

Faculdade de Tecnologia de Americana – Ministro Ralph Biasi

Curso Superior de tecnologia em Têxtil e Moda.

ROZIARA FERNANDA BARBOSA VIEIRA.

PLANEJAMENTO DE COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO.

ROZIARA FERNANDA BARBOSA VIEIRA.

PLANEJAMENTO DE COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO.

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Tecnologia de Americana como parte das exigências do curso de Têxtil e Moda para obtenção do título de Tecnólogo em Têxtil e Moda.

Orientador: Professor Carlos Frederico Faé.

AMERICANA/SP

2019

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

V718pVIEIRA, Roziara Fernanda Barbosa

Planejamento de coleção: barroco mineiro. /Roziara Fernanda Barbosa
Vieira. – Americana, 2019.

144f.

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

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

CDU:687.016

Faculdade de Tecnologia de Americana

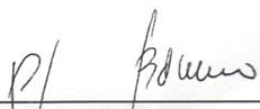
Roziara Fernanda Barbosa Vieira

**PLANEJAMENTO DE COLEÇÃO
Barroco Mineiro**

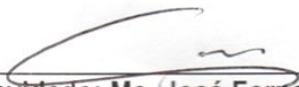
Trabalho de graduação apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Têxtil e Moda pelo Centro Paula Souza – FATEC Faculdade de Tecnologia de Americana.

Americana, 10 de dezembro de 2019.

Banca Examinadora:



Orientador: Prof. Carlos Frederico Faé
Faculdade de Tecnologia de Americana



Professor Convidado: Me. José Fernazier C. Sampaio
Faculdade de Tecnologia de Americana



Professora Convidada: Ma. Magaly Pittoli
Faculdade de Tecnologia de Americana

RESUMO

O presente trabalho dispõe como tema principal o planejamento de coleção de moda, abordando noções essenciais e pertinentes na elaboração de uma coleção e na introdução de uma marca de vestuário no mercado. E para isto, a metodologia de pesquisa adotada fundamenta-se em referências bibliográficas redigidas por profissionais da área de moda e de marketing e de experiências profissionais adquiridas por meio do exercício profissional, a partir da atuação no Ateliê Tulipas. Desta forma, o desenvolvimento do projeto de conclusão de curso, apresentou-se por meio de subdivisões organizadas da seguinte maneira: Definição de moda, elucidação dos seus segmentos, em especial a alfaiataria; Marketing, matéria responsável pela interação com os clientes, divulgando, atribuir valor e propagando os produtos de uma organização; Público alvo, objeto de direcionamento das ações de marketing e criação da empresa; Tendências de moda, propensão a seguir previsões futuras sob o comportamento e vestuário; Inspiração para coleção de moda, elucidações sobre as temáticas aplicadas no desenvolvimento de produtos de modo coeso; Cores, percepção visual associada às sensações fisiológicas, atribuído sensações as discrepantes tonalidade; Planejamento de coleção, contextualização de todos os elementos indispensáveis na execução de um acervo de moda; Ilustração de moda e ficha técnica, critérios aplicados na comunicação dos setores de criação com o marketing e a confecção dos produtos; Tecidos, materiais compostos de fibras têxteis utilizados no vestuário; Aviamentos, insumos da confecção utilizados em associação com os tecidos; Modelagem, técnicas bidimensionais ou tridimensionais fundamentais na elaboração de roupas; Identidade visual da marca, personalidade da organização e modo como se comunica com o mercado; Custo, valores empregados para idealização de coleção e precificação dos artigos produzidos. A averiguação em torno desta matéria propiciou o aprofundamento das concepções do segmento da moda e nos procedimentos empregados para seu desenvolvimento.

Palavras-chaves: Planejamento de coleção. Marketing de moda. Inspiração de moda. Barroco Mineiro.

ABSTRACT

The present work has as its main theme the planning of fashion collection, addressing essential and pertinent notions in the elaboration of a collection and the introduction of a clothing brand in the market. And for this, the research methodology adopted is based on bibliographic references written by professionals in the field of fashion and marketing and professional experiences acquired through professional practice, based on the work at Ateliê Tulipas. Thus, the development of the project of completion of the course, was presented by subdivisions organized as follows: Definition of fashion, elucidation of its segments, especially tailoring; Marketing, which is responsible for interacting with customers, disseminating, attributing value and propagating the products of an organization; Target audience, targeting of marketing actions and creation of the company; Fashion trends, propensity to follow future predictions about behavior and clothing; Inspiration for fashion collection, elucidations on the themes applied in cohesive product development; Colors, visual perception associated with physiological sensations, attributed sensations to discrepant hues; Collection planning, contextualization of all the indispensable elements in the execution of a fashion collection; Fashion illustration and fact sheet, criteria applied in the communication of the creative sectors with the marketing and the confection of the products; Fabrics, textile fiber composite materials used in clothing; Trimming, clothing inputs used in association with the tissues; Modeling, two-dimensional or three-dimensional techniques fundamental in the elaboration of clothes; Brand visual identity, organization personality and how it communicates with the market; Cost, values used for idealization of collection and pricing of articles produced. The investigation around this subject provided the deepening of the conceptions of the fashion segment and the procedures employed for its development.

Keywords: Collection Planning. Fashion marketing Fashion inspiration. Baroque Mineiro.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – INSECTA SHOES SAPATOS ECOLÓGICOS E VEGANOS.....	13
FIGURA 2 – COLEÇÃO JOÃO BRAGA, SPW 47	14
FIGURA 3 – COCO CHANEL, 1960.....	16
FIGURA 4 – NEW LOOK DIOR.....	17
FIGURA 5 – SMOKING FEMININO YES SAINT LAURENT.....	17
FIGURA 6 – PAINEL PÚBLICO ALVO.....	24
FIGURA 7 – PAINEL DE TENDÊNCIAS	25
FIGURA 8 – PAINEL INSPIRAÇÃO: BARROCO MINEIRO.....	29
FIGURA 9 – INCONFIDÊNTES MINEIROS.....	31
FIGURA 10 – PUNIÇÕES CONJURAÇÃO BAIANA	32
FIGURA 11 – BARROCO MINEIRO.	35
FIGURA 12 – IGREJA NOSSA SENHORA DO ROSÁRIO	36
FIGURA 13 – PINTURA CONSIDERA RETRATO DO ALEIJADINHO	37
FIGURA 14 – IGREJA DE SÃO FRANCISCO DE ASSIS, TETO, COM PINTURA ATAÍDE.....	38
FIGURA 15 – PALETA DE CORES: COLEÇÃO BARROCO MINEIRO	40
FIGURA 16 – CRONOGRAMA DA COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO	42
FIGURA 17 – CROQUI DE MODA 001	45
FIGURA 18 - CROQUI DE MODA 002.....	48
FIGURA 19 – CROQUI DE MODA 003.....	51
FIGURA 20 – CROQUI DE MODA 004	54
FIGURA 21– PEÇA PILOTO PRODUTO 4 E 5	59
FIGURA 22 – CROQUI DE MODA 005	60
FIGURA 23 – CROQUI DE MODA 006	65
FIGURA 24 – CROQUI DE MODA 007	68
FIGURA 25– PEÇA PILOTO PRODUTO 09	71
FIGURA 26 – CROQUI DE MODA 008	72
FIGURA 27– CROQUI DE MODA 009.....	79
FIGURA 28 – CROQUI DE MODA 010	84
FIGURA 29 – CROQUI DE MODA 011	89
FIGURA 30 – CROQUI DE MODA 012	94

FIGURA 31- PEÇA PILOTO PROD 19	97
FIGURA 32 – CROQUI DE MODA 013	98
FIGURA 33 – LOGOTIPO DA MARCA ATELIÊ TULIPAS.....	105
FIGURA 34 – SLOGAM DA MARCA ATELIÊ TULIPAS	106
FIGURA 35 - EMBALAGEM TIPO CAPA.....	107
FIGURA 36 – EMBALAGEM CAIXA DE PAPELÃO.	107
FIGURA 37 – ETIQUETAS DE COMPOSIÇÃO	108
FIGURA 38 – WEB SITE DO ATELIÊ TULIPAS.....	109
FIGURA 49 – INSTAGRAM TULIPASA.....	110

LISTA DE QUADRO

QUADRO 1 – MIX DE MARKETING	22
QUADRO 2 – MATRIZ SWOT ATELIÊ TULIPAS.....	22
QUADRO 3 – PLANO DE COLEÇÃO	42
QUADRO 4 – MIX DE MODA.....	43
QUADRO 5 – MIX DE MODA ATRELADO AO MIX DE PRODUTO	43
QUADRO 6 – CUSTO PRODUTO 001MIX DE MARKETING	110
QUADRO 7 – PRECIFICAÇÃO COLEÇÃO BARROCO MINEIRO (PART.1).....	111
QUADRO 8 – PRECIFICAÇÃO COLEÇÃO BARROCO MINEIRO (PART.2).....	112

SUMÁRIO.

1	INTRODUÇÃO	11
2	DEFINIÇÃO DE MODA	12
2.1	SEGMENTAÇÕES DO MERCADO DE MODA	12
2.1.1	Alfaiataria	14
2.2	MARCA	18
2.2.1	História da marca: Ateliê Tulipas	19
2.3	MISSÃO	19
2.4	VISÃO	20
2.5	VALORES	20
3	MARKETING	20
3.1	MIX DE MARKETING	21
3.2	MATRIZ SWOT	22
4	PÚBLICO ALVO	23
5	TENDÊNCIAS DE MODA	25
6	INSPIRAÇÃO PARA COLEÇÃO DE MODA	27
6.1	CONTEXTO HISTÓRICO SÉCULO XVII– XVIII	29
6.1.2	Inconfidência Mineira	30
6.1.3	Bárbara Eliodora	32
6.3	BARROCO MINEIRO	34
6.3.1	Aleijadinho	35
7	CORES	39
8	PLANEJAMENTO DE COLEÇÃO	41
8.2	CRONOGRAMA DA COLEÇÃO	41

8.3 PLANO DA COLEÇÃO.....	42
8.4 MIX DE PRODUTO E MIX DE MODA.....	43
9 ILUSTRAÇÕES DE MODA E FICHAS TÉCNICAS	43
10 TECIDOS.....	101
11 AVIAMENTOS.....	102
12 MODELAGEM	103
13 IDENTIDADE VISUAL DA MARCA.	104
13.1 LOGOTIPO.....	104
13.2 SLOGAN	105
13.3 EMBALAGENS.....	106
13.4 ETIQUETAGEM DOS PRODUTOS TÊXTEIS	107
13.5 WEB SITE E MÍDIAS SOCIAIS.....	108
14 CUSTOS.....	111
15 CONSIDERAÇÕES FINAIS	115
REFERENCIAS.....	ERRO! INDICADOR NÃO DEFINIDO.
APÊNDICE A- MODELAGENS PEÇAS PILOTO.....	120
APÊNDICES B- CATÁLOGO DA COLEÇÃO.....	122

1 INTRODUÇÃO.

O presente trabalho “Planejamento de coleção: Barroco Mineiro” aborda a elaboração de uma marca de vestuário feminino e os procedimentos empregados para a concepção de uma coleção de moda. A elaboração deste estudo tornou-se concebível a partir das experiências vivenciadas no Ateliê Tulipas Modas, estabelecimento destinado à confecção de roupas sob medida, e por intermédio de pesquisas que circunscrevem ao segmento da moda.

Segundo Liger (2012) ao elaborar uma coletânea de produtos, todos os modelos desenvolvidos devem relacionar-se, transmitindo uma narrativa coesa em torno de um tema pré-estabelecido.

E diante disto, o objetivo primordial deste projeto é compor um acervo de produtos de moda e na sua inserção no mercado, baseando-se em textos, atrelando-os aos conhecimentos adquiridos na graduação do curso Têxtil e Moda.

A organização dos preceitos discutidos no presente trabalho viabilizou a expansão da percepção e propiciou o exercício prático em torno da matéria. Evidenciando a importância de unificar os conhecimentos teóricos com a aplicabilidade, elevando as competências técnicas.

O primeiro assunto trata-se da definição de moda, nos argumentos descritos relata-se o modo como compreendemos a moda e sua relação com o contexto sociocultural. Ao compreender a moda como interação direta com o indivíduo, percebe-se que sua comunicação é singular, deste modo, origina-se a segmentação do mercado de moda, ocupado em satisfazer um grupo específico, no qual possuem características similares.

Posteriormente, explorou-se a aplicação do marketing no setor da moda, e como estas ferramentas tornam-se úteis no cotidiano de uma organização, resultando em um conhecimento profundo sobre o negócio, seus concorrentes e principalmente seus consumidores.

No ramo da moda, intitulamos os consumidores como o público alvo, ou termo profissional *target*. E com base nas peculiaridades destes indivíduos, define-se o tema da coleção e o plano de propaganda e marketing será empregado pela empresa.

A moda caracteriza-se por absorver influências temporárias, que são nominadas como tendências, e observa-se que o estudo das tendências ocorre por

meio de complexa e profunda pesquisa sobre a sociedade, abordando temas antropológicos, socioculturais, políticos, filosóficos entre outros elementos.

No tocante à inspiração de moda, percebe-se a singularidade do processo criativo, e a relevância da escolha temática, que interfere diretamente em todas as etapas decisórias da coleção de moda.

Como descrito acima, a escolha do tema de uma coleção, determina as próximas decisões e este é o caso das cores, que devem correlacionar com o painel inspiração, resultando em uma coleção harmônica.

Ao planejar uma coleção de moda, os designers ocupam-se em definir quantos modelos serão produzidos, atentando-se a coordenação destes artigos e principalmente atrelam as peças ao estilo dos seus clientes, as criações variam em: Básicas, fashion ou vanguardas.

O desenho de moda é parte fundamental do planejamento de coleção, através de esboços, os estilistas idealizam os modelos, permitindo a visualização da peça e suas particularidades. Vinculado a isto, desenvolve-se o desenho técnico, que promove melhor compreensão relativa aos detalhes que constituem o modelo.

A escolha assertiva dos tecidos e dos aviamentos integra-se ao sucesso ou fracasso da compilação de modelos, portanto, é imprescindível conhecer minimamente as individualidades dos artigos têxteis ao eleger os insumos necessários para a produção das peças.

Assim como nos aspectos elucidados acima, a modelagem desenvolve-se a partir da escolha dos tecidos e aviamentos, dispondo de noções antropométricas, respeitando todos os biótipos.

Por fim, em um planejamento de coleção incontestavelmente ocorre à averiguação dos valores empregados para construção das peças, esta análise transcorre de modo individual a cerca de todos os custos empregados com insumos, mão de obra, os custos fixos e a aplicação da margem de lucro da organização.

2 DEFINIÇÃO DE MODA

A moda não é apenas o ato de vestir-se, pode-se afirmar que a moda está ligada ao comportamento sociocultural dos indivíduos, a suas atitudes, seus gostos e sua personalidade. A escolha do vestuário está ligada ao contexto histórico do período, desta forma é correto afirmar que a moda documenta o passado, e também assinala transformações da época em que vivemos.

Desde os primórdios da humanidade os indivíduos cobriam-se com a finalidade de proteção, o que originou outrora a moda, que só tornou-se possível a partir da necessidade do homem de melhorar sua aparência. A moda passou a designar poder e riqueza, dissociando os mais pobres da nobreza. (PEZZOLO, 2009).

Para Stefania (2009) a moda remete a comunicação visual, a roupa retrata características individuais, possibilita a identificação de grupos, classes sociais, estilo de vida, e contribui com o processo de individualização do sujeito.

A moda é uma manifestação pessoal do indivíduo, entretanto, esta exteriorização passa por inspeção da sociedade, que impõem-se, determinando o que “está ou não na moda”. Anteriormente empregava-se o termo moda exclusivamente ao vestuário, porém nas últimas décadas observou-se alterações multidimensionais, e atualmente outros segmentos como a perfumaria, os cosméticos, acessórios, casas, carros, arquitetura e eletrodomésticos, também adequa-se a este conceito. A moda auferiu nova amplitude em sua aceção designando-a como estilo de vida. (COBRA, 2010).

2.1 SEGMENTAÇÕES DO MERCADO DE MODA

Segundo o Dicionário Dicio Segmentar é o ato de fragmentar, dividir em partes, e no segmento da Moda, isto equivale a concentrar-se em um nicho específico do mercado.

Para Kotler (2003) atuar em um nicho de mercado é dedicar-se a suprir necessidades específicas de um grupo, embora as dimensões das vendas sejam menores, o valor agregado ao produto proporciona margens mais lucrativas que o

mercado de massa, é importante ressaltar que a concorrência dentro de um grupo distinto é menor em comparação a empresas que atendem mercados com maior extensão.

Davies (1998 Apud TREPTON 2013) descreve a segmentação como o ato de segregar um mercado de modo que resulte em um melhor atendimento, pois as atenções são concentradas para um grupo de consumidores com características similares.

A tarefa de fragmentar um mercado, buscando conquistar um nicho específico, exige intenso esforço. Pois é imprescindível examinar alguns fatores: o tamanho deste mercado e a estratégia de marketing adequada; o poder aquisitivo deste grupo e a pretensão dos mesmos em consumir os produtos; a facilidade para o grupo em contatar os produtos da marca e principalmente estabelecer diferenciação em relação as concorrentes. (COBRA, 2010).

FIGURA 1 – INSECTA SHOES SAPATOS ECOLÓGICOS E VEGANOS



Fonte: Insecta Shoes (2019).

2.1.1 Alfaiataria

O termo Alfaiataria refere-se à produção de peças de vestuário desenvolvidas com técnicas específicas, normalmente são peças estruturadas, produtos elaborados com requinte, finalização e caimento perfeitos. (MANEQUIM, 2012).

Segundo a apostila de Alfaiataria feminina (2016), peças de alfaiataria exigem atenção em todos os processos de confecção, principalmente aos tecidos empregados, a utilização de entretelas de malha e de entretelas de tecido, aplicação de cadarços de sarja, a soma destes cuidados resultam em um produto diferenciado, especificado por perfeita modelagem e excelente caimento.

Peças de vestuário confeccionadas a partir da Alfaiataria possuem características distintas, alguns detalhes da costura são confeccionados de modo manual, utiliza-se na montagem das peças forro acetinado e entretelas, e normalmente as cores escolhidas no segmento são tons sóbrios, como preto, cinza, marrom, bege e azul marinho, além das padronagens/ estampas clássicas como o xadrez e as listras. (MANEQUIM, 2012).

FIGURA 2 – COLEÇÃO JOÃO BRAGA, SPW 47



Fonte: João Pimenta (2019).

A arte milenar da alfaiataria desenvolveu-se vagarosamente no continente Europeu a partir do século XII, nesta época a indumentária masculina era composta por túnicas e calças compridas. (ALFAIATARIA femina, 2016).

A primeira peça feminina de alfaiataria emergiu da indumentária masculina, esta peça recebeu a denominação de *tailleur*, criado no século XVII, constituído por um casaco de mangas longas e uma saia comprida com bastante volume, porém permitiu-se a utilização desta vestimenta somente no século XIX e restringia-se apenas para pratica de esporte. (MANEQUIM, 2012).

No século XX, com o advento da primeira Guerra Mundial houve a ressignificação da existência feminina, com a carência masculina no mercado de trabalho, ocorreu uma grande demanda de contratações femininas para diversos tipos de trabalho, com o intuito de suprir a escassez de mão-de-obra masculina. Este fenômeno repetiu-se na segunda guerra mundial, no qual, os homens deviam se alistar para combater as tropas inimigas, conseqüentemente abdicaram do seu posto de trabalho, atribuído a mulher a responsabilidade de ocupar as vagas existentes. Para o trabalho as mulheres utilizavam roupas práticas e confortáveis, os uniformes eram compostos por conjuntos de saias ou calças compridas com modelagem derivada dos modelos masculinos. Com o avanço da Guerra e o racionamento de tecidos, modificou-se o vestuário feminino que deveria ter como característica principal a durabilidade dos tecidos, instituindo uma padronização da moda feminina que recebeu significativa influencia militar. Roupas com corte masculino, marcações e enchimento nos ombros, saias mais curtas e calças compridas, e utilização de tecidos resistentes estiveram presentes no cotidiano feminino até o fim dos conflitos.

No mesmo período Coco Chanel iniciou sua gloriosa carreira, Chanel tem um grande papel na história da moda e no estilo do vestuário feminino, lembrada por sua criatividade e irreverência. Há relatos reportando o seu comportamento audacioso, inclusive na pratica de esporte. Quando cavalgava, optava por usar roupas masculinas, peças do guarda roupas do seu parceiro Arthur Capel, e sentia-se completamente confortável com essa roupagem. Ao iniciar sua carreira dedicava-se apenas ao desenvolvimento de chapéus, com porte pequeno, simples e charmoso, porém por sua postura diferenciada despertava curiosidade de suas clientes, assim Coco Chanel idealizou peças de vestuário e acessórios que prezava pela praticidade e conforto. A marca Chanel destacou-se por Calças compridas, Blazers, Roupas

confeccionadas a partir de Jérsei, Tailleurs além dos acessórios finos como sapatos bicolores, bijuterias, e bolsas. (PEZZOLO, 2009)

Em 1916, Coco Chanel inovou ao criar um conjunto de jérsei composto por um casaco e saia ampla. Após quatro anos, Chanel surge com a elaboração de um novo modelo, um tailleur, cujo casaco alcançava os quadris e a saia caracterizava-se por ser solta e reta com a barra abaixo dos joelhos. No ano de 1954, elaborou o clássico Chanel, conjunto de casaco solto na altura dos quadris e saia reta abaixo da linha do joelho.

