

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

Anderson Magiore Antunes

Luana Morete Lopes

**DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO DE MODA PARA O PÚBLICO
INFANTIL**

APUCARANA

2014

Anderson Magiore Antunes

Luana Morete Lopes

DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO DE MODA PARA O PÚBLICO INFANTIL

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Tecnologia em Design de Moda da Universidade Tecnológica Federal do Paraná para obtenção de Título de Tecnólogo em Design de Moda.

Orientadora: Prof^a. Esp. Tamissa Juliana Barreto Berton.

APUCARANA

2014



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Câmpus Apucarana

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



TERMO DE APROVAÇÃO

Título do Trabalho de Conclusão de Curso Nº 78

Desenvolvimento do produto de moda para o publico infantil

Por

ANDERSON MAGIORE ANTUNES

E

LUANA MORETE LOPES

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado aos cinco dias do mês de fevereiro do ano de dois mil e quatorze, 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)– TAMISSA JULIANA BARRETO BERTON - ORIENTADOR(A)

PROFESSOR(A) – ANDRESSA KAREN ROSSI – EXAMINADOR(A)

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

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

RESUMO

ANTUNES, Anderson Magiore; LOPES, Luana Morete. **Desenvolvimento do produto de moda para o público infantil**. 135 páginas. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design de Moda) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Apucarana, 2013.

Este trabalho tem como objetivo elaborar produtos de moda para o público feminino infantil de três a sete anos, agregando aos produtos diferenciais estéticos e ergonômicos. No entanto, como desenvolver produtos com estas características? Desta forma, buscaram-se descobrir as necessidades e interesses que pais e crianças demonstram em relação às roupas, compreendendo quais são seus critérios de compra e mapeando as dificuldades encontradas para realização desta ação. A metodologia do estudo foi conduzida através de questionários aplicados aos pais residentes em Cambé, Londrina e Rolândia, cidades do estado do Paraná, e de pesquisa bibliográfica do qual se apurou os processos de desenvolvimento de produtos, a ergonomia e o mercado infantil. Essas ações colaboraram com o desenvolvimento de uma coleção lúdica e delicada inspirada no universo do balé.

Palavras-chave: Moda. Público feminino infantil. Desenvolvimento de produto. Balé.

ABSTRACT

ANTUNES, Anderson Magiore; LOPES, Luana Morete. **Development of fashion products for children**. 135 pages. Completion of course work (Undergraduate Fashion Design) - Federal Technological University of Paraná, Apucarana, 2013.

This work aims to develop fashion products for the female audience child 3-7 years adding to the aesthetic and ergonomic product differentials. However, how to develop products with these features? Thus, we sought discover the needs and interests of parents and children demonstrate in relation to clothing, including what their buying criteria and mapping the difficulties encountered in carrying out this action. The methodology of the study was conducted through interviews with the parents lived in Cambé, Londrina and Rolândia, Paraná state cities, and literature which it was found that the processes of product development, ergonomics and the children's market. These actions contributed to the development of a playful and delicate collection inspired by the world of ballet.

Keywords: Fashion. Children's female audience. Product development. Ballet.

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1	Público Alvo.....	30
Imagem 2	Macrotendências Verão 2015.....	31
Imagem 3	Tendências Verão 2015.....	33
Imagem 4	Referência da coleção – Imagem 1.....	35
Imagem 5	Referência da coleção – Imagem 2.....	36
Imagem 6	Formas e Estruturas.....	37
Imagem 7	Logomarca.....	38
Imagem 8	Cartões de visita.....	38
Imagem 9	Etiqueta interna.....	39
Imagem 10	Etiqueta de tamanho.....	39
Imagem 11	Cartão de presente.....	40
Imagem 12	Embalagens.....	40
Imagem 13	A valsa da bailarina.....	41
Imagem 14	Cartela de Cores.....	43
Imagem 15	Cartela de Materiais.....	44
Imagem 16	Croqui Gerações 1.....	45
Imagem 17	Croqui Gerações 2.....	45
Imagem 18	Croqui Gerações 3.....	46
Imagem 19	Croqui Gerações 4.....	46
Imagem 20	Croqui Gerações 5.....	47
Imagem 21	Croqui Gerações 6.....	47
Imagem 22	Croqui Gerações 7.....	48
Imagem 23	Croqui Gerações 8.....	48
Imagem 24	Croqui Gerações 9.....	49
Imagem 25	Croqui Gerações 10.....	49
Imagem 26	Croqui Gerações 11.....	50
Imagem 27	Croqui Gerações 12.....	50
Imagem 28	Croqui Gerações 13.....	51
Imagem 29	Croqui Looks Selecionados Croqui 1.....	52
Imagem 30	Desenho técnico Croqui 1.....	53
Imagem 31	Croqui Looks Selecionados Croqui 2.....	54
Imagem 32	Desenho técnico Croqui 2.....	55
Imagem 33	Croqui Looks Selecionados Croqui 3.....	56
Imagem 34	Desenho técnico Croqui 3.....	57
Imagem 35	Croqui Looks Selecionados Croqui 4.....	58
Imagem 36	Desenho técnico Croqui 4.....	59
Imagem 37	Croqui Looks Selecionados Croqui 5.....	60
Imagem 38	Desenho técnico Croqui 5.....	61
Imagem 39	Croqui Looks Selecionados Croqui 6.....	63
Imagem 40	Desenho técnico Croqui 6.....	64
Imagem 41	Croqui Looks Confeccionados Croqui 1.....	65
Imagem 42	Desenho técnico Croqui 1.....	66
Imagem 43	Croqui Looks Confeccionados Croqui 2.....	67
Imagem 44	Desenho técnico Croqui 2.....	68

Imagem 45	Croqui Looks Confeccionados Croqui 3.....	70
Imagem 46	Desenho técnico Croqui 3.....	71
Imagem 47	Croqui Looks Confeccionados Croqui 4.....	73
Imagem 48	Desenho técnico Croqui 4.....	74
Imagem 49	Croqui Looks Confeccionados Croqui 5.....	76
Imagem 50	Desenho técnico Croqui 5.....	77
Imagem 51	Croqui Looks Confeccionados Croqui 6.....	79
Imagem 52	Desenho técnico Croqui 6.....	80
Imagem 53	Ficha técnica 1 do croqui 1.....	82
Imagem 54	Ficha técnica 2 do croqui 1.....	83
Imagem 55	Ficha técnica 3 do croqui 1.....	84
Imagem 56	Ficha técnica 1 do croqui 2.....	85
Imagem 57	Ficha técnica 2 do croqui 2.....	86
Imagem 58	Ficha técnica 3 do croqui 2.....	87
Imagem 59	Ficha técnica 4 do croqui 2.....	88
Imagem 60	Ficha técnica 5 do croqui 2.....	89
Imagem 61	Ficha técnica 6 do croqui 2.....	90
Imagem 62	Ficha técnica 1 do croqui 3.....	91
Imagem 63	Ficha técnica 2 do croqui 3.....	92
Imagem 64	Ficha técnica 3 do croqui 3.....	93
Imagem 65	Ficha técnica 1 do croqui 4.....	94
Imagem 66	Ficha técnica 2 do croqui 4.....	95
Imagem 67	Ficha técnica 3 do croqui 4.....	96
Imagem 68	Ficha técnica 1 do croqui 5.....	97
Imagem 69	Ficha técnica 2 do croqui 5.....	98
Imagem 70	Ficha técnica 3 do croqui 5.....	99
Imagem 71	Ficha técnica 1 do croqui 6.....	100
Imagem 72	Ficha técnica 2 do croqui 6.....	101
Imagem 73	Ficha técnica 3 do croqui 6.....	102
Imagem 74	Ficha técnica 4 do croqui 6.....	103
Imagem 75	Ficha técnica 5 do croqui 6.....	104
Imagem 76	Ficha técnica 6 do croqui 6.....	105
Imagem 77	Bordado Look 0020A.....	106
Imagem 78	Bordado Look 0018A.....	107
Imagem 79	Bordado Look 0021A.....	108
Imagem 80	Bordado Look 0016A.....	109
Imagem 81	Bordado Look 0015B.....	110

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1-	Quantos anos você tem?.....	21
Gráfico 2-	Quantos filhos você tem?.....	21
Gráfico 3-	Quantos anos possui (em) seu (us, as) filho(os, as)?..	22
Gráfico 4-	Você acredita que seus filhos já podem escolher suas próprias roupas?.....	22
Gráfico 5-	Quando você vai comprar roupas para seus filhos você costuma levá-los?.....	23
Gráfico 6-	O seu filho se interessa por comprar suas próprias roupas?.....	23
Gráfico 7-	De 0 a 10 qual a importância do fator conforto da peça?.....	24
Gráfico 8-	O que você leva em consideração ao comprar roupas para seu(s) filho(os,as)?.....	24
Gráfico 9-	Qual a sua maior dificuldade na hora de comprar roupas para seus filhos?.....	25
Gráfico 10-	Na sua opinião é fácil encontrar peças mais diferenciadas e com preços acessíveis?.....	25
Gráfico 11-	Qual sua opinião sobre roupas que podem influenciar no aprendizado de seu (s,as) filho(os,as)?.....	26
Gráfico 12-	Peças multifuncionais seria uma ótima opção na hora da compra?.....	26
Gráfico 13-	Qual valor você está disposto a pagar em uma peça de roupa infantil?.....	27

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
1.1	DELIMITAÇÃO DO TEMA.....	10
1.2	OBJETIVOS.....	11
1.2.1	Objetivo Geral.....	11
1.2.2	Objetivos Específicos.....	11
1.3	JUSTIFICATIVA.....	11
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	12
2.1	PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO.....	13
2.2	ERGONOMIA;.....	14
2.3	UNIVERSO INFANTIL.....	17
2.3.1	Mercado Infantil.....	18
3	METODOLOGIA.....	19
4	RESULTADO DA PESQUISA.....	21
5	DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO.....	28
5.1	DADOS CADASTRAIS.....	28
5.2	CONCEITO DA MARCA.....	28
5.3	DISTRIBUIÇÃO.....	28
5.4	CONCORRENTES.....	29
5.5	PROMOÇÃO.....	29
5.6	PREÇOS PRATICADOS.....	29
5.7	PÚBLICO ALVO.....	30
5.8	PESQUISA DE TENDÊNCIAS	31
5.8.1	Sociocultural (Macrotendência)	31
5.8.2	Estética (Microtendência).....	32
6.	DESENVOLVIMENTO DE PROJETO.....	34
6.1	DELIMITAÇÃO PROJETUAL.....	34
6.2	ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO.....	34
6.3	MIX DE COLEÇÃO.....	36
6.4	FORMAS E ESTRUTURAS	37
6.5	EMBALAGEM E COMUNICAÇÃO VISUAL.....	37
6.6	BRIEFING DA COLEÇÃO.....	41
6.6.1	Cartela de cores.....	43
6.6.2	Cartela de materiais.....	44
6.6.3	Gerações de alternativas.....	45
6.6.4	Looks selecionados.....	52
6.6.5	Looks confeccionados.....	65
6.7	FICHAS TÉCNICAS.....	82
6.8	BORDADOS.....	106
7.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	111
	REFERÊNCIAS.....	112
	APÊNDICES.....	113

1 INTRODUÇÃO

O mercado infantil vem crescendo economicamente e, conseqüentemente, a concorrência, tornado-se necessário o aperfeiçoamento do profissional e empresas envolvidas. Segundo a Associação Brasileira da Indústria Têxtil (2010), “o mercado da moda vem crescendo em níveis acelerados”.

Sendo assim, realizou-se uma pesquisa teórica voltada para o desenvolvimento de produtos, a ergonomia e o universo infantil, objetivando compreender as técnicas e tendências para se obter um produto de sucesso e agradável para o consumidor, que teve sua opinião apurada através da aplicação de um questionário.

Apesar dos produtos serem destinados a crianças, optou-se pela pesquisa de campo aplicada aos pais, uma vez que são eles quem realizam as compras, atendendo ou não as vontades de seus filhos.

A partir dos dados coletados foram analisadas as exigências do público, destacando-se produtos com diferenciais estéticos, ergonômicos e com preço acessível. Desenvolve-se assim, uma coleção com peças de vestuário elaboradas para o público infantil feminino que atenda estas necessidades.

1.1.DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Como desenvolver produtos de moda para o público infantil?

1.2.OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo Geral

Desenvolver uma coleção de produtos de moda voltados para o público infantil feminino.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Abordar conceitos, métodos e processos de desenvolvimento de produtos;
- Pesquisar o mercado infantil e suas influências;
- Levantar dados sobre o perfil dos compradores;
- Desenvolver produtos ergonômicos, confortáveis, inovadores e delicados;

1.3.JUSTIFICATIVA

Optou-se por desenvolver produtos para o público infantil, especificadamente para crianças entre 3 e 7 anos do gênero feminino, por ser um público em ascensão. O Censo 2010, apurado pelo IBGE, aponta que mais de 50 milhões de brasileiros são crianças de 0 a 14 anos, representando 30% da população do país e trazendo um cenário bastante significativo como referência

social e econômica. A pesquisa de campo foi voltada aos pais, pois apesar de crianças desta faixa etária já expressam suas vontades, não tem autonomia para efetuar uma compra sem a presença dos pais, cabendo a eles a decisão final do que será consumido. Esta pesquisa propõe uma maior compreensão do perfil do consumidor, contribuindo para o desenvolvimento dos produtos, os quais foram desenvolvidos para complementar o estudo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS

O processo de desenvolvimento de produtos é uma mutação na sequência de informações, pois transformam as informações de oportunidades de mercado, as possibilidades tecnológicas em dados vantajosos para fabricação de novos produtos e/ou na reformulação de um produto já existente.

Desenvolvimento de produto é o processo experimental de escolha das características dos mesmos que correspondem às necessidades dos clientes. Ou seja, desenvolver um produto consiste em um conjunto de atividades e escolha de características que atendam as necessidades dos consumidores. (JURAN, 2009, p.166).

Conceitua-se o processo de desenvolvimento de produtos da seguinte forma:

Desenvolver produto envolve um conjunto de atividades, que busca por meios atender as necessidades do mercado e restrições tecnológicas e considerado as estratégias competitivas é que a empresa consegue as especificações de um novo produto, e de seu projeto assim conseguindo planejar de maneira correta para que a manufatura seja capaz de produzi-lo. (ROZENFELD et.al.,2006, p.3).

Portanto, processo de desenvolvimento de produtos (PDP) é um empreendimento cujo objetivo é transformar uma ideia em um bem material. No setor de moda, esta etapa muitas vezes é confundida com a etapa na qual se desenham as peças conforme afirma Woltz e Woltz (2006), mas antes desta etapa são necessários pesquisas e este processo não pode ser realizado de forma isolada.

O PDP é um sistema de integração do fluxo de atividades e informações no desenvolvimento do produto, num processo de diminuição de incertezas e de produção de conhecimento ao longo de sua execução, desde a concepção até a descontinuidade do produto. (ROMANO, 2003).

Segundo Maluf (2003), o PDP na área de moda é quando o estilista ou *designer* de moda, o profissional que desenvolve os modelos das coleções de uma confecção, trabalha em conjunto com os profissionais da modelagem e piloteira.

Antes de desenvolver os desenhos, é necessário que os profissionais verifiquem os equipamentos, a matéria-prima e os aviamentos disponíveis. Além de conhecer a fábrica, o *designer* de moda deve visitar feiras, centro de moda de outros países para conhecer tendência de cores e tecidos. (MALUF, 2003).

Além de pesquisar tendências, o designer desenvolve a criatividade e se dedica para desenvolver produto que seja inovador, funcional e que proporcione ao seu consumidor desejo e conforto, ou seja, ergonômico.

2.2 ERGONOMIA

A ergonomia é uma ciência no qual o designer aprende a adaptar ao seu uso um objeto ou peça de vestuário, tornando-o mais prático no cotidiano.

A ergonomia nasceu informalmente a partir do momento em que o homem primitivo construiu seus primeiros objetos para garantir sua sobrevivência, objetos rudimentares como armas, utensílios, moradias, ferramentas, vestimentas e veículos. (GOMES FILHO, 2003, p. 17):

Segundo Ida (2005, p. 3), “os praticantes da ergonomia são chamados de ergonomistas e realizam o planejamento, projeto e avaliação de tarefas, postos de trabalho, produtos, vestimentas, ambientes e sistemas”.

Com o intuito de preencher as necessidades dos consumidores, esses profissionais dividem a ergonomia em três subdivisões que são: ergonomia física, cognitiva e organizacional conforme quadro abaixo:

Classificação Ergonômica	Definição
Ergonomia Física	Referem-se às características da

	anatomia humana, antropometria, fisiologia e biomecânica em sua relação à atividade física.
Ergonomia Cognitiva	Referem-se aos processos mentais, tais como percepção, memória, raciocínio e resposta motora conforme afetam as interações entre seres humanos e outros elementos de um sistema.
Ergonomia Organizacional	Refere-se a otimização dos sistemas sócio-técnicos, incluindo suas estruturas organizacionais, políticas e processos.

Quadro 1 – Subdivisões da ergonomia
Fonte: Ida (2005,p.17)

As três subdivisões da ergonomia quando aplicadas às peças podem proporcionar aos usuários alguns benefícios, tais como segurança, conforto e facilidade no uso e manuseio da roupa. Para isto, são necessários alguns cuidados na elaboração do projeto de desenvolvimento do produto, conforme explicação do quadro abaixo:

Proporcionar ao usuário:		Através de cuidados com:
Segurança		Matéria-prima, modelagem e acabamentos (materiais que não provoquem ferimentos e danos ambiente)
C o n f o r t o	Liberdade de movimentos	Matéria-prima, modelagem e antropometria.
	Conforto Tátil	Matéria-prima, modelagem e acabamentos
	Conforto Térmico	Matéria-prima, modelagem e acabamentos
	Conforto Visual	Aspectos perceptivos/estéticos/composição visual.
	Bem-estar Emocional	Exploração de valores subjetivos/carga sgnica
Facilidade de manuseio e uso.		Matéria-prima de fácil manutenção
		Funcionamento de dispositivos diretos de interação (fechos, regulagens, elementos descartáveis).
		Dispositivos de informação sobre uso e manutenção.
		Função objetiva do produto.

Quadro 2 – Precauções com a ergonomia no consumo (processo de uso).
Fonte: Montemezzo (2003, p. 78).

É importante considerar que os tipos de materiais, a estrutura ou a utilização de camadas no vestuário pode influenciar a realização de determinados movimentos do corpo humano ao utilizar a roupa. (MATOS et al., apud Oliveira e Santos, 2001).

Sendo assim, é possível apontar que os fatores mais importantes para o conforto ergonômico no vestuário são cortes, costuras, modelagem e tabelas de medidas ou antropométricas e pode-se proporcionar conforto e segurança ao usuário aliando elementos estéticos com a matéria-prima visando à satisfação total daquele que usufrui.

De acordo com Gomes Filho (2003, p.48), “cor é a parte simples mais emotiva do processo visual. Ela tem uma grande força e seu uso é vital para expressar e reforçar a informação visual.”

As cores têm uma grande influência psicológica sobre o ser humano... quando o homem tomou consciência desta realidade, aprendeu a usar as cores como estímulos para encontrar determinadas respostas e, a cor que durante muito tempo só teve finalidades estéticas, passou a ter também finalidades e funcionalidades práticas. (MIRANDA, 2009).

A cor da peça a ser produzida deve estar em conformidade com elementos visuais da marca, fazendo uso coerente e compatível da imensa gama de cores existentes e passíveis das mais variáveis combinações tonais, proporcionando um efeito visual agradável que possa provocar a sua atração visual.

Segundo Baxter (2003, p.25): “o estilo de um produto é a qualidade que provoca a sua atração visual”. Este fator compõe a ergonomia cognitiva cujo objetivo é explicar como se articulam os processos mentais de aprendizado e aquisição de conhecimentos dos seres humanos, investigando processos internos relacionando-os com determinados tipos de comportamento.

“As principais características do sistema cognitivo correspondem aos processos mentais como compreender, avaliar, planejar e decidir. Suas principais funções estão em conservar as estruturas cognitivas permanentes, como: o conhecimento e crenças, elaborar decisões de ação para tarefas e construir conhecimentos.” (LINDER, 2007,p.69).

O sistema cognitivo relaciona-se com os processos de desenvolvimento de peças do vestuário através da adaptação de elementos estéticos, tais como cores, formas e texturas. Estes elementos influenciam o usuário através dos sentidos, ou

seja, da percepção humana e o uso apropriado se torna estratégico para uma boa coleção.

Segundo Miranda (2009), “estudos psicológicos afirmam que as cores produzem impressões e sentimentos que influenciam diretamente na personalidade do ser humano”. Tratando-se de um público na fase de desenvolvimento de personalidade, a influência das cores é fundamental, pois cada cor tem um significado que abrange áreas físicas e psicológicas, dando ao produto características peculiares. Demais características podem ser identificadas através de um estudo do universo infantil feminino.

