

**FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA**

**DÉBORA CORNAQUINI PEREIRA COELHO**

**CALÇADOS FEMININO DE SALTO  
PROJETO DE COLEÇÃO VERÃO 2019**

**AMERICANA/ SP**

**2019**

**DÉBORA CORNAQUINI PEREIRA COELHO**

**CALÇADOS FEMININO DE SALTO**  
**PROJETO DE COLEÇÃO VERÃO 2019**

Trabalho de Conclusão de Curso  
Apresentado à Faculdade de Tecnologia de  
Americana como parte das exigências do  
Curso de Têxtil e Moda.

Orientador: Professor Esp. Carlos Frederico Faé

**AMERICANA/SP**

**2019**

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

C615c COELHO, Débora Cornaquini Pereira

Calçados feminino de salto: projeto de coleção verão 2019. / Débora Cornaquini Pereira Coelho. – Americana, 2019.

147f.

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

Orientador: Prof. Esp. Carlos Frederico Faé

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

CDU: 685.34

---

**Faculdade de Tecnologia de Americana**

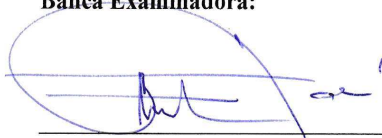
Débora Cornaquini Pereira Coelho

**CALÇADOS FEMININO E SALTO  
PROJETO DE COLEÇÃO VERÃO 2019**

Trabalho de graduação apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Têxtil e Moda pelo Centro Paula Souza – FATEC Faculdade de Tecnologia de Americana.  
Área de concentração: Moda

Americana, 12 de junho de 2019.

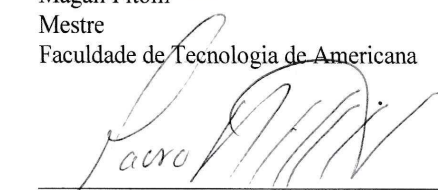
**Banca Examinadora:**



Carlos Frederico Faé  
Professor Especialista  
Faculdade de Tecnologia de Americana



Magali Pitoli  
Mestre  
Faculdade de Tecnologia de Americana



Mauro Roberto Schluter  
Mestre  
Faculdade de Tecnologia de Americana

**DÉBORA CORNAQUINI PEREIRA COELHO RA: 0041231621028**

**CALÇADOS FEMININO DE SALTO**  
**PROJETO DE COLEÇÃO VERÃO 2019**

**Orientador: Professor Esp. Carlos Frederico Faé**

À Abel Pereira, Aline Antunes, Diná Cornaquini

Silvia Marques, Thiago Sartorelli,

Wesley Moraes e Yasmin Gabriella Santos.

A vocês que me inspiraram,

e me apoiaram.

Agradeço o apoio, esforço e talento

exercido.

## Lista de Imagens

Imagem 1. Calçado Armênio e Calçado de corda trançada.

Imagem 2. *Poulaines*

Imagem 3. *Chapins*

Imagem 4. Calçado da rainha Henriqueta Maria, século XVII

Imagem 5. Sapato anos 1920

Imagem 6. Scarpin anos 1950

Imagem 7. Criação de Stuart Weitzman

Imagem 8. Partes do calçado

Imagem 9. Biqueira

Imagem 10. Contraforte

Imagem 11. Palmilha de montagem

Imagem 12. Palmilha interna

Imagem 13. Alma

Imagem 14. Nomenclatura das partes do calçado feminino

Imagem 15. Fôrmas

Imagem 16. A fôrma e o calçado fabricado a partir da fôrma

Imagem 17. Fôrma e suas linhas

Imagem 18. Partes da fôrma

Imagem 19. Cabedal e alinhamento do barco

Imagem 20. Fôrma adesivada, desenho, e molde planificado

Imagem 21. Couro de *Vacum*

Imagem 22. Couro de Jacaré

Imagem 23. Couro de Pirarucu

Imagem 24. Calçado modelo Boneca

Imagem 25. Calçado modelo Bota

Imagem 26. Calçado modelo Chanel

Imagem 27. Calçado modelo *D'orsay*

Imagem 28. Calçado modelo *Clogs*

Imagem 29. Calçado modelo Meia Pata

Imagem 30. Calçado modelo Mule

Imagem 31. Calçado modelo *Peep Toe*

Imagem 32. Calçado modelo Sandália

Imagem 33. Calçado modelo *Scarpin*

Imagem 34. Calçado modelo *T-Strap*

Imagem 35. Nomenclatura Salto

Imagem 36. Salto Agulha

Imagem 37. Salto Anabela

Imagem 38. Salto Carrapeta

Imagem 39. Salto Cone

Imagem 40. Salto Geométrico

Imagem 41. Salto Robusto

Imagem 42. Salto Sabrina

Imagem 43. Produção de calçado

Imagem 44. Logotipo Monograma

Imagem 45. Logotipo por extenso



Imagem 46. Painel da Marca

Imagem 47. Olivia Palermo

Imagem 48. *Moodboard* Olivia Palermo

Imagem 49. *Moodboard* de Público – Alvo

Imagem 50. Embalagens

Imagem 51. *Home site*

Imagem 52. Página *site*

Imagem 53. Página *site*

Imagem 54. *Instagram* da marca

Imagem 55. *Moodboard* de Macrotendências

Imagem 56. *Moodboard* de tendências em acessório para calçados apresentado na feira Inspiramais 2020\_I

Imagem 57. *Moodboard* de tendências em cabedais para calçados apresentado na feira Inspiramais 2020\_I

Imagem 58. *Moodboard* de tendências em solado e componentes para calçados apresentado na feira Inspiramais 2020\_I

Imagem 60. *Moodboard* de tendências em modelos de calçados apresentado na feira Inspiramais 2020\_I

Imagem 61. *Moodboard* de tendências em materiais para calçados apresentado na feira Inspiramais 2020\_I

Imagem 62. *Moodboard* de tendências em materiais para calçados apresentado em catálogos na feira Inspiramais 2020\_I

Imagem 63. *Moodboard* de tendências em modelos de calçados apresentado em catálogos na feira Inspiramais 2020\_I

Imagem 69. *Moodboard* de tendência em cores para calçados apresentado em catálogos e em expositores na feira Inspiramais 2020\_I

Imagem 64. *Moodboard* de tendências em modelos e materiais que serão utilizados

Imagem 65. *Moodboard* de Inspiração

Imagem 66. *Moodboard* de Temático

Imagem 67. Painel de cores

Imagem 68. Croqui modelo 1

Imagem 69. Croqui modelo 2

Imagem 70. Croqui modelo 3

Imagem 71. Croqui modelo 4

Imagem 72. Croqui modelo 5

Imagem 73. Croqui modelo 6

Imagem 74. Croqui modelo 7

Imagem 75. Croqui modelo 8

Imagem 76. Croqui modelo 9

Imagem 77. Croqui modelo 10

Imagem 78. Croqui modelo 11

Imagem 79. Croqui modelo 12

Imagem 80. Materiais utilizados

Imagem 81. Pedrarias

Imagem 82. Materiais e equipamentos

Imagem 83. Explicação dos códigos

Imagem 84. Calçados 1

Imagem 85. Calçados 2

Imagem 86. Calçados 3

Imagem 87. Calçados 4

Imagem 88. Calçados 5

Imagem 89. Calçados 6

Imagem 90. Calçados 7

Imagem 91. Calçados 8

## **Lista de Tabelas**

Tabela 1. Exportações Brasileira de Calçados – Quadro Mensal

Tabela 2. Exportações Brasileira de Calçados – Quadro Comparativo por País de Destino

Tabela 3. Exportações Brasileira de Calçados – Quadro Comparativo por Estado

Tabela 4. Importações Brasileira de Calçados – Quadro Mensal

Tabela 5. Importações Brasileira de Calçados – Quadro Comparativo por País de Destino

Tabela 6. Códigos

Tabela 7. Custos para rateio

Tabela 8. Custo da embalagem

Tabela 9. Tabela de mão de obra por minuto

Tabela 10. Tabela de mão de obra por minuto

Tabela 11. Tabela de custo da mão de obra

Tabela 12. Tabela com custo dos modelos 1 a 3

Tabela 13. Tabela com custo dos modelos 4 a 6

Tabela 14. Tabela com custo dos modelos 7 a 9

Tabela 15. Tabela com custo dos modelos 10 a 12

Tabela 16. Tabela do rateio do custo mensal e custo do produto

Tabela 17. Tabela com custo de cada produto e a quantidade de fabricação

Tabela 18. Taxa de marcação

Tabela 19. Percentual da taxa de marcação por produto

Tabela 20. Valor do produto unitário

Tabela 21. Custos totais, preço de venda e lucro

## **Lista de Siglas**

Abicalçados – Associação Brasileira das Indústrias de Calçados

Ablac – Associação Brasileira de Lojistas de Artefatos e Calçados

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

MEI – Microempreendedor Individual

## **RESUMO**

Com a ideia que o pé é quem sustenta o corpo, logo vê-se necessidade de proteção para essa parte do corpo. Além de proteção, o calçado transmitiu ao longo da história um código social, uma linguagem corporal e prestígio. Com uma história extensa e criativa, esse acessório evoluiu em consonância ao caminhar demonstrando sua importância no contexto do vestuário. Para o desenvolvimento de um calçado deve-se ter conhecimentos de sua anatomia sabendo assim as nomenclaturas específicas, conhecer onde desenvolve a modelagem, materiais utilizados bem como os modelos de calçados e saltos existente, para assim poder usar a criatividade. A partir disso, com os esses conhecimentos pode-se desenvolver uma coleção de calçados, criando marca, pensando no público alvo, grade de tamanho a ser trabalhada, e os valores agregados a marca. Com conhecimentos sobre as macrotendências pode-se escolher qual será a inspiração para desenvolver o tema a ser trabalhado, e com isso a criação dos calçados em si, cogitando os materiais utilizados, desenvolvendo fichas técnicas, desenho técnicos, custos do produto e valor do produto.

**PALAVRA CHAVE: 1. Calçados – 2. História – 3. Marca – 4. Coleção – 5. Tendência – 6. Mercado**

## **ABSTRACT**

With the idea that it's the foot sustains the body, you soon realize the need for protection to this part of the body. In addition to protection, footwear transmitted throughout life a social code, a body language and prestige. With an extensive and creative history, what is evolving in consonance with walking, demonstrates its importance in the context of clothing. To get a more detailed development of your anatomy, you can also use the specific nomenclatures, know where the modeling takes place, materials used as well as existing models of footwear and high-heels , so you can use creativity. From this, with the goal of developing a collection of shoes, create a brand, design in the target audience, size degree to be worked, and the brand added values. With knowledge about the macro trends, you can choose what will be the inspiration to develop the theme to be worked on, and the footwear's creation itself, cogitating the materials used, developing technical sheets, technical drawing, product costs and product value.

## **SUMÁRIO**

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>19</b>
<b>1 CONTEXTO HISTÓRICO</b>	<b>20</b>
<b>2 ANATOMIA DO CALÇADO</b>	<b>27</b>
2.1 NOMENCLATURA DO CALÇADO	27
2.2 FÔRMA	30
2.2.1 Funções da fôrma	32
2.2.2 Partes da fôrma	33
2.2.3 Tipos de fôrma	36
2.3. MODELAGEM	36
2.3.1 Moldes	39
2.4 MATERIAIS UTILIZADOS	41
2.4.1 Couros	41
2.4.2 Tecidos	43
2.4.3 Sintéticos	44
<b>3 MODELOS DE CALÇADOS FEMININOS</b>	<b>45</b>
3.1 ANABELA	45
3.2 ALPARGATA	45
3.3 BONECA	45
3.4 BOTA	46
3.5 CHANEL	47
3.6 CHINELO	47



3.7 <i>D'ORSAY</i>	48
3.8 <i>CLOGS</i>	48
3.9 MEIA PATA	49
3.10 MULE	49
3.11 PLATAFORMA	49
3.12 <i>PEEP TOE</i>	50
3.13 RASTEIRINHA	50
3.14 SANDÁLIA	50
3.15 SAPATILHA	51
3.16 <i>SCARPIN</i>	51
3.17 <i>T- STRAP</i>	51
<b>4 MODELOS DE SALTOS</b>	<b>52</b>
<b>5 MERCADO CALÇADISTA BRASILEIRO</b>	<b>55</b>
5.1 INDÚSTRIA CALÇADISTA BRASILEIRA E O MERCADO EXTERNO	57
5.1.1 Exportação	57
5.1.2 Importação	61
<b>6 CONSTRUÇÃO DA MARCA</b>	<b>64</b>
6.1 LOGOTIPO	64
6.1.1 Débora Cornaquini	64
6.1.1.1 Logotipo da marca	64
6.2 <i>MOODBOARD</i> DA MARCA	66
6.3 PROPÓSITO DA MARCA	66
6.4 PÚBLICO – ALVO	67

6.4.1 <i>Trendsetter</i> da Marca	67
6.4.2 <i>Target</i>	69
6.5 LINHA DE PRODUTOS	69
6.6 GRADE DE TRABALHO	70
6.7 MODELOS, MODELAGENS E ERGONOMIA	70
6.6 EMBALAGENS	71
6.8 PONTO DE VENDA	72
6.9 DIVULGAÇÃO DA MARCA	74
<b>7 PROJETO DE COLEÇÃO</b>	<b>75</b>
7.1 TENDÊNCIA	75
7.1.1 Macrotendência	75
7.1.2 Macrotendência para os Calçados	76
7.1.2.1 Tendências que serão utilizadas	83
7.2 INSPIRAÇÃO	84
7.3 TEMA DA COLEÇÃO	85
7.3.1 <i>Briefing</i>	85
7.4 PAINEL DE CORES	86
7.5 CROQUIS	87
7.6 ESCOLHA DE MATERIAL	99
7.6.1 Equipamentos e materiais utilizados	100
7.7 ESCOLHA DOS MODELOS	101
7.7 FICHAS TÉCNICAS	101
<b>8. CONTABILIDADE</b>	<b>127</b>

8.1 VALORES E CUSTO	127
8.1.1 Custos	128
8.2 PREÇO DE VENDA	136
<b>9 LOOKBOOK</b>	<b>138</b>
<b>10 CONCLUSÃO</b>	<b>142</b>
<b>11 REFERÊNCIAS</b>	<b>143</b>
<b>12 BIBLIOGRAFIA</b>	<b>144</b>

## **INTRODUÇÃO**

Com as mudanças decorrente no universo da moda é possível impor desejos nos consumidores, e um dos que se tornou uma aspiração no guarda roupa feminino é o calçado.

O calçado é uma ferramenta que permite a construção de uma imagem, transformando em quem desejar ser, uma maneira de expressão. Ele é um objeto de desejo de qualquer mulher, que desperta curiosidade, que transmite simbolismos, sentimentos, emoções, pois há uma preocupação estética de satisfazer tanto quem calça, como quem presencia, analisa.

O calçado possui inúmeras diferenças, de formato, material, cor, design. Ele evoluiu em consonância, e também na anatomia dos pés, direcionando assim um caminhar mais confiante.

## 1 CONTEXTO HISTÓRICO

Os calçados existem desde os povos primitivos, nota-se evidências de calçados com data aproximada de 10.000 a.C., calçado esse que possuía fibras vegetais entrelaçadas.

“Alguns dos mais antigos sapatos preservados têm 9.500 anos e foram descobertos em 1938, na região central de Oregon [...] esses sapatos são baixos e fechados, feitos com corda trançada e têm uma aparência surpreendentemente moderna. Já o mais antigo sapato de couro conservado foi descoberto recentemente, em uma caverna na Armênia, e tem cerca de 5 mil anos [...]”. (CHOKLAT, 2012, p.10)

Imagem 1. Calçado Armênio e Calçado de corda trançada.



Fonte: Design de Sapato

Na Mesopotâmia os calçados eram abotinados com o bico voltado para cima devido habitarem em regiões desérticas, pois esse *design* facilitava a locomoção em territórios arenosos, não permitindo a entrada de areia. No Egito as sandálias eram confeccionadas com fibras de papiro ou palmeiras, e bico voltado para cima, como os da Mesopotâmia. Nery (2003, p.25) diz que as sandálias de fibra de papiro eram de uso exclusivo dos sacerdotes e faraó.

“Os gregos [...] pobres andavam descalços na rua, somente os ricos usavam [...] sandálias amarradas com tiras”. (NERY, 2003, p.41).

Na Antiguidade Clássica, os gregos andavam descalços, mas as mulheres nobres usavam sandálias. Em Roma o que diferenciava as classes sociais eram os calçados, as monarcas e mulheres de prestígio usavam sandálias com sola de ouro e alças que prendiam nos pés por meio de cadarços ou correias, e possuía pedras preciosas.

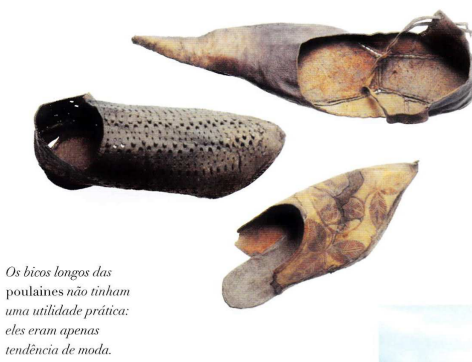
“Na Roma Antiga o *sandalium* era uma espécie de calçado usado por mulheres, daí a romana de bem ter a sua *sandaligerula*, que era uma escreva encarregada de levar as sandálias das patrícias romanas, ou seja, das mulheres de classe nobre e aristocratas. ” (CASTRO, FELDMAN, 2014, p. 13, grifo do autor).

Os senadores da Roma Antiga, usavam calçados especiais, que possuíam cor vermelha e era amarrado com cordões de couro. Os soldados do exército romano usavam um calçado próprio, que tinha atacadores e cadarços. O período do Império Romano do Oriente, Constantinopla, os calçados dos nobres, além das pedras preciosas incrustadas eram repletos de bordados com fio de metal precioso.

Na Idade Média as nobrezas utilizavam calçados com bicos acentuados. A *poulaine*, nome dado a esse tipo de calçado, demonstrava o prestígio que o usuário possuía, pois servia como um reconhecimento social, onde o título do usuário determinava que ele devia usar uma corrente sustentando o bico, devido que o título mais alto possuía bico mais exagerado.

“Os bicos pontudos da *poulaines* se tronaram cada vez mais longos à medida que a moda foi atingindo extremos; o seu tamanho cresceu a ponto de efetivamente impedir o usuário de caminhar (a menos que as extremidades fossem amarradas ao calcanhar) [...] o tamanho do sapato diferia de acordo com a posição social do usuário. (CHOKLAT, 2012, p.12, grifo do autor).

Imagem 2. *Poulaines*



Fonte: Design de Sapato

No Renascimento o *design* da parte frontal do calçado mudou, ficando quadrada, denominado pico de pato. Outra identidade desse período foi a extravagância dos *chapins*, calçados com plataformas exageradas, que possuía a função de proteção da sujeira das ruas.

“Os chapins eram plataformas bastante populares entre as cortesãs venezianas, eles se originaram na ideia de um supersapato, ou um sapato mais alto, que distanciasse as mulheres da sujeira das ruas.” (CHOKLAT, 2012, p.12, grifo do autor).

Imagem 3. *Chapins*



Fonte: Design de Sapato

No período Barroco, com destaque dado a moda masculina devido o reinado de Luís XIV, ele criou o salto Luís XV, onde o sapato possuía um salto alto e grosso, se tornando tendência em seu reinado.

“[...]Luís XIV ainda estabeleceu a cor vermelha para esses saltos, o famoso *talon rouge*, somente tendo direito de usá-los os nobres da corte.” (CASTRO, FELDMAN, 2014, p. 15, itálico do autor).

No período do Rococó, o destaque foram os sapatos femininos com tecidos delicados, bico fino, salto largo na base descendo afunilado e direcionado para a planta do pé.

“Na Europa Ocidental, nos séculos XVII e XVIII, aumentou o fluxo de comércio com terras distantes. Com isso, foram introduzidos no mercado de calçados novos elementos de design, como o bordado e o aplique. Materiais e acessórios bastante caros passaram a ser usados nos sapatos para combinar com a extravagância das roupas.” (CHOKLAT, 2012, p.13).

Imagem 4. Calçado da rainha Henriqueta Maria, século XVII



Fonte: Design de Sapato

Choklat (2012, p.13) fala que com o início da revolução francesa e fim da nobreza, a população começou a abandonar o uso do salto alto, que só voltaria em meados do século XIX, para as mulheres e em 1970 para os homens.

No século XIX, com a Revolução Industrial, durante o período Império e Romântico, os calçados femininos tornaram-se mais práticos e funcionais, com modelagem parecido de uma sapatilha, o material utilizado nas confecções dos calçados eram tecidos. No período da Era Vitoriana e a Belle Époque, os calçados femininos possuíam o *design* de botinha com salto médio, pois para valores morais era indecoroso mostrar a canela. Os materiais usados na confecção das botinhas, eram couro e tecidos bordados, as com abertura frontal possuíam ilhoses e cadarços entrelaçados, e as com abertura lateral eram fechadas com botões.

No século XIX, a alta costura passa a incorporar à moda padrões cíclicos das estações, fomentando a procura por calçados da moda.

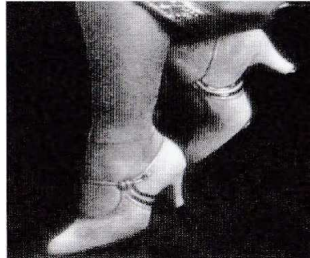
No século XX, houve inúmeros exórdios de novidades para os calçados, como em 1919 com o registro do primeiro tênis de lona e solado de borracha. Estava em voga para os calçados femininos em 1920 a sandália. Os sapatos femininos possuíam alcinha no peito do pé com abotoamento lateral em formato de T, o material utilizado era o com acabamento laminado. Para os calçados masculinos o *design* era o modelo Oxford bicolor.

Castro, Feldman (2014, p. 153) escreve que as alcinhas no rosto do calçado permitiam que as mulheres dançassem freneticamente o *charleston*, o *foxfrot* e o *jazz*, jogando as pernas para frente e para trás no ritmo das músicas, e com isso não corria o risco de os calçados saírem dos pés. Castro e Feldman, falam também que



essas alcinhas eram à maneira tradicional à la Mary Jane, que uniam as laterais do calçado, ou com o formato em T, que apenas uniam o rosto do calçado as laterais.

Imagem 5. Sapato anos 1920



Fonte: A moda do século XX

Na década de 1930, com a Grande Depressão, em 1929, e o início da Segunda Guerra Mundial, em 1939, houve uma grande recessão econômica, com isso os calçados femininos passaram a ter um aspecto masculinizado. Na década de 1940 os aspectos do calçado masculino ficam com o ar mais pesado devido as necessidades e falta de materiais, assim foi introduzido materiais alternativos, como os sintéticos nas confecções dos calçados.

“[...] Independentemente dessa aparência como forma de driblar a recessão, foi um privilégio o requinte do trabalho artesanal para os calçados femininos, especialmente advindo da mão de obra italiana, o famoso *fatto a mano*, com os trabalhos de Salvatore Ferragamo e Perugia.” (CASTRO, FELDMAN, 2014, p. 16, grifo do autor).

Na década de 1950 os calçados femininos passaram a ter um estilo mais sofisticado e delicado, com salto alto e bico fino, surgiu o *stiletto*. Nessa década com o avanço obtido após guerra, pode-se utilizar aço na composição do salto, que até então era utilizado madeira ou aglomerado de couro.

“Essa palavra deu nome a um tipo de salto criado na década de 1950, na Itália, que, à época, era elaborado em madeira contendo uma parte metálica no seu interior. A altura variava entre 8 e 9 cm. Com o passar do tempo chegou a 12 cm e há aqueles que os criam com 18 cm de altura [...]. Tornou-se sinônimo de elegância e feminilidade, ideal para acompanhar trajes mais cerimoniais e faustosos, apesar de que, hoje, com toda a informalidade da moda, é usado em quaisquer circunstância e com qualquer tipo de roupa.” (CASTRO, FELDMAN, 2014, p. 159).

Imagem 6. Scarpin anos de 1950



Escarpin forrado de tecido

Fonte: A moda do século XX

Na década de 1960 com a moda democrática os calçados femininos passaram a ter salto médio, bico fino, fivelas e laços como abotoamento, e também voltou a utilização das botas. Nesse período Chanel lançou a alça traseira para os calçados femininos, onde o calcanhar fica aparente.

“Um estilo de sapato popular nos anos 1960 foi a bota de salto baixo, também chamada de “go-go boot [...]”. (CHOKLAT, 2012, p.14).

Na década de 1970 houve a explosão da moda *unissex* com os jovens *hippies*. As botas dividiram espaço com as sandálias de couro e chinelos. E o movimento *glam* difundiu as plataformas extravagantes com muito brilho e cores.

“O glam rock britânico, que se desenvolveu na Grã-Bretanha pós-movimento hippie, influenciou o estilo street jovem da época, o que assinalou o retorno dos saltos para os homens”. (CHOKLAT, 2012, p.15).

