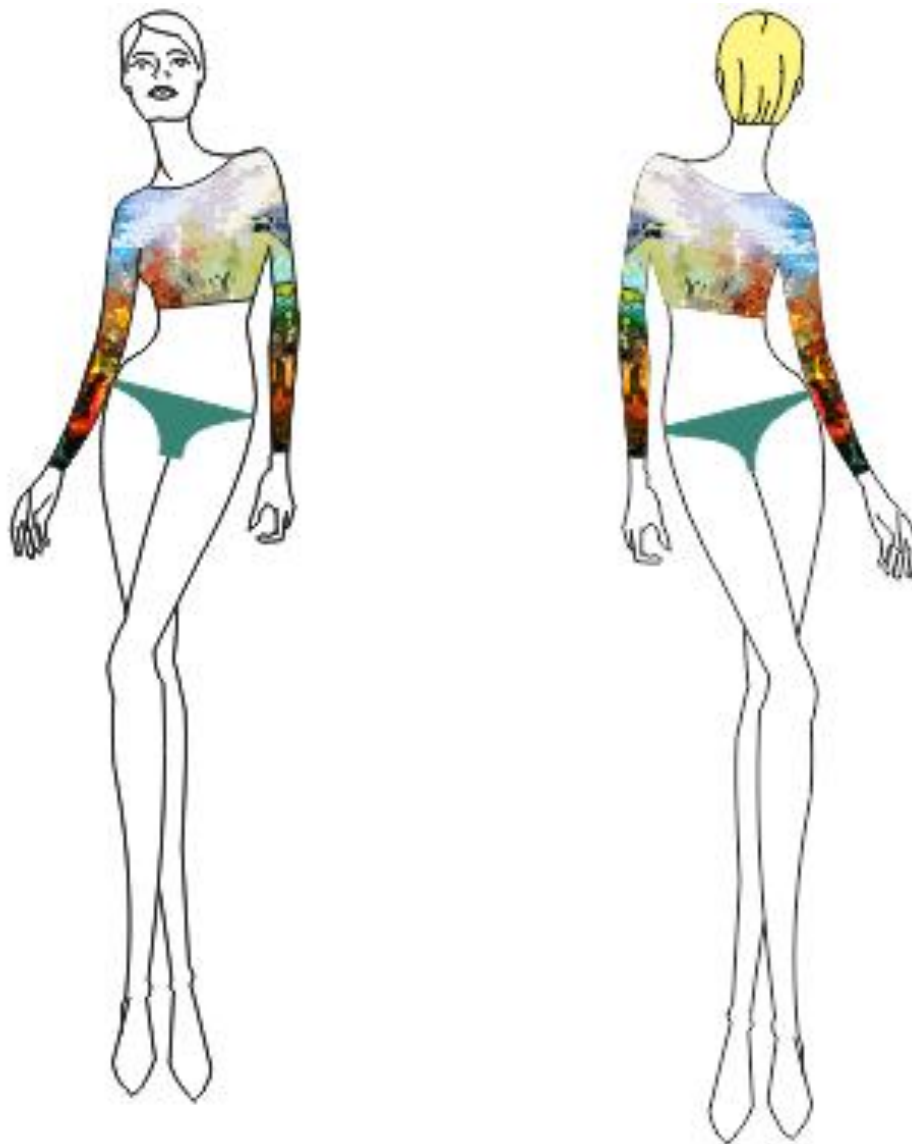


Figura 58 – Alternativa selecionada (*Look 09*).
Fonte: Da autora (2013)

O décimo modelo escolhido foi o *look 09*. O biquíni foi inspirado no modelo *cropped*, tendo na parte de cima uma miniblusa com mangas longas e na parte de baixo uma calcinha tamanho pequeno. Ousado e diferente, o modelo foi desenvolvido para as mulheres que gostam de estar sempre antenadas com as últimas tendências do momento.

4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS – MODELO 11



Figura 59 – Alternativa selecionada (*Look 19*).
Fonte: Da autora (2013)

A décima primeira alternativa escolhida foi o *look 19*. Trata-se de um maiô em linhas diferenciadas e ousadas, com mangas longas e decote frontal em linha “V”. O modelo foi elaborado para a mulher elegante e sensual que gosta de estar sempre atraente. É confortável e ótimo para um pós-praia.

4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS – MODELO 12

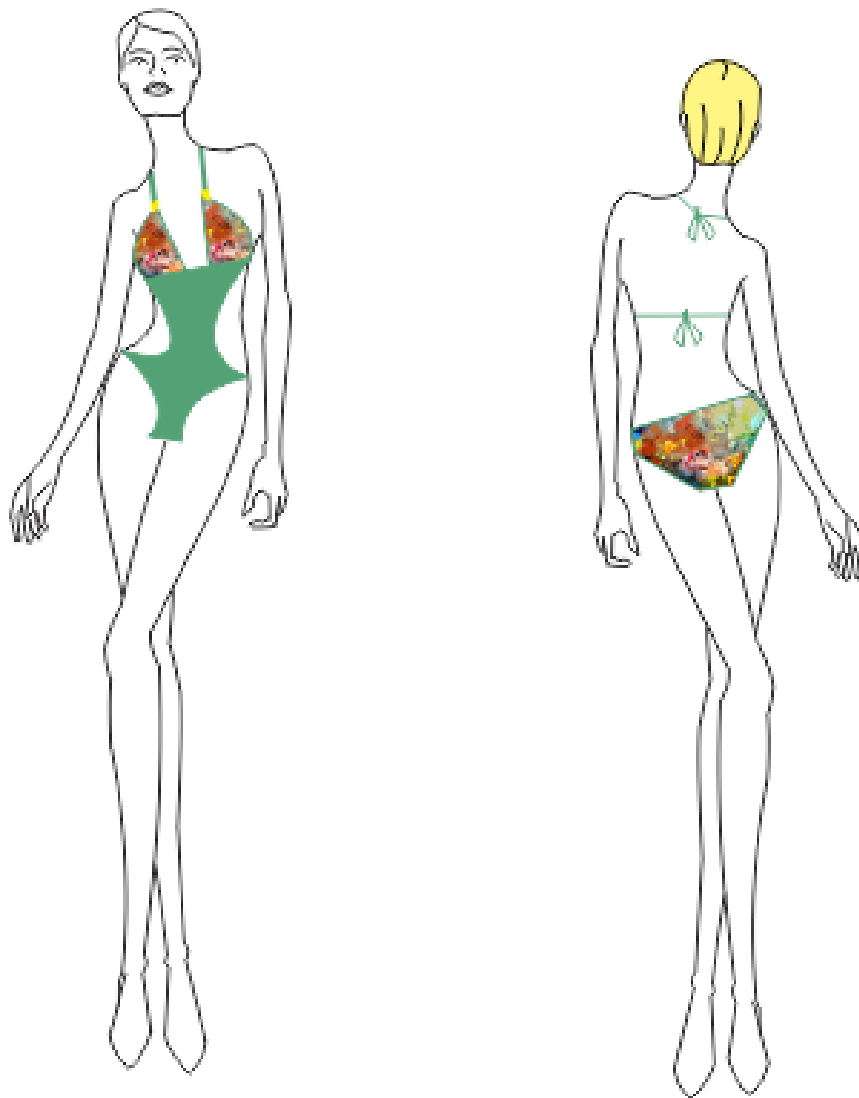
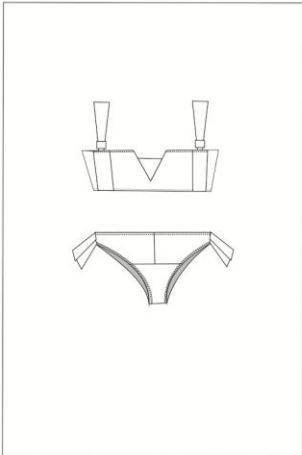
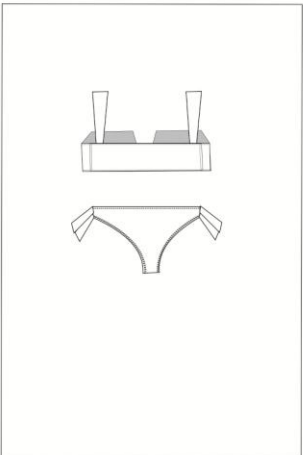


Figura 60 – Alternativa selecionada (*Look 24*).
Fonte: Da autora (2013)

A última peça escolhida foi o *look 24*. Esse maiô – além de ser confortável e bem sustentado pelas amarrações nas costas – é sensual e ousado e agrada a mulher que gosta de mostrar o corpo sem ser vulgar, estando sempre elegante.