2.3 UNIVERSO INFANTIL

Fatores sociológicos capacitam crianças, inclusive aos 3 anos, de ter preferências consumistas, reconhecem marcas, embalagens e até locais de venda. Destaca-se entre estes fatores sociológicos a alteração da estrutura familiar, dos quais os filhos possuem mais liberdade com os pais, tem mais acessibilidade e a mídia através das propagandas.

Em meados dos anos 80, com o crescimento de novas tecnologias na área da comunicação, empresas viram nas crianças uma importante fatia do mercado. Isso ocorreu devido ao advento da entrada das mulheres no mercado de trabalho. Assim, a família patriarcal perdia sua força. Os pais trabalhavam fora e os filhos ficavam em casa, sem sua supervisão. Naquele momento, o público infantil estava à mercê de propagandas que tinham o objetivo de torná-lo novos e ávidos consumidores. (ARAUJO, 2013).

Influenciadas pelo o que elas convivem, crianças expressam os seus interesses de diversas formas, inclusive através das roupas. A veste é capaz de transformar a criança em um personagem, no profissional que ela admira ou demonstra o que gosta dentro da sua concepção.

No início as meninas são influenciadas pelo comportamento maternal, pois são suas mães quem escolhem suas roupas e ao se tornarem capazes de escolher o que vão vestir seguem o padrão da mãe.

Por volta dos quatro anos, as meninas começam a escolher como vão se vestir e o que querem comprar. E elas querem tudo rosa. No máximo, lilás. É a chamada "fase rosa". Antes dos quatro anos, é a mãe quem veste a menina e muitas vezes optam pelo rosa. A partir dessa idade, a menina é quem pede rosa, porque identifica na cor o seu lado feminino. (BELI, 2011 apud Soares 2012).

Outra grande influência na escolha infantil feminina é o balé, dança muito utilizada pelo núcleo pedagógico por ser lúdico.

Lúdico na educação infantil tem sido um dos instrumentos que fomentam um aprendizado de qualidade para a criança, a partir das técnicas que promovem o desenvolvimento das habilidades fundamentais nesse processo, tais como jogos, música e dança. (MIRANDA, 2013).

A dança, além do seu valor pedagógico, possui seu lado fantasioso e encantador. Traços de suas roupas são grandes potenciais na elaboração de uma confecção voltada para o público infantil que está conquistando cada vez mais espaço no mercado.

2.3.1 Mercado Infantil

Crianças e adolescentes estão cada vez mais participativos e interessados com a moda, sendo influenciados por outras crianças, pela associação da imagem a um herói, pelas cores, formas, modelos e outros.

Segundo dados retirados do site IBGE (2008), mais de 50 milhões de brasileiros são crianças de 0 a 14 anos, que representam 30% da população do país. Cenário bastante significativo como referência social, econômica e emocional.

No setor de moda, este público refere-se a 18% do mercado brasileiro que tem seu crescimento acelerado. Segundo a ABIT - Associação Brasileira da Indústria Têxtil (2010), "no ano de 2009 o Brasil confeccionou cerca de 5,6 bilhões de peças, o que movimentou US\$ 15,9 bilhões e gerou 1,1 milhões de empregos. A maior parte desta produção (86%) está nas regiões Sudeste e Sul."

Em 2004 o faturamento do setor infantil alcançou US\$ 2,1 bilhões, com a fabricação de 900 milhões de peças e segunda FIT - Feira Internacional do Setor Infantil (2010), “as confecções para as meninas são responsáveis por 70% de tudo que é consumido neste segmento”.

Com a concorrência no setor de confecção infantil, o surgimento de milhares de empresas a cada ano torna-se necessário o aperfeiçoamento do profissional e das empresas envolvidas. Criatividade, sensibilidade, busca por tendências, e campanhas publicitárias voltadas ao público infantil fazem necessário para o sucesso neste setor. (SEBRAE, 2011).

Apesar de o mercado infantil ser atrativo, antes de desenvolver uma coleção, é preciso conhecer o mercado específico. Além do público-alvo também é necessário conhecer a concorrência e para isto desenvolver pesquisa de campo.

3 METODOLOGIA

Um projeto necessita de planejamento dentro dos objetivos estabelecidos, sendo necessário um procedimento metodológico.

A metodologia estuda os meios ou métodos de investigação do pensamento correto e do pensamento verdadeiro que visa delimitar um determinado problema, analisar e desenvolver observações, criticá-los e interpretá-los a partir das relações de causa e efeito. (OLIVEIRA, 2004, p. 57)

Para alcançar o objetivo de desenvolver produtos de moda voltados para o público infantil do gênero feminino, optou-se por uma abordagem qualitativa.

O tipo de informação que se quer obter (...) determina a escolha do instrumento que será utilizado para a coleta de dados e também o método de aplicação deste instrumento (...) a pesquisa qualitativa (...) é um modelo de pesquisa que se preocupa fundamentalmente com a compreensão e a interpretação do fenômeno (...) é um tipo de estudo que busca entender a situação pesquisada. (SANTOS, 2000, p.50-1)

Também, usou-se o método de pesquisa de campo.

Pesquisa de campo, e aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou ainda descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles. (MARCONI E LAKATOS, 2007, p.188).

A pesquisa foi realizada nas cidades de Apucarana, Londrina e Rolândia, todas localizadas no norte do Paraná. A pesquisa de campo, realizada no ano de 2013, concentrou a delimitação do objeto de estudo em um grupo de pessoas adultas com filhos.

O embasamento teórico foi através da revisão bibliográfica com materiais impressos em livros, sites que divulgaram a temática e artigos do estudo.

Com a finalidade de identificar os principais problemas, as necessidades, que os pais enfrentam ao comprar roupas para seus filhos e seu perfil comportamental e monetário, a observância foi através de questionários composto com 13 questões e a aplicação deste foi de forma direta e específica a adultos com

filhos dos quais os sujeitos em estudo foram elementos para coleta quanto para análise.

Após os dados terem sido coletados foi feita uma análise organizada e apresentada de forma compreensível para atender os objetivos propostos pelo trabalho. O método de análise de conteúdo constitui-se em um conjunto de técnicas utilizadas na análise de dados, entre estas, recursos de gráficos e tabulações.

4 RESULTADOS DA PESQUISA

Com realização nas cidades de Apucarana, Londrina e Rolândia, todas localizadas no norte do estado do Paraná, validaram-se a aplicação de 40 questionários que estavam de acordo com o público direcionado da pesquisa, ou seja, aos pais de crianças cuja predominância da faixa etária varia entre 20 e 40 anos com 1 ou 2 filhos conforme demonstram os gráficos abaixo:

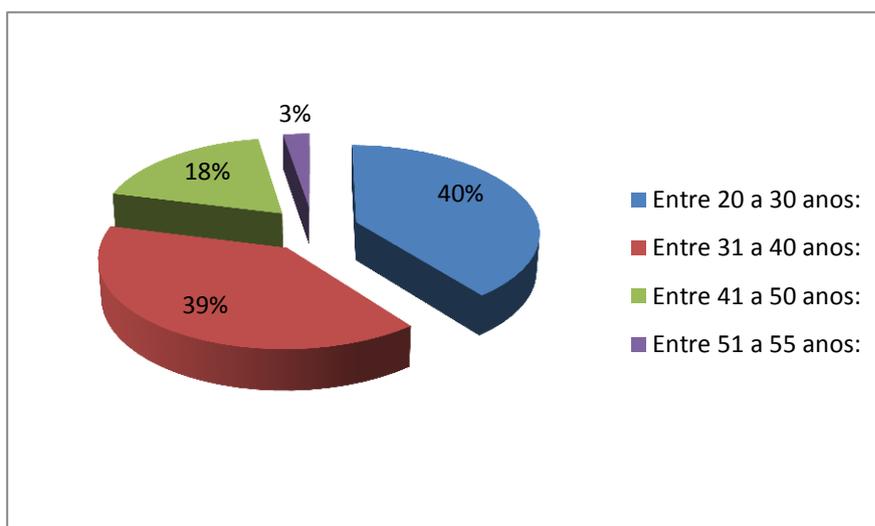


Gráfico 1 – Quantos anos você tem?
Fonte: Dos autores (2013)

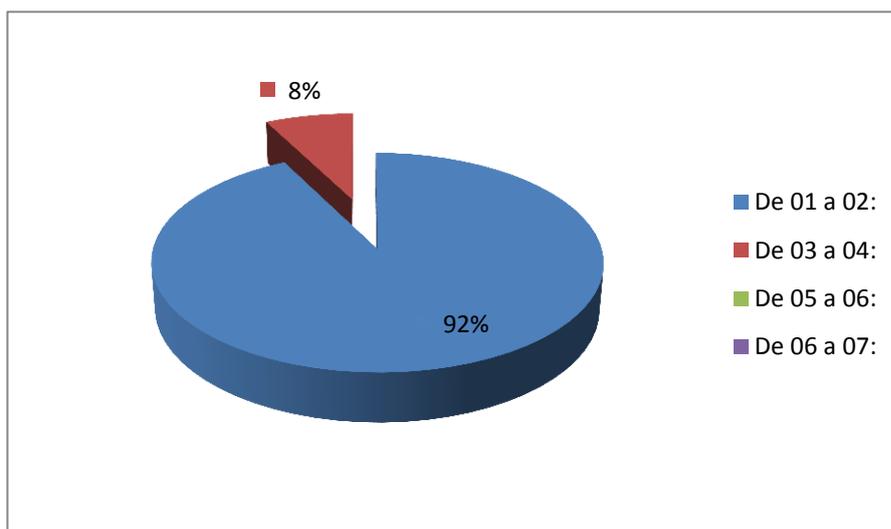


Gráfico 2 – Quantos filhos você tem?
Fonte: Dos autores (2013)

A pesquisa demonstrou que 40% das crianças possui idade entre 3 e 7 anos. E apesar da pouca idade, seus pais acreditam que eles são capazes de escolher suas próprias roupas conforme demonstra o gráfico 4.

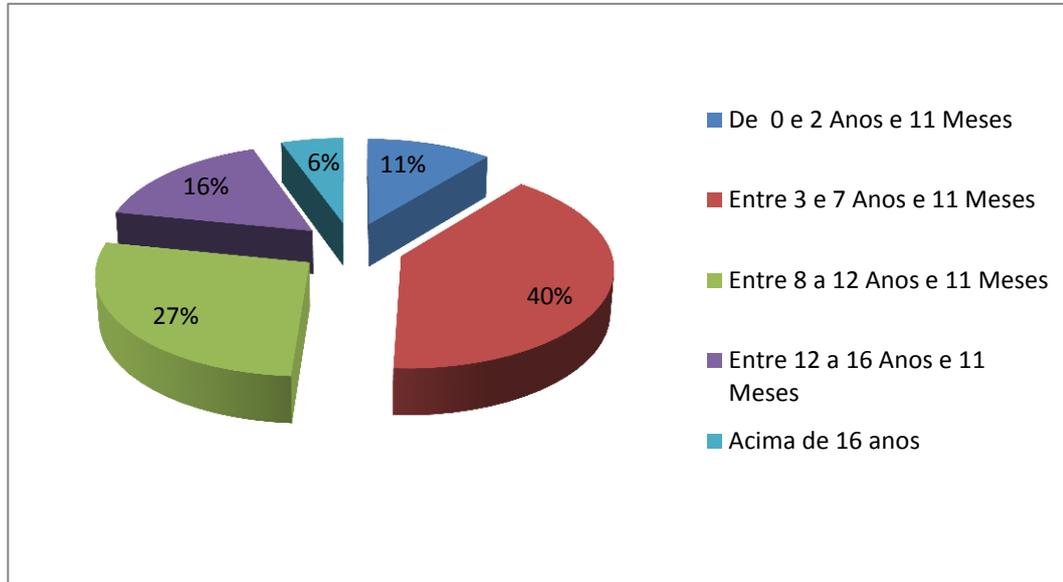


Gráfico 3 – Quantos anos possui (em) seu (us, as) filho(os, as)?
Fonte: Dos autores (2013)

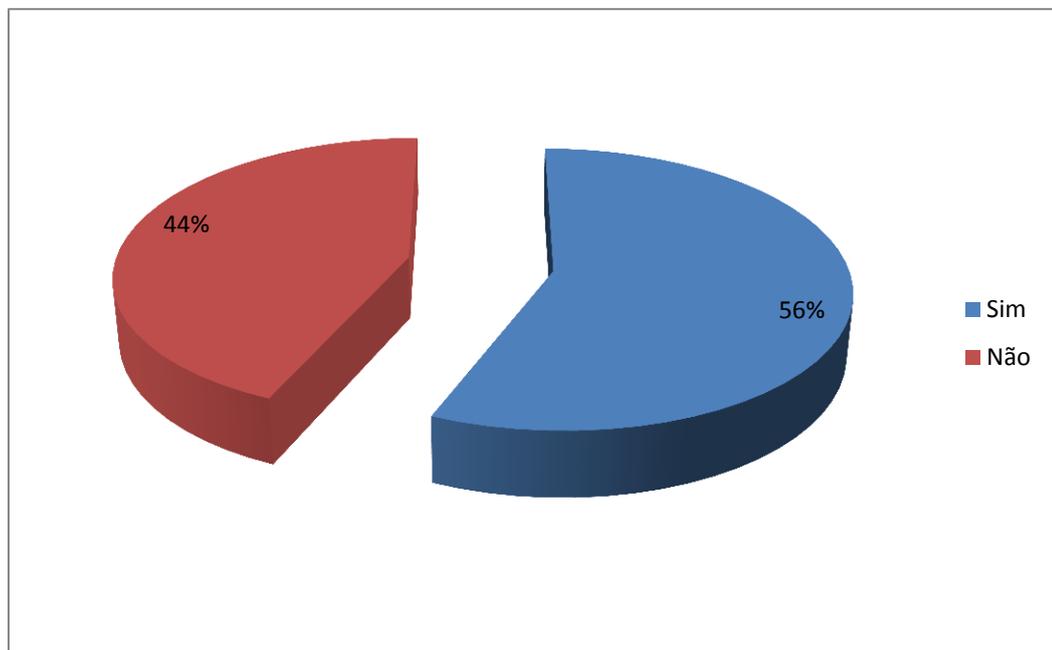


Gráfico 4 – Você acredita que seus filhos já podem escolher suas próprias roupas?
Fonte: Dos autores (2013)

Apesar desta faixa etária apresentar uma certa independência, estas crianças não possuem autonomia para ir a uma loja sozinha e realizar uma compra.

Para isto é necessário que seus pais leve a criança junto no momento da compra. Isto é feito por 63% dos pais entrevistados.

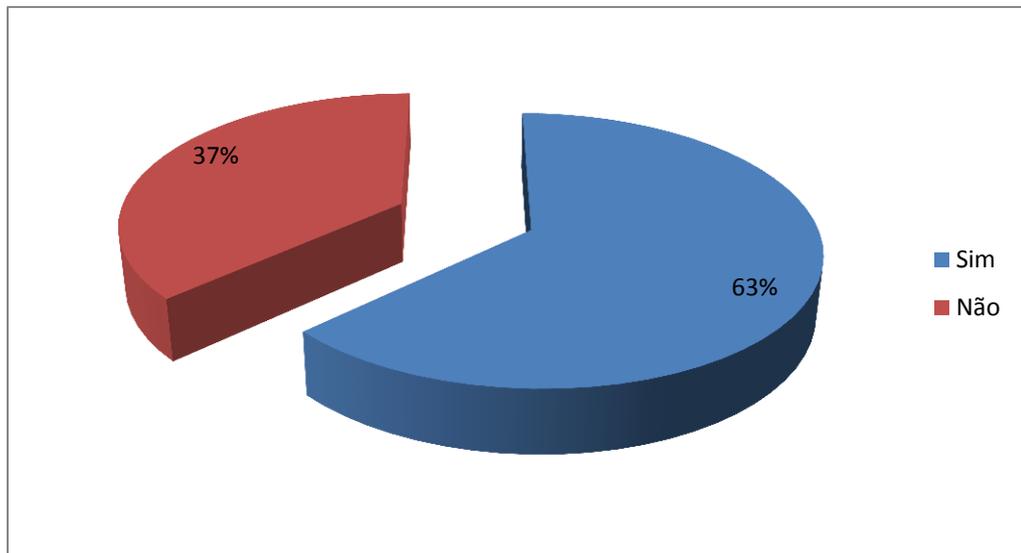


Gráfico 5 – Quando você vai comprar roupas para seus filhos você costuma levá-los?
Fonte: Dos autores (2013)

Porém como 31% dos filhos não demonstram ter interesse em escolher suas roupas e 17% demonstram interesse às vezes, seus pais os levam por outros motivos, como: experimentar as peças, observar o caimento da mesma e se esta apresenta conforto.

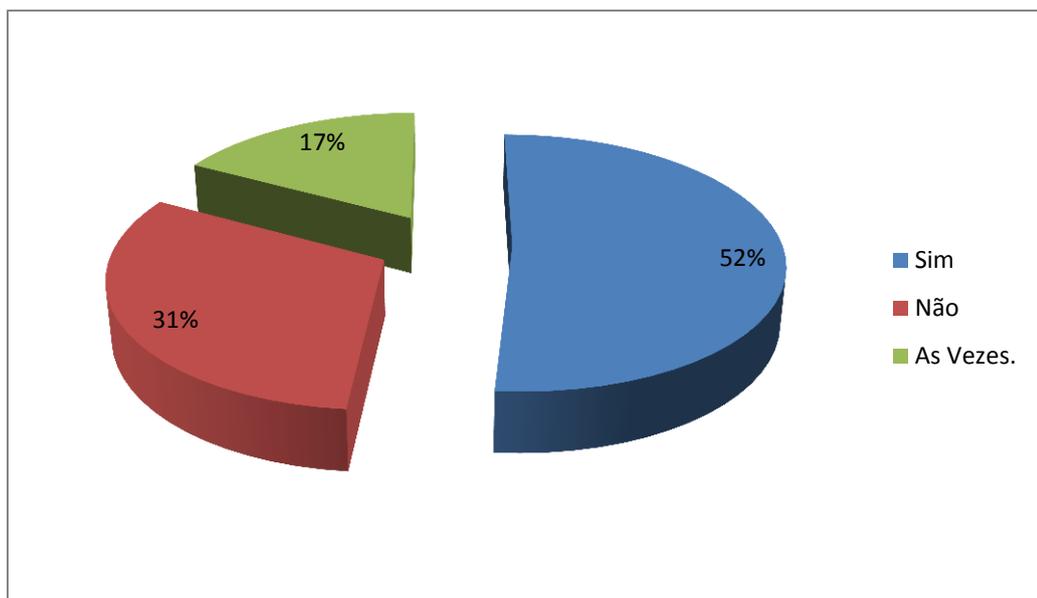


Gráfico 6 – O seu filho se interessa por comprar suas próprias roupas?
Fonte: Dos autores (2013)

O conforto é um item de grande importância, pois foi solicitado que indicassem nota de 0 (zero) a 10 (dez) para avaliar o conforto, sendo 0 menos importante, e 89% dos entrevistados avaliaram com nota de 5 a 10.

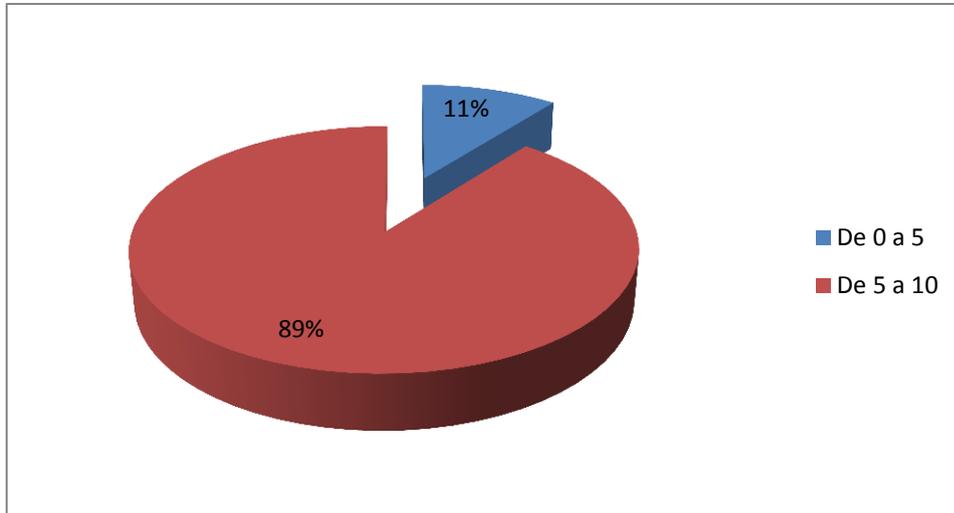


Gráfico 7 – De 0 a 10 qual a importância do fator conforto da peça?
Fonte: Dos autores (2013)

No entanto, ao serem questionados o que se leva em consideração ao comprar roupas, mais importante que o conforto (23%) foi citado que o preço acessível com 25%, seguido pela durabilidade da roupa, que foi citada com 19%, a modelagem diferenciada com 17%, marca com 10% e tecido com 6%, conforme gráfico abaixo:

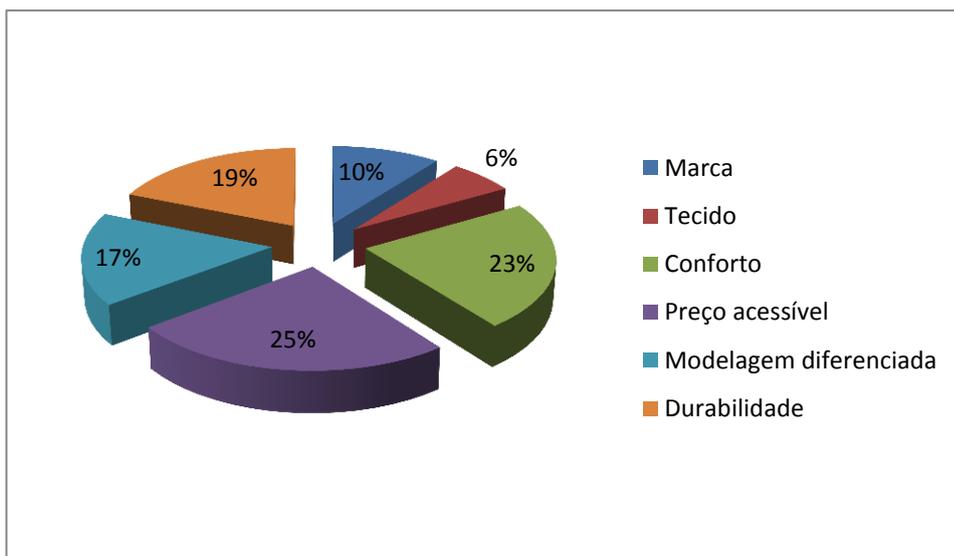


Gráfico 8 – O que você leva em consideração ao comprar roupas para seu(s) filho(s)?
Fonte: Dos autores (2013)

No entanto, demonstra-se que a maior dificuldade ao comprar uma peça do vestuário é o custo, seguido por fatores como conforto, inovação e estética.