FIGURA 3 – COCO CHANEL, 1960.



Fonte: Manequim (2012).

Christian Dior, estilista renomado, marcou a história da moda ao produzir o tailleur Bar, posteriormente intitulada de New look. A composição proposta por Dior, referia-se à uma saia ampla com barra 30 cm do chão e um casaco de manga longa, e justo na região do abdômen evidenciando a cintura.

FIGURA 4 – NEW LOOK DIOR



Fonte: Manequim (2012).

Yves Saint Laurent, discípulo de Dior, em 1966 elaborou de modo pioneiro, um modelo de blazer que atrelava à alfaiataria a moda feminina, idealizou o smoking feminino, composto por colete, casaco ou paletó e calça.

FIGURA 5 – SMOKING FEMININO YES SAINT LAURENT



Fonte: Vogue (2019).

A década de 80 foi marcada por maior participação feminina, principalmente no mercado de trabalho, e devido a este contexto as mulheres passaram a marcar os ombros com ombreiras. (MANEQUIM, 2012).

Com base nos pensamentos de Callan (2007 Apud SENAC, 2016) na contemporaneidade é possível adquirir peças confeccionadas com técnicas de alfaiataria tanto sob medida como por prêt-à-porter. O terninho feminino, originado do traje masculino, foi criado em 1930, mas sofreu resistência, e somente a partir da década de 60 passou a ser peça básica do vestuário feminino até a atualidade.

2.2 MARCA

Conforme a elucidação de Kotler (2003), a marca solidifica as particularidades e excelência de um determinado produto ou serviço, pode-se aferir-la com um contrato, que assegure ao consumidor o desempenho do bem adquirido. Para elaborar uma marca é fundamental reunir e aplicar um conjunto de mecanismos ligados ao relacionamento com os clientes. Estes mecanismos referem-se à propaganda, patrocínios, eventos, responsabilidade social, entre outros. A principal finalidade de uma marca é oferecer aos clientes privilégios lógicos e benefícios emotivos, intencionando na lealdade do consumidor à organização.

Segundo Ogilvy (1955 Apud Marcos Cobra, 2010), a marca é definida pela articulação dos seguintes aspectos: o produto, sua embalagem, seu valor, sua história, o seu reconhecimento junto ao mercado, o marketing empregado na organização e as experiências obtidas pelos clientes ao utilizar a marca.

O propósito da marca é ofertar aos seus clientes atributos físicos em relação aos seus produtos e apresentar atributos intangíveis, como a essência da marca, o status e prestígios. Cobra (2013, p.55), sugere que “investir na comunicação da marca significa ampliar o conhecimento que o consumidor tem dela, mas isso não basta: é preciso despertar nele amor e paixão, ou seja, estima pela marca.”

Diante dos relatos citados acima o Ateliê Tulipas, constrói sua a identidade da marca visando contemplar todos os requisitos para a satisfação e fidelização dos clientes junto à marca:

O Ateliê Tulipas Modas caracteriza-se por ser uma marca de Roupas sob medida, idealizada com o objetivo de enaltecer a individualidade e as curvas femininas. Deste modo, destaca a importância de empregar um atendimento individualizado, que respeite por completo o processo de criação e construção de uma peça, além de valorizar os recursos empregados para a confecção da mesma. Para a produção das coleções utiliza materiais de excelente qualidade, com a responsabilidade de produzir peças exclusivas e duradouras, evidenciando a qualidade dos tecidos e a delicadeza dos acabamentos finos.

2.2.1 História da marca: Ateliê Tulipas

O Ateliê Tulipas iniciou seu processo de construção no ano de 2017, em uma região residencial de Sumaré. A princípio a empresa possuía apenas uma máquina de costura e realizava pequenos ajustes e consertos.

Após o aumento da clientela e a realização de cursos de especialização na área de Moda e Têxtil, a proprietária Roziara Barbosa expandiu seu plano de negócio e sua escala de atendimento, oferecendo uma ampla variedade de serviços, como: Confecção de roupas sob medida, consertos/ Ajustes/Reformas e planejamento de coleção.

2.3 MISSÃO

Impreterivelmente, toda organização, independente do ramo de atuação, necessita estabelecer seus ideais, seus objetivos, e propósitos. A conjuntura desta informação representa a missão da empresa. E a correta implantação deste recurso proporciona aos empreendedores “um guia” para atingir estes projetos. (LAURICCIA, 2000).

À vista disto, o Ateliê Tulipas definiu sua missão visando integralmente a satisfação do cliente, que é o seu patrimônio de maior valor:

“A missão do Ateliê Tulipas é propiciar um produto e atendimento especializados, focado nas necessidades individuais, com o propósito de melhorar a autoestima e autoconfiança, enaltecendo a singularidade e as curvas femininas, superando as expectativas dos nossos clientes em relação à qualidade, a sofisticação e os acabamentos das peças que são confeccionados de modo primoroso.”

2.4 VISÃO

Assim como missão e valores, a visão reflete o plano estratégico da organização, especificamente na projeção do futuro da empresa, relaciona-se o contexto atual com os objetivos á longo prazo. (FERREIRA, 2016).

“Ser reconhecido na região de Sumaré pela qualidade no atendimento e nos serviços prestados. Oferecendo moda sob medida, criação de coleções exclusivas somando a responsabilidade com os recursos naturais, criando uma coleção sustentável que tem como objetivo principal oferecer peça de qualidade e durável”.

2.5 VALORES

Considera-se valor, a real oferta do que é anunciado sobre o produto/serviço e a capacidade de sua produção. (KOTLER, 2003)

Ateliê Tulipas dispõe como valores:

- Moda e estilo
- Roupas sob medida
- Moda elegante
- Criatividade
- Atendimento pessoal
- Roupas exclusivas
- Qualidade.

3 MARKETING

O marketing é o departamento de maior interação com os consumidores, e esta conexão possibilita a captação de novos clientes. Atribui-se ao marketing o dever e a supervisão de divulgar, atribuir valor, disseminar, e ofertar produtos ou serviços. A aplicação do marketing é antecessora do produto, pois permite a análise das necessidades dos clientes, identificando o que o mercado procura e o que a empresa deve prover em uma organização a responsabilidade do departamento de marketing direciona-se a venda, retendo a atenção dos clientes, para que ele aumente o consumo, e na construção da correlação com clientes.

Marketing é a função empresarial que identifica necessidades e desejos insatisfeitos, define e mede sua magnitude e seu potencial de rentabilidade, especifica que mercados-alvo serão mais bem atendidos pela empresa, decide sobre produtos, serviços e programas adequados para servir a esses mercados selecionados e convoca a todos na organização para pensar no cliente e atender ao cliente. (KOTLER, 2003)

3.1 MIX DE MARKETING

O Mix de Marketing, também conhecido como o 4p's (Preço, Produto, Praça e Promoção) são os pilares fundamentais para uma empresa, e fortes aliados influenciadores de venda, ao relacionar estas ferramentas ao ciclo de vida dos produtos potencializa-se a eficácia do mecanismo, por exemplo, empregar a publicidade e a propaganda no lançamento do produto; a promoção de venda obtém maior resultado quando utilizada na maturidade do produto; quando o efeito desejado refere-se a vendas imediatas usam-se as promoções de vendas, e em contrapartida devem-se reduzir publicidades, propagandas quando houver enfraquecimento do produto. (KOTLER, 2003).

Abaixo a tabela de Mix de Marketing da empresa Ateliê Tulipas.

QUADRO 1 – MIX DE MARKETING

PRODUTO	PREÇO	PRAÇA	PROMOÇÃO
Roupas sob medida	Atendimento personalizado	Atendimento no estabelecimento	Propaganda por meio das redes sociais
Planejamento de coleção	Peças Exclusivas		Banner em frente ao local
Alfaiataria Feminina Consertos/Ajustes/Reformas	Custos x Benefícios		Propaganda/ Indicação por meio de clientes.

Fonte: Arquivo do Autor.

3.2 MATRIZ SWOT

A Análise Swot refere-se à elaboração de um quadro descritivo, incumbido na demonstração do cenário organizacional, informando os fatores internos e externos que podem impactar no modelo do negócio. A partir da implantação deste quadro, a organização verifica as forças, oportunidades, fraquezas e ameaças da estrutura da empresa. (FEIL; HEINRICHS, 2012).

QUADRO 2 – MATRIZ SWOT ATELIÊ TULIPAS

Fatores internos	Forças.	Oportunidades.
	Peças de vestuário exclusivas.	Fidelidade dos consumidores
	Atendimento individualizado.	Rotatividade de Produtos
	Roupas confeccionadas sob medida.	Obtenção de novos clientes.
	Baixo Estoque.	Baixo investimento
	Qualidade.	
Fatores externos	Fraquezas.	Ameaças.
	Atendimento prolongado.	Restrição de atendimento.
	Mão de obra limitada.	Preços maiores X margens de lucro menores.
	Rotineira manutenção de maquinário.	Sobrecarga
	Roupas por encomendas.	Custos/ imprevistos/ atrasos.

Fonte: Arquivo do autor.

4 PÚBLICO ALVO

Segundo Treptow (2013, p. 56) o público-alvo ou mercado-alvo “é o grupo de consumidores e compradores potenciais para um determinado produto; é a fatia do mercado em que uma empresa concentra seus esforços de marketing.”

No segmento da moda, substitui-se o conceito de público alvo com o termo de língua inglesa “Target”, esta expressão é aceita internacionalmente no segmento da moda, e engloba atitudes comportamentais e psicológicas, além de características transitórias de um grupo de consumidores.

A conjuntura destas informações possibilita aos criadores de produtos, orientações básicas sobre seu cliente, resultando em uma projeção informatizada sobre as características que seus produtos devem ter para suprir as necessidades de seus compradores, a “target” auxilia no processo de criação e aceitação do produto, pois proporciona o contínuo exercício de identificação do lançamento com as características dos compradores. (LIGER, 2017).

A marca Feminina Ateliê Tulipas foi idealizada para atender o público feminino de 30 a 55 anos. Mulheres modernas, refinadas, autênticas, independentes e atuantes no mercado de trabalho se identificam com a proposta da marca, estas mulheres possuem como particularidades a prática de contemplar variadas demonstrações de artes, frequentam teatros e cinema, apreciam boa música e prezam em estar acompanhadas por livros. Mulheres modernas capazes de conciliar seus hobbies com o tempo destinado à família e amigos. Em seu lazer costumam realizar viagens e passeios de observação, freqüentam exposições, museus, admiram arquitetura, histórica e urbana. Essas mulheres possuem conhecimento sobre moda, desejam por produtos com design interessante, peças atemporais e principalmente produtos com qualidade e acabamentos aprimorados, conforme observamos na figura 6.

FIGURA 6 – PAINEL PÚBLICO ALVO



Fonte: Arquivo do Autor.

5 TENDÊNCIAS DE MODA

Segundo Liger (2012, p.83) o termo tendência refere-se “a propensão, inclinação do que está para acontecer.”.

No tocante à pesquisa de tendência, é elaborada por uma seleta equipe que estudam os movimentos sociais, são profissionais de arquitetura, fotógrafos, antropologistas, jornalistas, designer e profissionais de outras áreas. O estudo é realizado através de pesquisas econômicas, sociopolíticas, artísticas e tecnológicas, a conjuntura destas informações, resulta em uma orientação sobre o futuro, denominada tendência.

Na contemporaneidade fatores intrínsecos, como a sustentabilidade é tendências de moda, o consumidor atual identifica-se com o consumo consciente, valoriza produtos com bom custo x benefícios, resgata o interesse em produtos artesanais. (LIGER, 2012).

FIGURA 7 – PAINEL DE TENDÊNCIAS



Fonte: Arquivo do autor.

Neste trabalho apresenta-se o planejamento de coleção da marca de roupa feminina Ateliê Tulipas, esta coleção tem como finalidade atender o mercado feminino na estação verão/2021, e por isto utilizou-se silhuetas e formas que estarão dentro da tendência de moda nos próximo período de acordo com os desfiles do SPFW, conforme a figura 7.

6 INSPIRAÇÃO PARA COLEÇÃO DE MODA

A inspiração ocorre de modo único para cada indivíduo, entretanto, as inspirações conectam com as experiências pessoais correlacionadas à identidade cultural, capacidade intelectual, e vivências corpóreas e sensoriais. (LIGER, 2012)

Segundo a concepção de Treptow (2013, p. 83) “Tema é a história, o argumento, a inspiração de uma coleção.” Em outras palavras, a inspiração estabelece o tema da coleção, a partir desta escolha os responsáveis criativos devem guiar-se, para que todos os modelos idealizados consigam interagir e remeter ao tema definido. Ao delimitar um tema é importante analisar se existe coerência com o público alvo que a marca destina-se, pois os elementos do tema serão transcritos na peça projetada.

Com base nestas informações o Ateliê Tulipas preferiu como objeto de estudo para a concepção da coleção de moda o tema Barroco Mineiro. Utilizou-se na elaboração do painel de inspirações (fig.8) alguns elementos pertinentes ao tema proposto, e a seguir iremos aprofundar individualmente em cada um deles, denotando a importância da sua representatividade nesta coleção.

Ao fundo do painel encontra-se a exposição da imagem retratada por Mestre Ataíde, intitulada “Ressurreição da virgem”, está pintura encontra-se no teto da Igreja São Francisco de Assis em Ouro Preto, e demonstra a influência do barroco e do rococó nas pinturas do Manuel da Costa Ataíde. Este monumento influenciou na cartela de cores da coleção, que abrange tons terrosos, esverdeados e azuis.

Sobre a Ressurreição da virgem, apresenta-se uma das obras de Aleijadinho “O Anjo com o cálice da paixão”, esta escultura compõe a via sacra de Congonhas – MG. Utilizou-se desta imagem os elementos superiores, as assas, para representar movimento de tecido e volume nos ombros, remetendo ao empoderamento.

Reforçando a ideia do empoderamento feminino, buscou-se encontrar no período do século XVII e XVIII, a força e a representatividade da mulher, tarefa árdua, pois no período de monarquia, a mulher era subjugada e exercia pouca influência sobre a sociedade. Ainda sim, Barbara Eliodoro de Alvarenga, esposa de Inácio José de Alvarenga Peixoto, participou e confidenciou as articulações contra a Coroa de

Portugal. Dado sua importância na história do Brasil, essencialmente no contexto feminino, é de suma relevância sua exposição.

No centro do painel de inspiração observa-se o Santuário Bom Jesus de Matosinhos – Congonhas, monumento ícone do Barroco Mineiro e museu escultórico de Mestre Aleijadinho. Portanto fonte inesgotável de inspiração, em suas esculturas elaboradas a partir de pedra-sabão, e na riqueza da ornamentação da capela. A imagem anexada à extremidade esquerda, os Doze profetas, também localiza-se no Santuário Bom Jesus de Matosinhos.

Por fim, optou-se pela Igreja Matriz de Santo Antônio, localizada na cidade de Tiradentes, esta igreja conta com riqueza de adornos e minudências características do Barroco Mineiro.

Nas figuras das capelas notam-se linhas retas na parte inferior e rica ornamentação em sua extremidade superior, pretende-se empregar esta particularidade nos modelos desenvolvidos, evidenciando os ombros e o colo feminino.

A utilização das esculturas de pedra-sabão para compor o painel inspiração, expressa a equipe de criação movimentos dos tecidos, que contrasta com as linhas retas retratadas pelas capelas, esta discrepância enriquece a coleção e possibilita a contraposição de tecidos encorpados e tecidos finos e fluidos.

FIGURA 8 – PAINEL INSPIRAÇÃO: BARROCO MINEIRO.



Fonte: Arquivo do autor.

Com base na justificativa da escolha do tema, evidencia-se a importância da compressão em torno da temática proposta, e para entendermos este movimento artístico e arquitetônico é imprescindível analisarmos o contexto histórico vigente no período, os movimentos sociopolíticos, as características do movimento e os envolvidos com este fenômeno cultural brasileiro.

6.1 CONTEXTO HISTÓRICO SÉCULO XVII– XVIII

Entre os séculos XVII e XVIII, observou-se a expansão comercial e das manufaturas, este cenário aliado a exploração das colônias acarretou no aumento da burguesia, que almejavam a libertação da intervenção do estado em seus negócios. Este anseio propiciou a formação de pensamentos intelectuais que aspiravam por maior liberdade política e econômica, defendiam a igualdade jurídica, a divisão de

poderes dentro do Estado, governos representativos, além da liberdade de expressão e a emancipação religiosa, entre outros direitos.

O conjunto de idéias liberalistas, também denominado Iluminismo, defendia o direito da capacidade humana de conhecer, compreender e julgar. Este movimento emergiu primordialmente no continente Europeu, na França e Inglaterra, e entre os principais entusiastas das concepções iluministas, pode-se mencionar: Voltaire (1694-1778), Montesquieu (1689-1755) e Rousseau (1712-1778). (COTRIM, 2005)

No século XVII, a atividade econômica estava alceada no Brasil, principalmente em Minas Gerais devido à mineração de ouro. E as famílias com maior poder aquisitivo enviavam seus filhos para estudar na Europa, assim estes estudantes nutriram convicções iluministas e trouxeram-na para o território brasileiro.

As idéias iluministas aliadas aos problemas nacionais, como: queixas contra os altos preços de produtos cobrados pelos portugueses; proibição de produção de bens na região de Minas Gerais, a alta cobrança de impostos (o quinto); e principalmente a implantação da Derrama, ocasionou no absoluto descontentamento da população, “dimanando” na rebeldia intitulada Inconfidência Mineira. (CASTRO; FREIRE; VENTURA; XAVIER; SANTOS, 2000)

6.1.2 Inconfidência Mineira

A partir de 1789, com a intensificação da derrama, o descontentamento populacional expandiu-se, assim mineiros, padres, militares e indivíduos da classe média, reuniram-se ao movimento de rebeldia denominado inconfidência mineira.

O projeto defendido pelos inconfidentes relacionava-se á proclamação da república, criação de indústrias têxteis e siderúrgicas, criações de universidades e concessão de pensões às famílias mais pobres. Este movimento não obteve a mobilização da população e não houve obtenção de armamentos pelos rebeldes.

FIGURA 9 – INCONFIDÊNTES MINEIROS



Fonte: R7 (2018).

A revolta deu-se apenas de modo conspiratório, pois os inconfidentes foram traídos e denunciados, com isto sofreram severas punições, todos foram sentenciados ao degredo perpétuo, exceto o inconfidente José Joaquim Silva Xavier, conhecido como Tiradentes.

Em junho de 1789, a cidade de Del rei presenciou a prisão de diversos moradores da capitania de Minas Gerais, dentre essas prisões a do coronel Inácio José de Alvarenga Peixoto e do Joaquim José da Silva Xavier. A ordem de Portugal prescrevia prisão imediata além do confisco dos bens e a desmoralização dos familiares envolvidos no motim.

Em 21 de Abril de 1792, Tiradentes foi enforcado publicamente com requintes de crueldades, por assumir suas responsabilidades de disseminações de idéias revolucionárias e por sua classe social.

No ano de 1798, ocorreu movimento semelhante à Inconfidência Mineira, intitulado Revolta dos Alfaiates ou Conjuração Baiana, arquitetado pelas classes menos favorecidas, como os escravos, alfaiates, sapateiros, mulatos e brancos pobres, caracterizando por ser um movimento popular, uma luta de indivíduos humildes, contra o abuso de autoridades, contra o preconceito racial e social, e contra

a escassez de alimentos na região. Este movimento é considerado a primeira revolução social do nosso país.

Os líderes deste movimento receberam a mesma sentença de Tiradentes, foram enforcados e mutilados, seus restos mortais foram expostos pelas ruas da cidade, para servir de exemplo. (CASTRO; FREIRE; VENTURA; XAVIER; SANTOS, 2000).

FIGURA 10 – PUNIÇÕES CONJURAÇÃO BAIANA



Fonte: R7 (2018).

6.1.3 Bárbara Eliodora

Bárbara Eliodora, pertencente de uma das famílias mais ilustre de São Paulo, filha de José de Siqueira e de D. Maria Josefa, desde jovem demonstrava ativismo político e compaixão pelos mais pobres, certa vez, discutiu com seu pai a necessidade de reformar a moradia dos escravos, e José de Siqueira foi convencido pela filha a financiar a reforma.