4.11 FICHAS TÉCNICAS

Marca: Maré	DATA: 13/08/2013	Coleção: Verão 2014	REF: Look 018
Tamanho: PP	N. de peças: 1	Modelo: Biquini com busto quadrado e calcinha média.	
Estilista: Caroline Marry Cavazzana		Modelista: Caroline Marry Cavazzana	

DESENHO FRENTE	DESENHO LATERAL	DESENHO COSTAS
		

OBSERVAÇÕES

Aplicação do couro de tilápia na parte frontal da calcinha e na parte lateral do busto.	

Figura 61- Ficha técnica modelo confeccionado look 18
 Fonte: Da autora (2013)

TECIDO				
DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
Microfibra Soft estampa corais 1	2 unid / metal	92% poli 8%elastano / 50 cm	estampa corais 1	Central Malhas
Couro de tilápia	1 par/ 100%poliuretano	100% couro de tilápia / 8 unid.	preto (concha)	Agua pele
Tule de malha		100% poliéster / 20 cm	bege	Central Malhas

AVIAMENTO					
DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
Aviamento de metal dourado	2 unid / metal		2 unid	dourado	Primeira linha
Bojo	1 par/ 100%poliuretano		1 par	marrom	Casa da costura

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

EMBALAGEM E ETIQUETAS					
ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Embalagem	1	R\$ 0,05			
Etiqueta	1	R\$ 0,10			

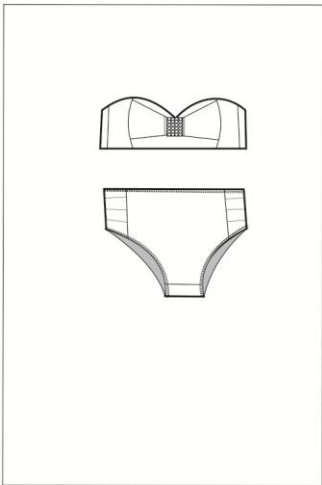

BENEFICIAMENTO		AMOSTRAS		OBSERVAÇÕES	
TIPO	OBSERVAÇÕES				

Figura 62- Ficha técnica look 18
 Fonte: Da autora (2013)

FICHA DE SEQÜÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO					
Referência: Look 18		Modelo: Biquíni com busto quadrado com calcinha média.			
Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
	Cortar partes no fio do tecido e overlockar	overlock	10 min		
	Recortar o couro e costurar com a frente	reta	15 min		
	Embutir a parte da frente com o bojo	reta	2 min		
	unir partes do busto frente	reta	2 min		
	Costurar parte lateral	reta	2 min		
	Virar e fechar na reta	reta	2 min		
	Costurar alças e colocar o metal e embutir	reta	2 min		
	Fazer acabamento do busto	galoneira	2 min		
	Cortar o couro e costurar na parte da frente da calcinha	reta/ galoneira	2 min		
	Juntar parte da frente e costas da calcinha	reta	2 min		
	Juntar parte da frente e costas do forro	reta	2 min		
	Unir ambas as partes	overlock	2 min		
	Colocar elástico na lateral das pernas	galoneira	2 min		

Figura 63- Ficha operacional look 18
 Fonte: Da autora (2013)

Marca: Maré	DATA: 13/08/2013	Coleção: Verão 2014	REF: Look 012
Tamanho: PP	N. de peças: 1	Modelo: Biquini estilo top com calcinha hot pant.	
Estilista: Caroline Marry Cavazzana		Modelista: Caroline Marry Cavazzana	

DESENHO FRENTE	DESENHO LATERAL	DESENHO COSTAS
		

OBSERVAÇÕES

Aplicação do couro de tilápia na parte lateral da calcinha hotpant e na parte superior do busto.	

Figura 64- Ficha técnica modelo confeccionado look 12
Fonte: Da autora (2013)

TECIDO				
DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
Microfibra Soft estampa corais	92% poli 8%elastano / 50 cm		estampa corais	Central Malhas
Couro de tilápia	100% couro de tilápia / 10 unid.		bege (areia)	Água pele
Tule de malha	100% poliéster / 20 cm		bege	Central Malhas

AVIAMENTO				
DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	FORNECEDOR
Aviamento de metal dourado	1 unid / metal		1 unid	Primeira linha
Bojo	1 par/ 100%poliuretano		1 par	Casa da costura

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

EMBALAGEM E ETIQUETAS					
ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Embalagem	1	R\$ 0,05			
Etiqueta	1	R\$ 0,10			

BENEFICIAMENTO		AMOSTRAS	OBSERVAÇÕES
TIPO	OBSERVAÇÕES		

Figura 65- Ficha técnica look 12
Fonte: Da autora (2013)

FICHA DE SEQÜÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO

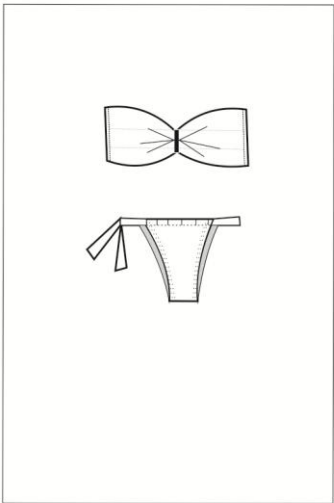
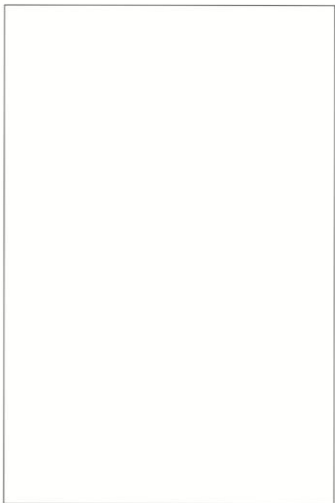
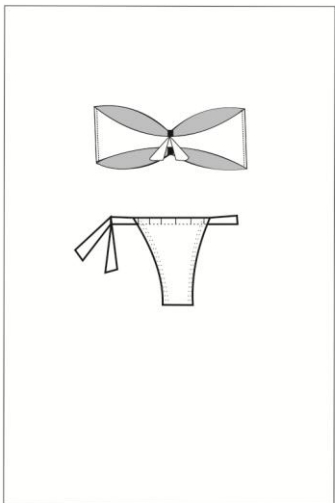
Referência: Look 12

Modelo: Biquíni estilo top com calcinha hot pant

Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
	Cortar partes no fio do tecido e overlocar	overlock	10 min		
	Recortar partes do couro e costurar com a frente do busto	reta	15 min		
	Costurar o metal	reta	2 min		
	Embutir parte da frente com o bojo	reta	2 min		
	Costurar parte lateral	reta	2 min		
	Virar e fechar na reta	reta	2 min		
	Juntar parte da frente e costas da calcinha	reta	2 min		
	Juntar parte da frente e costas do forro	reta	2 min		
	Unir ambas as partes	overlock	2 min		
	Cortar o couro e costurar	reta/ galoneira	2 min		
	Costurar o couro na lateral fechando a lateral	reta	2 min		
	Colocar elástico na lateral das pernas e no cós	galoneira	2 min		

Figura 66- Ficha operacional look 12
 Fonte: Da autora (2013)

Marca: Maré	DATA: 13/08/2013	Coleção: Verão 2014	REF: Look 16
Tamanho: P	N. de peças: 1	Modelo: Biquini tomara-que-caia com calcinha curtininha	
Estilista: Caroline Marry Cavazzana		Modelista: Caroline Marry Cavazzana	

DESENHO FRENTE	DESENHO LATERAL	DESENHO COSTAS
		

OBSERVAÇÕES

Aplicação do couro de tilápia na parte inteira superior do busto.	

