

Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil

Faculdade SENAI CETIQT

Curso de Bacharelado em Design

Ana Carolina Ferreira Martins Vieira

Criação de uma coleção cápsula para a marca Makai Bikini

Rio de Janeiro

2023

Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil

Faculdade SENAI CETIQT

Curso de Bacharelado em Design

Ana Carolina Ferreira Martins Vieira

Criação de uma coleção cápsula para a marca Makai Bikini

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.

Profª Rosanna Naccarato

Rio de Janeiro

2023

Ficha catalográfica

Vieira, Ana Carolina

Criação de uma coleção cápsula para a marca Makai Bikini / Ana Carolina Ferreira Martins Vieira. – Rio de Janeiro, 2023.

133 p.

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.

1. Design de moda. 2. Moda praia 3. Coleção cápsula I. Título.

SENAI CETIQT

Ana Carolina Ferreira Martins Vieira

Criação de uma coleção cápsula para a marca Makai Bikini

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à
Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em
Design, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos
requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel
em Design.

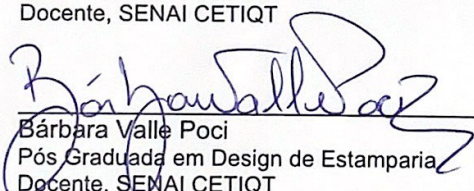
Data de Aprovação: 28/11/2023.

Banca Examinadora



Rosanna Naccarato

Especialista em educação estética - Universidade Federal do
Estado do Rio de Janeiro - UNIRIO
Docente, SENAI CETIQT



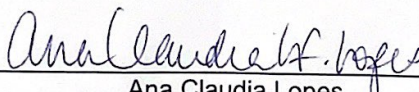
Bárbara Valle Poci

Pós Graduada em Design de Estamparia
Docente, SENAI CETIQT



Giulia Calbucci

Mestre em gestão de marcas de moda e luxo - Instituto Marangoni
Design de Comunicação Visual - PUC Rio



Ana Claudia Lopes

Coordenadora de Ensino Superior

Dedicatória

Minha dedicatória para este projeto de conclusão de curso destina-se a minha família que, sempre acreditou e impulsionou meu sonho desde o início e fez o possível para que se tornasse realidade. Obrigada por estarem ao meu lado nessa jornada.

Agradecimento

Agradeço aos meus pais, Valéria e Sergio, minhas avós Mariluci e Heide e meu irmão, Felipe por estarem presentes durante todo o processo, me apoiando e acreditando no meu potencial, minha avó Heide especialmente, se envolvendo na minha loucura e permitindo que meus protótipos fossem construídos da melhor forma possível. Ao meu namorado, Thomas, por ser meu porto seguro em todos os momentos, se fazendo presente e abraçando meus sonhos junto comigo. Vocês são minha base e grande parte da minha trajetória eu dedico a vocês.

Agradeço também às minhas colegas na Makai Bikini, especialmente a Giulia Calbucci que abraçou o projeto comigo e topou fazer parte da minha banca; Cecilia Fernandes que me auxiliou com diversas informações, entrevistas e conteúdos, além de ter sido uma figura essencial para mim dentro da minha trajetória na empresa; Paula Felix que me ajudou com a sua grande sabedoria fornecendo entrevistas e informações que complementaram perfeitamente meu projeto e, por fim, Inês Garcia que, chamo carinhosamente de irmã, por me apoiar sempre e ser minha parceira diariamente. Todo o time da Makai Bikini merece um agradecimento por esse trabalho, afinal, a Makai não existiria sem vocês.

Por fim, gostaria de agradecer as minhas orientadoras Amanda e Rosanna Naccarato, principalmente, por ter me auxiliado com seu vasto conhecimento, acrescentando na minha pesquisa e na minha trajetória acadêmica. Obrigada Nacca, por ter acreditado no meu projeto e por ter me impulsionado e motivado a dar o meu melhor.

Resumo

Este trabalho tem como principal objetivo a introdução de uma inovadora linha de produtos no mercado de moda praia para a marca Makai Bikini. A nova coleção de produtos é apresentada por meio de uma coleção cápsula vanguarda, visando proporcionar à marca uma abordagem diferente da atual. A criação desta coleção foi resultado de uma estudo de caso da Makai Bikini, bem como de suas principais concorrentes, Lenny Niemeyer e Adriana Degreas, ambas reconhecidas por suas linhas de peças diferenciadas. A pesquisa permitiu identificar novas oportunidades para a Makai Bikini e compreender a estratégia mercadológica empregada por essas duas marcas líderes do setor, oferecendo novas possibilidades para a Makai Bikini. A partir de uma pesquisa de tendências e referências, a coleção cápsula vanguarda foi desenvolvida, obtendo inspiração no filme Maria Antonieta de Sofia Coppola, oferecendo uma abordagem moderna romântica para as peças. Além disso, este projeto visa impulsionar a Makai Bikini como uma referência na indústria de moda praia, proporcionando aos clientes uma experiência única por meio de peças temáticas, com referências estéticas coordenadas e de alta qualidade.

Palavras-chave: Design de moda. Moda praia. Coleção cápsula. Makai Bikini. Vanguarda

Abstract

This work aims to introduce an innovative line of products in the beachwear market for the Makai Bikini brand. The new product collection is presented through a cutting-edge capsule collection, aiming to provide the brand with a different approach from the current one. The creation of this collection was the result of a case study of Makai Bikini, as well as its main competitors, Lenny Niemeyer and Adriana Degreas, both recognized for their differentiated lines of pieces. The research allowed identifying new opportunities for Makai Bikini and understanding the marketing strategy employed by these two leading brands in the sector, offering new possibilities for Makai Bikini. Based on a trend and reference research, the cutting-edge capsule collection was developed, inspired by Sofia Coppola's film Marie Antoinette, offering a modern romantic approach to the pieces. In addition, this project aims to boost Makai Bikini as a reference in the beachwear industry, providing customers with a unique experience through thematic pieces with coordinated and high-quality aesthetic references.

Key-words: *Fashion Design. Beachwear. Capsule Collection. Makai Bikini.*

SUMÁRIO**Introdução**

1. Estudo de caso Makai Bikini	13
1.1 Apresentação da marca	13
1.2 Análise dos 4Ps	14
1.3 Pesquisa de Público.....	29
1.4 Estratégias de marketing para 2023.....	31
 2. Pesquisa de mercado moda praia vanguarda	 38
2.1 Lenny Niemeyer	38
2.2 Adriana Degreas	50
3.3 Persona	58
 3. Coleção Cápsula Vanguarda	 63
3.1 Pesquisa de tendências	63
3.2 Pesquisa de referências	64
3.3 Criação do tema	66
3.4 Cartela de cores	69
3.5 Cartela de tecidos	73
3.6 Cartela de aviamentos	75
3.7 Croquis	77
3.8 Mix de produtos e famílias	91
3.9 Tabela de medidas	95
3.10 Fichas de desenvolvimento	95
 4. Protótipo	 114
4.1 Documentação do processo	114
4.2 Fichas Técnicas	117
 5. Editorial	 121
 Considerações finais	 129
Referências	130
Apêndice	133

INTRODUÇÃO

A concretização deste projeto de conclusão de curso em Design de Moda é guiada por uma inspiração pessoal e um compromisso profissional para aprimorar as aspirações da marca Makai Bikini, na qual a autora está atualmente envolvida. A intenção é aplicar de forma prática os conhecimentos adquiridos ao longo do curso, visando a criação de um novo segmento vanguarda para a Makai Bikini.

Para alcançar essa meta de estabelecer esse segmento para a marca, é essencial retornar às raízes da mesma e compreender sua segmentação inicial, ou seja, o público-alvo inicialmente definido como mulheres de classe média alta, com idades entre 18 e 24 anos, que adotam um estilo de vida praiano, ativo e descontraído. Contudo, ao longo do tempo, a marca atraiu um público mais maduro - de 18 a 34 anos, provocando uma evolução em sua estética. A partir dessa observação, surgiu a oportunidade de explorar esse novo público, caracterizado por maior poder de compra, paixão pela moda, influência sobre outros consumidores e busca constante por tendências.

Este projeto de conclusão de curso em Design de Moda tem como objetivo central a criação de um segmento vanguarda para a Makai Bikini. Isso se mostra relevante, uma vez que, nos dias atuais, a influência das marcas de moda é amplamente determinada pelas redes sociais, especialmente o Instagram. Portanto, as marcas devem desenvolver coleções e estratégias que sejam "instagramáveis", ou seja, que gerem impacto nas redes sociais, aumentando o reconhecimento da marca e o engajamento do público.

Para a marca em questão, a estratégia envolve a criação de peças mais exclusivas, produzidas em quantidades limitadas, com o objetivo de elevar o posicionamento da marca no mercado e agregar maior valor a ela.

A metodologia das etapas deste projeto foi desenvolvida realizando um paralelo ao processo de Design definido por Gavin Ambrose e Paul Harris (2011) no livro Design Thinking, no qual são identificadas sete etapas: definir, pesquisar, gerar ideias, testar protótipos, selecionar, implementar e aprender. A partir disso, a primeira etapa envolve a definição de um problema de design e de um público alvo, o que é realizado logo no primeiro capítulo ao ser realizada uma pesquisa descritiva, que

inclui a análise interna da marca por meio do estudo dos seus 4Ps e da coleta de informações junto aos membros das diferentes áreas da empresa, entrevistas com o público-alvo da marca, análise de dados das clientes e métricas das redes sociais.

Na segunda etapa, realizou-se uma pesquisa de tendências por meio da plataforma WGSN e uma pesquisa de mercado, investigando marcas de referência, como Adriana Degreas e Lenny Niemeyer, buscando mapear possíveis motivações e necessidades do consumidor final e, a partir disso, gerar as ideias que irão atender a essas necessidades.

Na terceira etapa, foram conduzidas pesquisas sobre o desenvolvimento de uma coleção, com base na bibliografia "Planejamento de Coleção" de Doris Treptow, aplicando os conhecimentos adquiridos ao longo do curso de Design de Moda, onde foi possível iniciar o desenvolvimento das ideias geradas.

Após essas etapas de pesquisa e planejamento, a execução do protótipo e a criação de um editorial da coleção são os próximos passos. Finalmente, o trabalho se encerra com considerações finais que destacam as contribuições deste projeto de conclusão para o campo do design de moda, apontando possíveis implementações e os aprendizados gerados.

1. Estudo de caso: Makai Bikini

A marca escolhida como estudo de caso é a Makai Bikini, essa escolha foi motivada pelo envolvimento pessoal e profissional da autora com a mesma.

As informações deste capítulo foram obtidas através da própria experiência profissional da autora que trabalha na marca desde 2021, do material institucional da marca e entrevistas com a Coordenadora de Marketing, Cecilia Fernandes e a Coordenadora de Atendimento, Paula Felix.

1.1 Apresentação da marca

A história da marca Makai Bikini começa em 2015 quando as irmãs Caroline e Julia Mauro, aos 18 e 15 anos, deram o primeiro passo na realização do sonho de compartilhar o seu amor por moda e praia com a sua (futura) comunidade de clientes. Na ilustração abaixo é possível observar a logo da marca:

Ilustração 1 - Logo utilizada pela marca



Fonte: Acervo Pessoal, 2023

As irmãs (ilustração 2) e sua família sempre estiveram inseridas em uma rotina relacionada a esportes marinhos, o que explica o amor e conexão com a vida de praia. A história começa de fato em uma viagem de surf para o Havaí, onde elas se encantaram pelas modelagens dos biquínis havaianos, observando, assim, uma boa oportunidade de mercado para trazer ao Rio de Janeiro.