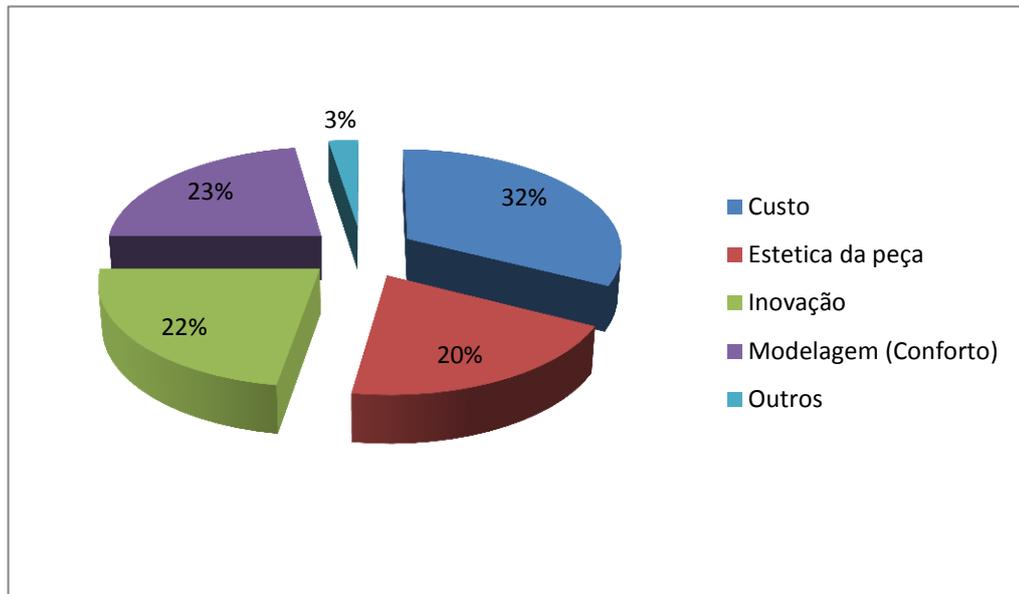


Gráfico 9 – Qual a sua maior dificuldade na hora de comprar roupas para seus filhos?
Fonte: Dos autores (2013)

Tratando-se de pais cujo a maioria de seus filhos tem de 3 a 7 anos, estes se preocupam com o desenvolvimento da criança, assim sempre observam com atenção elementos visuais e estéticos como estampas e bordados. Porém 47% demonstram dificuldades em encontrar roupas diferenciadas com preços acessíveis.

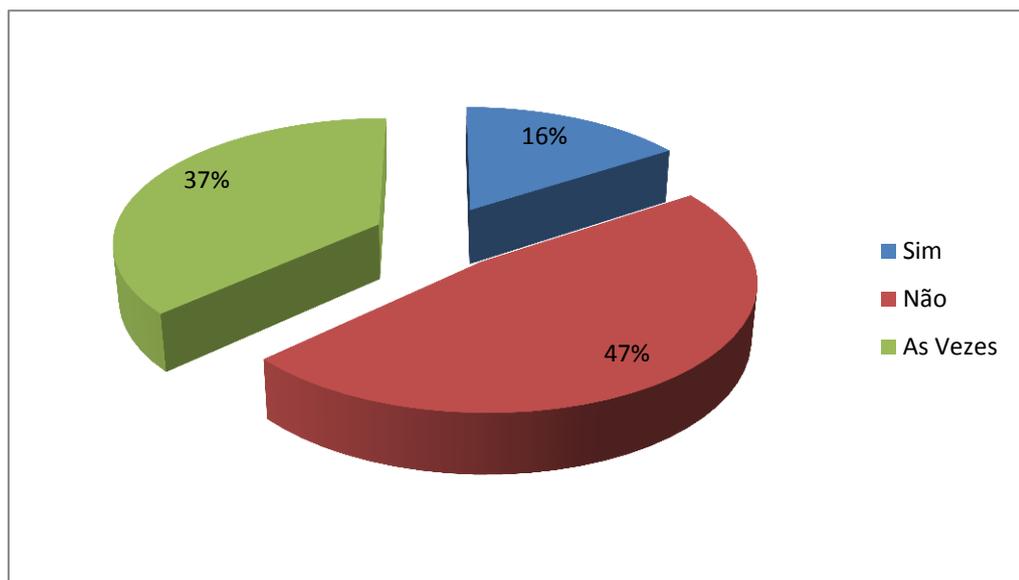


Gráfico 10 – Na sua opinião é fácil encontrar peças mais diferenciadas e com preços acessíveis?
Fonte: Dos autores (2013)

Aponta-se que peças que influenciam no aprendizado da criança e peças multifuncionais, ou seja, que podem se transformar em outros objetos, não são de interesse dos pais.

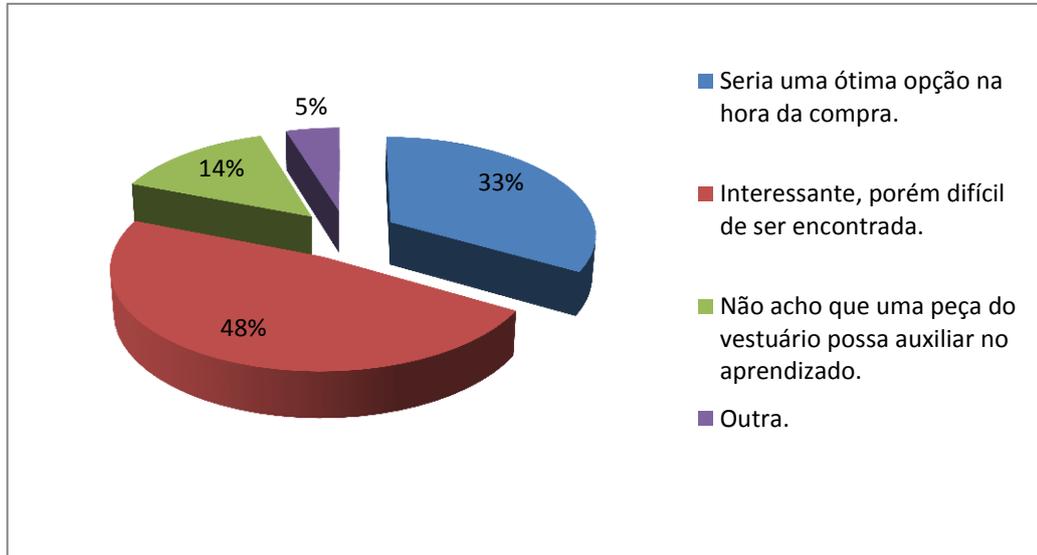


Gráfico 11 – Qual sua opinião sobre roupas que podem influenciar no aprendizado de seu (s,as) filho(os,as)?

Fonte: Dos autores (2013)

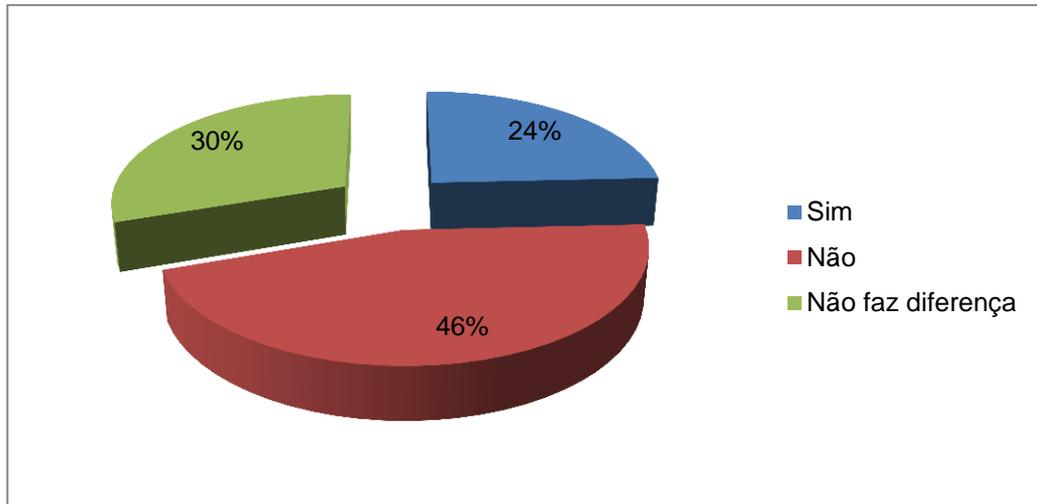


Gráfico 12 – Peças multifuncionais seria uma ótima opção na hora da compra?

Fonte: Dos autores (2013)

Acredita-se que peças com estas características funcionais podem ter seu preço encarecido tornando-se incompatível com a pretensão dos pais cujo maioria apontaram a disponibilidade de gastar entre R\$ 50,00 e 100,00.

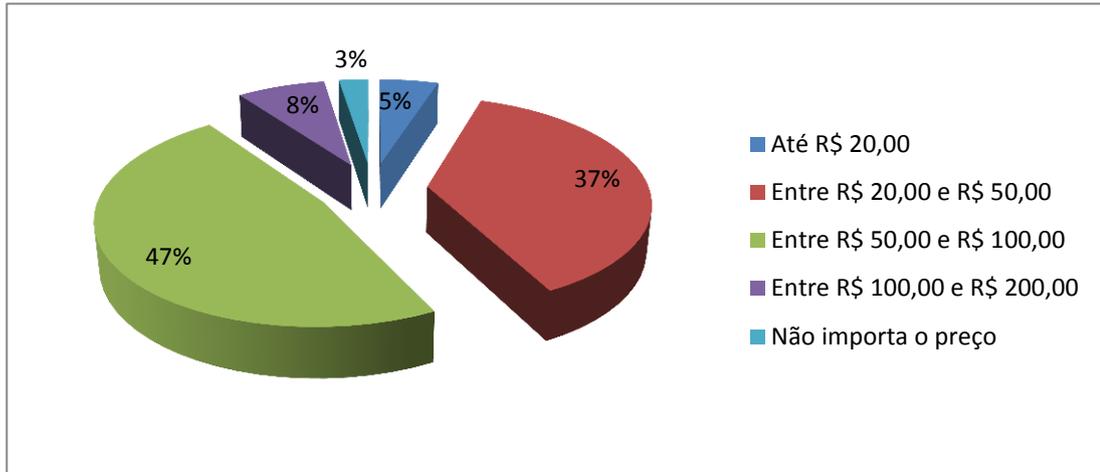


Gráfico 13 – Qual valor você está disposto a pagar em uma peça de roupa infantil?
Fonte: Dos autores (2013)

5 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

5.1 DADOS CADASTRAIS

- Razão Social: Le Petit Indústria e Comércio de Confecções Ltda.
- Nome Fantasia: Le Petit
- Porte: Microempresa por possuir faturamento estimado dentro do enquadramento deste porte, cujo faturamento anual é até R\$2,4 milhões.
- Seguimento: Feminino Infantil de 3 a 7 anos.

5.2 CONCEITO DA MARCA

A marca Le Petit foi criada para crianças do gênero feminino, com idade entre 3 e 7 anos, atendendo suas principais necessidades com enfoque na ergonomia das peças e estética das vestimentas.

5.3 DISTRIBUIÇÃO

Abrange todo território nacional através da loja virtual, ou seja, o *site*. As lojas físicas serão localizadas inicialmente em shoppings localizados em cidades no norte do Paraná, tais como Apucarana, Londrina e Rolândia.

5.4 CONCORRENTES

Os principais concorrentes diretos da marca são: Lilica Repilica, Núven Azul e Paquita. Já os concorrentes indiretos são Hering e Pura Mania.

5.5 PROMOÇÃO

O lançamento das coleções será realizado através de divulgações em *folders* e mídias locais como rádio e TV, além de *outdoors* dispostos em lugares estratégicos próximos de escolas, parques de diversões e lugares frequentados por crianças, além de distribuição de propagandas em redes sociais.

5.6 PREÇOS PRATICADOS

Os preços dos produtos ofertados estarão entre os patamares de R\$ 50,00 e R\$ 200,00.

5.7 PÚBLICO ALVO

Meninas de 3 a 7 anos com referência feminina vaidosa e preocupada com o bem-estar. A família é composta por pais com idade entre 20 e 40 anos e renda familiar estimada entre R\$1.000,00 à R\$4.000,00.

Pequenas princesas que demonstram interesse em vestir-se bem. Vaidosas e estilosas querem sempre estar bem apresentáveis, mas sem perder a essência da criança. Gostam de brincar e na sua maioria já se interessam por músicas, possuem celulares e *tablets*, mas sempre com os pais acompanhando suas atividades no meio digital. Já frequentam a escola e estão sempre com amigas e amigos.

Ao acompanharem seus pais para comprar roupas, nota-se uma preocupação por meio dos mesmos com peças confortáveis e que ofereça algum diferencial estético. Como as crianças exercem papel fundamental sobre os pais, eles estão sempre de olho no que elas estão escolhendo e provando.



Imagem 1 – Público Alvo
Fonte: Guerreiro (2011)

5.8 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

5.8.1 Sociocultural (Macrotendência)

Crianças de 3 anos encontram-se na fase” Eu quero” fase em que a criança começa a se manifestar seus desejos de compra e consumo.

Nesse período as crianças já estão capazes de reconhecer marcas, embalagens e localizar seus produtos preferidos nos locais de venda.

A fase dos 3 à 5 anos é um universo de indagações onde esses pequenos já fazem seleções como consumidores , essas crianças estão cada vez mais aptas a exercerem o papel de consumidor .

Crianças não só usam os produtos que seus pais comprar mas também manifestam seus próprios desejos e preferências tendo voz ativa induzindo os pais a compra.



Imagem 2 – Macrotendências Verão 2015
Fonte: Edufin (2013)

5.8.2 Estética (Microtendência)

A cartela de cores para a coleção Primavera-Verão 2015 tende a valorizar os tons mais apagados.

O *candy color* ou a paleta de cores pastel, que estava em alta em 2012 e em 2014, dá lugar aos tons cítricos. Volta em uma variação chamada "*yummi colors*".

O nome tem uma explicação curiosa designa colorações parecidas com as de doces e de frutas. Tons fechados e neons ficam de fora.

As principais apostas da paleta são o *off-white*, o nude, o cinza, o mostarda, o lilás, o roxo, o rosa, o azul-piscina, o verde-militar e o pêssego. A combinação básica do branco com preto também deve dominar vitrines de lojas mais elegantes.

A força do *vintage*, que segundo Sarduk (2013), "o distanciamento do contato humano por causa do uso constante de tecnologias tem aumentado a nostalgia e o desejo por um tempo com mais 'cara a cara' e menos 'tela a tela'". Por esse motivo, o estilo *vintage* que começou a se firmar este ano, voltará em 2014 e terá ainda mais força em 2015.

Nessa tendência, as cores roxa, azul turquesa, bordô e rosa são as principais apostas. Estampas que remetem ao passado, como letra cursiva, frutas e comidas — que fazem conexão com reuniões sociais e familiares, flores de buquê escuras e desenhos em aquarela são algumas das sugestões. Vestido com recorte dos anos 1940, com caimento leve, cintura marcada e manga deverá ser a peça-desejo da estação.

Segundo a *Pitti Bimbo* (2014), "foi oficializado quatro vertentes e tendências que vão influenciar coleções para os pequenos, sendo elas: "*Daisy* em *O Grande Gatsby*", "*O Grande Verão*", "*Moda Britânica*" e "*É Simplesmente Natural*".

A tendência "*O Grande Verão*" traz peças com paisagens exóticas e estampas havaianas com toque de camuflagem. Já a "*Moda Britânica*" inspira uma criança urbano-chique, reinterpretado em cores contrastantes e combinações

ousadas guiados pelo estilo de Londres e o estilo “É Simplesmente Natural” são roupas atraentes, de boa qualidade e com um toque ecológico.

No entanto, é através da referência “*Daisy em O Grande Gatsby*” que se inspirou para desenvolver a mais nova coleção primavera/verão 2015, denominada “A Valsa da Bailarina”. O visual é sofisticado, com elegantes itens contemporâneos em tecidos trabalhados com volume, mas ao mesmo tempo leves. Tons refinados de pêssego, vermelho romã e verde menta combinam com variações de branco natural e cinza pérola tons de rosa, lavanda e amarelo. Vestidos e saias são compostos por pregas, enfeitados com babados decorados com pedras geométricas e pérolas, além de ter grandes e pequenos vestidos de cintura marcada, com golas brancas de algodão *piqué* e saias plissadas volumosas, além de clássicas e elegantes calças *cigarettes*.



Imagem 3 – Tendências Verão 2015
Fonte: Pitti Bimbo (2014)

6. DESENVOLVIMENTO DE PROJETO

6.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL

- Oferecer peças de vestuário de qualidade com diferenciais estéticos e confortáveis para crianças do gênero feminino com idade entre 3 e 7 anos.
- Pesquisar o público em questão, levantar e atender suas necessidades.

6.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO

- Nome da coleção: A valsa da bailarina
- Conceito da coleção: Lúdico, inovador e delicado.
- Referência da coleção: Le Petit encontrou inspiração na delicadeza e fascinante dança “*ballet*”. Em meio dos passos *dami-plile* e *sinssone* que surgem muitas histórias para contar. Na ponta dos pés acompanhada de uma vitrola é que essas pequenas e ilustres bailarinas nos inspiram com toda sua delicadeza e doçura.

O balé ou *ballet* no francês é uma tradicional dança originada nas cortes da Itália. Renascentista, os espetáculos eram apresentados ao público que sentavam-se em camadas, dispostos em três lados da pista de dança.

O balé é uma dança influente a nível mundial, que recebeu seu aperfeiçoamento na França, Inglaterra e Rússia. Com vocabulário próprio, de difícil dominação e exigindo muita prática, há escolas próprias para esta dança.

Composto geralmente por música clássica, sua forma mais conhecida é o balé romântico ou *Ballet Blanc*, embora atualmente existam outras modalidades,

entre eles, o balé expressionista, neoclássico e modalidades que incorporam elementos da dança moderna.

Os princípios básicos do balé são: postura ereta, uso do *dehors* (rotação externo dos membros inferiores), movimentos circulares dos membros superiores, verticalidade corporal, disciplina, leveza, harmonia e simetria.



