



**FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA “MINISTRO RALPH BIASI”
Curso de Superior Tecnologia em Têxtil e Moda**

Maria de Fátima dos Santos França da Silva

A MODA INFANTIL E O FLORAL, UMA TENDÊNCIA ATEMPORAL

AMERICANA, SP

2021



FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA “MINISTRO RALPH BIASI”
Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda

Maria de Fátima dos Santos França da Silva

A MODA INFANTIL E O FLORAL, UMA TENDÊNCIA ATEMPORAL

Trabalho de Conclusão de Curso desenvolvido em cumprimento à exigência curricular do Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda, sob a orientação do Prof. Carlos Frederico Faé.

Área de concentração: Moda infantil

AMERICANA, SP

2021

**FICHA CATALOGRÁFICA – Biblioteca Fatec Americana - CEETEPS
Dados Internacionais de Catalogação-na-fonte**

S581m SILVA, Maria de Fátima dos Santos França da

A moda infantil e o floral, uma tendência atemporal. / Maria de Fátima dos Santos França da Silva. – Americana, 2021.

81f.

Monografia (Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda) - -
Faculdade de Tecnologia de Americana – Centro Estadual de Educação
Tecnológica Paula Souza

Orientador: Prof Carlos Frederico Faé

1 Moda infantil I. FAÉ, Carlos Frederico II. Centro Estadual de
Educação Tecnológica Paula Souza – Faculdade de Tecnologia de
Americana

CDU: 687.016

Maria de Fátima dos Santos França da Silva

A MODA INFANTIL E O FLORAL, UMA TENDÊNCIA ATEMPORAL

Trabalho de graduação apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Têxtil e Moda pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia – FATEC/ Americana.

Área de concentração: Moda infantil

Americana,

Banca Examinadora:

Carlos Frederico Faé (Presidente)
Especialista
FATEC Americana

Nancy Moretti (Membro)
Doutora
FATEC Americana

João Batista Giordano (Membro)
Doutor
FATEC Americana

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho ao meu marido Raimundo e aos meus filhos Matheus e Karolini.

“O segredo da mudança é focar toda a nossa energia não em lutar com o antigo,
mas em construir o novo.”

Sócrates

AGRADECIMENTOS

A Deus pela minha vida, e por me ajudar em cada etapa, em cada obstáculo ao longo do curso.

À minha família que sempre me incentivou a não desistir nunca, principalmente nos momentos que pensei em não mais continuar.

Aos meus professores pelos ensinamentos que me permitiram apresentar um melhor desempenho no meu processo de formação profissional.

E principalmente a duas queridas amigas, Karina e Renata, que tanto me ajudaram durante todo o curso em tudo que necessitei.

À minha pequena modelo Lara Leoni, que sempre estava disposta para me ajudar nas provas das roupas, e às modelos Sophia e Yasmin, que posaram para as fotos da coleção.

E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte desta etapa decisiva em minha vida, o meu muito obrigado.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo a criação de um projeto de coleção de moda infantil feminina, para meninas entre 4 e 10 anos, de acordo com uma temática estabelecida e a realização de croquis, fichas técnicas de produção e fichas de custo, modelagem das peças e posterior confecção da coleção proposta, aliado à definição da Marca Pink & Blue a partir de estratégias de planejamento de negócios. Como embasamento teórico foi pesquisada a história do vestuário infantil e informações sobre o segmento e o mercado de moda infantil.

Palavras-chave: moda infantil, projeto de coleção, flores

ABSTRACT

The present work aims to create a project for the collection of children's fashion, for girls between 4 and 10 years old, according to an established method the creation of sketches, production technical sheets and cost sheets, modeling of the pieces and subsequent preparation of the proposed collection, combined with the definition of the Pink & Blue Brand based on business planning strategies. As a theoretical basis, the history of children's clothing and information on the children's fashion segment and market were researched.

Keywords: children's fashion, fashion collection, flowers

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Quadro “As meninas”, de 1656–57 de Velázquez.....	18
Figura 2: Menino vestido com uma roupa de marinheiro no final do século XIX.....	19
Figura 3: Foto de Isabel, Princesa imperial do Brasil, aos 12 anos, em 1858.....	20
Figura 4: Pintura de Afonso, Príncipe Imperial do Brasil, filho mais velho de D. Pedro II, de 1846.	21
Figura 5: Foto de Jeanne e Marguerite que deu origem ao logo da <i>Maison</i> Lanvin..	24
Figura 6: Croquis de criações de vestuário infantil de Jeanne Lanvin.....	24
Figura 7: Logo Pink & Blue.....	31
Figura 8: <i>Tag</i> da marca Pink & Blue frente e verso	31
Figura 9: Adesivos para embalagem de Pink & Blue	32
Figura 10: Etiqueta da marca Pink & Blue.....	32
Figura 11: Embalagens da marca Pink & Blue: à esquerda a sacola e à direita papel seda	32
Figura 12: Caixa personalizada da marca	33
Figura 13: Painel <i>lifestyle</i> da coleção Magia das Flores.....	38
Figura 14: Painel de Ambiência da coleção Magia das Flores	39
Figura 15: Painel de Persona	40
Figura 16: Cartela de materiais	41
Figura 17: Cartela de aviamentos utilizados na coleção	42
Figura 18: Cores Pantone	42
Figura 19: Croqui Modelo Maria Ester.....	47
Figura 20: Croqui Modelo Francielly.....	48
Figura 21: Croqui Modelo Thais	49
Figura 22: Croqui Modelo Lara	50
Figura 23: Croqui Modelo Thaíssa	51
Figura 24: Croqui Modelo Francielly.....	52
Figura 25: Croqui Modelo Thaís	53
Figura 26: Croqui Modelo Thaíssa	54
Figura 27: Modelagem Blusa Peplum	56
Figura 28: Modelagem Blusa Cava Americana	58
Figura 29: Modelagem Top Ciganinha	60
Figura 30: Modelagem Shorts Cós Anatômico	62

Figura 31: Molde vestido com recortes	64
Figura 32: Modelagem Macaquinho Cava Americana.....	66
Figura 33: Moldes e Desenhos técnicos de faixas de cabeça e <i>scrunchies</i>	67
Figura 34: Vestido com Recortes Thais	68
Figura 35: Macaquinho Lara.....	69
Figura 36:Modelo Maria Ester	70
Figura 37:ModeloThaíssa.....	71
Figura 38:Modelo Francielly	72
Figura 39: Faixas de cabeça e <i>scrunchies</i> produzidas com retalhos	73

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Business Model <u>Canyas</u> da Pink & Blue.....	35
Tabela 2: Mix de Produtos.....	43
Tabela 3: Custos operacionais Pink & Blue.....	44
Tabela 4: Custo da confecção do Shorts.....	45
Tabela 5: Custo da confecção do Macaquinho.....	45
Tabela 6: Custo da confecção do Vestido com recortes.....	45
Tabela 7: Custo da confecção do Top Ciganinha.....	46
Tabela 8: Custo da confecção da Blusa Peplum.....	46
Tabela 9: Custo da confecção da blusa cava americana.....	46
Tabela 10: Ficha técnica Blusa <u>Peplum</u> Estampada e Lisa.....	55
Tabela 11: Ficha técnica Blusa Cava Americana.....	57
Tabela 12: Ficha Técnica Top Ciganinha.....	59
Tabela 13: Ficha técnica Short Cós Anatômico.....	61
Tabela 14: Ficha técnica Vestido com recortes.....	63
Tabela 15: Ficha técnica Macaquinho Cava Americana.....	65

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
2	OBJETIVOS	16
2.1	Objetivo Geral	16
2.2	Objetivos Específicos	16
3	HISTÓRIA DO VESTUÁRIO INFANTIL	17
3.1	Da idade média até final do século XIX.....	17
3.2	Século XX	21
3.3	Jeanne Lanvin e a moda infantil.....	23
4	CONTEXTO: A MODA E AS FLORES, UM CONCEITO ATEMPORAL	25
4.1	Segmentação de mercado	26
4.2	Segmentação de público-alvo	27
4.2.1	Pesquisa de público-alvo	27
5	GESTÃO DA MARCA	30
5.1	Identidade da marca.....	30
5.2	Identidade visual da marca	30
5.3	Missão, Visão, Valores.....	33
5.4	Relação com o meio ambiente.....	34
5.5	Canais de divulgação	34
5.6	Aplicação do Canvas.....	35
6	PROJETO DE COLEÇÃO	36
6.1	Tema da coleção.....	36
6.1.1	<i>Release</i> da Coleção	37
6.2	Painel de <i>Lifestyle</i>	38
6.3	Painel de Ambiência.....	38
6.4	Persona.....	39
6.5	Cartela de Materiais	40

6.6	Cartela de Cores	42
6.7	Mix de Produtos	42
7	PLANIFICAÇÃO DE CUSTOS	44
7.1	Custos operacionais.....	44
7.2	Ficha de custo dos produtos	44
8	PLANIFICAÇÃO DA COLEÇÃO	47
8.1	Croquis.....	47
8.2	Ficha Técnica.....	55
9	FOTOS DA COLEÇÃO	68
10	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	74
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	75
	APÊNDICE I – PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO.....	78

1 INTRODUÇÃO

Com a valorização cada vez mais forte da moda na sociedade, através da presença das redes sociais, o mercado de moda infantil vem se desenvolvendo e ganhando força. Além das mães, as crianças possuem fácil acesso às mídias – o que se tornou um fator determinante nas compras, aliás, elas também querem consumir o novo, se diferenciar. (MORILLO, 2018)

O segmento de mercado nasceu a partir dos anos 50, porque antes disso as crianças se vestiam como os adultos. Foi somente após a Segunda Guerra Mundial e o advento da pílula anticoncepcional que as mulheres puderam escolher quantos filhos teriam ou não, e com isto, as crianças começaram a ter mais importância. (MENEZES, 2020)

Segundo dados da Abit, 2020, (Associação Brasileira de Indústria Têxtil e Confecção) os varejistas de roupas para crianças crescem 6% ao ano apesar das crises de mercado. Isso porque muitas vezes os pais deixam de comprar algo para eles próprios para comprar para os filhos.

Apresentando no presente trabalho, a marca Pink & Blue, de segmento infantil feminino até 10 anos de idade. A empresa se categoriza como MEI (Microempreendedor Individual), e tem suas vendas dispostas via *online* em redes sociais como o *Instagram* e o *Facebook*.

Pink & Blue tem como objetivo o lançamento de coleções no mercado que não atraia só os pais, mas como também as crianças. Por esse motivo, o presente trabalho apresenta o desenvolvimento da coleção “Magia das Flores”, abordando todo o processo de criação, sendo eles: painel de ambiência, croquis, fichas técnicas e modelagens, até as fotografias finais da coleção.

Neste trabalho também será abordada a parte de gestão da marca, incluindo pesquisa de segmento de público-alvo, identidade visual da marca, missão, visão e valores, relações com o meio ambiente, os produtos produzidos e seus custos.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

O objetivo deste trabalho de conclusão é a construção e confecção de peças de vestuário para o segmento infantil feminino de acordo com a coleção proposta.

2.2 Objetivos Específicos

Como objetos específicos podem-se definir:

- O estudo da bibliografia do histórico do vestuário infantil e como era construída a imagem das crianças.
- Investigação sobre a temática escolhida para a coleção de moda.
- Definir questões de marca como: abrangência do segmento de moda infantil; missão, visão e valores de marca; aspectos formais necessários para a definição de uma empresa sólida no mercado.
- Desenvolvimento de painéis para inspiração da coleção. Desenvolvimento de croquis, fichas técnicas, modelagem e planilha de custos de produção.
- Apresentação da coleção Magia das Flores através do ensaio fotográfico.

3 HISTÓRIA DO VESTUÁRIO INFANTIL

O conceito de infância nem sempre existiu como é conhecido atualmente, no qual as crianças têm o direito de brincar e se divertirem, direito à educação e sem obrigação com o trabalho.

3.1 Da idade média até final do século XIX

Na Idade Média, as crianças a partir dos três anos já eram consideradas como miniadultos, tanto pelo vestuário como pelos comportamentos impostos. Antes dos três anos todas usavam batas e vestidos sem diferenciação entre os sexos. A partir dos três anos as meninas eram vestidas com anáguas e vestidos e os meninos com calções e jaqueta.

As meninas e os meninos, de idades variadas, parecem todos adultos miniaturizados, interpretando, da melhor maneira possível, o papel que lhes fora destinado: o de criança bem-comportada, representante de sua família e do padrão social e cultural da época. (KERN, 2010, P. 15)

A impressão de serem adultos miniaturizados se dava devido à falta de vestimenta adequada a idade, pois as roupas tolhiam os movimentos, impedindo que as crianças agissem como conhecemos atualmente.