Ilustração 2 - Imagem apresentando as criadoras da marca



CAROL E JULIA MAURO NO COMEÇO DA MARCA



CAROL E JULIA MAURO ATUALMENTE

Fonte: Acervo pessoal, 2023

A partir disso, em maio de 2015, por meio de divulgações no instagram pessoal das irmãs para amigos e a participação em uma feira de vendas no quiosque K08, na Barra da Tijuca, nasceu a Makai Bikini, uma marca com o propósito de oferecer biquínis de qualidade com modelagens perfeitas e estampas exclusivas. Nessa época ainda era distante imaginar que, a Makai Bikini se tornaria uma grande referência não somente pelos seus produtos, mas também, por terem sido capazes de construir o mais difícil: uma comunidade de clientes que seguem fielmente a marca e são apaixonadas pelo *lifestyle*, ou seja, estilo de vida que a mesma proporciona.

1.2 Análise dos 4Ps

Kotler (1998, p. 97) conceitua o composto de marketing, mais conhecido como os 4P's de marketing (produto, preço, promoção e praça), como “a junção de ferramentas que uma organização usa para conseguir atingir seus objetivos principais de marketing no mercado”. Portanto, se torna essencial analisar os 4P's da marca estudada, visando compreender as suas estratégias e seu posicionamento em relação ao mercado.

1.2.1 PRODUTO E PREÇO

Kotler e Keller (2006) afirmam que o produto pode ser definido como tudo o que pode ser oferecido a um mercado para satisfazer uma necessidade ou um desejo, ou seja, bens físicos, serviços, experiências, eventos, pessoas, lugares, propriedades, organizações, informações e ideias.

O *ecommerce* da marca é dividido em 6 categorias: Novidades, *Bikinis*, Roupas, *Active*, Coleções e *Sale*.

A categoria de Novidades não possui subdivisão e apresenta todas as peças recém lançadas na marca. Já a categoria de *Bikinis* se subdivide em tops, calcinhas e maiôs, enquanto a de Roupas se reparte em vestidos, saias, blusas, calças, macaquinhos e acessórios. *Active* é a categoria de roupas *fitness* da marca que oferece tops, shorts, *leggings* e macaquinhos. Por fim, a aba de *Sale* apresenta todos os produtos com descontos sem subdivisões.

Para uma melhor identificação inicial dos seus produtos, neste capítulo será feito um estudo acerca dos seus preços, materiais, tamanhos oferecidos e frequência no site, que serão dispostos em tabelas, além de imagens dos produtos discriminados no site da marca.

BIKINIS

A marca oferece uma grande variedade de tops e calcinhas, que, geralmente, possuem o mesmo valor, enquanto os maiôs não são um grande investimento (tabela 1 abaixo).

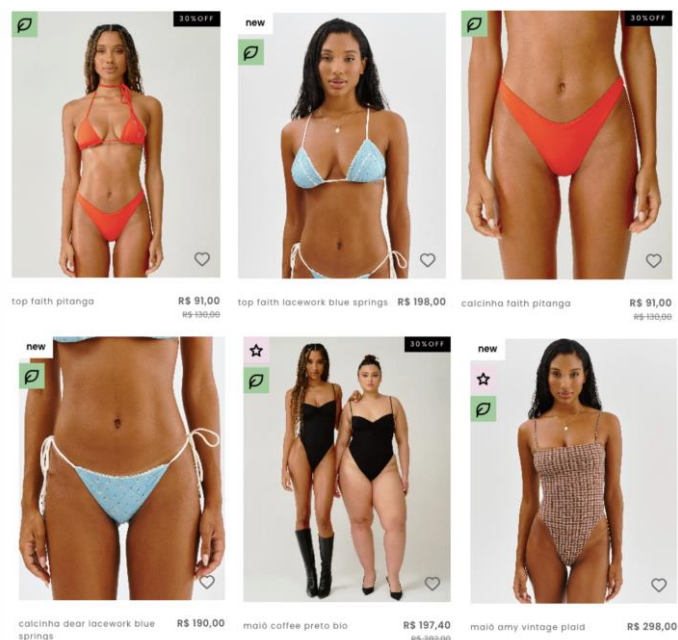
Tabela 1 - Apresentação dos preços, materiais, grade e frequência dos produtos

PRODUTOS	MENOR PREÇO	MAIOR PREÇO	MATERIAIS	GRADE	FREQUENCIA
TOPS	R\$ 138,00	R\$ 198,00	A MARCA UTILIZA PRINCIPALMENTE POLIAMIDA E ELASTANO EM SEUS BIQUÍNIS, EVITANDO SEMPRE O POLIÉSTER	PP, P, M, G E GG	51 PRODUTOS
CALCINHAS	R\$ 138,00	R\$ 190,00			68 PRODUTOS
MAIÔS	R\$ 282,00	R\$ 298,00			5 PRODUTOS

Fonte: Makai Bikini, 2023

E para realizar uma relação preço/produto, foram selecionadas algumas imagens retiradas do site (ilustração 3), para obter uma ideia dos modelos que identificam a marca como moda praia.

Ilustração 3 - Imagens retiradas do site apresentando os preços dos produtos



Fonte: Makai Bikini, 2023

A seguir será realizada uma pesquisa do bloco de produtos que complementam a marca, já que possibilita que suas consumidoras os usem em momentos distintos: do pós-praia a saídas despojadas.

ROUPAS

A categoria de roupas da marca possui maior variedade de vestidos, enquanto possui somente um macaquinho. É possível observar também uma grande diversidade de acessórios, sendo uma aposta da marca na proposta de combinar os mesmos com as suas peças e aumentar o ticket médio dos seus clientes, uma vez que, oferece acessórios por um preço mais baixo, como *scrunchies* (elástico de cabelo feito do mesmo tecido dos biquínis) e *headbands* (faixa de cabelo) custando entre R\$ 32 e R\$ 40. É possível observar abaixo, na Tabela 2, uma correlação entre os produtos, ilustrando o menor e maior valor, materiais usados, grade de tamanhos e quantidade de modelos por produto.

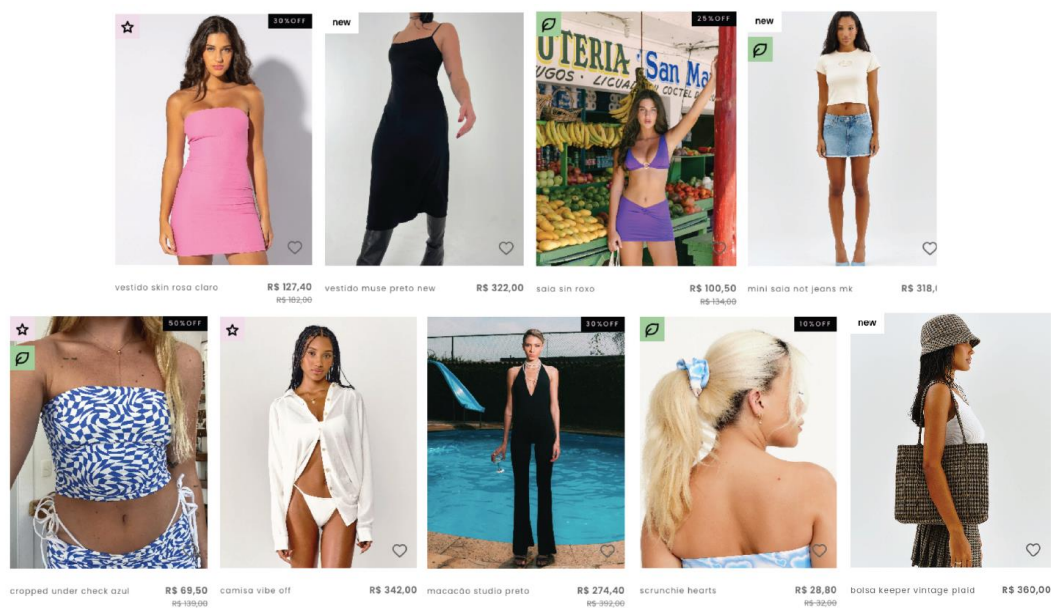
Tabela 2 - Apresentação dos preços, materiais,grade e frequência dos produtos

PRODUTOS	MENOR PREÇO	MAIOR PREÇO	MATERIAIS	GRADE	FREQUENCIA
VESTIDOS	R\$ 182,00	R\$ 322,00	A MARCA REPLICA O TECIDO DE BIQUÍNI EM ALGUNS MODELOS DE ROUPA, ALÉM DE UTILIZAR TAMBÉM TECIDOS COMO MALHA E JEANS. NOS ACESSÓRIOS, UTILIZA MUITO O CROCHET EM SUAS BOLSAS E BUCKETS	PP, P, M, G E GG	56 PRODUTOS
SAIAS	R\$ 134,00	R\$ 318,00			27 PRODUTOS
BLUSAS	R\$ 139,00	R\$ 342,00			42 PRODUTOS
CALÇAS	R\$ 306,00	R\$ 448,00			11 PRODUTOS
MACAQUINHOS	R\$ 392,00	R\$ 392,00			1 PRODUTO
ACESSÓRIOS	R\$ 32,00	R\$ 360,00			35 PRODUTOS

Fonte: Makai Bikini, 2023

Abaixo, na ilustração 4, exemplos de modelos mencionados e seus respectivos valores:

Ilustração 4 - Imagens retiradas do site apresentando os preços dos produtos



Fonte: Makai Bikini, 2023

ACTIVE

Essa é a linha fitness da marca, a qual oferece tops, shorts, leggings e macaquinhos que seguem a proposta de serem peças para serem usadas tanto para praticar atividades físicas, quanto para sair, sendo um grande sucesso de vendas dentro da Makai. Na tabela 3, é possível observar uma correlação entre os produtos, valores, materiais, grade de tamanho e o número de modelos para cada categoria:

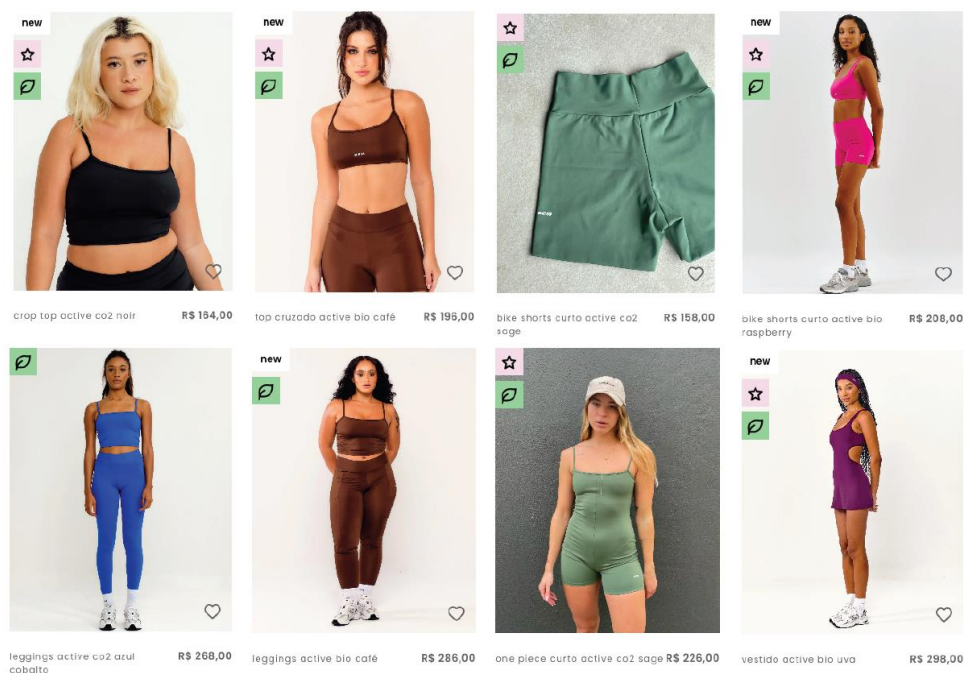
Tabela 3 - Apresentação dos preços, materiais, grade e frequência dos produtos

PRODUTOS	MENOR PREÇO	MAIOR PREÇO	MATERIAIS	GRADE	FREQUENCIA
TOPS	R\$ 164,00	R\$ 196,00	A MARCA TRABALHA COM DOIS TECIDOS NESTA CATEGORIA: CO2 E BIO, SENDO OS DOIS COMPOSTOS POR MAIS DE 80% POLIAMIDA E O RESTO DE ELASTANO	P, M E G	24 PRODUTOS
SHORTS	R\$ 158,00	R\$ 208,00			19 PRODUTOS
LEGGINGS	R\$ 268,00	R\$ 286,00			9 PRODUTOS
MACAQUINHOS	R\$ 226,00	R\$ 242,00			14 PRODUTOS

Fonte: Makai Bikini, 2023

Na ilustração 5, uma amostragem dos modelos mencionados na tabela 3, para obter uma ideia dos modelos praticados.