Figura 67- Ficha técnica modelo confeccionado look 16
Fonte: Da autora (2013)

TECIDO				
DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
Microfibra Soft estampa corais	92% poli 8%elastano / 50 cm		estampa corais	Central Malhas
Couro de tilápia	100% couro de tilápia / 6 unid.		verde (atlântico)	Água pele
Tule de malha	100% poliéster / 20 cm		bege	Central Malhas

AVIAMENTO					
DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
Aviamento de metal dourado	1 unid / metal		1 unid	dourado	Primeira linha
Bojo	1 par/100%poliuretano		1 par	marrom	Casa da costura

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

EMBALAGEM E ETIQUETAS					
ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Embalagem	1	R\$ 0,05			
Etiqueta	1	R\$ 0,10			

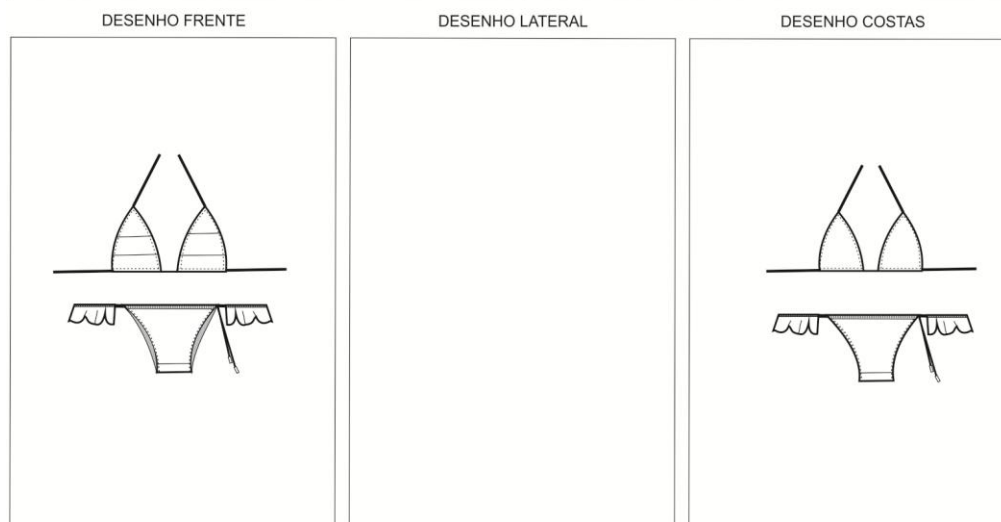
BENEFICIAMENTO		AMOSTRAS		OBSERVAÇÕES	
TIPO	OBSERVAÇÕES				

Figura 68- Ficha técnica look 16
Fonte: Da autora (2013)

FICHA DE SEQUÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO					
Referência: look 16		Modelo: Biquini tomara que caia com calçinha pequena			
Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
	Cortar partes no fio do tecido		10 min		
	Recortar e juntar partes do couro (frente)	reta	15 min		
	Embutir forro da frente com o bojo	reta	2 min		
	Juntar com a parte do couro (frente)	reta	2 min		
	Costurar parte lateral	reta	2 min		
	Virar e fechar na reta	reta	2 min		
	Juntar parte da frente e costas da calçinha	reta	2 min		
	Juntar parte da frente e costas do forro	reta	2 min		
	Unir ambas as partes	overlock	2 min		
	Colocar elástico na lateral das pernas	galoneira	2 min		
	Virar e costurar partes do topo (passante)	reta	2 min		
	Costurar a fita do passante	reta	2 min		
	Passar a fita no passante				

Figura 69- Ficha operacional look 16
 Fonte: Da autora (2013)

Marca: Maré	DATA: 13/08/2013	Coleção: Verão 2014	REF: Look 07
Tamanho: PP	N. de peças: 1	Modelo: Biquini curtininha com calcinha de babado.	
Estilista: Caroline Marry Cavazzana		Modelista: Caroline Marry Cavazzana	



OBSERVAÇÕES

Aplicação do couro de tilápia na parte superior inteira do busto.

Figura 70- Ficha técnica modelo confeccionado look 07
Fonte: Da autora (2013)

TECIDO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
Microfibra Soft estampa corais 2	92% poli 8%elastano / 50 cm		estampa corais 2	Central Malhas
Couro de tilápia	100% couro de tilápia / 6 unid.		laranja (alga)	Agua pele
Tule de malha	100% poliéster / 20 cm		bege	Central Malhas

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
Aviamento de metal dourado ponteira	2 unid / metal		2 unid	dourado	Primeira linha
Bojo	1 par/ 100%poliuretano		1 par	marrom	Casa da costura

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

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Embalagem	1	R\$ 0,05			
Etiqueta	1	R\$ 0,10			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

--

OBSERVAÇÕES

--

Figura 71- Ficha técnica look 07
Fonte: Da autora (2013)

FICHA DE SEQÜÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO

Referência: Look 07

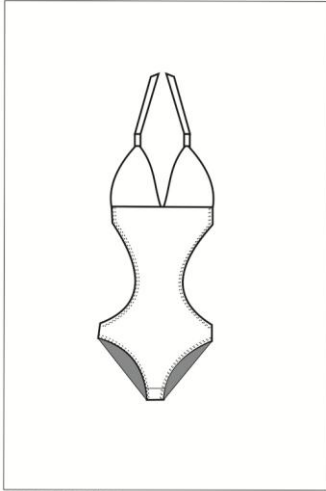
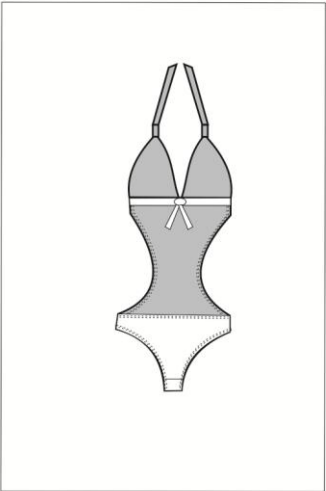
Modelo: Biquini curtininha com calcinha de babado

Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
	Cortar partes no fio do tecido e overlocar	overlock	10 min		
	Recortar e juntar partes do couro (frente)	reta	15 min		
	Embutir com o forro	reta	2 min		
	Costurar as alças do pescoço c/ acabamento lateral	reta	2 min		
	fazer o tunel para alças laterais	reta	2 min		
	Passar a alça lateral pelo tunel	reta	2 min		
	Juntar parte da frente e costas da calcinha	reta	2 min		
	Juntar parte da frente e costas do forro	reta	2 min		
	Unir ambas as partes	overlock	2 min		
	Colocar elástico na lateral das pernas	galoneira	2 min		
	Virar e fazer o tunel e passar o passante	reta	2 min		
	Costurar o babado e colocar no passante	reta	2 min		
	Pregar ponteiras				

Figura 72- Ficha operacional look 07

Fonte: Da autora (2013)

Marca: Maré	DATA: 13/08/2013	Coleção: Verão 2014	REF: Look 24
Tamanho: PP	N. de peças: 1	Modelo: Maiô frente unica com decote na lateral	
Estilista: Caroline Marry Cavazzana		Modelista: Caroline Marry Cavazzana	

DESENHO FRENTE	DESENHO LATERAL	DESENHO COSTAS
		

OBSERVAÇÕES

Aplicação do couro de peixe na parte frontal do maiô.	