Segundo Kern uma ideia do sentimento de infância aparece desde a Grécia e Roma antiga, pois tinha-se o cuidado de encaminhar as crianças para a escola. Essa ideia desapareceu na Idade Média e aponta que tal falta de atenção à infância e suas necessidades particulares vem do fato de haver uma alta taxa de mortalidade infantil, portanto os adultos não se apegavam tanto aos filhos. Tal indiferença era expressada na falta de um traje infantil específico que apenas se diferenciava pela hierarquia social, desconsiderando gênero e idade. (2010, p.5 e 6)

A partir do Renascimento (século XIII) houve uma retomada da ideia de infância como um período dedicado à educação escolar, que foi impulsionado pela disseminação de livros impressos em prensa tipográfica. Contudo o traje infantil continuava sendo uma miniatura do traje adulto.

Nessa época estendeu-se até os seis anos de idade as vestimentas unissex composta por batas, e depois dessa idade os meninos vestiam calções e jaquetas, e as meninas vestidos rodados e rendados como os de suas mães.

Figura 1: Quadro “As meninas”, de 1656–57 de Velázquez



Crédito: Diego Velázquez / Museu do Prado. Fonte: Wikimediacommons.

Nesse período começou a crescer o sentimento de infância “o qual enfatizava que a ‘criança, por sua ingenuidade, gentileza e graça, tornava-se uma fonte de distração e relaxamento para o adulto, um sentimento que podemos chamar de paparicação””. (ARIÉS, 1981, p.158 apud KERN 2010)

No começo do Iluminismo no século XVII houve então a separação entre adultos e crianças, muito focada na pedagogia direcionada a cada faixa etária. As crianças eram submetidas a uma disciplina escolar rigorosa, que o seu término definia o término da infância. Já na metade do século XVIII o conceito foi mudado, que segundo Kern, a partir do filósofo Jean-Jacques Rousseau, a infância passou a ser vista como um estado natural e separado e a criança deixou de ser tratada como um miniadulto e começou a ter valor e necessidades próprias.”(KERN, 2010, P.8)

Desde então o vestuário infantil começou a ser modificado para melhor se adaptar ao corpo infantil e houve a preocupação em separar a idade infantil da idade adulta. Os calções, camisas e vestidos perduraram até aproximadamente 1780, quando então os conjuntinhos se tornaram cada vez mais populares. Para os meninos o traje era composto de jaquetas, calças e blusas enquanto para as meninas, em vez de calças usavam saias.

Esse tipo de vestimenta se popularizou ainda mais na metade do século XIX quando a Rainha Vitória da Inglaterra encomendou para seu filho Edward um conjunto de marinheiro e logo todos estavam copiando, tanto que acabou se tornando um traje padrão entre meninos e meninas de classe média.

Figura 2: Menino vestido com uma roupa de marinheiro no final do século XIX



Crédito: Warwick Brookes. Fonte: WikimediaCommons

Outro traje que se popularizou no final do século XIX foi o *Fauntleroy*, composto por uma jaqueta preta ou azul marinho de veludo, calças e uma camisa branca com um largo colarinho de renda. (LURIE, 1997 apud KERN, 2010, p.9)

Já para as meninas desde o final do século XVIII a vestimenta era constituída de uma atmosfera romântica do tipo conto de fadas pois possuíam muitos babados.

Na realidade brasileira, Kern pontua que nos quadros e fotografias do século XIX as crianças eram retratadas sentadas e bem-comportadas, com roupas fora do cotidiano, grandes vestidos cheios de babados, meia botinha e laçarote para as meninas; calças curtas, meias e jaquetinhas para os meninos, também caracterizando uma adultização das crianças já que não há imagens das crianças realizando atividades pertinentes a sua idade. (2010, p. 10)

Figura 3: Foto de Isabel, Princesa imperial do Brasil, aos 12 anos, em 1858



Crédito: Victor Frond. Fonte: Wikimediacommons.

Figura 4: Pintura de Afonso, Príncipe Imperial do Brasil, filho mais velho de D. Pedro II, de 1846.



Crédito: Johann Moritz Rugendas. Fonte: Wikimediacommons.

3.2 Século XX

No século XX até a 1ª Guerra Mundial, a moda infantil ficou praticamente estagnada, segundo Kern, e apenas a partir do fim da Guerra que as roupas se tornaram menos elaboradas permitindo que as crianças praticassem as atividades pertinentes a sua idade.

Entretanto, os conteúdos que abordam essa temática do vestuário infantil no século XX não são muitos, deixando lacunas de informações.

Do fim da 1ª Guerra até aproximadamente o início da 2ª Guerra Mundial os meninos continuavam vestindo conjuntinhos marinheiro ou camisa com *shorts* ou calças curtas, e as meninas vestiam vestidos rodados em forma “A”, um grande laço no cabelo, e para ambos os sapatos estilo boneca. Ainda nesse período pareciam adultos em miniaturas quando reproduziam poses ou seguravam objetos típicos do universo adulto.

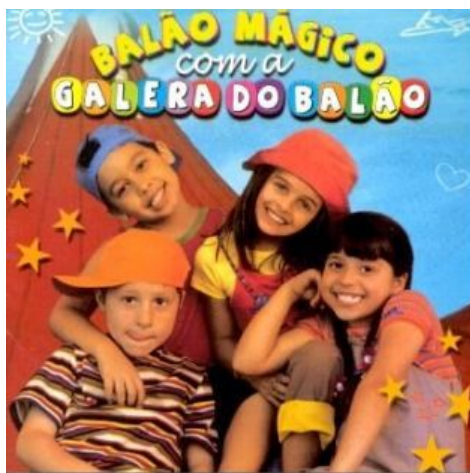
Segundo Boscarol, já no começo do século começou a se distinguir a roupa dos bebês pelo sexo, mas até década de 40 ainda era comum os pais vestirem seus filhos de até cinco anos com roupas unissex. Depois tornou-se comum para os meninos usar calças e shorts, já as meninas demoraram mais para usar essas peças, visto que não eram bem aceito pela sociedade nem que as mulheres usassem calças. Apenas a partir do meio do século XX que as mulheres começaram a usar peças bifurcadas como as calças.

A partir do final da 2ª Guerra e depois mais intensamente no final da década de 50 com a expansão da indústria da moda que o mercado infantil foi se tornando mais robusto e específico, caminhando para a moda como conhecemos hoje.

As roupas infantis foram se tornando mais confortáveis, geralmente confeccionadas em algodão, pois é um material que aguentava muitas lavagens, e no final da década de 60 com o surgimento das fibras sintéticas como poliéster e nylon essas fibras foram incorporadas ao vestuário infantil pela sua praticidade, conforto e facilidade de manutenção.

A partir da década de 70 o segmento infantil seguia as tendências de moda num geral em questões de modelagem e cores, mas com características mais inocentes como cores primárias e desenhos lúdicos.

Figura 5: Capa do álbum musical de 2002 da banda infantil Balão Mágico



Fonte: <https://www.letras.mus.br/a-turma-do-balao-magico/discografia/galera-do-balao-2002/>

Figura: Catálogo de roupas infantis da década de 70



Fonte: <https://nostalgiamoda.blogspot.com/2016/05/moda-infantil-dos-anos-70.html>

3.3 Jeanne Lanvin e a moda infantil

Jeanne-Marie Lanvin é a fundadora da *Maison Lanvin*, casa de alta costura mais antiga de Paris ainda em funcionamento, inaugurada em 1889. Nascida em Paris no dia 1 de janeiro de 1867, era de família pobre começou a trabalhar com 13 anos de idade foi aprendiz em um ateliê de chapéus.

Em 1896 deu à luz sua única filha Marguerite que veio a ser sua grande inspiração e a relação capturada em fotografia entre mãe e filha se tornou o logo da marca. Jeanne Lanvin desenhou inúmeras coleções infantis para sua filha que logo se tornaram populares, pois diferentemente das roupas do período, suas criações eram coloridas e vibrantes.

Figura 5: Foto de Jeanne e Marguerite que deu origem ao logo da *Maison Lanvin*



Fonte: <http://mundodasmarcas.blogspot.com/2016/05/lanvin.html>

Figura 6: Croquis de criações de vestuário infantil de Jeanne Lanvin



Fonte: Pinterest em <https://br.pinterest.com/pin/223491200232321226/>

4 CONTEXTO: A MODA E AS FLORES, UM CONCEITO ATEMPORAL

Moda atemporal é aquela que o tempo validou, é sempre contemporânea e nunca sai de moda. É elegante e exemplo de vestir-se bem. Adquirir o estilo atemporal torna suas escolhas mais simples, reduz descartes, economiza e te dá liberdade para ousar.

Atemporal é ser validado pelo tempo, ser único, simples, ir além das tendências do momento e não sair da moda. Ser atemporal é estar bem-vestido independentemente do ano. Logo, seu objetivo deve ser alcançar um estilo mais essencial e perene. Observe o passado, presente e projete o futuro. (PIMENTA, 2020)

Impossível falar em estilo atemporal sem pensar na estampa floral. Expressando feminilidade e atitude, as flores permitem diversas combinações e são capazes de transformar até um look mais básico em uma produção cheia de personalidade.

De todas as padronagens e estampas, as flores são as mais democráticas e atemporais: em versões mini, maxis, coloridas ou em tons sóbrios, as peças que carregam essa estamparia nunca saem de moda. (BRITO,2019)

Se tem uma estampa que nunca sai de moda, são flores. Faça chuva ou faça sol, entra estação sai estação, entra ano sai ano e lá estão elas levando beleza para as roupas. Com a chegada da primavera, então, o colorido de um tanto de espécies surge ainda mais forte como inspiração para muitos estilistas. As flores conseguem deixar vestidos, saias e blusas mais leves, femininos e atrativos.

As flores, os florais ou floridos como muitos chamam são atemporais mesmo que tenha sido usada há 15 anos atrás, ou se a mesma for usada nos dias de hoje ela ainda será bonita e atual. E para esse tipo de estampa não importa a idade ou profissão, elas são sempre bem-vindas em todos os lugares.

4.1 Segmentação de mercado

O mercado de roupas infantis cresce em média 6% ao ano, segundo a Associação Brasileira de Indústria Têxtil e de Confecção. (SEBRAE, 2019)

Segundo o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) empresas que desejam atuar no varejo da moda pode optar por atender a um nicho específico de mercado. E um deles, em ascensão no país, é o do vestuário infanto-juvenil, roupas, calçados e acessórios infanto-juvenis. Como o consumidor nessa faixa etária está em fase de crescimento, existe uma demanda constante que precisa ser atendida.

Em seis anos o volume de venda anual de produtos do segmento infantil no Brasil passou de R\$ 2,7 bilhões para R\$ 3,9 bilhões. O crescimento de 45,6% foi apurado por estudo da agência *Euromonitor* (agência inglesa que monitora e analisa as tendências de negócio e do consumidor em centenas de setores e países). Somente nos últimos dois anos a variação de crescimento foi de 8%, dado que demonstra que mesmo durante a crise o segmento manteve o fôlego. (OLIVETTE, 2019)

De acordo com dados da Associação Brasileira do Vestuário (Abravest), o setor de vestuário no Brasil é representado em 90% por micro e pequenas empresas. Ou seja, pequenos empresários comandam esse setor, fornecendo para médias e grandes redes.

O mercado de moda infantil é bem concorrido, necessitando de um diferencial na criação das peças, estando por dentro das tendências, além de usar produtos de qualidade e ter uma modelagem adaptativa para o corpo infantil que evolui rapidamente.

Com a valorização cada vez mais forte da moda na sociedade, através da presença das redes sociais, o mercado de moda infantil vem se desenvolvendo e ganhando força. Além das mães, as crianças possuem fácil acesso às mídias, tornando esse fator determinante nas compras.

O Brasil possui, aproximadamente, 200 milhões de habitantes qualificando-se como o quinto país mais populoso do mundo. Cerca de 14% crianças de 0 a 14 anos,

segundo o último estudo feito pelo Observatório da Criança e do Adolescente, da Fundação ABRINQ – Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos, em 2017.

Através da observação desses dados, dá-se como satisfatório o investimento no mercado infantil, focando em tendências atuais das mídias e o que as crianças consomem através delas, desenvolvendo o interesse na aplicação da marca.

4.2 Segmentação de público-alvo

Segundo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), para ter mais chance de alcançar a liderança do mercado, é preciso analisar quem são seus compradores, e segmentá-los, analisando seu público-alvo.

A segmentação para a coleção Magia das Flores, são meninas de 4 a 10 anos com referência feminina vaidosa e preocupada com o bem-estar. A família é composta por pais com idade entre 20 e 50 anos e renda familiar estimada entre R\$1.200,00 à R\$3.500,00. Crianças 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, ir ao *shopping*, cinema, sair para comer lanche, se divertir, 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 deles com peças confortáveis e que ofereçam algum diferencial estético. Como as crianças exercem papel fundamental sobre os pais, eles estão sempre de olho no que elas estão escolhendo e provando.