Na década de 1980 os calçados passaram a possuir um *design* mais sério e andrógeno, devido a moda *yuppie*. As mulheres no cenário de trabalho utilizavam *scarpin* de salto alto com bico fino, e para praticar esporte usavam tênis, devido ao início do culto ao corpo.

Em 1990, como a ideia do luxo em formação, o calçado foi uma forma de atrair os consumidores para as grandes marcas. Com a pluralidade na moda houveram os antagonismos, com sapatos de couro *versus* o tênis, saltos altos *versus* os saltos rasteiros, *design* inovador *versus* releitura, calçados femininos com aspectos masculinos *versus* os com aspectos femininos. No fim desse século, houve uma inovação em materiais, fôrmas e cores para os calçados feminino.

No século XXI, ocorreu uma mudança, fazendo do calçado de luxo um acessório precioso. Os sapatos glamorosos, e extravagantes atraem o consumidor como uma hipnose.

“O novo século chegou com o novo milênio; parecia que o futuro era ali e naquele momento [...]. Os aspectos de luxo muito presentes, como se dissessem “não” aos aspectos de popularização, tornam-se evidentes. Mistura de materiais distintos, mistura de épocas distintas, mistura de formas e padrões estéticos específicos e também mistura de cores acrescidas de tons acidulados e vibrantes [...], criando assim uma nova identidade visual como reflexo do contemporâneo. ” (CASTRO, FELDMAN, 2014, p. 17).

Imagem 7. Criação de Stuart Weitzman



Fonte: Design de Sapato

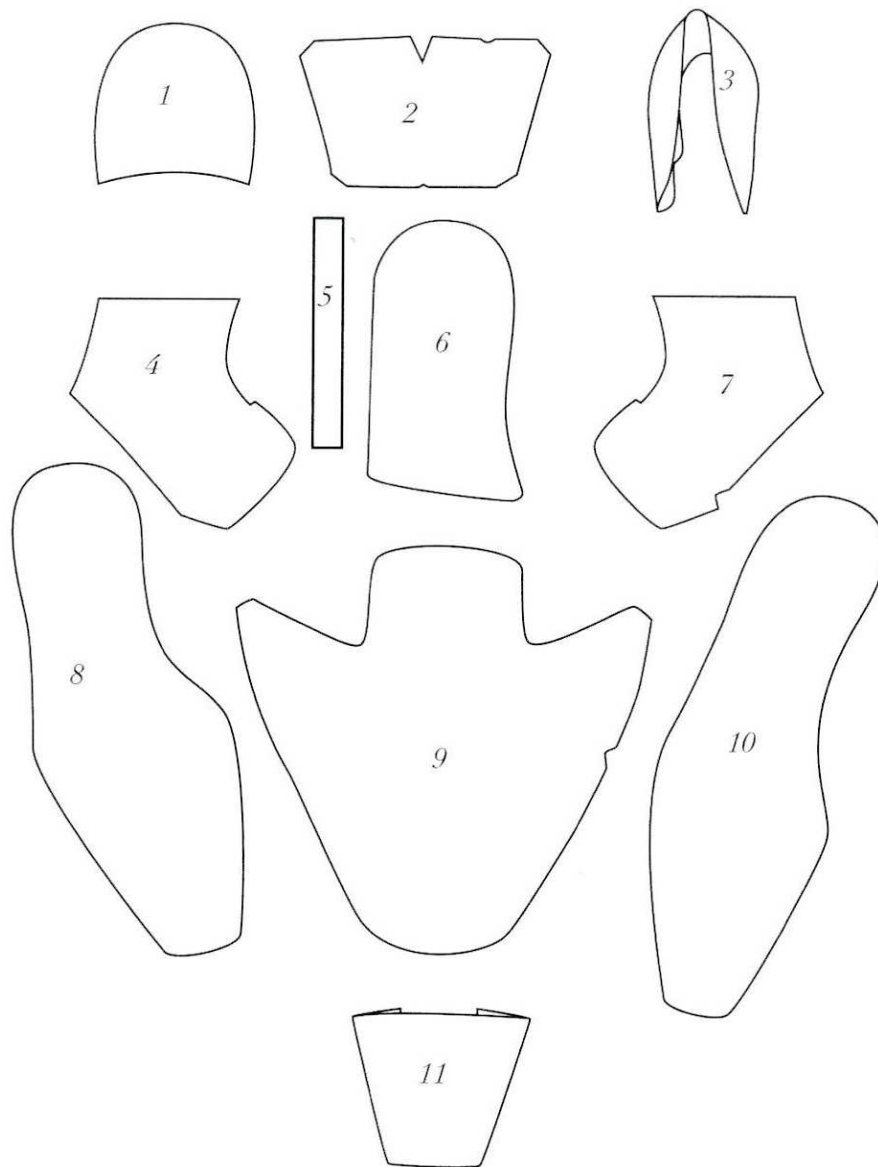
## **2 ANATOMIA DO CALÇADO**

O calçado tem como função proteção aos pés, mas além disso, ele é responsável pelo vínculo de bem-estar de todo o corpo, por carregar todo o peso do corpo o calçado deve imitar o movimento do pé e seu caminhar, fornecendo proteção, conforto e beleza.

### **2.1 NOMENCLATURA DO CALÇADO**

O sapato é constituído por partes projetadas para se adequar ao movimento do pé. Estas partes são: cabedal, forro, biqueira, contraforte, calcanheira, alma, palmilha, sola e salto, entre outras partes.

Imagem 8. Partes do calçado



- |                               |                            |
|-------------------------------|----------------------------|
| <i>1 salto</i>                | <i>7 forração traseira</i> |
| <i>2 forro do contraforte</i> | <i>8 sola</i>              |
| <i>3 contraforte</i>          | <i>9 forro da gáspea</i>   |
| <i>4 forração traseira</i>    | <i>10 palmilha de</i>      |
| <i>5 alma</i>                 | <i>acabamento</i>          |
| <i>6 meia calcanheira</i>     | <i>11 biqueira</i>         |

Fonte: Design de Sapato

O cabedal é a parte que está acima da sola, formada por uma ou mais peças unidas por costura, formando o todo do cabedal. O forro é responsável por finalizar a parte interna do cabedal, sendo também importante, pois é a parte que estará em contato direto com o pé.

“Cabedal: tudo que está relacionado com a parte superior do calçado. Pode ser feito de couro ou de outro material. Corresponde à parte externa do calçado, utilizada para cobrir a parte de cima do pé.” (LIGER, 2015, p.19).

A biqueira é a parte que mantêm a altura da extremidade frontal do calçado.

Imagem 9. Biqueira



Fonte: Aprenda a fazer Calçados

O contraforte, também conhecido como suador, é responsável por manter o calcanhar do pé no lugar, e preserva a área do salto, se existente. A calcanheira é a parte de superfície inferior do calçado, ela é quem segura a entressola com o restante do calçado.

Imagem 10. Contraforte



Fonte: Aprenda a fazer Calçados

A palmilha é a parte que fornece estrutura e forma a base do calçado, ela une o cabedal ao restante do calçado, em calçados de salto a palmilha está composta de entressola e alma, todas essas partes são coladas juntas. Existem dois tipos de palmilha em um calçado, a palmilha de montagem e a palmilha interna, que é a que recebe o logotipo.

Imagem 11. Palmilha de montagem



Fonte: Aprenda a fazer Calçados

Imagem 12. Palmilha interna



Fonte: Aprenda a fazer Calçados

A alma é uma parte utilizada em calçados de salto, ela está posicionada no interior da entressola, essa parte normalmente é composta por uma tira de aço, podendo ser uma tira de *nylon*, madeira ou couro. A alma possui a função de estruturar o peso e dar curvatura ao pé.

Imagem 13. Alma



Fonte: Aprenda a fazer Calçados

A sola é a parte que toca o chão. O salto é a parte colada a sola do calçado elevando a parte traseira do calçado, ela é feita por um material rígido colado a sola do calçado, o salto possui a capa de salto, conhecido também como tacão, parte essa que toca o chão e com o decorrer do tempo e seu desgaste pode ser trocada.

Imagem 14. Nomenclatura das partes do calçado feminino



Fonte: Aprenda a fazer Calçados

## 2.2 FÔRMA

Imagem 15. Fôrmas



Fonte: Design de Sapato

A fôrma para confecção do calçado é desenvolvida a partir das medidas do pé humano, levando em conta o grupo de usuário e também o modelo a ser fabricado. Com isso, para cada calçado há uma fôrma específica, então tem-se calçados



desenvolvidos para o setor masculino e para o setor feminino, sendo projetado conforme o modelo. Com isso, para cada gênero tem-se as fôrmas para cada modelo, como fôrmas para sandália masculina, sandália feminina, com salto e rasteira, fôrma para bota masculina, bota feminina, com cano baixo e cano alto, para calçados infantis, calçados esportivos e entre outros.

A fôrma é projetada para simular o pé com as folgas necessárias para garantir o conforto no calçar.

“Molde com formato semelhante ao do pé, a fôrma é material básico para a produção do calçado, podendo ser de madeira ou de plástico. Atualmente são produzidas fôrmas somente de plástico, ou de plástico e algumas partes com chapas de metal, dependendo do tipo de calçado a ser produzido, do sistema de montagem e da linha de produção.” (LIGER, 2015, p.20).

Imagem 16. A fôrma e o calçado fabricado a partir da fôrma



Fonte: Design de Sapato

A construção da fôrma deve ser perfeita, para que o cabedal tenha um caimento adequado.

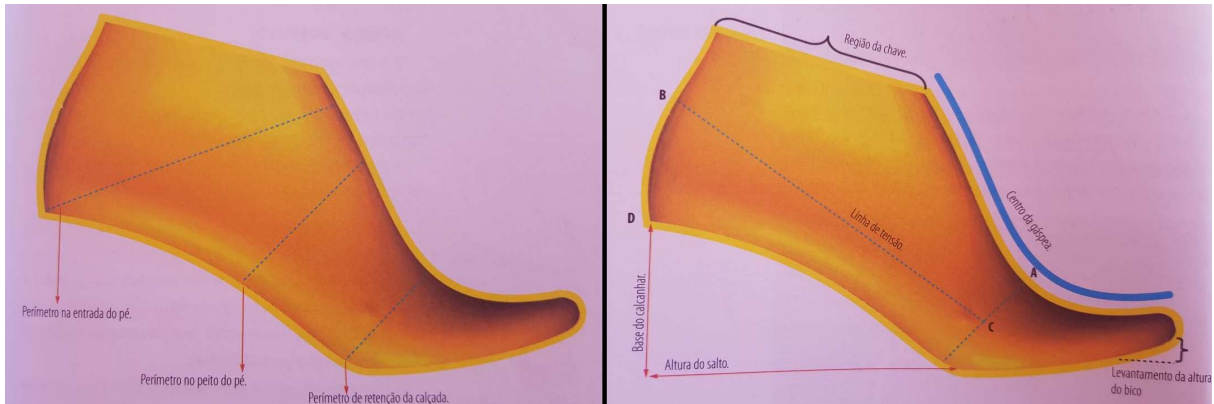
### 2.2.1 Funções da fôrma

A fôrma é utilizada para os procedimentos de modelagem, montagem e acabamento, só após o calçado pronto ela é retirada.

Nela se desenha a modelagem desenvolvendo a estrutura anatômica e biomecânica do pé.

## 2.2.2 Partes da fôrma

Imagem 17. Fôrma e suas linhas



Fonte: Modelagem de Calçados: Técnicas e Passo a Passo

“Para a elaboração de um molde de calçado, é necessário marcar precisamente três pontos principais: ponto de calçada, altura do calcanhar e decote do calçado”. (LIGER, 2015, p.22).

Na fôrma são necessários pontos base para o desenvolvimento da modelagem, sendo o ponto do decote (A), segundo Liger (2015, p.22) o ponto chamado de costado, e esse ponto é considerado como perímetro de retenção da calçada, ponto esse usado na modelagem como o limite para segurar o pé no calçado.

O ponto da altura do calcanhar (B) é definido pelo número da fôrma, sendo esse ponto o limite para a construção do contraforte, quando esse ponto for superior ao limite causará desconforto, e se for inferior ao limite não trará segurança.

A partir desses dois pontos define-se a linha de tensão criando o próximo ponto (C) que será o ponto limite para abertura do decote.

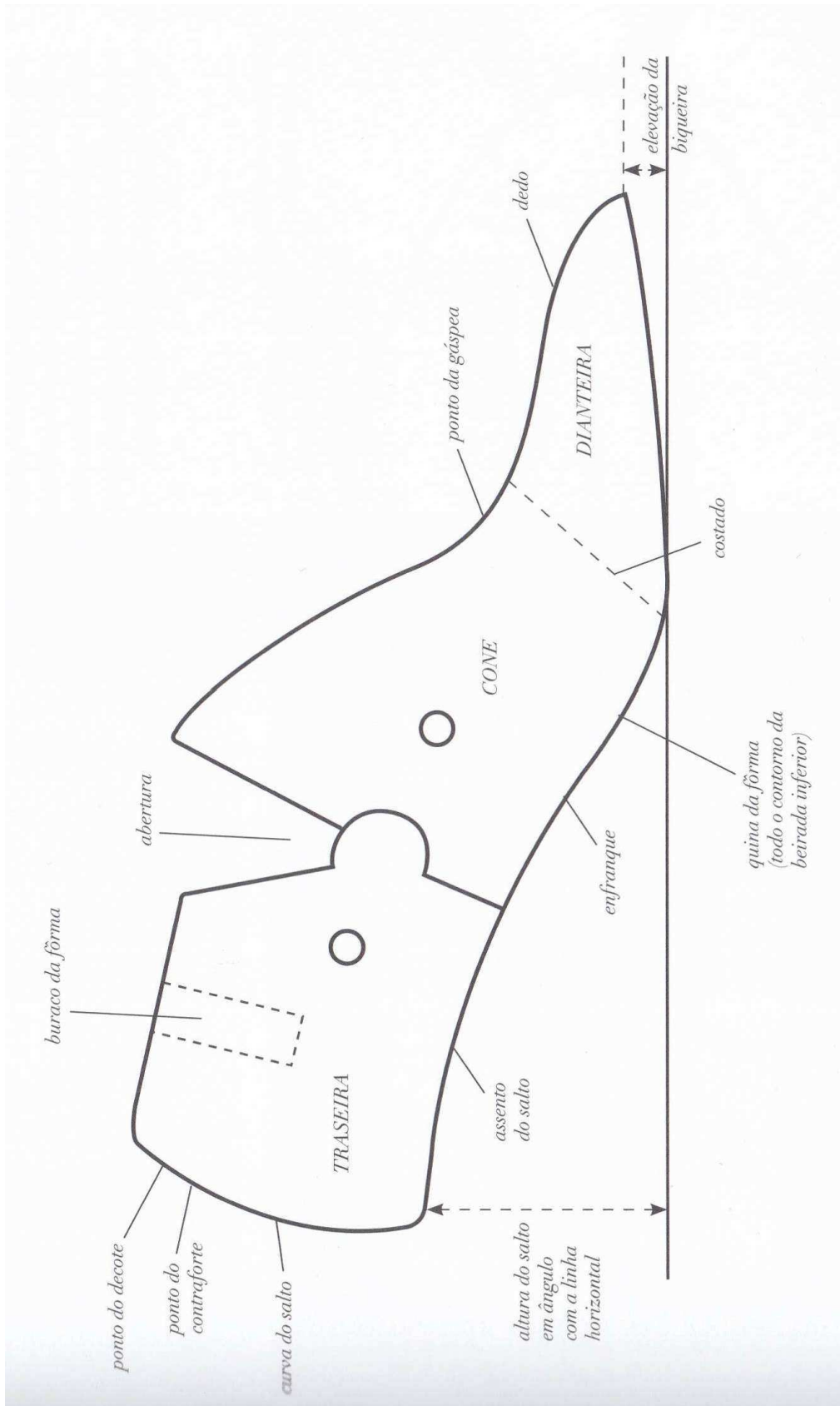
No solado tem-se:

- Altura do salto com ângulo que determina o tamanho do salto que esse calçado receberá;
- Assento do salto, onde será posicionado a bandeja do salto;
- Enfraque que é o perímetro do peito do pé e a angulação ocasionada pelo salto;

- A elevação da biqueira serve para facilitar o movimento ao caminhar, não ocasionando quebra da biqueira, ou queda do usuário.

No cabedal tem-se ponto da gáspea, costado, abertura da fôrma. A abertura da fôrma, são fôrmas com articulações, na qual é utilizada para desenvolver modelagem com cabedal sobre o peito do pé, então utiliza-se essa abertura para deslocar a fôrma e consegui-la retirar do calçado confeccionado.

Imagem 18. Partes da fôrma



Fonte: Design do Sapato

### 2.2.3 Tipos de fôrma

Existem uma variedade em tipos de fôrmas, como, para cada modelo uma fôrma específica, mas também existe, em um modelo, variações entre as fôrmas.

As fôrmas com articulação permitem com que o tamanho se altere no momento de retirada do cabedal. Nas fôrmas com cunho uma das partes é removida para que o cabedal desencaixe.

Nas fôrmas sem cunho, nenhum dos lados se move, ela é utilizada na fabricação de *scarpins*. Na fôrma Califórnia apenas o calcanhar se move. E a fôrma tipo V, possui articulações.

### 2.3. MODELAGEM

“ O processo de produção do calçado de couro envolve muitas operações organizadas em torno de cinco principais etapas: a modelagem, o corte, a costura, a montagem e o acabamento. ” (NAVARRO, 2006, p.22)

Para o desenvolvimento da modelagem é necessário a utilização da fôrma, na qual ela será encapada, e sobre ela desenhada o modelo desejado, em 3D (tridimensional). Após esse desenho é planificado, tornando-o em 2D (bidimensional).

Para que se desenvolva o desenho sobre a fôrma é necessário um conhecimento amplo sobre anatomia e fisiologia do pé, as medidas do calçado precisam seguir fundamentos técnicos, para assim, proporcionar conforto ao consumidor.

Na modelagem, são seguidos os modelos bases, após o desenvolvimento de um modelo base, modelos clássicos, sobre ele é desenvolvido outros modelos, chamados de fantasia.

Nos modelos clássicos as medidas e linhas permanecem, apenas nos modelos fantasia que as medidas e linhas se alteram, seguindo as linhas bases do modelo clássico.

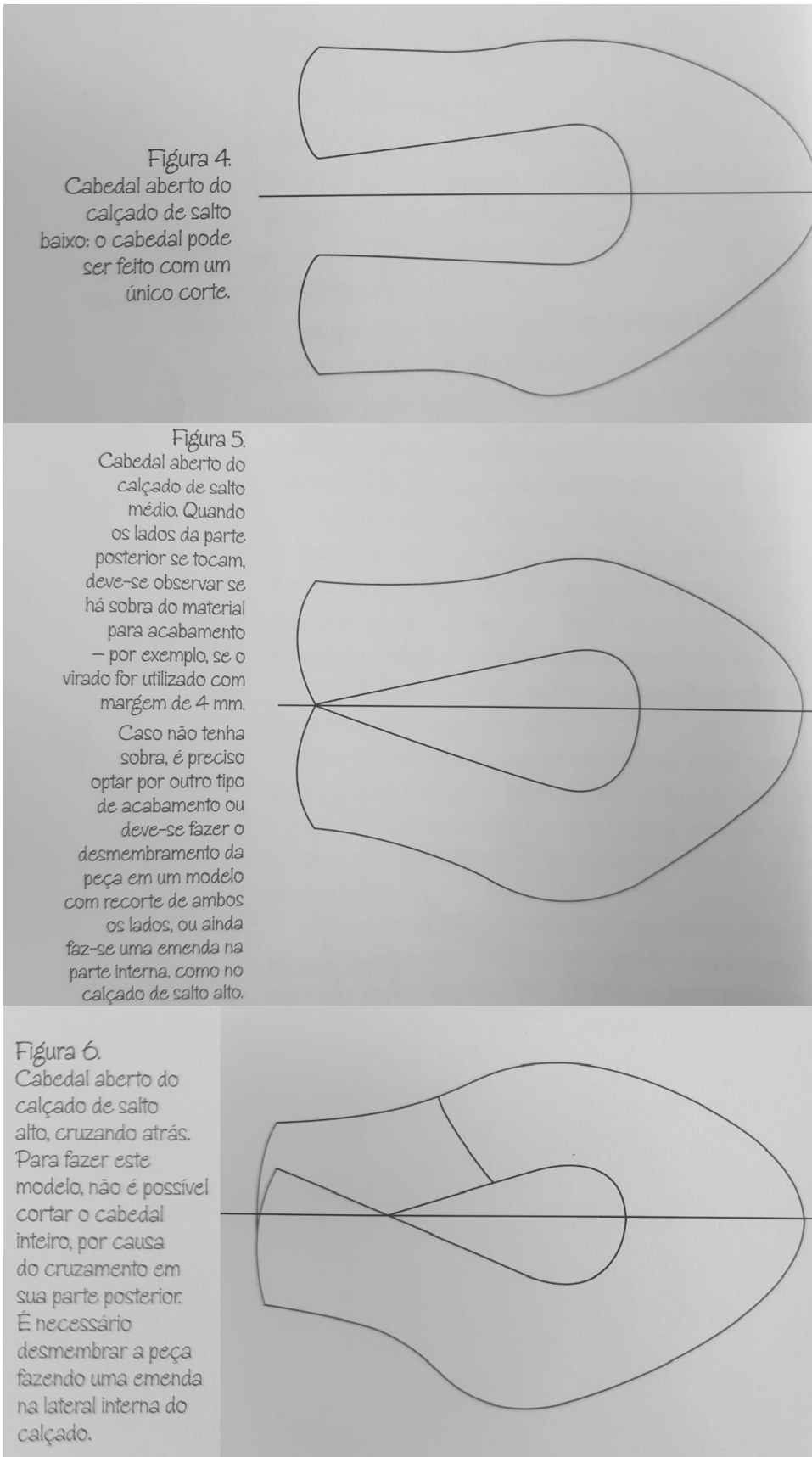
A modelagem de um calçado sem salto e de um com salto médio e salto alto difere-se entre si, devido ao alinhamento do barco, como Liger escreve. O

alinhamento determina a aderência ou não do calçado a fôrma, e por consequência ao pé.

“ Cada altura de salto tem um alinhamento próprio: quanto mais baixo o salto, mais o modelo tende a abrir; quanto mais alto, mais o modelo tende a cruzar na parte posterior”. (LIGER, 2015, p.30)

Por isso, os calçados femininos com salto alto, possuem uma emenda no cabedal na parte interna do pé, pois não é possível o cabedal estar inteiro no tecido.

Imagem 19. Cabedal e alinhamento do barco



### 2.3.1 Moldes

“O molde é uma representação bidimensional e em tamanho real da superfície tridimensional da fôrma. Ele é usado para cortar o material do cabedal nos formatos certos e compor as partes do sapato. ” (CHOKLAT, 2012, p.42).

O molde é o desenho planificado em 2D sendo, normalmente, feito sobre a fôrma, e posteriormente planificado, mesmo as partes que não precisam ser construídas sobre a fôrma, necessitam de molde para ter seu encaixe preciso.

O molde é construído com fita adesiva ou papel adesivo colado na fôrma, que após a criação do modelo é retirado, e passado para 2D, e posteriormente ao material que será confeccionado o calçado.



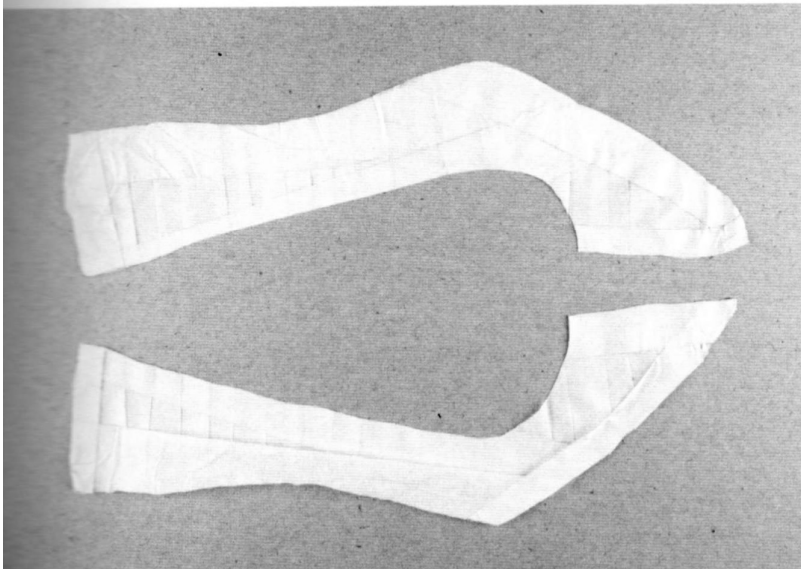
Imagem 20. Fôrma adesivada, desenho, e molde planificado



*A fôrma é quase sempre coberta com uma fita, dando origem a uma superfície sobre a qual se possa desenhar e a qual é aplainada posteriormente para que se criem os moldes.*



*Desenhar sobre a fôrma coberta constitui a primeira etapa na criação de um molde.*



*Depois, os moldes iniciais são retirados da fôrma e aplainados para que possam ser mais desenvolvidos.*

## 2.4 MATERIAIS UTILIZADOS

Comumente, o material mais utilizado é o couro em virtude de fornecer as seguintes características: durabilidade, flexibilidade e respirabilidade.