Figura 73- Ficha técnica modelo confeccionado look 24
Fonte: Da autora (2013)

TECIDO				
DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
Microfibra Soft estampa corais 2	92% poli 8%elastano / 50 cm		estampa corais 2	Central Malhas
Couro de tilápia	100% couro de tilápia / 40 cm.		verde (atlântico)	Agua pele
Tule de malha	100% poliéster / 20 cm		bege	Central Malhas

AVIAMENTO					
DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
Aviamento de metal dourado	2 unid / metal		2 unid	dourado	Primeira linha
Bojo	1 par/ 100%poliuretano		1 par	marrom	Casa da costura

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

EMBALAGEM E ETIQUETAS					
ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Embalagem	1	R\$ 0,05			
Etiqueta	1	R\$ 0,10			

BENEFICIAMENTO		AMOSTRAS		OBSERVAÇÕES	
TIPO	OBSERVAÇÕES				

Figura 74- Ficha técnica look24
Fonte: Da autora (2013)

FICHA DE SEQÜÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO




Referência: Look 24

Modelo: Maiô frente unica com decote na lateral

Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
	Cortar partes no fio do tecido e overlocar	overlock	10 min		
	Cortar manta de couro (corpo) e costurar forro	overlock	10 min		
	Embutir parte da frente com o bojo	reta	2 min		
	Colocar metal nas alças		2 min		
	Unir com a parte do couro (corpo)	reta	2 min		
	Embutir alças	reta	2 min		
	Juntar parte da costas e do forro da calcinha	reta	2 min		
	Juntar parte da frente corpo e costas da calcinha	reta	2 min		
	Colocar elástico na lateral das pernas	galoneira	2 min		
	Fazer acabamento	galoneira	15 min		

Figura 75- Ficha operacional look 24
 Fonte: Da autora (2013)

Marca: Maré	DATA: 13/08/2013	Coleção: Verão 2014	REF: Look 019
Tamanho: PP	N. de peças: 1	Modelo: Maiô manga longa com decote frontal	
Estilista: Caroline Marry Cavazzana		Modelista: Caroline Marry Cavazzana	

DESENHO FRENTE	DESENHO LATERAL	DESENHO COSTAS
		

OBSERVAÇÕES

Aplicação do couro de tilápia nos recortes frontal do maiô.

Figura 76- Ficha técnica do modelo confeccionado look 19
 Fonte: Da autora (2013)

TECIDO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
Microfibra Soft estampa corais 1	92% poli 8%elastano / 50 cm		estampa corais 1	Central Malhas
Couro de tilápia	100% couro de tilápia / 6 unid.		preto (concha)	Água pele
Tule de malha	100% poliéster / 20 cm		bege	Central Malhas

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR

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

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Embalagem	1	R\$ 0,05			
Etiqueta	1	R\$ 0,10			

BENEFICIAMENTO		AMOSTRAS		OBSERVAÇÕES	
TIPO	OBSERVAÇÕES				

Figura 77- Ficha técnica look 19
 Fonte: Da autora (2013)

FICHA DE SEQÜÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO

Referência: Look 19

Modelo: Maiô manga longa com decote frontal

Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
	Cortar partes no fio do tecido		10 min		
	Unir ombros	overlock	15 min		
	Pregar mangas	overlock	2 min		
	Fechar as laterais	overlock	2 min		
	Fazer acabamento	reta	2 min		
	Cortar couro e costurar na parte da frente da calcinha	reta	2 min		
	Juntar parte da frente e costas da calcinha	reta	2 min		
	Juntar parte da frente e costas do forro	reta	2 min		
	Unir ambas as partes	overlock	2 min		
	Colocar elástico na lateral das pernas	galoneira	2 min		
	Unir blusa com calcinha	reta/overlock	2 min		

Figura 78- Ficha operacional look 19
 Fonte: Da autora (2013)

Marca: Maré	DATA: 13/08/2013	Coleção: Verão 2014	REF: Look 16
Tamanho: PP	N. de peças: 1	Modelo: Saída camisa manga longa	
Estilista: Caroline Marry Cavazzana	Modelista: Caroline Marry Cavazzana		


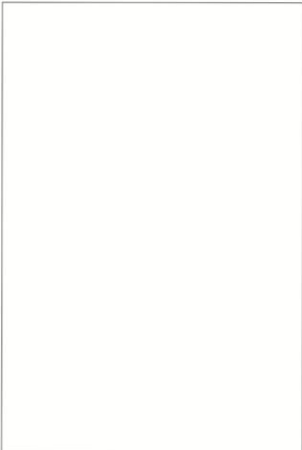

DESENHO FRENTE	DESENHO LATERAL	DESENHO COSTAS
		
OBSERVAÇÕES		

Figura 79- Ficha técnica do modelo confeccionado look 16
Fonte: Da autora (2013)

TECIDO				
DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
Musseline dior	1,80m	100% Poliéster	preto (concha)	Riviera tecido

AVIAMENTO					
DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
Entretela termocolante	20 cm	70% poliéster 30% algodão	20 cm	Branca	Casa da costura

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

EMBALAGEM E ETIQUETAS					
ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Embalagem	1	R\$ 0,05			
Etiqueta	1	R\$ 0,10			

BENEFICIAMENTO		AMOSTRAS		OBSERVAÇÕES	
TIPO	OBSERVAÇÕES				

Figura 80- Fica técnica look 16
Fonte: Da autora (2013)

FICHA DE SEQÜÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO

Referência:

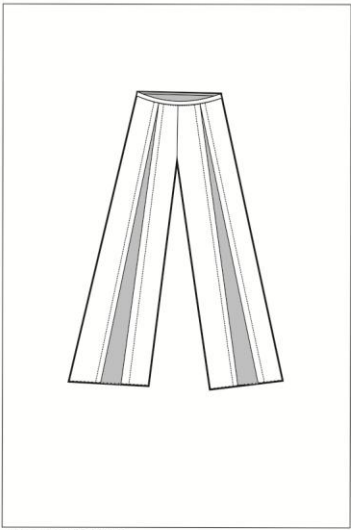
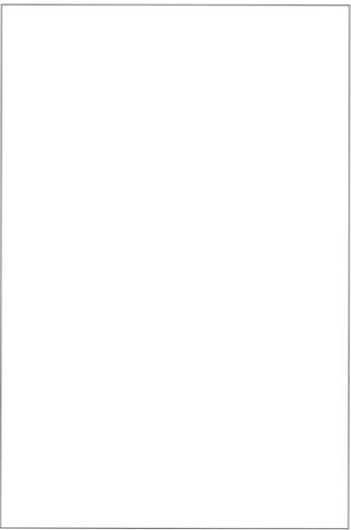
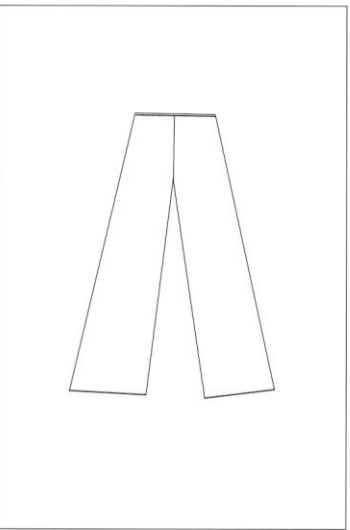
Modelo:

Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
	Cortar partes no fio do tecido		10 min		
	Entretelar colarinho		2 min		
	Costurar colarinho	reta	2 min		
	Preparar e pespontar as vistas frontais	reta	2 min		
	Unir ombros	reta	2 min		
	Fechar mangas e laterais	reta	2 min		
	Pregar punho	reta	2 min		
	Rebater punho	reta	2 min		
	Fazer barra	reta	2 min		
	Costurar vista	reta	2 min		
	Pregar colarinho	reta	2 min		

Figura 81- Ficha operacional look 16

Fonte: Da autora (2013)

Marca: Maré	DATA: 13/08/2013	Coleção: Verão 2014	REF: Look 18
Tamanho: PP	N. de peças: 1	Modelo: Saída calça pantalon com fendas.	
Estilista: Caroline Marry Cavazzana		Modelista: Caroline Marry Cavazzana	

DESENHO FRENTE	DESENHO LATERAL	DESENHO COSTAS
		

OBSERVAÇÕES

Calça pantalon com duas fendas frontais.	

Figura 82- Ficha técnica do modelo confeccionado look 18
Fonte: Da autora (2013)

TECIDO				
DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
Musseline dior	1,60m	100% Poliéster	preto(concha)	Riviera tecido

AVIAMENTO					
DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
Elastico	20 cm	70% poliéster 30% algodão	20 cm	Branca	Casa da costura

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

EMBALAGEM E ETIQUETAS					
ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Embalagem	1	R\$ 0,05			
Etiqueta	1	R\$ 0,10			

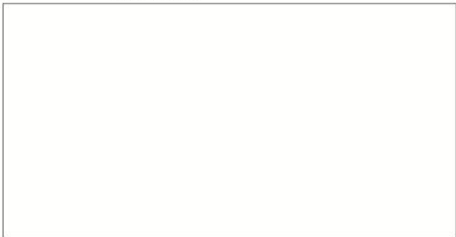
BENEFICIAMENTO		AMOSTRAS		OBSERVAÇÕES																					
TIPO	OBSERVAÇÕES			<table border="1"> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> </table>																					

Figura 83- ficha técnica look 18
Fonte: Da autora (2013)

FICHA DE SEQÜÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO					
Referência: Look 18		Modelo: Saida calça pantalonada com fendas			
Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
	Cortar partes no fio do tecido		10 min		
	Unir gancho frente e costas	reta	2 min		
	Fazer barra da abertura	reta	2 min		
	Passa ferro/ marcar costura		2 min		
	Fazer tunel do cóis	reta	2 min		
	Deixar 10cm aberto nas costas p/ elástico		2 min		
	Colocar elástico e fechar costura	reta	2 min		
	Fazer barra de lenço	reta	2 min		
	Fazer limpeza da peça e passar				

Figura 84- Ficha operacional look 18
 Fonte: Da autora (2013)

4.12 PRANCHAS DOS CROQUIS



Figura 85- Prancha look 18
Fonte: Da autora (2013)



Figura 86- Prancha look 12
Fonte: Da autora (2013)



Figura 87- Prancha look 16
Fonte: Da autora (2013)



Figura 88- Prancha look 07
Fonte: Da autora (2013)



Figura 89- Prancha look 24
Fonte: Da autora (2013)



Figura 90- Prancha look 19
Fonte: Da autora (2013)

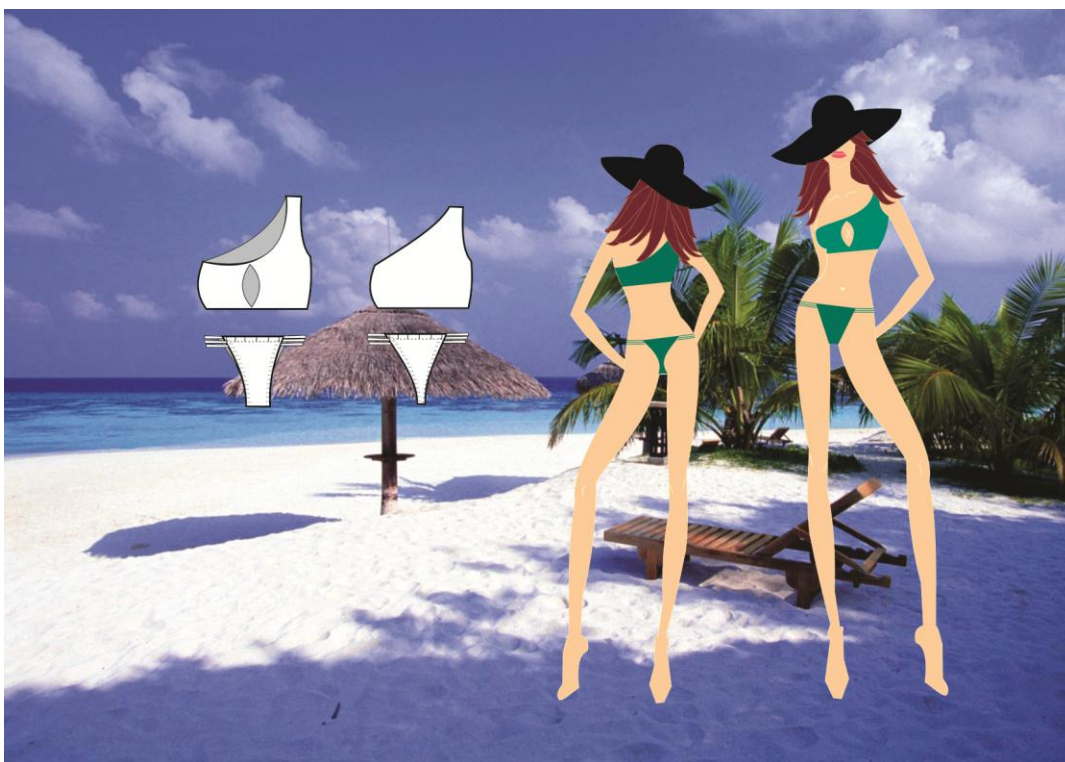


Figura 91- Prancha look 20
Fonte: Da autora (2013)



Figura 92-Prancha look 23
Fonte: Da autora (2013)



Figura 93- Prancha look 08
Fonte: Da autora (2013)



Figura 94- Prancha look 25
Fonte: Da autora (2013)



Figura 95- Prancha look 09
Fonte: Da autora (2013)



Figura 96- Prancha look 23
Fonte: Da autora (2013)

4.13 FOTOS DOS LOOKS FRENTE E COSTA



Figura 97- Fotos do look18 confeccionado
Fonte: Da autora (2013)





Figura 98- Fotos do look 12 confeccionado

Fonte: Da autora (2013)