4.2.1 Pesquisa de público-alvo

A pesquisa de mercado realizada através do *Google Forms*, distribuída via rede sociais às pessoas que possuem um ou mais filhos com a finalidade de avaliar as necessidades do público-alvo.

O questionário obteve 70 respostas para o total de 10 perguntas, sendo elas:

- 1- Quantos anos você tem?
- 2- Qual o gênero do(s) seu(s) filho(s)?
- 3- Quantos filhos você tem?
- 4- Quantos anos possui(em) seu(s) filho(s)?
- 5- Seus filhos se interessam em comprar as próprias roupas?
- 6- Quando você vai comprar roupas para seu(s) filho(s) você costuma levá-lo(s)?
- 7- O que você leva em consideração para comprar roupas para seu(s) filho(s)?
- 8- Qual a sua maior dificuldade na hora de comprar roupas para seu(s) filhos(s)?
- 9- Peças multifuncionais é uma opção na hora da compra?
- 10- Na sua opinião, é fácil encontrar roupas infantis diferenciadas e acessíveis?

As respostas completas, assim como os gráficos, podem ser encontradas no Apêndice I – Pesquisa de Público-alvo.

Sucintamente, conclui-se que 38,6% responderam que tem idade entre 30 a 40 anos, enquanto que 10% tem menos de 20 anos.

Na pergunta número dois, 51,4% tem 2 filhos e 17,1% têm 3 filhos. Em questão de gênero, 95,7% são filhas meninas. Já na idade, a porcentagem maior foi de 64,4% com idade entre 8 a 10 anos, a menor porcentagem foi de 4,3% com menos de 2 anos.

Um pouco mais da metade das respostas, 50,7%, afirmam que seus filhos se interessam em comprar suas próprias roupas, já para 18,8% se interessam as vezes. Com isso, 68,6% disseram que saem para levar seus filhos juntos na hora de comprar roupas para eles e 25,7% disseram que as vezes.

A maioria dos pais, 85,7%, levam em consideração o conforto na hora de escolher uma roupa para as crianças, e 20% preferem a beleza.

Na pergunta onze, 68,6% afirmam que tem dificuldade em achar roupas infantis com o tamanho certo e com qualidade. 60% preferem que as roupas sejam funcionais.

Por fim, na última questão, a maioria, 82,9% responderam que não têm facilidade de encontrar roupas acessíveis e diferenciadas.

Com isso, conclui-se o motivo da segmentação do público-alvo ser escolhida para a marca Pink & Blue.

5 GESTÃO DA MARCA

A Gestão de marca, também conhecido como *Branding*, é a definição de características, qualidades e estratégias que uma empresa deve ter para que ela se torna desejável e memorável para seus clientes e para o público em geral (SULZ, 2019).

5.1 Identidade da marca

A marca Pink & Blue foi criada em 2014, e desde então vem trabalhando com o segmento infantil feminino.

Depois de 7 anos trabalhando com peças aleatórias, a marca lança sua primeira coleção com um público específico que vai do tamanho 4 ao 10.

Uma marca que tem um estilo criativo e alegre, com modelagens e peças confortáveis e que se adequa perfeitamente a esse público.

A marca foi pensada e criada pela proprietária por sua paixão pelo infantil, e para atender as principais necessidades do público-alvo com enfoque no conforto e bem-estar dessa turminha que cada vez mais estão envolvidas com a moda.

A marca Pink & Blue está ligada ao conceito do produto e ao segmento infantil feminino. A ideia é a relação com algo alegre, colorido, delicado, feminino, buscando assim a delicadeza da infância, trazendo um mundo cheio de amor.

5.2 Identidade visual da marca

Elaboração de logotipo, *tags*, etiquetas, embalagens, adesivos todos desenvolvidos de acordo com o logotipo e nome da marca, a fim de transmitir a essência que a marca quer passar, alegria.

As cores escolhidas são devido ao nome da marca, rosa e azul. A imagem da garota com laços divertidos representando o infantil foi desenhada a mão pela autora e transferida para o computador para que fosse feita em arte digital.

Todos as artes foram passadas para o programa CorelDraw, criando a comunicação visual da Pink & Blue, apresentadas nas figuras a seguir.

Figura 7: Logo Pink & Blue



Fonte: Acervo da autora

Figura 8: Tag da marca Pink & Blue frente e verso



Fonte: Acervo da autora

Figura 9: Adesivos para embalagem de Pink & Blue



Fonte: Acervo da autora

Figura 10: Etiqueta da marca Pink & Blue



Fonte: Acervo da autora

Figura 11: Embalagens da marca Pink & Blue: à esquerda a sacola e à direita papel seda



Fonte: acervo da autora

Figura 12: Caixa personalizada da marca



Fonte: acervo da autora

5.3 Missão, Visão, Valores

A missão, visão e valores é um recurso poderoso para que empreendedores consigam planejar negócios diferenciados, atrair colaboradores engajados e se orgulhar de seu trabalho. (SEBRAE, 2019)

Por tanto a Pink & Blue tem como missão proporcionar melhores produtos com excelência no atendimento e total transparência com seus clientes, fornecedores e colaboradores.

Sendo assim as três definições citadas abaixo servem como direcionamento para todas as decisões da empresa:

- Missão: Nossa missão é proporcionar aos clientes os melhores produtos de moda infantil, que tenham qualidade, conforto, durabilidade e bom gosto.
- Visão: É ser uma excelente empresa reconhecida nacionalmente pelo atendimento e a satisfação de seus clientes.
- Valores: Éticos, respeito, confiança, honestidade, transparência tanto com os clientes como com seus fornecedores e parceiros.

5.4 Relação com o meio ambiente

As roupas infantis não têm um impacto muito grande no meio ambiente por serem peças pequenas, os retalhos de tecidos que sobram são reaproveitados para fazer detalhes nas roupas, aplicações e bordados.

Outra maneira de aproveitamento dos retalhos é fazer acessórios para cabelo, como flor de fuxico, flor de tecido ou até mesmo o estilo *patch* aplique bordado a mão ou na máquina, acessórios para cabelo como tiaras, faixas e *xuxinhas* e *scrunchies*.

Além disso a vida útil das roupas infantis não é curta, tendo em vista que as crianças crescem rápido e as roupas ainda ficam em bom estado de conservação, onde muitas vezes são doadas, outras vendidas para brechós ou até mesmo usadas por outros membros da família.

Sendo assim as preocupações com a sustentabilidade do planeta são reduzidas, peças da marca Pink & Blue segue sendo confeccionadas cumprindo o seu papel e colaborando com o meio ambiente cada vez mais com o mínimo de uso de desperdício de matéria-prima.

5.5 Canais de divulgação

Canais de divulgação são plataformas *on-line* usadas para impulsionar a imagem de uma empresa no mercado, levando-a para o maior número de pessoas possível. Cada uma dessas mídias digitais possuem objetivos, públicos e linguagens diferentes e, por isso, é necessário saber usá-las da forma certa. (MPI, 2019)

Dessa forma, a divulgação da marca Pink & Blue será através do Instagram. Para uma boa divulgação é primordial escolher um local adequado com iluminação perfeita para tirar as fotos dos produtos e da modelo, assim como cenário que condiz com a coleção.

A página oficial da marca pode ser encontrada no *Instagram* através do usuário @pinkblue.moda.

5.6 Aplicação do Canvas

Business Model Generation, conhecido como Canvas, é uma metodologia criada pelo suíço Alex Osterwalder em meados dos anos 2000, em sua tese de doutorado na *HEC Lausanne*, com colaborações de Yves Pigneur. (MOTA, 2019)

Esse modelo possibilita criar negócios aos empreendedores, analisando: proposta de valor, parcerias, recursos, relacionamento com clientes, segmentos de clientes, canais de distribuição, custos e fluxo de receitas. Os nove componentes cobrem as quatro principais áreas de um negócio: clientes, oferta, infraestrutura e viabilidade financeira (MOTA, 2019). Com esse conceito apresentado, Pink & Blue, aplicou esse método na empresa, preenchendo o Canvas, conforme a tabela 1.

Tabela 1: *Business Model/Canvas* da Pink & Blue

<u>Parceiros chave</u>	<u>Atividades chave</u>	<u>Oferta de valor</u>	<u>Relacionamento com o cliente</u>	<u>Segmentos de clientes</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Loja de tecidos • Loja de aviamentos • Fornecedores de etiquetas, embalagens e tags • Sites parceiros • Transportadoras • Correios 	<ul style="list-style-type: none"> • Criar novos modelos • Pesquisar tendências • Criar conteúdo para redes sociais 	<ul style="list-style-type: none"> • Acabamento perfeito • Qualidade • Durabilidade • Modelos impecáveis • Confortáveis • Comodidade • Agilidade 	<ul style="list-style-type: none"> • Redes Sociais • Anúncios • Telefone • Interações (sorteios, brindes) 	<ul style="list-style-type: none"> • Gostam de conforto • Gostam de perfeição • Durabilidade • Design • Lojistas
	<p><u>Recursos chave</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelista • Cortador • Costureira • Hospedagem do site • Entregador/recebedor 		<p><u>Canais de vendas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Loja Online • Redes Sociais 	
<p>Fontes de custo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fornecedores parceiros de: Água, Luz e Internet • Aviamentos • Tecidos • Embalagens • Etiquetas • Tags • Modelista • Cortador • Costureira • Propaganda • Envios de mercadorias 			<p>Fontes de receitas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Loja virtual • Boleto bancário • Cartão de crédito • Transferência Bancária • Parcerias • Investimentos 	

6 PROJETO DE COLEÇÃO

O processo de desenvolvimento da coleção apresentada no presente trabalho, será descrito nos seguintes tópicos deste capítulo. A partir do estudo desenvolvido, o projeto de coleção apresenta o seguinte *briefing*, o qual será explicado passo a passo nos tópicos a seguir:

- Nome: Coleção Magia das Flores.
- Linha/Segmento: Vestuário infantil feminino de 4 a 10 anos.
- Temática: Flores.
- Local de uso: Passeio, festinhas.
- Estação: Verão/alto verão 2021.
- Diferencial: Recortes e detalhes coloridos nas peças.
- Pontos positivos: A utilização dos retalhos como forma de agregar a criatividade e evitar desperdícios, contribuindo para a preservação do meio ambiente.
- Pontos negativos: Dessa forma de reutilizar e não desperdiçar, não há pontos negativos.
- Diferencial: A criatividade de usar sobras dos retalhos para fazer peças com recortes, detalhes como forma de diferenciação dos produtos e a utilização de retalhos para fazer acessórios para cabelo e até mesmo para aplicação nas peças e nos próprios acessórios.
- Público: Classe C.

6.1 Tema da coleção

O tema da coleção foi escolhido depois de uma pesquisa de campo, ou seja, depois de conversar com as mães e com as próprias crianças, observando como as crianças se vestem, o que elas gostam de usar, as cores, as estampas, o estilo e assim sucessivamente.

Diante de todas essas informações coletadas tanto faladas como as visualizadas, a conclusão é que as crianças adoram flores e as mães dizem que estampas florais nunca saem de moda e não tem como errar nessa escolha.

Logo as crianças são o público-alvo que Pink & Blue almeja alcançar, entretanto o público-comprador são as mães, por isso a escolha do tema deste trabalho (A moda infantil e o floral, uma tendência atemporal) e do nome da coleção (Magia das Flores) tem tudo a ver com esses dois públicos.

6.1.1 *Release* da Coleção

Um *release* é um comunicado feito para o público, uma declaração escrita e distribuída para diversos meios de comunicação. É destinado como um tipo de anúncio do lançamento do produto. Para a coleção Magia das Flores, fez-se um poema com o objetivo de transmitir o valor que a coleção terá, o poema é descrito abaixo.

MAGIA DAS FLORES

A Pink & Blue apresenta neste alto-verão,

A mais linda e encantadora coleção!

Trazendo as “flores” para alegrar seu coração!

Muito colorido vai encontrar.

Pra vestir e se animar!

Roupas lindas não vão faltar

Pra você que gosta de passear!

Muitas novidades virão,

Nessa maravilhosa coleção.