Imagem 4 – Referência da coleção – Imagem 1
Fonte: Caram (2008)



Imagem 5 – Referência da coleção – Imagem 2
Fonte: Caram (2008)

6.3 MIX DE COLEÇÃO

O *mix* de moda da coleção primavera/verão 2015 consiste em 25 *looks*, sendo:

Tabela 1: *Mix de produtos – Botton da Coleção Primavera/Verão- 2015*

Peças	Básico	Fashion	Vanguarda
Calça	01	01	01
Saia	03	02	01
Shorts	02	02	00
Shorts/saia	01	01	00

Fonte: Dos autores (2013)

Tabela 2: *Mix de produtos – Tops da Coleção Primavera/Verão- 2015*

Peças	Básico	Fashion	Vanguarda
Regata	03	03	00
Blusa com manga	03	05	01
Alcinha	01	00	00
Macacões	02	01	01
Vestido	02	03	01

Fonte: Dos autores (2013)

6.4 FORMAS E ESTRUTURAS

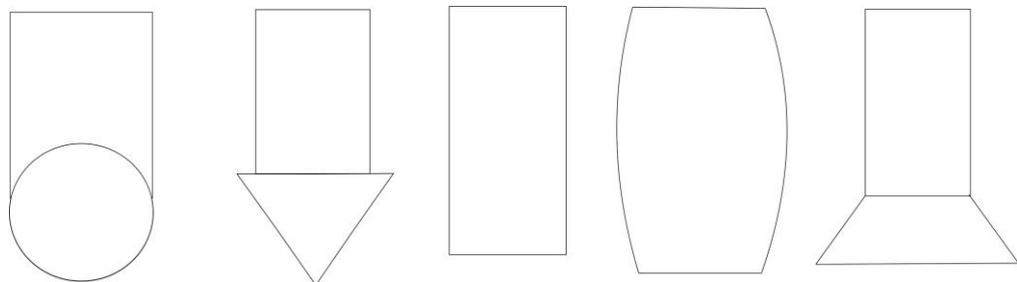


Imagem 6 – Formas e Estruturas

Fonte: Dos autores (2013)

6.5 EMBALAGEM E COMUNICAÇÃO VISUAL

Elaboração de *tags*, etiquetas, embalagens, cartões de presentes e embalagens desenvolvidos de acordo com o tema de coleção em que tem opção de dedicar o produto para presente além de conter informações essenciais como tamanho e preço.

Le Petit

Imagem 7 – Logomarca
Fonte: Dos autores (2013)



Imagem 8 – Cartões de visita
Fonte: Dos autores (2013)



Imagem 9 – Etiqueta interna
 Fonte: Dos autores (2013)

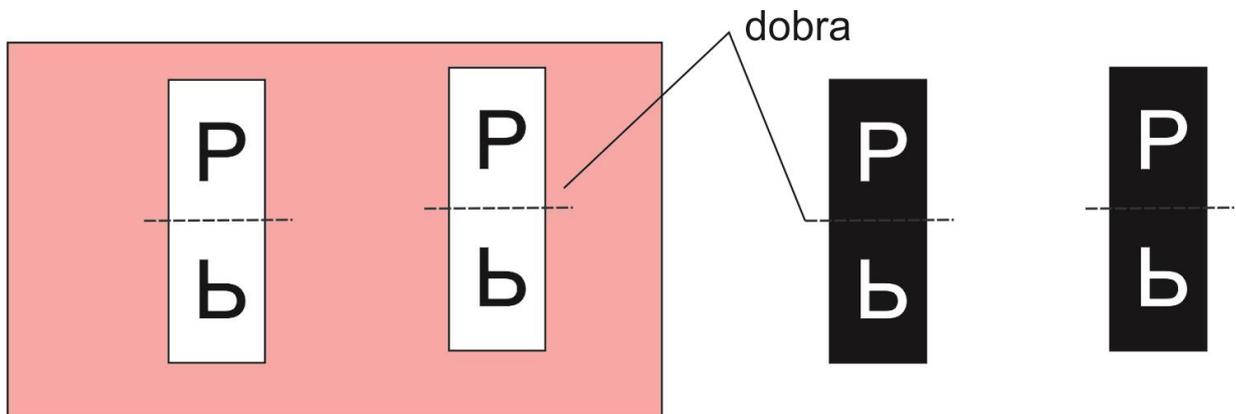


Imagem 10 – Etiqueta de tamanho
 Fonte: Dos autores (2013)



Imagem 11 – Cartão de presente
Fonte: Dos autores (2013)



Imagem 12 – Embalagens
Fonte: Dos autores (2013)

6.6 BRIEFING DA COLEÇÃO



Imagem 13 – A valsa da bailarina
Fonte: Dos autores (2013)

“A Bailarina”, escrito por Toquinho e Mutinho (1983):

“A bailarina
um, dois, três, quatro,
dobro a perna e dou um salto,
viro e me viro ao revés,
se eu cair, conto até dez.

Depois essa lengalenga
toda recomeça.
Puxa vida, ora essa,
viro na ponta dos pés.

Quando sou criança,
viro orgulho da família,
giro em meia ponta
sobre minha sapatilha.

Quando sou brinquedo
me dão corda sem parar,
se a corda não acaba
eu não paro de dançar.

Sem querer esnobar,
sei bem fazer um "*grandécart*",
e pra um bom salto acontecer,
me abaixo num "*demiplié*."

Sinto de repente
uma sensação de orgulho,
se ao contrário de um mergulho,
pulo no ar num "*grandjeté*".

Quando estou num palco,
entre luzes a brilhar,
eu me sinto um pássaro
a voar, voar, voar.

Toda bailarina
pela vida vai levar
sua doce sina
de dançar, dançar, dançar.”

6.6.1 Cartela de cores

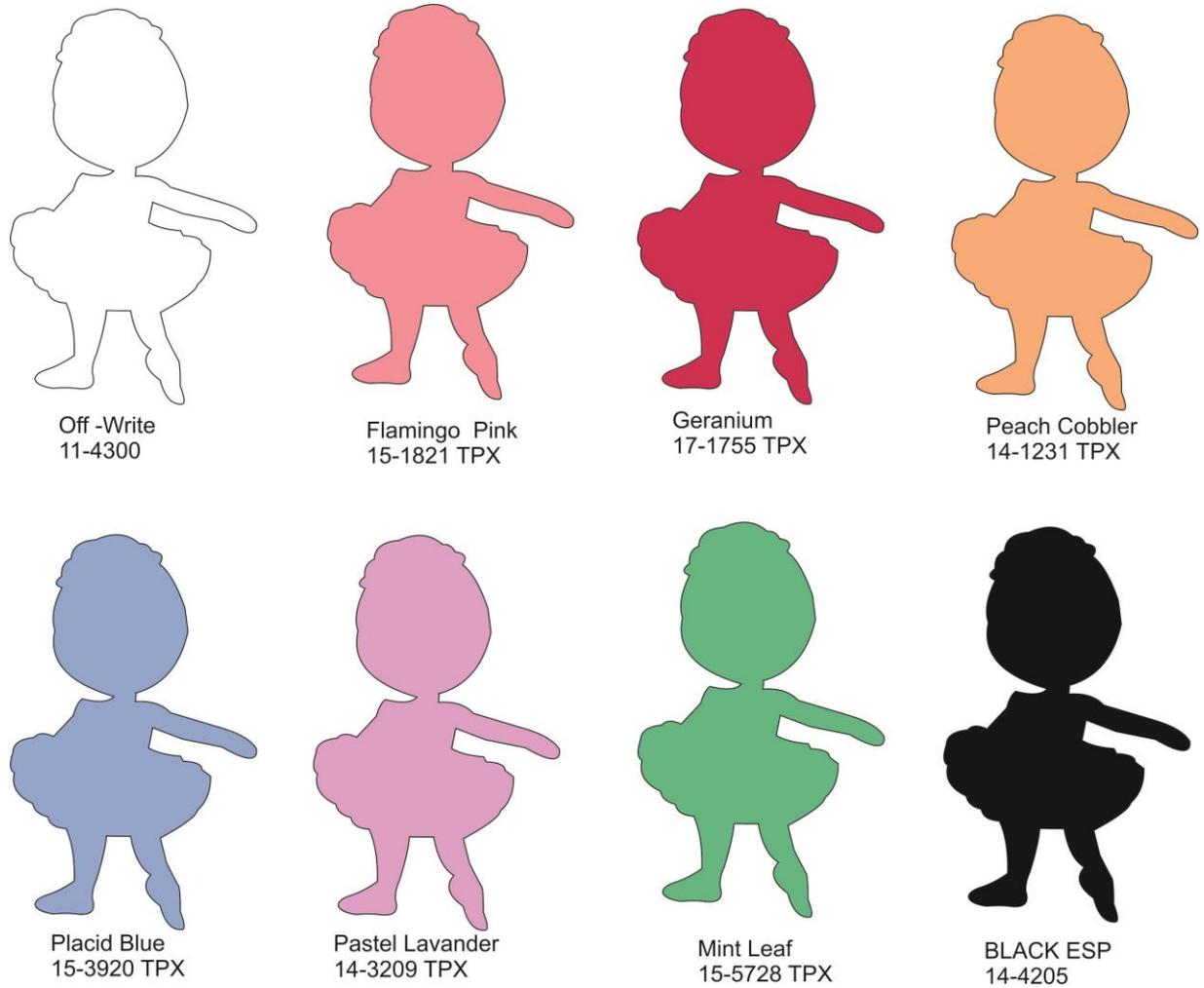


Imagem 14 – Cartela de Cores
Fonte: Dos autores (2013)

6.6.2 Cartela de materiais



Imagem 15 – Cartela de Materiais
 Fonte: Dos autores (2013)

6.6.3 Gerações de alternativas



Imagem 16 – Croqui Gerações 1
Fonte: Dos autores (2013)



Imagem 17 – Croqui Gerações 2
Fonte: Dos autores (2013)



Imagem 18 – Croqui Gerações 3
Fonte: Dos autores (2013)



Imagem 19 – Croqui Gerações 4
Fonte: Dos autores (2013)



Imagem 20 – Croqui Gerações 5
Fonte: Dos autores (2013)



Imagem 21 – Croqui Gerações 6
Fonte: Dos autores (2013)



Imagem 22 – Croqui Gerações 7
Fonte: Dos autores (2013)



Imagem 23 – Croqui Gerações 8
Fonte: Dos autores (2013)



Imagem 24 – Croqui Gerações 9
Fonte: Dos autores (2013)



Imagem 25 – Croqui Gerações 10
Fonte: Dos autores (2013)



Imagem 26 – Croqui Gerações 11
Fonte: Dos autores (2013)



Imagem 27 – Croqui Gerações 12
Fonte: Dos autores (2013)



Imagem 28 – Croqui Gerações 13
Fonte: Dos autores (2013)

6.6.4 Looks selecionados



Imagem 29 – Croqui Looks Selecionados 1
Fonte: Dos autores (2013)

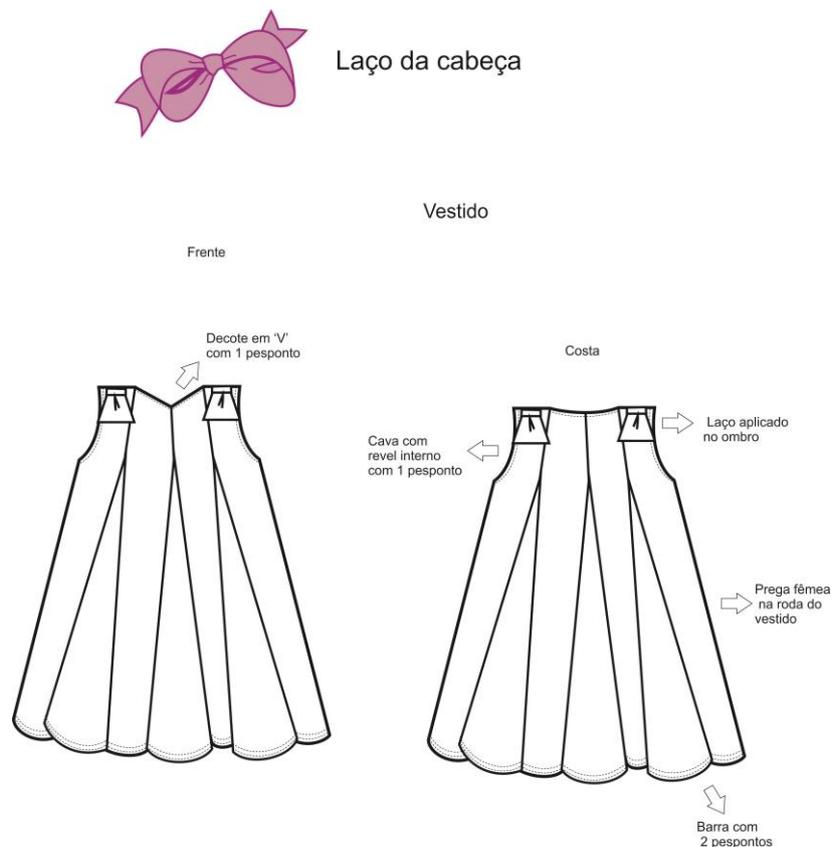


Imagem 30 – Desenho Técnico-Croqui 1
Fonte: Dos autores (2013)

VESTIDO COM PREGAS

Le Petit

Cor: azul céu com relevo floral

Look confeccionado no tecido jacquard azul céu , com prega dando efeito 3D, com laçarotes no ombro .

Tecido com composição 95% poliéster e 5% elástano, que possui brilho constante e é mais estável e mais alegre que outros tecidos básicos, por ter uma grande quantidade de poliéster em sua composição, o mesmo também facilita a transpiração e oferece proteção contra os raios ultravioletas.



Imagem 31 – Croqui *Looks* Selecionados 2
Fonte: Dos autores (2013)

Vestido Jaquard Pérola



Laço do cabelo

Imagem 32 – Desenho Técnico – Croqui 2

Fonte: Dos autores (2013)

VESTIDO

Le Petit

Cor: branco

Opção de cores verde menta e perola

Peça: confeccionado no tecido tafetá e organza cristal

Forro de tafetá nude pele

Look com recortes e aplicação de flores na cintura.

Tecidos com composição artificiais: Poliéster e Poliamida, estes tecidos como demonstram pesquisas proporcionam a quem utiliza uma maior permeabilidade ao vapor, ou seja, facilita a transpiração, capilaridade e proteção a raios ultravioletas.



Imagem 33 – Croqui Looks Selecionados 3
Fonte: Dos autores (2013)

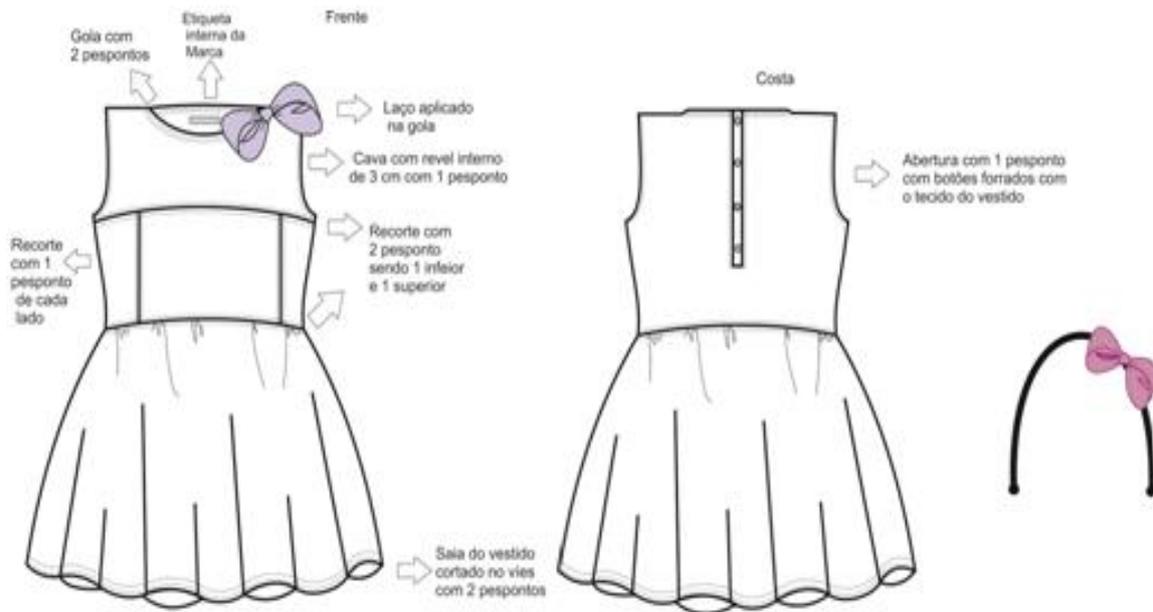


Imagem 34 – Desenho Técnico-Croqui 3
Fonte: Dos autores (2013)

VESTIDO

Le Petit

Cor: lavanda

Opção de cores verde menta e vermelho romã.

Peça: sarja acetinada 3x1, 4 oz PT

Beneficiamento: tingimento e amaciado

Look com recortes e aplicação de laço na gola.

Vestido com recortes no corpo com pespontos abertos e aplicação de laço chanel na gola.

Saia rodada dando efeito em 3D

Tecido com composição 98% algodão e 2 % poliéster, tecido estruturado, porém leve.



Imagem 35 – Croqui Looks Selecionados 4
Fonte: Dos autores (2013)

Saia babado com laços



Imagem 36 – Desenho Técnico-Croqui 4
Fonte: Dos autores (2013)

CONJUNTO BLUSA E SAIA

Le Petit

Cor saia: rosa blush

Blusa em perola com bordado em paetê rosa.

Saia com babados com aplicação de frufu na barra com aplicação de laços no drapeado.

Blusa com bordado em pedrarias “sapatilha”.

Look confeccionado com dois tecidos a blusinha será construída em viscolycra que é a fusão entre o fio de elastano com o fio da viscose, gerando um tecido leve e confortável, principalmente usado em países com clima mais quente, já a saia será confeccionada em tricoline 100% algodão, é um tecido de construção de tela com a leveza e a resistência do algodão penteado mercerizado.



Imagem 37 – Croqui Looks Selecionados 5
Fonte: Dos autores (2013)

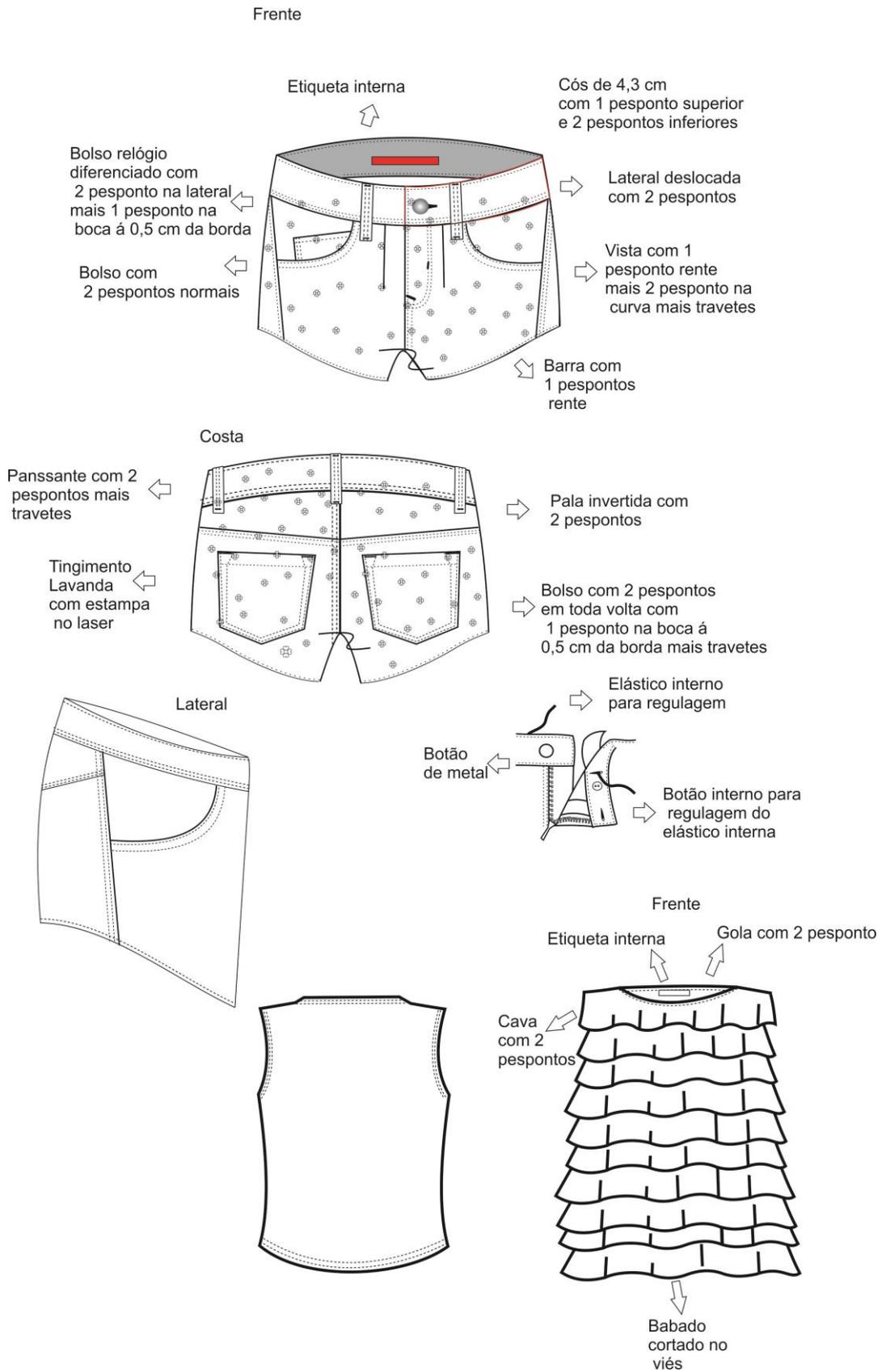


Imagem 38 – Desenho Técnico-Croqui 5
 Fonte: Dos autores (2013)

CONJUNTO DE SHORTS E BLUSA

Le Petit

Blusa de seda perola com shorts lavanda

Blusa menta com shorts perola

Blusa rosa blush com shorts azul céu.