Ilustração 5 - Imagens retiradas do site apresentando os preços dos produtos



Fonte: Makai Bikini, 2023

COLEÇÕES

A Makai possui em seu *ecommerce* as suas cinco últimas grandes coleções, onde dentro de cada uma delas, oferece pequenos *drops* (mini-coordenado de produtos), com intervalos de uma semana entre eles, com o objetivo de direcionar estrategicamente o olhar das clientes para poucas peças que possuem uma coordenação entre elas, ativando o gatilho da escassez e da urgência, ou seja, dando a sensação de que aquelas peças iriam acabar rapidamente e precisavam ser adquiridas o quanto antes, ao invés de lançar uma grande coleção com uma maior quantidade de produtos, o que gera uma sensação de abundância, sugerindo uma grande disponibilidade dos mesmos.

As coleções podem ser divididas em verão e inverno, sendo a primeira delas lançada como verão de 2021 e a última como inverno de 2023. Cada uma delas possui um *storytelling*, ou seja, conta uma história, o que contribui diretamente na comunicação com o cliente, gerando uma maior identificação e criando um vínculo com ele. Por exemplo, a coleção mais recente da marca, de inverno 23, intitulada '*Je Ne Sais Quoi*' ("Eu não sei o que" - tradução nossa), tem a proposta de ser um calendário, onde cada *drop* será um mês do ano com uma temática diferente, como um dos *drops* do mês de abril que fez alusão à Páscoa, tendo como foto campanha a modelo utilizando uma fantasia de coelho e vestindo as peças do *drop* que foram dois pijamas com bordados de coelhos nas blusas, como é possível observar na ilustração 6. Através dessa história bem contada, as clientes compraram a ideia do calendário e foi gerado um desejo nas mesmas de comprar o *drop* do mês. Esse *storytelling* é passado através de uma estratégia extensa de comunicação nas redes sociais que será melhor explorada no subcapítulo 1.4.

Ilustração 6 - Arte utilizada para divulgação da coleção e desenhos das peças



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

Além disso, as coleções sempre contam com estampas exclusivas desenvolvidas pela Makai, o que é um dos seus diferenciais, sendo sempre sucesso de vendas entre as suas clientes. Aliado a isso, são oferecidos sempre produtos de cores lisas, que são replicados também na linha *fitness*, como representado na ilustração 7:

Ilustração 7 - imagens representando uma das estampas e cores da coleção



ESTAMPA EXCLUSIVA MAKAI BIKINI

UMA DAS CORES DA COLEÇÃO

COR REPLICADA NA LINHA FITNESS

Fonte: Makai Bikini, 2023

Há uma preocupação de coordenar estampas com os lisos, aumentando os coordenados e consequentemente as vendas.

1.2.2 PRAÇA

A makai Bikini atualmente, conta com seu maior fluxo de vendas por meio do seu *ecommerce*, porém, no ano de 2023 ampliou sua praça para dois pontos físicos, sendo um deles no coletivo Carandaí (Ilustração 8), localizado no Shopping Leblon do Rio de Janeiro, onde expõe peças dos últimos *drops* lançados e oferece uma rotatividade das mesmas, representado na ilustração 8.

Ilustração 8 - Imagem mostrando a arara do ponto físico e seu provador



ARARA DOS PRODUTOS NO COLETIVO CARANDAÍ

CLIENTE EXPERIMENTANDO AS PEÇAS NO COLETIVO CARANDAÍ

Fonte: Elaborada pela autora, 2023

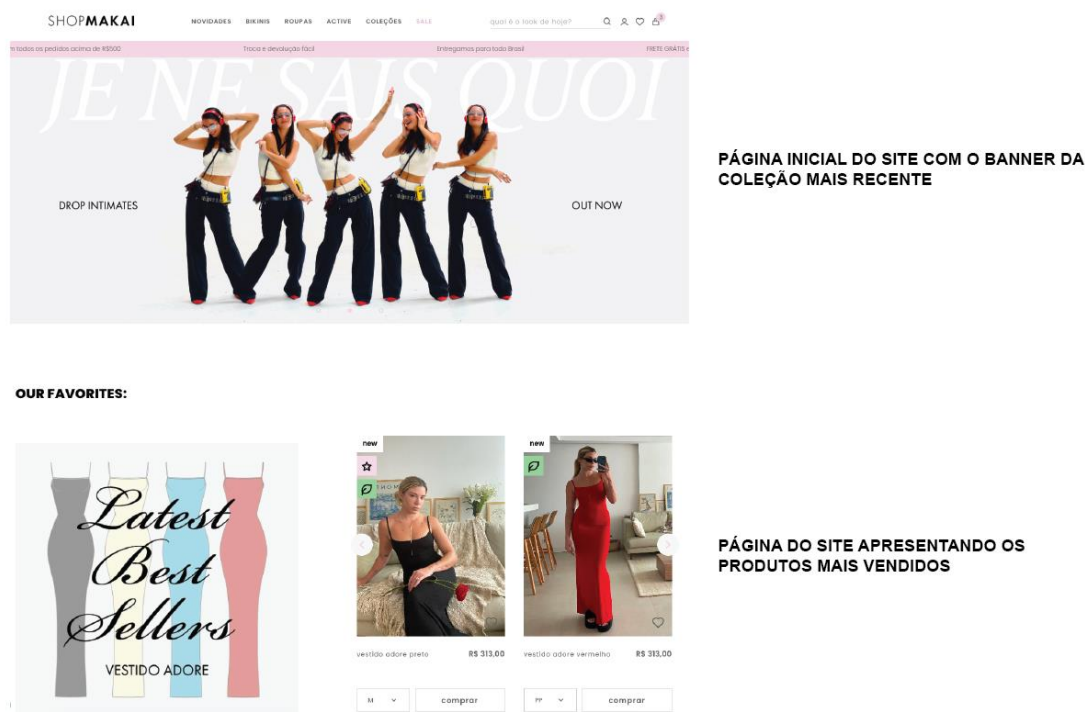
Outro ponto de vendas físico é o Conceito E, outro coletivo localizado em São Paulo, estratégia adotada pela marca para dar a oportunidade de clientes de fora do Rio de Janeiro de experimentarem suas peças, uma vez que a marca entrega para todo o Brasil. Além desses pontos físicos, a marca tomou a decisão de enviar suas coleções mais antigas para o *Outlet* online do Off Premium, visto que, esses produtos estavam parados no estoque.

SITE

O site é o principal canal de venda da marca atualmente, possuindo um layout interativo e simples, sem muitas cores. Logo na página principal, é possível observar

um *banner* com a foto da campanha da nova coleção, chamando atenção da cliente para os novos produtos, como apresentado na Ilustração 9:

Ilustração 9 - Printscreen da página inicial do site da marca



Fonte: Makai Bikini, 2023

Ao rolar o mouse, uma prévia desses produtos seguidos do botão de 'comprar' ao lado do preço. Descendo o site, é possível encontrar o vídeo campanha da última coleção de verão da marca, juntamente com uma seção que mostra os produtos '*Best Sellers*', ou seja, os mais vendidos (ainda na ilustração 9).

Ademais, o *ecommerce* conta com uma assistência ao cliente, possuindo um botão que direciona diretamente para o whatsapp do atendimento, além de abas como 'Produto com defeito', 'Entrega', 'Transparência', 'Troca e devoluções' e 'Como cuidar da sua peça' oferecendo, assim, um grande auxílio ao cliente diante de qualquer dúvida ou problema que o mesmo possa ter.

1.2.3 PROMOÇÃO

Segundo Kotler (1998), promoção é o conjunto de ações que estarão incidindo sobre certo produto e/ou serviço, de forma a estimular a sua comercialização ou divulgação.

RELAÇÃO COM O CLIENTE

A fim de pesquisar a promoção praticada pela marca, é necessário, primeiramente, entender um dos maiores diferenciais da Makai Bikini: a sua comunidade de clientes.

Desde a criação da marca, as irmãs Carol e Julia Mauro sempre exalaram o estilo de vida - o *lifestyle* carioca, tal qual sempre fez parte da personalidade e do contexto de vida das duas, sendo algo inerente à sua imagem. Desta forma, a marca se tornou um reflexo dessa imagem, gerando, a partir disso, um objeto de desejo nas suas seguidoras - futuras clientes - que começaram a buscar por esse *lifestyle*, o que as levava indiretamente aos produtos da marca. Essa dinâmica se tornou uma das essências da Makai, que foi se transformando quase que em uma pessoa, uma melhor amiga para esse grande coletivo de meninas que se identificavam com essa essência e se espelhavam nessa imagem.

Como cenário de ineditismos, transgressões, modismos, invenções, nenhuma outra praia desbanca o trio Copacabana, Ipanema e Leblon. É no Rio de Janeiro que as ideias de estilistas e 'curiosos' saem para as areias dos 9,2 mil quilômetros de litoral do Brasil. E para o resto do mundo. (PACCE, 2016, p. 243)

Atualmente, a marca se tornou referência nesse aspecto. É possível observar em suas redes essa interação entre a marca e a sua comunidade; o tom de voz escolhido é intencionalmente descontraído e divertido, apropriando-se de gírias e misturando o inglês com o português, visando se distanciar de uma linguagem corporativa, sem deixar de lado o marketing de produto, como é possível observar na ilustração 10:

Ilustração 10 - Printscreen de uma legenda utilizada pela marca em seu Instagram



makaibikini she's bluetiful (k sorry for the pun this was awkward byeee see u tomorrow com o lançamento do novo drop intimates 💕)

babe @nataliacangueiro usa top faith lacework blue springs

Ver todos os 5 comentários

nataliacangueiro 🤔🤔🤔🤔🤔

cicafernandes hahahahaha makai ily

EXEMPLO DO TOM DE VOZ UTILIZADO PELA MARCA
MISTURA DO INGLÊS COM O PORTUGUÊS
FAZENDO PARECER QUE É UMA AMIGA ESCRIVENDO
PORÉM SEMPRE MENCIONANDO O PRODUTO INDIRETAMENTE