Venha com a gente arrasar,

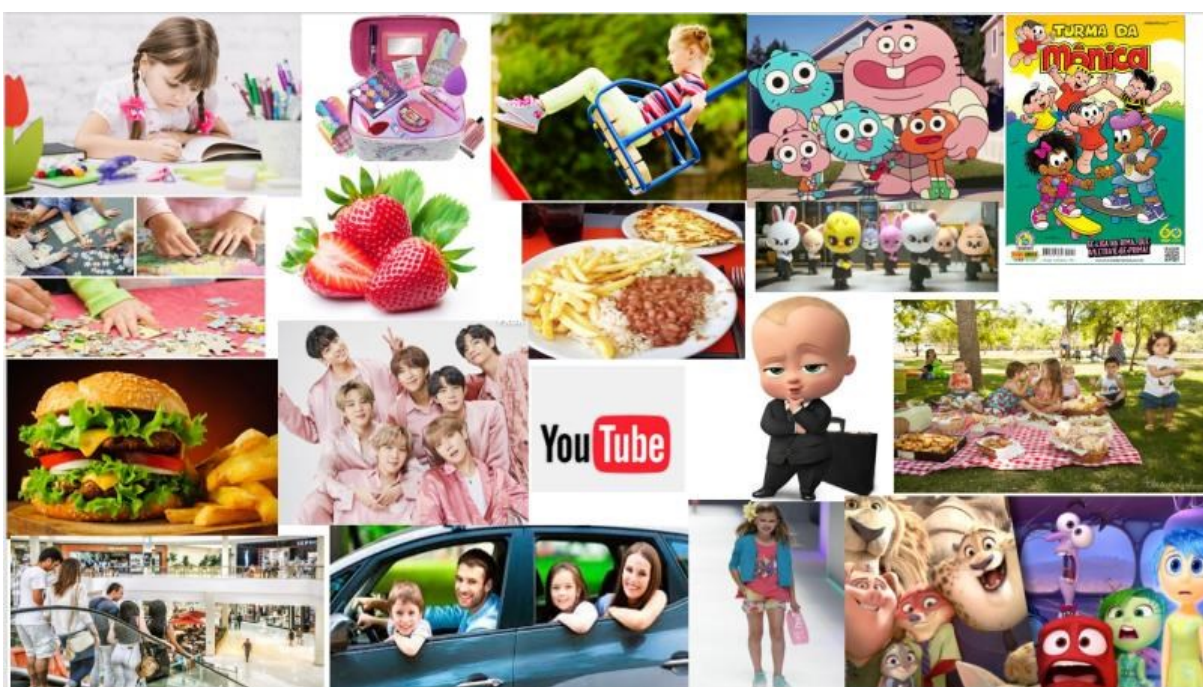
Escolha seu look, você vai amar.

6.2 Painel de *Lifestyle*

O Painel *Lifestyle* é onde reúne o conjunto de atitudes, valores, preferências e hábitos associados a uma pessoa ou um grupo, a fim de concentrar características e valores desse grupo para melhor visualização.

Na figura abaixo, é apresentado o painel *lifestyle* da presente coleção, realizado com uma colagem de foto das preferências da persona estudada.

Figura 13: Painel *lifestyle* da coleção Magia das Flores



Fonte: Acervo da autora

6.3 Painel de *Ambiência*

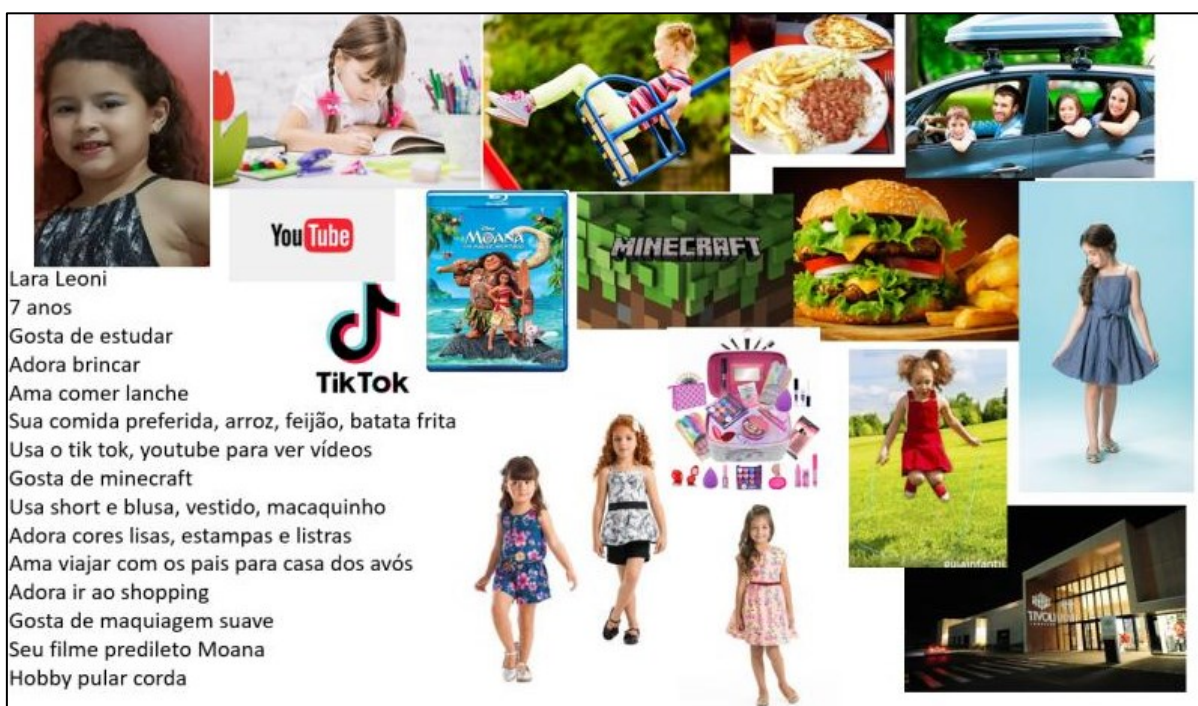
O Painel de *Ambiência*, *moodboard* ou de referências, é composto por uma colagem de imagens que expressem claramente o conceito da coleção que está sendo estudada, comunicando as cores, os materiais, as texturas, as formas e outras informações importantes para facilitar o design dos produtos, apresentado na imagem a seguir.

Gosta de estudar, viajar com seus pais para casa dos avós, brincar e ir ao *shopping*, seu *hobby* é pular corda. Gosta de comer lanche, sua comida preferida é arroz, feijão, bife e batata frita, usa maquiagem suave, seu filme favorito é Moana, usa o *Youtube* e *TikTok* para ver vídeos, gosta de jogar *Minecraft*.

Gosta de usar shorts, blusas de vários modelos, macaquinhos e vestidos, adora roupas de cores lisas, estampadas e listradas. Seus pais costumam comprar roupas direto na loja física, mas antes pesquisam nas redes sociais, costumam comprar roupas de 5 em 5 meses.

A renda da família é de mais ou menos 5 mil reais, a mãe é do lar e o pai é proprietário de uma oficina mecânica de médio porte. Em seguir, foi feita um painel da persona para melhor visualização, apresentado a seguir:

Figura 15: Painel de Persona



Fonte: Acervo da autora

6.5 Cartela de Materiais

Quando falamos em tecidos muitas são as variedades, entretanto considera-se que ele é proveniente de fios e fibras, podendo ser: natural, sintética e artificial. O

tecido é o ponto chave para a criação de vestuário, pois ele dá vida às criações e possibilita que as ideias saiam do papel.

A escolha certa dos tecidos é fundamental para a confecção das peças. A partir das escolhas das peças é que foi definido os tipos de tecidos para a criação dessa coleção, sendo eles apresentados na imagem a seguir.

Figura 16: Cartela de materiais



Sarja Leve Jade, Pink e Preta
97% Algodão 3% Elastano
Largura 1,45 cm
Gramatura 195 g/m²



Viscose Estampada
96% Viscose 4% Elastano
Largura 1,65 cm
Gramatura 205 g/m²
Rendimento 2,96 g/kg



Visco lycra Jade, Pink e Preta
96% Viscose 4% Elastano
Largura 1,80 cm
Gramatura 210 g/m²
Rendimento 2,65 mt/kg



Poly Malha Estampada Rosa
96% Poliéster 4% Elastano
Largura 1,80 cm
Gramatura 200 g/m²
Rendimento 2,78 m/kg

Fonte: Acervo da autora

A cartela de aviamentos da coleção, representada na figura 17, contém tudo que será utilizado nas peças, materiais nominados e com imagens de referência, assim, tem-se uma melhor observação do conjunto como um todo.

Figura 17: Cartela de aviamentos utilizados na coleção

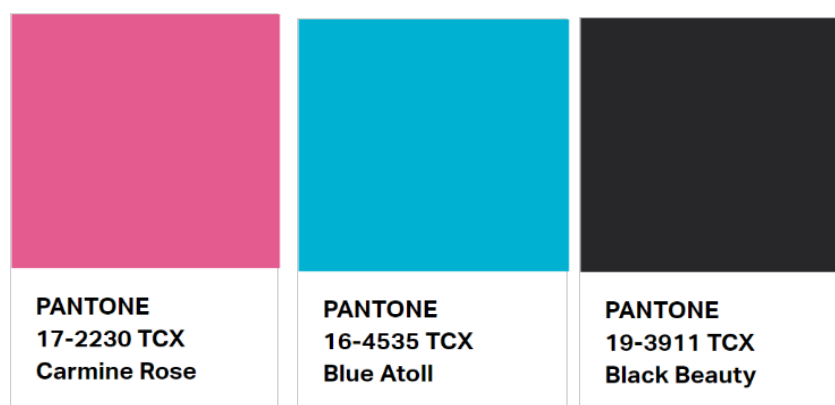


Fonte: acervo da autora

6.6 Cartela de Cores

As cores utilizadas na Coleção Magia das Flores foram principalmente rosa *pink*, azul ciano e preto, que segundo a escala Pantone, são definidas pelos seguintes nomes e códigos abaixo.

Figura 18: Cores Pantone



Fonte: pantone.com/color-finder

6.7 Mix de Produtos

Mix de produtos é o conceito utilizado para indicar a variedade ofertada por uma empresa ao mercado. Ou seja, a variedade de produtos, amplo e bem

segmentado proporciona uma maior abrangência no mercado, podendo atingir diversos segmentos e setores. (PAULILLO, 2020)

Após o estudo do público-alvo, o estoque da coleção Magia das Flores da marca ficou o seguinte:

Tabela 2: Mix de Produtos

	MALHA ESTAMPADA	MALHA ESTAMPADA/LISA	PLANO LISO	PLANO ESTAMPADO	TOTAL
BLUSA PEPLUM ESTAMPADA/LISA		4			4
BLUSA PEPLUM ESTAMPADA	4				4
BLUSA CAVA AMERICANA	4				4
TOP CIGANINHA				4	4
VESTIDO COM RECORTES	4	4			4
MACAQUINHO CAVA AMERICANA	4				4
SHORTS CÓS ANATÔMICO			12		12
TOTAL:					40

Fonte: Acervo da autora

7 PLANIFICAÇÃO DE CUSTOS

O total dos custos de um projeto é a somatória de todos os recursos necessários para executar as atividades previstas no projeto expressos em unidade monetária.

Eles formam as saídas do fluxo de caixa e são usadas juntos com os ganhos obtidos pelo projeto (que são as entradas do fluxo de caixa) para formar o fluxo de caixa e determinar a viabilidade do projeto. (MONTES, 2020)

Com isso, a marca propôs fazer uma planificação dos custos utilizados, tanto fixos quanto o custo unitário de cada produto da coleção Magia das Flores, para obter o controle do fluxo de caixa.

7.1 Custos operacionais

Custo operacional é todo recurso financeiro que a empresa gasta para manter o negócio funcionando, ou seja, é o valor em reais empregado no ciclo operacional. Pink & Blue, por ser uma empresa categorizada MEI, e localizada na casa da proprietária, os custos operacionais são:

Tabela 3: Custos operacionais Pink & Blue

	Material / insumos usados	Total (R\$)
1	MEI	R\$ 61,00
2	INTERNET	R\$ 60,00
3	ÁGUA	R\$ 17,50
4	ENERGIA	R\$ 100,00
		TOTAL: 238,50

Fonte: Acervo da autora

7.2 Ficha de custo dos produtos

Nesse tópico, realizou-se a soma das despesas e insumos utilizados em cada um dos produtos da coleção Magia das Flores, indicando-os em formato de tabela para uma visualização prática.