Look confeccionado em seda e sarja 3x1 4 OZ

Beneficiamento: Amaciado e tingimento, estampa floral no laser com barra desfiada após lavagem.



Imagem 39 – Croqui *Looks Seleccionados 6*
Fonte: Dos autores (2013)

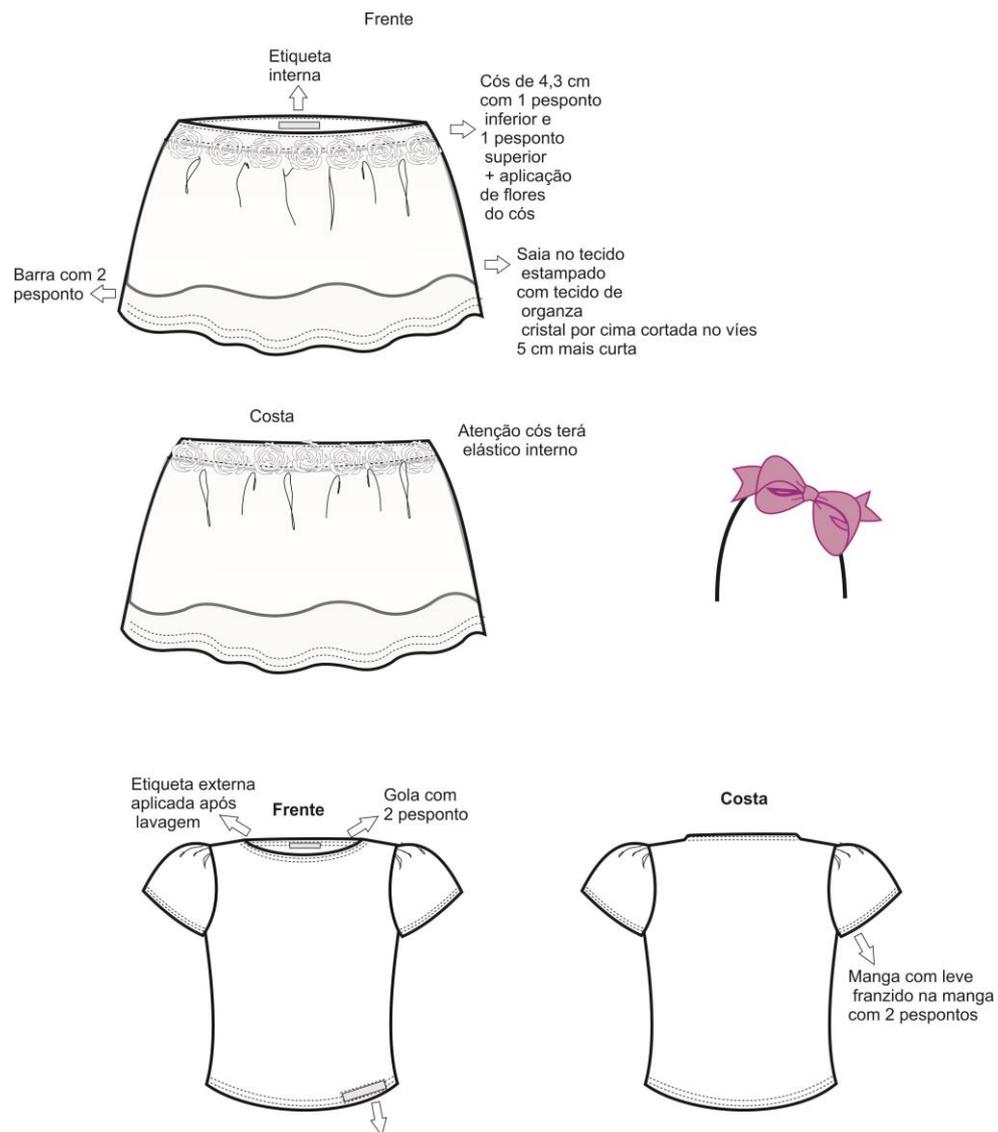


Imagem 40 – Desenho Técnico-Croqui 7
Fonte: Dos autores (2013)

CONJUNTO BLUSA E SAIA

Le Petit

Cor: azul

Saia estampada na sarja acetinada arredondada estampada com aplicação no cós.

Blusa com paetê de manga drapeada.

Saia com recorte com pespontos abertos com organza aplicada em cima.

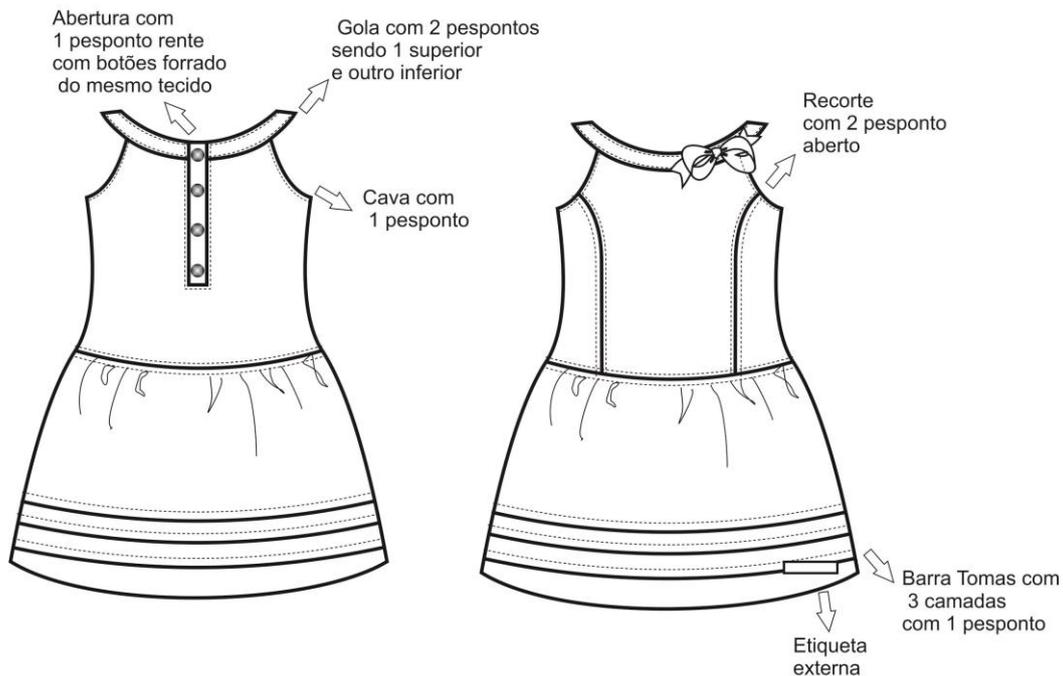
Blusa de paetê forrada com tafetá azul céu.

6.6.5 Looks confeccionados



Imagem 41 – Croqui Looks Confeccionados 1
Fonte: Dos autores (2013)

Vestido barra Tomas



Laço da cabeça

Imagem 42 – Desenho Técnico-Croqui 1
Fonte: Dos autores (2013)

VESTIDO DE ORGANZA CRISTAL

Le Petit

Cor: branco

Corpo: organza cristal com forro de tafetá liso.

Saia: organza bordada com forro de tafetá liso e forro de cetim branco.

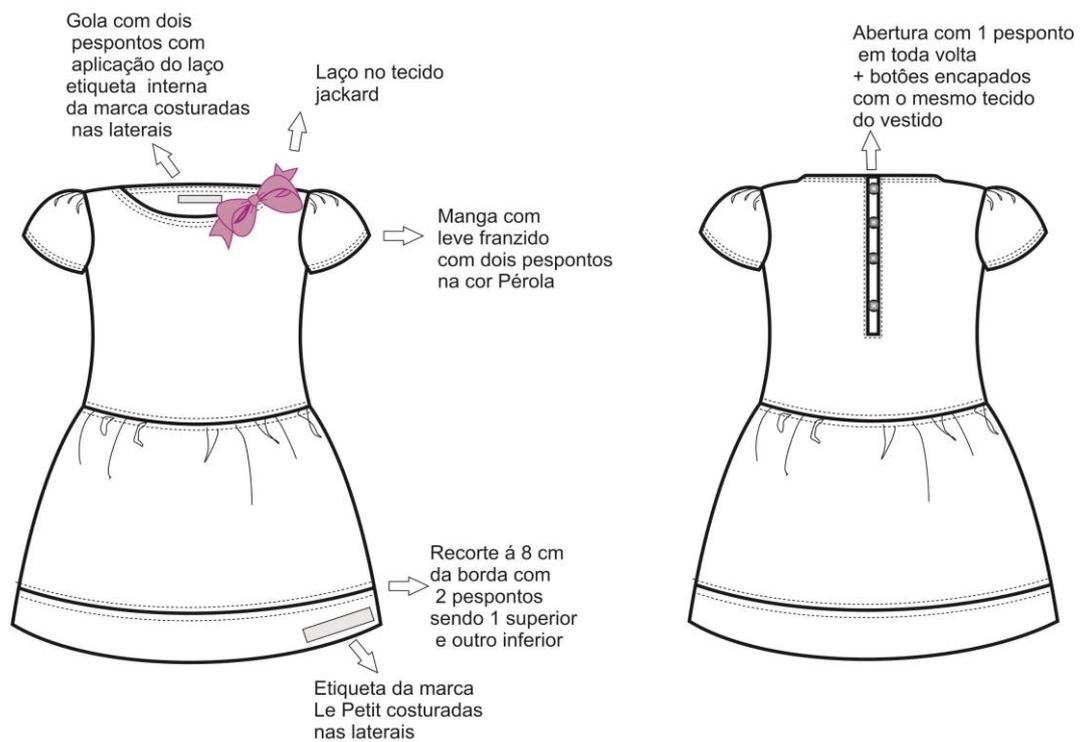
Forma: Vestido com forma arredondada, com barra Tomas, com recortes e com caimento leve, porém com aparências estruturada.

Tecidos com composição artificiais Poliéster e Poliamida, estes tecidos como demonstram pesquisas proporcionam a quem utiliza uma maior permeabilidade ao vapor, ou seja, facilita a transpiração, capilaridade e proteção a raios ultravioletas.



Imagem 43 – Croqui Looks Confeccionados 2
Fonte: Dos autores (2013)

Vestido Jaquard Pérola



Laço da gola



Laço do cabelo

VESTIDO JACQUARD

Le Petit

Cor: bege natural

Corpo: jacquard

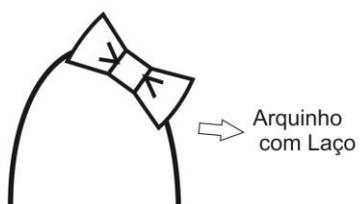
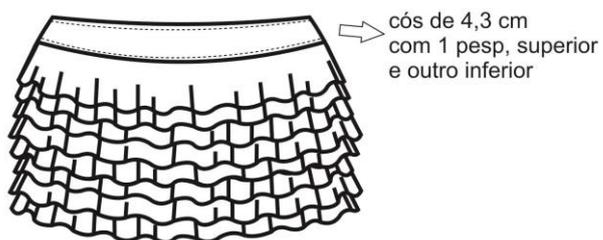
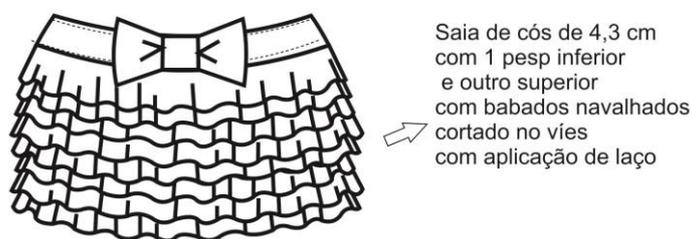
Saia: jacquard

Forma: Com forma arredondada com aplicação de laço, com recorte á 6 cm da barra com pesponto aberto.

Tecido com composição 95% poliéster e 5% elástano, que possui brilho constante e é mais estável e mais alegre que outros tecidos básicos, por ter uma grande quantidade de poliéster em sua composição, o mesmo também facilita a transpiração e oferece proteção contra os raios ultravioletas.



Imagem 45 – Croqui *Looks Confeccionados 3*
Fonte: Dos autores (2013)



Laço para aplicação

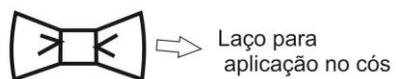


Imagem 46 – Desenho Técnico-Croqui 3
Fonte: Dos autores (2013)

CONJUNTO SAIA E BLUSA

Le Petit

Cor blusa: perola na visco lycra

Cor saia: rosa na renda francesa

Forma: com forma arredondada com aplicação de laço, com recorte á 6 cm da barra com pesponto aberto.

Bordado em renda com aplicação em perolas

Saia de babados em renda Francesa com organza cristal

Laço Chanel no cós em organza cristal

Look será confeccionado com quatro tipos de tecidos viscolycra com 93% de viscose e 7% elastano, renda francesa com possui composição de 100% poliamida, organza cristal que é 100% poliamida também e integral misto, que possui sua composição de 67% poliéster e 33% elastano.



Imagem 47 – Croqui *Looks Confeccionados 4*
Fonte: Dos autores (2013)

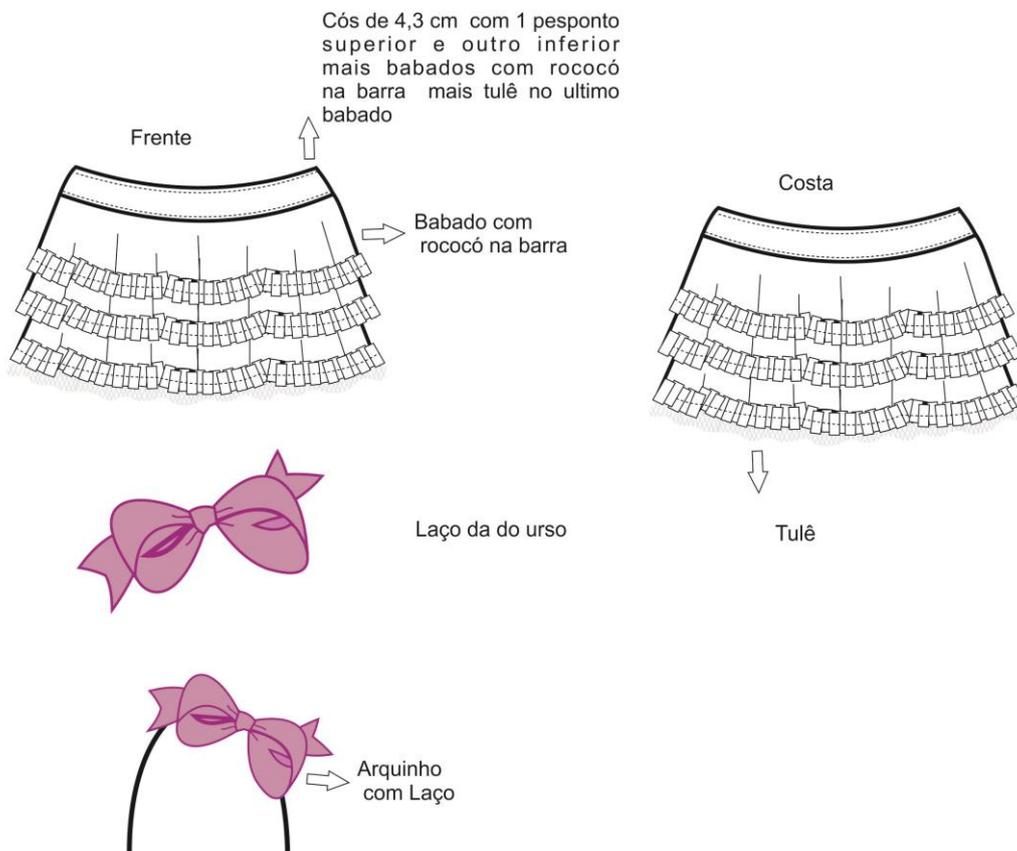
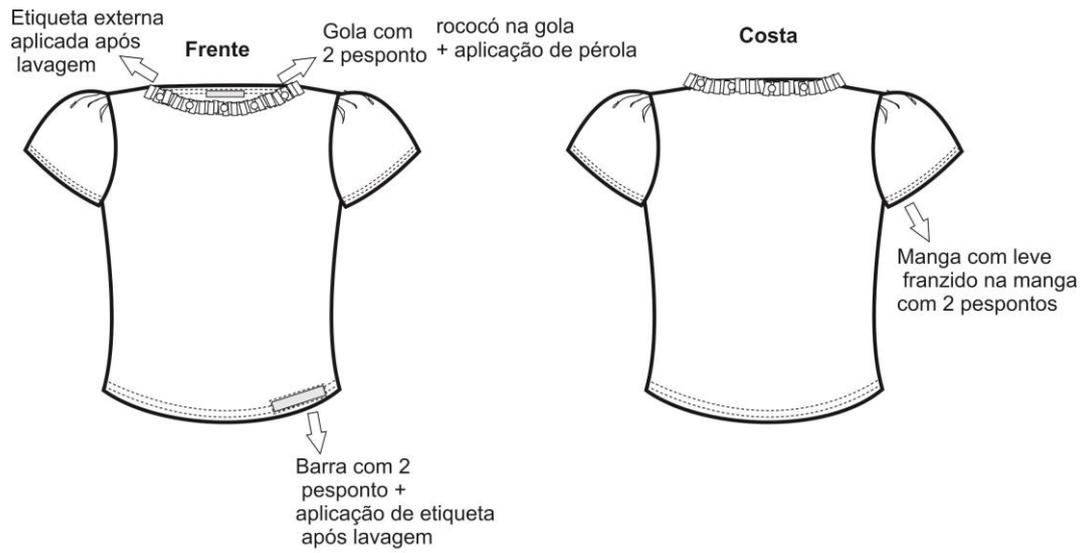


Imagem 48 – Desenho Técnico-Croqui 4
 Fonte: Dos autores (2013)

CONJUNTO DE SAIA E BLUSA FLORAL

Le Petit

Cor da blusa: viscolycra vermelho romã

Saia estampada floral

Tule branco

Forma: Saia em babados estampa floral com acabamento rococó de tule .

Blusa com rococó na gola com bordado em pérolas.

Look confeccionado com dois tecidos a blusinha será construída em viscolycra que é a fusão entre o fio de elastano com o fio da viscose, gerando um tecido leve e confortável, principalmente usado em países com clima mais quente, já a saia será confeccionada em tricoline 100% algodão, é um tecido de construção de tela com a leveza e a resistência do algodão penteado mercerizado e tule 100% poliamida dando acabamento.



Imagem 49 – Croqui *Looks Confeccionados 5*
Fonte: Dos autores (2013)

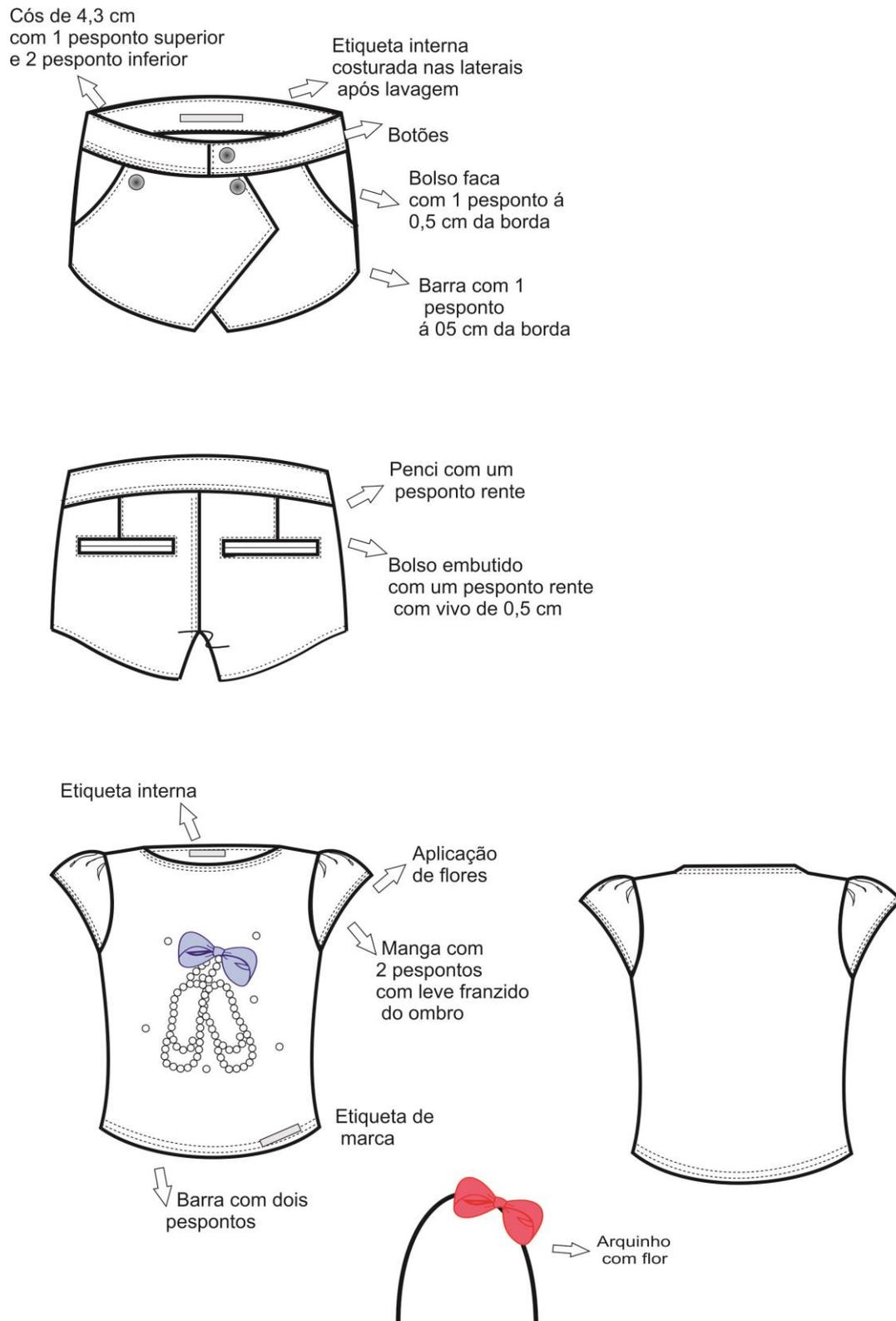


Imagem 50 – Desenho Técnico-Croqui 5
 Fonte: Dos autores (2013)

CONJUNTO DE SHORTS SAIA E BLUSA

Le Petit

Cor da blusa: viscolycra perola com bordado em sapatilha de paetê e perolas.