Ainda Jovem conheceu Inácio José de Alvarenga Peixoto com que casou e teve quatro filhos. Seu esposo pertencia ao grupo dos inconfidentes mineiros, e juntamente com eles conspiravam a favor da independência do Brasil.

Havia discussões internas entre os inconfidentes sobre o fim da escravidão, alguns membros desejavam a emancipação escravagista em quanto outros eram contra. E foi Bárbara quem orientou o esposo a propor a liberdade dos filhos dos escravos, possibilitando tempo para os donos de terras se acostumarem com a mudança, satisfazendo todos os membros do motim.

Quando Alvarenga descobriu que os inconfidentes foram delatados por Joaquim Silvério dos Reis, considerou a hipótese de confessar e denunciar outros integrantes para a coroa de Portugal, porém Eliodora não permitiu, insistiu que o marido deveria continuar com suas convicções e lealdade ao grupo.

Após a prisão de seu esposo, Barbara Eliodoro, grávida, teve todos seus bens confiscados pela coroa de Portugal e passou a morar de favor com sua irmã e seu cunhado. E um dia antes de dar a luz ao seu último filho, presenciou a irmã mais nova ser vítima de estupro sem poder evitar tamanho sofrimento.

Com a condenação de Inácio Alvarenga Peixoto para o degredo perpétuo, Barbara adoeceu, contraiu uma forte pneumonia. Bárbara teve crises de alucinações decorrentes a sua enfermidade e a profunda tristeza e depressão pela situação de seu esposo, essas alucinações propagou-se pela região e muitos passaram a considerá-la como louca.

Inácio Alvarenga de Peixoto faleceu em 27 de agosto de 1792, e após seu falecimento Bárbara, com auxílio de amigos de seu esposo, continuou a administrar os poucos bens que detinha. Alguns historiadores afirmam que Bárbara Eliodoro havia enlouquecido, porém correspondências trocadas por ela ao João Rodrigues de Macedo comprovam que ela nunca perdeu a lucidez, que estava foi uma artimanha para manter-se em posse de seus bens e em segurança com seus filhos.

Bárbara Eliodoro faleceu devido uma tuberculose no ano de 1819, em São Gonçalves de Sapucaí, seu restos mortais assim como de seu esposo repousam no Mausoléu dos inconfidentes em Ouro Preto, Minas Gerais. (SIFUENTES, 2015).

6.3 BARROCO MINEIRO

O Movimento intitulado com Barroco emergiu no Continente Europeu, no início do século XVII, distinguido por equilíbrio formal, simetria, proporcionalidade e racionalismo. (LEMOS, 2014).

No século XVII a coroa de Portugal impôs à sociedade de Minas Gerais inúmeras inibições, não permitia-se a difusão da imprensa, criação de indústria e havia restrições a tecelagem, estas circunstâncias suscitaram no isolamento da região. E dentro deste contexto a sociedade mineira transferiu sua atenção para a devoção, originando distintas irmandades religiosas, e as fraternidades maiores fomentaram a arquitetura de Minas Gerais.

As grandes confrarias religiosas, em sua maioria, detinham maior poder aquisitivo, e investiam abundantemente na ornamentação de templos e salas de reuniões, de modo suntuoso e requintado, concedendo ao visual mineiro, rica arquitetura no estilo Barroco. (LEMOS, 1979).

Carlos Alberto Cerqueira Lemos, no livro *Arquitetura Brasileira* (1979), definiu Barroco Mineiro com as seguintes palavras:

Uma verdadeira expressão de liberdade, que fazendo contraponto, eclodiu em pleno regime de opressão, liberdade de desobedecer regras trazidas pelo europeu sabido e de inventar soluções inesperadas comodulação arquitetônica como se todos estivessem numa deliberada tentativa de desobedecer à orientação erudita emanada do governo. (LEMOS, 1979).

Na construção arquitetônica Barroca empregaram-se diversos profissionais, mestres construtores, carpinteiros, pintores, entalhadores, quase todos mulatos, e alguns profissionais capacitados enviados pela coroa de Portugal. Dentre esses profissionais, podem-se citar dois grandes responsáveis pelas belíssimas edificações de Minas Gerais, o português Manuel Francisco Lisboa e seu filho, brasileiro e mulato, Antônio Francisco Lisboa, conhecido como Aleijadinho. (LEMOS, 1979).

Os templos religiosos construídos no estado mineiro denotam uma valorização do interior em correlação ao exterior dos edifícios, criando uma reflexão sobre a importância da alma em comparação com o corpo. A singularização característica do

Barroco mineiro deve-se a implantação realizada pelo povo que defrontava oposição constante aos poderosos.

Divergente do continente Europeu, onde o barroco revela-se por meio da decoração, o movimento mineiro expressou-se fundamentalmente na arquitetura, e esta apresentam-se de modo sóbrio, clássico, com volumes e proporções harmônicas, as edificações singelas e nos acabamentos primorosos. (BERNARDES, VASCONCELOS, et al, 1970).

FIGURA 11 – BARROCO MINEIRO.



Fonte: Feira cultural (2017).

6.3.1 Aleijadinho

Antônio Francisco Lisboa (1730-1814), mulato, brasileiro, nascido em Ouro Preto, por volta de 1730, é filho do construtor Manuel Francisco Lisboa, e provavelmente foi com o pai que adquiriu maestria em seu ofício de escultor e entalhador. (LEMOS, 1979).

Filho da segunda geração dos povoadores, bastardo, pardo, sofre a segregação de uma sociedade de classes, que não valoriza o artesão. Sua obra corresponde perfeitamente a esta herança, ao seu tempo e às circunstâncias de vida e profissão. (LEMOS, 2014).

Como escultor Aleijadinho, inicia sua carreira entalhando retábulos na Capela de Nossa Senhora do Rosário, com o passar dos anos, torna-se referencia inovando ao desenvolver peças que se incorporam integrando-se na estrutura do edifício. (BERNARDES, VASCONCELOS, et al, 1970).

FIGURA 12 – IGREJA NOSSA SENHORA DO ROSÁRIO



Fonte: Conexão Minas (2019).

Antônio Francisco de Lisboa é mundialmente considerado “Patrono das Artes Plásticas do Brasil”, devido ao seu extenso acervo construído durante o século XVIII. Desenvolveu seu trabalho no processo de transição do Barroco para o Rococó e imprimiu em suas criações ambos os estilos. (LEMOS, 2014).

FIGURA 13 – PINTURA CONSIDERA RETRATO DO ALEIJADINHO



Fonte: Globo (2011).

Manuel da Costa Ataíde, mulato, nasceu no ano de 1762, na cidade de Mariana em Minas Gerais, compôs um dueto com o mestre Aleijadinho, ambos surpreenderam a sociedade pela magnificente parceria desenvolvendo extraordinários monumentos.

Ataíde, foi um grande pintor e desenhista de demasiada sensibilidade e executor de pinturas caracterizadas por proporcionar ilusões ópticas, com sua sagacidade e sutileza representava, eventualmente, anjos mulatos em suas composições sacras. (LEMOS, 1979).

Ambos os artistas, com nacionalidade Brasileira, detêm de imenso prestígio na história das artes, principalmente em âmbito nacional. O Aleijadinho possuía uma grave enfermidade, mas ainda assim findou seus dias com o propósito de conceber imensuráveis demonstrações artísticas.

FIGURA 14 – IGREJA DE SÃO FRANCISCO DE ASSIS, TETO, COM PINTURA ATAÍDE



Fonte: Museu Aleijadinho (2017).

7 CORES.

De acordo com a estilista americana Rachel Zoe, “o estilo é uma forma de dizer quem você é sem precisar falar”, assim pode-se afirmar que a escolha da modelagem, os tecidos e as cores emitem uma mensagem. A cor induz alegria, estimula, atrai, assim como possui o poder de deprimir ou entristecer.

As cores estão presentes na decoração de ambientes, na nossa indumentária, maquiagens e cabelos. As cores nos transmitem sensações e causam impactos visuais chamados cientificamente de sensações fisiológicas e mexem positivamente ou negativamente com o nosso equilíbrio emocional. São códigos não verbais que recebemos cotidianamente. (LIGER, 2017 p.68)

Segundo Pezzolo (2009) o poder revelado através das cores pode ser usufruindo por algumas grifes para delinear a originalidade e o perfil da marca, como ocorre com o vermelho vibrante marcante na grife Valentino. Assim como tons pastel, discretos e sóbrios são freqüentes na Calvin Klein.

Existem incontáveis tonalidades de cores e para facilitar as identificações às cores recebem codificações. Uma das maiores instituições responsáveis por codificar coloração, sistema aceito mundialmente, intitula-se Pantone. (TREPTOW, 2013).

Ao idealizar uma coleção de moda, a equipe de criação examina as possibilidades para a elaboração da cartela de cores, que impreterivelmente deve relacionar-se com a temática da coleção, o público-alvo, contemplando as tendências de moda vigente.

Ao definir a cartela de cores, o Ateliê Tulipas previamente relacionou as cores do painel de inspiração ao segmento em que atua. Desse modo, observou-se que as peças constituídas dentro do segmento de alfaiataria, normalmente, incorporam tons sóbrios, clássicos e atemporais. Com base nestas informações examinou-se a proposta da empresa, sua identidade, e atrelou estas informações, resultando em uma cartela de cores policromática, porém as nuances aprovadas, em sua maioria, representam tons pastel e caracterizam-se pela sutileza, elegância e sofisticação.

FIGURA 15 – PALETA DE CORES: COLEÇÃO BARROCO MINEIRO



Fonte: Arquivo do Autor.

8 PLANEJAMENTO DE COLEÇÃO

Para obtenção do sucesso ao planejar uma coleção deve-se previamente pesquisar os rumos do mercado e as tendências de moda, afim de que haja coordenação com a pesquisa e o eixo central da coleção. Liger (2012, p. 101) revalida esta concepção com a frase “A coleção de moda é um conjunto, ou série, de produtos elaborados em forma de modelos, que têm uma relação entre si.”

Conforme Morixe (1992 Apud Liger 2012), ao conceber uma coleção com produtos de moda, deve-se oferecer produtos inovadores alinhados de modo harmônico e congruente com o estilo da “target”.

Os profissionais incumbidos em arquitetar a coletânea de modelos, necessitam estar compenetrados com a atualidade, quais as tendência vigentes e futuras, além de estudar as mudanças sociopolíticas e culturais da sociedade prognosticando-os os impactos no segmento da moda. (LIGER, 2012).

O planejamento de coleção destaca-se por definir as peculiaridades da coleção, neste momento define-se o cronograma de coleção, o mix de produto, mix de moda e mapa da coleção. (TREPTOW, 2013).

8.2 CRONOGRAMA DA COLEÇÃO

Com base em conhecimentos de Treptow (2012) conclui-se que o planejamento da coleção, imperiosamente necessita construir um cronograma para coleção, este designa-se á relacionar as tarefas com prazos em que devem ser concluídas evitando atrasos na elaboração da coleção.

O cronograma da coleção Barroco mineiro cruzou as tarefas pendentes com o prazo para sua execução, a tabela foi preenchida de trás para frente, aplicando coerência na sequência estabelecida das tarefas. Iniciamos com a pesquisa sobre o tema da coleção, por seguinte a pesquisa de tendências, a elaboração do cronograma, a definição do plano de coleção, a criação dos modelos a ser desenvolvida, a escolha dos tecidos e dos aviamentos, a elaboração dos desenhos e

8.4 MIX DE PRODUTO E MIX DE MODA

Mix de produto relaciona-se com a pluralidade dos artigos dispostos aos consumidores da organização. No mundo fashion, normalmente, emprega-se o fracionamento dos produtos por meio dos termos: Tops, Bottom, outwear e one piece, significam respectivamente, peças superior, artigos de vestuário para parte inferior, produtos utilizados como sobreposição e peças únicas. (TREPTOW, 2013).

Ao elaborar uma coleção de moda preocupa-se com o mix de produto, já descrito acima, e com o Mix de moda. Que equivale à fragmentação da coleção em três propriedades que dizem respeito às características dos produtos, que devem ser especificados em: básico, fashion e vanguarda. Os itens Básicos são modelos funcionais, com vendas garantidas, peças atemporais e tradicionais. Peças fashions são idealizadas a partir de tendências de moda vigente no período de sua elaboração, e por fim define-se como vanguardista as roupas diferenciadas, impactantes, que sustentam as tendências atuais, futuras e o tema da coleção. (TREPTOW, 2013).

QUADRO 4 - MIX DE MODA

Top	Bottom	One piece	Outwer
Blusa Cropped	Bermuda	Macação	Colete
Camisa/Blusa	Calça	Vestido	
	Saia		

Fonte: Arquivo do autor.

QUADRO 5 – MIX DE MODA ATRELADO AO MIX DE PRODUTOS

Mix de Produto	Mix de Moda			
	Básico	Fashion	Vanguarda	Total
Bermuda		1		1
Blusa Cropped		1		1
Calça	1			1
Camisa/Blusa		5	1	6
Colete		2		2
Macação		2		2
Saia	1	1	1	3
Vestido		3	1	4
Total	2	15	3	20

Fonte: Arquivo do autor.

9 ILUSTRAÇÕES DE MODA E FICHAS TÉCNICAS

O desenho de moda é parte fundamental do planejamento de coleção, através de esboços, os estilistas idealizam a sua criação, definem como será o caimento da peça, a sua silhueta, comprimento e tipo de tecidos. E para elaboração de ilustrações de moda é primordial atrelar pesquisas, dedicação, paciência e conhecimento no segmento, para que o produto seja comercialmente rentável. (LIGER, 2017).

A Ficha técnica é a denominação aplicada ao documento descritivo do produto, elaborado a partir da junção de diversas informações, com o intuito de estabelecer comunicação segura para os distintos setores de uma empresa. Neste documento estão contida informações desde a modelagem a conclusão do produto na linha de produção. (ROSA, 2009).

De acordo com Leite; Velloso (2008) a finalidade da ficha técnica é disponibilizar uma memória descritiva do produto, sendo composta por informações pertinentes ao artigo, como sua matéria- prima e a quantidade de insumos utilizados, o processo e a sequência operacional, desenho técnico, além de informações referentes à empresa e a coleção.

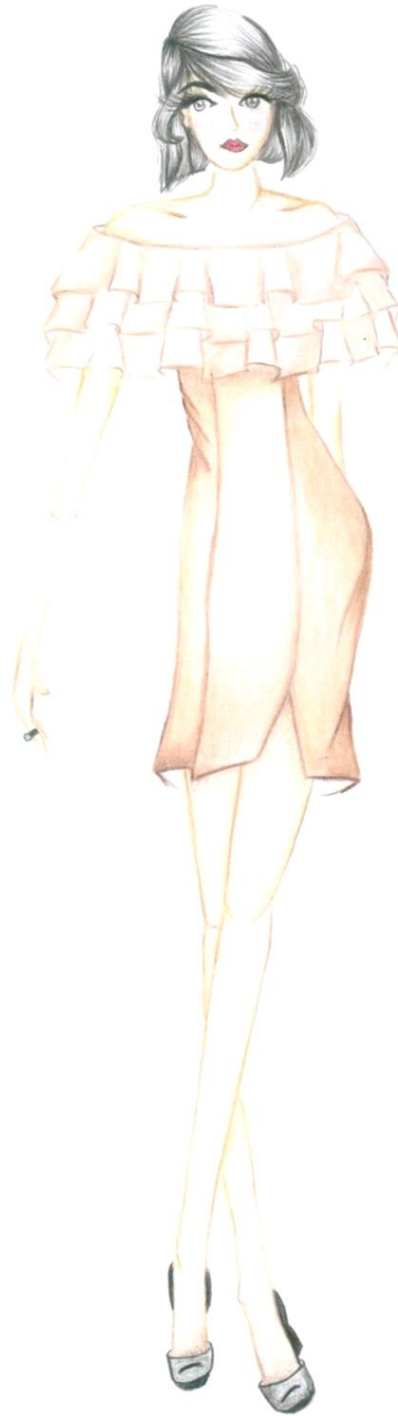
As fichas técnicas devem contém um desenho planejado da frente e das costas da peça, este desenho descritivo informa peculiaridades da peças, como os tipos de costura, as existências de pences, recortes e bolsos, a necessidade de realização de costuras de pespontos, além de demonstrar a aplicação de aviamentos. Estas informações são fundamentais no processo de confecção das peças, especialmente para modelista e costureira. (LIGER, 2017).

Ao traçar o desenho técnico despreza-se o corpo, manequim, a finalidade desta ilustração é promover informações precisas de como confeccionar a peça, e para isto emprega-se com freqüência a utilização de ampliação em áreas específicas da peça, a fim de aumentar a visualização dos detalhes como a realização de pespontos, o tamanho de aberturas, a utilização de botões e a quantia necessária, além de demonstrar detalhes em estampa ou bordados. (TREPTOW, 2013).

Desta forma tornou-se necessário incluir ao presente trabalho as criações de moda em conjunto com a ficha técnica dos respectivos modelos.

O primeiro modelo da coleção é um vestido com silhueta ajustada e recorte princesa, decote ombro á ombro, e três camadas de babados, conforme a figura 17.

FIGURA 17 – CROQUI DE MODA 001



Fonte: Arquivo do autor.

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.

MARCA: ATELIÊ TULIPAS **COLEÇÃO:** BARROCO MINEIRO **REF:** 001

ESTAÇÃO: VERÃO/2021 **RESPONSÁVEL:** ROZIARA F. B. VIEIRA **DATA:** 11/2019

MODELO: Vestido Ombro á Ombro com cascata de babados.

DESCRIÇÃO DA PEÇA: Vestido ombro á ombro com cascata de babados e fenda Frontal.

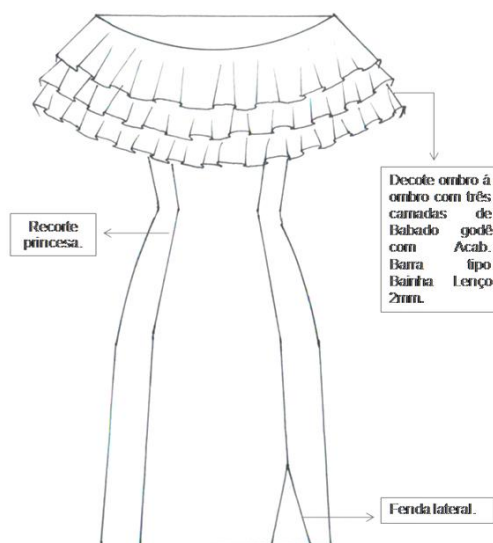
OBS.: Acabamento embutido no forro.

TECIDOS E AVIAMENTOS

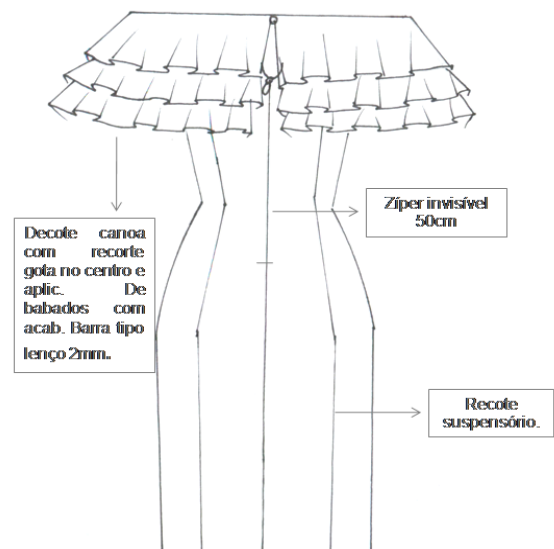
Ref.	Descrição	Fornecedor	Composição	Quant.	Preço (unit.)	Preço total.
TEC01	Tecido Crepe Pasquale	Gallo Tecidos	100% PES	1,20 m	R\$ 24,00	R\$28,80
TEC02	Tecido Chiffon	Gallo Tecidos	100% PES	1,0 m	R\$11,90	R\$11,90
TEC03	Forro Cetim com Elastano	Gallo Tecidos	97% PES 3% PUE	1,20 m	R\$11,90	R\$14,28
AVI01	Zíper Invisível	Armarinhos São José	-	1	R\$0,84	R\$0,84
AVI02	Linha de poliéster	Armarinhos São José	100%PES	70 m	R\$0,0022	R\$0,15
AVI03	Botão dourado	Armarinhos São José	-	1	R\$ 0,15	R\$0,15
TAG	TAG	100% TAG	-	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
ETIQ	Etiqueta de composição	Armarinhos São José	-	1	R\$0,10	R\$0,10








DESENHO TÉCNICO.

FRENTE



COSTAS



FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.					
MARCA: ATELIÊ TULIPAS			COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO		REF: 001-B
TECIDOS					
REF: TEC01		REF: TEC02		REF: TEC03	
AVIAMENTOS					
REF: AVI01		REF: AVI02		REF: AVI03	
REF: ETIQ					
					
MAQUINÁRIO UTILIZADO.			SEQUÊNCIA OPERACIONAL.		
Máquina Reta			<ul style="list-style-type: none"> • Modelagem • Corte do tecido • Fechar recortes frente (tecido - forro) • Fechar recorte costas (tecido-forro) • Fechar 30 cm meio costas • Fechar Laterais (tecido - forro) • Fazer a barra e a lateral canto mitrado • Fazer acabamento nos babados com bainha lenço • Costurar babados no decote • Fazer barra • Colocar zíper invisível • Conferencia. 		
ASSINATURA RESPONSÁVEL: ROZIARA F. BARBOSA VIEIRA.					