Tabela 4: Custo da confecção do Shorts

	Material/insumos usados	Qtde.	Custo Unit. (R\$)	Total (R\$)
1	TECIDO	0,80 metros	22,00/metro	17,60
2	MOLDE	1 unidade	5,00	5,00
3	CORTE	1 unidade	1,00	1,00
4	COSTURA	1 unidade	10,00	10,00
5	ETIQUETA COMPOSIÇÃO	1 unidade	0,05	0,05
6	ETIQUETA MARCA	1 unidade	0,10	0,10
7	ZÍPER	1 unidade	0,30	0,30
8	BOTÃO	1 unidade	0,30	0,30
Total				34,35

Fonte: Acervo da autora

Tabela 5: Custo da confecção do Macaquinho

	Material/insumos usados	Qtde.	Custo Unit. (R\$)	Total (R\$)
1	TECIDO	0,90 metros	26,75/metro	29,72
2	MOLDE	1 unidade	5,00	5,00
3	CORTE	1 unidade	0,70	1,00
4	COSTURA	1 unidade	3,50	3,50
5	ETIQUETA COMPOSIÇÃO	1 unidade	0,05	0,05
6	ETIQUETA MARCA	1 unidade	0,10	0,10
7	ELÁSTICO	60 cm	1,00 / metro	0,60
Total				46,47

Fonte: Acervo da autora

Tabela 6: Custo da confecção do Vestido com recortes

	Material/insumos usados	Qtde.	Custo Unit. (R\$)	Total (R\$)
1	TECIDO	0,90 metros	26,75/metro	29,72
2	MOLDE	1 unidade	5,00	5,00
3	CORTE	1 unidade	0,70	1,00
4	COSTURA	1 unidade	3,50	3,50
5	ETIQUETA COMPOSIÇÃO	1 unidade	0,05	0,05
6	ETIQUETA MARCA	1 unidade	0,10	0,10
Total				45,87

Fonte: Acervo da autora

Tabela 7: Custo da confecção do Top Ciganinha

	Material/insumos usados	Qtde.	Custo Unit. (R\$)	Total (R\$)
1	TECIDO	0,60 metros	26,00/metro	15,60
2	MOLDE	1 unidade	5,00	5,00
3	CORTE	1 unidade	0,70	1,00
4	COSTURA	1 unidade	3,50	3,50
5	ETIQUETA COMPOSIÇÃO	1 unidade	0,05	0,05
6	ETIQUETA MARCA	1 unidade	0,10	0,10
7	ELÁSTICO	1,20 metros	1,00 / metro	2,00
Total				33,75

Fonte: Acervo da autora

Tabela 8: Custo da confecção da Blusa Peplum

	Material/insumos usados	Qtde.	Custo Unit. (R\$)	Total (R\$)
1	TECIDO	0,60 metros	26,75/metro	16,05
2	MOLDE	1 unidade	5,00	5,00
3	CORTE	1 unidade	0,70	1,00
4	COSTURA	1 unidade	3,00	3,00
5	ETIQUETA COMPOSIÇÃO	1 unidade	0,05	0,05
6	ETIQUETA MARCA	1 unidade	0,10	0,10
Total				32,20

Fonte: Acervo da autora

Tabela 9: Custo da confecção da blusa cava americana

	Material/insumos usados	Qtde.	Custo Unit. (R\$)	Total (R\$)
1	TECIDO	0,50 metros	26,75/metro	13,40
2	MOLDE	1 unidade	5,00	5,00
3	CORTE	1 unidade	0,70	1,00
4	COSTURA	1 unidade	2,00	2,00
5	ETIQUETA COMPOSIÇÃO	1 unidade	0,05	0,05
6	ETIQUETA MARCA	1 unidade	0,10	0,10
Total				29,55

Fonte: Acervo da autora

8 PLANIFICAÇÃO DA COLEÇÃO

8.1 Croquis

Os croquis da coleção foram desenhados à mão pela autora, pintados com lápis de cor e usada a técnica de colagem para implementar a caracterização do infantil, usando retalhos de tecidos no lugar das roupas, indicando o tecido e a estampa. Ao todo são 8 croquis, indicados abaixo.

Figura 19: Croqui Modelo Maria Ester



Fonte: Acervo da autora

Figura 20: Croqui Modelo Francielly



Fonte: Acervo da autora

Figura 21: Croqui Modelo Thais



Fonte: Acervo da autora

Figura 22: Croqui Modelo Lara



Fonte: Acervo da autora

Figura 23: Croqui Modelo Thaíssa



Fonte: Acervo da autora

Figura 24: Croqui Modelo Francielly



Fonte: Acervo da autora

Figura 25: Croqui Modelo Thaís



Fonte: Acervo da autora

Figura 26: Croqui Modelo Thaíssa



Fonte: Acervo da autora

8.2 Ficha Técnica

A ficha técnica para confecção de roupas é um recurso de comunicação entre as etapas do ciclo produtivo da peça, serve não só para facilitar e evitar erros em todo o processo de produção do modelo, mas também para a organização. (ALEIXO, 2019)

Abaixo classificam-se as fichas técnicas e os moldes de todos os produtos da coleção Magia das Flores.

Tabela 10: Ficha técnica Blusa Peplum Estampada e Lisa

REFERÊNCIA:002	PRODUTO: Blusa Peplum Estampada e Lisa
ESTILISTA: Fátima	COLEÇÃO: Magia das Flores
MARCA: Pink & Blue	TECIDOS/COMPOSIÇÃO: Poly Malha 96% PES
GRADE: 4 ao 10	4% PUE, viscolycra 96% CV 4% PUE
MODELISTA: Conceição	FORNECEDOR: J K Tecidos
	TAMANHO: 10

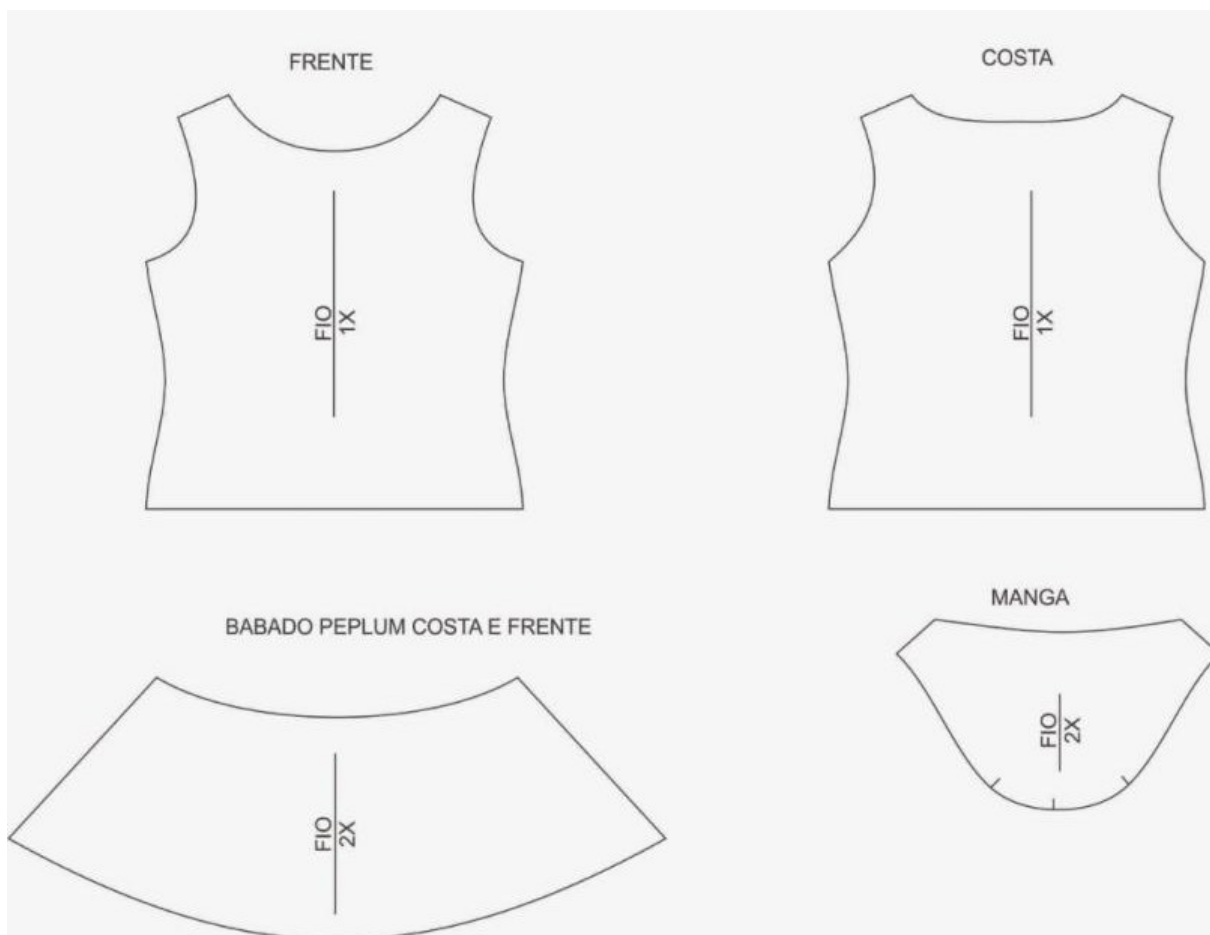
FRENTE	COSTA
<p>ETIQUETA MARCA</p> <p>OMBRO</p> <p>DECOTE FRENTE VIÉS 3 CM</p> <p>FRANZIDO</p> <p>MANGA</p> <p>BARRA 1,5 CM</p> <p>LATERAL</p> <p>COSTURA DO CORPO COM BABADO</p> <p>BABADO PEPLUM FRENTE</p> <p>BARRA 1,5CM</p>	<p>OMBRO</p> <p>DECOTE COSTA VIÉS 3 CM</p> <p>FRANZIDO</p> <p>MANGA</p> <p>BARRA 1,5 CM</p> <p>LATERAL</p> <p>COSTURA DO CORPO COM BABADO</p> <p>BABADO PEPLUM COSTA</p> <p>BARRA 1,5CM</p>

FLUXO OPERACIONAL

FLUXO OPERACIONAL DA REFERÊNCIA: 002 Estampada e Lisa	PRODUTO: Blusa Peplum	TEMPO	MÁQUINA
1- Franzir as mangas		4 min.	Reta
2- Fechar os ombros e deixar aberto 1 cm para passar viés lado esquerdo		1 min.	Overloque
3- Pregar as mangas		4 min.	Overloque
4- Fechar as laterais da parte de cima da blusa		3 min.	Overloque
5- Fechar as laterais do babado peplum		2 min.	Overloque
6- Unir o babado na parte de cima da blusa		4 min.	Overloque
7- Passar o viés no decote da blusa		2 min.	Galoneira
8- Fechar o lado esquerdo onde ficou aberto para passar o viés		2 min.	Overloque
9- Fazer a barra das mangas 1,5 cm		3 min.	Galoneira
10-Fazer a barra do babado peplum 1,5 cm		4 min.	Galoneira
11-Pregar etiqueta de marca nas costas da blusa		2 min.	Reta

Fonte: Acervo da autora

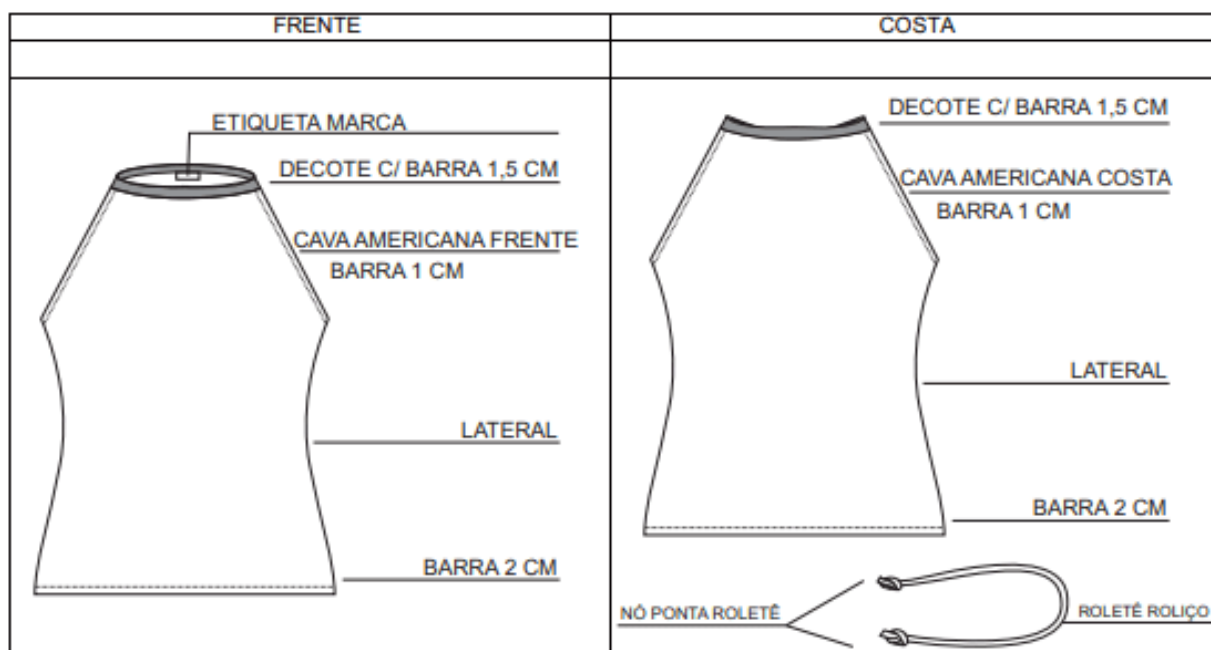
Figura 27: Modelagem Blusa Peplum



Fonte: Acervo da autora

Tabela 11: Ficha técnica Blusa Cava Americana

REFERÊNCIA: 003	PRODUTO: Blusa Cava Americana
ESTILISTA: Fátima	COLEÇÃO: Magia das Flores
MARCA: Pink & Blue	TECIDOS/COMPOSIÇÃO: Poly Malha 96% PES
GRADE: 4 ao 10	4% PUE
MODELISTA: Conceição	FORNECEDOR: J K Tecidos
	TAMANHO: 10