Fonte: Makai Bikini, 2023

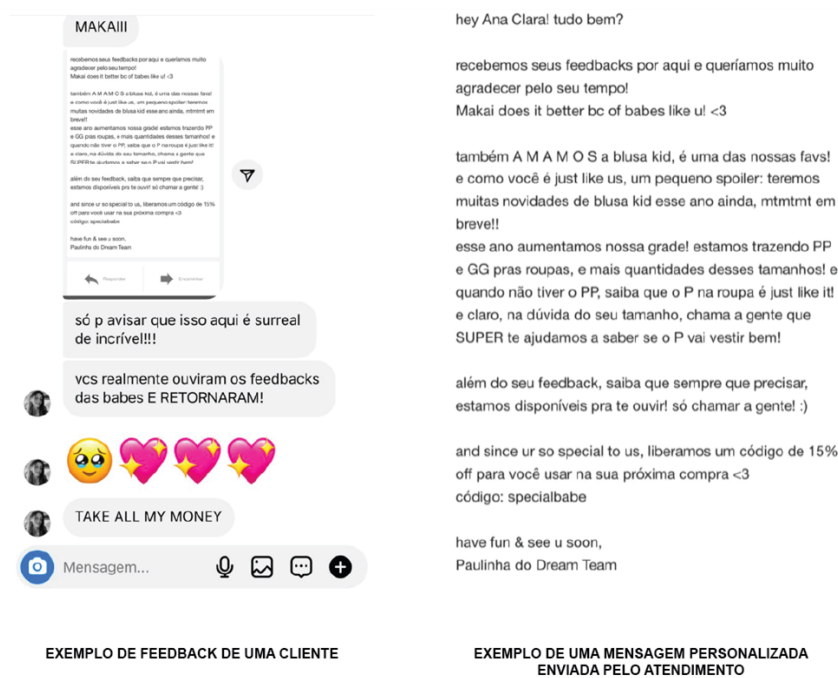
Em busca de obter um panorama interno dessa relação com o cliente, foi realizada uma entrevista pessoalmente no dia 21/05/23 com a Diretora de Atendimento da marca Paula Felix que, transmitiu a sua visão de quem são essas clientes e porque se identificam com a Makai: "Eu gosto de dizer que no atendimento a gente "é" essa personagem "Makai", que é uma garota *teen*, atualizada de tudo o que é *cool*, e descolada, tem tudo o que quer, sempre muito amável (e espalha amor) e educada, pronta pra ajudar, mas que não tem medo, vergonha, e consegue conquistar tudo o que deseja, porque é autêntica, sabe o que quer e não tem medo nenhum de ir lá abrir caminho e conquistar sonhos - tudo isso no seu melhor look. E, eu acredito que as "babes" são exatamente assim, ou estão no caminho de ser. Resumindo, elas são, em sua maioria, meninas que buscam conquistar seu lugar em suas carreiras e seus sonhos, mas, que estão sempre com seus melhores looks, sem medo de serem quem são, e estão sempre por dentro das tendências de moda"

Esse trecho da entrevista evidencia como a marca utiliza seu tom de voz e se transforma em uma pessoa real para as suas clientes, trazendo uma grande intimidade e confiança através da sua comunicação, que é realizada por duas meninas, que já foram e ainda são clientes da marca e que entendem e acreditam na proposta da marca e são capazes de transmitir isso para as clientes.

Acredito que, pela identificação, ou por se espelharem na imagem passada pela marca, a Makai acaba sendo "alguém" que elas podem ter como inspiração e lembrete que é permitido ser autêntica e corajosa e, ao mesmo tempo, o lugar em que elas podem buscar boas roupas, que passem essa identidade, onde também buscam conselhos e, o mais importante: muitas vezes para elas, vestir Makai é como um movimento do tipo: "visto makai porque eu sou sim a minha melhor versão, eu sou e represento tudo o que a Makai é, eu estou sim no clubinho da Makai". Além disso, elas também têm a oportunidade de ser amiga dessa "pessoa", participar de uma comunidade de outras meninas que também almejam aspectos similares para vida, e conseguir "direto da fonte" dicas de como chegar lá. (FÉLIX, 2023)

Diante disso, é importante pontuar que, toda a comunicação praticada pela marca gira em torno dessa relação com as suas clientes, refletindo diretamente nas estratégias criadas e nos seus produtos desenvolvidos. Ao conhecer e possuir uma relação forte como essa com seu público, se torna mais assertivo produzir peças que irão agradá-lo e, conseqüentemente, será mais vendável. Na ilustração 11 a seguir, é possível observar dois exemplos da comunicação da marca com as suas clientes

Ilustração 11 - Dois exemplos de comunicação da marca com suas clientes

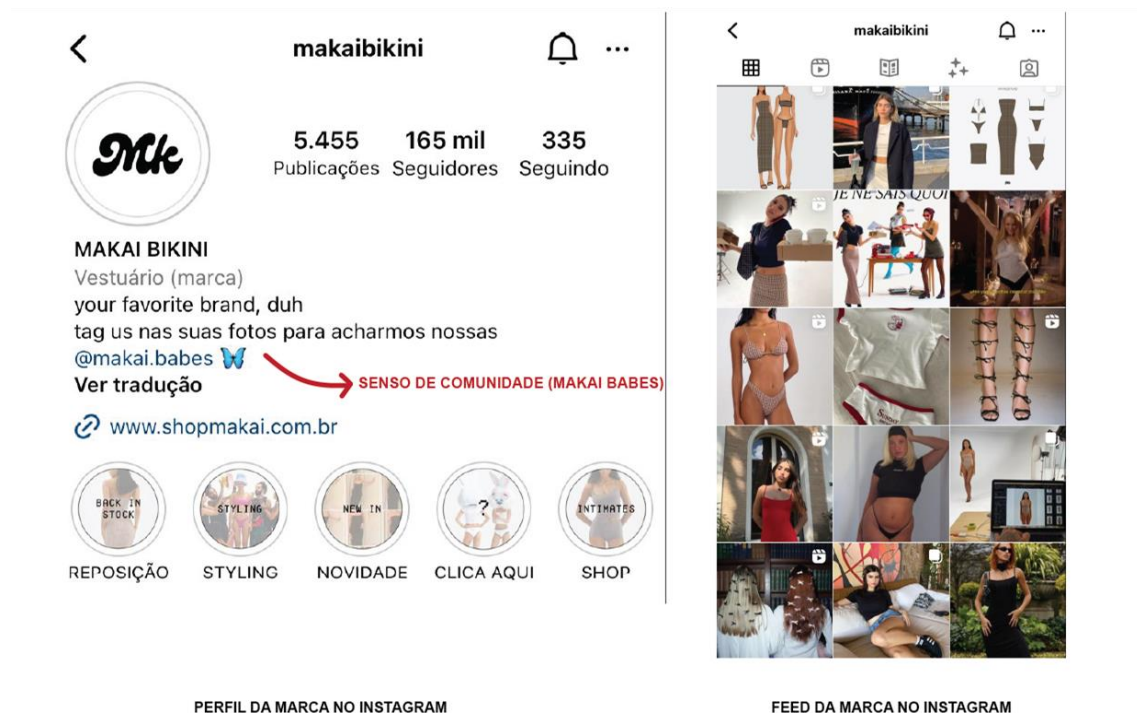


Fonte: Acervo Pessoal, 2023

INSTAGRAM

A marca utiliza, principalmente, o Instagram para promover seus produtos, onde possui 166 mil seguidores e 5.449 publicações (ilustração 12), essa promoção é feita através de diversas estratégias.

Ilustração 12 - Printscreen da página do Instagram da marca



Fonte: Makai Bikini, 2023

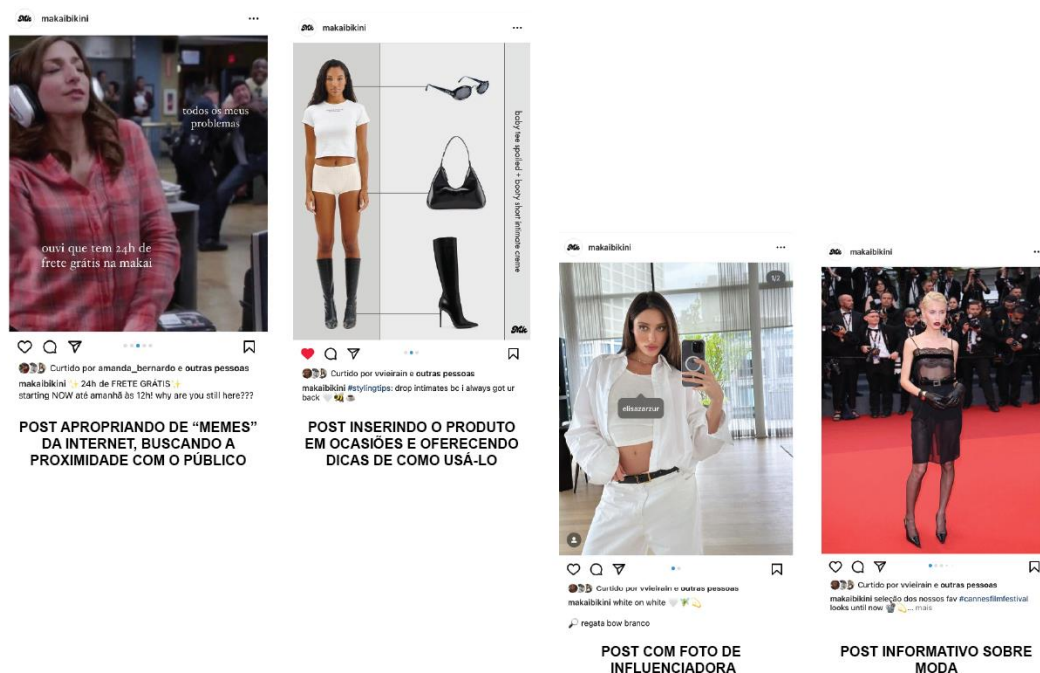
Atualmente, a marca procura mesclar diversos tipos de conteúdos, sendo eles fotos '*lifestyle*' que seriam imagens mais descontraídas dos produtos, podendo ter sido produzidas pelas influenciadoras digitais contratadas pela marca e, também, pelas suas criadoras Carol e Julia Mauro, que aparecem recorrentemente no *feed* do Instagram. Além disso, a marca investe bastante no conteúdo informativo de moda, trazendo temas atuais e relevantes nesse meio, seguindo a sua estratégia de se estabelecer como uma referência nesse assunto. Aliado a isso, a marca procura sempre encaixar seus produtos em situações e oportunidades do dia a dia para as clientes enxergarem onde e como poderiam estar utilizando aquela peça, como é o exemplo do conteúdo produzido no *story* intitulado '*How To Style*' onde são apresentadas maneiras de utilizar determinada peça, oferecendo dicas de como o cliente pode estilizar o seu produto de desejo.

A interação nos *posts* da marca é bem alta, tendo bastante curtidas e comentários, que a mesma procura sempre responder. Além disso, as clientes, chamadas de '*babes*' estão sempre postando em suas próprias contas no Instagram, fotos utilizando as peças e marcando o @ da marca para serem repostadas nos *stories*.

Outra ferramenta bastante utilizada são os Destaques, onde são categorizados por pequenos 'quadros' recorrentes, sendo eles: *Back In Stock*, onde são apresentadas as peças que foram repostas no site, Novidade, contendo informações e fotos sobre os novos lançamentos, *Find Us At*, onde apresentam as informações a respeito dos pontos de venda físicos da marca e, um dos mais acessados, *Try On*, mostrando vídeos das modelos nos tamanhos P e G experimentando as peças.