“O material mais adequado para os calçados- e talvez o mais comum- é o couro, que é um subproduto da indústria de carne, obtido principalmente do gado.” (CHOKLAT, 2012, p.44)

O couro para ser utilizado no calçado passa por diversos tratamentos, primeiro pelo curtimento, à base de cromo ou vegetais, o que garante mais resistência ao calor. Quando curtido a cromo o couro tem um desempenho mais satisfatório no tratamento com coloração, já o tratamento à base de vegetais reage à luz, resultando em uma coloração distinta. Este último destina-se a acessórios como cintos, malas e solas.

Os calçados podem ser produzidos, além do couro, em tecidos e materiais sintéticos.

### 2.4.1 Couros

O couro mais utilizado no mundo é o couro bovino, conhecido também como couro *vacum*. Tendo tipos distintos a saber:

- Vaqueta – utilizado em quase todos os tipos de calçados.
- Envernizado – usado em *scarpin*.
- Camurção – destinado a calçados mais rústicos.
- Camurça – destinado a calçados mais finos.

Imagem 21. Couro de *Vacum*



Fonte: Preview do Couro Zen 2020\_II

O couro de suíno também é muito utilizado. Seus tipos de couro são:

- Raspa
- Couro de Porco – utilizado em forro, por ser maleável.

O couro de caprinos, são couros derivados do bode e cabrito. Seus couros são:

- Couro de Pelica - couro delicado, requintado, muito utilizado em calçados finos, principalmente os masculinos
- Camurça – possui uma textura lisa e muita maleabilidade, muito utilizado em calçados femininos

O couro de répteis, batráquios e peixes são os couros mais nobres disponíveis, eles são:

- Batráquios: rã e perereca
- Répteis: crocodilo, jacaré, lagartos, cobras

Imagem 22. Couro de Jacaré



Fonte: Preview do Couro Zen 2020\_II

- Peixe: pirarucu, tilápia

Imagem 23. Couro de Pirarucu



Fonte: Preview do Couro Zen 2020\_II

#### 2.4.2 Tecidos

Para a confecção do calçado pode ser utilizado tecidos diversos, desde que seja tecido plano. O tecido é muito utilizado devido a extensa gama de cores, padronagens e estampas.

### 2.4.3 Sintéticos

Assim como o tecido possui uma grande variedade, o material sintético é muito utilizado devido ao baixo custo, sendo uma opção de produto de qualidade com o valor mais acessível.

### 3 MODELOS DE CALÇADOS FEMININOS

#### 3.1 ANABELA

O calçado Anabela se caracteriza pelo salto, que pode variar de três centímetros à dez centímetros, seu salto começa na parte do calcanhar do pé e afunila terminando antes de chegar na ponta do pé.

Salvatore Ferragamo foi quem na década de 1930 desenvolveu um calçado com salto plataforma, ganhando o nome de salto Anabela.

“Ferragamo foi um verdadeiro inovador e patenteou muitas das suas ideias. Os sapatos de salto Anabela inventados por ele, extremamente originais, [...]. A alma de metal, uma parte integrante da constituição do sapato atualmente, foi uma das inovações de Ferragamo.” (CHOKLAT, 2012, p.14).

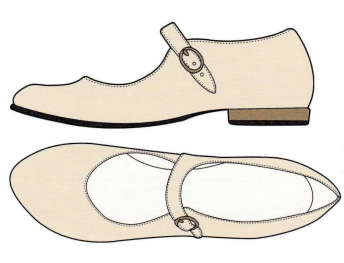
#### 3.2 ALPARGATA

Também é conhecida como espadrille. Foi criada na Espanha pois seu solado era de esparto<sup>1</sup> entrelaçado, e a parte do cabedal confeccionada com lona.

#### 3.3 BONECA

O calçado boneca também conhecido como Mary Jane, é um calçado derivado da sapatilha, mas o que o diferencia é a tira que passa sobre o peito do pé e possui o fechamento com uma fivela. Esse tipo de modelo é muito comercializado em calçados infantis.

Imagem 24. Calçado modelo Boneca



Fonte: Design de Sapato

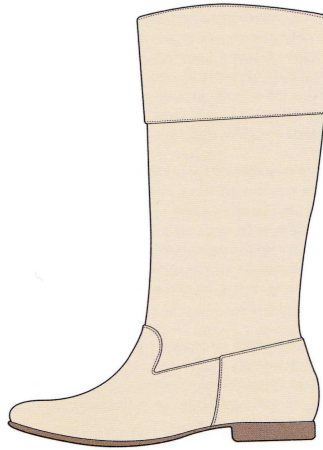
<sup>1</sup>Esparto – Botânica: planta herbácea, perene e cespitosa, da família das Gramíneas, espontânea no Algarve, tem caules fibrosos, folhas lineares e resistentes e inflorescência em panícula estreita e longa, sendo utilizada no fabrico de capachos, cordas, esteiras, etc.; alfa, esparteira.

### 3.4 BOTA

A bota tem como característica o cano, que antigamente possuía o fechamento com cadarços cruzado. As botas possuem diferença entre o salto (alto – rasteiro) e altura de cano (cano curto – cano longo), as de cano curto, seu comprimento não ultrapassa o tornozelo, as de cano médio seu comprimento chega até próximo do joelho, e as de cano longo, o comprimento passa do joelho chegando até a coxa.

O fechamento mais tradicional da bota é o zíper, que está posicionado na parte lateral interna do calçado.

Imagem 25. Calçado modelo Bota



Fonte: Design de Sapato

### 3.5 CHANEL

Também conhecido como *Sling Back*. Esse modelo de calçado foi criado em 1960. Ele é caracterizado por deixar o calcanhar a mostra. Ele possui uma tira com fivela, para fazer a regulagem, que passa pelo calcanhar do pé, dando assim sustentação para o movimento sem que o calçado saia do pé.

“ Sapato aberto atrás, mas com uma única tira que envolve o calcanhar. ” (CHOKLAT, 2012, p.49).

Há variações no modelo quanto a biqueira, que pode ser toda fechada, ou aberta deixando os dedos à mostra.

Imagem 26. Calçado modelo Chanel



Fonte: Design de Sapato

### 3.6 CHINELO

Sua característica principal são os três pontos de apoio, onde são posicionadas as tiras que dão estrutura para o calçado não sair do pé.



### 3.7 D'ORSAY

Sua característica principal é que o cabedal não se une em nenhuma parte. O calçado possui em sua modelagem apenas parte da biqueira e do contraforte, calcanhar.

“Variação do escaupim [...], o seu cabedal traseiro e o dianteiro não se encontram. (Existe ainda o semi – D’orsay, em que a beirada de cima interna ou externa desce em direção à sola, expondo a lateral do pé.)” (CHOKLAT, 2012, p.48).

Imagem 27. Calçado modelo *D’orsay*



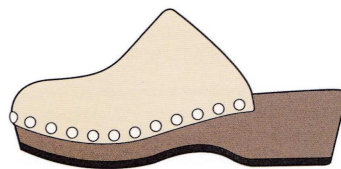
Fonte: Design de Sapato

### 3.8 CLOGS

Calçado também conhecido como Babuche. Ele é uma derivação dos tamancos. Sua característica principal é o solado único, desde a parte da frente até o salto.

Os modelos tradicionais possuem tachas de fixação nas laterais, prendendo o cabedal, e seu cabedal cobre apenas o peito do pé.

Imagem 28. Calçado modelo *Clogs*



Fonte: Design de Sapato

### 3.9 MEIA PATA

Sua característica principal é a estrutura do solado que possui uma elevação. É uma variação, na modelagem, da plataforma.

Imagem 29. Calçado modelo Meia Pata

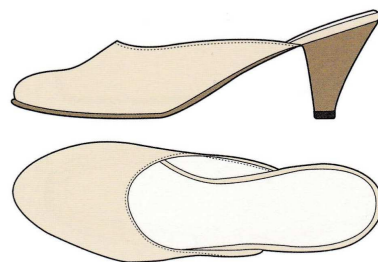


Fonte: Design de Sapato

### 3.10 MULE

O mule é caracterizado pelo cabedal fechado e calcanhar à mostra. A gáspea cobre todo o peito do pé. Sua modelagem é uma derivação dos calçados marroquinos.

Imagem 30. Calçado modelo Mule



Fonte: Design de Sapato

### 3.11 PLATAFORMA

Sua característica principal é o salto, na qual começa sob o calcanhar e se estende até a biqueira, o salto é inteiriço. Esse é o único modelo que mesmo possuindo salto alto não necessita da utilização da alma para estruturar o calçado.

### 3.12 PEEP TOE

Sua característica principal é a abertura na biqueira, na qual os dedos ficam à mostra.

Esse modelo foi criado em 1940.

Imagem 31. Calçado modelo *Peep Toe*



Fonte: Design de Sapato

### 3.13 RASTEIRINHA

Também conhecida como Flats. Sua característica principal é a modelagem permitir que o pé fique rente, próximo, ao chão. Seu salto varia de um centímetro à três centímetros.

### 3.14 SANDÁLIA

Sua característica principal são as tiras, desenvolvidas na modelagem e posicionadas em lugares estratégicos para dar sustentação e segurança ao pé.

Imagem 32. Calçado modelo Sandália



Fonte: Design de Sapato

### 3.15 SAPATILHA

A sapatilha possui característica como o decote. São calçados com o cabedal fechado, apenas tendo a abertura de entrada do pé. Sua modelagem é uma derivação das sapatilhas de *ballet* clássico.

Seus saltos variam de um centímetro a três centímetros.

### 3.16 SCARPIN

Sua característica principal é o decote. São calçados com o cabedal fechado, como a sapatilha, mas o que o diferencia é o salto alto, que varia de três centímetros à dez centímetros.

Imagem 33. Calçado modelo *Scarpin*



Fonte: Design de Sapato

### 3.17 T- STRAP

Sua característica é a tira que sobe no peito do pé, gáspea, e se une a uma tira perpendicular, formando assim um T.

Imagem 34. Calçado modelo *T-Strap*



Fonte: Design de Sapato

## 4 MODELOS DE SALTOS

Há uma variação enorme de tipos de salto, mas todos eles, independente do modelo e tamanho possuem a mesma nomenclatura para suas partes.

Imagem 35. Nomenclatura Salto



Fonte: Aprenda a fazer Calçados

Deve-se saber que a capa do salto, ou tacão, varia conforme a espessura do salto.

Tem-se o salto agulha que possui em sua característica o afunilamento da bandeja a capa do salto.

Imagem 36. Salto Agulha



Fonte: Aprenda a fazer Calçados

O salto Anabela que começa alto no calcanhar ficando rente na planta do pé.

Imagem 37. Salto Anabela



Fonte: Aprenda a fazer Calçados

O salto carrapeta, muito utilizado em botas *countries*.

Imagem 38. Salto Carrapeta



Fonte: mercado livre

O salto cone possui o formato de uma casca de sorvete.

Imagem 39. Salto Cone



Fonte: Aprenda a fazer Calçados

O salto *flat*, que varia de um centímetro à três centímetros, salto esse usado em sapatilhas, rasteirinhas.

O salto geométrico é caracterizado pelos formatos esculturais.

Imagem 40. Salto Geométrico



Fonte: Aprenda a fazer Calçados

O salto Robusto, também conhecido como funil, é um salto largo, podendo variar em sua altura.

Imagem 41. Salto Robusto



Fonte: Aprenda a fazer Calçados

O salto Sabrina possui estrutura acinturada.

Imagem 42. Salto Sabrina



Fonte: Aprenda a fazer Calçados

## 5 MERCADO CALÇADISTA BRASILEIRO

O calçado com o decorrer do tempo se tornou um item de destaque no mercado de moda, um acessório importante. Cientes deste comportamento, muitas marcas em suas redes de *fast fashion* conciliaram a venda dos calçados aos seus produtos.

“Nos anos 1990, as casas de alta-costura perceberam que os sapatos ofereciam mais um canal para o luxo. No mesmo período, a produção de sapatos começou a se mudar lentamente da Europa para o Oriente, tornando os sapatos de moda mais acessíveis ao consumidor médio.” (CHOKLAT, 2012, p.18).

O setor calçadista brasileiro, nos últimos dez anos teve sua receita quadruplicada. Os dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) afirma que a produção de calçados cresceu 6,6% até novembro de 2013, comparando com o mesmo período anterior.

E segundo a Abicalçados (Associação Brasileira das Indústrias de Calçados) o perfil da indústria nacional calçadista produziu no ano de 2017, 909 milhões de pares de calçados, para exportação foram destinados 127 milhões gerando US\$ 1,09 bilhão, e mais de 150 países importaram os calçados brasileiros, sendo Estados Unidos o principal importador, seguido pela Argentina, Paraguai e Bolívia.

Atualmente o parque calçadista brasileiro possui cerca de 7,1 mil empresas gerando 300 mil postos de trabalho direto.

Dados recentes mostram que a exportação de calçados teve uma queda de 10,8% em pares e 10,5 em US\$, comparando 2018 com 2017, sendo que em 2018 foram fabricados 113,47 milhões de pares de calçados gerando US\$ 976 milhões, segundo a Abicalçados. A produção de calçados segundo o IBGE constando os meses de janeiro a novembro de 2018, comparando com janeiro a novembro de 2017 teve uma queda de 1,6%, já o varejo para calçados com relação ao ano de 2018 e 2017 subiu 2,6%, segundo a Ablac (Associação Brasileira de Lojistas de Artefatos e Calçados), os postos de emprego direto em 2018 foi 3,5% menor que 2017.



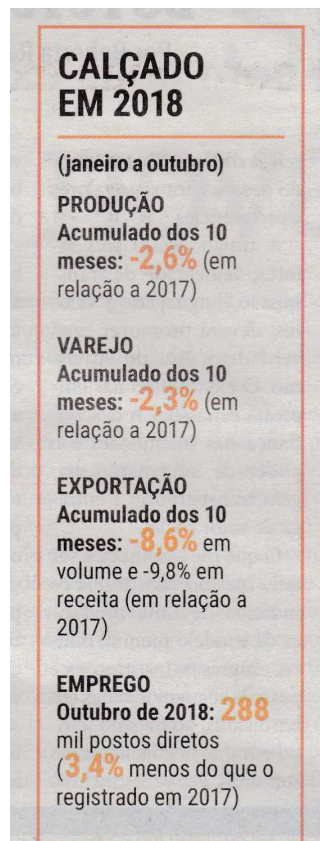
Na Expo Riva Schuh, uma tradicional feira na cidade italiana de Riva del Garda, que ocorreu de 12 a 15 de janeiro de 2019, as marcas brasileiras presentes comercializaram 431,3 mil pares de calçados gerando em torno de US\$ 7 milhões.

2017 e 2018 foram anos de muita dificuldade para o setor, pois houve uma queda de 85% da produção, tanto para o comércio interno como externo.

Klein, Heitor, presidente executivo da Abicalçados. No jornal do calçado e da moda diz “Podemos ser beneficiados de alguma forma pela guerra comercial travada entre Estados Unidos e China”, com isso abrindo as portas para a exportação ao Estados Unidos. Já para o comércio interno há previsão de crescimento para o segundo semestre 2019.

O IBGE em análise recente informou que a produção de calçados no País aumentou em setembro e outubro de 2018 (+5,2% e +6,6%).

Imagem 43. Produção de calçado



Fonte: jornal do calçado e da moda. N° 2929 – 14/01/2019

## 5.1 INDÚSTRIA CALÇADISTA BRASILEIRA E O MERCADO EXTERNO

### 5.1.1 Exportação

Os fabricantes de calçados do Rio Grande do Sul são os principais na exportação, eles exportaram nos últimos três meses 4,84 milhões de pares, do qual gerou uma receita de US\$ 74,73 milhões. O segundo maior exportador é o Ceará, que exportou 11,58 milhões de pares, gerando uma receita de US\$ 63,53 milhões. A Paraíba está no terceiro lugar, eles exportaram 5 milhões de pares e geraram US\$ 15 milhões.

Segundo a Abicalçados o mês de fevereiro/2019 manteve o crescimento nas exportações de calçados, como previsto anteriormente. Foram exportados 11 milhões de pares que geraram US\$ 84,4 milhões, esse resultado deve-se ao crescimento das vendas para os Estados Unidos, devido a guerra comercial entre Estados Unidos e China, como citado anteriormente, com isso o mercado brasileiro obteve mais espaço para a exportação.

A França é o segundo maior importador de calçados brasileiros. Em janeiro de 2019 foram enviados 1,77 milhões de pares, gerando US\$ 9 milhões. A Argentina, em janeiro de 2019, também importou 33,27 mil pares, gerando US\$4,3 milhões, mesmo estando em uma profunda crise econômica. Já os britânicos, em janeiro de 2019, importaram 307,3 mil pares o que gerou uma receita de US\$ 3,54 milhões.

Tabela 1. Exportações Brasileira de Calçados – Quadro Mensal

EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS <sup>1</sup>												
QUADRO MENSAL												
MÊS	2018		2019		2018		2019		2018		2019 s/ 2018	
	US\$	PARES	VM <sup>2</sup>	US\$	PARES	VM <sup>2</sup>	US\$	PARES	US\$	PARES	US\$	PARES
Jan	80.722.799	11.250.504	7,18	99.292.667	15.013.220	6,61	-30,9%	-34,9%	1,7%	14,7%	23,0%	33,4%
Fev	77.625.195	9.421.561	8,24	84.418.325	11.050.544	7,64	-3,8%	-16,3%	-15,0%	-26,4%	8,8%	17,3%
Mar	92.644.912	9.818.308	9,44				19,3%	4,2%				
Abr	93.186.673	9.871.780	9,44				0,6%	0,5%				
Mai	56.167.622	6.395.031	8,78				-39,7%	-35,2%				
Jun	86.644.312	8.617.768	10,05				54,3%	34,8%				
Jul	58.421.015	4.834.017	12,09				-32,6%	-43,9%				
Ago	82.927.985	8.809.515	9,41				41,9%	82,2%				
Set	71.637.062	9.859.917	7,27				-13,6%	11,9%				
Out	93.756.228	10.965.104	8,55				30,9%	11,2%				
Nov	84.778.728	10.540.838	8,04				-9,6%	-3,9%				
Dez	97.600.274	13.085.756	7,46				15,1%	24,1%				

Fonte: MDIC/SEC EX; Elaborado pela Abicalçados

\*Nota: Calçados compreendem os produtos classificados entre as NCM's grupo 6401 e 6405.

\*Nota: Valor médio por par.

\*Nota: Percentual sobre o total do ano anterior. Responde quanto as exportações acumuladas no mês representam sobre o total do ano anterior.

Fonte: Abicalçados

Tabela 2. Exportações Brasileira de Calçados – Quadro Comparativo por País de Destino

PAÍS (DESTINO)	QUADRO COMPARATIVO POR PAÍS DE DESTINO												
	2018 JAN-FEV			2019 JAN-FEV			2018 % Participação s/ Total		2019 % Participação s/ Total		2019 s/ 2018 do ano anterior		
	US\$	PARES	VM <sup>2</sup>	US\$ ▼	PARES	VM <sup>2</sup>	US\$	PARES	US\$	PARES	US\$	PARES	VM <sup>2</sup>
Estados Unidos	23.724.121	1.752.460	13,54	37.748.723	2.938.028	12,85	15,0%	8,5%	20,5%	59,1%	67,7%	-5,1%	
França	16.377.672	2.542.372	6,44	14.340.204	2.747.289	5,22	10,3%	12,3%	7,8%	-12,4%	8,1%	-19,0%	
Argentina	17.168.857	1.042.875	16,46	11.274.984	902.278	12,50	10,8%	5,0%	6,1%	-34,3%	-13,5%	-24,1%	
Bolívia	5.095.579	873.462	5,83	6.777.970	1.113.224	6,09	3,2%	4,2%	3,7%	33,0%	27,4%	4,4%	
Chile	5.087.948	207.812	24,48	5.520.326	258.041	21,39	3,2%	1,0%	3,0%	8,5%	24,2%	-12,6%	
Colômbia	4.158.066	803.170	5,18	5.018.602	1.415.333	3,55	2,6%	3,9%	2,7%	20,7%	76,2%	-31,5%	
Reino Unido	3.272.124	226.315	14,46	4.985.402	422.868	11,79	2,1%	1,1%	2,7%	52,4%	86,8%	-18,5%	
Espanha	2.505.014	521.895	4,80	4.791.276	1.506.328	3,18	1,6%	2,5%	2,6%	91,3%	188,6%	-33,7%	
Paraguai	6.178.899	2.415.917	2,56	4.674.112	1.690.690	2,76	3,9%	11,7%	2,5%	-24,4%	-30,0%	8,1%	
Emirados Árabes Unidos	2.105.528	258.764	8,14	4.568.058	690.695	6,61	1,3%	1,3%	2,5%	117,0%	166,9%	-18,7%	
Países Baixos (Holanda)	3.505.721	250.862	13,97	4.351.628	621.805	7,00	2,2%	1,2%	2,4%	24,1%	147,9%	-49,9%	
Itália	4.579.215	661.044	6,93	4.284.316	727.057	5,89	2,9%	3,2%	2,3%	-6,4%	10,0%	-14,9%	
Rússia	2.440.775	151.044	16,16	3.922.704	425.647	9,22	1,5%	0,7%	2,1%	60,7%	181,8%	-43,0%	
México	1.130.814	116.939	9,67	3.391.051	426.842	7,94	0,7%	0,6%	1,8%	199,9%	265,0%	-17,8%	
Portugal	3.225.536	317.457	10,16	3.238.836	405.138	7,99	2,0%	1,5%	1,8%	0,4%	27,6%	-21,3%	
Canadá	1.615.964	98.462	16,41	3.202.300	255.174	12,55	1,0%	0,5%	1,7%	98,2%	159,2%	-23,5%	
Peru	3.567.151	536.708	6,65	2.875.980	393.699	7,31	2,3%	2,6%	1,6%	-19,4%	-26,6%	9,9%	
China	793.802	86.105	9,22	2.861.945	345.167	8,29	0,5%	0,4%	1,6%	260,5%	300,9%	-10,1%	
Israel	2.621.934	620.475	4,23	2.815.672	793.505	3,55	1,7%	3,0%	1,5%	7,4%	27,9%	-16,0%	
Alemanha	2.438.604	327.544	7,45	2.726.726	343.633	7,93	1,5%	1,6%	1,5%	11,8%	4,9%	6,6%	
Outros	46.754.670	6.860.183	6,82	50.340.177	7.641.323	6,59	29,5%	33,2%	27,4%	7,7%	11,4%	-3,3%	
<b>TOTAL</b>	<b>158.347.994</b>	<b>20.672.065</b>	<b>7,66</b>	<b>183.710.992</b>	<b>26.063.764</b>	<b>7,05</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>16,0%</b>	<b>26,1%</b>	<b>-8,0%</b>	

Fonte: MIDIC/SECEX; Elaborado pela Abicalçados

Nota: Calçados compreendem os produtos classificados entre as NCM's grupo 6401e 6405.

Nota: Valor médio por par.

▼ Classificação do maior para o menor com base no valor.

Tabela 3. Exportações Brasileira de Calçados – Quadro Comparativo por Estado

EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS <sup>1</sup>												
QUADRO COMPARATIVO POR ESTADO												
ESTADO	2018 JAN-FEV			2019 JAN-FEV			2018 % Participação s/ Total		2019 % Participação s/ Total		2019 s/ 2018 % Variação s/ mesmo período do ano anterior	
	US\$	PARES	VM <sup>2</sup>	US\$ ▼	PARES	VM <sup>2</sup>	US\$	PARES	US\$	PARES	US\$	PARES
Rio Grande do Sul	69.679.234	4.087.456	17,05	74.435.236	4.840.591	15,38	44,0%	19,8%	40,5%	18,6%	6,8%	18,4%
Ceará	44.444.544	8.883.182	5,00	63.533.239	11.580.410	5,49	28,1%	43,0%	34,6%	44,4%	42,9%	30,4%
Paraná	10.914.554	3.744.309	2,91	14.927.712	5.092.954	2,93	6,9%	18,1%	8,1%	19,5%	36,8%	36,0%
São Paulo	14.731.617	912.682	16,14	13.820.645	982.126	14,07	9,3%	4,4%	7,5%	3,8%	-6,2%	7,6%
Minas Gerais	6.403.779	1.493.149	4,29	6.156.353	2.001.126	3,08	4,0%	7,2%	3,4%	7,7%	-3,9%	34,0%
Bahia	5.668.682	438.024	12,94	4.083.226	332.303	12,29	3,6%	2,1%	2,2%	1,3%	-28,0%	-24,1%
Santa Catarina	2.259.731	190.464	11,86	3.114.176	268.310	11,61	1,4%	0,9%	1,7%	1,0%	37,8%	40,9%
Pernambuco	1.459.183	680.383	2,14	1.615.437	723.295	2,23	0,9%	3,3%	0,9%	2,8%	10,7%	6,3%
Paraná	766.494	64.665	11,85	812.628	113.590	7,15	0,5%	0,3%	0,4%	0,4%	6,0%	75,7%
Sergipe	943.779	94.901	9,94	661.603	55.124	12,00	0,6%	0,5%	0,4%	0,2%	-29,9%	-41,9%
Outros	1.076.397	82.850	12,99	550.737	73.935	7,45	0,7%	0,4%	0,3%	0,3%	-48,8%	-10,8%
<b>TOTAL</b>	<b>158.347.994</b>	<b>20.672.065</b>	<b>7,66</b>	<b>183.710.992</b>	<b>26.063.764</b>	<b>7,05</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>16,0%</b>	<b>26,1%</b>

Fonte: MDIC/SECEX; Elaborado pela Abicalçados.  
<sup>1</sup>Nota: Calçados compreendem os produtos classificados entre as NCM's grupo 6401e 6405.  
<sup>2</sup>Nota: Valor médio por par.  
▼ Classificação do maior para o menor com base no valor.