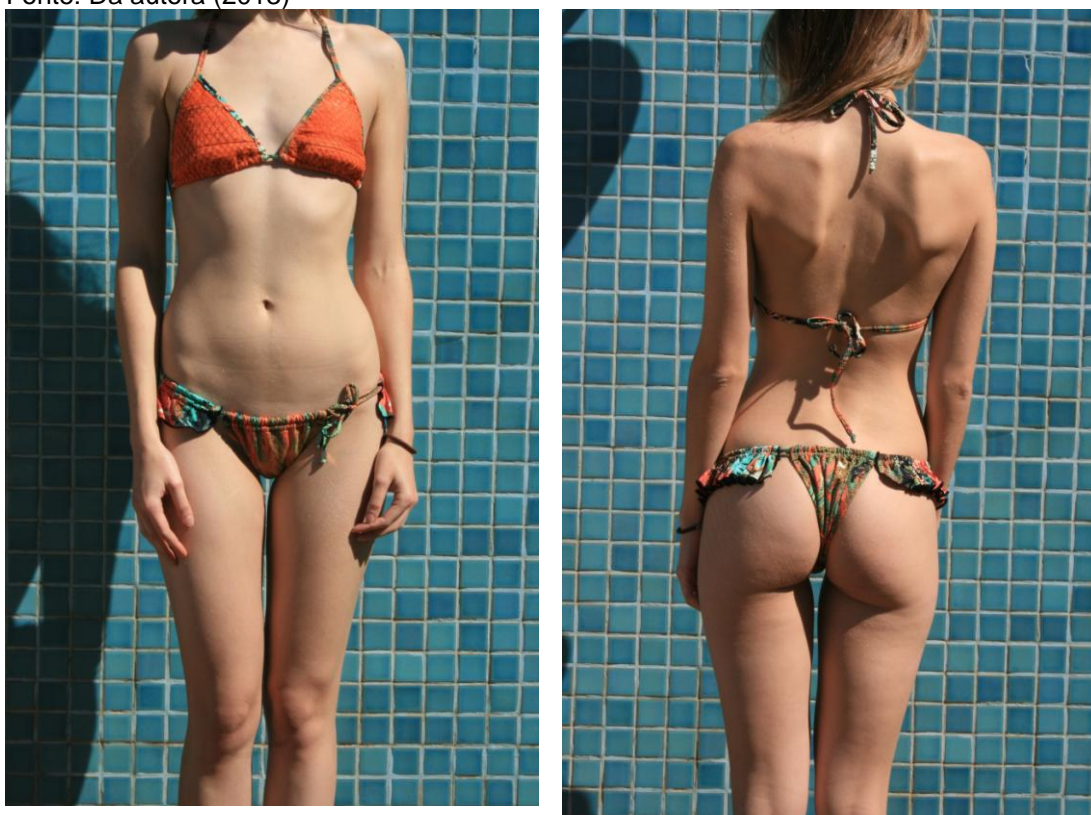


Figura 99- Fotos do look 07 confeccionado

Fonte: Da autora (2013)



Figura 100- Fotos look 16 confeccionado
Fonte: Da autora (2013)





Figura 101- Fotos do look 19 confeccionado
Fonte: Da autora (2013)



Figura 102- Fotos do look 24 confeccionado
Fonte: Da autora (2013)

5 PLANEJAMENTO DO DOSSIÊ ELETRÔNICO (SITE)

Na página de abertura do site haverá a colocação da logomarca da empresa e um *lookbook* que trará fotos das principais peças da coleção da estação, com alguns modelos seguindo a linha mais conceitual.

O *layout* terá uma linguagem visual mais limpa, seguindo um contexto *clean* de diagramação. As tipologias de fontes utilizadas nas letras terão os padrões não-serifados e serão aplicados em fundos com contraste para facilitar a leitura das informações.



Figura 103-Página inicial site Maré Beachwear
Fonte: Da autora (2013)

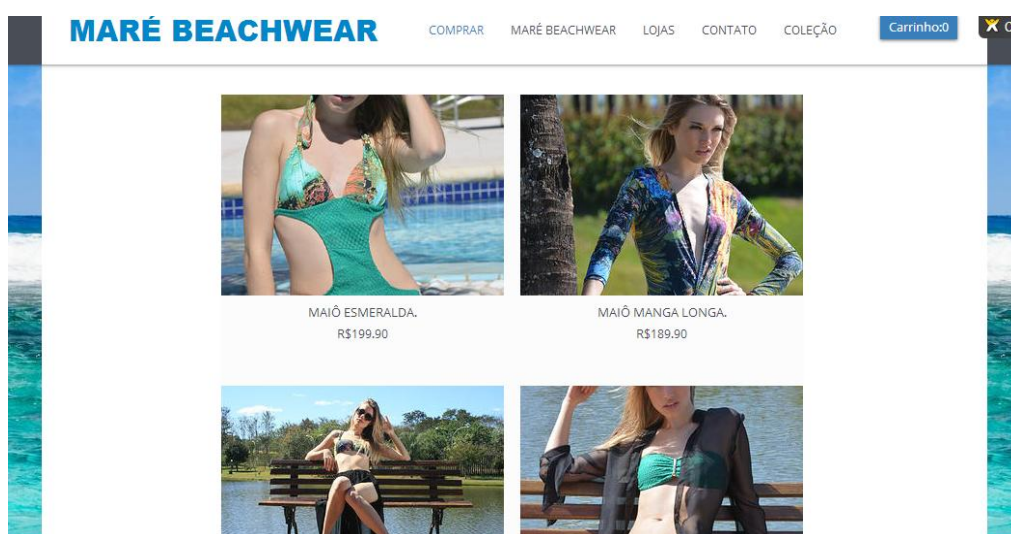


Figura 104- Página de compras do site Maré Beachwear
Fonte: Da autora (2013)

MARÉ BEACHWEAR COMPRAR MARÉ BEACHWEAR LOJAS CONTATO COLEÇÃO Carrinho:0

Maré Beachwear

A marca Maré traz para a mulher moderna que adora novidades um novo conceito de moda praia mais ousada, sofisticada e ecológica. Com esse novo conceito, os produtos confeccionados com couro de tilápia transformam as peças de moda praia ainda mais incríveis.

Com o estilo de jovialidade e elegância, a marca chama atenção de todas as mulheres que procuram por algo especial e diferenciado, além de visar o conforto e a funcionalidade das peças a marca Maré proporciona a sensualidade da mulher que gosta de estar sempre bem vestida nos lugares que remetem ao clima tropical.

Figura 105- Página sobre a marca Maré
Fonte: Da autora (2013)

MARÉ BEACHWEAR COMPRAR MARÉ BEACHWEAR LOJAS CONTATO COLEÇÃO Carrinho:0

Loja Maré

<p>/// Catuaí Shopping</p> <p>Loja 206, Londrina-PR marebeachwear@mare.com Tel: 123-456-7890 Fax: 123-456-7890</p>	<p>/// Shopping Iguatemi</p> <p>Loja 405, São Paulo- SP marebeachwear@mare.com Tel: 123-456-7890 Fax: 123-456-7890</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Revenda

<p>/// Loja Biquínis e Mar.</p> <p>Maringá-PR info@mysite.com Tel: 123-456-7890 Fax: 123-456-7890</p>	<p>///Loja Cheiro de Praia</p> <p>Curitiba-PR info@mysite.com Tel: 123-456-7890 Fax: 123-456-7890</p>	<p>/// Praia fitness</p> <p>Brasília-DF info@mysite.com Tel: 123-456-7890 Fax: 123-456-7890</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Figura 106- Página lojas Maré
Fonte: Da autora (2013)