**FLUXO OPERACIONAL**

FLUXO OPERACIONAL DA REFERÊNCIA: 003	PRODUTO Blusa cava Americana	TEMPO	MÁQUINA
1- Fechar as laterais e colocar a etiqueta de composição do lado esquerdo		2 min.	Overloque
2- Fechar o roletê para amarrar no pescoço		2 min	Overloque
3- Fazer a barra nas cavas 1 cm		4 min.	Galoneira
4- Fazer a barra na parte de baixo da blusa 2 cm		2 min.	Galoneira
5- Fazer a barra no decote frente e costa 1,5 cm		4 min.	Reta
6- Pregar a etiqueta de marca nas costas da blusa		2 min.	Reta
7-			
8-			
9-			
10-			

Fonte: Acervo da autora

Figura 28: Modelagem Blusa Cava Americana

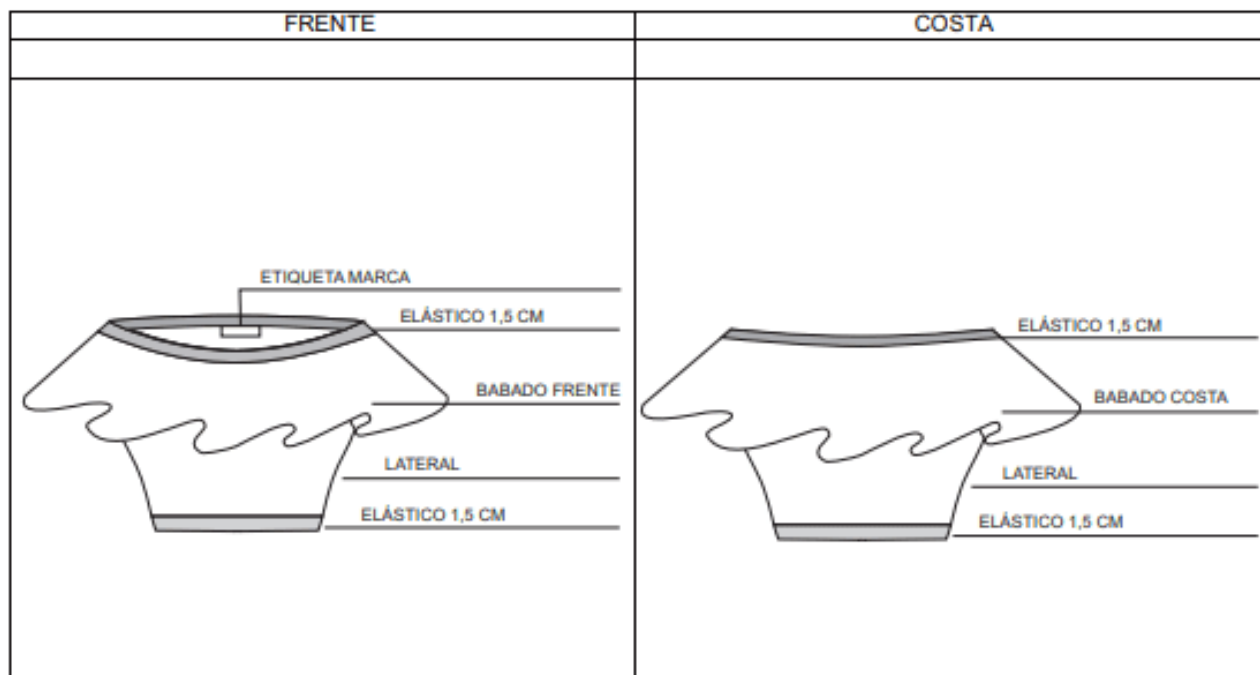


Fonte: Acervo da autora

Tabela 12: Ficha Técnica Top Ciganinha

REFERÊNCIA: 004
ESTILISTA: Fátima
MARCA: Pink & Blue
GRADE: 4 ao 10
MODELISTA: Conceição

PRODUTO: Top Ciganinha
COLEÇÃO: Magia das Flores
TECIDOS/COMPOSIÇÃO: Viscose 96% CV 4% PUE
FORNECEDOR: Tecidos Lua Nova
TAMANHO: 10



FLUXO OPERACIONAL

FLUXO OPERACIONAL DA REFERÊNCIA: 004	PRODUTO: Top Ciganinha	TEMPO	MÁQUINA
1- Fechar as laterais do top e colocar etiqueta de composição do lado esquerdo		2 min.	Reta
2- Fechar as laterais do babado		1 min.	Reta
3- Overlocar as laterais do top		2 min.	Overloque
4- Overlocar as laterais do babado		1 min.	Overloque
5- Fazer barra lenço nas cavas do top		4 min.	Reta
6- Fazer barra lenço no babado		7 min.	Reta
7- Pregar o babado na frente e costas do top		3 min.	Reta
8- Fazer barra de 1,5 cm ombro a ombro para passar o elástico de 1 cm		7 min.	Reta
9- Fazer a barra de 2 cm para passar o elástico 1,5 cm		4 min.	Reta
10- Pregar a etiqueta de marca nas costas do top		2 min.	Reta

Fonte: Acervo da autora

Figura 29: Modelagem Top Ciganinha

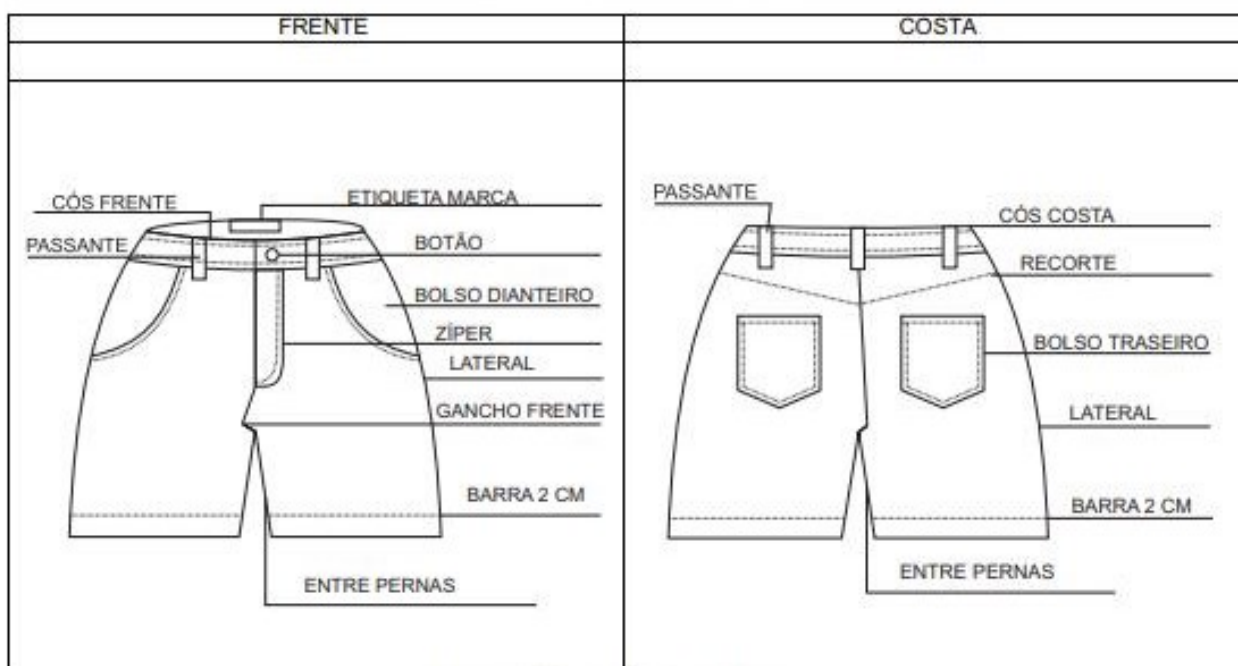


Fonte: Acervo da autora

Tabela 13: Ficha técnica Short Cós Anatômico

REFERÊNCIA: 005
ESTILISTA: Fátima
MARCA: Pink & Blue
GRADE: 4 ao 10
MODELISTA: Conceição

PRODUTO: Short Cós Anatômico
COLEÇÃO: Magia das Flores
TECIDOS/COMPOSIÇÃO: Sarja Leve 97% CO 3% PUE
FORNECEDOR: Tecidos Aliança
TAMANHO: 10

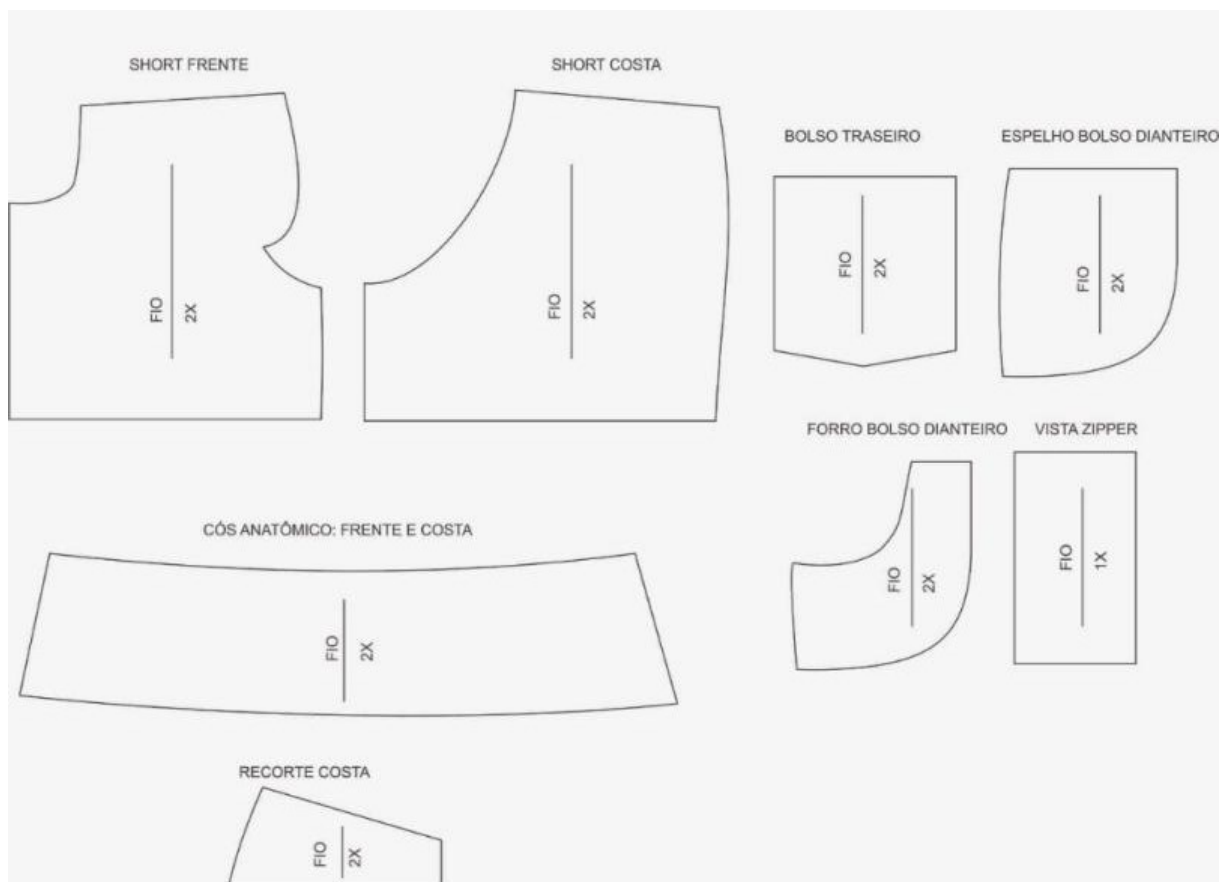


FLUXO OPERACIONAL

FLUXO OPERACIONAL DA REFERÊNCIA: 005	PRODUTO: Short cós anatomico	TEMPO	MÁQUINA
1- Overlocar as vistas do zíper, bolso costa e gancho frente de cada lado		4 min.	Overloque
2- Pregar o zíper na frente do short e já fazer os passantes com um pesponto		20 min.	Reta
3- Montar os bolsos frente e costa no short e fazer pesponto duplo		15 min.	Reta
4- Overlocar em volta dos bolsos frente para fechar		2 min.	Overloque
5- Pregar os recortes nas costas do short e montar o cós		5 min.	Reta
6- Overlocar os recortes pregados nas costas		2 min.	Overloque
7- Pespontar os recortes costa com pesponto duplo		3 min.	Reta
8- Fechar o gancho costa na overloque		1 min.	Overloque
9- Passar a reta no gancho costa e frente e fazer o pesponto duplo		5 min.	Reta
10-Fechar as laterais e colocar etiqueta de composição, fechar entrepernas		5 min.	Reta
11-Overlocar as laterais, o entrepernas e a barra do short		3 min.	Overloque
12-Pregar o cós no short e pespontar em toda volta com um pesponto		10 min.	Reta
13-Colocar os passantes, etiqueta de marca nas costas e fazer a barra com 2 cm		15 min.	Reta