Fonte: Abicalçados

### 5.1.2 Importação

Para a indústria brasileira a queda na importação de calçados de países como Vietnã, Indonésia e China são de suma importância, pois assim além de exportar os fabricantes conseguem manter-se no mercado interno.

Em janeiro de 2019 a importação obteve uma queda de 4,8% em volume e 1,3% em dólares com relação ao ano anterior. A importação de calçado do Vietnã teve uma redução de 1,8% em volume, foram importados 1,33 milhão de pares. A Indonésia sofreu uma queda de 42,3% em volume, referente a importação de 570,5 mil pares. Já a China conseguiu exportar para o Brasil apenas 528,7 mil pares, sendo 40% de queda em volume.

Tabela 4. Importações Brasileira de Calçados – Quadro Mensal

IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS <sup>1</sup>															
QUADRO MENSAL															
MÊS	2018			2019			2017			2018		2018 s/ 2017			
	US\$	PARES	VM <sup>2</sup>	US\$	PARES	VM <sup>2</sup>	US\$	PARES	% Variação s/ mês anterior	US\$	PARES	% Variação s/ mês imediatamente anterior	US\$	PARES	% Variação s/ mesmo mês do ano anterior
Jan	40.072.671	2.925.731	13,70	39.552.117	2.784.754	14,20	141,0%	189,9%	141,0%	189,9%	202,2%	203,9%	-1,3%	203,9%	-4,8%
Fev	32.538.813	2.819.126	11,54	30.369.457	3.503.058	8,67	-18,8%	-3,6%	-18,8%	-3,6%	-23,2%	25,8%	-6,7%	25,8%	24,3%
Mar	28.345.069	3.002.347	9,44				-12,9%	6,5%	-12,9%	6,5%					
Abr	29.366.017	2.551.887	11,51				3,6%	-15,0%	3,6%	-15,0%					
Mai	23.168.176	1.876.039	12,35				-21,1%	-26,5%	-21,1%	-26,5%					
Jun	29.679.793	2.073.721	14,31				28,1%	10,5%	28,1%	10,5%					
Jul	31.227.890	2.278.126	13,71				5,2%	9,9%	5,2%	9,9%					
Ago	32.727.210	2.224.526	14,71				4,8%	-2,4%	4,8%	-2,4%					
Set	28.617.426	2.044.965	13,99				-12,6%	-8,1%	-12,6%	-8,1%					
Out	28.332.171	1.959.550	14,46				-1,0%	-4,2%	-1,0%	-4,2%					
Nov	23.918.808	1.478.119	16,18				-15,6%	-24,6%	-15,6%	-24,6%					
Dez	19.556.940	1.365.732	14,32				-18,2%	-7,6%	-18,2%	-7,6%					

Fonte: MIDIC/SEC EX; Elaborado pela Abicalçados

<sup>1</sup>Nota: Calçados compreendem os produtos classificados entre as NCM's grupo 6401 e 6405.

<sup>2</sup>Nota: Valor médio por par.

<sup>3</sup>Nota: Percentual sobre o total do ano anterior. Responde quanto as importações acumuladas no mês representam sobre o total do ano anterior.

Fonte: Abicalçados

Tabela 5. Importações Brasileiras de Calçados – Quadro Comparativo por País de Destino

PAÍS (ORIGEM)	2018 JAN-FEV				2019 JAN-FEV				2018 % Participação s/ Total				2019 % Participação s/ Total				2019 s/ 2018 % Variação s/ mesmo período do ano anterior			
	US\$	PARES	VM <sup>2</sup>	VM <sup>2</sup>	US\$ ▼	PARES	VM <sup>2</sup>	VM <sup>2</sup>	US\$	PARES	VM <sup>2</sup>	VM <sup>2</sup>	US\$	PARES	VM <sup>2</sup>	VM <sup>2</sup>	US\$	PARES	VM <sup>2</sup>	
Vietnã	42.185.234	2.417.808	17,45	16,17	34.414.288	2.128.518	16,17	16,17	58,1%	42,1%	58,1%	16,17	49,2%	33,9%	16,17	-18,4%	-12,0%	-7,3%		
Indonésia	12.288.511	725.323	16,94	14,44	16.142.410	1.118.256	14,44	14,44	16,9%	12,6%	16,9%	14,44	23,1%	17,8%	14,44	31,4%	54,2%	-14,8%		
China	7.285.776	1.972.383	3,69	3,33	8.120.664	2.436.049	3,33	3,33	10,0%	34,3%	10,0%	3,33	11,6%	38,7%	3,33	11,5%	23,5%	-9,8%		
Itália	4.084.488	25.951	157,39	126,59	4.931.945	38.961	126,59	126,59	5,6%	0,5%	5,6%	126,59	7,1%	0,6%	126,59	20,7%	50,1%	-19,6%		
Camboja	2.093.033	145.560	14,38	11,58	1.601.442	138.333	11,58	11,58	2,9%	2,5%	2,9%	11,58	2,3%	2,2%	11,58	-23,5%	-5,0%	-19,5%		
Tailândia	531.245	29.131	18,24	18,90	1.476.899	78.155	18,90	18,90	0,7%	0,5%	0,7%	18,90	2,1%	1,2%	18,90	178,0%	168,3%	3,6%		
Índia	1.103.717	76.107	14,50	13,20	862.000	65.312	13,20	13,20	1,5%	1,3%	1,5%	13,20	1,2%	1,0%	13,20	-21,9%	-14,2%	-9,0%		
Paraguai	308.417	51.023	6,04	2,87	407.507	142.122	2,87	2,87	0,4%	0,9%	0,4%	2,87	0,6%	2,3%	2,87	32,1%	178,5%	-52,6%		
Mianmar	201.877	15.797	12,78	11,45	384.746	33.597	11,45	11,45	0,3%	0,3%	0,3%	11,45	0,6%	0,5%	11,45	90,6%	112,7%	-10,4%		
Bangladesh	921.836	144.990	6,36	8,35	320.998	38.436	8,35	8,35	1,3%	2,5%	1,3%	8,35	0,4%	0,2%	8,35	-65,2%	-73,5%	31,4%		
Taiwan (Formosa)	165.764	19.724	8,40	17,39	252.911	14.544	17,39	17,39	0,2%	0,3%	0,2%	17,39	0,4%	0,2%	17,39	52,6%	-26,3%	106,9%		
Espanha	344.144	15.603	22,06	48,35	209.884	4.341	48,35	48,35	0,5%	0,3%	0,5%	48,35	0,3%	0,1%	48,35	-39,0%	-72,2%	119,2%		
Romênia	34.126	578	59,04	53,84	134.648	2.501	53,84	53,84	0,0%	0,0%	0,0%	53,84	0,2%	0,0%	53,84	294,6%	332,7%	-8,8%		
Portugal	132.506	4.364	30,36	33,43	76.854	2.299	33,43	33,43	0,2%	0,1%	0,2%	33,43	0,1%	0,0%	33,43	-42,0%	-47,3%	10,1%		
Croácia	25.013	151	165,65	194,10	74.730	385	194,10	194,10	0,0%	0,0%	0,0%	194,10	0,1%	0,0%	194,10	198,8%	155,0%	17,2%		
Bósnia-Herzegovina	72.224	4.890	14,77	31,06	70.730	2.277	31,06	31,06	0,1%	0,1%	0,1%	31,06	0,1%	0,0%	31,06	-2,1%	-53,4%	110,3%		
Albânia	87.436	3.990	21,91	21,21	70.622	3.329	21,21	21,21	0,1%	0,1%	0,1%	21,21	0,1%	0,1%	21,21	-19,2%	-16,6%	-3,2%		
Turquia	100.106	7.164	13,97	11,99	68.523	5.716	11,99	11,99	0,1%	0,1%	0,1%	11,99	0,1%	0,1%	11,99	-31,5%	-20,2%	-14,2%		
Filipinas	122.288	13.672	8,94	10,12	67.556	6.676	10,12	10,12	0,2%	0,2%	0,2%	10,12	0,1%	0,1%	10,12	-44,8%	-51,2%	13,1%		
África do Sul	27.978	2.856	9,80	9,66	27.990	2.898	9,66	9,66	0,0%	0,0%	0,0%	9,66	0,0%	0,0%	9,66	0,0%	-	-		
Outros	495.765	67.792	7,31	8,13	204.227	25.107	8,13	8,13	0,7%	1,2%	0,7%	8,13	0,3%	0,4%	8,13	-58,8%	-63,0%	11,2%		
<b>TOTAL</b>	<b>72.611.484</b>	<b>5.744.857</b>	<b>12,64</b>	<b>11,12</b>	<b>69.921.574</b>	<b>6.287.812</b>	<b>11,12</b>	<b>11,12</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>11,12</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>11,12</b>	<b>-3,7%</b>	<b>9,5%</b>	<b>-12,0%</b>		

Fonte: MIDICEX; Elaborado pela Abicalçados.  
 \*Nota: Calçados compreendem os produtos classificados entre as NCMs grupo 6401 e 6405.  
 †Nota: Valor médio por par.  
 ▼ Classificação do maior para o menor com base no valor.



## 6 CONSTRUÇÃO DA MARCA

A marca é identidade, que transmite conceito, atributos e valores. Sua criação é desenvolvida ao redor de elementos como a razão, público – alvo, produtos e serviços.

A marca tem como objetivo construir a imagem da empresa, diferenciando-a dos concorrentes. A história como plano de fundo criada por uma marca serve para que o consumidor consiga distinguir uma marca da outra.

A marca é composta por letras, símbolos, desenhos, sinais assim identificando o produto ou serviço oferecido por essa empresa.

“ A marca é a personalidade de uma empresa e o que ela espera representar para o cliente” (MOORE, 2013, p.10)

### 6.1 LOGOTIPO

“ A marca e o logotipo podem ser importantes ferramentas [...] pois são meios de comunicação com o mercado, servem de auxílio às vendas e são de fácil utilização. “ (SARQUIS, 2003, p.48)

A marca é constituída por logotipo, identidade visual e também pela história e tradições. Com todo esse embasamento a marca é reconhecida pelo consumidor.

MOORE (2013, p.12) escreve que as informações da marca colhida pelo consumidor se dá por fontes diversas, tanto o logotipo, identidade visual, a loja física, os produtos oferecidos pela marca, história da marca e outros elementos.

#### 6.1.1 Débora Cornaquini

Foi escolhido o próprio nome para marca em virtude de ser moda autoral, onde o criador está próximo da criação, desenvolvendo calçados artesanais. O uso do próprio nome permite uma identificação e o relacionamento mais próximo ao cliente.

##### 6.1.1.1 Logotipo da marca

Para a criação do logotipo foram utilizadas letras interligadas. As abreviadas são utilizadas em detalhes, e por extenso em embalagens maiores.

Imagem 44. Logotipo Monograma



Fonte: Arquivo do autor

Imagem 45. Logotipo por extenso

Debora Cornaquini

Fonte: Arquivo do autor

## 6.2 MOODBOARD DA MARCA

Imagem 46. Painel da Marca



Fonte: Arquivo do autor

A marca representa a mulher moderna, que possui personalidade romântica e clássica.

A imagem com a mulher e flores representa a modernidade, a imagem da escultura representa o romantismo, e a imagem que mostra a taça de vinho com a rua de pedras, representa o clássico.

## 6.3 PROPÓSITO DA MARCA

A marca quer encantar, marcar momentos, promover prazer, evidenciando a feminilidade, refinamento com toque artesanal referência aos produtos com alto valor agregado devido ao trabalho manual e a exclusividade no *design*. Tem como objetivo ser referência de moda, marca artesanal, e fazer diferente, oferecendo produtos com originalidade, criatividade e amor, sendo assim uma marca que forneça inovação, confiança ao cliente e eficiência no produto, sendo ética e responsável.

## 6.4 PÚBLICO – ALVO

Com conhecimento do comportamento, hábitos e interesses do consumidor, define-se o público – alvo.

### 6.4.1 *Trendsetter* da Marca

“A musa é uma pessoa ou personagem que serve como fonte de inspiração; alguém que é capaz de dar o tom de uma coleção ou instigar a marca a inspirar-se em sua personalidade e estilo único.” (MATHARU, 2011, p.99)

A *trendsetter* escolhida pela marca foi Olivia Palermo, que possui em seu estilo as características romântica, clássica e moderna, referência da essência da marca.

Imagem 47. Olivia Palermo



Fonte: Forbes

Olivia Palermo, nascida Olivia de Paula Toledo Palermo, em vinte e oito de fevereiro de mil novecentos e oitenta e seis em Nova York, é uma figura pública norte americana, passou a ser conhecida mundialmente após o *reality The City*, na qual mostrava seu cotidiano. Foi relação pública da marca Diane Von Furstenberg e da revista Elle devido ao seu senso impecável de estilo, conhecimento sobre moda. Atualmente Olivia Palermo é empresária de comércio eletrônico, editora de moda e ícone de estilo internacional.

Olivia Palermo possui um estilo marcante que a tornou *it-girl*, e referência de estilo, com admiradores pelo mundo, seu estilo romântico, clássico e moderno, mas





desenvolvidos 20 modelos de calçados, e as coleções de verão e alto verão terão 12 modelos cada. Ao longo do ano são inseridos modelos conforme a demanda. A coleção alto verão estará disponível para a venda no mês de janeiro, a coleção de outono em março, a coleção de inverno em junho, a coleção de primavera em setembro, a de verão em dezembro.

#### 6.6 GRADE DE TRABALHO

A marca trabalhará com grade de tamanho do 35, 36, 37, 38, 39, para tamanhos brasileiro.

Utilizando os princípios do *slow fashion*, a marca produzirá calçado exclusivo, a cada modelo um par de cada numeração.

#### 6.7 MODELOS, MODELAGENS E ERGONOMIA

Como a marca possui o conceito do *slow fashion*, a modelagem será desenvolvida usando a ergonomia, assim verificando se esse calçado possui conforto ao consumidor, mas sem deixar o estilo de lado.

Com o contato próximo ao consumidor, pode-se saber quanto esse calçado é confortável ao consumidor.

## 6.6 EMBALAGENS

“Muitos produtos necessitam de embalagem para a adequada distribuição e comercialização.” (SARQUIS, 2003, P.49)

A embalagem é uma publicidade da marca, também uma identidade visual na qual transmite sensações. Além da função de proteção e conservação do produto a embalagem torna o produto atraente e desejável, e também diferencia a marca dos concorrentes.

As embalagens utilizadas serão *dust bag*, que irá com o calçado dentro da caixa e uma *bag* que acompanhará a caixa.

Imagem 50. Embalagens



Fonte: Arquivo do autor



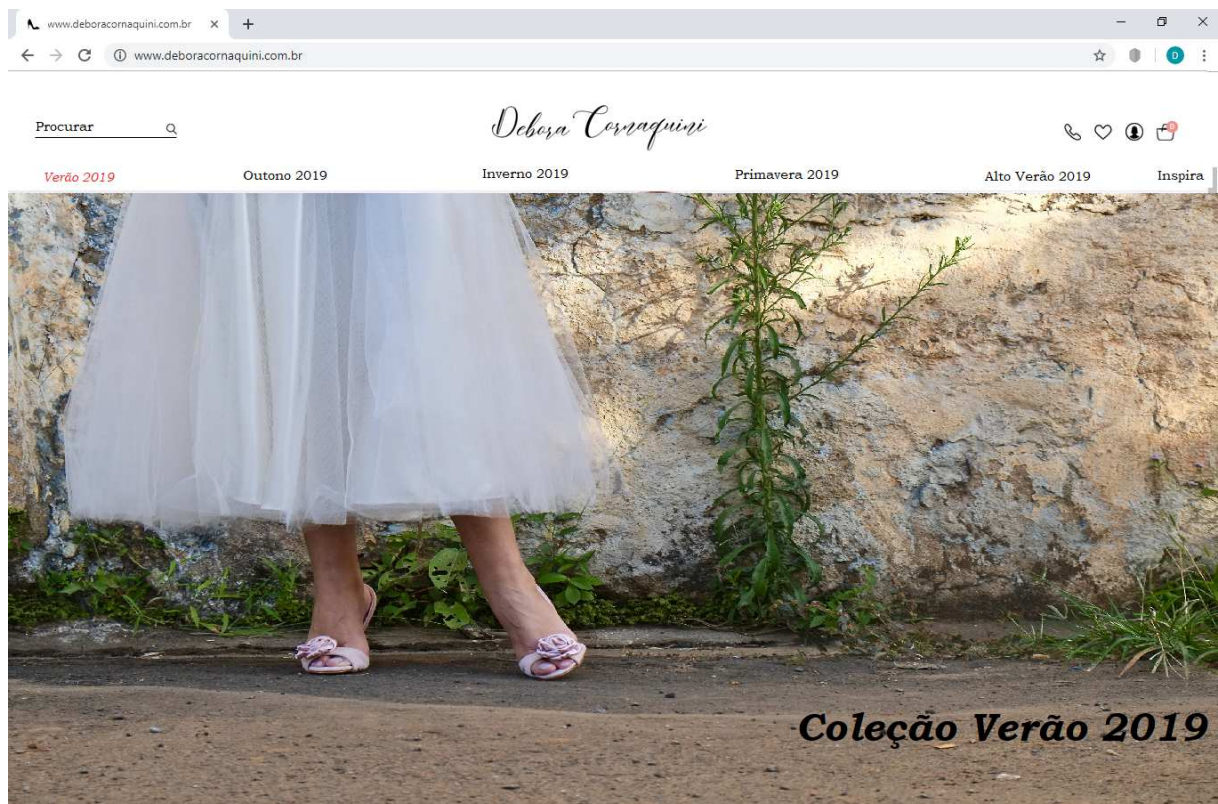
## 6.8 PONTO DE VENDA

“O mercado de vendas ao consumidor final (business-to-consumer-**B2C**) [...] cresceu rapidamente e atraiu muitos varejista”. ( LIMEIRA, 2007, p.40, grifo do autor)

O ponto de venda do produto que será utilizado pela marca é loja virtual porque atualmente o consumidor deseja adquirir um produto a qualquer hora do dia e em qualquer lugar e além disso possibilita a marca a ter presença global.

A forma de pagamento para a compra poderá ocorrer por boleto bancário e cartão de crédito, na qual o consumidor poderá optar pelo parcelamento em até 4 vezes.

Imagem 51. *Home site*



Fonte: Arquivo do autor

Imagem 52. Página site

www.deboracorraquini.com.br

Procurar

Debara Corraquini







Verão 2019    Outono 2019    Inverno 2019    Primavera 2019    Alto Verão 2019    Inspira

Home / Verão 2019

Ordenar por:    Tamanho    Cor

Mostrando 1- 6 de 12    Mostrar 6

< 1 2 >

		
444,90	649,65	517,00
		
542,60	555,85	524,50

Fonte: Arquivo do autor

Imagem 59. Página site

www.deboracorraquini.com.br

Procurar

Debara Corraquini







Verão 2019    Outono 2019    Inverno 2019    Primavera 2019    Alto Verão 2019    Inspira

Home / Verão 2019

Ordenar por:    Tamanho    Cor

Mostrando 7- 8 de 12    Mostrar 6

< 1 2 >

		
567,30	533,14	600,70
		
505,70	538,40	620,95

Fonte: Arquivo do autor

## 6.9 DIVULGAÇÃO DA MARCA

Para que a divulgação ocorra é necessário que haja pesquisa a fim da coleta de dados referente aos problemas e oportunidades.

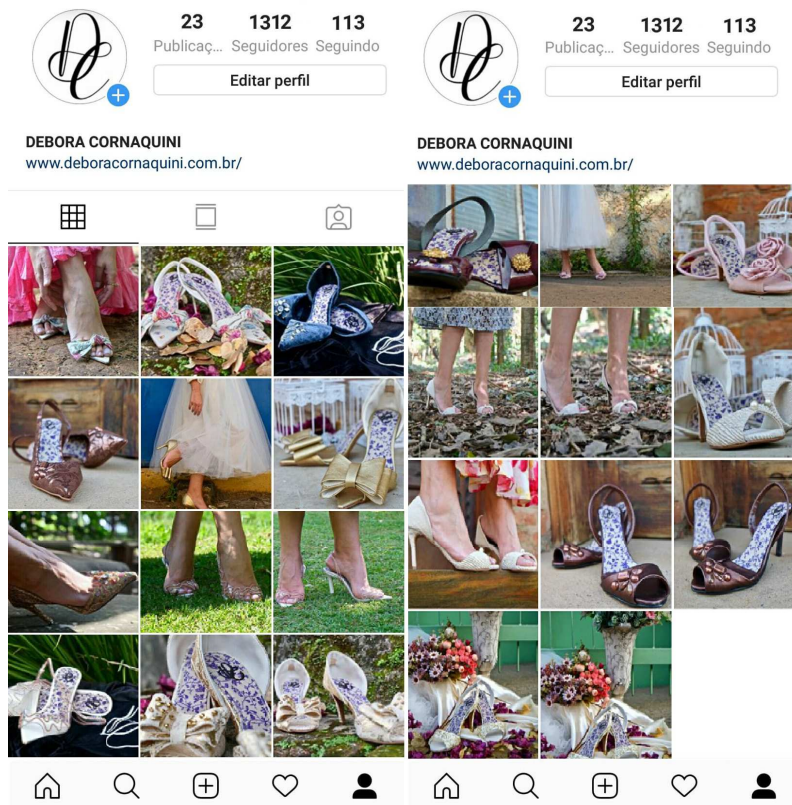
A propaganda é desenvolvida pensando em conquistar o consumidor potencial, mostrando a identidade da marca.

“A ferramenta de comunicação de marketing mais utilizada é a propaganda, que é a forma de comunicação persuasiva dirigida a um público-alvo, transmitida por meio de veículos de comunicação[...] a propaganda on-line é uma das utilizações da internet que mais tem crescido em volume de investimentos das empresas, devido ao seu importante papel para a construção de imagem de marca.” (LIMEIRA, 2007, p.160).

Com o uso da tecnologia os canais mais utilizados pelos clientes são os digitais, pois a comunicação é em tempo real, imediata.

Como a marca Débora Cornaquini fará vendas por *e-commerce*, o uso das redes sociais é de suma importância.

Imagem 54. *Instagram* da marca



Fonte: Arquivo do autor

## 7 PROJETO DE COLEÇÃO

“Projetar é determinar um mix de produto em que o consumidor seja indicador deste processo. [...] Dentro de um projeto de coleção, há varios termos que são fundamntais para os profissionais que estao envolvidos, a começar pela palavra coleção que, neste caso, significa um conjunto de produtos que deve estar em harmonia estetica e comercial...” (SABRÁ, 2014, P.127)

### 7.1 TENDÊNCIA

“Toda marca de moda [...] fará algum tipo de pesquisa antes de tomar decisões sobre o que quer que seu desgin reflita e para quem direcioná-los” (MOORE, 2013, p.38)

Para definir as tendências são realizadas pesquisadas de diversos modos, onde se coleta informações sobre economia, cultura, política, clima e ambiente, determinando as macrotendências.

Existem empresas que realizam essas previsões, coletando tendências mundiais, auxiliando as marcas nas escolhas das tendências.

#### 7.1.1 Macrotendência

A macrotendência para o verão 2020 está voltado para a feminilidade, trazendo toques românticos com sutileza. As modelagens traz um ar campestre, fluidez, leveza e assimetria. São utilizados rendas, volumes, florais abstrato para os acabamentos, mas sem perder o aspecto natural, o *animal print* continua em alta, mas com padronagem atualizada.

O artesanal é muito utilizado, mas voltado para o luxuoso, com rendas, tricôs, crochês, macramês, entre outros. Nota-se também o uso de franjas, plumas. O uso de strass cria peças poderosas. As estampas influenciada no maximalismo, traz toque de ousadia.

A macrotendência traz para paleta de cores, cores leves, refrescantes, cores neutras e pontualmente cores fluorescentes. As cores leves continuam a ser usadas com os tons *Candy Colors*, possuindo variações de tonalidades verdes, lilás, azul, amarelo, as cores neutras nota-se os tons naturais, terrosos, preto e branco, e as cores fluorescentes tons amarelo, *pink* e laranja.