A Makai possui, também, mais duas contas no Instagram, sendo a primeira delas o @makai.babes, que tem como objetivo compartilhar fotos das 'babes', ou seja, das clientes da marca utilizando suas peças. Isso contribui diretamente para a formação e manutenção dessa comunidade criada. A segunda conta é o @bossbabes.club que, inicialmente, tinha o objetivo de ser o canal de vendas da linha de papelaria da marca, porém, atualmente, é uma rede na qual, uma das criadoras da Makai compartilha seus conhecimentos a respeito de estratégias de marketing e empreendedorismo, gerando uma comunidade de mulheres que têm a oportunidade de dividir e adquirir conhecimento, como é possível observar na ilustração 13:

Ilustração 13 - Printscreen de quatro postagens do Instagram da marca



Fonte: Makai Bikini, 2023

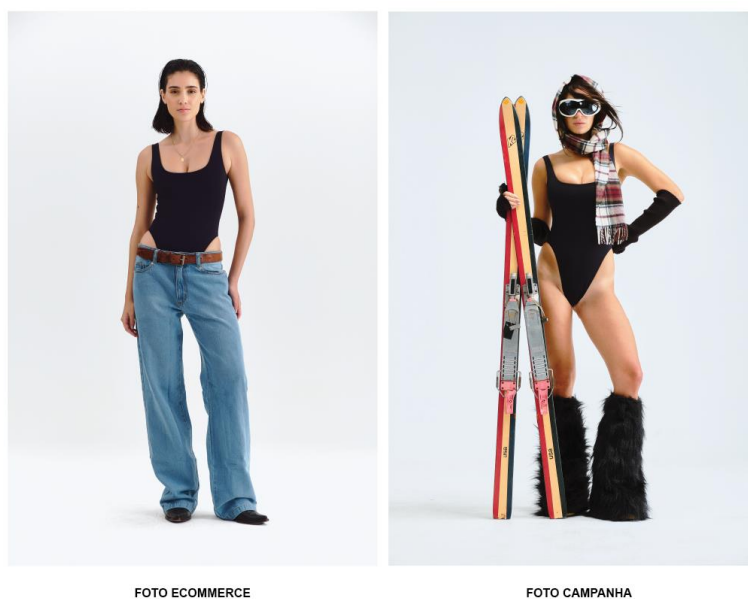
EDITORIAIS

A marca trabalha sempre com os “editoriais *ecommerce*”, que são realizados em fundo branco com o objetivo de mostrar o produto no corpo e todos os seus detalhes, é uma abordagem mais técnica sem interferências conceituais ou até mesmo acessórios como bolsas e óculos, o foco é 100% no produto. Paralelo a isso, são realizados também os editoriais campanha que buscam trazer o olhar mais artístico, no objetivo de traduzir para o cliente o conceito idealizado para a coleção.

Utilizando ainda o exemplo da coleção de inverno 2023, na qual o conceito idealizado era realizar um calendário, onde cada *drop* representaria um mês do ano e uma temática diferente, a dinâmica projetada para essas fotos seguiu um cronograma e um planejamento para que o resultado final estivesse de acordo com as expectativas iniciais. Primeiramente, a diretora criativa da marca idealiza o conceito e transmite ele através de um *briefing* para o resto da equipe que, se divide para organizar as tarefas necessárias para as fotos ocorrerem. No caso deste editorial, o *briefing* era realizar as fotos em um estúdio com fundo branco já que o foco iriam ser os acessórios e *props* (objetos de cena) adicionados às fotos e, todas essas fotos precisam seguir a mesma identidade visual, uma vez que, fariam parte do mesmo calendário.

Para ilustrar, pode-se observar a seguir (ilustração 14) uma das fotos utilizadas para compor o calendário, a temática escolhida para esse *drop* era '*Winter Ski*' (Esquiando no Inverno – tradução nossa), portanto, foram incorporados acessórios que remetesse a isso, como o próprio ski, o cachecol e o óculos de esqui, juntamente com o maiô, que é uma das peças da coleção. Ao lado dessa imagem, é possível observar a foto realizada para o *ecommerce*, as duas fotos são referentes ao mesmo produto, o maiô preto, porém, é possível observar uma grande diferença na proposta das duas. Essas fotos são veiculadas nas mídias sociais da marca e no site também, o qual sempre é atualizado com um *banner* em sua página principal, contendo a foto correspondente ao *drop* que foi lançado por último.

Ilustração 14 - Imagem comparativa de uma foto ecommerce e uma foto campanha



Fonte: Acervo Pessoal, 2023

Pode-se observar que, muitas vezes, uma marca é lembrada por suas campanhas ou por uma foto em específico por ter gerado um sentimento para um grupo de pessoas, fazendo com que aquele editorial específico se torne uma referência quando se trata de tal marca. Uma vez que um editorial é composto por fotos que possuem significado agregado, a marca consegue gerar identificação em seus clientes, como aponta André Carvalho (2021, p. 17):

Dito isso, se torna relevante para a Makai estar sempre investindo criativamente em seus editoriais, visto que, busca se tornar referência no meio da moda.

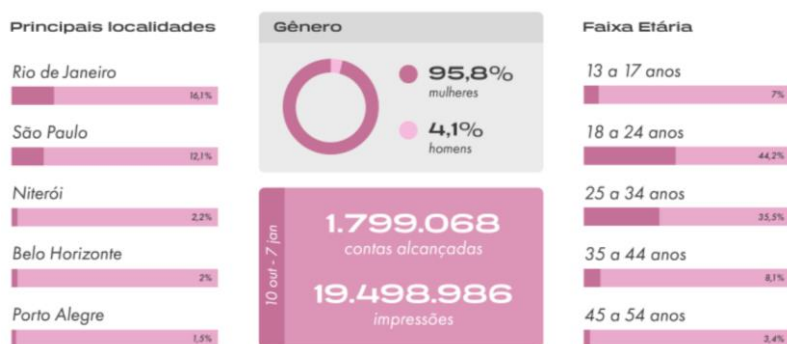
1.3 Pesquisa de público

Em seu livro "Fashion Management" (2022), Rosemary Varley busca traduzir a ideia de público alvo como alguém que deve ter seus bens e serviços aliados aos seus desejos e, adiciona que, se uma marca tenta agradar todos os clientes de uma vez, ela acaba agradando nenhum.

Desse modo, é possível compreender que, ao iniciar uma marca, é essencial definir para quem será direcionado o seu produto e, a partir disso, direcionar toda a sua estratégia de marketing e promoção para atender às necessidades desse público e utilizar uma linguagem adequada para o mesmo.

A Makai Bikini possui seu público alvo muito bem definido, é possível identificá-lo facilmente ao analisar a identidade visual, os produtos e, principalmente, a linguagem da marca. Esse público é composto por garotas jovens de 18 a 24 anos que gostam de um estilo de roupa e biquini diferente do comum, com estampas exclusivas e que buscam por escolhas mais sustentáveis. Além de se interessarem por produtos e conteúdos que estão fazendo sucesso no mundo da moda, gostam de dicas de *styling* (estilo - tradução nossa) e tendências atuais. Além disso, são mulheres que desejam se sentir seguras e confortáveis e que prezam por marcas de confiança. Seus principais interesses são as redes sociais, mundo pop, entretenimento, moda praia, festas e viagens.

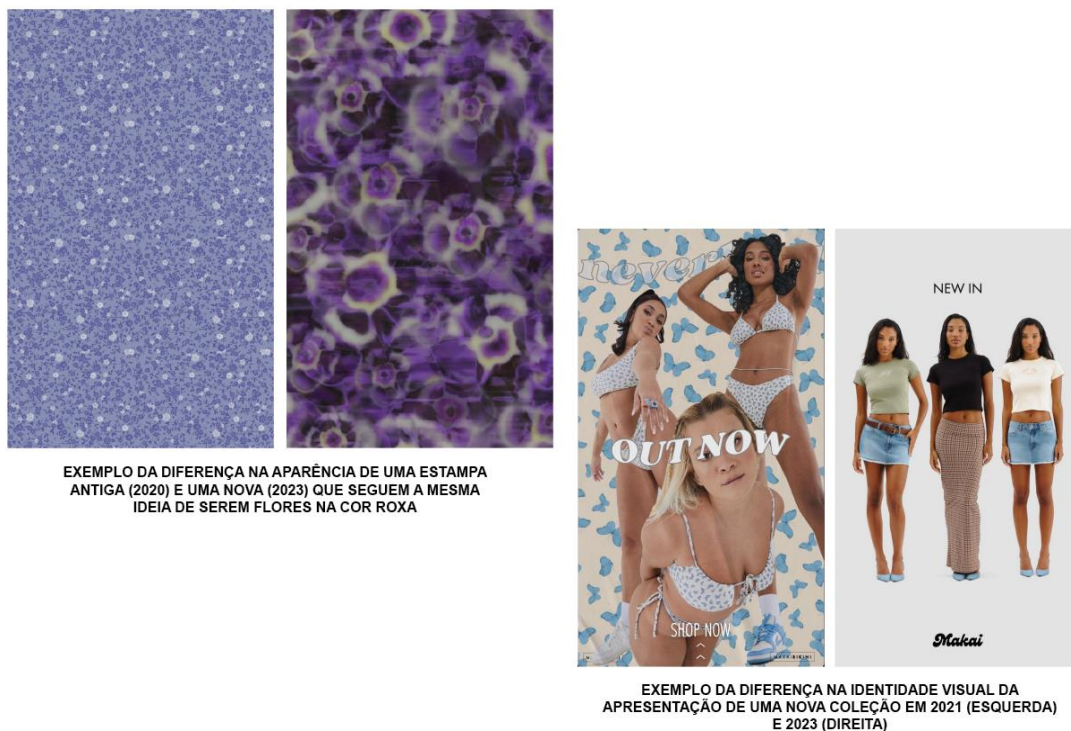
Ilustração 15 - Gráfico de análise do público atual da marca



Fonte: Material Institucional da marca, 2023

A ilustração 15 acima apresenta os dados concretos da marca atualmente, através deles é possível identificar que o público alvo da mesma está alinhado com o público que, de fato, consome os seus produtos. É possível observar também que a marca atinge um segmento mais velho, entre 25 e 34 anos. Isso pode ser explicado uma vez que a Makai vem implementando a estratégia de reposicionar a marca no mercado visto que, estava caminhando para um lugar muito jovem e infantil. Esse reposicionamento tem sido acompanhado por uma mudança gradual nas coleções, na identidade visual e na comunicação e, com isso, os preços dos produtos vêm aumentando também, tudo isso em busca de atingir clientes que se alinhem a esse estilo mais jovem adulto que a marca tem se adequado, porém, mantendo a mesma faixa etária. Na ilustração 16, é possível observar essa evolução na sua identidade:

Ilustração 16 - Imagens apresentando a evolução na identidade visual da marca



Fonte: Elaborada pela autora, 2023

1.4 Estratégias de marketing para 2023

A Makai Bikini está sempre em busca de aprimorar suas estratégias e alinhá-las a fim de atingir os resultados idealizados. A cultura interna da empresa preza por estar sempre alimentando a motivação e inspirando a inovação em suas sócias e funcionárias. Com isso, a empresa saberá constantemente em que direção está seguindo, o que possibilitará que suas metas e objetivos sejam realizados.

Em entrevista com a Diretora de Marketing da marca, Cecilia Fernandes, foi possível identificar as principais estratégias de marketing para o ano de 2023, entre elas estão a captação de novas clientes, investimento em marketing de influência e conteúdo viral e, por fim, contratação de uma assessoria de imprensa.

CAPTAÇÃO DE NOVAS CLIENTES

A principal estratégia da marca para esse ano tem sido a aquisição de novos clientes. Uma vez que uma cliente é conquistada na Makai, ela é facilmente retida, ou seja, a grande maioria das suas clientes são fidelizadas após a primeira compra.

Porém, existe um limite de quanto essa cliente irá investir na marca em um determinado período, mesmo porque, essa pessoa está, possivelmente, dividindo sua atenção entre a Makai e outras marcas de roupa e, também de outros segmentos como maquiagem, acessórios etc.