Cor shorts saia: shantung azul céu.

Look confeccionado com dois tecidos a blusinha será construída em viscolycra que é a fusão entre o fio de elastano com o fio da viscose, gerando um tecido leve e confortável, principalmente usado em países com clima mais quente, já o shorts saia será confeccionado no shantung azul céu com composição 60 % poliéster e 40% nylon.

Peça com cós de 4,3 cm com elástico interno para ajuste na cintura.



Imagem 51 – Croqui *Looks Confeccionados 6*
Fonte: Dos autores (2013)

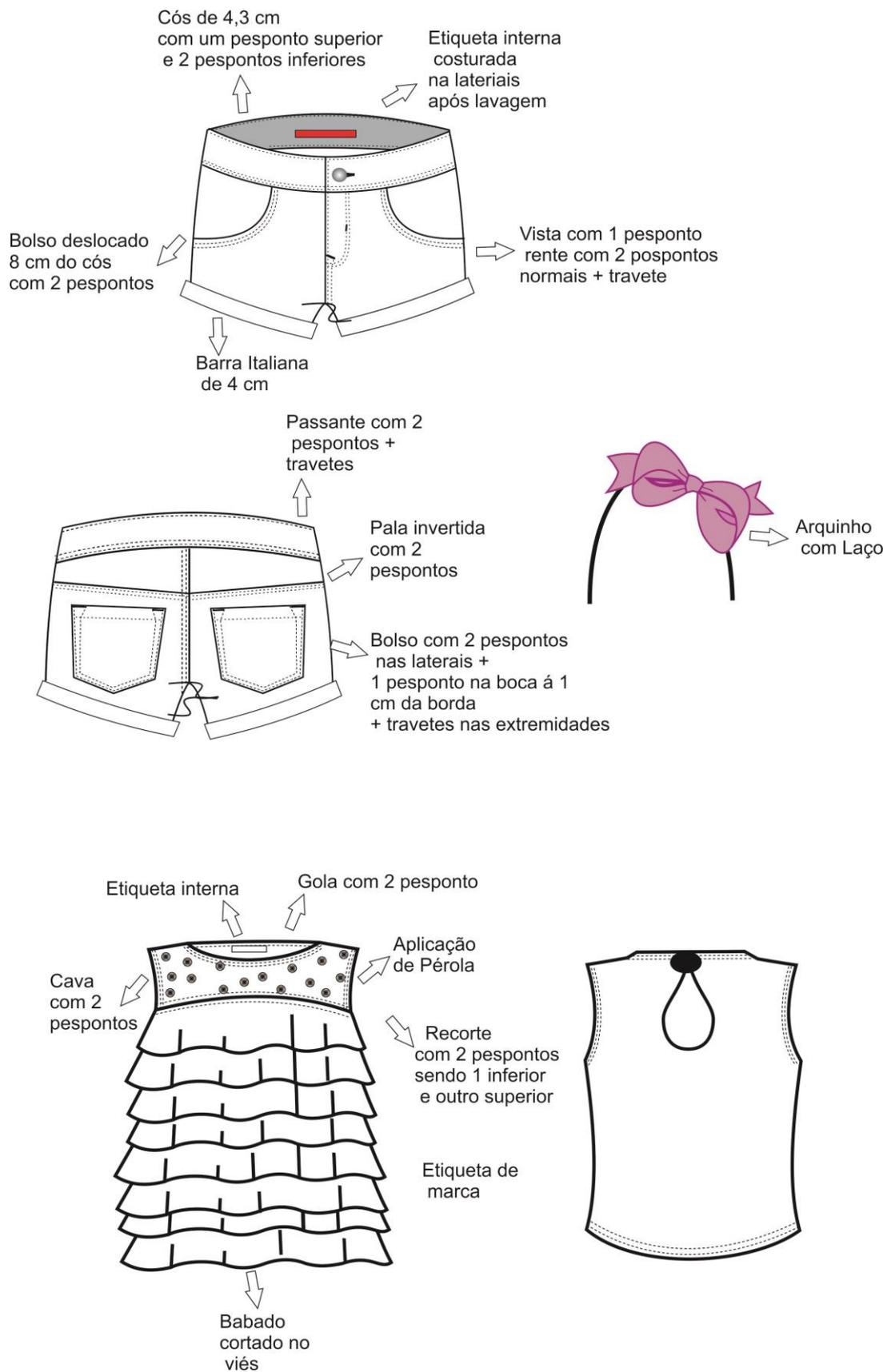


Imagem 52 – Desenho Técnico-Croqui 6
 Fonte: Dos autores (2013)

CONJUNTO DE SHORTS BLUSA

Le Petit

Cor da blusa: pêssego em seda “confeccionado”

Opções de cores rosa blush com azul céu

Cor shorts: barra Italiana confeccionado na Sarja 3x1 PT

Look confeccionado com dois tecidos a blusinha será construída seda na cor pêssego, em babados com recorte na linha do busto com pesponto com aplicação de bordado em perolas.

Shorts em sarja 3x1 PT, com cós de 4,3 cm com elástico interno para regulagem na cintura, composição 98% algodão e 2 % elastano.

Beneficiamento: amaciado

6.7 Fichas Técnicas

TECIDO	RENDIMENTO	CORES	FORNECEDOR
	COMPOSIÇÃO		
DESCRIÇÃO 01 Tafetá Liso	100% Poliamida	Branco	Novo Horizonte
DESCRIÇÃO 02: Organza Cristal	100% Poliéster	Branco / Cristal	Novo Horizonte
DESCRIÇÃO 03 : Organza Bordada	100% Poliéster	Branco / Cristal	Novo Horizonte

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO:	RENDIMENTO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
	COMPOSIÇÃO			
Etiqueta de composição	Tecido 1: Tafetá Liso 100%	2 Metros	Branco	Novo Horizonte
Etiqueta interna da marca	Poliéster			
Botões 6 un	Tecido 2: Organza Cristal100% Poliamida	0,80 Centímetros	Branco	Novo Horizonte
	Tecido 3: Organza Bordada 100% Poliamida	1,5 Metros	Branco	Novo Horizonte

GRADE DO MODELO										
PP	P	M	G	GG						
	x									
16										
RN										
U										

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Saco plástico	01	00,5			
tag coleção Ballet	01	0,10			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

--

OBSERVAÇÕES

OBS:
Etiquetas interna e de composição tem que ter a logo da marca

Imagem 53 – Ficha técnica 1 do Croqui 1
Fonte: Dos autores (2013)

Marca: Le Petit	DATA: 09/01/2014	Coleção: Valsa da Bailarina	REF: 0017 A
Tamanho: P	N. de peças: 01	Modelo: Vestido barra Tomas	
Estilista: Luana /Anderson		Modelista: Anderson /Luana	

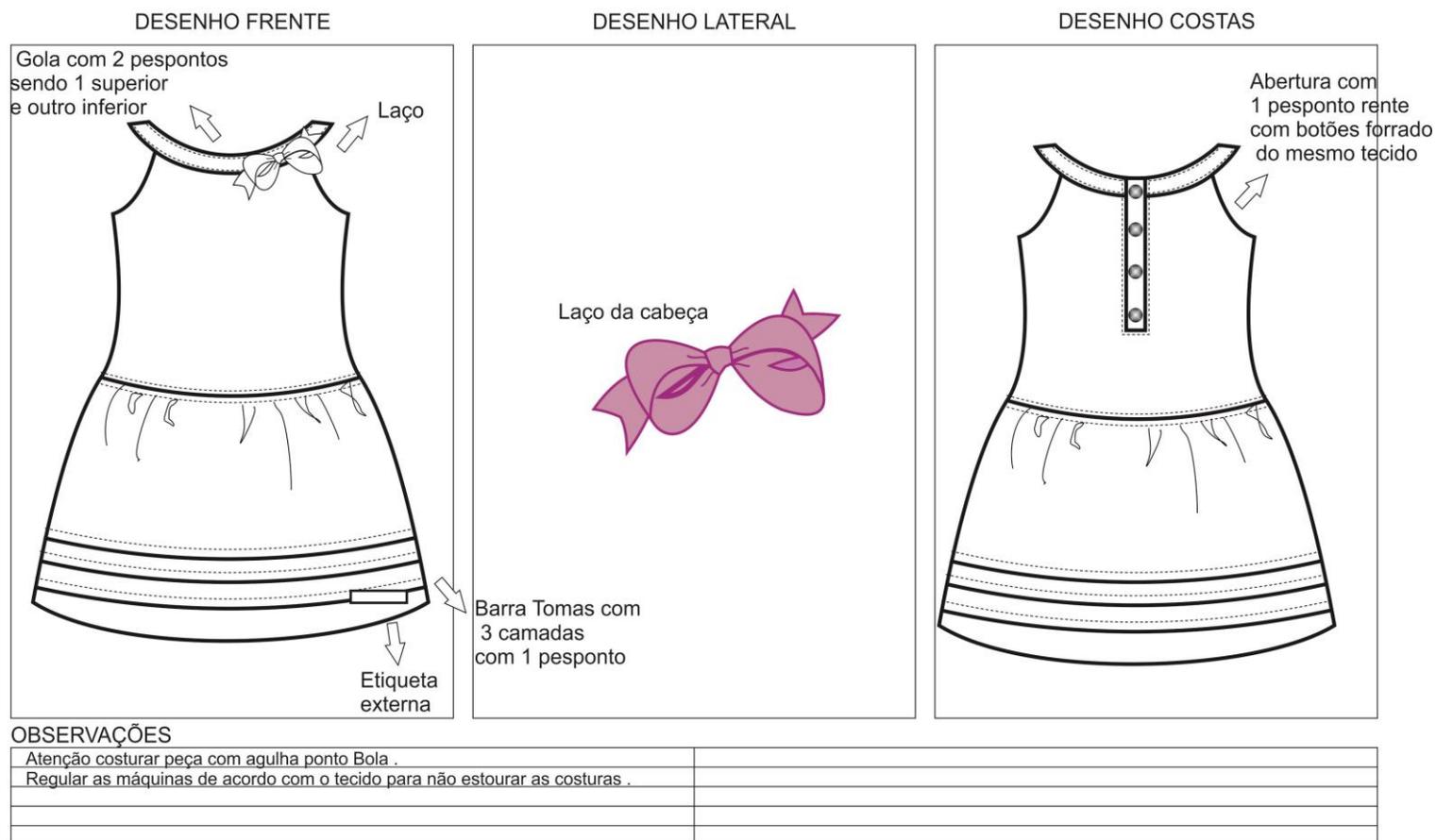


Imagem 54 – Ficha técnica 2 do Croqui 1

Fonte: Dos autores (2013)

TECIDO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
DESCRIÇÃO 01: Viscolycra	93%	Viscose / 7% Elastano	Pérola	Novo Horizonte
DESCRIÇÃO 02: Renda Francesa	100%	Poliamida	Rosa	Novo Horizonte
DESCRIÇÃO 03 :				

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO:	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
Etiqueta de composição	Tecido 1: Viscolycra	Pérola	0,50 Centímetros	Pérola	Novo Horizonte
Etiqueta interna da marca	93% Viscose / 7% Elastano				
	Tecido 2: Renda Francesa		0,30 Centímetros	Rosa	Novo Horizonte
	100% Poliamida				
	Tecido 3:				

GRADE DO MODELO											
PP	P	M	G	GG							
	x										
16											
RN											
U											

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Saco plástico	01	00,5			
tag coleção Ballet	01	0,10			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

--

OBSERVAÇÕES

OBS:
Etiquetas interna e de composição tem que ter a logo da marca

Imagem 56 – Ficha técnica 1 do Croqui 2
Fonte: Dos autores (2013)

Marca: Le Petit	DATA: 09/01/2014	Coleção:Valsa da Bailarina	REF: 018 A
Tamanho:P	N. de peças: 01	Modelo:Blusa bordado	
Estilista:Luana /Anderson		Modelista: Anderson /Luana	

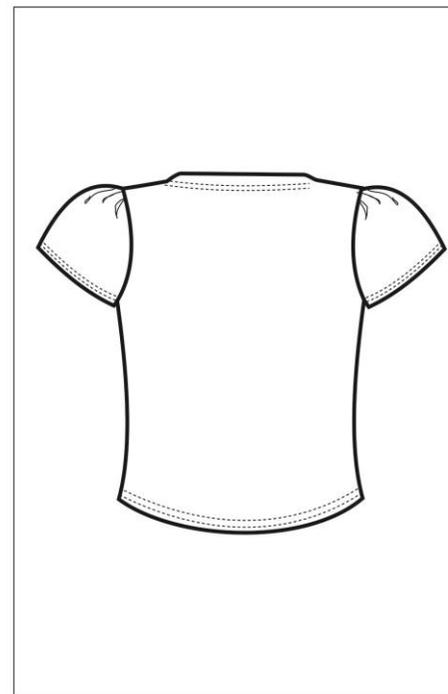
DESENHO FRENTE



DESENHO LATERAL



DESENHO COSTAS



OBSERVAÇÕES

Imagem 57 – Ficha técnica 2 do Croqui 2
 Fonte: Dos autores (2013)

TECIDO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
DESCRIÇÃO 01 Viscolycra	93% Viscose / 7% Elastano		Pérola	Novo Horizonte
DESCRIÇÃO 02: Renda Francesa	100% Poliamida		Rosa	Novo Horizonte
DESCRIÇÃO 03 :				

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO:	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
Etiqueta de composição	Tecido 1: Viscolycra	Pérola	0,50 Centímetros	Pérola	Novo Horizonte
Etiqueta interna da marca	93% Viscose / 7% Elastano				
	Tecido 2: Renda Francesa		0,30 Centímetros	Rosa	Novo Horizonte
	100% Poliamida				
	Tecido 3:				Novo Horizonte

GRADE DO MODELO										
PP	P	M	G	GG						
	x									
16										
RN										
U										

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Saco plástico	01	00,5			
tag coleção Ballet	01	0,10			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

--

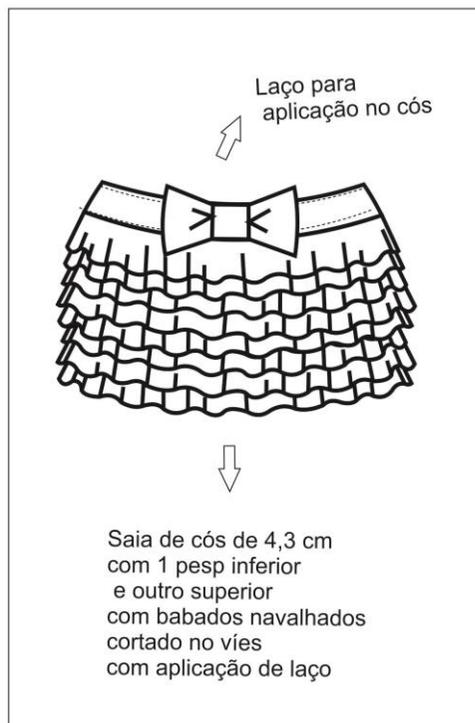
OBSERVAÇÕES

OBS:
Etiquetas interna e de composição tem que ter a logo da marca

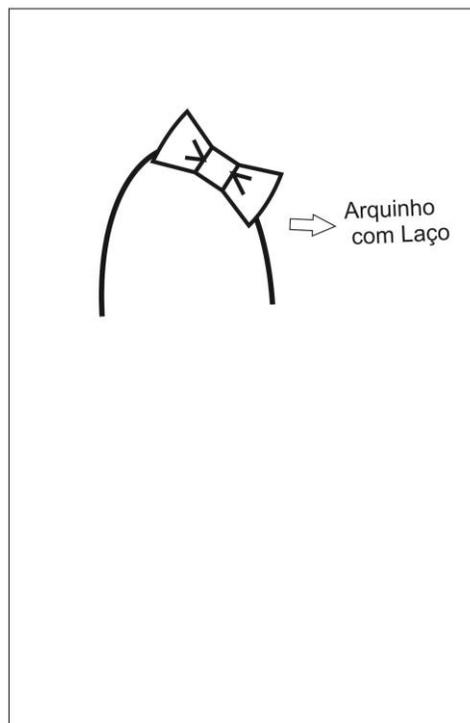
Imagem 59 – Ficha técnica 4 do Croqui 2
Fonte: Dos autores (2013)

Marca: Le Petit	DATA: 09/01/2014	Coleção: Valsa da Bailarina	REF: 0 18 B
Tamanho: P	N. de peças: 0 2	Modelo: Saia Babado	
Estilista: Luana /Anderson		Modelista: Anderson /Luana	

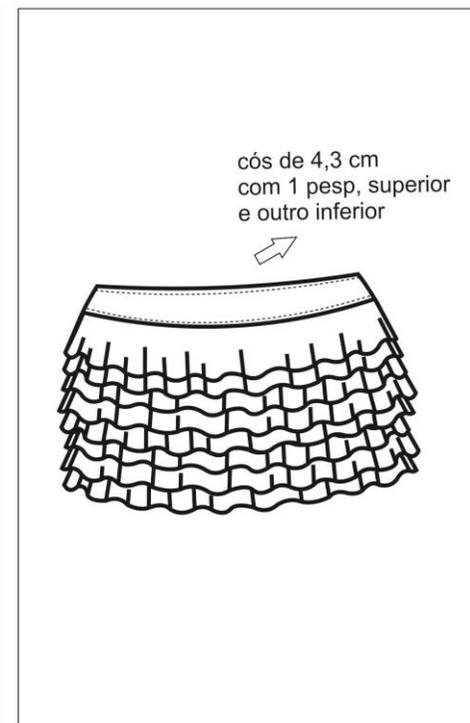
DESENHO FRENTE



DESENHO LATERAL



DESENHO COSTAS



OBSERVAÇÕES

TECIDO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
DESCRIÇÃO 01 Jacquard	95% Poliéster		Bege Natural	Novo Horizonte
DESCRIÇÃO 02:	5% Elastano			

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO:	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
Etiqueta de composição	Tecido 1: Jacquard		1 metro e 70 Centímetros	Bege Natural	Novo Horizonte
Etiqueta interna da marca	95% Poliéster				
Botão encapado 06 un	5% Elastano				

GRADE DO MODELO										
PP	P	M	G	GG						
	x									
16										
RN										
U										

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Saco plástico	01	00,5			
Tag coleção ballet	01	0,10			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

--

OBSERVAÇÕES

OBS:
Etiquetas interna e de composição tem que ter a logo da marca

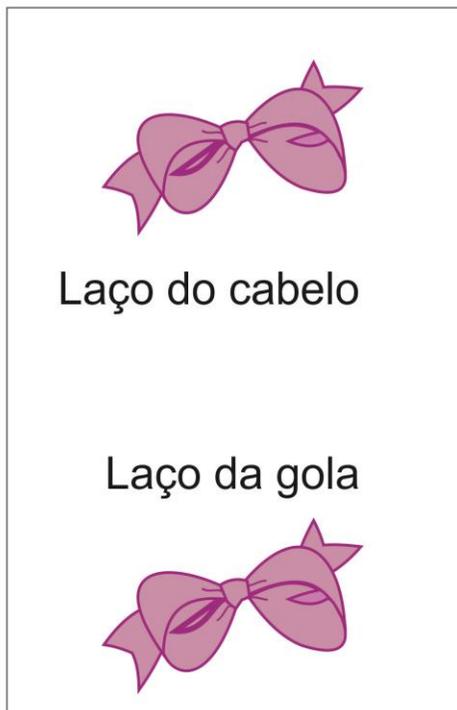
Imagem 62 – Ficha técnica 1 do Croqui 3
Fonte: Dos autores (2013)