Imagem 55. *Moodboard* de Macrotendências



Fonte: Arquivo do autor

### 7.1.2 Macrotendência para os Calçados

Nos calçados nota-se uma mistura de cores, formas e texturas, com elementos da natureza, transmitindo romantismo e glamour.

Os modelos mais visto nos desfiles são sandálias, *peep toes*, sapatilhas e *scarpins*. As formas utilizadas são arredondadas, que transmitem conforto. Os saltos são baixos, médios, alto, com plataformas, sem plataformas.

O uso de ornamentos são os mais variados, com uso de pedrarias, cristais, metais, peles, flores, motivos vegetais, e o artesanato.

Os materiais utilizado incluem o couro, sintéticos e tecidos. Vê-se tratamentos envernizados, paetês, brilhos, recortes e diversas texturas.

A paleta traz cores com tons azul, amarelo, mostarda, violeta, cereja, esmeralda, o preto e branco, marfim, cinza, ouro, alumínio e tons terrosos.

Imagem 56. *Moodboard* de tendências em acessório para calçados apresentado na feira Inspiramais 2020\_I



Fonte: Arquivo do autor

Os acessórios apresentados na feira InspiraMais 2020\_I, foram pedrarias, pérolas, bordados, brochês, e fivelas trabalhadas.

Imagem 57. *Moodboard* de tendências em cabedais para calçados apresentado na feira Inspiramais 2020\_I



Fonte: Arquivo do autor

Um componente muito atraente apresentado na feira foi o cabedal pronto. Cabedal que pode ser utilizado em mules, sapatilhas e até em sandálias.

Imagem 58. *Moodboard* de tendências em solado e componentes para calçados apresentado na feira Inspiramais 2020\_I



Fonte: Arquivo do autor

Os solados apresentado na feira InspiraMais 2020\_I foram *flats*, anabela, tratorados, com brilho, estampas, bordados, acessórios nas laterias e também recobertos.

Para os componentes foram notados solados diversificados, e palmilhas para salto com espuma de memória na região da ponta do pé, para maior conforto.





Imagem 60. *Moodboard* de tendências em materiais para calçados apresentado na feira Inspiramais 2020\_I



Fonte: Arquivo do autor

Os materiais apresentados na feira InspiraMais 2020\_I, foram materiais que transmitem a sensação do natural, materiais com padronagem, com brilho, metalizados fosco e espelhado, verniz, texturas, estampas, *animal print* como também materiais como couro de crocodilo, cobra e o do peixe pirarucu.

Imagem 61. *Moodboard* de tendências em materiais para calçados apresentado em catálogos na feira Inspiramais 2020\_I



Fonte: Arquivo do autor

Nos catálogos recebidos na feira, pode-se ver calçados com pedrarias, *glitter*, o croco, couro de crocodilo, jacaré entre outros répteis, *animal print*, com a onça e zebra, acamurçados, materiais envernizados, verniz transparente, e o metalizado fosco e espelhado.

Imagem 62. *Moodboard* de tendências em modelos de calçados apresentado em catálogos na feira Inspiramais 2020\_1



Fonte: Arquivo do autor

Para os modelos de calçados, as sandálias com tiras finas, chamadas de *spaghetti*, sandálias gladiatoras com tiras finas, tamancos, mules com salto baixo e alguns saltos das mules com formato sabrina, ou denominado nos catálogos como salto gatinho. Também é visto modelos *high vamp*, visto em *scarpin* como em mules, os tênis robusto e também as botas *country*.

Imagem 63. *Moodboard* de tendências em cores para calçados apresentado em catálogos e em expositores na feira Inspiramais 2020\_1



Fonte: Arquivo do autor

A InspiraMais 2020\_I classifica como as cores frias, sendo as tonalidades verdes, lilás, roxo e azul; cores quentes, sendo tonalidades amarela, rosas e laranjas; e também as tonalidades neutras, sendo os tons areias, cinza, preto e nude; tonalidades metalizadas possuindo uma grande gama de cores, desde os mais comuns como prata e dourado, como também metalizados roxo e furta cor.

#### 7.1.2.1 Tendências que serão utilizadas

Imagem 64. *Moodboard* de tendências em modelos e materiais que serão utilizados



Fonte: Arquivo do autor

Serão utilizadas nas modelagens, o D'orsay, o Chanel e variações desses modelos.

Para materiais serão utilizados o metalizado fosco, material com *glitter*, verniz transparente e acamurçado.

Para componentes e acessórios serão utilizados brochês, pérolas, pedrarias, e seguindo a macrotendência serão utilizados laços assimétricos.

## 7.2 INSPIRAÇÃO

Imagem 65. *Moodboard* de Inspiração



Fonte: Arquivo do autor

“A expressão “estilo rococó” originou-se da palavra francesa *rocaille*. Era um estilo rico que se caracterizou pelo abuso de ornamentos de flores, conchas e plantas sem regularidade geométrica”. (NERY, 2003, p.136, grifo do autor).

O período do rococó ocorreu no reinado de Luiz XV e Luiz XVI, esposo de Maria Antonieta. Esse período foi determinado pela liberdade nos movimentos, sensibilidade e espírito, mas ainda mantinha a postura romântica do período anterior, o barroco. O rococó buscava unicamente o efeito estético, caracterizado pelo excesso generalizado no culto a aristocracia, à decoração, ao erotismo e a natureza.

Em contraponto ao período anterior, que possuía linhas e ângulos retos, no rococó utiliza-se de arabescos rebuscado e assimetria na ornamentação.

A indumentária passou a ser elegante e delicada. Como acessórios passou a ser utilizados as meias de sedas, sapato de salto alto, flores artificiais, fitas, rendas, foi uma época cercada pelos detalhes. Os tecidos mais utilizados foram as sedas e brocados, com motivos florais, utilizados por ambos os sexos.



tecido, trazendo versatilidade a coleção. Na modelagem são transmitidas a ostentação bem como a simplicidade, mas sem perder o tradicionalismo.

#### 7.4 PAINEL DE CORES

Imagem 67. Painel de cores



Fonte: Arquivo do autor

## 7.5 CROQUIS

Os materiais de pintura usados para colorir os croquis foram os marcadores e lápis de cor. Foi utilizado a saturação do lápis para os croquis elaborados com lápis de cor.