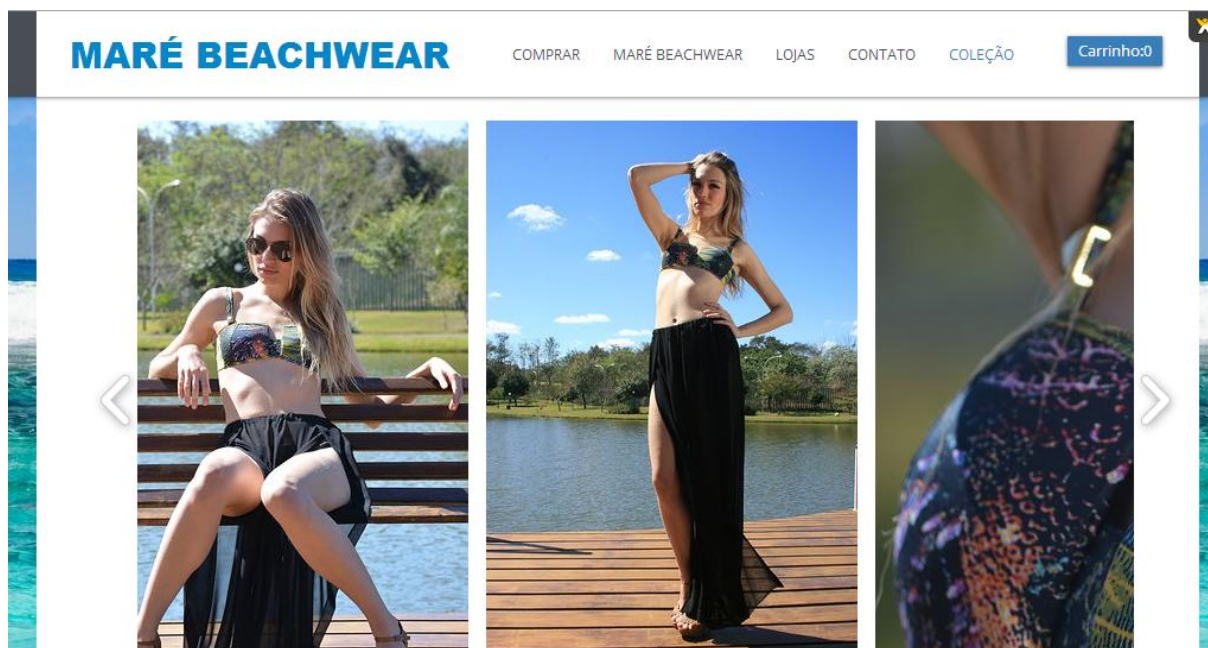


Figura 107- Página da coleção
Fonte: Da autora (2013)

6 PLANEJAMENTO DO CATÁLOGO

O catálogo impresso será elaborado com produção fotográfica na linha mais conceitual. As fotos serão feitas em locações paradisíacas e que remetam ao clima de verão tropical. As modelos serão enquadradas em poses sensuais, mas ao mesmo tempo com estilo sofisticado e elegante. A capa apresenta uma imagem trazendo referências da coleção.



Figura 108- Capa catálogo



Figura 109- Foto catálogo



Figura 110- Foto catálogo



Figura 111- Foto catálogo



Figura 112- Foto catálogo



Figura 113- Foto catálogo



Figura 114- Foto catálogo



Figura 115- Foto catálogo



Figura 116- Foto catálogo

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao contrário do que muitos pensam, o desenvolvimento de produtos de moda possui algo grau de complexidade. Em função disso, o surgimento de cursos técnicos e superiores tornou-se fator primordial para a capacitação mais adequada daqueles que pleiteam por trabalhar nas confecções e nos diversos setores da área.

A formação acadêmica permite que o estudante adquira uma visão mais ampla e sistêmica, com conhecimentos que envolvem as metodologias e ferramentas para o aprimoramento da criação, os processos e tecnologias para a viabilização da produção em série e também as estratégias administrativas e de marketing que são recomendadas pelos pesquisadores para que os produtos lançados no mercado obtenham sucesso de vendas.

Mesmo com certas limitações, durante o desenvolvimento desse estudo foi possível levar para a prática muitas teorias que até então eram discutidas apenas no âmbito da sala de aula como, por exemplo, as preocupações no que diz respeito ao uso de materiais com um foco mais ecológico e sustentável na fabricação de peças de vestuário.

Em linhas gerais, o projeto alcançou as expectativas desejadas, mesmo com as dificuldades que o couro de peixe apresentou ao ser trabalhado em peças de vestuário. Prova disso é que a aplicação do couro de tilápia foi pensada nas peças elaboradas neste projeto sem comprometer a sua usabilidade, equilibrando os materiais têxteis junto ao couro, o que manteve as condições de elasticidade que os produtos do segmento *beachwear* exigem.

Todos os produtos foram pensados privilegiando os aspectos funcionais e estéticos, procurando por resultados formais que deixassem as mulheres mais atraentes. Além disso, as estruturas atendem a vários estilos que vão desde o mais jovial, sensual até o mais comportado.

A coleção também propõe o uso de saídas de praia – como camisas e calças pantalonas – confeccionadas com materiais transparentes como a musseline Dior, que proporciona uma aparência sofisticada e elegante junto aos biquínis e maiôs da marca.

A aplicação do couro de peixe no desenvolvimento de produtos moda praia – em especial o couro de tilápia – apresentou boas surpresas ao final da coleção, promovendo a elaboração de produtos inovadores e diferenciados e que atendem às funções básicas de conforto, praticidade e beleza – requisitos necessários para todo projeto que esteja pautado nas diretrizes e nos ensinamentos do Design.

REFERÊNCIAS

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. NBR 10004: **Classificação de resíduos sólidos**. Rio de Janeiro: ABNT, 1987.

AGUAPELE. **Curtimento vegetal de peles**. Disponível em: <<http://www.aguapele.com.br>> Acesso em: 10 jun.2012

AGÊNCIA HÉLICE. **Moda praia**: Brasil é o país que mais consome moda praia no mundo. Disponível em <<http://invertia.terra.com.br/verao.html>>. Acesso em: 18 jun. 2012.

BERNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**: as interfaces entre a moda e comunicação. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BOAVENTURA, Edivaldo. **Metodologia da pesquisa**: monografia, dissertação, tese. São Paulo: Atlas, 2007.

BRASIL. Secretaria de Estado da Agricultura e Desenvolvimento Agrário. **Couro de tilápia: produtores de peixe conseguem dobrar renda com aproveitamento de pele**. Disponível em < <http://www.agricultura.al.gov.br/sala-de-imprensa/noticias/2010/outubro/produtores-de-peixe-conseguem-dobrar-renda-com-aproveitamento-de-pele/?searchterm=pele%20de%20peixe> >. Acesso em: 18 jun. 2012

BRASIL. Governo do Estado do Paraná. **Agência de notícias**. Disponível em: <<http://www.aen.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=68177&tit=Producao-de-pescado-no-Parana-cresceu-39-em-tres-anos>>. Acesso em: 22 mai. 2012

BRASIL. Secretaria de Estado da Pesca e Aquicultura. **Pesca**: piscicultura. Disponível em < <http://www.pesca.al.gov.br/sala-de-imprensa.html>.> Acesso em: 26 jun. 2012.

BRASIL. Ministério da Pesca e Aquicultura. **MPA**: governo Lula. Disponível em <<http://www.mpa.gov.br/ministeriomp/historico.html>.> Acesso em: 26 out.2012

BAUER, Bruna; PONTUAL, Mariana. Elle: **As tendências do SPFW verão 2014 segundo o WGSN**. Disponível em: <<http://elle.abril.com.br/materia/as-tendencias-do-spfw-verao-2014-segundo-o-wgsn>>. Acesso em: 16 jun 2013

CICB. Centro das Indústrias de Curtumes no Brasil. **Importação brasileira de couros**. Disponível em: <http://www.cicb.org.br/index.php/noticias/200-importacao-brasileira-de-couros-abril-de-2012>. Acesso em: 25 mai 2012.

CORDEIRO, Francelyly; LUSVARGHI, Haydee; SCABORA, Rodolfo; PRANDI, Marcelo. **Estudo de caso indústria de pescado**: levantamento aspectos ambientais. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/71334642/ESTUDO-DE-CASO-INDUSTRIA-DE-PESCADO>>. Acesso em: 22 mai 2012.