Marca: Le Petit	DATA: 09/01/2014	Coleção: Valsa da Bailarina	REF: 0016 A
Tamanho: P	N. de peças: 1	Modelo: Vestido com recorte	
Estilista: Luana /Anderson		Modelista: Anderson /Luana	

DESENHO FRENTE



DESENHO LATERAL



DESENHO COSTAS



OBSERVAÇÕES

Imagem 63 – Ficha técnica 2 do Croqui 3
Fonte: Dos autores (2013)

TECIDO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
DESCRIÇÃO 01 : Viscolacry	93 % Viscose / 7% Elastano			Novo Horizonte
DESCRIÇÃO 02:				Novo Horizonte
DESCRIÇÃO 03 :				

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO:	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
Etiqueta de composição	Tecido 1: Viscolycra Pérola		0,50 Centímetros	Pérola	Novo Horizonte
Etiqueta interna da marca	93% Viscose / 7% Elastano				
			0,30 Centímetros	Rosa	Novo Horizonte
	Tecido 3:				

GRADE DO MODELO										
PP	P	M	G	GG						
	x									
16										
RN										
U										

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Saco plástico	01	00,5			
tag coleção Ballet	01	0,10			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

OBSERVAÇÕES

OBS:
Etiquetas interna e de composição tem que ter a logo da marca

Imagem 65 – Ficha técnica 1 do Croqui 4
Fonte: Dos autores (2013)

Marca: Le Petit	DATA: 09/01/2014	Coleção: Valsa da Bailarina	REF: 0020 A
Tamanho: P	N. de peças: 01	Modelo : Blusa com bordado em sapatilha	
Estilista: Luana / Anderson		Modelista: Anderson / Luana	

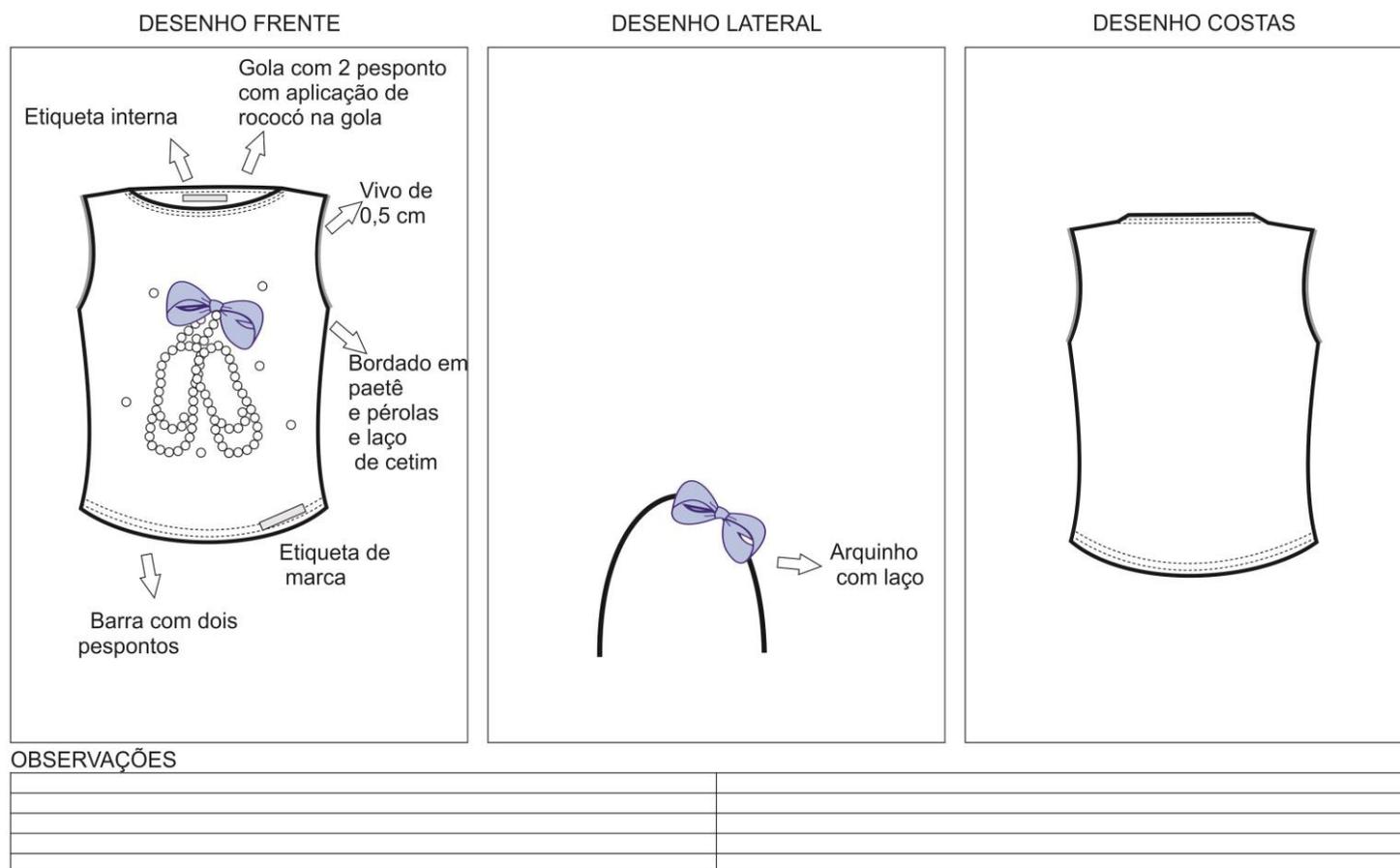


Imagem 66 – Ficha técnica 2 do Croqui 4
 Fonte: Dos autores (2013)

TECIDO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
DESCRIÇÃO 01 : Chantung	60 % póliester / 40 % nylon		AZUL	Novo Horizonte
DESCRIÇÃO 02:				Novo Horizonte
DESCRIÇÃO 03 :				

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO:	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
Etiqueta de composição	Tecido 1: 60 % Viscose / 40% Elastano		0,50 Centímetros	AZUL	Novo Horizonte
Etiqueta interna da marca					Novo Horizonte

GRADE DO MODELO										
PP	P	M	G	GG						
	x									
16										
RN										
U										

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Saco plástico	01	00,5			
tag coleção Ballet	01	0,10			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

--

OBSERVAÇÕES

OBS:
Etiquetas interna e de composição tem que ter a logo da marca

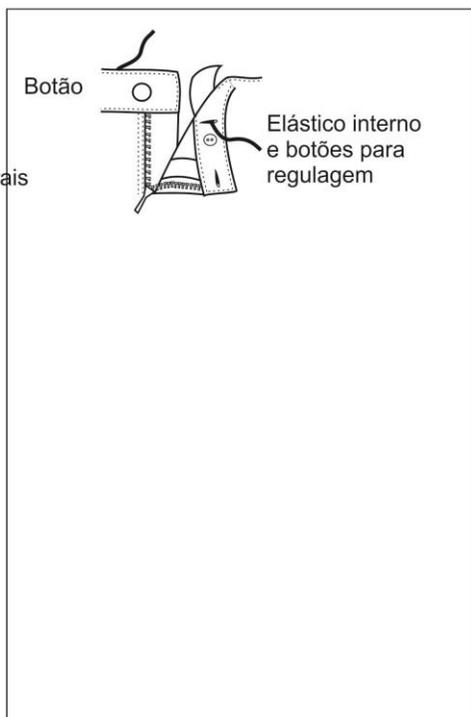
Imagem 68 – Ficha técnica 1 do Croqui 5
 Fonte: Dos autores (2013)

		Coleção: Valsa da Bailarina	REF: 020 B
Tamanho: P	N. de peças: 02	Modelo :Shorts Saia chantung azul	
Estilista: Luana /Anderson		Modelista: Anderson /Luana	

DESENHO FRENTE



DESENHO LATERAL



DESENHO COSTAS



OBSERVAÇÕES

Imagem 69 – Ficha técnica 2 do Croqui 5
Fonte: Dos autores (2013)

TECIDO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
DESCRIÇÃO 01 Tricoline	100% Algodão		Branco Estampado	Novo Horizonte
DESCRIÇÃO 02: Tule	95% Poliéster		Branco	
	5 % Elastano			Novo Horizonte

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO:	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
Etiqueta de composição	Tecido 1: Tricoline		1 Metro	Branco Estampado	Novo Horizonte
Etiqueta interna da marca	100% Algodão				
	Tecido 2: Tule 100% Poliamida		1 Metro	Branco	Novo Horizonte

GRADE DO MODELO										
PP	P	M	G	GG						
	x									
16										
RN										
U										

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Saco plástico	01	00,5			
tag coleção ballet	01	0,10			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

--

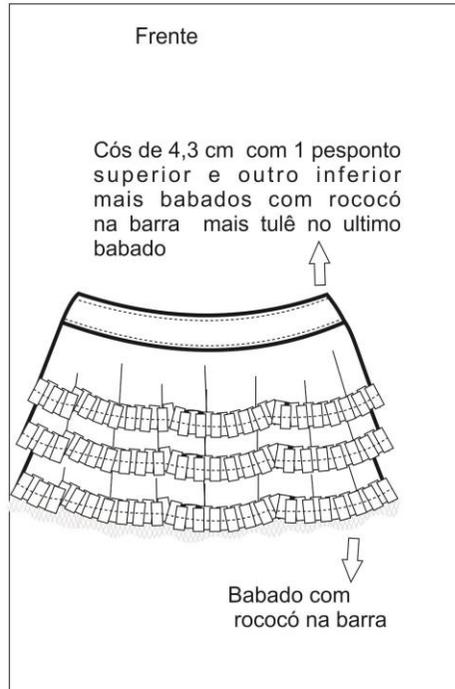
OBSERVAÇÕES

OBS:
Etiquetas interna e de composição tem que ter a logo da marca

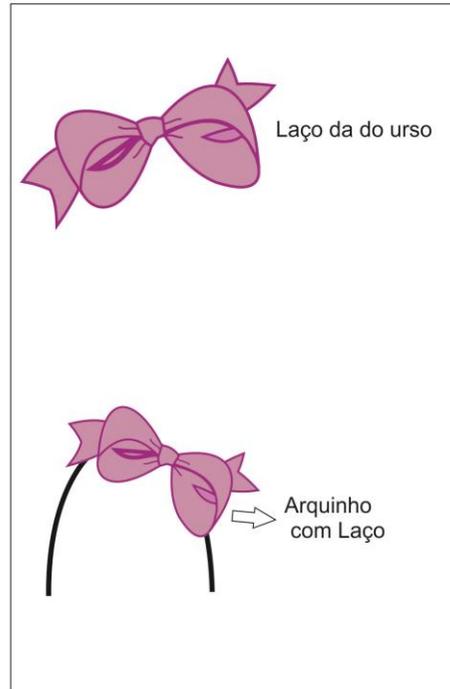
Imagem 71 – Ficha técnica 1 do Croqui 6
 Fonte: Dos autores (2013)

Marca: Le Petit	DATA: 09/01/2014	Coleção: Valsa da Bailarina	REF: 0015A
Tamanho: P	N. de peças: 02	Modelo: Saia estampada	
Estilista: Luana /Anderson		Modelista: Anderson /Luana	

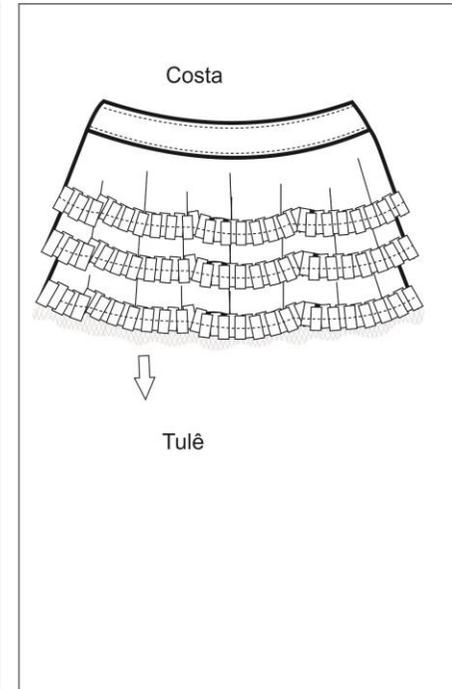
DESENHO FRENTE



DESENHO LATERAL



DESENHO COSTAS



OBSERVAÇÕES

SEGUIR GABARITO DOS BABADOS	
Atenção : Rococó será aplicado no final de cada babado e o tulê será apenas no ultimo babado .	

Imagem 72 – Ficha técnica 2 do Croqui 6
Fonte: Dos autores (2013)

TECIDO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
DESCRIÇÃO 01 Viscolycra	93%	Viscose / 7% Elastano	Pérola	Novo Horizonte
DESCRIÇÃO 02: tulê				
DESCRIÇÃO 03 :				

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO:	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
Etiqueta de composição	Tecido 1:	Viscolycra	0,50 Centímetros	Pérola	Novo Horizonte
Etiqueta interna da marca pérolas 10 un		93% Viscose / 7% Elastano			
	Tecido 3:				

GRADE DO MODELO										
PP	P	M	G	GG						
	x									
16										
RN										
U										

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Saco plástico	01	00,5			
Tag Coleção Ballet	01	0,10			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

--

OBSERVAÇÕES

OBS:
Etiquetas interna e de composição tem que ter a logo da marca

Imagem 74 – Ficha técnica 4 do Croqui 6
 Fonte: Dos autores (2013)

Marca: Le Petit	DATA: 09/01/2014	Coleção: Valsa da Bailarina	REF: 0015A B
Tamanho: P	N. de peças: 02	Modelo: Blusa	
Estilista: Luana /Anderson		Modelista: Anderson /Luana	

DESENHO FRENTE	DESENHO LATERAL	DESENHO COSTAS
<p>rococó na gola + aplicação de pérola</p> <p>Etiqueta externa aplicada após lavagem</p> <p>Frente</p> <p>Gola com 2 pesponto</p> <p>Barra com 2 pesponto + aplicação de etiqueta após lavagem</p>		<p>Costa</p> <p>Manga com leve franzido na manga com 2 pespontos</p>
OBSERVAÇÕES		

Imagem 75 – Ficha técnica 5 do Croqui 6
 Fonte: Dos autores (2013)

6.8 BORDADOS

Look 0020 A**Sapatilha**

- Regata viscolycra
- Bordado em paetê azul
- Pérolas
- Laço com Pérola

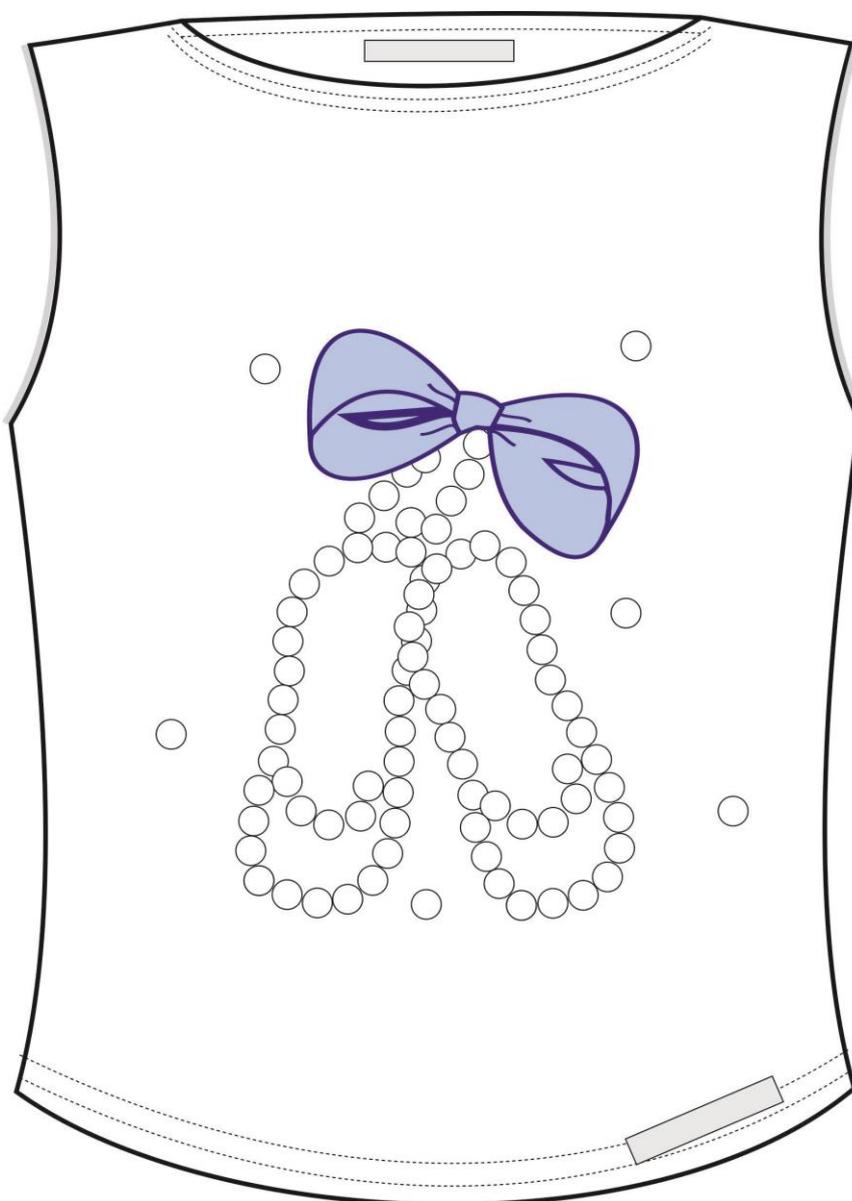


Imagem 77 – Bordado *Look 0020A*
Fonte: Dos autores (2013)

Look 0018 A**Bordado Bailarina**

- Bordado com renda Francesa
- Pérolas
- Laço de organza cristal



Imagem 78 – Bordado *Look 0018A*
Fonte: Dos autores (2013)

Look 0021 A**Bordado explosão**

- Pérolas aplicadas “explosão”

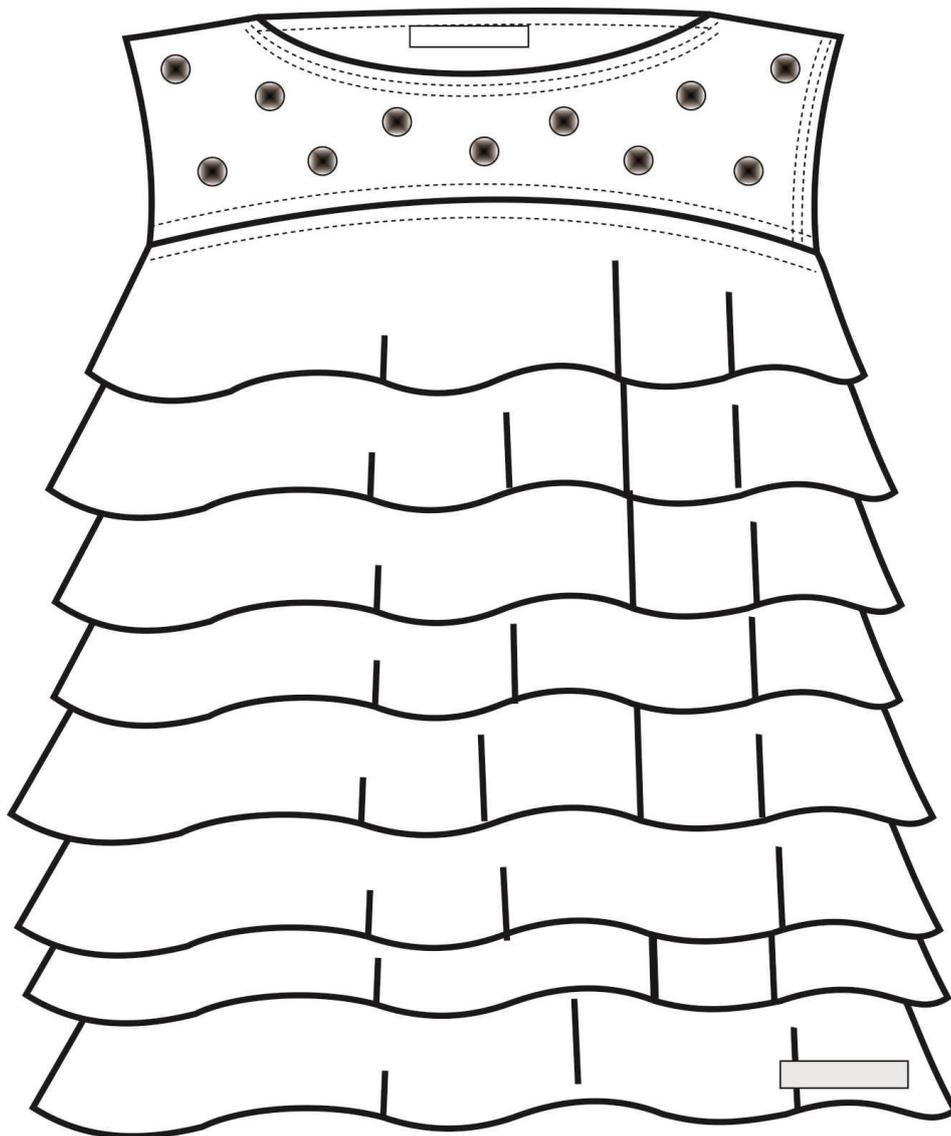


Imagem 79 – Bordado *Look 0021A*
Fonte: Dos autores (2013)