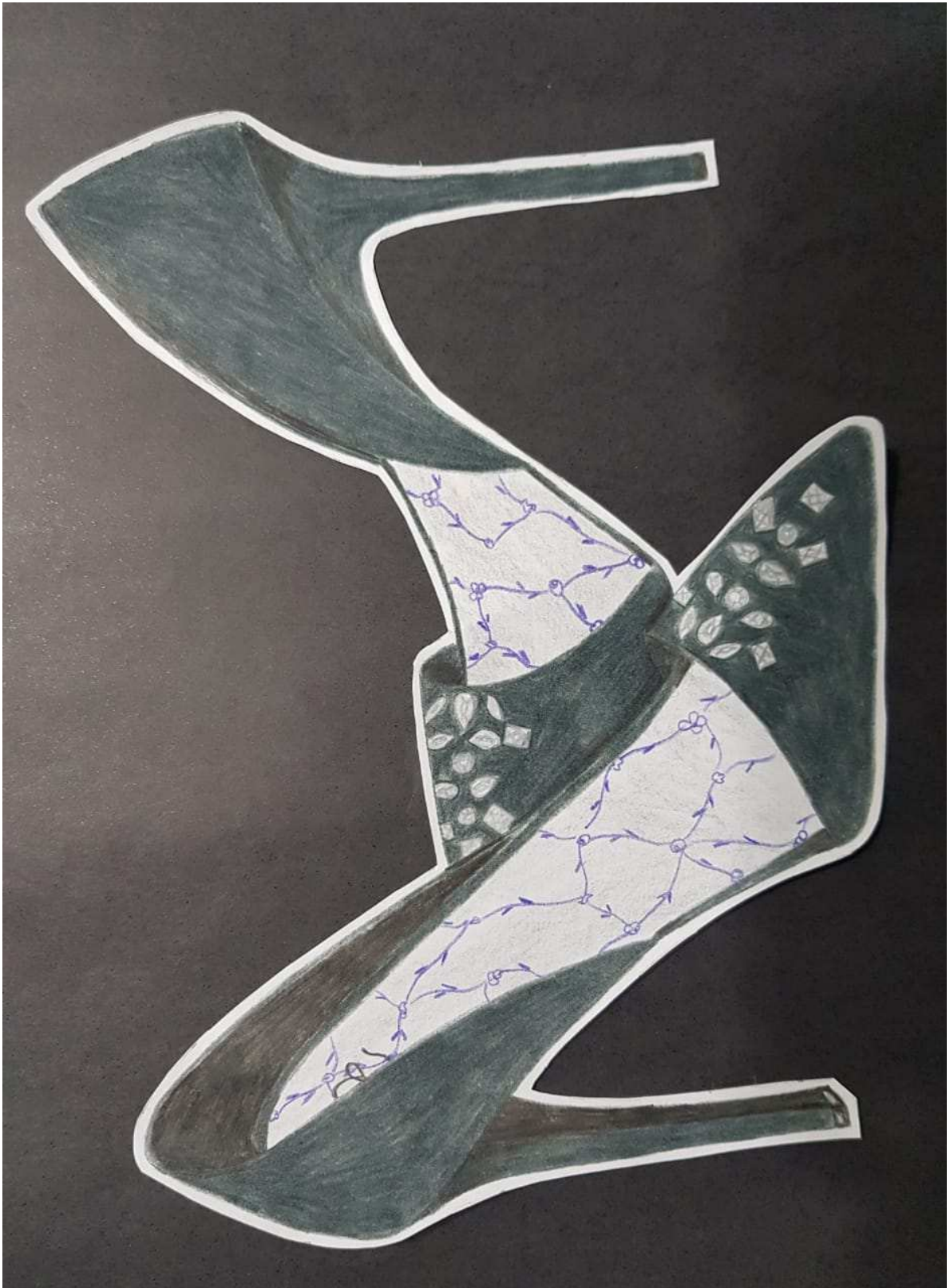
Imagem 68. Croqui modelo 1



Fonte: Arquivo do autor

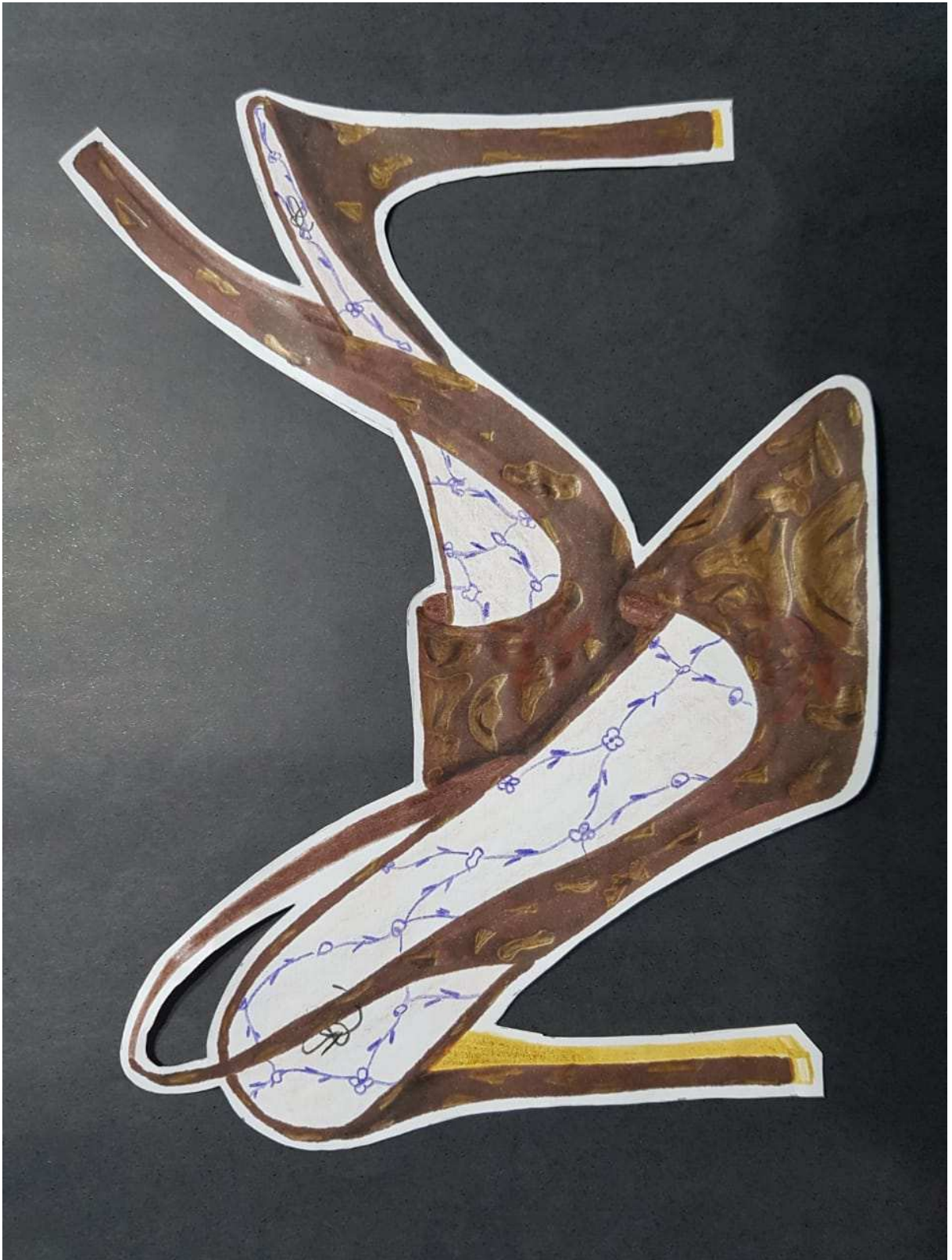


Imagem 69. Croqui modelo 2



Fonte: Arquivo do autor

Imagem 70. Croqui modelo 3



Fonte: Arquivo do autor

Imagem 71. Croqui modelo 4



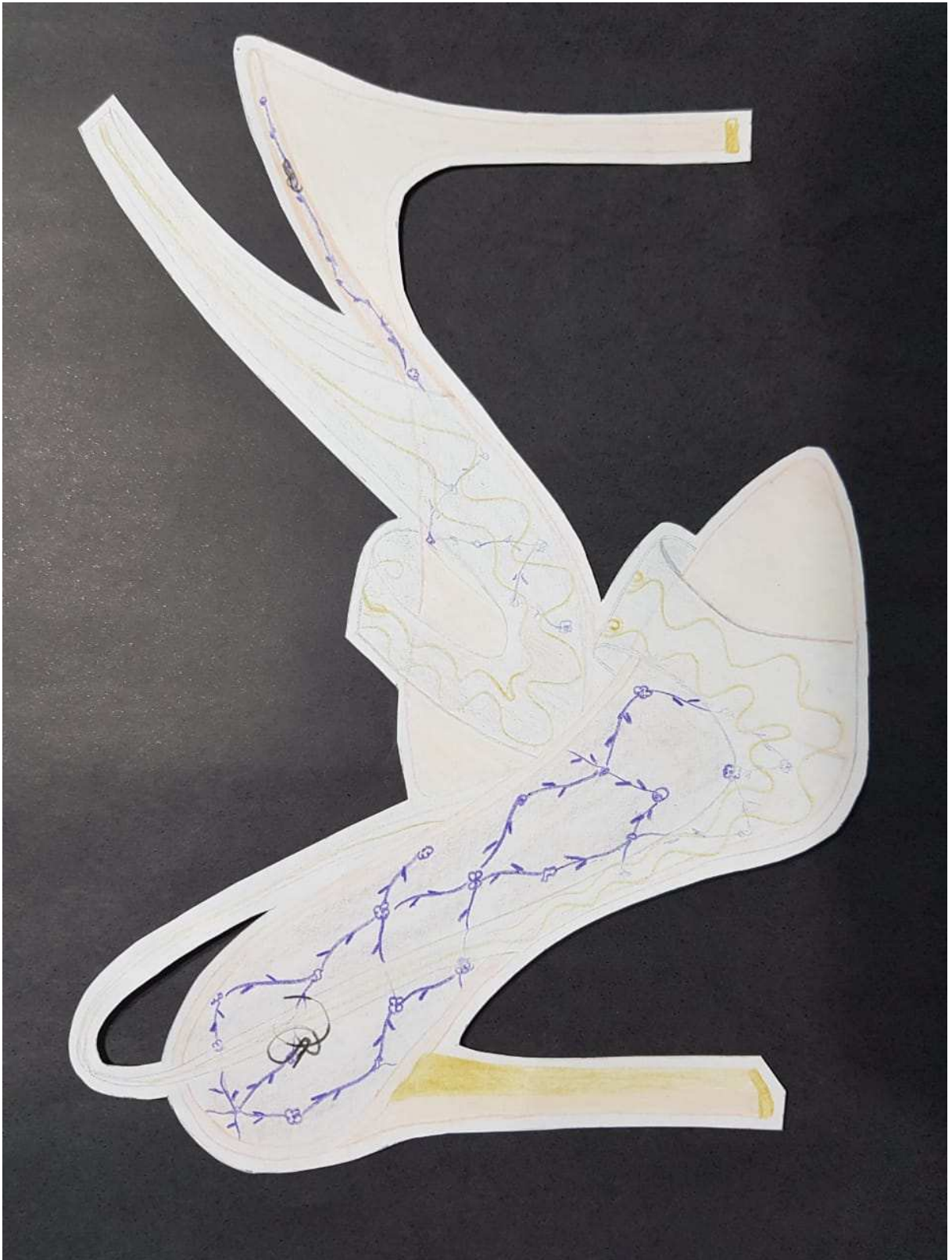
Fonte: Arquivo do autor

Imagem 72. Croqui modelo 5



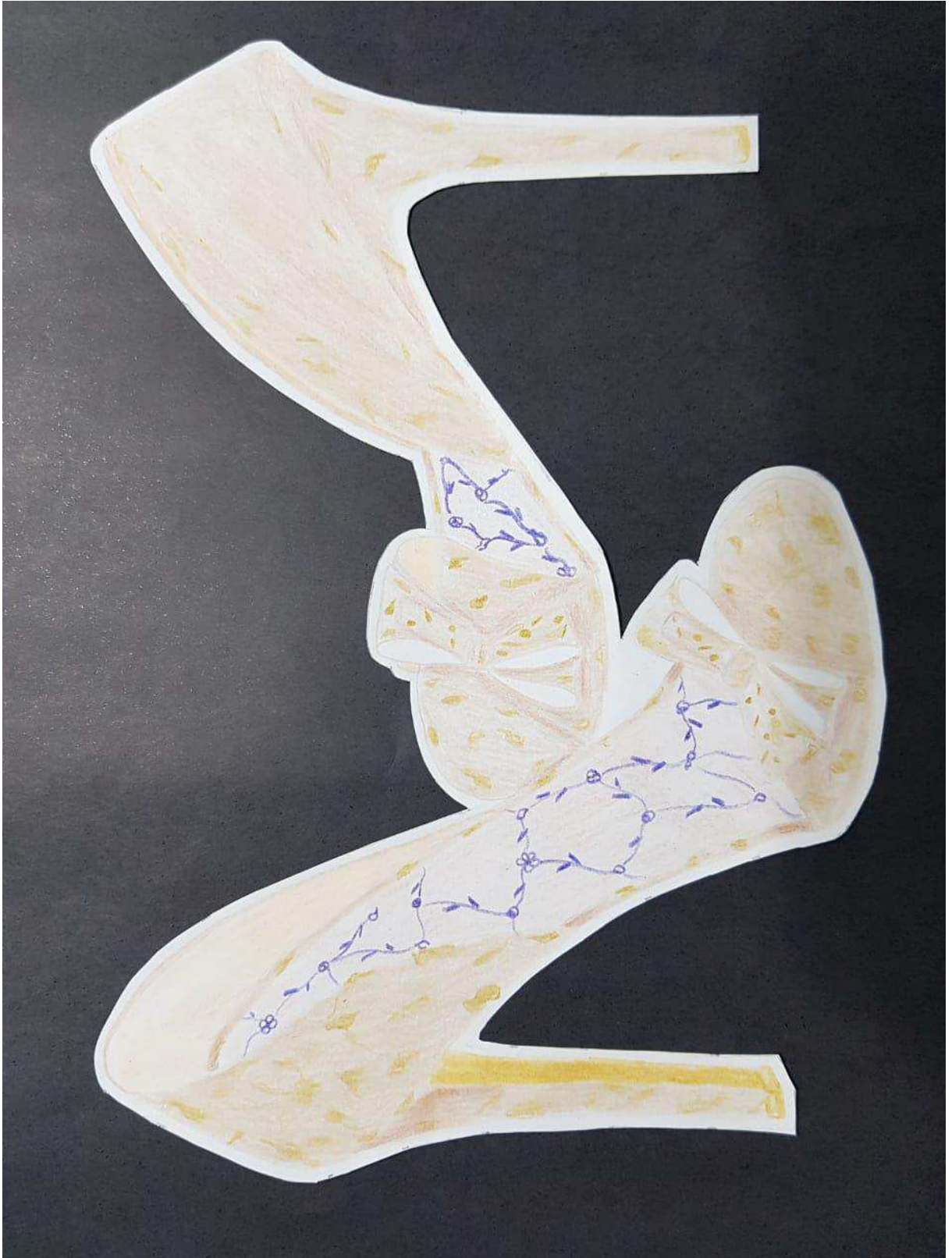
Fonte: Arquivo do autor

Imagem 73. Croqui modelo 6



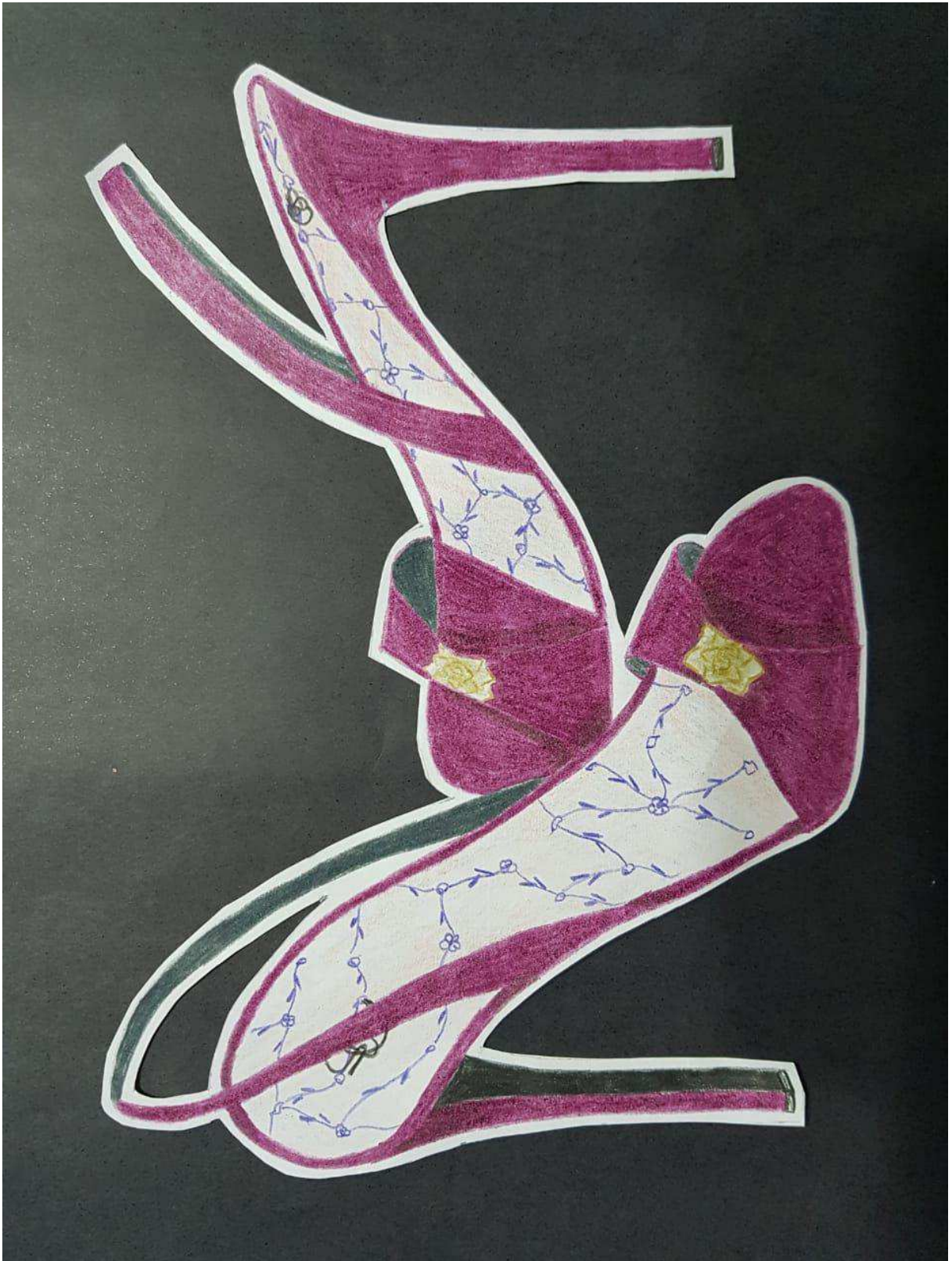
Fonte: Arquivo do autor

Imagem 74. Croqui modelo 7



Fonte: Arquivo do autor

Imagem 75. Croqui modelo 8



Fonte: Arquivo do autor

Imagem 76. Croqui modelo 9



Fonte: Arquivo do autor

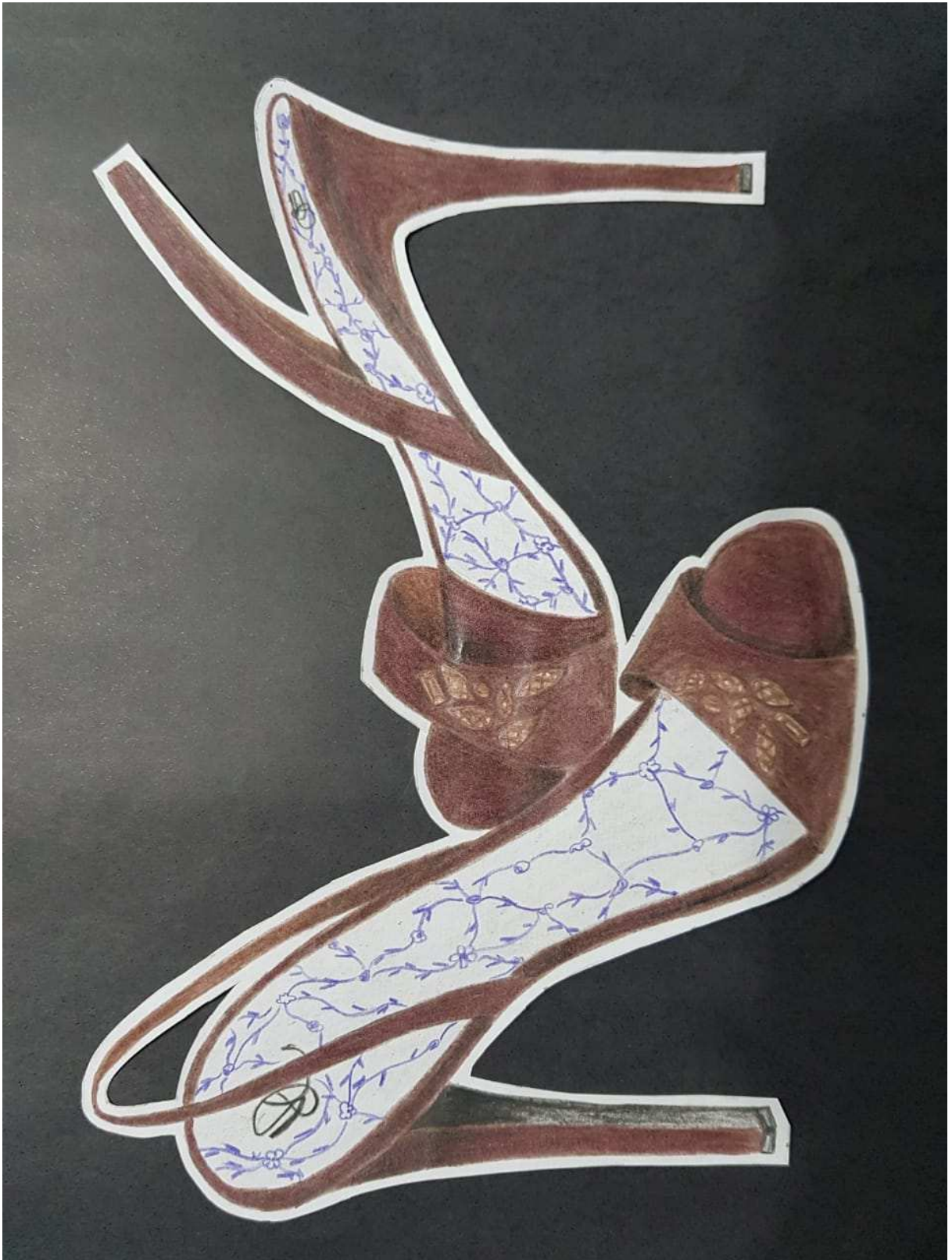


Imagem 77. Croqui modelo 10



Fonte: Arquivo do autor

Imagem 78. Croqui modelo 11



Fonte: Arquivo do autor

Imagem 79. Croqui modelo 12



Fonte: Arquivo do autor

## 7.6 ESCOLHA DO MATERIAL

Os materiais escolhidos foram diversos. Foram utilizados couro, sintéticos e tecidos, atingindo os diversos desejos dos consumidores.

Os materiais possuem textura como plissado, acamurçados, metalizados e estampados. Como acabamentos foram usados bordados, flores e pérolas.

Seguido a tendência do verão foram utilizados o plissado, transparências e laços, que traz a feminilidade a coleção, as estampas delicadas usadas transmitem a feminilidade do período do rococó.

Foram utilizadas flores, elemento muito usado no período do rococó. Os bordados fazem referência ao brilho e extravagância do período.

Os materiais seguiram as cores da tendência.

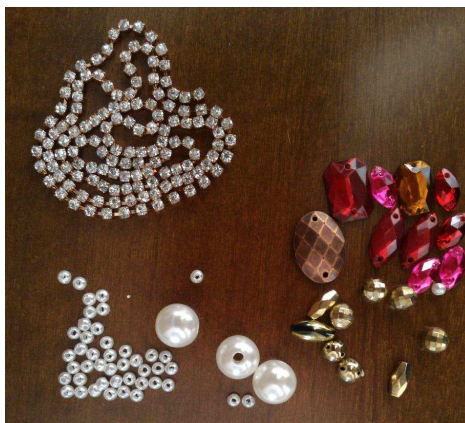
Para a taloneira foi escolhido um tecido com flores e arabesco, remetendo ao período do rococó.

Imagem 80. Materiais utilizados



Fonte: Arquivo do autor

Imagem 81. Pedrarias



Fonte: Arquivo do autor

### 7.6.1 Equipamentos e materiais utilizados

Imagem 82. Materiais e equipamentos



Fonte: Arquivo do autor

## 7.7 ESCOLHA DOS MODELOS

Os modelos base escolhidos foram o Chanel e o D'orsay. O modelo Chanel possui a característica de deixar o calcanhar a mostra. Esse modelo foi escolhido por ser um modelo clássico.

"[...] esse tipo de sapato atingiu um status tão clássico [...] quando a sandália aberta é demais, e o sapato cavado é muito pouco, eis que o Chanel, talvez de uma cor insólita, se torna simplesmente perfeito". (JACOBBI. 2005. p.83)

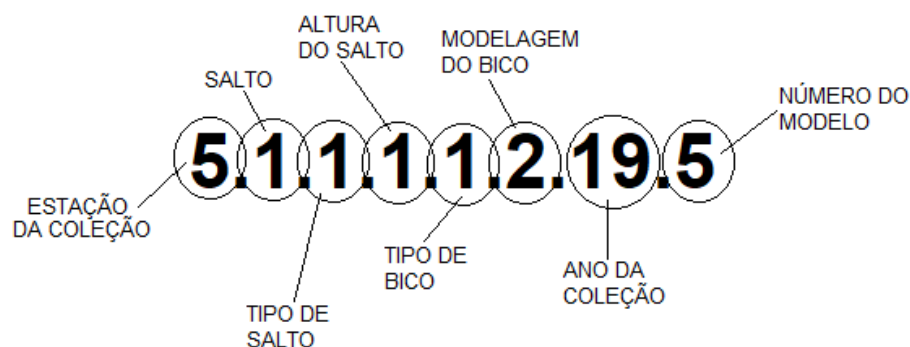
O modelo D'orsay possui a característica de a biqueira e o contraforte serem separado. Esse modelo foi escolhido porque muitas mulheres preferem esconder o calcanhar.

A partir desses modelos foram aplicados outros elementos a modelagem, como o *peep toe*, e alça que são assimétricas e simétricas.

## 7.7 FICHAS TÉCNICAS

As referências dos produtos são classificadas por estação, salto, tipo de salto, altura do salto, tipo do bico e modelagem.

Imagem 83. Explicação dos códigos



Fonte: Arquivo do autor

Tabela 6. Códigos

CÓDIGOS PARA REFERÊNCIAS	
1	ALTO VERÃO
2	OUTONO
3	INVERNO
4	PRIMAVERA
5	VERÃO
1	CALÇADOS COM SALTO
2	CALÇADOS SEM SALTO
1	SALTO FINO
2	SALTO GROSSO
1	SALTO COM 8CM A 10CM
2	SALTO COM 5CM A 7,9CM
3	SALTO COM 3CM A 4,9CM
1	BICO FINO
2	BICO REDONDO
1	CABEDAL ABERTO
2	CABEDAL FECHADO

Fonte: Arquivo do autor

FICHA TÉCNICA																			
<i>Debra Corngini</i>																			
<b>Matéria Prima Principal</b>																			
Nome/Código	Composição	Consumo	Fornecedor	Aplicação	Preço														
SINTÉTICO	100% POLICLORETO DE VINILA	50 CENTÍMETROS	MAGMA TEXTIL	CABEDAL	16,20/100CENTÍMETROS														
PALMILHA		1 PAR	SOLART	MONTAGEM	7,00/PAR														
SALTO		1 PAR	SOLART	MONTAGEM	3,88/PAR														
SOLADO	100% PVC	1 PAR	SOLART	MONTAGEM	4,30/PAR														
TACÃO		1 PAR	SOLART	MONTAGEM	2,90/PAR														
<b>Matéria Prima Secundária</b>																			
Nome/Código	Composição	Consumo	Fornecedor	Aplicação	Preço														
FORRO	100%POLIURETANO	50 CENTÍMETROS	PLASTCAR	CABEDAL	39,90/100CENTÍMETROS														
TACHA		60 TACHAS	TROPICALIA	MONTAGEM	14,50/ 1000 TACHAS														
PARAFUSOS		8 PARAFUSOS	HIDROMAX	MONTAGEM	0,20 CADA														
COLA FORTE		100 GRAMAS	TROPICALIA	MONTAGEM	13,80/200GRAMAS														
COLA PVC		50 GRAMAS	TROPICALIA	MONTAGEM	19,00/ 200GRAMAS														
EVA	100% ETILENO ACETA-TO DE VINILA	20 X10 CENTÍMETROS	LOJA NOEL	TALONEIRA	2,00/60X40														
LINHA	100% POLIAMIDA	1 GRAMA	PLASTCAR	COSTURA	10,90 /80GRAMAS														
TECIDO	100% POLIÉSTER	20X20 CENTÍMETROS	FAÉ FABRIL	TALONEIRA	8,50/100 CENTÍMETROS														
<b>DESENHO TÉCNICO</b>																			
<b>DESCRIÇÃO DO CALÇADO</b>																			
PEEP TOE																			
ALÇA																			
LAÇO ASSIMÉTRICO																			
NÃO																			
<b>PANTONE</b>																			
<b>CABEDAL</b>																			
FUNDO: 14-1108TP																			
VERMELHO: 19-1840TP COM NUANCES																			
ROSA: 15-1611TP COM NUANCES																			
ROXO: 18-3513TP COM NUANCES																			
LILÁS: 14-3805TP COM NUANCES																			
AZUL ESCURO: 17-4020TP COM NUANCES																			
AZUL CLARO: 14-4206TP COM NUANCES																			
VERDE ESCURO: 18-0322 TP COM NUANCES																			
VERDE CLARO: 14-0418TP COM NUANCES																			
<b>FORRO</b>																			
OFFWHITE: 12-0703TP																			
<b>TALONEIRA</b>																			
FUNDO:14-1014TP																			
ESTAMPA:19-3730TP																			
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>NUMERAÇÃO</th> <th>QUANTIDADE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>35</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>36</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>37</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>38</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>39</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td><b>TOTAL</b></td> <td><b>5</b></td> </tr> </tbody> </table>						NUMERAÇÃO	QUANTIDADE	35	1	36	1	37	1	38	1	39	1	<b>TOTAL</b>	<b>5</b>
NUMERAÇÃO	QUANTIDADE																		
35	1																		
36	1																		
37	1																		
38	1																		
39	1																		
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>																		















FICHA TÉCNICA	SEQUÊNCIA OPERACIONAL	TEMPO DE OPERAÇÃO EM MINUTOS	SEQUÊNCIA OPERACIONAL	TEMPO DE OPERAÇÃO EM MINUTOS
<p><i>D Debra Corrêa</i></p> <p>COLEÇÃO: VERÃO 2019</p> <p>MODELO: BICO FINO</p> <p>ANO: 2019</p> <p>REFERÊNCIA: 5.1.1.1.1.19.4</p> <p>MODELAGEM PLANIFICADA</p>	ENCAPAR FÓRMAS (PAR) DESENVOLVER A MODELAGEM PLANIFICAR MOLDE	60	APLICAR COLA NA MARGEM DO CABEDAL	10
	CORTAR	120	APLICAR COLA NA MARGEM DO FORRO	10
	APLICAR COLA NA LATERAL DA PALMILHA	120	UNIR VIRANDO A MARGEM PARA DENTRO DO CABEDAL	20
	AGUARDAR SECAGEM	5	UNIR VIRANDO A MARGEM PARA DENTRO DO FORRO	10
	COLAR LATERAL NA PALMILHA	20	APLICAR COLA NO CABEDAL	20
	APLICAR COLA NO BICO DA PALMILHA	10	AGUARDAR SECAGEM	20
	AGUARDAR SECAGEM	10	UNIR FORRO E CABEDAL	40
	COLAR BICO NA PALMILHA	10	POSICIONAR OBRA NA PALMILHA E FAZER MARCAÇÕES	10
	PREGAR PALMILHA NA FORMA	20	APLICAR COLA NA OBRA	10
	APLICAR COLA NA MARGEM LAÇOS PEQUENOS	10	AGUARDAR SECAGEM	20
	AGUARDAR SECAGEM	5	UNIR CABEDAL A PALMILHA	20
	UNIR VIRANDO A MARGEM PARA DENTRO LAÇO PEQUENO	5	AGUARDAR SECAGEM	20
	UNIR VIRANDO A MARGEM PARA DENTRO LAÇO GRANDE	10	COSTURAR PENCE NO CONTRAFORTE OBRA	5
	APICAR COLA PASSANTE	10	COSTURAR ELASTICO NO FORRO	5
	AGUARDAR SECAGEM	5	COSTURAR CONTRAFORTE UNINDO FORRO A OBRA	10
	COSTURAR UNINDO EXTREMIDADE DO PASSANTE	20	APLICAR COLA NA COSTURA DO CONTRAFORTE DO FORRO	10
	APLICAR COLA NO FORRO LAÇOS PEQUENOS	5	APLICAR COLA NA COSTURA DO CONTRAFORTE DA OBRA	10
	APLICAR COLA NOS LAÇOS GRANDES	10	AGUARDAR SECAGEM	20
	AGUARDAR SECAGEM	10	UNIR COSTURA CONTRAFORTE VIRANDO LADO DIREITO	20
	UNIR FORRO AOS LAÇOS	20	FAZER MARCAÇÕES CONTRAFORTE NA PALMILHA	10
COSTURAR UNINDO LAÇOS E COLOCANDO PASSANTE	20	PASSAR COLA NO CONTRAFORTE	10	
		AGUARDAR SECAGEM	20	
		UNIR FORRO O CONTRAFORTE A PALMILHA	20	
		APLICAR SOLVENTE NO TUBOX	1	
		AGUARDAR SECAGEM	60	
		INTRODUZIR TUBOX NO CONTRAFORTE	10	
		APLICAR COLA NA OBRA CONTRAFORTE	10	
		AGUARDAR SECAGEM	20	
		RETIRAR OBRA DA FORMA	10	
		APLICAR COLA NO SALTO	20	
		AGUARDAR SECAGEM	20	
		UNIR MATERIAL AO SALTO	10	
		MARCAR SALTO NA OBRA	3	
		APLICAR COLA NO SALTO	5	
		AGUARDAR SECAGEM	5	
		UNIR SALTO A PALMILHA	20	
		FURAR PALMILHA	2	
		APLICAR PARAFUSOS	60	
		APLICAR COLA NO PARAFUSO	180	
		AGUARDAR SECAGEM	1	
		UNIR EVA	20	
		COSTURAR TALONEIRA NO EVA	1	
		APLICAR COLA NA TALONEIRA	20	
		AGUARDAR SECAGEM	60	
		UNIR TALONEIRA A PALMILHA	20	
		APLICAR COLA NO SOLADO	60	
		AGUARDAR SECAGEM	20	
		ATIVAR COLA	20	
		UNIR SOLADO A OBRA	60	
		APLICAR TACÃO	30	
		TOTAL TEMPO DE OPERAÇÃO	1958	













FICHA TÉCNICA	SEQUÊNCIA OPERACIONAL	TEMPO DE OPERAÇÃO EM MINUTOS	SEQUÊNCIA OPERACIONAL	TEMPO DE OPERAÇÃO EM MINUTOS
 <p><b>COLEÇÃO: VERÃO 2019</b></p> <p><b>MODELO: BICO FINO</b></p> <p><b>ANO: 2019</b></p> <p><b>REFERÊNCIA: 5.1.1.1.1.19.6</b></p> <p><b>MODELAGEM PLANIFICADA</b></p>	ENCAPAR FÓRMAS (PAR)	60	UNIR SALTO A PALMILHA	2
	DESENVOLVER A MODELAGEM	120	FURAR PALMILHA	60
	PLANIFICAR MOLDE	60	APLICAR PARAFUSOS	180
	CORTAR	120	APLICAR COLA NO PARAFUSO	1
	APLICAR COLA NA LATERAL DA PALMILHA	5	APLICAR COLA NO EVA DE PROTEÇÃO	1
	APLICAR COLA NO MATERIAL DA LATERAL DA PALMILHA	5	AGUARDAR SECAGEM	20
	AGUARDAR SECAGEM	20	UNIR EVA	1
	COLAR LATERAL NA PALMILHA	10	COSTURAR TALONEIRA NO EVA	20
	APLICAR COLA NO BICO DA PALMILHA	10	APLICAR COLA NA TALONEIRA	60
	APLICAR COLA NO MATERIAL DO BICO DA PALMILHA	10	APLICAR COLA NO LOCAL QUE IRA A TALONEIRA	60
	AGUARDAR SECAGEM	20	AGUARDAR SECAGEM	20
	COLAR BICO NA PALMILHA	20	UNIR TALONEIRA A PALMILHA	60
	PREGAR PALMILHA NA FÓRMA	10	APLICAR COLA NO SOLADO	20
	BORDAR CABEDAL	1200	APLICAR COLA NO LOCAL QUE IRA O SOLADO	20
	POSICIONAR NA PALMILHA E FAZER MARCAÇÕES	10	AGUARDAR SECAGEM	20
	APLICAR COLA NO CABEDAL	10	ATIVAR COLA	60
	APLICAR COLA NA PALMILHA DENTRO DA MARCAÇÃO	5	UNIR SOLADO A OBRA	30
	AGUARDAR SECAGEM	20	APLICAR TACÃO	3
	UNIR OBRA A PALMILHA	5		
	UNIR OBRA A PALMILHA	5		
	RETIRAR OBRA DA FORMA	20		
	APLICAR COLA NO SALTO	10		
	APLICAR COLA NO MATERIAL QUE IRA NO SALTO	10		
	AGUARDAR SECAGEM	20		
	UNIR MATERIAL AO SALTO	10		
MARCAR SALTO NA OBRA	3			
APLICAR COLA NO SALTO	5			
APLICAR COLA NA PALMILHA	5			
AGUARDAR SECAGEM	20			
				
<b>TOTAL TEMPO DE OPERAÇÃO</b>				<b>2466</b>

FICHA TÉCNICA						
Matéria Prima Principal						
Nome/Código	Composição	Consumo	Fornecedor	Aplicação	Preço	
ALGODÃO METALIZADO	100% ALGODÃO	50 CENTIMETROS	FAÉ FABRIL	CABEDAL	35,00/100CENTIMETROS	
PALMILHA		1 PAR	SOLART	MONTAGEM	7,00/PAR	
SALTO		1 PAR	SOLART	MONTAGEM	3,88/PAR	
SOLIDO	100% PVC	1 PAR	SOLART	MONTAGEM	4,30/PAR	
TACÃO		1 PAR	SOLART	MONTAGEM	2,90/PAR	
Matéria Prima Secundária						
Nome/Código	Composição	Consumo	Fornecedor	Aplicação	Preço	
FORRO	100% POLIURETANO	50 CENTIMETROS	PLASTCAR	CABEDAL	39,90/100CENTIMETROS	
TACHA		80 TACHAS	TROPICALIA	MONTAGEM	14,50/ 1000 TACHAS	
PARAFUSOS		8 PARAFUSOS	HIDROMAX	MONTAGEM	0,20 CADA	
COLA FORTE		100 GRAMAS	TROPICALIA	MONTAGEM	13,80/200GRAMAS	
COLA PVC		50 GRAMAS	TROPICALIA	MONTAGEM	19,00/ 200GRAMAS	
EVA	100% ETILENO ACETA-TO DE VINILA	20 X10 CENTIMETROS	LOJA NOEL	TALONEIRA	2,00/60X40	
LINHA	100% POLIAMIDA	1 GRAMA	PLASTCAR	COSTURA	10,90 /80GRAMAS	
TUBOX	100% POLIETILENO	10 CENTIMETRO	MAGMA TEXTIL	MONTAGEM	13,49/100CENTIMETROS	
ELÁSTICO	59% POLIÉSTER 41% ELASTODIENO	10 CENTIMETROS	LAROSE	MONTAGEM	2,10/METRO	
PEDRARIA		0,6 GRAMAS	UNIQ	CABEDAL	120,00/1000GRAMAS	
TECIDO	100% POLIÉSTER	20X20 CENTIMETROS	FAÉ FABRIL	TALONEIRA	8,50/100CENTIMETROS	

**DESENHO TÉCNICO**

DESCRIÇÃO DO CALÇADO

PEEP TOE  
CONTRAFORTE  
MODELO D'ORSAY  
LAÇOS DUPLO ASSIMÉTRICO

PANTONE

CABEDAL  
METALIZADO: 12-0804TP  
CRU: 13-0908TP

FORRO  
OFFWHITE: 12-0703TP

TALONEIRA  
FUNDO:14-1014TP  
ESTAMPA:19-3730TP

NUMERAÇÃO	QUANTIDADE
35	1
36	1
37	1
38	1
39	1
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>