A figura 18 ilustra o segundo modelo da coleção trata-se de um vestido com silhueta ajustada, com transpasse lateral e com echarpe no decote canoa.

FIGURA 18 - CROQUI DE MODA 002



Fonte: Arquivo do autor.

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.



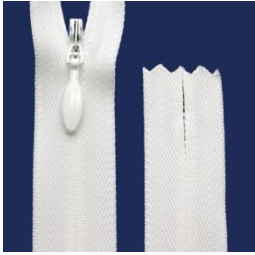



MARCA: ATELIÊ TULIPAS	COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO	REF: 002
ESTAÇÃO: VERÃO/2021	RESPONSÁVEL: ROZIARA F. B. VIEIRA	DATA: 11/2019
MODELO: Vestido Traspassado com Echarpe.		
DESCRIÇÃO DA PEÇA: Vestido Traspassado com echarpe no decote canoa.		
Obs.: Acabamento embutido no forro.		

TECIDOS E AVIAMENTOS

Ref.	Descrição	Fornecedor	Composição	Quant.	Preço (unit.)	Preço total.
TEC01	Tecido Crepe Pasquale	Gallo Tecidos	100% PES	1,60 m	R\$ 24,00	R\$38,40
TEC02	Tecido Chiffon	Gallo Tecidos	100% PES	1,00 m	R\$ 11,90	R\$ 11,90
TEC03	Forro Cetim com elastano	Gallo Tecidos	97% PES 3% PUE	1,60 m	R\$11,90	R\$19,04
AVI01	Zíper Invisível	Armarinhos São José	-	1	R\$0,84	R\$0,84
AVI02	Linha de poliéster	Armarinhos São José	100%PES	70 m	R\$0,0022	R\$0,15
AVI03	Botão dourado	Armarinhos São José	-	1	R\$ 0,15	R\$0,15
TAG	TAG	100% TAG	-	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
ETIQ	Etiqueta de composição	Armarinhos São José	-	1	R\$0,10	R\$ 0,10

DESENHO TÉCNICO.

FRENTE	COSTAS

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.						
MARCA: ATELIÊ TULIPAS			COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO		REF: 002-B	
TECIDOS						
REF: TEC01		REF: TEC02		REF: TEC03		REF:
AVIAMENTOS						
REF: AVI01		REF: AVI02		REF: AVI03		REF: ETIQ
						
MAQUINÁRIO UTILIZADO.			SEQUÊNCIA OPERACIONAL.			
Máquina Reta			<ul style="list-style-type: none"> • Modelagem • Corte Dos Tecidos • Fechar as pences (forro - tecido) • Unir traspasse (forro - tecido) • Anexar traspasse na lateral direita (tecido) • Fechar 30 cm da lateral esquerda (forro - tecido) • Fechar lateral direita (forro - tecido) • Fazer bainha lenço na echarpe • Costurar decote unido tecido forro e echarpe • Fazer barra mitrada meio frente (tecido) • Fechar barra unindo tecido ao forro • Colocar zíper • Colocar botão • Conferencia 			
ASSINATURA RESPONSÁVEL: ROZIARA F. BARBOSA VIEIRA.						

O vestido abaixo, figura 19, foi idealizado para valorizar as curvas femininas, é um vestido com alças, manga e recorte nos ombros, além de conter um laço na linha do busto causando um efeito dramático.

FIGURA 19 – CROQUI DE MODA 003



Fonte: Arquivo do autor.

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.						
MARCA: ATELIÊ TULIPAS		COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO			REF: 003	
ESTAÇÃO: VERÃO/2021		RESPONSÁVEL: ROZIARA F. B. VIEIRA			DATA: 11/2019	
MODELO: Vestido Recorte nos ombros						
DESCRIÇÃO DA PEÇA: Vestido Recorte nos ombros com nó na linha do busto.						
Obs.: Acabamento embutido no forro.						
TECIDOS E AVIAMENTOS						
Ref.	Descrição	Fornecedor	Composição	Quant.	Preço (unit.)	Preço total.
TEC04	Tecido Linho Misto	Gallo Tecidos	70% CV 30% CL	1,60 m	R\$ 30,00	R\$ 48,00
TEC03	Forro Cetim Toque de Seda	Gallo Tecidos	97% PES 3% PUE	1,00 m	R\$ 11,90	R\$11,90
AVI01	Zíper Invisível	Armarinhos São José	-	1	R\$0,84	R\$0,84
AVI02	Linha de poliéster	Armarinhos São José	100%PES	70	R\$0,0022	R\$0,15
TAG	TAG	100% TAG	-	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
ETIQ	Etiqueta de composição	Armarinhos São José	-	1	R\$0,10	R\$0,10
DESENHO TÉCNICO.						
FRENTE				COSTAS		

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.					
MARCA: ATELIÊ TULIPAS			COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO		REF: 003-B
TECIDOS					
REF: TEC04		REF: TEC03		REF:	REF:
AVIAMENTOS					
REF: AVI01		REF: AVI02		REF: ETIQ	REF:
MAQUINÁRIO UTILIZADO.			SEQUÊNCIA OPERACIONAL.		
Máquina Reta			<ul style="list-style-type: none"> • Modelagem • Corte Dos Tecidos • Fechar as pences (forro - tecido) • Fazer bainha lenço no laço frontal • Unir laço as laterais frontal • Fechar as laterais (forro – tecido) • Anexar manga • Unir forro ao tecido a partir do decote unindo as alças • Colocar zíper • Fazer fenda simples traseira • Conferencia 		
ASSINATURA RESPONSÁVEL: ROZIARA F. BARBOSA VIEIRA.					





Na coleção Barroco Mineiro buscamos criar uma coleção com peças atemporais e modernas, com grande influência da moda, e este é o caso do conjunto ilustrado na figura 20, composto por uma saia tradicional e um cropped com babados laterais.

FIGURA 20 – CROQUI DE MODA 004



Fonte: Arquivo do Autor.

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.						
MARCA: ATELIÊ TULIPAS		COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO			REF: 004	
ESTAÇÃO: VERÃO/2021		RESPONSÁVEL: ROZIARA F. B. VIEIRA			DATA: 11/2019	
MODELO: Blusa Cropped com cascata de babados						
DESCRIÇÃO DA PEÇA: Blusa Cropped com cascata de babados no ombro.						
OBS.: Acabamento embutido no forro.						
TECIDOS E AVIAMENTOS						
Ref.	Descrição	Fornecedor	Composição	Quant.	Preço (unit.)	Preço total.
TEC05	Tecido Prada	Gallo Tecidos	96% PES 4% PUE	1,50 m	R\$ 16,90	R\$25,35
TEC03	Forro Cetim com elastano	Gallo Tecidos	97% PES 3% PUE	0,5 m	R\$ 11,90	R\$ 5,95
AVI01	Zíper metal destacável	Armarinhos São José	-	1	R\$4,00	R\$4,00
AVI02	Linha de poliéster	Armarinhos São José	100%PES	70	R\$0,0022	R\$0,15
TAG	TAG	100% TAG	-	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
ETIQ	Etiqueta de composição	Armarinhos São José	-	1	R\$0,10	R\$ 0,10
DESENHO TÉCNICO.						
FRENTE			COSTAS			

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.					
MARCA: ATELIÊ TULIPAS			COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO		REF: 004-B
TECIDOS					
REF: TEC05		REF: TEC03		REF:	REF:
AVIAMENTOS					
REF: AVI03		REF: AVI02		REF: ETIQ	REF:
MAQUINÁRIO UTILIZADO.			SEQUÊNCIA OPERACIONAL.		
Máquina Reta			<ul style="list-style-type: none"> • Modelagem • Corte dos tecidos • Fechar recortes frente e costa (forro – tecido) • Anexar babado ao ombro frente – tecido • Fechar ombro e lateral (forro – tecido) • Costurar cava e decote anexando forro ao tecido • Costurar barra anexando forro ao tecido • Colocar zíper. • Conferencia. 		
ASSINATURA RESPONSÁVEL: ROZIARA F. BARBOSA VIEIRA.					

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.						
MARCA: ATELIÊ TULIPAS		COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO			REF: 005	
ESTAÇÃO: VERÃO/2021		RESPONSÁVEL: ROZIARA F. B. VIEIRA			DATA: 11/2019	
MODELO: Saia Afunilada						
DESCRIÇÃO DA PEÇA: Saia afunilada com cós reto.						
Obs.: Acabamento embutido no forro.						
TECIDOS E AVIAMENTOS						
Ref.	Descrição	Fornecedor	Composição	Quant.	Preço (unit.)	Preço total.
TEC05	Tecido Prada	Gallo Tecidos	96% PES 4% PUE	0,80 m	R\$ 16,90	R\$13,52
TEC03	Forro Cetim com elastano	Gallo Tecidos	97% PES 3% PUE	0,80 m	R\$11,90	R\$ 9,52
AVI03	Zíper metal destacável	Armarinhos São José	-	1	R\$4,00	R\$4,00
AVI02	Linha de poliéster	Armarinhos São José	100%PES	45	R\$0,0022	R\$0,10
TAG	TAG	100% TAG	-	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
ETIQ	Etiqueta de composição	Armarinhos São José	-	1	R\$0,10	R\$0,10
DESENHO TÉCNICO.						
FRENTE			COSTAS			





FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.					
MARCA: ATELIÊ TULIPAS			COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO		REF: 005-B
TECIDOS					
REF: TEC05		REF: TEC03		REF:	REF:
AVIAMENTOS					
REF: AVI03		REF: AVI02		REF: ETIQ	REF:
MAQUINÁRIO UTILIZADO.			SEQUÊNCIA OPERACIONAL.		
Máquina Reta			<ul style="list-style-type: none"> • Modelagem • Corte dos tecidos • Fechar pences frente e costa (forro – tecido) • Fechar laterais (forro - tecido) • Colocar o cós, unindo forro ao tecido • Costurar barra anexando forro ao tecido • Colocar zíper • Fazer casinha de botão e colocar botão • Conferencia. 		
ASSINATURA RESPONSÁVEL: ROZIARA F. BARBOSA VIEIRA.					

FIGURA 21– PEÇA PILOTO PRODUTO 4 E 5



Fonte: Arquivo do autor

A combinação a seguir, figura 22, trata-se de uma camisa ornamentada com babados e uma saia sino que recebeu a aplicação de nexas.

FIGURA 22 – CROQUI DE MODA 005



Fonte: Arquivo do Autor.

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.







MARCA: ATELIÊ TULIPAS	COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO	REF: 006
ESTAÇÃO: VERÃO/2021	RESPONSÁVEL: ROZIARA F. B. VIEIRA	DATA: 11/2019
MODELO: Saia Sino		
DESCRIÇÃO DA PEÇA: Saia sino, como recortes		
Obs.: Acabamento embutido no forro.		

TECIDOS E AVIAMENTOS

Ref.	Descrição	Fornecedor	Composição	Quant.	Preço (unit.)	Preço total.
TEC04	Tecido Linho Misto	Gallo Tecidos	70% CV 30% CL	1,20 m	R\$ 30,00	R\$ 36,00
TEC03	Forro Cetim com elastano	Gallo Tecidos	97% PES 3% PUE	0,80 m	R\$11,90	R\$9,52
AVI01	Zíper invisível	Armarinhos São José	-	1	R\$0,84	R\$0,84
AVI03	Botão	Armarinhos São José	-	1	R\$ 0,15	R\$0,15
AVI02	Linha de poliéster	Armarinhos São José	100%PES	30 m	R\$0,0022	R\$0,10
TAG	TAG	100% TAG	-	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
ETIQ	Etiqueta de composição	Armarinhos São José	-	1	R\$0,10	R\$0,10

DESENHO TÉCNICO.

FRENTE	COSTAS

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.					
MARCA: ATELIÊ TULIPAS			COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO		REF: 006-B
TECIDOS					
REF: TEC05		REF: TEC03		REF:	REF:
AVIAMENTOS					
REF: AVI03		REF: AVI02		REF:	REF: ETIQ
					
MAQUINÁRIO UTILIZADO.			SEQUÊNCIA OPERACIONAL.		
Máquina Reta			<ul style="list-style-type: none"> • Modelagem • Corte dos tecidos • Fechar pences frente e costa (forro – tecido) • Fechar laterais (forro - tecido) • Colocar o cóis, unindo forro ao tecido • Costurar barra anexando forro ao tecido • Colocar zíper • Fazer casinha de botão e colocar botão • Conferencia. 		
ASSINATURA RESPONSÁVEL: ROZIARA F. BARBOSA VIEIRA.					

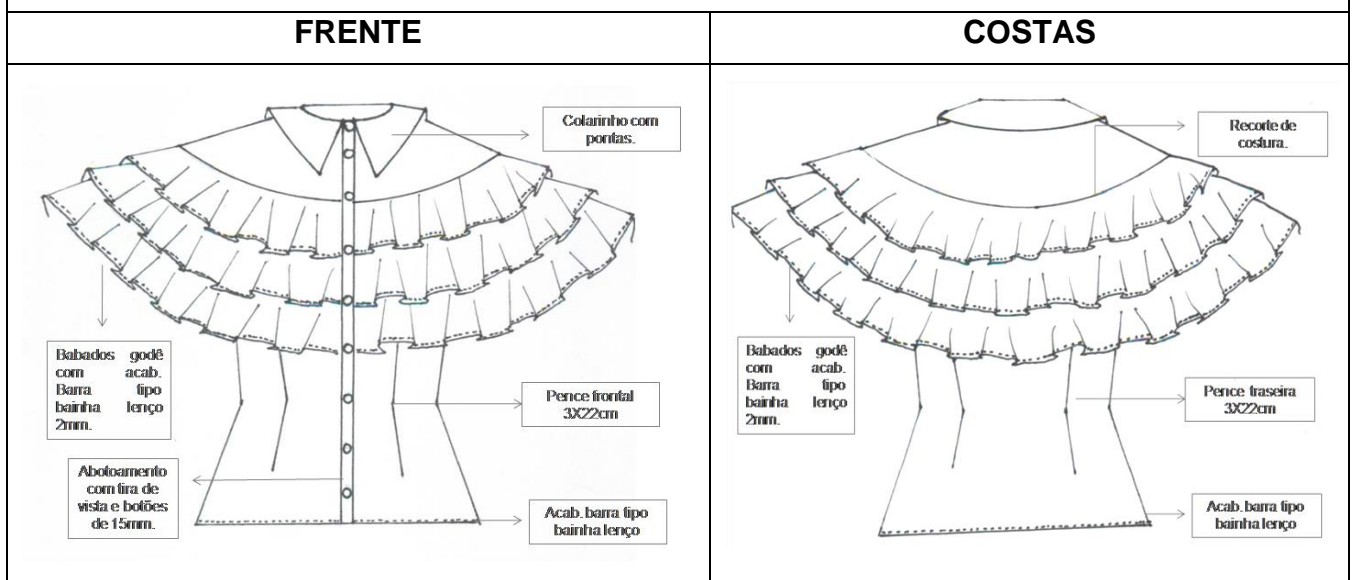
FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.


MARCA: ATELIÊ TULIPAS	COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO	REF: 007
ESTAÇÃO: VERÃO/2021	RESPONSÁVEL: ROZIARA F. B. VIEIRA	DATA: 11/2019
MODELO: Camisa com babados		
DESCRIÇÃO DA PEÇA: Camisa com babados e botões.		
Obs.: Acabamento costura francesa.		

TECIDOS E AVIAMENTOS

Ref.	Descrição	Fornecedor	Composição	Quant.	Preço (unit.)	Preço total.
TEC06	Tecido Crepe Amanda Branco	Gallo Tecidos	96% PES 4% PUE	2 m	R\$ 16,90	R\$ 33,80
AVI03	Botões	Armarinhos São José	-	6	R\$ 0,15	R\$ 0,90
AVI05	Entretela de TNT	Armarinhos São José	-	5 cm	R\$ 0,10	R\$ 0,50
AVI02	Linha de poliéster	Armarinhos São José	100%PES	60 m	R\$0,0022	R\$0,15
TAG	TAG	100% TAG	-	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
ETIQ	Etiqueta de composição	Armarinhos São José	-	1	R\$0,10	R\$0,10

DESENHO TÉCNICO.



FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.					
MARCA: ATELIÊ TULIPAS			COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO		REF: 007-B
TECIDOS					
REF: TEC06		REF:		REF:	
AVIAMENTOS					
REF:AVI03		REF: AVI02		REF: ETIQ	REF: A VI05
MAQUINÁRIO UTILIZADO.			SEQUÊNCIA OPERACIONAL.		
Máquina Reta			<ul style="list-style-type: none"> • Modelagem • Corte dos tecidos • Fechar pences frente e costa • Fechar laterais • Fazer bainha tipo lenço nas camadas de babados • Anexar babados a camisa • Costurar gola e vista da camisa • Fazer casinha de botão e colocar botão • Conferencia. 		
ASSINATURA RESPONSÁVEL: ROZIARA F. BARBOSA VIEIRA.					

Ao Elaborar este macacão curto, buscamos confeccionar uma peça moderna, jovem e refinada, conforme a figura 23.

FIGURA 23 – CROQUI DE MODA 006



Fonte: Arquivo do autor.

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.						
MARCA: ATELIÊ TULIPAS		COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO			REF: 008	
ESTAÇÃO: VERÃO/2021		RESPONSÁVEL: ROZIARA F. B. VIEIRA			DATA: 11/2019	
MODELO: Macacão Curto Alfaiataria						
DESCRIÇÃO DA PEÇA: Macacão curto Alfaiataria com cinto.						
Obs.: Parte superior forrada com acabamento embutido.						
TECIDOS E AVIAMENTOS						
Ref.	Descrição	Fornecedor	Composição	Quant.	Preço (unit.)	Preço total.
TEC07	Tecido Sarja	Gallo Tecidos	96% CO 4% PUE	1,20 m	R\$ 13,90	R\$ 16,68
TEC03	Tecido cetim elastano	Gallo Tecidos	97% PES 3% PUE	0,5 m	R\$ 11,90	R\$ 9,52
AVI01	Zíper invisível	Armarinhos São José	-	1	R\$ 0,84	R\$ 0,84
AVI05	Entretela de TNT	Armarinhos São José	-	5 cm	R\$ 0,10	R\$ 0,50
AVI06	Fivela	Armarinhos São José	-	1	R\$ 4,00	R\$ 4,00
AVI07	Ilhós pequeno	Armarinhos São José	-	6	R\$ 0,35	R\$2,10
AVI02	Linha de poliéster	Armarinhos São José	100%PES	60 m	R\$0,0022	R\$0,15
TAG	TAG	100% TAG	-	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
ETIQ	Etiqueta de composição	Armarinhos São José	-	1	R\$0,10	R\$0,10
DESENHO TÉCNICO.						
FRENTE				COSTAS		

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.							
MARCA: ATELIÊ TULIPAS				COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO		REF: 008-B	
TECIDOS/ AVIAMENTOS							
REF: TEC06		REF: TEC03		REF: AV01		REF: AVI02	
AVIAMENTOS							
REF: AVI05		REF: AVI06		REF: AV07		REF: ETIQ	
MAQUINÁRIO UTILIZADO.				SEQUÊNCIA OPERACIONAL.			
Máquina Reta				<ul style="list-style-type: none"> • Modelagem • Corte dos tecidos • Fechar pences frente e costa • Fazer bolso embutido com guarnições • Fechar laterais • Anexar revel ao forro • Costurar parte superior ao forro embutindo parte inferior- shorts • Fazer barra italiana • Fazer cinto e colocar os ilhós • Conferencia. 			
ASSINATURA RESPONSÁVEL: ROZIARA F. BARBOSA VIEIRA.							

Com a criação do macacão curto optamos por elaborar uma adaptação desta peça, criando um macacão longo com cinto marcando a cintura e argolas circulares, conforme a figura 24.

FIGURA 24 – CROQUI DE MODA 007



Fonte: Arquivo do autor.