Portanto, já que a marca garante essa fidelização, é importante investir em estratégias que atinjam um público considerado topo de funil, ou seja, estratégias que irão fazer esse público conhecer a marca (prospecção) e, conseqüentemente, para uma estratégia de funil bem sucedida, esse público deve passar por todas as etapas desse funil até a última, que seria a sua fidelização. Para contextualizar o conceito de funil de marketing (ilustração 17), Humberto Marques (2020) o define como uma metodologia que permitiu que a área comercial conseguisse organizar e controlar os resultados esperados, servindo como ferramenta de apoio ao profissional de vendas:

Ilustração 17 - Funil de vendas



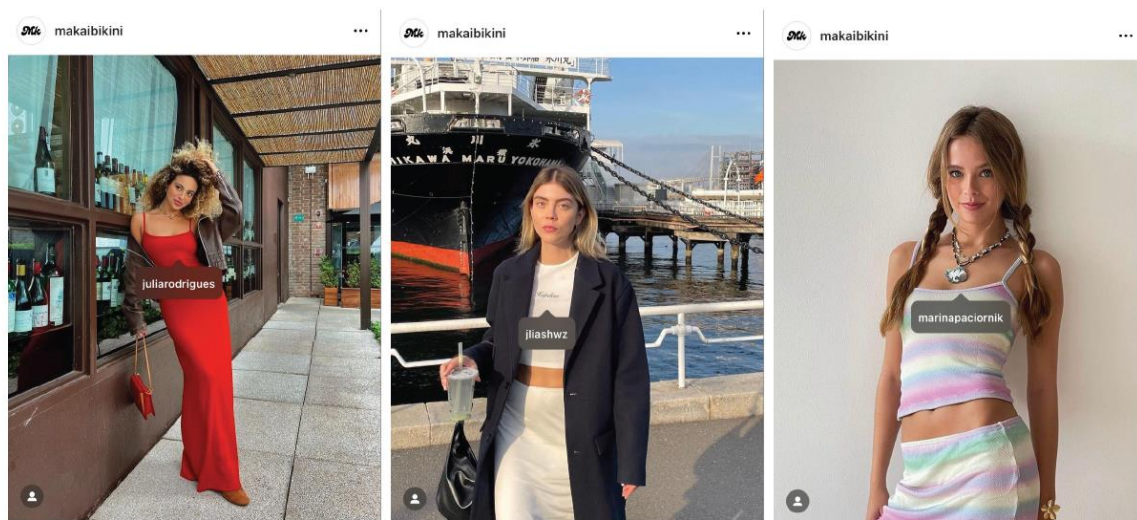
Fonte: Humberto Marques (2020, p.20)

A partir disso, é possível identificar, então que, essa estratégia da marca está focada na fase de prospecção e, para atingir essa etapa do funil, a mesma investe em tráfego pago direcionando o marketing de conteúdo para que essas pessoas, primeiramente, conheçam a marca, sejam atraídas pelo conteúdo criado e, posteriormente se convertam para clientes e, por fim, fidelizem sua relação com a Makai.

Ainda buscando atingir novos clientes, a marca investe bastante na captação de novas influenciadoras digitais através do Instagram e da assessoria de imprensa, de diferentes nichos e diferentes estados do Brasil para que elas apresentem a Makai para o público delas e, eventualmente, atraiam mais clientes para a marca. Na

ilustração 18 é possível observar três exemplos de influenciadoras digitais, sendo elas Julia Rodrigues, Julia Schwarz e Marina Paciornik:

Ilustração 18 - Imagens apresentando influenciadoras no Instagram da marca



EXEMPLOS DE INFLUENCIADORAS PAGAS PARA DIVULGAREM A MARCA PARA O SEU RESPECTIVO PÚBLICO

Fonte: Makai Bikini, 2023

Outra estratégia muito utilizada pela marca para adquirir novos clientes é a realização de sorteios que possuem um potencial muito grande de viralização. São campanhas orgânicas realizadas no perfil do Instagram que propõem que as clientes atuais da marca acabem postando esse conteúdo, marcando perfis de amigas e, assim, mais e mais pessoas conhecem o perfil da Makai. Um exemplo desse conteúdo foi a ativação feita no ano de 2022 que tinha como proposta apenas o compartilhamento do vídeo anunciando o sorteio e a ganhadora recebia o prêmio de um ano de compras na Makai (ilustração 19). Esse sorteio viralizou no Instagram, o post obteve 11 mil curtidas e a marca adquiriu 2 mil novos seguidores em 3 dias.

Ilustração 19 - Imagens ilustrando o sorteio



Fonte: Makai Bikini, 2023

CONTRATAÇÃO DE UMA ASSESSORIA DE IMPRENSA

Em busca de expandir o posicionamento da marca pelo Brasil, a Makai investiu na contratação de uma assessoria de imprensa que, terá como objetivo evidenciar a Carol e Julia como empreendedoras, inserindo a marca em matérias de revista e visando maior reconhecimento da mesma como empresa e, posteriormente, como marca de moda.

OPORTUNIDADE DE UMA NOVA LINHA

A partir desse estudo realizado acerca de todos os aspectos da marca e, principalmente, suas estratégias, foi observada uma oportunidade de criação dentro da marca que irá se alinhar com os objetivos da mesma.

Tendo em mente a estratégia de trazer mais atenção para a Makai, foi identificada a chance de desenvolver uma coleção cápsula vanguarda para a marca, ou seja, produtos diferenciados dos já praticados, visando a criação de uma “linha premium” que irá fazer com que a mesma se torne mais relevante no meio da moda, chamando mais atenção desse novo público mais velho, que foi identificado.

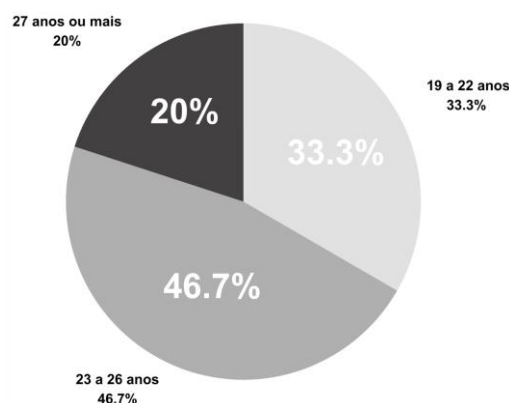
1.4 PESQUISA DE CAMPO

Uma vez que, o objetivo deste projeto é a criação de uma coleção cápsula vanguarda para a Makai Bikini, foi desenvolvido um formulário através da plataforma do Google Forms no período de uma semana no mês de maio de 2023, visando compreender o comportamento de compra das suas clientes e sua percepção sobre a marca e, introduzir a ideia de uma nova linha de produtos em busca de avaliar a aceitação da mesma entre as suas clientes. O resultado dessa pesquisa é parcial, uma vez que, o formulário permanece aberto atualmente com o objetivo de captar mais informações e atingir mais pessoas.

Em um primeiro momento, será analisado o perfil da consumidora por meio de perguntas acerca do seu estilo de vida e vida pessoal, buscando traçar uma persona para essa coleção

Com a aderência de 16 respostas (gráfico 1), a faixa etária dessa pesquisa delimitou-se entre mulheres de 19 a 29 anos, a mesma faixa etária prevista na análise do público atingido pela marca.

Gráfico 1: gráfico representando a faixa etária das respostas obtidas

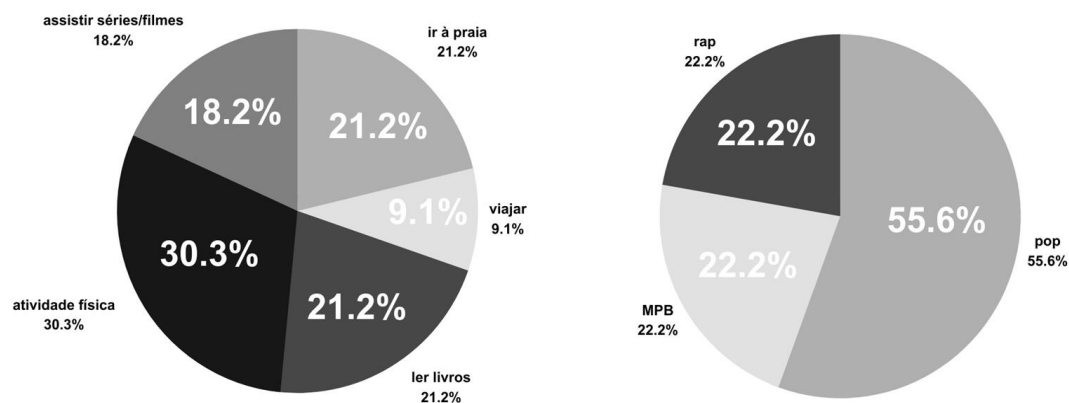


Fonte: Formulário elaborado pela autora, 2023

Por meio das próximas perguntas foi possível obter um resultado acerca dos principais hobbies, atividades no tempo livre e tipo de música que essas consumidoras mais consomem. Através desses resultados, foi possível observar que essas consumidoras gostam de praticar atividades físicas, ir à praia e ler livros, além de escutarem, majoritariamente, o estilo de música pop. Esse resultado pode ser relacionado diretamente com a marca, uma vez que, a mesma possui uma linha de roupa destinada à atividades físicas, que é um dos *best sellers* (produtos mais

vendidos) da marca, além de muita variedade de biquínis. Além disso, sua comunicação é bastante voltada para o mundo pop em seu feed do Instagram, onde a mesma posta diversos conteúdos a respeito do assunto.

Gráfico 2 e 3: gráficos apresentando principais hobbies e estilos de música

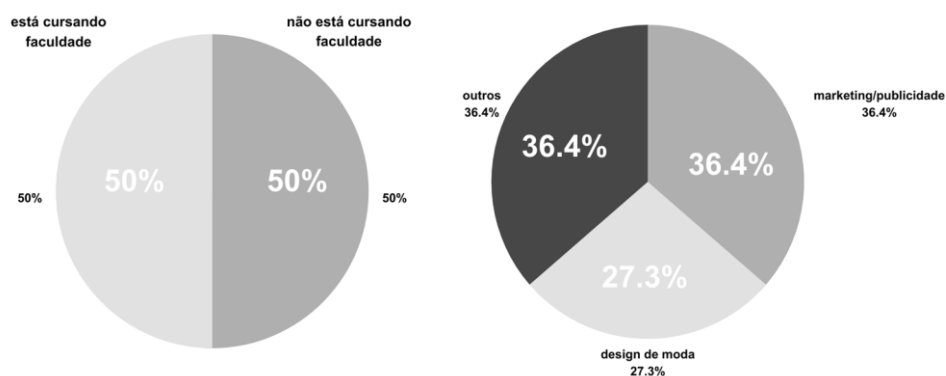


Fonte: Formulário elaborado pela autora, 2023

Nas duas próximas perguntas do formulário, o objetivo foi identificar se essas clientes estavam cursando faculdade e/ou trabalhando e em que área.

A partir das respostas, foi possível concluir que, dado a faixa etária das entrevistadas, metade está cursando faculdade e metade está trabalhando, principalmente, nas áreas de moda e marketing. Uma vez que, as redes sociais da Makai buscam abranger um conteúdo informativo de moda e marketing, se torna compreensível esse resultado.

Gráficos 4 e 5: gráficos representando o momento profissional e educacional



Fonte: Formulário elaborado pela autora, 2023

A partir dessa etapa, foram feitas perguntas acerca do comportamento das clientes, buscando compreender a sua frequência de consumo e o que prezam em um produto e marca de moda. Através das respostas, foi possível observar que os principais fatores que mais são levados em consideração no momento da compra são a qualidade, conforto e modelagem das peças. Ao fazer um paralelo com uma pergunta posterior, onde as clientes respondiam o que mais as chamou atenção em seu primeiro contato com a Makai Bikini, as principais respostas foram a qualidade do produto, a modelagem e a comunicação da marca, ou seja, a proposta da marca está diretamente alinhada com o que é esperado pelas suas consumidoras, o que mostra que a mesma está no caminho certo na construção da sua relação com as suas clientes.