Look 0016 A**Aplicação de pérolas**

- Aplicação de pérola

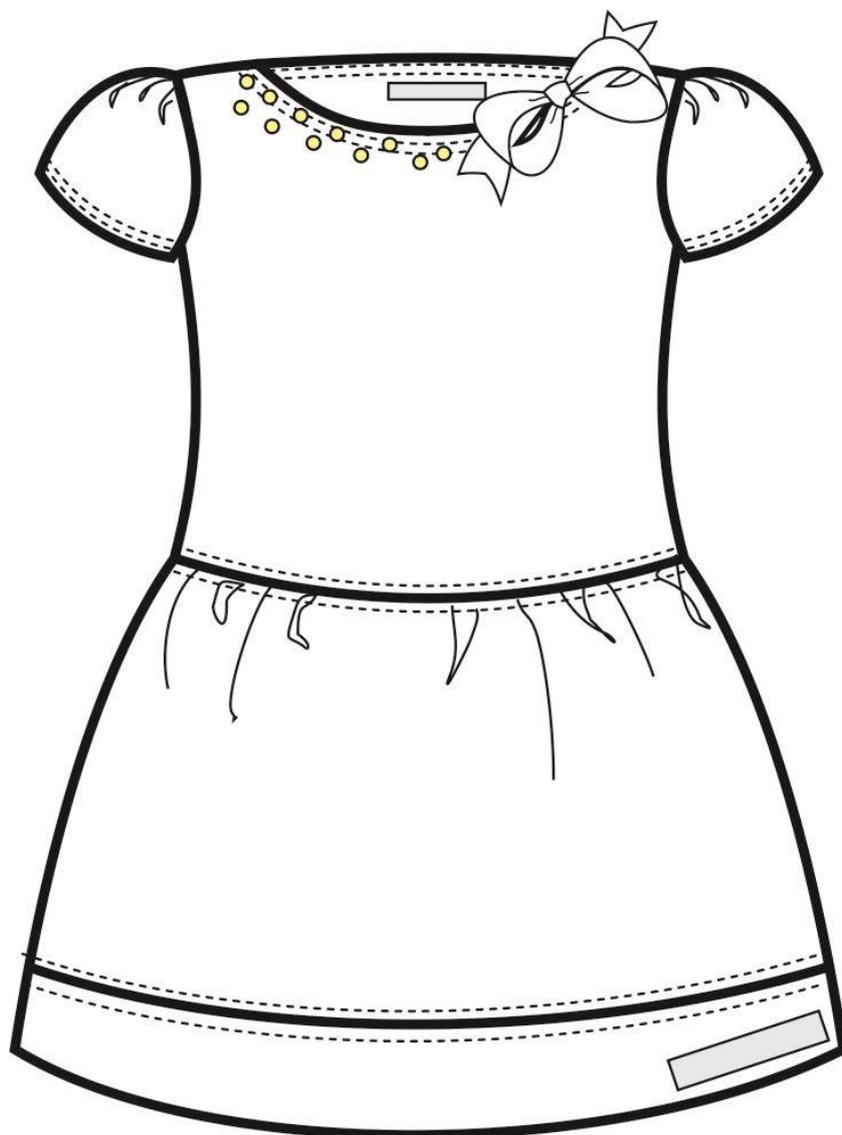


Imagem 80 – Bordado Look 0016A
Fonte: Dos autores (2013)

Look 0015 B**Aplicação de pérolas rococó**

- Aplicação de pérolas no rococó



Imagem 81 – Bordado *Look 0015B*
Fonte: Dos autores (2013)

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O mercado infantil está em ascendência e para se incluir a ele é necessário muita pesquisa, inovação e qualidade. Todas estas características devem compor um produto com conforto e que agrade os olhos e o bolso de seus consumidores.

Para isto foi necessário desenvolver uma pesquisa em desenvolvimento de produtos e de mercado. Apurou-se através das pesquisas que os pais preferem roupas ergonômicas, confortáveis, lúdicas, delicadas e com custo entre R\$ 50,00 e 200,00.

Com base nas pesquisas, projetou-se a marca Le Petit para crianças do gênero feminino, com idade entre 3 e 7 anos, atendendo suas principais necessidades com enfoque na ergonomia das peças e estética das vestimentas, abrangendo todo território nacional através da loja virtual, ou seja, o *site* e lojas físicas, que serão localizadas inicialmente em shoppings localizados em cidades no norte do Paraná, tais como Apucarana, Londrina e Rolândia.

Para o desenvolvimento da coleção, Le Petit seguiu as tendências de 2015 com inspiração na delicadeza e fascinante dança “*ballet*” criando uma coleção com características lúdica, inovadora e delicada.

A princípio foram desenvolvidas 25 peças de gerações de alternativas, sendo 12 escolhidas para a mini-coleção e 6 destas confeccionadas para o desfile. As peças estão compostas por saias, blusas, vestidos, macacões e shorts-saias.

Há pretensão de desenvolvimento das demais peças.

8 REFERÊNCIAS

ABIT - ABIT lança Relatório Setorial da Indústria Têxtil Brasileira 2010-Disponível em: http://www.fiec.org.br/portav2/sites/fiec-onlinev2/home.php?st=exibeConteudo&conteudo_id=38858> Acessado em:10/2013

ARAUJO, Silvia. Características do Mercado Infantil.Disponível em <http://desenvolvimentocolecao.blogspot.com.br/2011/04/caracteristicas-do-mercado-infantil.html> Acessado em:12/2013

BAXTER, N. Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos. Editora Edgard Blucher, 260p., São Paulo, 2003

CARAM, Bruna. A volta da bailarina. Disponível em: www.brunacaram.com.br/blog/?p=162 Acessado em:12/2013

GUERREIRO, Regina. Crianças Lindas.Disponível em: <http://reginaquerreiro1.blogspot.com.br/2011/07/criancas-lindas.html> Acessado em:12/2013

GOMES FILHO, João. Ergonomia do Objeto.Disponível em: books.google.com.br/books?isbn=8575310712

IBGE – CENSO 2010- Disponível em: censo2010.ibge.gov.br/ Acessado em:11/2013

ILDA, I. Ergonomia: projeto e produção.São Paulo: Edgard Blücher, 1990.

JURAN J. M. A qualidade desde o projeto: novos passos para o planejamento da qualidade em produtos e serviços. São Paulo: Pioneira Editora, 2009.

MALUF, Salim Farah. Design e Planejamento. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=eXCXynuHhWQC&pg=PA148&lpg=PA148&dq=piloteira+maluf&source=bl&ots=MKAq3LotJV&sig=mnsVTQxsOBzwicJfmn37NBREhdU&hl=pt-BR&sa=X&ei=okH-UoKHIsvwkQfAmoGIDw&sqj=2&ved=0CD0Q6AEwAw#v=onepage&q=piloteira%20maluf&f=false> > Acessado em: 01/2014

MARCONI, Mariana de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MIRANDA, Fernanda. As cores influenciam no comportamento das pessoas? Disponível: <http://vivaitabira.com.br/viva-colunas/index.php?IdColuna=28> Acessado em:01/2014

MONTEMEZZO, Maria Celeste S.- Design Ergonomico. Disponível em: books.scielo.org/id/yjxnr/pdf/paschoarelli-9788579830013-12.pdf Acessado em:12/2013

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. Tratado de metodologia científica. Projetos de pesquisa, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses. 3 Ed. São Paulo:Pioneira, 2004.

PITTI BIMBO. Tendências em moda infantil.Disponível em: www.fashionini.com.br/ler-post.php?post=109 Acessado em:12/2013

ROMANO, L. N. Modelo de referência para o processo de desenvolvimento de máquinas agrícolas. Tese dedoutorado. Universidade Federal de Santa Catarina, 2003.

ROZENFELD, H. Gestão de desenvolvimento de produtos: uma referência para a melhoria do processo. São Paulo: Atlas Editora, 2006.

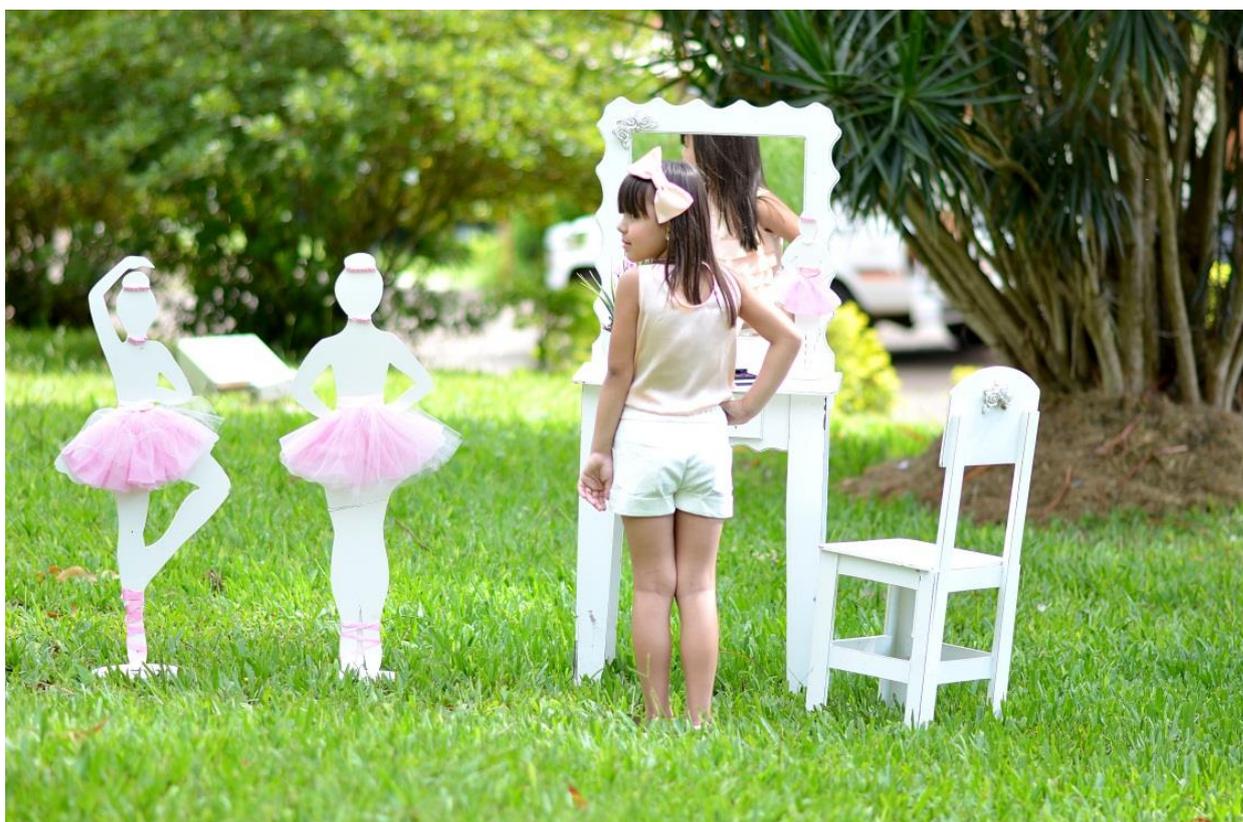
SANTOS, Delcio V. Como fazer uma monografia. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

SOARES,Louise. Porque meninas gostam de rosa e meninos de azul? Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folhinha/1186635-por-que-meninas-gostam-de-rosa-e-meninos-de-azul-sabia-que-ja-foi-o-contrario.shtml> Acessado em:01/2014

SEBRAE. Tendências e Oportunidades. Disponível: http://www.sebrae.com.br/uf/bahia/acesse/publicacoes/tendencias-e-oportunidades/Cartilha_Tendencias_Mercado_SITE.pdf Acessado em:12/2013

WOLTZ & WOLTZ – Design e Planejamento. Disponível em: < <http://www.passeidireto.com/arquivo/1693553/design-e-planejamento-/32>> Acessado em:12/2013

APÊNDICE A – Catálogo da Coleção

*Le Petit**Primavera / Verão 2015*













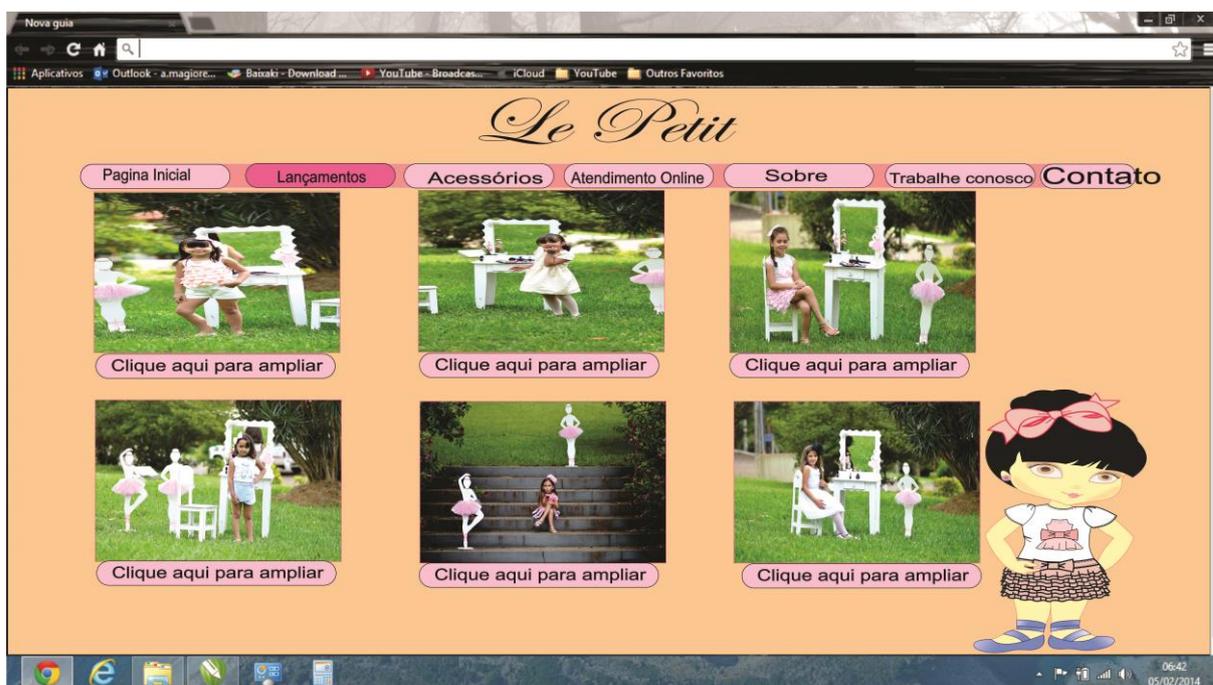


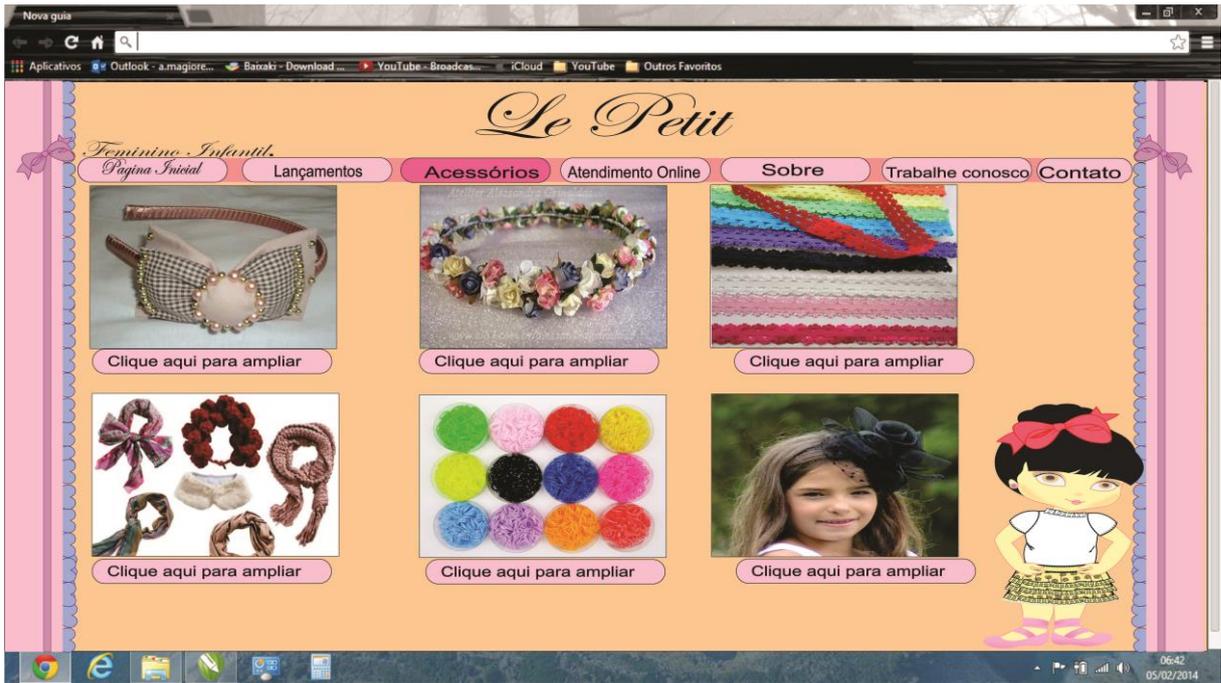


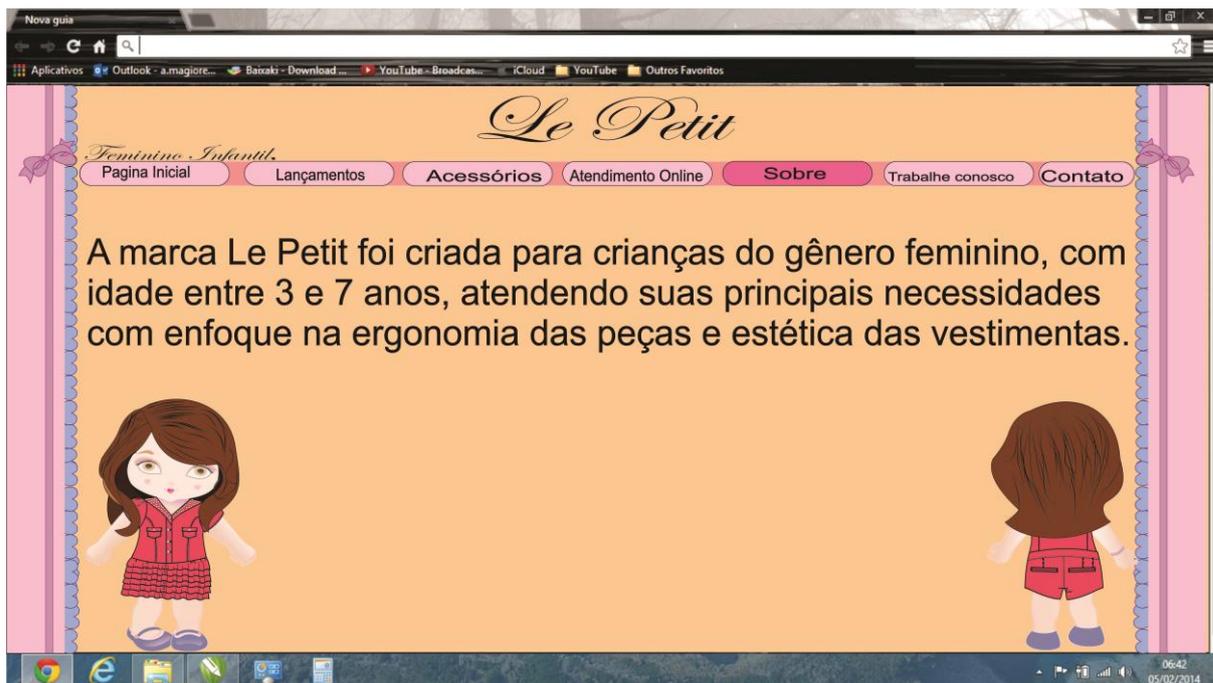




APÊNDICE B – Catálogo Eletrônico







Nova guia

Aplicativos Outlook - a.maggiore... Baixaki - Download... YouTube - Broadca... iCloud YouTube Outros Favoritos

Le Petit

Feminino Infantil

Pagina Inicial Lançamentos Acessórios Atendimento Online Sobre Trabalhe conosco **Contato**

SAC - Serviço de atendimento ao Cliente.
Fone: 0800-123-3000

SAL - Serviço de atendimento ao Lojista.
Fone: 0800 -123-3001

Envie uma mensagem.

06:42
05/02/2014

APÊNDICE C – Pranchas Ambientadas.