*Debra Corragini*

COLEÇÃO: VERÃO 2019  
 MODELO: BICO REDONDO  
 ANO: 2019  
 REFERÊNCIA: 5.1.1.1.1.1.19.7  
 GRADE DE TRABALHO

FICHA TÉCNICA	SEQUÊNCIA OPERACIONAL	TEMPO DE OPERAÇÃO EM MINUTOS	SEQUÊNCIA OPERACIONAL	TEMPO DE OPERAÇÃO EM MINUTOS	
<i>Debera Corraquini</i>	ENCAPAR FÓRMAS (PAR)	60	COSTURAR UNINDO LACOS E COLOCANDO PASSANTE	60	
	DESENVOLVER A MODELAGEM	120	APLICAR COLA NA MARGEM DO CABEDAL	10	
COLEÇÃO: VERÃO 2019	PLANIFICAR MOLDE	60	APLICAR COLA NA MARGEM DO FORRO	10	
	CORTAR	120	AGUARDAR SECAGEM	20	
	APLICAR COLA NA LATERAL DA PALMILHA	5	UNIR VIRANDO A MARGEM PARA DENTRO DO CABEDAL	10	
	AGUARDAR SECAGEM	20	APLICAR COLA NO CABEDAL	10	
	COLAR LATERAL NA PALMILHA	10	APLICAR COLA NO FORRO	20	
	APLICAR COLA NO BICO DA PALMILHA	10	AGUARDAR SECAGEM	20	
	AGUARDAR SECAGEM	10	UNIR FORRO E CABEDAL	40	
	AGUARDAR SECAGEM	20	POSICIONAR OBRA NA PALMILHA E FAZER MARCAÇÕES	10	
	COLAR BICO NA PALMILHA	20	APLICAR COLA NA OBRA	10	
	PREGAR PALMILHA NA FORMA	10	APLICAR COLA NA PALMILHA DENTRO DA MARCAÇÃO	10	
MODELO: BICO REDONDO	APLICAR COLA NA MARGEM LAÇOS PEQUENOS	5	AGUARDAR SECAGEM	20	
	AGUARDAR SECAGEM	20	UNIR CABEDAL A PALMILHA	20	
	UNIR VIRANDO A MARGEM PARA DENTRO LAÇO PEQUENO	10	AGUARDAR SECAGEM	20	
	UNIR VIRANDO A MARGEM PARA DENTRO LAÇO GRANDE	10	COSTURAR PENCE NO CONTRAFORTE FORRO	5	
	APICAR COLA PASSANTE	5	COSTURAR PENCE NO CONTRAFORTE OBRA	5	
	AGUARDAR SECAGEM	5	COSTURAR ELASTICO NO FORRO	5	
	UNIR VIRANDO A MARGEM DO PASSANTE	20	COSTURAR CONTRAFORTE UNINDO FORRO A OBRA	10	
	COSTURAR UNINDO EXTREMIDADE DO PASSANTE	5	APLICAR COLA NA COSTURA DO CONTRAFORTE DO FORRO	10	
	BORDAR LAÇOS PEQUENOS	1	APLICAR COLA NA COSTURA DO CONTRAFORTE DA OBRA	10	
	APLICAR COLA NO FORRO LAÇOS PEQUENOS	120	AGUARDAR SECAGEM	20	
REFERÊNCIA: 5.1.1.1.1.19.7	APLICAR COLA NOS LAÇOS PEQUENOS	10	UNIR COSTURA CONTRAFORTE VIRANDO LADO DIREITO	20	
	APLICAR COLA NO FORRO LAÇOS GRANDES	10	FAZER MARCAÇÕES CONTRAFORTE NA PALMILHA	10	
	APLICAR COLA NOS LAÇOS GRANDES	10	PASSAR COLA NA MARCAÇÕES ONDE IRA O CONTRAFORTE	10	
	AGUARDAR SECAGEM	20	AGUARDAR SECAGEM	20	
	UNIR FORRO AOS LAÇOS	20	UNIR FORRO O CONTRAFORTE A PALMILHA	20	
	MODELAGEM PLANIFICADA		1	APLICAR SOLVENTE NO TUBOX	1
			60	AGUARDAR SECAGEM	60
			10	INTRODUZIR TUBOX NO CONTRAFORTE	10
			10	APLICAR COLA NA CONTRAFORTE	10
			10	APLICAR COLA NA OBRA CONTRAFORTE	10
		20	AGUARDAR SECAGEM	20	
		10	UNIR OBRA AO FORRO	10	
		20	RETIRAR OBRA DA FORMA	20	
		10	APLICAR COLA NO SALTO	10	
		20	APLICAR COLA NO MATERIAL QUE IRA NO SALTO	20	
	10	AGUARDAR SECAGEM	10		
	10	UNIR MATERIAL AO SALTO	10		
	3	IMARGAR SALTO NA OBRA	3		
	5	APLICAR COLA NO SALTO	5		
	5	APLICAR COLA NA PALMILHA	5		
	20	AGUARDAR SECAGEM	20		
	2	UNIR SALTO A PALMILHA	2		
	60	FURAR PALMILHA	60		
	180	APLICAR PARAFUSOS	180		
	1	APLICAR COLA NO PARAFUSO	1		
	1	APLICAR COLA NO EVA DE PROTEÇÃO	1		
	20	AGUARDAR SECAGEM	20		
	1	UNIR EVA	1		
	20	COSTURAR TALONEIRA NO EVA	20		
	60	APLICAR COLA NA TALONEIRA	60		
	60	APLICAR COLA NO LOCAL QUE IRA A TALONEIRA	60		
	20	AGUARDAR SECAGEM	20		
	60	UNIR TALONEIRA A PALMILHA	60		
	20	APLICAR COLA NO SOLADO	20		
	20	APLICAR COLA NO LOCAL QUE IRA O SOLADO	20		
	20	AGUARDAR SECAGEM	20		
	60	ATIVAR COLA	60		
	30	UNIR SOLADO A OBRA	30		
		APLICAR TACÃO			
	<b>TOTAL TEMPO DE OPERAÇÃO</b>	<b>2078</b>			





FICHA TÉCNICA	SEQUÊNCIA OPERACIONAL	TEMPO DE OPERAÇÃO EM MINUTOS	SEQUÊNCIA OPERACIONAL	TEMPO DE OPERAÇÃO EM MINUTOS
<p><i>Debara Corraçini</i></p> <p><b>COLEÇÃO: VERÃO 2019</b></p> <p><b>MODELO: BICO REDONDO</b></p> <p><b>ANO: 2019</b></p> <p><b>REFERÊNCIA: 5.1.1.1.1.19.8</b></p> <p><b>MODELAGEM PLANIFICADA</b></p>	ENCAPAR FORMAS (PAR)	60	AGUARDAR SECAGEM	20
	DESENVOLVER A MODELAGEM	120	UNIR MATERIAL AO SALTO	10
	PLANIFICAR MOLDE	60	MARCAR SALTO NA OBRA	3
	CORTAR	120	APLICAR COLA NO SALTO	5
	APLICAR COLA NA LATERAL DA PALMILHA	5	APLICAR COLA NA PALMILHA	5
	APLICAR COLA NO MATERIAL DA LATERAL DA PALMILHA	5	AGUARDAR SECAGEM	20
	AGUARDAR SECAGEM	20	UNIR SALTO A PALMILHA	2
	COLAR LATERAL NA PALMILHA	10	FURAR PALMILHA	60
	APLICAR COLA NO BICO DA PALMILHA	10	APLICAR PARAFUSOS	180
	AGUARDAR SECAGEM	10	APLICAR COLA NO PARAFUSO	1
COLAR BICO NA PALMILHA	20	APLICAR COLA NO EVA DE PROTEÇÃO	1	
PREGAR PALMILHA NA FORMA	20	AGUARDAR SECAGEM	20	
PASSAR BROCHE NO PASSANTE	10	UNIR EVA	1	
COSTURAR PASSANTE BROCHE	2	COSTURAR TALONEIRA NO EVA	20	
POSICIONAR OBRA NA PALMILHA E FAZER MARCAÇÕES	10	APLICAR COLA NA TALONEIRA	60	
APLICAR COLA NO CABEDAL	10	APLICAR COLA NO LOCAL QUE IRA A TALONEIRA	60	
APLICAR COLA NA PALMILHA	10	AGUARDAR SECAGEM	20	
AGUARDAR SECAGEM	10	UNIR TALONERA A PALMILHA	60	
UNIR CABEDAL A PALMILHA	20	APLICAR COLA NO SOLADO	20	
MARCAR LOCAL DA ALÇA NA PALMILHA	20	APLICAR COLA NO LOCAL QUE IRA O SOLADO	20	
APLICAR COLA NO LOCAL QUE IRA A ALÇA	5	AGUARDAR SECAGEM	20	
APLICAR COLA NA ALÇA	3	ATIVAR COLA	60	
AGUARDAR SECAGEM	3	UNIR SOLADO A OBRA	30	
POSICIONAR ALÇA UNINDO A PALMILHA	20	APLICAR TACÃO	3	
RETIRAR OBRA DA FORMA	10			
APLICAR COLA NO SALTO	10			
APLICAR COLA NO MATERIAL QUE IRA NO SALTO	10			
				
<b>TOTAL TEMPO DE OPERAÇÃO</b>				<b>1334</b>

















FICHA TÉCNICA	SEQUÊNCIA OPERACIONAL	TEMPO DE OPERAÇÃO EM MINUTOS	SEQUÊNCIA OPERACIONAL	TEMPO DE OPERAÇÃO EM MINUTOS	
<i>D Debra Corraqueiro</i>	ENCAPAR FORMAS (PAR)	60	APLICAR COLA NA MARGEM DO FORRO DA ALÇA	10	
	DESENVOLVER A MODELAGEM	120	AGUARDAR SECAGEM	20	
	PLANIFICAR MOLDE	60	DOBRAR ALÇA E FORRO DA ALÇA	40	
	CORTAR	120	APLICAR COLA NA ALÇA TOTAL	10	
	APLICAR COLA NA LATERAL DA PALMILHA	5	APLICAR COLA NO FORRO DA ALÇA TOTAL	20	
	AGUARDAR SECAGEM	20	AGUARDAR SECAGEM	10	
	COLAR LATERAL NA PALMILHA	10	UNIR ALÇA AO FORRO DA ALÇA	10	
	APLICAR COLA NO BICO DA PALMILHA	10	MARCAR LOCAL DA ALÇA NA PALMILHA	5	
	AGUARDAR SECAGEM	20	APLICAR COLA NO LOCAL QUE IRA A ALÇA	5	
	COLAR BICO NA PALMILHA	20	AGUARDAR SECAGEM	20	
COLEÇÃO: VERÃO 2019	PREGAR PALMILHA NA FORMA	10	POSICIONAR ALÇA UNINDO A PALMILHA	10	
	APLICAR COLA NA MARGEM DO CABEDAL	10	RETRAIR OBRA DA FORMA	20	
	AGUARDAR SECAGEM	20	APLICAR COLA NO SALTO	10	
	UNIR VIRANDO A MARGEM PARA DENTRO DO CABEDAL	10	AGUARDAR SECAGEM	20	
	UNIR VIRANDO A MARGEM PARA DENTRO DO FORRO	10	UNIR MATERIAL AO SALTO	10	
	APLICAR COLA NO CABEDAL	10	MARCAR SALTO NA OBRA	3	
	AGUARDAR SECAGEM	20	APLICAR COLA NO SALTO	5	
	UNIR FORRO E CABEDAL	20	AGUARDAR SECAGEM	5	
	POSICIONAR OBRA NA PALMILHA E FAZER MARCAÇÕES	10	UNIR SALTO A PALMILHA	2	
	APLICAR COLA NA OBRA	10	FURAR PALMILHA	60	
ANO: 2019	AGUARDAR SECAGEM	20	APLICAR PARAFUSOS	180	
	UNIR OBRA A PALMILHA	20	APLICAR COLA NO PARAFUSO	1	
	AGUARDAR SECAGEM	20	APLICAR COLA NO EVA DE PROTEÇÃO	1	
	COSTURAR ALÇA COM O FORRO	20	AGUARDAR SECAGEM	20	
	APLICAR COLA NA MARGEM DA ALÇA	10	UNIR EVA	1	
	REFERÊNCIA: 5.1.1.1.1.19.12	COSTURAR TALONEIRA NO EVA	10	COSTURAR TALONEIRA NO EVA	20
		APLICAR COLA NA TALONEIRA	60	APLICAR COLA NO LOCAL QUE IRA A TALONEIRA	60
		AGUARDAR SECAGEM	20	AGUARDAR SECAGEM	20
		UNIR TALONEIRA A PALMILHA	60	UNIR TALONEIRA A PALMILHA	60
		APLICAR COLA NO SOLADO	20	APLICAR COLA NO SOLADO	20
AGUARDAR SECAGEM		20	AGUARDAR SECAGEM	20	
ATIVAR COLA		60	ATIVAR COLA	60	
UNIR SOLADO A OBRA		30	UNIR SOLADO A OBRA	30	
APLICAR TACÃO		3	APLICAR TACÃO	3	
MODELAGEM PLANIFICADA					
TOTAL TEMPO DE OPERAÇÃO				1586	



## 8. CONTABILIDADE

“O preço é um dos elementos do *marketing mix* mais importantes na determinação da participação de mercado e rentabilidade da empresa.” (SARQUIS, 2003, p.59, grifo do autor)

O sistema de definição de custo é uma ferramenta que estabelece o nível de competitividade da marca no mercado. Definido os gastos com relação a atividade produtiva, materiais e custo de fabricação pode-se formar os custos.

Com o conhecimento de produtos similares, elementos envolvidos, como impostos, custos fixos, poder de compra do consumidor, qualidade garantida do produto, tempo, e ciclo de vida do produto define-se o custo.

### 8.1 VALORES E CUSTO

A marca irá trabalhar como microempreendedor individual, podendo ter um rendimento de até R\$ 81.000,00 por ano.



## 8.1.1 Custos

Tabela 7. Custos para rateio

CUSTO PARA RATEIO	VALOR		QUANTIDADE	TOTAL
<b>ENERGIA</b>				
MAQUINÁRIO	R\$ 20,00			R\$ 15,00
ILUMINAÇÃO	R\$ 40,00			R\$ 30,00
<b>LIMPEZA</b>				
SOLVENTES	R\$ 13,00		3	R\$ 39,00
DEMAIS PRODUTOS	R\$ 20,00			R\$ 20,00
<b>EQUIPAMENTOS</b>				
FÔRMA 35 BICO REDONDO	R\$ 73,00	DEPRECIÇÃO EM 36 MESES		R\$ 2,03
FÔRMA 36 BICO REDONDO	R\$ 73,00	DEPRECIÇÃO EM 36 MESES		R\$ 2,03
FÔRMA 37 BICO REDONDO	R\$ 73,00	DEPRECIÇÃO EM 36 MESES		R\$ 2,03
FÔRMA 38 BICO REDONDO	R\$ 73,00	DEPRECIÇÃO EM 36 MESES		R\$ 2,03
FÔRMA 39 BICO REDONDO	R\$ 73,00	DEPRECIÇÃO EM 36 MESES		R\$ 2,03
FÔRMA 35 BICO FINO	R\$ 73,00	DEPRECIÇÃO EM 36 MESES		R\$ 2,03
FÔRMA 36 BICO FINO	R\$ 73,00	DEPRECIÇÃO EM 36 MESES		R\$ 2,03
FÔRMA 37 BICO FINO	R\$ 73,00	DEPRECIÇÃO EM 36 MESES		R\$ 2,03
FÔRMA 38 BICO FINO	R\$ 73,00	DEPRECIÇÃO EM 36 MESES		R\$ 2,03
FÔRMA 39 BICO FINO	R\$ 73,00	DEPRECIÇÃO EM 36 MESES		R\$ 2,03
TENALHA	R\$ 40,00	DEPRECIÇÃO EM 60 MESES		R\$ 0,70
PE DE CABRA	R\$ 30,00	DEPRECIÇÃO EM 60 MESES		R\$ 0,30
MARTELO	R\$ 29,50	DEPRECIÇÃO EM 60 MESES		R\$ 0,50
CEPO	R\$ 262,00	DEPRECIÇÃO EM 36 MESES		R\$ 7,30
TABUA	R\$ 87,99	DEPRECIÇÃO EM 36 MESES		R\$ 2,50
TESOURA	R\$ 138,80	DEPRECIÇÃO EM 24 MESES	1	R\$ 11,57
CANETA REFIL PARA COURO	R\$ 2,80		1	R\$ 2,80
ESTILETE	R\$ 29,23	DEPRECIÇÃO EM 12 MESES	1	R\$ 2,44
ESMERIL	R\$ 339,99	DEPRECIÇÃO EM 60 MESES		R\$ 5,70
SOPRADOR TÉRMICO	R\$ 109,90	DEPRECIÇÃO EM 60 MESES		R\$ 1,80
FURADEIRA PARAFUSADEIRA	R\$ 172,05	DEPRECIÇÃO EM 60 MESES		2,87
FITA METRICA	R\$ 1,80	DEPRECIÇÃO EM 12 MESES	1	R\$ 1,80
PINCEL CHATO	R\$ 5,40	DEPRECIÇÃO EM 12 MESES	9	R\$ 0,15
MAQUINA RETA PONTO7	R\$ 1.500,00	DEPRECIÇÃO EM 120 MESES		R\$ 12,50
MESA	R\$ 590,00	DEPRECIÇÃO EM 120 MESES		R\$ 4,90
FITA CREPE	R\$ 3,98		6	R\$ 23,88
PAPEL PARA MODELAGEM	R\$ 66,00	DEPRECIÇÃO EM 6 MESES	1	R\$ 11,00
<b>PLATAFORMA E-COMMERCE</b>	R\$ 4.000,00			R\$ 4.000,00
<b>ENCARGOS - (MEI) MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL</b>				
ARRECADADAÇÃO DO SIMPLES NACIONAL				R\$ 55,00
ALVARÁ DE FUNCIONAMENTO	R\$ 50,00	PAGO EM ABRIL	12 MESES	R\$ 4,20
TOTAL DO ENCARGOS - MEI				R\$ 59,20
<b>CUSTO TOTAL MENSAL</b>				<b>R\$ 4.276,21</b>
<b>CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO POR MINUTO</b>				<b>R\$ 0,10</b>

Fonte: Arquivo do Autor

Foram calculados gasto com energia elétrica cotando o gasto com maquinário e iluminação durante o desenvolvimento do trabalho. Também foram calculados o custo com materiais para a limpeza, como do ambiente, e de objetos específicos como pincel.

Os equipamentos foram calculados com depreciação. As fôrmas foram cotadas com depreciação de até três anos, por receber muitos pregos durante a confecção do calçado sua durabilidade é reduzida. Os equipamentos elétricos foram calculados com depreciação padrão de cinco anos, e equipamentos como máquinas e mesa calculados com depreciação de dez anos.

Materiais de uso intenso, como tesoura, estilete, pincel, papel foram calculados com depreciação menor. O papel foi colocado depreciação devido os moldes serem pequenos e assim conseguir estender seu uso em até seis meses.

A plataforma, nas pesquisas realizada possui um valor entre mil a vinte mil reais, estando incluso custo com a plataforma, custo com identidade visual, investimento no estoque e abertura da empresa e outros gastos, assim foi escolhido um valor que coubesse dentro do orçamento previsto.

Tabela 8. Custo da embalagem

CUSTO DA EMBALAGEM/ UNIDADE				
	VALOR	OBSERVAÇÕES		TOTAL
CAIXA	R\$ 2,50			R\$ 2,50
PAPEL SEDA	R\$ 0,12	2 POR CAIXA		R\$ 0,24
LOGO NA CAIXA	R\$ 1,00			R\$ 1,00
<b>SACOLA</b>				
TECIDO	29,90/METRO	40 CENTÍMETROS		R\$ 11,96
BORDADO	3,00/UNIDADE			R\$ 3,00
MÃO DE OBRA	3,00/UNIDADE			R\$ 3,00
<b>TOTAL SACOLA</b>				R\$ 17,96
<b>DUST BAG</b>				
TECIDO	22,00/METRO	40 CENTÍMETROS= 3 DUST BAG	8,8/3	R\$ 2,93
BORDADO	3,00/UNIDADE			R\$ 3,00
FITA DE CETIM	4,30/10 METROS	40 CENTÍMETROS CADA UMA		R\$ 0,17
MÃO DE OBRA	1,50/UNIDADE			R\$ 1,50
<b>TOTAL DUST BAG</b>				R\$ 7,60
<b>CUSTO TOTAL</b>				R\$ 29,30

Fonte: Arquivo do autor

Os custos com embalagem totalizaram em vinte e nove reais e trinta centavos sendo esse valor para cada produto. E eles foram incluídos na tabela de valor do produto unitário.

O valor com a mão de obra foi estipulado em quatorze centavos por minuto. Esse valor foi usado para o cálculo referente ao tempo de operação.

Tabela 9. Valor mão de obra por minuto

<b>VALOR MÃO DE OBRA POR MINUTO/ CONFECÇÃO DO CALÇADO</b>	R\$ 0,14
---	----------

Fonte: Arquivo do autor

Tabela 10. Tabela de mão de obra por minuto

<b>TEMPO DE OPERAÇÃO PELO VALOR DA POR MÃO DE OBRA POR MINUTO</b>			
MODELO 5.1.1.1.1.1.19.1	1529 MINUTOS	R\$	214,06
MODELO 5.1.1.1.1.2.19.2	2010 MINUTOS	R\$	281,40
MODELO 5.1.1.1.1.2.19.3	1861 MINUTOS	R\$	260,54
MODELO 5.1.1.1.1.1.19.4	1958 MINUTOS	R\$	274,12
MODELO 5.1.1.1.1.2.19.5	2010 MINUTOS	R\$	281,40
MODELO 5.1.1.1.1.1.19.6	2466 MINUTOS	R\$	345,24
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.7	2078 MINUTOS	R\$	290,92
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.8	1334 MINUTOS	R\$	186,76
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.9	1706 MINUTOS	R\$	238,84
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.10	1797 MINUTOS	R\$	251,58
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.11	1706 MINUTOS	R\$	238,84
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.12	1586 MINUTOS	R\$	222,04

Fonte: Arquivo do autor

O valor do custo de cada modelo foi utilizado para o rateio usando o custo de comercialização por minuto.

Tabela 11. Tabela de custo da mão de obra

<b>CUSTO MÃO DE OBRA</b>		<b>QUANTIDADE POR COLEÇÃO</b>	
MODELO 5.1.1.1.1.1.19.1	R\$ 214,06	5	R\$ 1.070,30
MODELO 5.1.1.1.1.2.19.2	R\$ 281,40	5	R\$ 1.407,00
MODELO 5.1.1.1.1.2.19.3	R\$ 260,54	5	R\$ 1.302,70
MODELO 5.1.1.1.1.1.19.4	R\$ 274,12	5	R\$ 1.370,60
MODELO 5.1.1.1.1.2.19.5	R\$ 281,40	5	R\$ 1.407,00
MODELO 5.1.1.1.1.1.19.6	R\$ 345,24	5	R\$ 1.726,20
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.7	R\$ 290,92	5	R\$ 1.454,60
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.8	R\$ 186,76	5	R\$ 933,80
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.9	R\$ 238,84	5	R\$ 1.194,20
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.10	R\$ 251,58	5	R\$ 1.257,90
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.11	R\$ 238,84	5	R\$ 1.194,20
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.12	R\$ 222,04	5	R\$ 1.110,20
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 15.428,70</b>

Fonte: Arquivo do autor

Essas tabelas foram criadas para o calcular o valor do preço de venda.

Tabela 12. Tabela com custo dos modelos 1 a 3

CUSTO DE CADA MODELO	QUANTIDADE	VALOR UNITARIO	VALOR
<b>MODELO 5.1.1.1.1.19.1</b>			
CABEDAL	50CM	16,20/100CM	R\$ 8,10
PALMILHA	1 PAR	7	R\$ 7,00
SALTO	1 PAR	3,88	R\$ 3,88
SOLADO	1 PAR	4,3	R\$ 4,30
TACÃO	1 PAR	2,9	R\$ 2,90
FORRO	50CM	39,90/100CM	R\$ 19,95
TACHA	60 UNIDADES	14,50/1000	R\$ 0,87
PARAFUSO	8 UNIDADES	0,2	R\$ 1,60
COLA FORTE	100 GRAMAS	13,80/200GRAMAS	R\$ 6,90
COLA PVC	50 GRAMAS	19,00/200GRAMAS	R\$ 4,75
EVA	20X10	2,00/60X40	R\$ 0,16
LINHA	1 GRAMA	10,80/80GRAMAS	R\$ 0,14
TECIDO	20X20	8,50/100CM	R\$ 0,16
<b>TOTAL</b>			R\$ 60,71
<b>MODELO 5.1.1.1.1.2.19.2</b>			
CABEDAL	50CM	40,00/100CM	R\$ 20,00
PALMILHA	1 PAR	7	R\$ 7,00
SALTO	1 PAR	3,88	R\$ 3,88
SOLADO	1 PAR	4,3	R\$ 4,30
TACÃO	1 PAR	2,9	R\$ 2,90
FORRO	50CM	19,90/100CM	R\$ 9,95
TACHA	80 UNIDADES	14,50/1000	R\$ 1,16
PARAFUSOS	8 UNIDADES	0,2	R\$ 1,60
COLA FORTE	100 GRAMAS	13,80/200GRAMAS	R\$ 6,90
COLA PVC	50 GRAMAS	19,00/200GRAMAS	R\$ 4,75
COLA COURAÇA	25 GRAMAS	16,00/200GRAMAS	R\$ 2,00
EVA	20X10	2,00/60X40	R\$ 0,16
LINHA	1GRAMA	10,80/80GRAMAS	R\$ 0,14
TUBOX	10CM	13,49/100CM	R\$ 1,35
ELASTICO	10 CM	2,10/METRO	R\$ 0,21
PEDRARIA	0,6GRAMAS	120,00/1000GRAMAS	R\$ 0,07
TECIDO	20X20	8,50/100CM	R\$ 0,16
<b>TOTAL</b>			R\$ 66,53
<b>MODELO 5.1.1.1.1.2.19.3</b>			
CABEDAL	50CM	35,00/100CM	R\$ 17,50
PALMILHA	1 PAR	7	R\$ 7,00
SALTO	1 PAR	3,88	R\$ 3,88
SOLADO	1 PAR	4,3	R\$ 4,30
TACÃO	1 PAR	2,9	R\$ 2,90
FORRO	50CM	29,90/100CM	R\$ 14,50
TACHA	60 UNIDADES	14,50/1000	R\$ 0,87
PARAFUSOS	8 UNIDADES	0,2	R\$ 1,60
COLA FORTE	100 GRAMAS	13,80/200GRAMAS	R\$ 6,95
COLA PVC	50 GRAMAS	19,00/200GRAMAS	R\$ 4,75
COLA COURAÇA	25 GRAMAS	16,00/200GRAMAS	R\$ 2,00
EVA	20X10	2,00/60X40	R\$ 0,16
LINHA	1 GRAMA	10,80/80GRAMAS	R\$ 0,14
PEDRARIA	0,6 GRAMAS	120,00/1000GRAMAS	R\$ 0,07
TECIDO	20X20	8,50/100CM	R\$ 0,16
<b>TOTAL</b>			R\$ 66,78