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.						
MARCA: ATELIÊ TULIPAS		COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO			REF: 009	
ESTAÇÃO: VERÃO/2021		RESPONSÁVEL: ROZIARA F. B. VIEIRA			DATA: 11/2019	
MODELO: Macacão longo.						
DESCRIÇÃO DA PEÇA: Macacão longo com gola smoking.						
Obs.: Acabamento embutido no forro - parte superior.						
TECIDOS E AVIAMENTOS						
Ref.	Descrição	Fornecedor	Composição	Quant.	Preço (unit.)	Preço total.
TEC07	Tecido Sarja	Gallo Tecidos	96% CO 4% PUE	1,80 m	R\$ 13,90	R\$ 25,02
TEC03	Tecido Cetim com elastano	Gallo Tecidos	97% PES 3% PUE	0,5 m	R\$ 11,90	R\$5,95
AVI01	Zíper invisível	Armarinhos São José	-	1	R\$ 0,84	R\$ 0,84
AVI05	Entretela de TNT	Armarinhos São José	-	5 cm	R\$ 0,10	R\$ 0,50
AVI08	Argola de metal	Armarinhos São José	-	2	R\$ 0,90	R\$ 1,80
AVI02	Linha de poliéster	Armarinhos São José	100%PES	60 m	R\$0,0022	R\$0,15
TAG	TAG	100% TAG	-	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
ETIQ	Etiqueta de composição	Armarinhos São José	-	1	R\$0,10	R\$0,10
DESENHO TÉCNICO.						
FRENTE				COSTAS		








FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.							
MARCA: ATELIÊ TULIPAS		COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO		REF: 009-B			
TECIDOS/ AVIAMENTOS							
REF: TEC06		REF: TEC03		REF: AV01		REF: AVI02	
AVIAMENTOS							
REF: AVI05		REF: AVI08		REF: ETIQ		REF:	
MAQUINÁRIO UTILIZADO.			SEQUÊNCIA OPERACIONAL.				
Máquina Reta			<ul style="list-style-type: none"> • Modelagem • Corte dos tecidos • Fechar pences frente e costa • Fechar laterais • Anexar revel ao forro • Costurar parte superior ao forro embutindo parte inferior • Fazer barra na mão – ponto pé de galinha • Conferencia. 				
ASSINATURA RESPONSÁVEL: ROZIARA F. BARBOSA VIEIRA.							

FIGURA 25– PEÇA PILOTO PRODUTO 09



Fonte: Arquivo do autor.

O colete é uma peça tradicional da alfaiataria e na próxima combinação iremos observar a junção do colete a uma peça casual, o short de alfaiataria, assim como ilustrado na figura 26.

FIGURA 26 – CROQUI DE MODA 008



Fonte: Arquivo do autor.

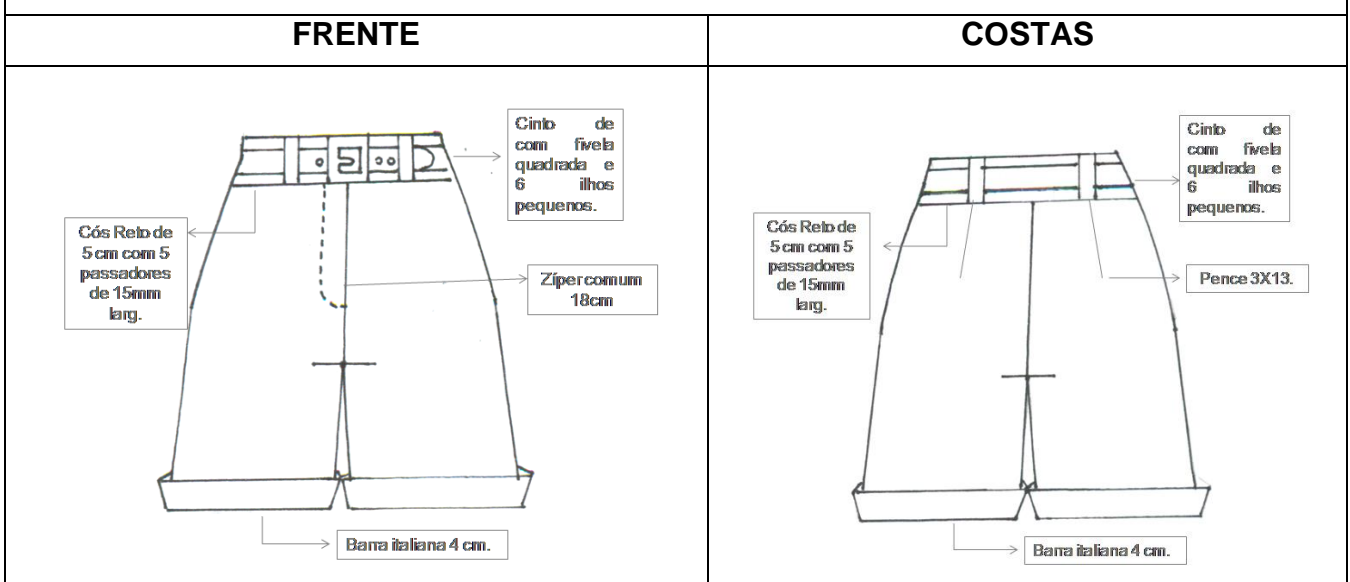
FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.




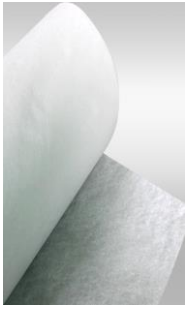



MARCA: ATELIÊ TULIPAS	COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO	REF: 010
ESTAÇÃO: VERÃO/2021	RESPONSÁVEL: ROZIARA F. B. VIEIRA	DATA: 11/2019
MODELO: Shorts Alfaiataria		
DESCRIÇÃO DA PEÇA: Shorts Alfaiataria com cinto.		

TECIDOS E AVIAMENTOS

Ref.	Descrição	Fornecedor	Composição	Quant.	Preço (unit.)	Preço total.
TEC07	Tecido Sarja	Gallo Tecidos	96% CO 4% PUE	0,80 m	R\$ 13,90	R\$ 11,12
AVI09	Zíper metal	Armarinhos São José	-	1	R\$ 0,84	R\$ 0,84
AVI05	Entretela de TNT	Armarinhos São José	-	5 cm	R\$ 0,10	R\$ 0,50
AVI06	Fivela	Armarinhos São José	-	1	R\$ 4,00	R\$ 4,00
AVI07	Ilhós			6	R\$ 0,35	R\$ 2,10
AVI02	Linha de poliéster	Armarinhos São José	100%PES	60 m	R\$0,0022	R\$0,15
TAG	TAG	100% TAG	-	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
ETIQ	Etiqueta de composição	Armarinhos São José	-	1	R\$0,10	R\$0,10

DESENHO TÉCNICO.



FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.							
MARCA: ATELIÊ TULIPAS			COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO		REF: 0010-B		
TECIDOS/ AVIAMENTOS							
REF: TEC06		REF: AV01		REF: AVI02		REF: AVI05	
AVIAMENTOS							
REF: AVI06		REF: AVI07		REF: ETIQ		REF:	
MAQUINÁRIO UTILIZADO.			SEQUÊNCIA OPERACIONAL.				
Máquina Reta			<ul style="list-style-type: none"> • Modelagem • Corte dos tecidos • Fechar pences frente e costa • Colocar zíper comum • Fechar laterais • Colocar cóc • Fazer cinto com ilhós • Fazer barra italiana • Conferencia. 				
ASSINATURA RESPONSÁVEL: ROZIARA F. BARBOSA VIEIRA.							

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.







MARCA: ATELIÊ TULIPAS	COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO	REF: 011
ESTAÇÃO: VERÃO/2021	RESPONSÁVEL: ROZIARA F. B. VIEIRA	DATA: 11/2019
MODELO: Colete Gola Xale		
DESCRIÇÃO DA PEÇA: Colete Gola Xale.		
OBS.: Acabamento embutido no forro.		

TECIDOS E AVIAMENTOS

Ref.	Descrição	Fornecedor	Composição	Quant.	Preço (unit.)	Preço total.
TEC07	Tecido Sarja	Gallo Tecidos	96% CO 4% PUE	1 m	R\$ 13,90	R\$ 13,90
TEC03	Tecido cetim com elastano	Gallo Tecidos	97% PES 3% PUE	1 m	R\$ 11,90	R\$11,90
AVI05	Entretela de TNT	Armarinhos São José	-	5 cm	R\$ 0,10	R\$ 0,50
AVI03	Botão	Armarinhos São José	-	3	R\$ 0,15	R\$ 0,45
AVI02	Linha de poliéster	Armarinhos São José	100%PES	40 m	R\$0,0022	R\$0,10
TAG	TAG	100% TAG	-	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
ETIQ	Etiqueta de composição	Armarinhos São José	-	1	R\$0,10	R\$0,10

DESENHO TÉCNICO.

FRENTE	COSTAS

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.							
MARCA: ATELIÊ TULIPAS			COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO		REF: 0011-B		
TECIDOS/ AVIAMENTOS							
REF: TEC06		REF:		REF: AVI02		REF: AVI03	
AVIAMENTOS							
REF: AVI05		REF: ETIQ		REF:		REF:	
MAQUINÁRIO UTILIZADO.			SEQUÊNCIA OPERACIONAL.				
Máquina Reta			<ul style="list-style-type: none"> • Modelagem • Corte dos tecidos • Fechar pences frente e costa (forro – tecido) • Fechar laterais e o ombro (forro- tecido) • Anexar revel ao forro. • Costurar tecido ao forro • Colocar botões forrados • Conferencia. 				
ASSINATURA RESPONSÁVEL: ROZIARA F. BARBOSA VIEIRA.							

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.

MARCA: ATELIÊ TULIPAS	COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO	REF: 012
ESTAÇÃO: VERÃO/2021	RESPONSÁVEL: ROZIARA F. B. VIEIRA	DATA: 11/2019

MODELO: Blusa com laço no decote

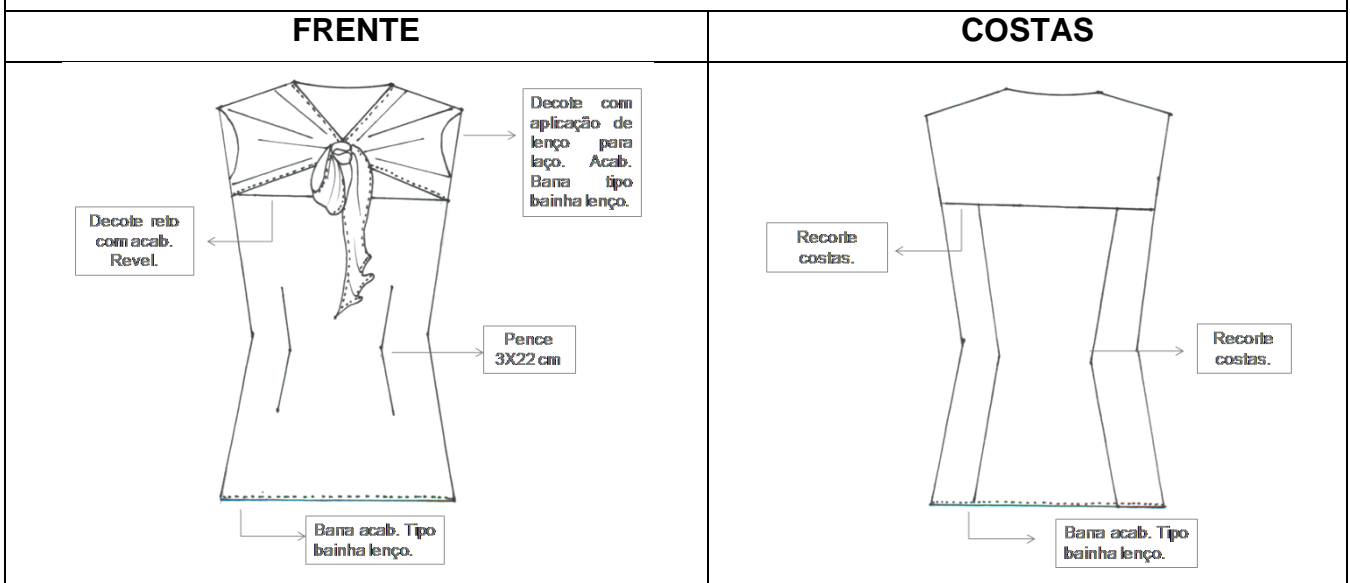
DESCRIÇÃO DA PEÇA: Blusa com laço no decote




OBS.: Acabamento com costura francesa.

TECIDOS E AVIAMENTOS

Ref.	Descrição	Fornecedor	Composição	Quant.	Preço (unit.)	Preço total.
TEC06	Tecido crepe Amanda	Gallo Tecidos	96% PES 4% PUE	1 m	R\$ 13,90	R\$ 13,90
AVI02	Linha de poliéster	Armarinhos São José	100%PES	40	R\$0,0022	R\$0,10
TAG	TAG	100% TAG	-	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
ETIQ	Etiqueta de composição	Armarinhos São José	-	1	R\$0,10	R\$0,10

DESENHO TÉCNICO.



FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.						
MARCA: ATELIÊ TULIPAS			COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO		REF: 0012-B	
TECIDOS/ AVIAMENTOS						
REF: TEC06		REF: AVI02		REF: ETIQ	 <p>Ateliê Tulipas. CNPJ 00.000.000/0000-00 96% Poliéster 4% Elastano FEITO NO BRASIL</p>	REF:
AVIAMENTOS						
REF:		REF:		REF:		
MAQUINÁRIO UTILIZADO.			SEQUÊNCIA OPERACIONAL.			
Máquina Reta			<ul style="list-style-type: none"> • Modelagem • Corte dos tecidos • Fazer bainha lenço decote - laço • Fechar pences frente • Fechar recortes costas • Fechar lateral • Fazer acabamento na cava • Fazer barra tipo bainha lenço • Conferencia 			
ASSINATURA RESPONSÁVEL: ROZIARA F. BARBOSA VIEIRA.						

Para compor a coleção optamos em inserir uma calça de alfaiataria com cinto de coloração clara, facilitando combinação com outras blusas e camisas. Neste croqui de moda (figura 27) inserimos uma camisa de botões com manga e babados.

FIGURA 27 – CROQUI DE MODA 009



Fonte: Arquivo do autor.

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.

MARCA: ATELIÊ TULIPAS	COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO	REF: 013
ESTAÇÃO: VERÃO/2021	RESPONSÁVEL: ROZIARA F. B. VIEIRA	DATA: 11/2019

MODELO: Camisa com babado na manga.

DESCRIÇÃO DA PEÇA: Camisa com babado na manga.

OBS.: Acabamento costura francesa.

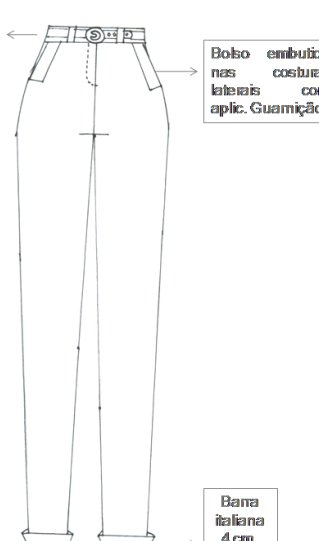
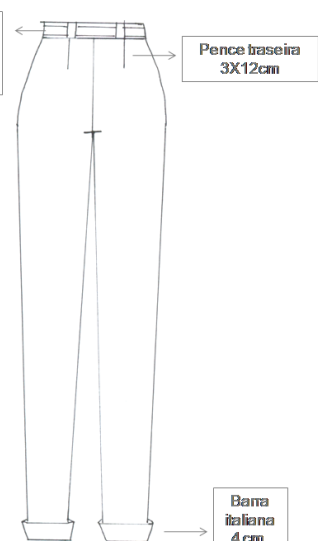
TECIDOS E AVIAMENTOS


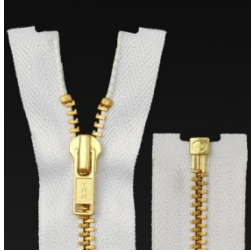




Ref.	Descrição	Fornecedor	Composição	Quant.	Preço (unit.)	Preço total.
TEC06	Tecido crepe Amanda	Gallo Tecidos	96% PES 4% PUE	1,5 m	R\$ 16,90	R\$ 25,35
AVI02	Linha de poliéster	Armarinhos São José	100%PES	40 m	R\$0,0022	R\$0,10
AVI03	Botão	Armarinhos São José	-	6	R\$ 0,15	R\$ 0,90
AVI05	Entretela de TNT	Armarinhos São José	-	5 cm	R\$ 0,10	R\$ 0,50
TAG	TAG	100% TAG	-	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
ETIQ	Etiqueta de composição	Armarinhos São José	-	1	R\$0,10	R\$0,10

DESENHO TÉCNICO.

FRENTE	COSTAS

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.					
MARCA: ATELIÊ TULIPAS			COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO		REF: 0013-B
TECIDOS/ AVIAMENTOS					
REF: TEC06		REF: AVI02		REF: AVI03	
		REF: AVI05			
AVIAMENTOS					
REF: ETIQ		REF:		REF:	
MAQUINÁRIO UTILIZADO.			SEQUÊNCIA OPERACIONAL.		
Máquina Reta			<ul style="list-style-type: none"> • Modelagem • Corte dos tecidos • Fazer bainha lenço nos babados da manga • Fechar pences frente e costas • Colocar babados na manga • Fechar ombro • Colocar manga na cava • Fechar lateral • Colocar vista do abotoamento e gola • Fazer barra tipo bainha lenço • Conferencia 		
ASSINATURA RESPONSÁVEL: ROZIARA F. BARBOSA VIEIRA.					

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.						
MARCA: ATELIÊ TULIPAS		COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO			REF: 017	
ESTAÇÃO: VERÃO/2021		RESPONSÁVEL: ROZIARA F. B. VIEIRA			DATA: 11/2019	
MODELO: Calça Alfaiataria com cinto.						
DESCRIÇÃO DA PEÇA: Calça Alfaiataria com cinto.						
TECIDOS E AVIAMENTOS						
Ref.	Descrição	Fornecedor	Composição	Quant.	Preço (unit.)	Preço total.
TEC07	Tecido Sarja	Gallo Tecidos	96% CO 4% PUE	1,70 m	R\$ 13,90	R\$ 23,63
AVI09	Zíper comum metal	Armarinhos São José	-	1	R\$0,84	R\$0,84
AVI02	Linha de poliéster	Armarinhos São José	100%PES	70 m	R\$0,002 2	R\$0,15
AVI03	Botão dourado	Armarinhos São José	-	1	R\$ 0,15	R\$0,15
AVI06	Fivela	Armarinhos São José	-	1	R\$ 4,00	R\$ 4,00
AVI07	Ilhós	Armarinhos São José	-	6	R\$ 0,35	R\$2,10
TAG	TAG	100% TAG	-	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
ETIQ	Etiqueta de composição	Armarinhos São José	-	1	R\$0,10	R\$0,10
DESENHO TÉCNICO.						
FRENTE			COSTAS			
<p>Cós Relo de 5 cm com 5 passadores de 15mm larg. Cinto com fivela redonda e 6 ilhós.</p>  <p>Bobo embutido nas costuras laterais com aplic. Guarnição.</p> <p>Bana italiana 4 cm.</p>			<p>Cós Relo de 5 cm com 5 passadores de 15mm larg.</p>  <p>Pence baseira 3X12cm</p> <p>Bana italiana 4 cm.</p>			

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.							
MARCA: ATELIÊ TULIPAS			COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO		REF: 017-B		
TECIDOS/ AVIAMENTOS							
REF: TEC01		REF: AVI01		REF: AVI02		REF: AVI03	
AVIAMENTOS							
REF: AVI06		REF: AVI07		REF: ETIQ		REF:	
MAQUINÁRIO UTILIZADO.			SEQUÊNCIA OPERACIONAL.				
Máquina Reta			<ul style="list-style-type: none"> • Modelagem • Corte Dos Tecidos • Colocar zíper • Fechar laterais • Fechar entre pernas • Colocar cóc • Fechar cinto com ilhós • Colocar botão • Fazer barra italiana • Conferencia 				
ASSINATURA RESPONSÁVEL: ROZIARA F. BARBOSA VIEIRA.							

As saias são peças tradicionais do guarda roupa feminino, e nossa equipe de criação procurou por elaborar uma saia afunilada com abas na cintura valorizando o quadril feminino. A combinação de tecidos diferentes proposta na blusa, proporciona um contraste de fluidez e estrutura agregando valor à peça, conforme a figura 28.

FIGURA 28 – CROQUI DE MODA 010



Fonte: Arquivo do autor.

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.

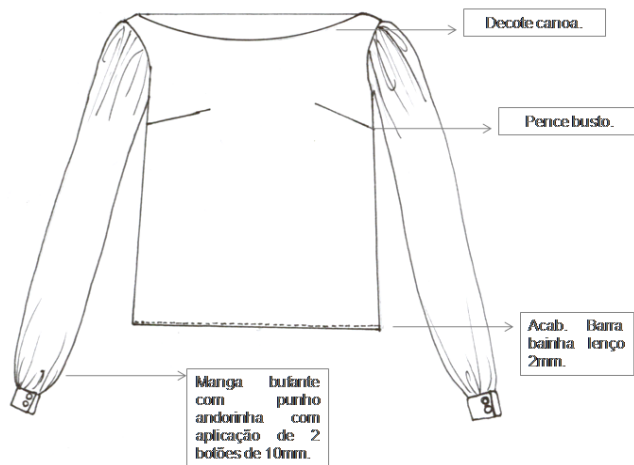
MARCA: ATELIÊ TULIPAS	COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO	REF: 014
ESTAÇÃO: VERÃO/2021	RESPONSÁVEL: ROZIARA F. B. VIEIRA	DATA: 11/2019
MODELO: Blusa decote canoa com manga bufante.		
DESCRIÇÃO DA PEÇA: Blusa decote canoa com manga bufante.		
OBS.: Acabamento embutido no forro.		