Buscando entender como essas consumidoras enxergam um produto de preço elevado, foi perguntado o que as mesmas levam em consideração ao julgar o preço de um item de moda e, com isso, foi possível associar esse comportamento de compra ao valor percebido do produto, ou seja, se o mesmo possui alta qualidade no tecido, beneficiamentos diferenciados, acabamento bem feito e, também, a relevância da marca. Juntamente a isso, as clientes responderam que estariam dispostas a pagar um valor mais elevado por um produto que carrega um conceito, uma vez que, valorizam o processo e os materiais envolvidos no desenvolvimento desse produto, além de serem capazes de perceber o *branding*¹ construído.

Para marcas de luxo o preço (alto) é um fator bastante importante. Não só por uma equação financeira, mas porque o próprio preço ajuda a posicioná-la. Mas é importante considerar que o preço precisa ser justificado. As estratégias de construção de uma marca de preço alto são diferentes das demais. Qualidade de produto e de atendimento, arquitetura e personalização são atributos básicos quando se fala de uma marca dessas. (CARVALHAL, 2021, p. 150).

Ao fazer uma correlação dessa comportamento de consumo com a proposta da marca, é possível concluir que, essas consumidoras enxergam um valor associado à Makai para além das suas peças, as mesmas acreditam que a marca vende um *lifestyle* ao construir sempre um *storytelling* (narrativa - tradução nossa) por meio de suas coleções, trazendo a sensação de que todas as estratégias são milimetricamente pensadas com o objetivo de fazer as suas clientes se sentirem pertencentes desse universo criado.

¹ Gestão estratégica de marca, na qual são planejadas ações para promovê-la e torná-la mais desejada e relevante.

2. Pesquisa de mercado moda praia vanguarda

Para a American Marketing Association,

Pesquisa de marketing é a função que liga o consumidor, o cliente e o público ao homem de marketing, por meio da informação - usada para identificar e definir oportunidades e problemas de mercado; para gerar, refinar e avaliar ações de marketing; para monitorar o desempenho de marketing e para melhorar a compreensão do marketing como processo. (MALHOTRA, 2001 p. 45)

Ou seja, a pesquisa de mercado se torna essencial em todos os cenários de uma marca, principalmente quando está sendo visado um novo direcionamento como é o caso da criação de uma linha vanguarda para a Makai Bikini. Estudar e pesquisar o que marcas de referência e similares estão fazendo, no que estão investindo e que estratégias estão traçando, é um material valioso para identificar oportunidades e riscos nos seus próximos passos, esse estudo será realizado através da metodologia dos 4 Ps, conforme foi realizada no capítulo anterior, durante o estudo de caso da Makai Bikini.

2.1 Lenny Niemeyer

Foram definidas duas marcas focais em busca de pesquisar como as marcas de referência para a Makai estão investindo em suas coleções vanguardas, a primeira delas foi a Lenny Niemeyer.

Introduzindo a importância da marca para o mercado de moda praia brasileiro, as palavras da própria Lenny no livro “O biquíni made in Brazil”:

“Se algodão era bom na praia, seda e musseline também deveriam ser. São fibras naturais que absorvem bem o suor. Decidi fazer uma canga de musseline. O pessoal da estamparia me achava doida!” Os biquínis de seda ficaram tão bons que viraram um diferencial, e sua confecção passou a trabalhar a todo vapor em 1985. (PACCE, 2016, p. 258)

Niemeyer (2022) conta em uma entrevista ao Portal R7, quinto maior portal de notícias online do Brasil, que deu início a sua trajetória no mercado de *beachwear* feminino identificando um déficit de produtos para o público mais ousado, criando, assim, as suas primeiras estampas que, fugiam do considerado "minimalista" para a época, conforme mostrado na Ilustração 20 abaixo, onde é possível observar suas peças vanguardistas em seu desfile no SPFW de 2021:

Ilustração 20 - Desfile Lenny Niemeyer no SPFW 2021



Fonte: Reprodução/DOL Notícias, 2021

O propósito principal da marca é transmitir a essência da mulher carioca através das suas estampas e modelagens, abraçando todos os tipos de corpos e oferecendo a versatilidade de roupas que podem ser usadas tanto na praia quanto fora dela.

A carioca é leve, descontraída e de espírito livre. Acredito que a marca reforça esse estilo por meio da estamparia, das formas orgânicas da cidade com a sua arquitetura e botânica incomparáveis, e na liberdade de vestir corpos diversos com uma moda descomplicada. (NIEMEYER, 2021).

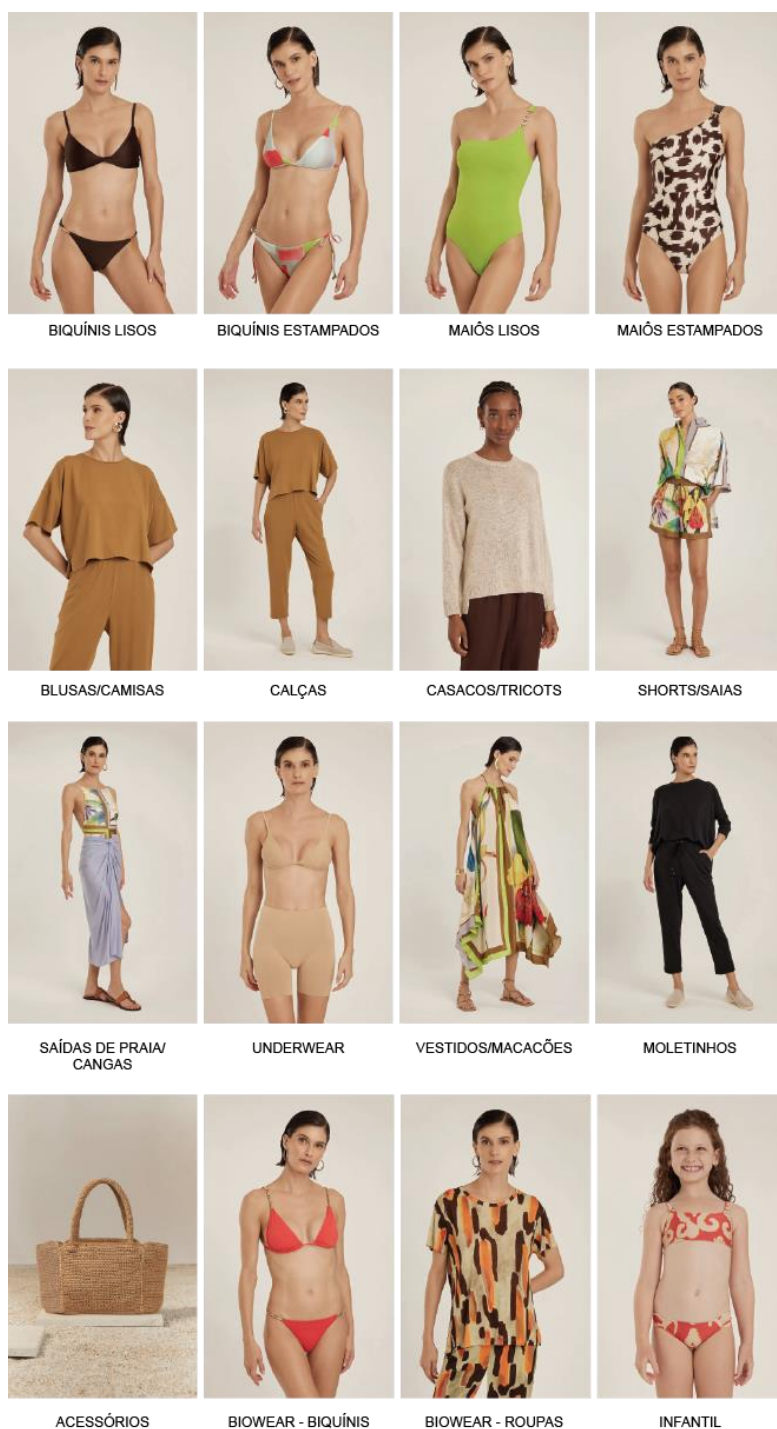
Além disso, a marca tem buscado seguir um caminho mais sustentável, optando por tecidos biodegradáveis como a lycra biodegradável, e a lycra Econyl por meio da parceria com a Reorder. A marca trabalha também com malhas de bambu e acessórios feitos de buriti, caroá e vime advindos de cooperativas familiares do norte do Brasil. É possível observar que a Lenny está buscando cada vez mais olhar para um futuro responsável.

PRODUTO

A marca oferece seus produtos em coleções seguindo o calendário de moda, ou seja: Verão e Inverno, além, também, de realizar lançamentos pequenos e pontuais de um coordenado de uma estampa ou cor. Na pesquisa realizada em agosto de 2023, a mesma dividia seus produtos no site como Essentials (são as peças básicas e fixas da marca), Biowear (produtos feitos com material sustentável), Biquínis (Biquínis Lisos, Biquínis Estampados e Biquínis Infantis), Maiôs (Maiôs Lisos, Maiôs Estampados e Maiôs Infantis), Roupas (Blusas/Camisas, Calças,

Casacos/Tricots, Shorts/Saias, Saídas de praia/Cangas, Underwear, Vestidos/Macacões, Moletinho e Infantil), Acessórios e Infantil. Os modelos da marca são mais clássicos e atemporais, trazendo seu diferencial nas estampas super elaboradas e diferenciadas e nos seus beneficiamentos. Os produtos atendem do tamanho P ao GG, sendo alguns oferecidos em tamanho único como as saídas de praias e túnicas. Na ilustração 21, é possível encontrar alguns exemplos dos produtos identificados em seu site:

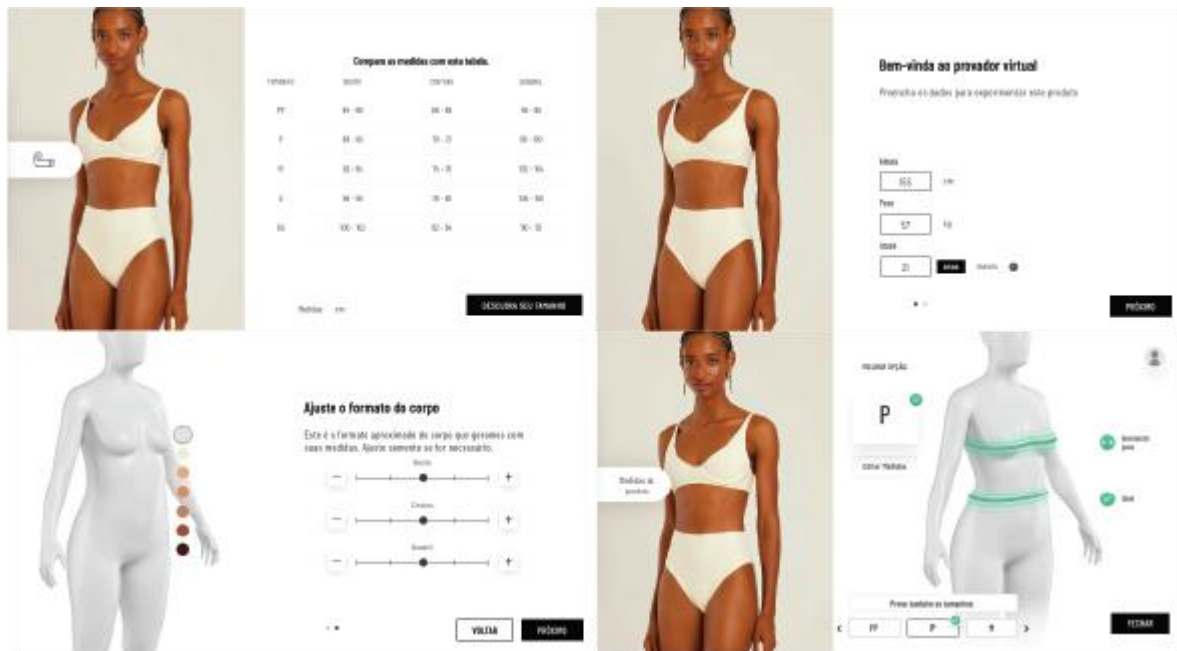
Ilustração 21 - exemplos dos produtos oferecidos no site da marca



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

No site da marca Lenny, existe um provador virtual, no qual a cliente pode inserir todas as suas medidas, ajustando a visualização para o mais fiel ao seu corpo e ele irá sugerir o tamanho ideal para compra, como é possível observar na ilustração 22 abaixo:

Ilustração 22 - tabela de medidas e provador virtual



Fonte: Lenny Niemeyer, 2023

Em paralelo a esse recurso, o site também oferece uma tabela de medidas, sendo essas duas ferramentas essenciais para a experiência de compra de suas clientes, facilitando o consumo online, uma vez que, a maior dificuldade de realizar compras pela internet é a impossibilidade de experimentar a peça.