Fonte: Acervo da autora

Figura 30: Modelagem Shorts Cós Anatômico

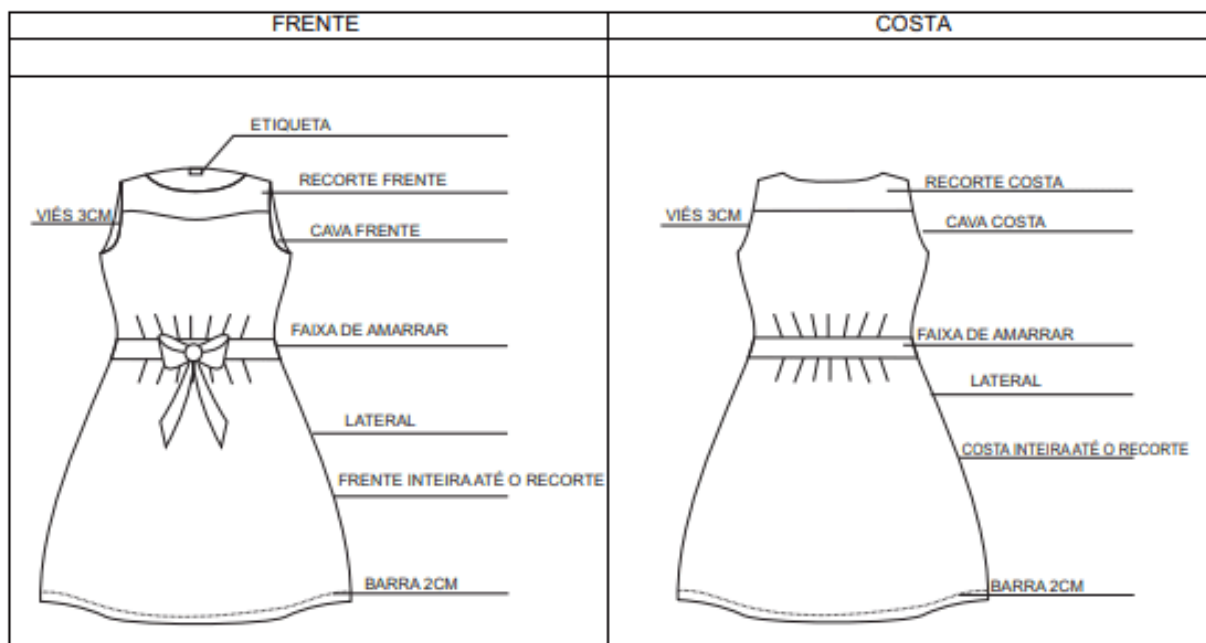


Fonte: Acervo da autora

Tabela 14: Ficha técnica Vestido com recortes

REFERÊNCIA: 006
ESTILISTA: Fátima
MARCA: Pink & Blue
GRADE: 4 ao 10
MODELISTA: Conceição

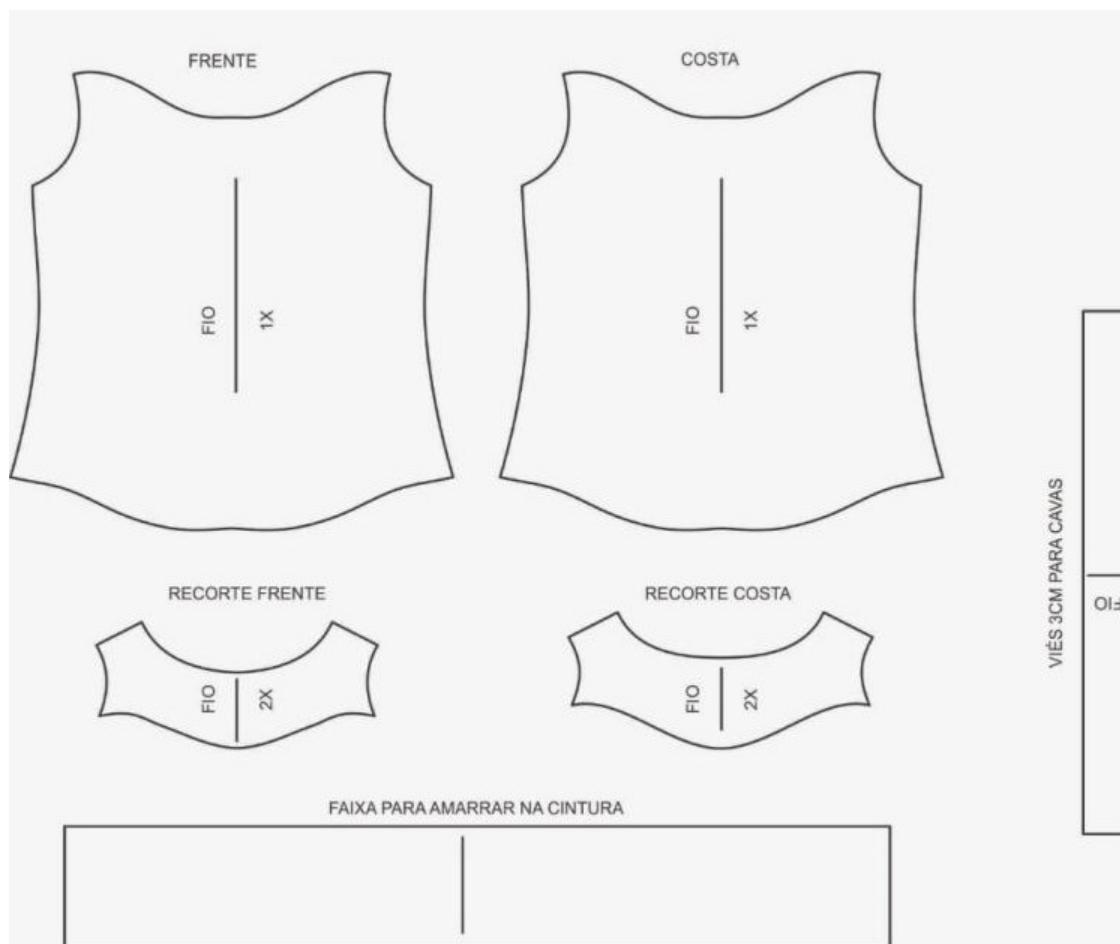
PRODUTO: Vestido com recortes
COLEÇÃO: Magia das Flores
TECIDOS/COMPOSIÇÃO: Poly Malha 96% PES 4% PUE, Viscolycra 96% CV 4% PUE
FORNECEDOR: J K Tecidos
TAMANHO: 10



FLUXO OPERACIONAL

FLUXO OPERACIONAL DA REFERÊNCIA: 006	PRODUTO: Vestido com recorte	TEMPO	MÁQUINA
1- Fechar as laterais colocando etiqueta de composição lado esquerdo		4 min.	Overloque
2- Montar os recortes da frente e costa		6 min.	Overloque
3- Passar o viés nas cavas		3 min.	Galoneira
4- Pregar o recorte na frente e costa do vestido		6 min.	Overloque
5- Fechar a faixa/cinto de amarrar na cintura		3 min.	Overloque
6- Fazer a barra do vestido 2 cm		4 min.	Galoneira
7- Pregar etiqueta de marca nas costas do vestido		2 min.	Reta
8-			
9-			
10-			

Figura 31: Molde vestido com recortes



Fonte: Acervo da autora

Tabela 15: Ficha técnica Macaquinho Cava Americana

REFERÊNCIA: 007	PRODUTO: Macaquinho Cava Americana
ESTILISTA: Fátima	COLEÇÃO: Magia das flores
MARCA: Pink & Blue	TECIDOS/COMPOSIÇÃO: Poly Malha 96% PES 4% PUE
GRADE: 4 ao 10	FORNECEDOR: J K Tecidos
MODELISTA: Conceição	TAMANHO: 10

FRENTE		COSTA

FLUXO OPERACIONAL

FLUXO OPERACIONAL DA REFERÊNCIA: 007 PRODUTO: Macaquinho Cava Americana	TEMPO	MÁQUINA
1- Fechar as laterais da parte de cima do macaquinho	2 min.	Overloque
2- Fechar os ganchos frente e costa do macaquinho	3 min.	Overloque
3- Fechar as laterais, colocar etiqueta composição parte debaixo macaquinho	3 min.	Overloque
4- Fechar o entrepernas do macaquinho	2 min.	Overloque
5- Unir a parte debaixo com a parte de cima (cintura) do macaquinho	4 min.	Overloque
6- Pregar o elástico na cintura do macaquinho	6 min.	Overloque
7- Fechar o roletê para amarrar no pescoço	2 min.	Overloque
8- Fazer a barra nas cavas do macaquinho 1 cm	4 min.	Galoneira
9- Fazer a barra da parte debaixo do macaquinho 2 cm	4 min.	Galoneira
10-Fazer a barra no decote frente e costa 1,5 cm	4 min.	Reta
11-Pregar etiqueta de marca nas costas do macaquinho	2 min.	Reta

Fonte: Acervo da autora

Figura 32: Modelagem Macaquinho Cava Americana



Fonte: Acervo da autora

Figura 33: Moldes e Desenhos técnicos de faixas de cabeça e *scrunchies*



Fonte: Acervo da autora

9 FOTOS DA COLEÇÃO

Figura 34: Vestido com Recortes Thais



Fonte: Acervo da autora

Figura 35: Macaquinho Lara



Fonte: Acervo da autora

Figura 36:Modelo Maria Ester



Fonte: Acervo da autora

Figura 37:ModeloThaíssa



Fonte: Acervo da autora

Figura 38:Modelo Francielly



Fonte: Acervo da autora

Figura 39: Faixas de cabeça e *scrunchies* produzidas com retalhos



Fonte: Acervo da autora

10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O foco desse trabalho foi mostrar o desenvolvimento da marca Pink & Blue em um empreendimento oficializado, apresentando toda a estrutura envolvendo o nome, o logo e a missão, visão e valores da microempresa, entendeu-se qual o público-alvo adequado assim como a importância de oferecer produtos direcionados ao cliente.

Viabilizar a coleção da marca demonstrou que são demandados estudos e pesquisas para a criação de painéis, escolha dos materiais, escolha de aviamentos e pesquisa de tendências para o desenvolvimento dos modelos que darão forma às peças de vestuário.

Conclui-se que o modelo de negócios que foi aderido pela marca, o modelo Canvas, é uma ferramenta que proporciona uma ampla visão de todos os processos participantes da empresa, assim como obtém-se uma prática melhor e fácil para todos os setores.

As fichas apresentadas, técnicas, moldes e custos, esclarecem o processo de planejamento da coleção, fornecendo detalhes necessários para a apresentação visual da coleção, assim como o seu gerenciamento.

Por fim, é possível afirmar que toda as pesquisas realizadas agregaram no conhecimento da autora, e processos que foram completados da marca Pink & Blue para a apresentação do presente trabalho.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALEIXO, Aline. 2019. **Tipos de fichas técnicas na confecção**. Disponível em: <https://www.bethaleixo.com.br/ficha-tecnica-na-moda/>. Acesso em: 06 abril de 2021.

BOSCARIOL, Mariana. **A Moda Infantil do Século XX: a evolução do setor ao longo das décadas**. Disponível em: <https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/a-moda-infantil-do-seculo-xx-a-evolucao-do-setor-ao-longo-das-decadas-parte-2-2/267907/>. Acesso em: 18 abril de 2021.

BOSCARIOL, Mariana. **História da Roupas Infantil: a moda para crianças até o século XIX** – Parte 1/2. Disponível em: <https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/historia-da-roupa-infantil-a-moda-para-criancas-ate-o-seculo-xix/267874/>. Acesso em: 06 abril de 2021.