TECIDOS E AVIAMENTOS

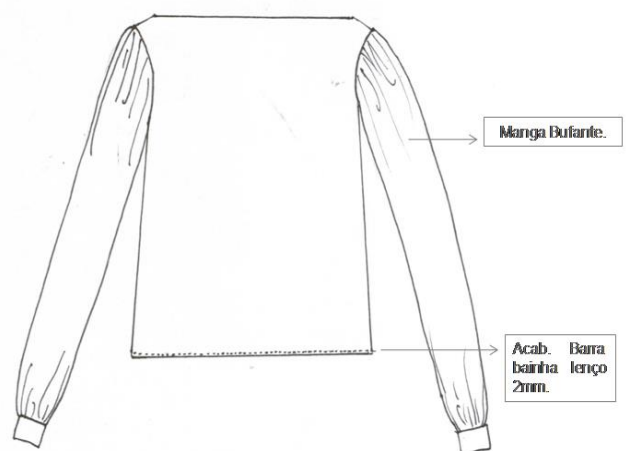
Ref.	Descrição	Fornecedor	Composição	Quant.	Preço (unit.)	Preço total.
TEC05	Tecido Prada	Gallo Tecidos	96% PES 4% PUE	0,80 m	R\$ 16,90	R\$13,52
TEC03	Forro Cetim Toque de Seda	Gallo Tecidos	97% PES 3% PUE	0,80 m	R\$11,90	R\$ 9,52
TEC02	Tecido Chiffon	Gallo Tecidos	100% PES	0,50 m	R\$ 11,90	R\$ 5,25
AVI04	Zíper metal destacável	Armarinhos São José	-	1	R\$ 4,00	R\$4,00
AVI03	Botão	Armarinhos São José	-	4	R\$ 0,15	R\$ 0,60
AVI02	Linha de poliéster	Armarinhos São José	100%PES	40 m	R\$0,0022	R\$0,10
TAG	TAG	100% TAG	-	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
ETIQ	Etiqueta de composição	Armarinhos São José	-	1	R\$0,10	R\$0,10






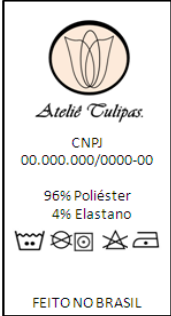
DESENHO TÉCNICO.

FRENTE



COSTAS



FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.				
MARCA: ATELIÊ TULIPAS		COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO		REF: 014-B
TECIDOS/ AVIAMENTOS				
REF: TEC05		REF: TEC03		REF: TEC02
				REF: 
AVIAMENTOS				
REF: AVI03		REF: AVI02		REF: ETIQ
				REF:
MAQUINÁRIO UTILIZADO.			SEQUÊNCIA OPERACIONAL.	
Máquina Reta			<ul style="list-style-type: none"> • Modelagem • Corte dos tecidos • Fechar pences frente e costa (forro – tecido) • Fechar lateral (forro – tecido) • Costurar decote anexando forro ao tecido • Costurar a manga a peça mantendo a costura do lado do forro • Fechar lateral • Fazer punho com botões • Costurar barra anexando forro ao tecido • Colocar zíper • Conferencia 	
ASSINATURA RESPONSÁVEL: ROZIARA F. BARBOSA VIEIRA.				

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.

MARCA: ATELIÊ TULIPAS	COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO	REF: 016
ESTAÇÃO: VERÃO/2021	RESPONSÁVEL: ROZIARA F. B. VIEIRA	DATA: 11/2019

MODELO: Saia Afunilada com Aba.

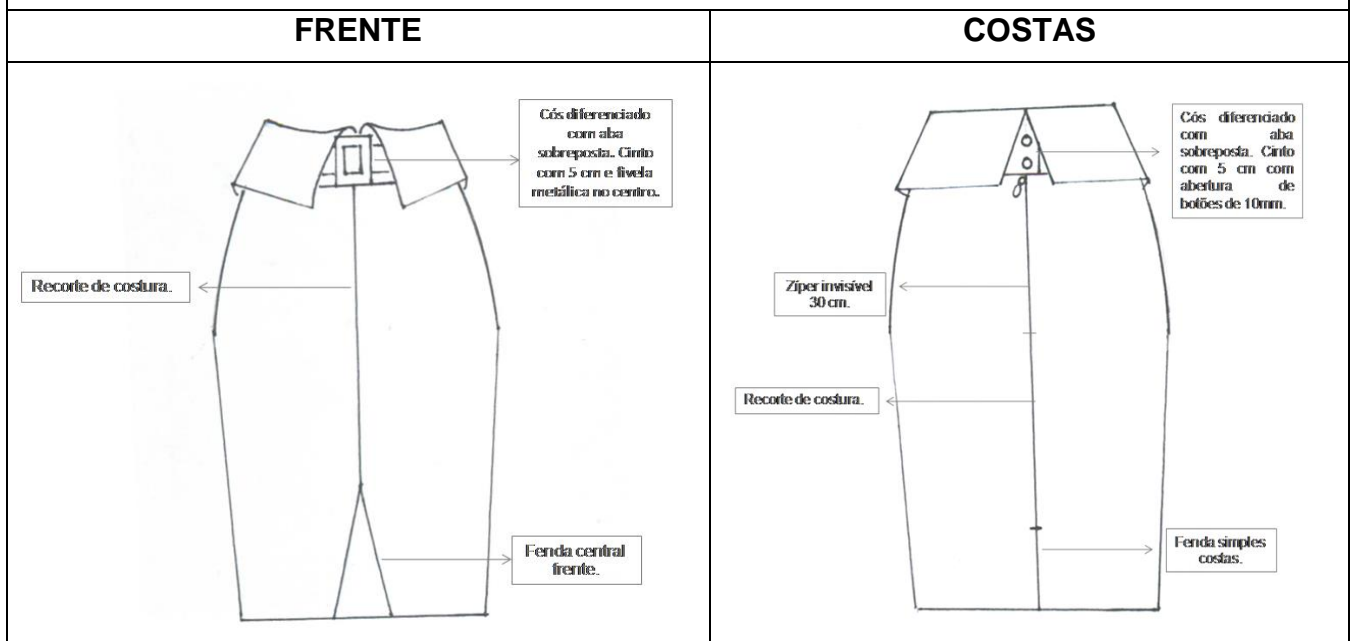
DESCRIÇÃO DA PEÇA: Saia Afunilada com Aba








Obs.: Acabamento embutido no forro.

TECIDOS E AVIAMENTOS

Ref.	Descrição	Fornecedor	Composição	Quant.	Preço (unit.)	Preço total.
TEC07	Tecido Sarja	Gallo Tecidos	96% CO 4% PUE	1,00 m	R\$ 13,90	R\$ 13,90
TEC03	Forro Cetim com elastano	Gallo Tecidos	97% PES 3% PUE	1,00 m	R\$ 11,90	R\$11,90
AVI01	Zíper Invisível	Armarinhos São José	-	1	R\$0,84	R\$0,84
AVI02	Linha de poliéster	Armarinhos São José	100%PES	40 m	R\$0,0022	R\$0,10
AVI03	Botão dourado	Armarinhos São José	-	2	R\$ 0,15	R\$0,30
AVI06	Fivela	Armarinhos São José	-	1	R\$ 4,00	R\$ 4,00
TAG	TAG	100% TAG	-	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
ETIQ	Etiqueta de composição	Armarinhos São José	-	1	R\$0,10	R\$ 0,10

DESENHO TÉCNICO.




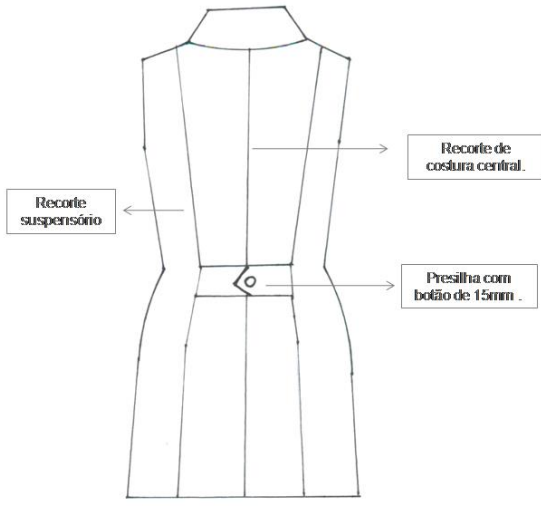
FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.							
MARCA: ATELIÊ TULIPAS			COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO		REF: 016-B		
TECIDOS/ AVIAMENTOS							
REF: TEC01		REF: TEC03		REF: AVI01		REF: AVI02	
AVIAMENTOS							
REF: AVI03		REF: AVI06		REF: ETIQ		REF:	
MAQUINÁRIO UTILIZADO.			SEQUÊNCIA OPERACIONAL.				
Máquina Reta			<ul style="list-style-type: none"> • Modelagem • Corte Dos Tecidos • Fechar centro frente (forro - tecido) • Fechar laterais (forro-tecido) • Unir aba cóis ao forro • Unir forro ao tecido a partir do cóis • Fechar barra unindo tecido ao forro • Colocar zíper • Colocar botão • Conferencia 				
ASSINATURA RESPONSÁVEL: ROZIARA F. BARBOSA VIEIRA.							



Nesta coleção de moda a elegância é primordial, assim oferecemos aos nossos clientes peças refinadas como a representada no próximo croqui de moda (fig.29).

FIGURA 29 – CROQUI DE MODA 011



Fonte: Arquivo do autor

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.						
MARCA: ATELIÊ TULIPAS		COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO			REF: 015	
ESTAÇÃO: VERÃO/2021		RESPONSÁVEL: ROZIARA F. B. VIEIRA			DATA: 11/2019	
MODELO: Colete Gola Smoking						
DESCRIÇÃO DA PEÇA: Colete Gola Smoking						
Obs.: Acabamento embutido no forro.						
TECIDOS E AVIAMENTOS						
Ref.	Descrição	Fornecedor	Composição	Quant.	Preço (unit.)	Preço total.
TEC07	Tecido Sarja	Gallo Tecidos	96% CO 4% PUE	1,00 m	R\$ 13,90	R\$ 13,90
TEC03	Forro Cetim com elastano	Gallo Tecidos	97% PES 3% PUE	1,00 m	R\$ 11,90	R\$11,90
AVI02	Linha de poliéster	Armarinhos São José	100%PES	40 m	R\$0,0022	R\$0,10
AVI03	Botão	Armarinhos São José	-	5	R\$ 0,15	R\$0,75
AVI10	Entretela de cavalinho	Armarinhos São José	-	5 cm	R\$ 0,16	R\$ 0,80
TAG	TAG	100% TAG	-	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
ETIQ	Etiqueta de composição	Armarinhos São José	-	1	R\$0,10	R\$ 0,10
DESENHO TÉCNICO.						
FRENTE				COSTAS		
						

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.					
MARCA: ATELIÊ TULIPAS			COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO		REF: 015-B
TECIDOS/ AVIAMENTOS					
REF: TEC01		REF: TEC03		REF: AVI02	
				REF: AVI03	
AVIAMENTOS					
REF: AVI10		REF: ETIQ		REF:	REF:
MAQUINÁRIO UTILIZADO.			SEQUÊNCIA OPERACIONAL.		
Máquina Reta			<ul style="list-style-type: none"> • Modelagem • Corte Dos Tecidos • Fechar recortes frente e costas (forro - tecido) • Fechar laterais (forro-tecido) • Fechar ombros (forro – tecido) • Unir revel ao forro • Colocar gola • Fechar barra unindo tecido ao forro • Colocar botão • Conferencia 		
ASSINATURA RESPONSÁVEL: ROZIARA F. BARBOSA VIEIRA.					

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.



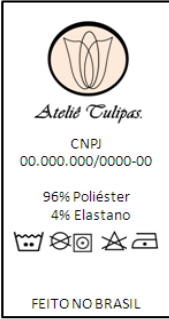
MARCA: ATELIÊ TULIPAS	COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO	REF: 018
ESTAÇÃO: VERÃO/2021	RESPONSÁVEL: ROZIARA F. B. VIEIRA	DATA: 11/2019
MODELO: Blusa com manga pagode		
DESCRIÇÃO DA PEÇA: blusa com manga pagode		
OBS.: Acabamento costura francesa.		

TECIDOS E AVIAMENTOS

Ref.	Descrição	Fornecedor	Composição	Quant.	Preço (unit.)	Preço total.
TEC06	Tecido crepe Amanda	Gallo Tecidos	96% PES 4% PUE	1,2 m	R\$ 16,90	R\$20,28
AVI02	Linha de poliéster	Armarinhos São José	100%PES	80 m	R\$0,0022	R\$0,15
TAG	TAG	100% TAG	-	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
ETIQ	Etiqueta de composição	Armarinhos São José	-	1	R\$0,10	R\$0,10

DESENHO TÉCNICO.

FRENTE	COSTAS

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.					
MARCA: ATELIÊ TULIPAS			COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO		REF: 0018-B
TECIDOS/ AVIAMENTOS					
REF: TEC06		REF: AVI02		REF: ETIQ	REF:
AVIAMENTOS					
REF: ETIQ		REF:	REF:	REF:	
MAQUINÁRIO UTILIZADO.			SEQUÊNCIA OPERACIONAL.		
Máquina Reta			<ul style="list-style-type: none"> • Modelagem • Corte dos tecidos • Fazer bainha lenço nos babados da manga • Fechar pences frente busto • Colocar babados na manga • Fechar ombro • Colocar manga na cava • Fechar lateral • Fazer barra tipo bainha lenço • Conferencia 		
ASSINATURA RESPONSÁVEL: ROZIARA F. BARBOSA VIEIRA.					

O próximo vestido (fig.30) propicia a ilusão de uma silhueta mais alongada devido a sua modelagem evidencia e valoriza as curvas femininas.

FIGURA 30 – CROQUI DE MODA 012



Fonte: Arquivo do autor

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.

MARCA: ATELIÊ TULIPAS	COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO	REF: 019
ESTAÇÃO: VERÃO/2021	RESPONSÁVEL: ROZIARA F. B. VIEIRA	DATA: 11/2019

MODELO: Vestido ajustado com babado

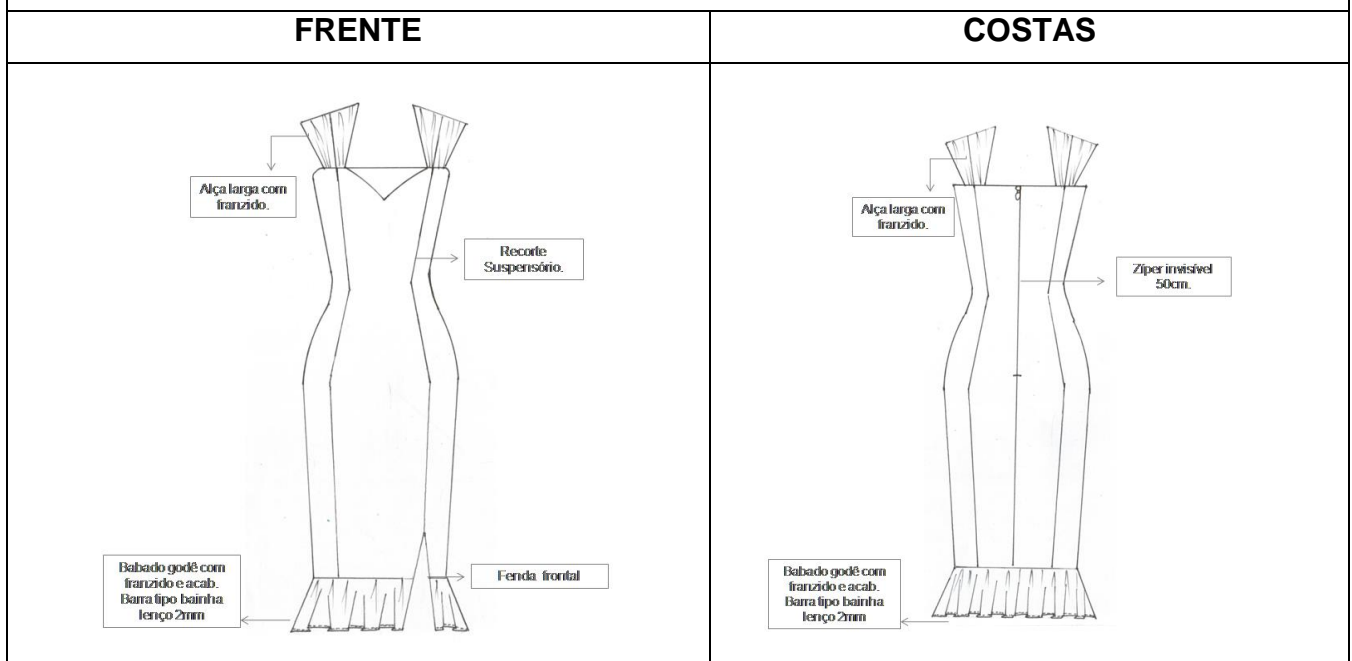
DESCRIÇÃO DA PEÇA: Vestido ajustado com babado na barra e fenda frontal no recorte princesa.

OBS.: Acabamento embutido no forro.

TECIDOS E AVIAMENTOS

Ref.	Descrição	Fornecedor	Composição	Quant.	Preço (unit.)	Preço total.
TEC01	Tecido Crepe Pasquale	Gallo Tecidos	100% PES	1,50 m	R\$ 24,00	R\$36,00
TEC03	Forro Cetim com Elastano	Gallo Tecidos	97% PES 3% PUE	1,00 m	R\$11,90	R\$11,90
AVI01	Zíper Invisível	Armarinhos São José	-	1	R\$0,84	R\$0,84
AVI02	Linha de poliéster	Armarinhos São José	100%PES	70 m	R\$0,0022	R\$0,15
TAG	TAG	100% TAG	-	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
ETIQ	Etiqueta de composição	Armarinhos São José	-	1	R\$0,10	R\$0,10

DESENHO TÉCNICO.



FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.					
MARCA: ATELIÊ TULIPAS			COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO		REF: 019-B
TECIDOS					
REF: TEC01		REF: TEC03		REF:	
AVIAMENTOS					
REF: AVI01		REF: AVI02		REF: ETIQ	
MAQUINÁRIO UTILIZADO.			SEQUÊNCIA OPERACIONAL.		
Máquina Reta			<ul style="list-style-type: none"> • Modelagem • Corte do tecido • Preparar alças franzidas • Fechar recortes frente (tecido - forro) • Fechar recorte costas (tecido-forro) • Fechar 30 cm meio costas • Fechar Laterais (tecido - forro) • Unir forro ao tecido a partir do decote anexando as alças • Fazer acabamento nos babados com bainha lenço • Costurar babados na barra • Colocar zíper invisível • Conferencia. 		
ASSINATURA RESPONSÁVEL: ROZIARA F. BARBOSA VIEIRA.					

FIGURA 31 - PEÇA PILOTO PROD 19



Fonte: Arquivo do autor.





Por fim apresentamos uma blusa com amarração no ombro formando laços expressivos, conforme a figura 32.

FIGURA 32 – CROQUI DE MODA 013



Fonte: Arquivo do autor.

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.						
MARCA: ATELIÊ TULIPAS		COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO			REF: 020	
ESTAÇÃO: VERÃO/2021		RESPONSÁVEL: ROZIARA F. B. VIEIRA			DATA: 11/2019	
MODELO: Blusa com laço no ombro						
DESCRIÇÃO DA PEÇA: Blusa com laço no ombro.						
OBS.: Acabamento com costura francesa.						
TECIDOS E AVIAMENTOS						
Ref.	Descrição	Fornecedor	Composição	Quant.	Preço (unit.)	Preço total.
TEC06	Tecido crepe Amanda	Gallo Tecidos	96% PES 4% PUE	0,80 m	R\$ 16,90	R\$13,52
AVI02	Linha de poliéster	Armarinhos São José	100%PES	40	R\$0,0022	R\$0,10
TAG	TAG	100% TAG	-	1	R\$ 0,35	R\$ 0,35
ETIQ	Etiqueta de composição	Armarinhos São José	-	1	R\$0,10	R\$0,10
DESENHO TÉCNICO.						
FRENTE				COSTAS		

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO.					
MARCA: ATELIÊ TULIPAS			COLEÇÃO: BARROCO MINEIRO		REF: 020-B
TECIDOS/ AVIAMENTOS					
REF: TEC06		REF: AVI02		REF: ETIQ	REF:
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">  <i>Ateliê Tulipas.</i> CNPJ 00.000.000/0000-00 96% Poliéster 4% Elastano  FEITO NO BRASIL </div>					
AVIAMENTOS					
REF:		REF:		REF:	
MAQUINÁRIO UTILIZADO.			SEQUÊNCIA OPERACIONAL.		
Máquina Reta			<ul style="list-style-type: none"> • Modelagem • Corte dos tecidos • Fazer bainha lenço nas alças do ombro • Fechar pences no busto • Fechar lateral • Fazer acabamento na cava e no decote • Fazer barra tipo bainha lenço • Conferencia 		
ASSINATURA RESPONSÁVEL: ROZIARA F. BARBOSA VIEIRA.					