Fonte: Arquivo do autor

Tabela 13. Tabela com custo dos modelos 4 a 6

<b>MODELO 5.1.1.1.1.19.4</b>			
DOURADO	50 CM	32,00/100CM	R\$ 16,00
PALMILHA	1PAR	7	R\$ 7,00
SALTO	1PAR	3,88	R\$ 3,88
SOLADO	1PAR	4,3	R\$ 4,30
TACÃO	1PAR	2,9	R\$ 2,90
FORRO	50CM	39,90/100CM	R\$ 19,95
TACHA	80 UNIDADES	14,50/1000	R\$ 1,16
PARAFUSOS	8 UNIDADES	0,2	R\$ 1,60
COLA FORTE	100GRAMAS	13,80/200GRAMAS	R\$ 6,95
COLA PVC	50 GRAMAS	19,00/200GRAMAS	R\$ 4,75
EVA	20X10	2,00/60X40	R\$ 0,16
LINHA	1GRAMA	10,80/80GRAMAS	R\$ 0,14
TUBOX	10CM	13,49/100CM	R\$ 1,35
ELÁSTICO	10CM	2,10/METRO	R\$ 0,21
TECIDO	20X20	8,50/100CM	R\$ 0,16
<b>TOTAL</b>			R\$ 70,51
<b>MODELO 5.1.1.1.1.2.19.5</b>			
CABEDAL	50CM	41,27/100CM	R\$ 20,63
PALMILHA	1 PAR	7	R\$ 7,00
SALTO	1 PAR	3,88	R\$ 3,88
SOLADO	1 PAR	4,3	R\$ 4,30
TACÃO	1 PAR	2,9	R\$ 2,90
FORRO	50CM	29,90/100CM	R\$ 14,95
TACHA	80 UNIDADES	14,50/1000	R\$ 1,16
PARAFUSOS	8 UNIDADES	0,2	R\$ 1,60
COLA FORTE	100 GRAMAS	13,80/200GRAMAS	R\$ 6,95
COLA PVC	50 GRAMAS	19,00/200GRAMAS	R\$ 4,75
COLA COURAÇA	25 GRAMAS	16,00/200GRAMAS	R\$ 2,00
EVA	20X10	2,00/60X40	R\$ 0,16
LINHA	1GRAMA	10,80/80GRAMAS	R\$ 0,14
TUBOX	10CM	13,49/100CM	R\$ 1,35
ELÁSTICO	10 CM	2,10/METRO	R\$ 0,21
PEDRARIA	1,2GRAMAS	120,00/1000GRAMAS	R\$ 0,14
TECIDO	20X20	8,50/100CM	R\$ 0,16
<b>TOTAL</b>			R\$ 72,28
<b>MODELO 5.1.1.1.1.1.19.6</b>			
CABEDAL	50CM	31,30/100CM	R\$ 15,65
PALMILHA	1PAR	7	R\$ 7,00
SALTO	1PAR	3,88	R\$ 3,88
SOLADO	1PAR	4,3	R\$ 4,30
TACÃO	1PAR	2,9	R\$ 2,90
FORRO	30CM	39,90/100CM	R\$ 11,97
TACHAS	60UNIDADES	14,50/1000	R\$ 0,87
PARAFUSOS	8UNIDADES	0,2	R\$ 1,60
COLA FORTE	100GRAMAS	13,80/200GRAMAS	R\$ 6,95
COLA PVC	50GRAMAS	19,00/200GRAMAS	R\$ 4,75
EVA	20X10	2,00/60X40	R\$ 0,16
LINHA	1GRAMA	10,90/80GRAMAS	R\$ 0,14
STRASS	300CM	6,00/100CM	R\$ 18,00
TECIDO	20X20	8,50/100CM	R\$ 0,16
<b>TOTAL</b>			R\$ 78,33

Fonte: Arquivo do autor

Tabela 14. Tabela com custo dos modelos 7 a 9

<b>MODELO 5.1.1.1.2.1.19.7</b>			
CABEDAL	50CM	35,00/100CM	R\$ 17,50
PALMILHA	1PAR	7	R\$ 7,00
SALTO	1PAR	33,88	R\$ 3,88
SOLADO	1PAR	4,3	R\$ 4,30
TACÃO	1PAR	2,9	R\$ 2,90
FORRO	50CM	39,90/100CM	R\$ 19,95
TACHA	80 UNIDADES	14,50/1000	R\$ 1,16
PARAFUSOS	8 UNIDADES	0,2	R\$ 1,60
COLA FORTE	100 GRAMAS	13,80/200GRAMAS	R\$ 6,95
COLA PVC	50GRAMAS	19,00/200GRAMAS	R\$ 4,75
EVA	20X10	2,00/60X40	R\$ 0,16
LINHA	1GRAMA	10,90/80GRAMAS	R\$ 0,14
TUBOX	10CM	13,49/100CM	R\$ 1,35
ELÁSTICO	10CM	2,10/100CM	R\$ 0,21
PEDRARIAS	0,6GRAMAS	120,00/1000GRAMAS	R\$ 0,07
TECIDO	20X20	8,50/100CM	R\$ 0,16
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 72,08</b>

<b>MODELO 5.1.1.1.2.1.19.8</b>			
CABEDAL	500GRAMAS	60,00/1000GRAMAS	R\$ 30,00
PALMILHA	1PAR	7	R\$ 7,00
SALTO	1 PAR	3,88	R\$ 3,88
SOLADO	1 PAR	4,3	R\$ 4,30
TACÃO	1PAR	2,9	R\$ 2,90
TACHA	60 UNIDADES	14,50/1000	R\$ 0,87
PARAFUSOS	8 UNIDADES	0,2	R\$ 1,60
COLA FORTE	100GRAMAS	13,80/200	R\$ 6,95
COLA PVC	50GRAMAS	19,00/200	R\$ 4,75
EVA	20X10	2,00/60X40	R\$ 0,16
LINHA	1GRAMA	10,90/80GRAMAS	R\$ 0,14
BROCHE	1 PAR	20,00/UNIDADE	R\$ 40,00
TECIDO	20X20	8,50/100CM	R\$ 0,16
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 102,71</b>

<b>MODELO 5.1.1.1.2.1.19.9</b>			
CABEDAL	500GRAMAS	60,00/1000GRAMAS	R\$ 30,00
PALMILHA	1PAR	7	R\$ 7,00
SALTO	1PAR	3,88	R\$ 3,88
SOLADO	1PAR	4,3	R\$ 43,00
TACÃO	1PAR	2,9	R\$ 2,90
FORRO	50CM	19,90/100CM	R\$ 9,95
TACHA	60UNIDADES	14,50/1000	R\$ 0,87
PARAFUSOS	8UNIDADES	0,2	R\$ 1,60
COLA FORTE	100GRAMAS	13,80/200GRAMAS	R\$ 6,95
COLA PVC	50GRAMAS	39,90/100CM	R\$ 4,75
EVA	20X10	2,00/60X40	R\$ 0,16
LINHA	1GRAMA	10,90/80GRAMAS	R\$ 0,14
FLOR	1PAR	12,00/PAR	R\$ 12,00
TECIDO	20X20	8,50/100CM	R\$ 0,16
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 123,36</b>

Fonte: Arquivo do autor

Tabela 15. Tabela com custo dos modelos 10 a 12

<b>MODELO 5.1.1.1.2.1.19.10</b>			
CABEDAL	50CM	48,00/100CM	R\$ 24,00
PALMILHA	1PAR	7	R\$ 7,00
SALTO	1PAR	3,88	R\$ 3,88
SOLADO	1PAR	4,3	R\$ 4,30
TACÃO	1PAR	2,9	R\$ 2,90
FORRO	50CM	39,90/100CM	R\$ 19,95
TACHA	80 TACHAS	14,50/1000	R\$ 1,16
PARAFUSOS	8PARAFUSOS	0,2	R\$ 1,60
COLA FORTE	100GRAMAS	13,80/200GRAMAS	R\$ 6,95
COLA PVC	50GRAMAS	19,00/200GRAMAS	R\$ 4,75
EVA	20X10	2,00/60X40	R\$ 0,16
LINHA	1GRAMA	10,90/80GRAMAS	R\$ 0,14
TUBOX	10CM	13,49/100CM	R\$ 1,35
ELÁSTICO	10CM	2,10/100CM	R\$ 0,21
PEDRARIA	0,6GRAMAS	120,00/1000GRAMAS	R\$ 0,07
TECIDO	20X20	8,50/100CM	R\$ 0,16
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 78,58</b>

<b>MODELO 5.1.1.1.2.1.19.11</b>			
CABEDAL	500GRAMAS	80,00/1000GRAMAS	R\$ 40,00
PALMILHA	1PAR	7	R\$ 7,00
SALTO	1PAR	3,88	R\$ 3,88
SOLADO	1PAR	4,3	R\$ 4,30
TACÃO	1PAR	2,9	R\$ 2,90
FORRO	50CM	29,90/100CM	R\$ 14,95
TACHAS	60 UNIDADES	14,5/1000	R\$ 0,87
PARAFUSOOS	8UNIDADES	0,2	R\$ 1,60
COLA FORTE	100GRAMAS	13,80/200GRAMAS	R\$ 6,95
COLA PVC	50GRAMAS	19,00/200GRAMAS	R\$ 4,75
EVA	20X10	2,00/60X40	R\$ 0,14
LINHA	1GRAMA	10,90GRAMAS	R\$ 0,16
PEDRARIA	0,6GRAMAS	120,00/1000GRAMAS	R\$ 0,07
TECIDO	20X20	8,50/100CM	R\$ 0,16
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 87,73</b>

<b>MODELO 5.1.1.1.2.1.19.12</b>			
CABEDAL	1PEÇA	30,00PEÇA	R\$ 30,00
PALMILHA	1PAR	7	R\$ 7,00
SALTO	1PAR	3,88	R\$ 3,88
SOLADO	1PAR	4,3	R\$ 4,30
TACÃO	1PAR	2,9	R\$ 2,90
FORRO	50CM	39,90/100CM	R\$ 19,95
TACHA	6UNIDADES	14,50/1000	R\$ 0,87
PARAFUSOS	8UNIDADES	0,2	R\$ 1,60
COLA FORTE	100GRAMAS	13,80/200GRAMAS	R\$ 6,95
COLA PVC	50GRAMAS	19,00/200GRAMAS	R\$ 4,75
EVA	20X10	2,00/60X40	R\$ 0,14
LINHA	1GRAMA	10,90/80GRAMAS	R\$ 0,16
TECIDO	20X20	8,50/100CM	R\$ 0,16
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 82,66</b>

Fonte: Arquivo do autor

Tabela 16. Tabela do rateio do custo mensal e custo do produto

<b>RATEIO CUSTO DA MATÉRIA PRIMA COM CUSTO MENSAL</b>		
MODELO 5.1.1.1.1.1.19.1	R\$	51,80
MODELO 5.1.1.1.1.2.19.2	R\$	56,77
MODELO 5.1.1.1.1.2.19.3	R\$	56,98
MODELO 5.1.1.1.1.1.19.4	R\$	60,17
MODELO 5.1.1.1.1.2.19.5	R\$	61,68
MODELO 5.1.1.1.1.1.19.6	R\$	66,84
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.7	R\$	61,51
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.8	R\$	121,78
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.9	R\$	105,26
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.10	R\$	67,05
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.11	R\$	74,86
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.12	R\$	70,53
<b>TOTAL</b>	<b>R\$</b>	<b>4.276,21</b>

Fonte: Arquivo do autor

O rateio do custo mensal foi realizado utilizando o custo do material dividido pelo seu total, multiplicando pelo custo total mensal dividindo por cinco.

Tabela 17. Tabela com custo de cada produto e a quantidade de fabricação

<b>CUSTO COM MATERIAL</b>	<b>UNITÁRIO</b>	<b>QUANTIDADE POR COLEÇÃO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
MODELO 5.1.1.1.1.1.19.1	R\$ 60,71	5	R\$ 303,55
MODELO 5.1.1.1.1.2.19.2	R\$ 66,53	5	R\$ 332,65
MODELO 5.1.1.1.1.2.19.3	R\$ 66,78	5	R\$ 333,90
MODELO 5.1.1.1.1.1.19.4	R\$ 70,51	5	R\$ 352,55
MODELO 5.1.1.1.1.2.19.5	R\$ 72,28	5	R\$ 361,40
MODELO 5.1.1.1.1.1.19.6	R\$ 78,33	5	R\$ 391,65
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.7	R\$ 72,08	5	R\$ 360,40
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.8	R\$ 142,71	5	R\$ 713,55
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.9	R\$ 123,36	5	R\$ 616,80
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.10	R\$ 78,58	5	R\$ 392,90
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.11	R\$ 87,73	5	R\$ 438,65
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.12	R\$ 82,66	5	R\$ 413,30
		<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 5.011,30</b>

Fonte: Arquivo do autor

A quantidade fabricada por modelo sempre será cinco, sendo um par para cada grade de numeração.



## 8.2 PREÇO DE VENDA

Para o preço de venda foi estipulado uma taxa de marcação com vinte por cento de lucro, não foi acrescido encargos na taxa de marcação pois a marca será MEI. Com a taxa de lucro de vinte por cento a taxa de marcação ficou em 1,25.

Tabela 18. Taxa de marcação

$TM = 1/(1-ML-E)$	
$TM = 1/(1-0,20)$	
TM	1,25

Fonte: Arquivo do autor

Tabela 19. Percentual da taxa de marcação por produto

PERCENTUAL DA TAXA DE MARCAÇÃO EM UM PRODUTO		
MODELO 5.1.1.1.1.1.19.1	R\$	87,20
MODELO 5.1.1.1.1.2.19.2	R\$	99,80
MODELO 5.1.1.1.1.2.19.3	R\$	92,16
MODELO 5.1.1.1.1.1.19.4	R\$	109,56
MODELO 5.1.1.1.1.2.19.5	R\$	103,60
MODELO 5.1.1.1.1.1.19.6	R\$	114,50
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.7	R\$	95,90
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.8	R\$	95,90
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.9	R\$	120,21
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.10	R\$	105,49
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.11	R\$	105,40
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.12	R\$	101,79
<b>TOTAL</b>	R\$	<b>1.231,53</b>

Fonte: Arquivo do autor

Para o preço de venda, foram somados, o custo da embalagem (Tabela 8), custo de mão de obra (Tabela 11), custo do material (17) e o rateio do custo mensal, o resultado dessa somatória foi multiplicado pela taxa de marcação.

Tabela 20. Valor do produto unitário

VALOR DO PREÇO DE VENDA		QUANTIDADE POR COLEÇÃO	VALOR TOTAL POR MODELO
MODELO 5.1.1.1.1.1.19.1	R\$ 444,84	5	R\$ 2.224,22
MODELO 5.1.1.1.1.2.19.2	R\$ 542,50	5	R\$ 2.712,51
MODELO 5.1.1.1.1.2.19.3	R\$ 517,01	5	R\$ 2.585,03
MODELO 5.1.1.1.1.1.19.4	R\$ 542,62	5	R\$ 2.713,11
MODELO 5.1.1.1.1.2.19.5	R\$ 555,82	5	R\$ 2.779,11
MODELO 5.1.1.1.1.1.19.6	R\$ 649,64	5	R\$ 3.248,19
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.7	R\$ 567,26	5	R\$ 2.836,29
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.8	R\$ 600,68	5	R\$ 3.003,41
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.9	R\$ 620,96	5	R\$ 3.104,78
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.10	R\$ 533,14	5	R\$ 2.665,71
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.11	R\$ 538,41	5	R\$ 2.692,07
MODELO 5.1.1.1.2.1.19.12	R\$ 505,67	5	R\$ 2.528,34
<b>TOTAL</b>			R\$ 33.092,76

Fonte: arquivo do autor

Tabela 21. Custo totais, preço de venda e lucro

<b>CUSTO X PREÇO DE VENDA X LUCRO</b>		
CUSTO MÃO DE OBRA	R\$	15.428,70
CUSTO MATERIAL	R\$	5.011,30
CUSTO FIXO	R\$	4.276,21
EMBALAGEM	R\$	1.758,00
TOTAL	R\$	26.474,21
<b>VALOR TOTAL POR COLEÇÃO</b>	<b>R\$</b>	<b>33.092,76</b>
<b>LUCRO</b>	<b>R\$</b>	<b>6.618,55</b>

Fonte: Arquivo do autor

## 9 LOOKBOOK

Imagem 84. Calçados 1



Fonte: Arquivo do autor

Imagem 85. Calçados 2



Fonte: Arquivo do autor

Imagem 86. Calçados 3

LookBook



R\$ 524,50



R\$ 517,00



Fonte: Arquivo do autor

Imagem 87. Calçados 4

LookBook



R\$ 524,60



R\$ 567,30



Fonte: Arquivo do autor

Imagem 88. Calçados 5



Fonte: Arquivo do autor

Imagem 89. Calçados 6



Fonte: Arquivo do autor

Imagem 90. Calçados 7



Fonte: Arquivo do autor

Imagem 91. Calçados 8



Fonte: Arquivo do autor

## 10 CONCLUSÃO

No mercado da moda, os acessórios são itens estimulantes. Esses produtos transformam qualquer peça de vestuário, fazendo com que muitas pessoas recorram a eles.

Desenvolver uma coleção de calçados trouxe um vasto conhecimento em uma área até então desconhecida. A realização e concretização dessa coleção despertou um olhar ao conceito estilístico e estético do calçado. Com suas complexidades esse projeto de coleção fez-se desenvolver habilidades construtivas, conhecimentos conceitual e empírico na construção de um calçado.

O projeto de coleção trouxe ainda compreensão de novos nichos de mercado e a tendência seguida por eles, assim a criação da marca Débora Cornaquini procurou estabelecer um vínculo com seu público alvo, entendendo como esse consumidor revela seus desejos e se apaixona pela marca.

A pesquisa de tendências foi imprescindível para o desenvolvimento do projeto de coleção, interpretando e traduzindo-a foi possível observar elementos intrínseco e assim aplicá-los a marca e a coleção em si.

Ao final deste trabalho pode-se entender como os processos manuais mantêm viva a cultura do artesanal, que é atualmente valorizada e em uma visão panorâmica nos permite adquirir um repertório criativo, com auxílio da tecnologia e excelência dos processos atuais.

## 11 REFERÊNCIAS

CASTRO, Eliana; FELDMAN, Ricardo. **Sapato de mulher: um passeio pelo imaginário das Brasileiras**. São Paulo. EDITORA LIVRE. 2014.

CHOKLAT, Aki. **Design de sapatos**. São Paulo. SENAC. 2012.

GROSE, Virginia. **Merchandising de moda**. São Paulo. GUSTAVO GILI. 2013

JACOBBI, Paola. **Eu quero aquele sapato: A maior obsessão feminina**. Rio de Janeiro. OBJETIVA. 2005.

LIGER, Ilce. **Modelagem de calçados: técnicas e passo a passo**. São Paulo. SENAC. 2015.

LIMEIRA, Tânia Maria Vidigal. **E-marketing**. São Paulo. SARAIVA. 2007

MATHARU, Gurmit. **O que é design de moda?** Porto Alegre. BOOKMAN. 2011.

MOORE, Gwyneth. **Promoção de Moda**. São Paulo. GUSTAVO GILI. 2013.

NAVARRO, Vera Lucia. **Trabalho e trabalhadores do calçado: A indústria calçadista de Franca (SP): das origens artesanais a reestruturação produtiva**. São Paulo. EXPRESSÃO POPULAR. 2006.

NERY, Marie Louise. **A evolução da indumentária: subsídios para criação de figurino**. Rio de Janeiro. SENAC. 2003.

SARQUIS, Aléssio Bessa. **Marketing para pequenas empresas: a indústria da confecção**. São Paulo. SENAC. 2003.

KLEIN, Heitor. Abicalçados projeta reaquecimento para 2019. **Jornal do calçado e da moda**, número 2929, 14 jan. 2019. p. 20.



## 12 BIBLIOGRAFIA

BRYANT, Michele Wesen. **Desenho de moda: técnicas de ilustração para estilistas**. São Paulo. SENAC. 2012

MOUTINHO, Maria Rita; VALENÇA, Máslova Teixeira. **A moda do século XX**. Rio de Janeiro. SENAC. 2000.

NUNNELY, Carol A. **Enciclopédia das técnicas de ilustração de moda**. São Paulo. GUSTAVO GILI. 2012.

STALDER, Erika. **Moda: um curso prático e essencial**. São Paulo. MARCO ZERO. 2009

PASSOS, Verônica Thomazini. **Calçados artesanais e ferramentas digitais: proposta de modelo híbrido de criação e desenvolvimento de produto para a prática de design de calçados no Brasil**. São Paulo, 2014. 153p.. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014. [Orientador: Professor Doutor Antônio Takao Kanamaru]. Disponível: <[www.teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100133/tde.../VeronicaThomaziniPassos.pdf](http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100133/tde.../VeronicaThomaziniPassos.pdf)>. Acesso em: 12 mar. 2019.

Ideias de negócios na área de moda. Disponível: <<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,ERT114182-17192,00.html>>. Acesso em: 04 jan. 2019

Associação Brasileira das Indústrias de Calçados. Disponível: <<http://www.abicalcados.com.br/>>. Acesso em: 04 jan. 2019

Panorama do setor de calçados no Brasil. Disponível: <<http://www.sebraemercados.com.br/panorama-do-setor-de-calcados-no-brasil/>>. Acesso em: 12 mar. 2019

O mercado de calçados femininos na internet. Disponível: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/mercado-calcados-femininos-internet/>>. Acesso em: 12 mar. 2019

Tecnologias e tendências para a indústria calçadista. Disponível: <<https://www.checklistfacil.com/blog/4-tecnologias-e-tendencias-para-industria-calcadista/>>. Acesso em: 12 mar. 2019

Exportações seguem em alta. Disponível: <<https://www.couromoda.com/noticias/ler/exportacoes-seguem-em-alta/>>. Acesso em: 12 mar. 2019

Indicadores: Foram vendidos no varejo em dezembro 124,5 milhões de pares de calçados. Disponível: <<http://www.iemi.com.br/indicadores-foram-vendidos-no-varejo-em-dezembro-1245-milhoes-de-pares-de-calcados/>>. Acesso em: 12 mar. 2019

Exportações: início promissor. Disponível: <<https://www.couromoda.com/noticias/ler/exportacoes-inicio-promissor/>>. Acesso em: 12 mar. 2019

Indicadores: Foram vendidos no varejo em novembro 7,9 milhões de calçados. Disponível: <<http://www.iemi.com.br/indicadores-foram-vendidos-no-varejo-em-novembro-719-milhoes-de-calcados/>>. Acesso em: 12 mar. 2019

Fimec deve consolidar o momento de retomada do setor calçadista. Disponível: <<https://www.couromoda.com/noticias/ler/fimec-deve-consolidar-o-momento-de-retomada-do-setor-calcadista/>>. Acesso em: 12 mar. 2019

Setor calçadista comemora reação do mercado nacional. Disponível: <[https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2019/02/05/internas\\_economia,1027852/setor-calcadista-comemora-reacao-do-mercado-nacional.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2019/02/05/internas_economia,1027852/setor-calcadista-comemora-reacao-do-mercado-nacional.shtml)>. Acesso em: 12 mar. 2019

Setor calçadista perde 3,9 mil empregos em meio a piora das exportações. Disponível: <[https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2018/06/22/internas\\_economia,968814/setor-calcadista-perde-3-9-mil-empregos-em-meio-a-piora-das-exportacoes.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2018/06/22/internas_economia,968814/setor-calcadista-perde-3-9-mil-empregos-em-meio-a-piora-das-exportacoes.shtml)>. Acesso em: 12 mar. 2019

Exportações de calçados seguem em alta. Disponível: <<http://www.abicalcados.com.br/noticia/exportacoes-de-calcados-seguem-em-alta>>.

Acesso em: 14 mar. 2019

Principais tipos de salto alto. Disponível: <<http://www.portaltudoaqui.com.br/principais-tipos-de-salto-alto/>>. Acesso em: 18 mar.2019

Empresa CRC Couro. Disponível: <<http://centrodocouro.com.br/site/materia-prima/>>.

Acesso em: 18 mar. 2019.

Olivia Palermo. Disponível em: <

<https://www.forbes.com/sites/sboyd/2014/09/20/stylish-sips-with-style-icon-olivia-palermo/#245faabb3f8e>>. Acesso em: 26 mar. 2019

Olivia Palermo. Disponível em: <<https://www.arpel.com.br/2018/05/23/as-mulheres-mais-elegantes-do-mundo-olivia-palermo/>>.

Acesso em: 14 abr. 2019

Tendência. Disponível em :< <http://www.fbdobrasil.com.br/blog/tendencias-verao-2020/>>. Acesso em 24 abr. 2019

Tendência dos calçados verão 2019/2020. Disponível em:

<<https://www.portaisdamoda.com.br/noticiaInt~id~18495~n~calcados+do+verao+2020.htm>>. Acesso em:24 abr. 2019

*Slow Fashion*. Disponível em: < <https://reviewslowliving.com.br/2014/09/24/slow-fashion-o-que-e-esse-movimento-que-veio-para-ficar-e-transformar/>>.

Acesso em: 16 maio 2019

Custo loja virtual. Disponível em: <<https://ecommerce-pratica.com.br/site2/quanto-custa-loja-virtual/>>.

Acesso em: 23 maio 2019