BRITO, Amanda, 2019. **Estampa Floral: Tendência do Verão**. Publicado em 23/07/2019. Disponível em: <http://blog.ameyoficial.com.br/estampa-floral-tendencia-do-verao-2020/>. Acesso em 03 de maio de 2021.

BRITO, Amanda. 2019. **Tendência do Verão: Estampa Floral**. Disponível em <http://blog.ameyoficial.com.br/estampa-floral-tendencia-do-verao-2020/>. Acesso em 21 de março de 2021.

ESPECIALISTA PME. **O Poder do mercado infantil**. Disponível em: <https://especialista-pme.com.br/artigos/o-poder-do-mercado-Onovo%20investimento>. Acesso em: 20 de maio de 2021.

KERN, Monica Tonding; SCHEMES, Claudia; ARAÚJO, Denise Castilhos de. **A moda infantil no século XX: representações imagéticas na revista do globo (1929-1967)** diálogos - revista do departamento de história e do programa de pós-graduação em história, vol. 14, núm. 2, 2010, pp. 399-427. Universidade estadual de Maringá - Maringá, Brasil. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/3055/305526881010.pdf>. Acesso em 03 de maio de 2021.

MENEZES, Fernanda. 2020. Moda infantil se comporta de uma maneira diferente durante e após pandemia. Disponível em: <https://guiajeanswear.com.br/noticias/moda-infantil-se-comporta-de-maneira-diferente-durante-e-apos-pandemia/> Acesso em 28 de maio de 2020.

MILLÉO, Bianca Pomini; CUNHA, Joana. **A evolução da moda infantil. 9º Colóquio de Moda** – Fortaleza (CE) – 2013. Disponível em: http://colouiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-5-MARKETING_COMUNICACAO-ORAL/A-evolucao-da-moda-infantil.pdf. Acesso em 04 de maio de 2021.

MONTES, Eduardo, 2020, **Gerenciamento de custos: o que é e qual o objetivo**. Disponível em: <https://escritoriodeprojetos.com.br/gerenciamento-dos-custos-do-projeto>. Acesso em: 19 de maio de 2021.

MORILLO, Karina 2018. **O mercado de moda Infantil**. Disponível em <https://ondm.com.br/2018/05/mercado-de-moda-infantil-mantem-crescimento-de-6-ao-ano/>. Acesso em: 29 de maio de 2021.

MOTA, Gleison. 2019. **CANVAS: O que é e pra que serve?** Disponível em <https://administradores.com.br/artigos/canvas-o-que-e-e-para-que-serve>. Acesso em 29 de março de 2021.

MPI, 2019. **Canais de Divulgação para sua Empresa**. Disponível em:

OLIVETTE, CRIS. 2019. **O mercado infantil exige diferencial e foco**. Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/blogs/sua-oportunidade/mercado-infantil-exige-diferencial-e-foco/>. Acesso em 29 de março de 2021.

PAULILLO, Júlio. 2020. **O segredo de como definir o mix de produtos da sua empresa**. Disponível em: <https://www.agendor.com.br/blog/mix-de-produtos/>. Acesso em 28 de março de 2021.

PIMENTA, Caio. 2020. O que é moda atemporal e porque você precisa dela. Disponível em <https://minhaniobio.com/blogs/dicas/o-que-e-moda-atemporal-e-l%20%C3%A9%20aquela%20que,exemplo%20de%20vestir%2Dse%20bem>. Acesso em 21 de março de 2021.

RIMAQ. 2020. **O Mercado de moda infantil**. Disponível em: <https://www.rimaq.com.br/blog/mercado-de-moda-infantil/>. Acesso em 28 de março de 2021.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2015. **Mix de Moda, de produtos e de coleção em sua loja**. [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/ec2d0bb501513be151473b3b3f88a9c3/\\$File/5325.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/ec2d0bb501513be151473b3b3f88a9c3/$File/5325.pdf). Acesso em: 21 de maio de 2021.

SEBRAE, 2019. **O mercado crescente do segmento infantil**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigosOrganizacao/segmento->

[de-vestuario-infantil-e-mercado-crescente-no-pais,3c864dee85367410VgnVCM1000003b74010](#). Acesso em 29 de março de 2021.

SIQUEIRA, André 2020. **Persona: como e porque criar uma para sua empresa**. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/persona-o-que-e/>. Acesso em: 01 de junho de 2021.

SIQUEIRA, André, 2020. **Persona: como e por que criar uma para sua empresa**. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/persona-o-que-e/>. Acesso em: 20 de maio de 2021.

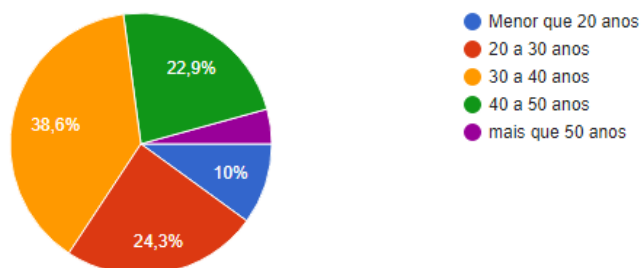
SULZ, Paulino. 2019. **O que é Branding: aprenda como fazer uma gestão da marca incrível**. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/branding/> Acesso em 14 junho 2021.

APÊNDICE I – PESQUISA DE PÚBLICO-ALVO

Nesse apêndice encontram-se as respostas completas da pesquisa de público-alvo realizada no capítulo 4.2.1. – Pesquisa de público-alvo, todas apresentadas em formato gráfico, nas imagens a seguir.

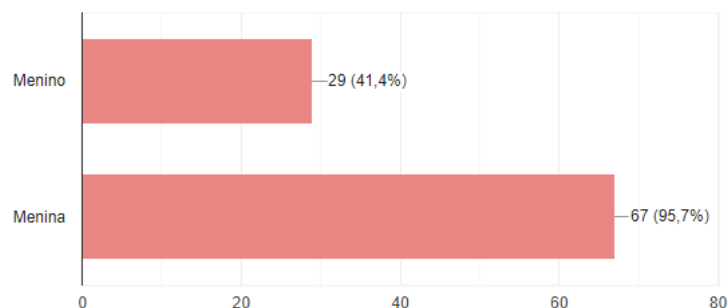
Quantos anos você tem?

70 respostas



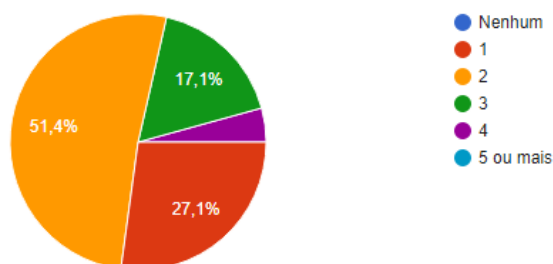
Qual o gênero do(s) seu(s) filho(s)?

70 respostas



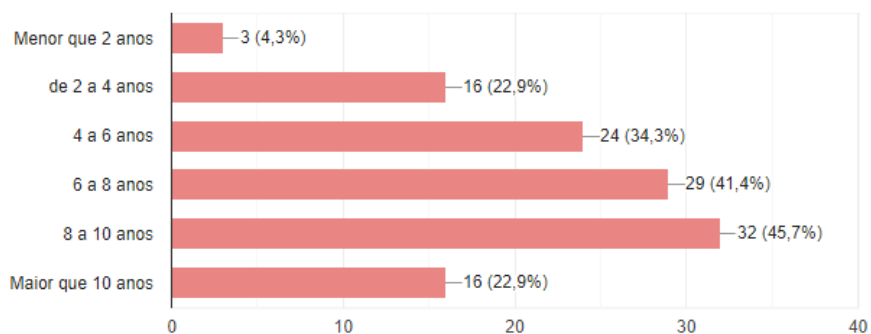
Quantos filhos você tem?

70 respostas



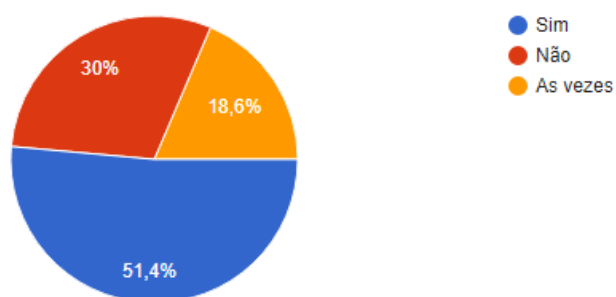
Quantos anos possui(em) seu(s) filho(s) ?

70 respostas



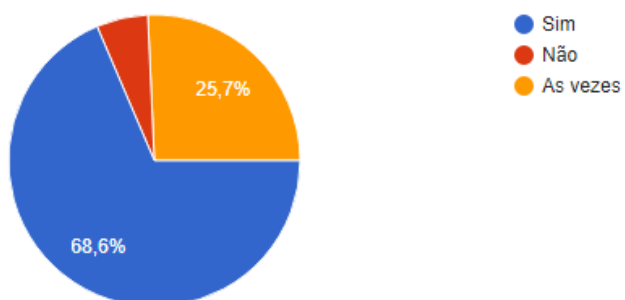
Seus filhos se interessam em comprar as próprias roupas?

70 respostas



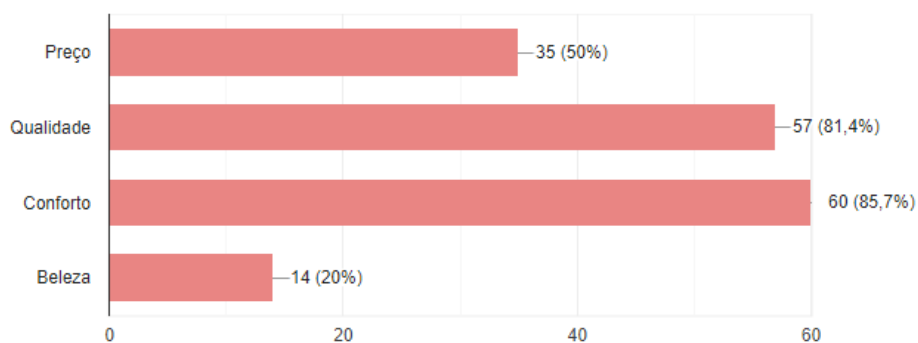
Quando você vai comprar roupas para seu(s) filho(s) você costuma levá-lo(s)?

70 respostas



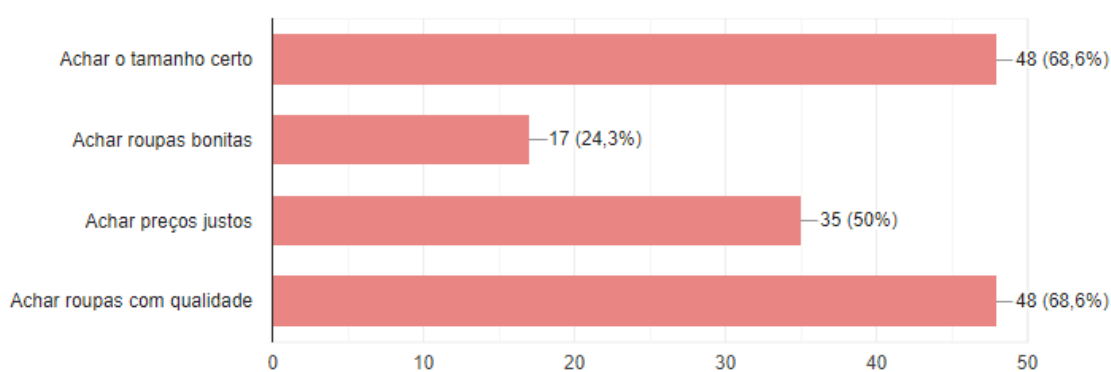
O que você leva em consideração na hora de comprar roupas para seu(s) filho(s)?

70 respostas



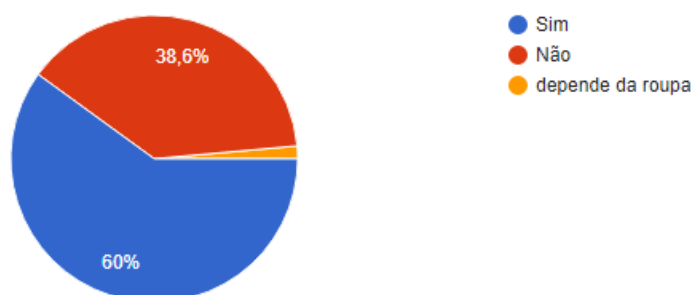
Qual a sua maior dificuldade na hora de comprar roupas para seu(s) filhos(s)?

70 respostas



Peças multifuncionais é uma opção na hora da compra?

70 respostas



Na sua opinião, é fácil encontrar roupas infantis diferenciadas e acessíveis?

70 respostas