10 TECIDOS

O tecido compõe-se de fibras e fios de material natural, sintético ou artificial. São formadas estruturas com características adequadas para diversas finalidades: vestimenta, artigos para cama, mesa e banho, itens para uso medicinal, cobertura para uso em construções e equipamentos eletrônicos, entre outros. (LIMEIRA; LOBO; MARQUES, 2014).

Obtêm-se o tecido plano no processo de entrelaçar dois conjuntos de fios, formando um ângulo reto, ao qual o fio ordenado de maneira vertical equivale ao urdume, o comprimento do tecido, e o fio disposto horizontalmente corresponde a largura pré-determinado no tear, denominada trama. (ROSA, 2009)

Os tecidos adquirem características diversas que estão relacionadas a escolha das fibras, sua construção e padronização no processo de tear e os beneficiamentos após a tecelagem.

Tecidos confeccionados com filamentos lisos e engomados e com toque seco, promovem volume nas peças. Em contrapartida tecidos fluidos, com maior elasticidade, toque áspero/ aeroso, construído com multifilamentos, normalmente são versáteis e utilizados em diversos produtos. E para confecção de peças mais sofisticadas indica-se a utilização de tecidos com filamentos lisos, desengomados e com torção natural. (BERG, 2019).

11 AVIAMENTOS

Treptow (2013) define os aviamentos como todos os insumos utilizados na confecção, com exceção do tecido. Os elementos indispensáveis na produção de vestuário (linhas e fios), os itens empregados na abertura das peças (zíper, botões, colchetes), artigos para sustentação de peças (entretelas, cadarços e barbatanas), além dos produtos para ornamentação (bordados, ilhós, etc) são considerados aviamentos. E se houver a utilização dos aviamentos deve-se descrever o material e a quantia utilizada na ficha técnica.

12 MODELAGEM

A modelagem consiste em uma técnica utilizada para representar, por meio de moldes, a forma das roupas, possibilitando a construção e a montagem. É fundamental dentro da indústria de confecção, pois sem o molde a forma não se concretiza e a idealização de um modelo de roupas se torna inexistente. (BER, 2019).

Segundo Stefania Rosa (2009), Modelagem refere-se à técnica empregada para construção de peças de vestuário, este procedimento contempla as formas, profundidades e volume do corpo resultando em um melhor caimento da peça. A modelagem transcorre de forma bidimensional ou tridimensional, para correta execução de modelagem bidimensional é indispensável conhecimento em geometria, precisão na utilização dos instrumentos e na execução do traçado, de maneira oposta, a modelagem tridimensional, 'moulage', ocorre diretamente sobre o corpo ou manequim de costura.

No momento do processo de modelagem alguns aspectos são levados em consideração pela modelista, entre eles as características do tecido e sua matéria prima, assim como conhecimento em antropométrica, respeitando os diferentes biótipos.

13 IDENTIDADE VISUAL DA MARCA.

Segundo Wheeler (2008), a marca refere-se às expectativas do consumidor com relação à empresa, uma marca de valor causa em seus clientes admiração, confiança, fidelidade, os compradores acreditam em sua superioridade. Assim, as marcas devem dispor de uma identidade para a marca, incumbido da comunicação visual e verbal.

A correta utilização das ferramentas na criação da identidade de marca propicia a memorização e o reconhecimento da marca em relação aos seus concorrentes, e para sua estruturação deve-se atentar aos seguintes pontos: à exteriorização honesta em relação à marca, atrelando à organização as imagens e os seus ideais. (WHEELER, 2008).

Segundo Dohme (2018), a identidade visual da marca, propicia uma personalidade original, distinguindo-se das outras organizações, isto torna-se concebível a partir da conjuntura de elementos designados a ampliar a cumplicidade dos consumidores com a empresa, promovendo vendas e a fidelização para com a marca.

Com isto nota-se que a identidade visual da marca corresponde em artifícios benéficos para organização, expressando-se desde o nome, logotipo e slogan, embalagem, Etiquetas de composição, Web site e mídias sociais.

13.1 LOGOTIPO.

Os logotipos são utilizados em conjunto com o nome da organização, e normalmente empregam-se nas embalagens e no modo como ocorrerá a disseminação do material de marketing.

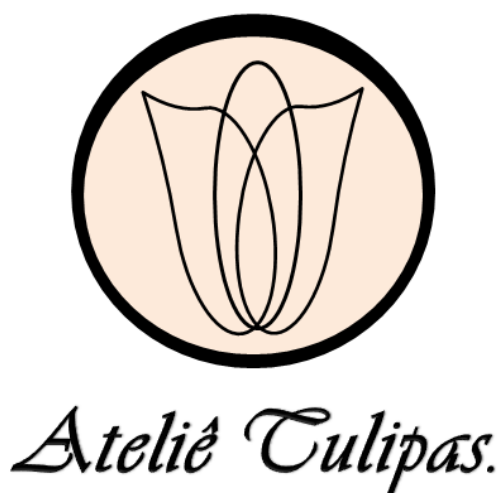
Donhme (2018) sugere que ao elaborar o logotipo, formule-o empregando imagens, formas, cores, palavras, findando em uma representação original e descritiva da marca.

Para Wheeler (2008) os logotipos são compostos pela junção de uma palavra ou por palavras independentes, com elementos acrônimos, elementos abstratos ou

elementos pictóricos. Com relação os elementos pictóricos, utilizam-se uma imagem literal e reconhecível, representa o nome, a missão ou um símbolo atribuído a marca.

Ao compor o logotipo da marca Ateliê Tulipas optou-se por utilizar a imagem da flor de tulipa, denotando o nome da empresa. E realizou-se este processo de modo que a tulipa estivesse envolta em círculos, fomentando em uma espécie de brasão.

FIGURA 33 – LOGOTIPO DA MARCA ATELIÊ TULIPAS



Fonte: Arquivo do Autor.

13.2 SLOGAN

O slogan, ou *Taglines*, são mensagens curtas referentes ao posicionamento da marca, é considerado um diferenciador perante a concorrência, o objetivo do slogan é persuadir os consumidores acarretando em aumento de vendas ou de interesse em relação a organização.

Conforme Wheeler (2008), ao compor um slogan deve-se utilizar uma mensagem curta que possibilite a diferenciação da organização com as suas concorrentes, busca-se aplicar originalidade e criatividade na frase, opte por frases fáceis de lembrar e que provoquem uma resposta emocional.

Dohme (2018) reitera esta informação ao enfatizar que a elaboração eficiente da *Taglines* permite que a mensagem associe-se por longos períodos ao imaginário das pessoas, possibilitando no reconhecimento da marca a partir do slogan, e relacionando-se com os aspectos racionais e emotivos.

FIGURA 34 – SLOGAM DA MARCA ATELIÊ TULIPAS

Ateliê Tulipas
Mais do que vestir, investir.

Fonte: Arquivo do Autor.

13.3 EMBALAGENS.

A embalagem é responsável por acondicionar o produto, e conter as informações obrigatórias, entretanto, sua função ultrapassa o empacotamento, pois é a primeira particularidade notada em um produto e é relevante aplicar na embalagem o slogan e o logotipo da empresa, pois viabilizam a identidade e individualidade do produto. (DOHME, 2018).

Por meio da embalagem os consumidores são captados e persuadidos a consumir determinados produtos, incorporam-se formas, imagens, cores, grafismos e mensagens, com o intuito de invocar atenção. Conforme Wheeler (2008, p. 142) “A prateleira provavelmente é o maior ambiente competitivo do marketing que existe.”

FIGURA 35 - EMBALAGEM TIPO CAPA



Fonte: Arquivo do Autor.

FIGURA 36 – EMBALAGEM CAIXA DE PAPELÃO.



Fonte: Arquivo do Autor.

13.4 ETIQUETAGEM DOS PRODUTOS TÊXTEIS

Segundo Liger (2017), o uso de etiquetas têxteis é fundamental para orientar os clientes quanto aos cuidados necessários com a peça adquirida, no Brasil e nos

países que compõem o MERCOSUL (Mercado comum do sul) a utilização das etiquetas é de uso obrigatório.

Ao elaborar uma etiqueta de composição, seguindo os critérios do regulamento técnico do MERCOSUL sobre etiquetagem de produtos têxteis, imprescindível informar o nome da empresa ou razão social, o país de origem, composição do tecido, por meio de porcentagem, com nome das fibras ou dos filamentos, conservação do produto.

FIGURA 37 – ETIQUETAS DE COMPOSIÇÃO



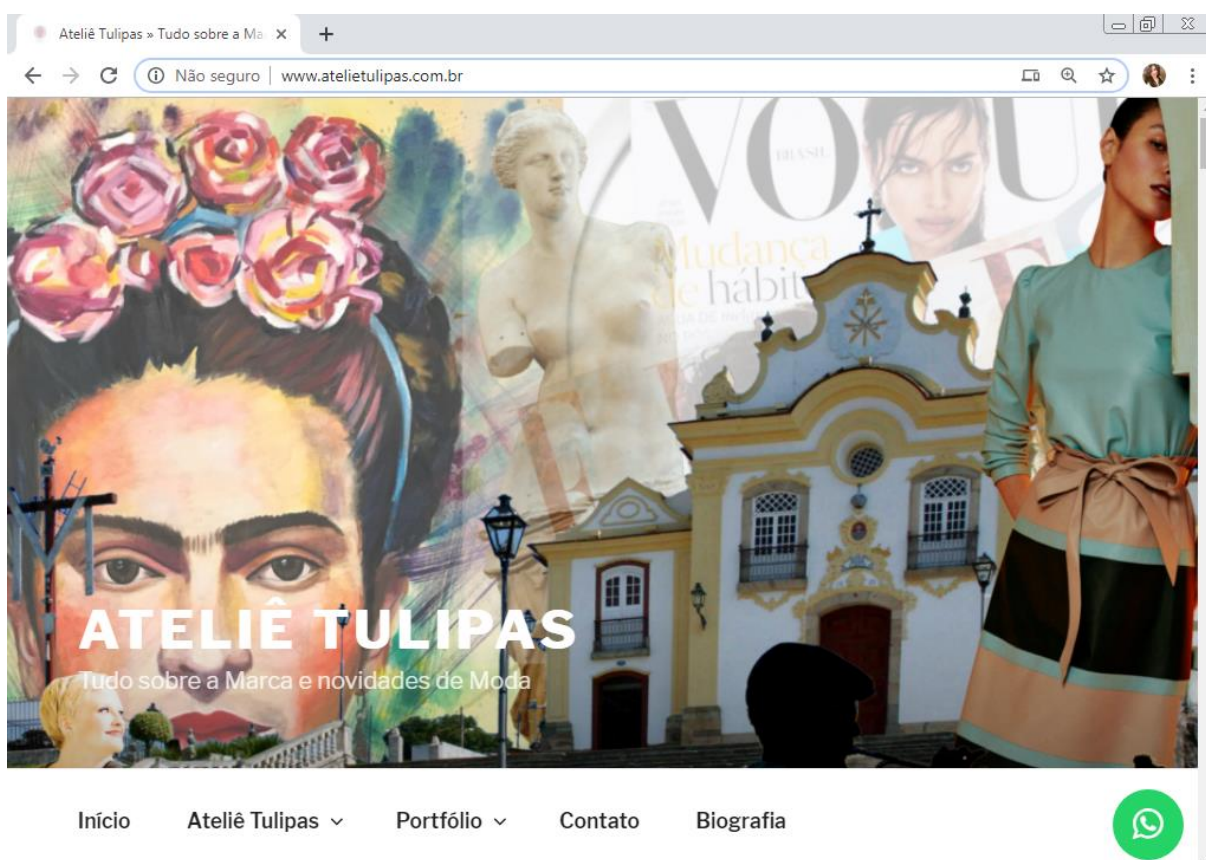
Fonte: Arquivo do Autor.

13.5 WEB SITE E MÍDIAS SOCIAIS.

O web site e as mídias sociais são ferramentas virtuais que viabilizam a comunicação da organização com os consumidores. Em ambas as plataformas deve-se buscar conceber aos clientes informações em relação à empresa, desde as mais frívolas até as informações relacionadas à identidade visual da marca. (WHEELER, 2008).

Segundo Kapferer (2004) a penetração da internet do cotidiano social afetou as expectativas dos consumidores, tornando-os mais exigentes quanto à correspondência da empresa aos clientes. Encadeando na necessidade de canais com maior interatividade, plena participação ativa dos usuários, rapidez no atendimento, relacionamento de proximidade entre a organização e os compradores, além da linguagem mais simples e descontraída.

FIGURA 38 – WEB SITE DO ATELIÊ TULIPAS.



Fonte: Arquivo do Autor.

FIGURA 39 – INSTAGRAM TULIPASA



Fonte: Arquivo do autor.

14 CUSTOS

Pode-se definir o custo como o conjunto de despesas necessárias para a produção de determinado artigo, os custos são classificados em: custos fixos e custos variáveis.

Os custos fixos representam as despesas da organização e independem da produção ou não dos produtos. Exemplos de custos fixos são: aluguel, gastos com a contabilidade, materiais de escritórios, seguros e depreciação de equipamentos.

FIGURA 40 – CUSTOS FIXOS: ATELIÊ TULIPAS.

CUSTOS FIXOS	VALOR (R\$)	
ÁGUA	R\$ 10,00	
LUZ	R\$ 15,00	
INTERNET	R\$ 15,00	
CELULAR	R\$ 20,00	
ALUGUEL	R\$ 140,00	
DEPRECIÇÃO	R\$ 41,66	
INV. MARKETING	R\$ 250,00	
TAXA MEI	R\$ 54,90	
TOTAL	R\$ 546,56	
CUSTOS FIXOS (unit.)		R\$ 27,33

Fonte: Arquivo do autor.

Em contraponto, os custos variáveis estão correlacionados de modo direto com a produção de bens ou serviços, engloba os valores direcionados a matéria-prima, mão de obra direta, embalagem e estoque.

A margem de lucro corresponde ao índice resultante do preço de venda subtraindo os custos fixos e diretos, e é fundamental para a saúde financeira da organização. E o preço de venda refere-se ao valor do produto atribuído de todos os recursos empregado para sua elaboração, acrescido da margem de lucro. (COBRA, 2010).

Segundo Liger (2012) ao formular o preço dos produtos, considera-se os seguintes elementos: custos com impostos, transportes, embalagens, comissões,

além dos custos fixos e o valor empregado com a mão de obra. Ademais, é relevante evidenciar que os itens sofrem incremento do valor no caso de utilização de tecnologias, a aplicabilidade de exclusividade no designer, a qualidade dos acabamentos e a valorização da marca perante o mercado.

Deste modo o Ateliê Tulipas apresenta a precificação dos itens desenvolvidos na coleção Barroco mineiro verão-2021. Levou-se em conta na elaboração dos cálculos: despesas fixas, diluídas pelo número total de peças, a mão de obra, empregada para o desenvolvimento e confecção da peça, matéria-prima, itens utilizados na confecção das peças, embalagem, e a porcentagem de margem de lucro.

QUADRO 6 – CUSTO PRODUTO 001

PRODUTO: 001				
ATIVIDADE		TEMPO (h)	VALOR (h)	TOTAL
Mão de Obra.	ATENDIMENTO	1,5	R\$ 10,00	R\$ 15,00
	CRIAÇÃO/DESEN	0,25	R\$ 10,00	R\$ 2,50
	MODELAGEM	2	R\$ 10,00	R\$ 20,00
	CORTE	0,25	R\$ 10,00	R\$ 2,50
	COSTURA	5	R\$ 10,00	R\$ 50,00
	TOTAL			R\$ 90,00

	VALOR (R\$)
CUSTO FIXO	R\$ 27,33
MATÉRIA-PRIMA	R\$ 56,57
MÃO DE OBRA	R\$ 90,00
EMBALAGEM	R\$ 2,00
MARGEM DE LUCRO	32,35
TOTAL	R\$ 175,90
PREÇO DE VENDA	R\$ 260,00

Fonte: Arquivo do autor.

A partir dos dados fornecidos com a imagem acima, o Ateliê Tulipas elaborou um quadro contendo a precificação de todos os itens desenvolvidos na coleção Barroco Mineiro, nesta tabela é possível conferir os valores gastos com cada item assim como a margem de lucro empregada, que oscila de 27% á 49% possibilitando razoável margem de lucro e competitividade à organização.

QUADRO 7 – PRECIFICAÇÃO COLEÇÃO BARROCO MINEIRO (PART.1)

PRODUTO	CUSTO	MARGEM DE LUCRO (%)	PREÇO DE VENDA
Produto 002 - Vestido Transp. c/ echarpe	R\$ 180,26	31%	R\$ 260,00
Produto 003 - Vestido Recorte nos ombros	R\$ 170,67	31%	R\$ 245,90
Produto 004 - Blusa Cropped com cascata de babados nos ombros	R\$ 125,23	30%	R\$ 180,00
Produto 005- Saia Afunilada	R\$ 116,92	30%	R\$ 167,99
Produto 006 - Saia Sino	R\$ 136,39	30%	R\$ 194,90
Produto 007 - Camisa com babados	R\$ 125,13	30%	R\$ 178,90
Produto 008 - Macacão Curto	R\$ 143,57	36%	R\$ 225,90
Produto 009 - Macacão Longo	R\$ 149,04	45%	R\$ 270,99
Produto 010 - Shorts Alfaiataria	R\$ 118,49	30%	R\$ 170,59
Produto 011 - Colete Gola Xale	R\$ 121,63	38%	R\$ 195,90

Fonte: Arquivo do Autor.

QUADRO 8 – PRECIFICAÇÃO COLEÇÃO BARROCO MINEIRO (PART.2)

PRODUTO	CUSTO	MARGEM DE LUCRO (%)	PREÇO DE VENDA
Produto 012 - Blusa com Laço no decote	R\$ 103,78	30%	R\$ 149,00
Produto 013 - Camisa com Babados na Manga	R\$ 121,63	28%	R\$ 169,00
Produto 014 - Blusa decote canoa com manga bufante	R\$ 122,77	32%	R\$ 179,99
Produto 015 - Colete Gola Smoking	R\$ 117,23	49%	R\$ 229,99
Produto 016 - Saia Afunilada com Aba	R\$ 120,82	40%	R\$ 199,99
Produto 017 - Calça Alfaiataria com Cinto	R\$ 125,65	45%	R\$ 226,99
Produto 018 - Blusa com Manga Pagode	R\$ 110,21	27%	R\$ 150,90
Produto 019 - Vestido Ajustado com babado	R\$ 148,67	33%	R\$ 219,99
Produto 020 - Blusa com Laço no ombro	R\$ 98,40	27%	R\$ 135,00

Fonte: Arquivo do Autor.

15 CONSIDERAÇÕES FINAIS.

A apresentação deste trabalho teve como propósito aprofundar o tema Planejamento de coleção. A elucidação do assunto ocorreu por meio de pesquisas teóricas que possibilitaram a aplicação prática na elaboração da coleção de moda do Ateliê Tulipas.

A construção do presente trabalho buscou explicar os procedimentos indispensáveis no desenvolvimento de uma coleção de vestuário, e a estruturação de organizações do segmento de moda.

Primordialmente esclareceu-se a definição de moda, como ocorre a segmentação do mercado, e a importância de delimitar os elementos básicos utilizados como orientação das organizações: segmento do mercado, visão, missão e valores.

Em sequência, descreveu-se o conceito de marketing e como o segmento de moda absorve as ferramentas dispostas nesta matéria. Propiciando aos estabelecimentos identificar o mix de produtos da organização: produto, preço, promoção e lugar. E neste capítulo propôs-se a utilização dos mecanismos empresariais responsável por averiguar as forças, fraquezas, ameaças e oportunidades.

O público alvo, fracionamento do mercado de massa para um nicho de mercado, é utilizado para atender de modo mais adequado um grupo com características semelhantes, buscando empregar produtos e atendimento mais específicos.

As Tendências de moda, projeção do mercado para os períodos próximos, propõe ao mercado instruções de cores, silhuetas, formas que estão presentes nas próximas estações.

A inspiração de moda, elemento estimulador do processo criativo, acarreta na elaboração de uma narrativa para a coleção, propiciando harmonia entre os elementos idealizados.

As cores, percepções visuais, são elementos de embelezamento e transmitem mensagens visuais, podem expressar sentimentos como: alegria, tristeza, entusiasmo ou desânimo e reforçam a escolha temática e do público alvo da coleção.