Converse. **Converse sabor salmão**. Disponível em: <<http://www.converseallstar.com.br/blog/converse/converse-sabor-salmaa>>. Acesso em: 22.mai.2012.

Criecologico. **Curtume de peixes**. Disponível em: <<http://criecologico.blogspot.com.br/2010/05/reciclando-os-peixes.html>>. Acesso em: 22 mai 2012.

FAO. **Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação**. Disponível em: <<http://www.mpa.gov.br/informacoes-e-estatisticas/estatistica-da-pesca-e-aquicultura>>. Acesso em: 22 mai 2012.

Fashions from the girl next door. **The perfect Swimsuit for your body**. Disponível em: <<http://fashionsfromthegirlnextdoor.wordpress.com/2013/04/26/the-perfect-swimsuit-for-your-body/>> Acesso em: 22 mai. 2012

Fibre2fashion. **Swimwear market to slowdown**. Disponível em: <<http://www.fibre2fashion.com/industry-article/20/1908/swimwear-market-to-slowdown1.asp>>. Acesso em: 10 mai 2012.

Fine art America. **Coral reef Starfish stingrays clownfish life**. Disponível em: <<http://fineartamerica.com/featured/coral-reef-starfish-stingrays-clownfish-life-ginette-callaway.html>> Acesso em: 10.mai.2012

Feltmakersireland. **Anna Gunnarsdottir workshop**. Disponível em: <<http://feltmakersireland.com/2009/10/12/anna-gunnarsdottir-workshop/>> Acesso em: 10 mai 2012

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

GOMES, Luciana. **As macrotendências do verão do 2013**. Disponível em: <<http://luestilo.blogspot.com.br/2012/01/as-macrotendencias-do-verao-2013.html>>. Acesso em: 26 abr 2012.

Informationweek. **Dez macrotendência de consumo que impactarão a TI**. Disponível em: <<http://informationweek.itweb.com.br/7857/10-macrotendencias-de-consumo-que-impactarao-a-ti/>>. Acesso em: 25 abr 2012.

Joy and Food. **About fish skin**. Disponível em: <<http://www.joyandfood.com/about-fish-skin-fish-shoes-crispy-skin-salmon-recipes-for-salmon-skin-snack-and-more/>> Acesso em: 25.abr.2012.

Khogly. **Sri lankan tuna hides**. Disponível em: <<http://khogy.com/about-3/sri-lankan-tuna-hides/>>. Acesso em :25 abr 2012.

LINHARES, Sergio; GEWANDSZNAJDER, Fernando. **Biologia hoje: os seres vivos**. São Paulo: ABDR, 2010.

MANZINI, Ezio. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**: os requisitos ambientais dos produtos industriais. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2005.

NEGRET, R. **Na trilha do desenvolvimento sustentável**. Alto Paraíso: instituto transdisciplinar de desenvolvimento sustentável, 1994.

Portalsaofrancisco. **História do biquíni**. Disponível em:
<<http://www.portalsaofrancisco.com.br/alfa/mulher-historia-biquini/historia-do-biquini.php>>. Acesso em: 23.jun.2012

Projeto Pacu. **Tem pele de peixe na moda sustentável**. Disponível em:
< <http://blog.projetopacu.com.br/coisas-que-gostamos/o-couro-de-peixe-como-moda-sustentavel/>>. Acesso em: 23.jun.2012

Revista Manequim. Moda: **História do biquíni**. Disponível em
<<http://manequim.abril.com.br/moda.html>>. Acesso em: 23 jun. 2012.

SOUZA, Flávio. **Sebrae**: curtume de couro de peixe. Disponível em:
<http://www.sebrae.com.br/uf/roraima/acesse/encontro-de-agronegocios/ideias_negocio_pdf?id=A9A145AEA4B7343B8325799F006BA700&uf=9&filename=curtume-de-couro-de-peixe&titulo=curtume-de-couro-de-peixe.> Acesso em: 23 jun.2012.

Vixbrasil. **Belize Caftan**. Disponível em:<
<http://www.vixbrasil.com/media/slideshow/Banner-Belize.jpg>>. Acesso em: 23.jun.2012

WWF. **Sustentabilidade**: da teoria à pratica. Disponível em
<<http://www.wwf.org.br/participe.html>>. Acesso em: 20 jun. 2012.

Wordpress. **The perfect swimsuit for your body**. Disponível em:
<<http://fashionsfromthegirlnextdoor.wordpress.com/2013/04/26/the-perfect-swimsuit-for-your-body/>>. Acesso em: 16 jun 2013

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO

Idade: _____

1. Qual desses modelos você costuma comprar mais para ir à praia ou à piscina?
 biquíni maiô as duas opções
2. Qual a sua saída de praia preferida? (Pode assinalar mais de uma opção)
 vestido saia shorts camiseta não consumo nem utilizo saída de praia
3. Que tipo de acessórios você costuma levar à praia? (Pode assinalar mais de uma opção)
 bolsa chapéu boné canga não consumo nem utilizo acessórios de praia
4. Você tem mais preferência por modelos de cores lisas ou com estampas?
 cores lisas com estampas as duas opções
5. Qual o tipo de biquíni que você tem preferência? (Pode assinalar mais de uma opção)
 - Busto:
 - cortinha tomara-que-caia modelo sutiã
 - frente única tam. médio frente única tam. grande outros: _____
 - Calcinha:
 - fio dental asa delta calcinha tam. médio
 - calcinha tam. grande tanga outros: _____
6. Você costuma seguir as tendências de moda da estação para a compra de suas peças de moda praia?
 sempre quase sempre às vezes raramente nunca
7. Você utilizaria um biquíni ou maiô confeccionado com material ecológico como o couro de peixe?
 sim não não tenho opinião sobre o assunto
8. Por quanto tempo você costuma ficar dentro da água do mar ou da piscina?
 menos de 1 hora entre 1 e 4 horas acima de 4 horas
9. Com qual frequência você costuma comprar um modelo novo de biquíni ou maiô?
 menos de 1 mês entre 1 e 3 meses entre 3 e 6 meses
 acima de 6 meses
10. Qual o valor médio que você costuma pagar na compra de um biquíni ou maiô?
 até R\$____,00 entre R\$____,00 e R\$____,00 acima de R\$____,00
11. Você pagaria um pouco mais por um biquíni ou maiô confeccionado com material diferenciado e ecológico? (Caso sua resposta seja afirmativa, indique uma estimativa de porcentagem em relação ao valor de uma peça convencional que você costuma comprar)
 sim: pagaria _____% a mais em relação ao valor da peça convencional não
12. Onde você costuma comprar as suas peças de moda praia? (Pode assinalar mais de uma opção)
 em shopping-center em loja de rua na internet
 outros: _____
13. Você tem preferência para comprar em que tipo de estabelecimento? (Pode assinalar mais de uma opção)
 loja de marca própria loja multimarcas loja de departamentos
 site especializado site de produtos variados outros: _____
14. O que você acha necessário ter em uma loja para influenciar a sua compra? (Assinale por ordem de importância – ex.: 1 – mais importante..., 2..., 3..., 4 – menos importante)
 promoção ambiente agradável bom atendimento
 variação de modelos outros: _____
15. Que tipo de propaganda ou mídia influencia ou chama a sua atenção para a compra de uma peça de moda praia? (Pode assinalar mais de uma opção)
 revista impressa televisão site/internet catálogo impresso
 outdoor folder outros: _____

APENDICE B – FOTOS DESFILE

Figura 117- Foto desfile



Figura 118- Foto desfile



Figura 119- Foto desfile



Figura 120- Foto desfile



Figura 121- Foto desfile



Figura 122- Foto desfile