O Planejamento de coleção, organização dos procedimentos necessários para sua concepção, permite controlar os seguintes mecanismos: elaboração do

cronograma relacionando o tempo necessário para executar uma coleção, quais as características deste repertório e a existência de coordenação das peças de moda.

O desenho de moda, idealizações de modelos representados por meio de esboço, permite a visualização da peça e suas particularidades, além de demonstrar o estilo das consumidoras aplicando ao desenho poses e acessórios estilizados.

Os desenhos técnicos e as fichas técnicas, imagens e texto contendo manual de execução, corrobora com a comunicação interna, promovendo compreensão sobre os artigos que devem ser confeccionados.

Os tecidos, emprega-se como insumo fundamental e indispensável de uma coleção de moda.

Os aviamentos, artigos utilizados na confecção além dos tecidos, possibilita conforto e usabilidade dos itens elaborados, e agregam funcionalidade.

A modelagem, técnicas indispensáveis para a elaboração de roupas, propicia características únicas a roupagem, além de moldar a silhueta pretendida de acordo com cada biótipo.

A identidade visual da marca, personalidade da marca, forma de comunicação com os clientes incluindo redes sociais e embalagem.

O custo e a Precificação, respectivamente, os gastos empregados na elaboração individuais das peças produzidas e os valores atribuídos no momento da venda,

Portando, notou-se que o trabalho evidenciou os mecanismos imprescindíveis na elaboração de uma coleção de moda, fundamentando-se especialmente em referencias do segmento da moda.

REFERÊNCIAS.

BERG, Ana Laura Marchi. **Técnicas de modelagem feminina: construção de bases e volumes**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2019.

BERNARDES, Nilo. VASCONCELOS, Sylvio. et al. **Minas Gerais: terra e povos**. 2ª edição. Rio Grande do Sul: Editora Globo, 1970.

CASTRO, Hebe Maria Mattos; FREIRE, Américo Oscar Guichard; VENTURA, Dayse Mary do Carmo; XAVIER, Libânia Nacif; SOUZA, Mônica Lima; SANTOS, Paulo Roberto Elian. **História – 1º Grau**. São Paulo: Editora Globo, 2000.

COBRA, Marcos. **Marketing e moda**. 2ª edição. São Paulo: Editora Senac São Paulo; Cobra editora e marketing, 2010.

COTRIM, Gilberto. **História Global – Brasil e geral**. 8ª edição. São Paulo: Saraiva, 2005.

DOHME, Vania. **Gestão e identidades de marcas**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2018.

FEIL, Alexandre André; HEINRICHS, Alexandre. Aplicação da análise da matriz Swot em 5 agências de segurança de uma cooperativa de crédito situada no vale do taquari-RS. **Portal de periódicos eletrônicos Uni- FACEF**, Rio Grande do Sul. V.11, N 1, 2012. Disponível em: <
<http://periodicos.unifacef.com.br/index.php/rea/article/view/498> >. Acesso em: 03 dez. 2019.

FERREIRA, Ana Vitória Sandoval. **Elementos de articulação: missão, visão, valores e a identidade organizacional**. Revista Eduicep, Santa Catarina. V.1, n.1, 2016. Disponível em: <
<http://www.icepsc.com.br/ojs/index.php/eduicep/article/view/129/68> > Acesso em 09 de agost.

KAPFERER, J. Noel. **O que vai mudar as marcas.** 2ª Ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

KOTLER, Philip. **Marketing de A à Z: 80 conceitos que todo profissional precisa saber.** 12ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

LARUCCIA, Mauro Maia. A Missão Empresarial. **Augusto Guzzo Revista Acadêmica**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 51-57, aug. 2012. ISSN 2316-3852. Disponível em: <http://www.fics.edu.br/index.php/augusto_guzzo/article/view/63>. Acesso em: 03 oct 2019.

LEITE, Adriana Sampaio; VELLOSO, Marta Delgado. **Desenho técnico de roupa feminina.** 3ª edição. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2008.

LEMOS, Carlos Alberto Cerqueira. **Arquitetura Brasileira.** 1ª edição. São Paulo: Melhoramentos, 1979.

LEMOS, Paulo. **Aleijadinho: 200 anos.** 1ª edição. Ouro Preto: Livraria e Editora Graphar, 2014.

LIGER, Ilcer. **Moda em 360°: design, matéria-prima e produção para o mercado global.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2017.

LIMEIRA, Érika Thalita Navas Pires; LOBO, Renato Nogueiro; MARQUES, Rosiane Nascimento. **Fundamentos da tecnologia têxtil: da concepção da fibra ao processo de estamparia.** 1ª edição. São Paulo: Érica, 2014.

MANEQUIM. **Alfaiataria, moda festa e reparos.**- São Paulo: Ed. Abril, 2012.176 p.

PEZOLO, Dinah Bueno. **Moda e arte: releitura no processo de criação.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2013.

PEZZOLO, Dinah Bueno. **Por dentro da moda: definições e experiências.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009.

ROSA, Stefania. **Alfaiataria: modelagem plana masculina.** 2^a edição. Brasília: Editora Senac, 2009.

SENAC. **Alfaiataria feminina.** São Paulo: Sistema Nacional de Aprendizagem Comercial, 2016. 172 p. Não publicado.

SIFUENTES, Monica. **Um poema para Bárbara: a história de amor que ajudou a escrever a História do Brasil.** Belo Horizonte: Editora Gutenberg, 2015.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda: planejamento de coleção.** 5^a Ed. São Paulo: Edição da Autora, 2013.

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca.** 2^a edição. Porto Alegre: Bookman, 2008.

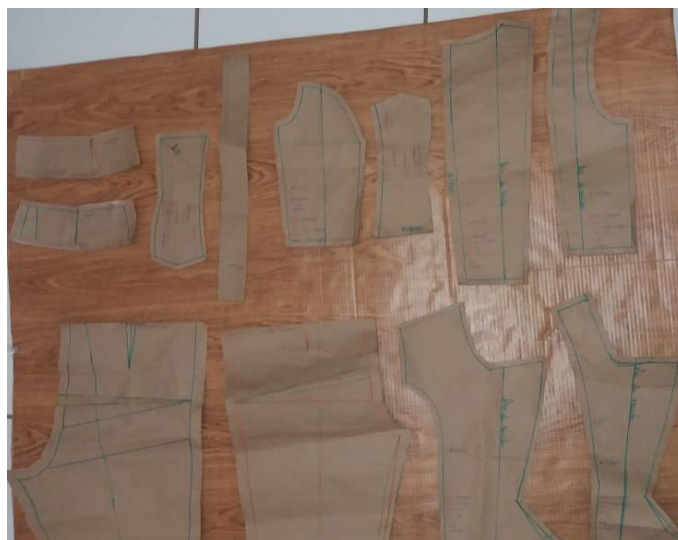
APÊNDICE – A MODELAGENS DAS PEÇAS PILOTO.

MODELAGEM 1 - CONJUNTO

Fonte: Arquivo do autor.



MODELAGEM 2 – MACACÃO LONGO



Fonte: Arquivo do autor.

MODELAGEM 3 – VESTIDO



Fonte: Arquivo do autor.

APÊNDICE – 2 CATÁLOGO DE COLEÇÃO



FASHION

COLEÇÃO
VERÃO 2021

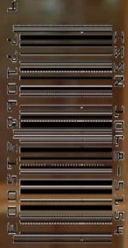
Nova coleção:

ALFAIATARIA

Tudo sobre a marca

MODA
ESTILO
TENDÊNCIAS

ATELIÊ TULIPAS







ATELIÊ TULIPAS,
“Mais do que vestir, Investir”

Ao refletirmos sobre a moda compreendemos que a moda é mais que o ato de vestir-se, a moda esta ligada ao comportamento sociocultural dos indivíduos, as suas atitudes, seus gostos e personalidade.

A Moda remete a comunicação visual, a roupagem re trata características visuais possibilita a identificação de grupos, classes sociais, estilo de vida, e contribui com o processo de individualização do sujeito.

Assim, a marca Ateliê Tulipas, busca oferecer aos seus clientes peças únicas, exclusivas, e sob medida, respeitando as características individuais e evidenciando a beleza feminina.

Nesta revista iremos contemplar o complexo processo de criação de uma coleção de moda, desde a temática ao resultado dos modelos confeccionados.

Roziana F. B. Vieira.

Ateliê Tulipas.

História. Missão. Visão. Valores.

O Ateliê Tulipas, tem como objetivo de enaltecer a individualidade e as curvas feminina, destacando a importância em empregar um atendimento individualizado, que respeite por completo o processo de criação de uma peça, além de valorizar os recursos empregados pra confecção da mesma. Utilizamos materiais de excelente qualidade, com a responsabilidade de produzir peças exclusivas e duradouras, evidenciando a qualidade dos tecidos e a delicadeza dos acabamentos finos.

A missão do Ateliê Tulipas é Propiciar um produto e atendimento especializado nas necessidades individuais, com o propósito de melhorar a autoestima e autoconfiança, enaltecendo a singularidade e as curvas femininas, superando as expectativa dos nossos clientes em relação a qualidade, a sofisticação e os acabamentos primorosos de cada modelo.

Em nossa visão, desejamos ser reconhecidos na cidade de SUMARÉ, pela qualidade do atendimento e nos serviços prestados. Oferecendo, criação de coleções exclusivas, somando a responsabilidade com os recursos naturais, criando uma coleção sustentável que tem como objetivo principal ofertar peças de qualidade e duráveis.



Nossos valores:

MODA E ESTILO

ROUPA SOB MEDIDA

MODA ELEGANTE

CRIATIVIDADE

ATENDIMENTO
PESSOAL

RROUPAS EXCLUSIVAS.

 Ateliê Tulipas





Ateliê Tulipas



A marca Feminina ateliê tulipas foi idealizada para atender o público feminino de 30 a 55 anos. Mulheres modernas, refinadas, autênticas, independentes e atuantes no mercado de trabalho se identificam com a proposta da marca, estas mulheres possuem como particularidades a prática de contemplar variadas demonstrações de artes, frequentam teatros e cinema, apreciam boa música e prezam em estar acompanhadas por livros.

Mulheres modernas capazes de conciliar seus hobbies com o tempo destinado à família e amigos. Em seu lazer costumam realizar viagens e passeios de observação, freqüentam exposições, museus, admiram arquitetura histórica e urbana. Essas mulheres possuem conhecimento sobre moda, assim estimam por produtos com design interessante, peças atemporais e principalmente produtos com qualidade e acabamentos aprimorados.







“BARROCO MINEIRO”

Inspiração para coleção de moda.





Ateliê Tulipas – Barroco Mineiro



“Anjo com cálice da paixão” – Aleijadinho.

Ao fundo do painel encontra-se a exposição da Sobre a Ressurreição da virgem, apresenta-se uma das obras de Aleijadinho “O Anjo com o cálice da paixão”, esta escultura compõe a via sacra de Congonhas – MG. Utilizou-se desta imagem os elementos superiores, as asas, para representar movimento de tecido e volume nos ombros, remetendo ao empoderamento.

“RESSURREIÇÃO DA VIRGEM” MESTRE ATAÍDE.

Ao fundo do painel encontra-se a exposição da imagem retratada por Mestre Ataíde, intitulada “Ressurreição da virgem”, está pintura encontra-se no teto da Igreja São Francisco de Assis em Ouro Preto, e demonstra a influencia do barroco e do rococó nas pinturas do Manuel da Costa Ataíde. Este monumento influenciou na cartela de cores da coleção, que abrange tons ferrosos, esverdeados e azuis.



Bárbara Eliodora .

Ao fundo do painel encontra-se a exposição da Reforçando a idéia do empoderamento feminino, buscou-se encontrar no período do século XVII e XVIII, a força e a representatividade da mulher, tarefa árdua, pois no período de monarquia, a mulher era subjugada e exercia pouca influencia sob a sociedade. Ainda sim, Barbara Eliodoro de Alvarenga, esposa de Inácio José de Alvarenga Peixoto, participou e confidenciou as articulações contra a Coroa de Portugal. Dado sua importância na história do Brasil, essencialmente no contexto feminino, é de suma relevância sua exposição.



Ateliê Tulipas – Barroco Mineiro

“ Santuário Bom Jesus do Matosinho ” – Congonhas.

No centro do painel de inspiração observa-se o Santuário Bom Jesus de Matosinhos – Congonhas, monumento ícone do Barroco Mineiro e museu escultórico de Mestre Alejadinho. Portanto fonte inesgotável de inspiração, em suas esculturas elaboradas a partir de pedra-sabão, e na riqueza da ornamentação da capela. A imagem anexada à extremidade esquerda, os Doze profetas, também localiza-se no Santuário Bom Jesus de Matosinhos.



“ Igreja Matriz de Santo Antônio - Tiradentes.

Por fim, optou-se pela Igreja Matriz de Santo Antônio, localizada na cidade de Tiradentes, esta igreja conta com riqueza de adornos e minudências características do Barroco Mineiro.



Nas figuras das capelas notam-se linhas retas na parte inferior e rica ornamentação em sua extremidade superior, pretende-se empregar esta particularidade nos modelos desenvolvidos, evidenciando os ombros e o colo feminino.

A utilização das esculturas de pedra-sabão expressão movimentos dos tecidos que contrasta com as linhas retas retratadas pelas capelas, esta discrepância enriquece a coleção e possibilita a contraposição de tecidos encorpados e tecidos finos e fluidos.

CORES E TECIDOS



	REF.: TEC01
	TECIDO: Sarja
	COMPOSIÇÃO: 96% CO 4% PUE
	FORNECEDOR: Gallo Tecidos.
	COR:

	REF.: TEC03
	TECIDO: Linho misto
	COMPOSIÇÃO: 70% CV 30% CL
	FORNECEDOR: Gallo Tecidos.
	COR: Mescla

	REF.: TEC05
	TECIDO: Crepe Amanda
	COMPOSIÇÃO: 96% PES 4% PUE
	FORNECEDOR: Gallo Tecidos.
	COR:

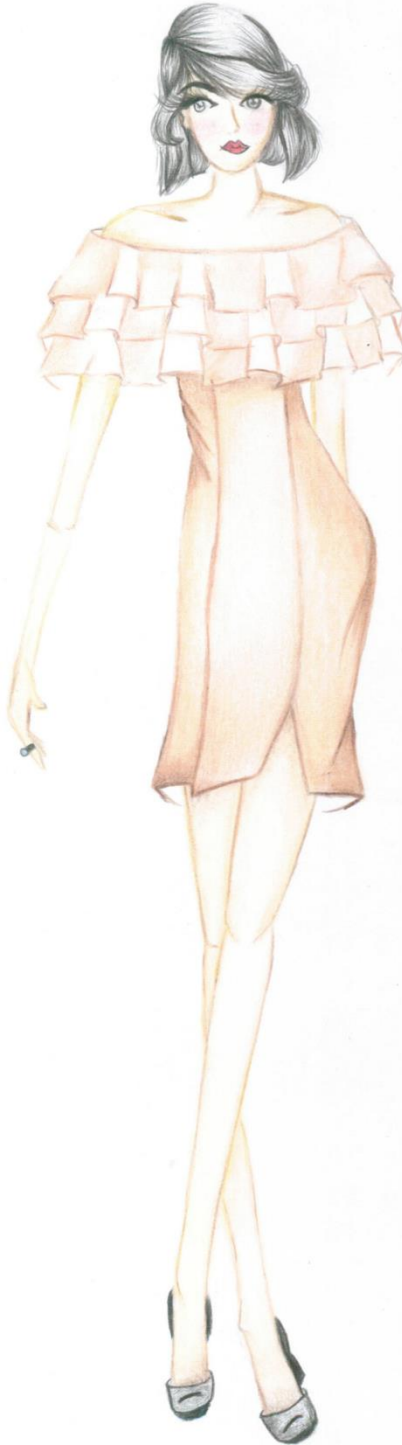
	REF.: TEC02
	TECIDO: Crepe Pasquale.
	COMPOSIÇÃO: 100% PES
	FORNECEDOR: Gallo Tecidos.
	COR:

	REF.: TEC04
	TECIDO: Prada
	COMPOSIÇÃO: 96% PES 4% PUE
	FORNECEDOR: Gallo Tecidos.
	COR:

	REF.: TEC06
	TECIDO: Cetim toque de seda
	COMPOSIÇÃO: 97% PES 3% PUE
	FORNECEDOR: Gallo Tecidos.
	COR:



Ateliê Tulipas – ILUSTRAÇÕES DE MODA



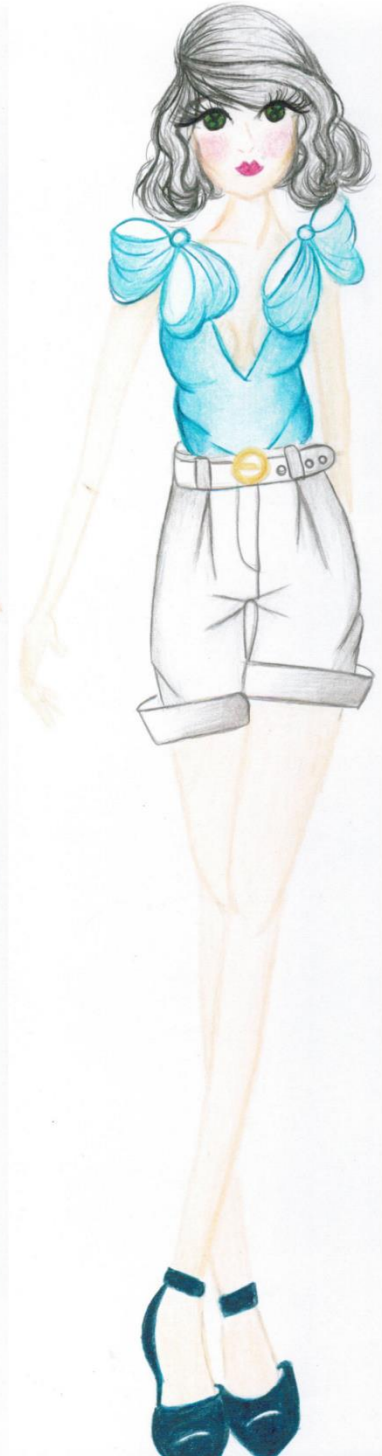


Ateliê Tulipas – ILUSTRAÇÕES DE MODA



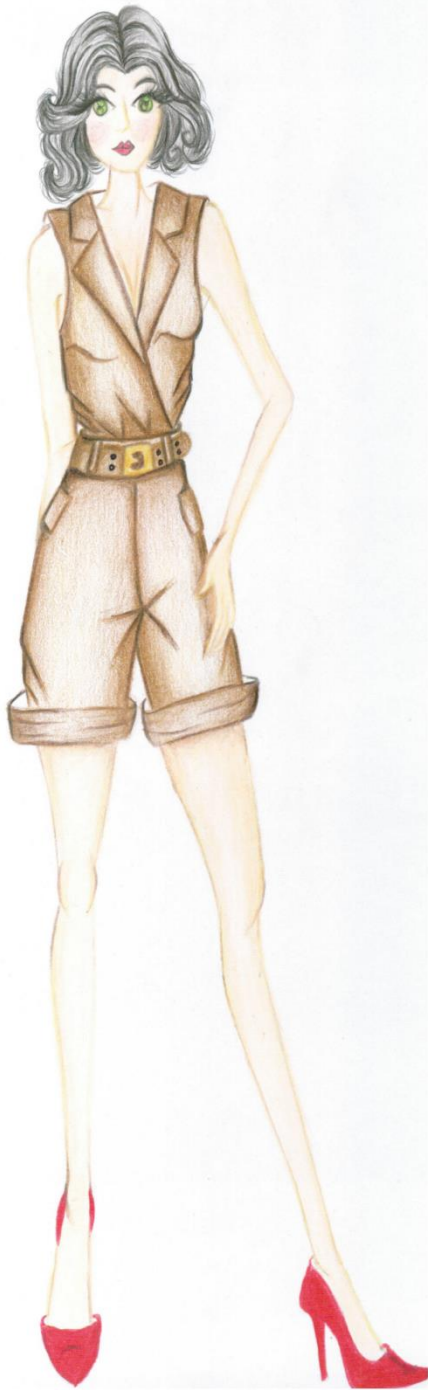


Ateliê Tulipas – ILUSTRAÇÕES DE MODA





Ateliê Tulipas – ILUSTRAÇÕES DE MODA





CURIOSIDADE.

A primeira peça feminina de alfaiataria emergiu da indumentária masculina, esta peça recebeu a denominação de tailleur, criado no século XVII, constituído por um casaco de mangas longas e uma saia comprida com bastante volume, porém permitiu-se a utilização desta vestimenta somente no século XIX e restringia-se apenas para pratica de esporte.









Ateliê Tulipas

Tel: 19 98715-7193

@TULIPASA

Www.atelietulipas.com.br

Agradecimentos: Gabriela Jandotti, Laís Maria, Jéssica Carvalho.