A seguir, serão apresentadas as duas principais linhas trabalhadas na marca e suas diferenças mais predominantes, observando como a marca traça a sua estratégia, levando em consideração tanto os preços oferecidos quanto os elementos de design das peças.

LINHA ESSENTIALS

A marca possui peças denominadas 'Essentials' que fazem parte de uma coleção fixa que apresenta roupas e biquínis básicos e atemporais com modelagens mais simples e sem muitos beneficiamentos.

Com o olhar voltado para o que realmente é essencial no armário da mulher clássica com estilo de vida contemporâneo, a coleção Essentials, assinada por Lenny Niemeyer, resgata as nuances da sofisticação minimalista. *Shapes*, cores e matérias-primas especiais são o foco principal nessa seleção de itens atemporais. (retirado do site da marca). (NIEMEYER, 2023).

Ilustração 23 - produtos da linha Essentials da marca Lenny Niemeyer

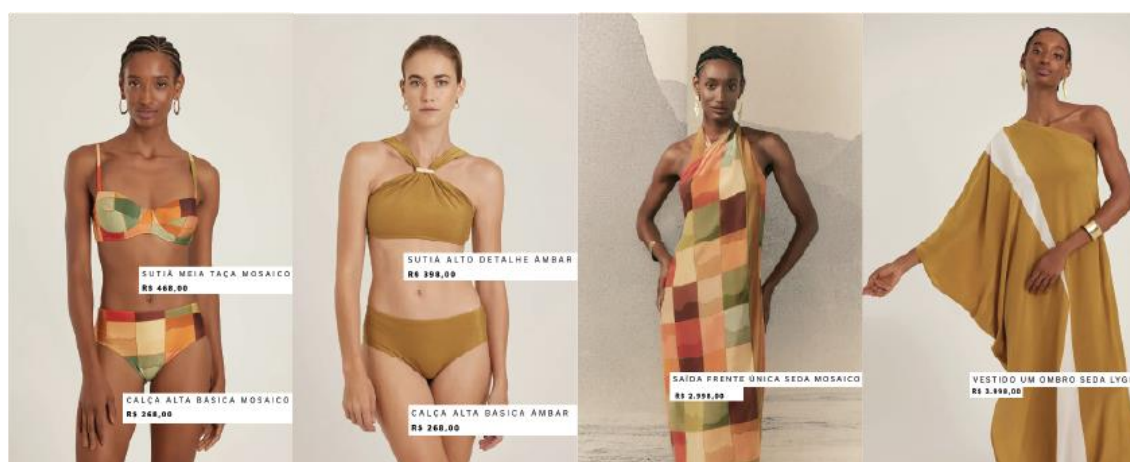


Fonte: Elaborado pela autora, 2023

Através da ilustração 23 acima, é possível observar que os modelos de biquíni são desenvolvidos para serem peças versáteis e não possuem beneficiamentos extras, apesar de apresentarem uma modelagem e acabamento especiais, o que justifica o preço de cada peça.

Em paralelo a essa linha, a marca desenvolve produtos vanguardistas que seguem uma estética mais elaborada, investindo em estampas exclusivas, tecidos nobres como a seda, modelagens assimétricas, trabalhando com cortes e recortes diferenciados e, conseqüentemente, oferecem um preço elevado, como observado na Ilustração 24:

Ilustração 24 - produtos da marca Lenny Niemeyer



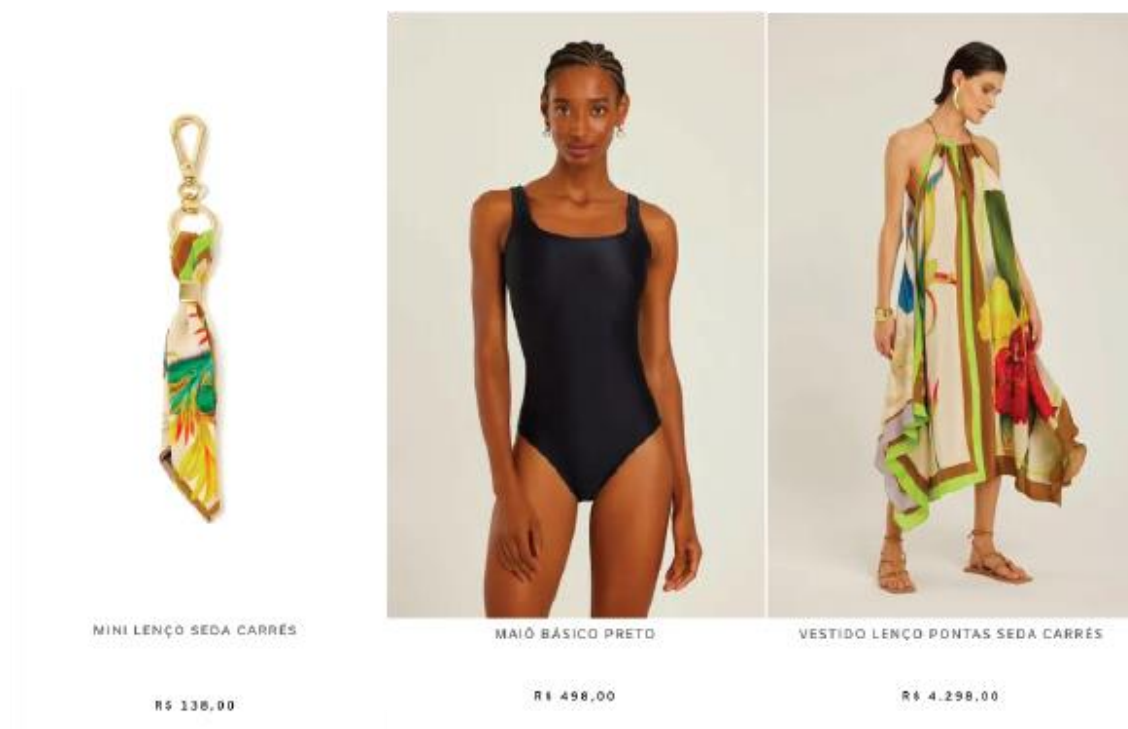
Fonte: Elaborado pela autora, 2023

PREÇO

A Lenny Niemeyer possui preços mais elevados em relação à Makai Bikini. Na pesquisa realizada em agosto de 2023 no *ecommerce* da marca, os preços dos conjuntos de biquínis lisos variam de R\$ 566,00 até R\$ 1.396,00 e os conjuntos de biquínis estampados de R\$ 606,00 até R\$ 996,00. Os maiôs lisos variavam de R\$ 498,00 até R\$ 998,00 e os maiôs estampados de R\$ 568 até R\$ 828,00. Nas roupas, as blusas ficavam entre R\$ 288,00 e R\$ 2.198,00, as calças de R\$ 548,00 até R\$ 2.198,00, casacos entre R\$ 598,00 e R\$ 1398,00, shorts/saias R\$ 498,00 e R\$ 898,00, saídas de praia/cangas R\$ 398,00 e R\$ 2.998,00, vestidos/macacões estavam entre R\$ 568,00 e R\$ 4.298,00 e, por fim, os acessórios variam de R\$ 148,00 até R\$ 3.498,00.

A partir dessas informações, foi possível identificar o valor mais baixo, o mais praticado e o valor mais alto, como pode ser observado na ilustração 25:

Ilustração 25 - Exemplo de preços praticados



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

PRAÇA

A marca possui o seu e-commerce e está presente em 23 lojas em cidades como Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Vitória, Curitiba, Trancoso, Salvador e Brasília, além de aproximadamente 200 multimarcas pelo Brasil. Lenny Niemeyer também exporta para diferentes países, entre eles Estados Unidos, Inglaterra, Alemanha, França, Espanha, Rússia, Itália, Portugal e Japão. Na ilustração 26 abaixo, está representada uma de suas lojas físicas localizadas em Goiânia.

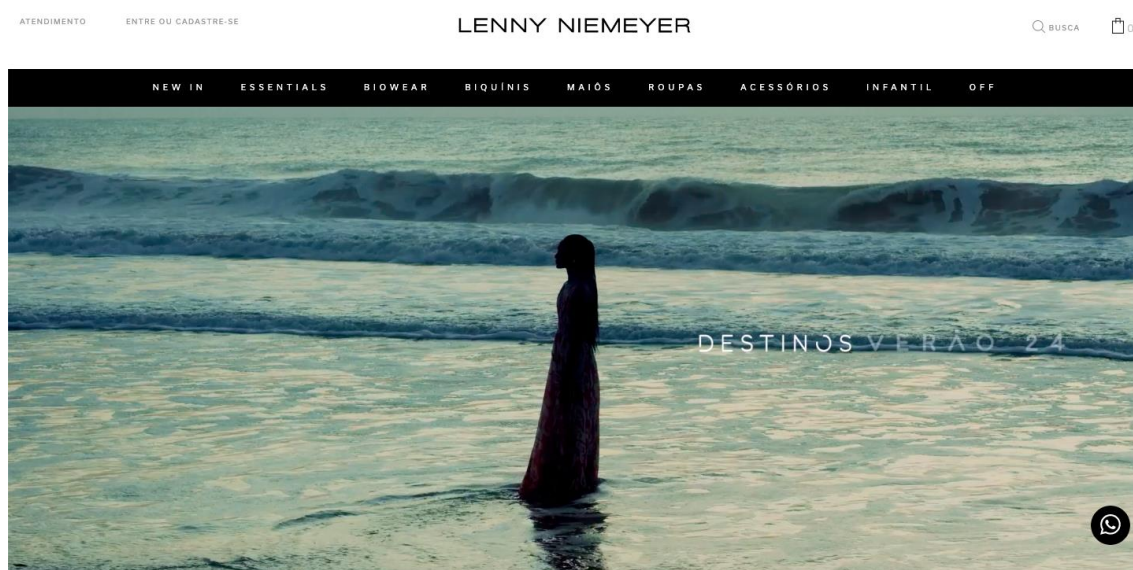
Ilustração 26 - Loja física em Goiânia



Fonte: Fashion United, 2021

O seu site apresenta uma boa navegabilidade, os produtos são sempre mostrados em fotos realizadas em estúdio com fundo neutro, facilitando a sua visualização, contendo também fotos com zoom, apresentando os detalhes das peças. Como é possível observar na ilustração 27, o site oferece uma aba de "New In" na qual são exibidas as novidades, e uma aba de "Off" que apresenta as peças em promoção, direcionando o cliente para uma melhor visualização das mesmas.

Ilustração 27 - Página inicial do e-commerce

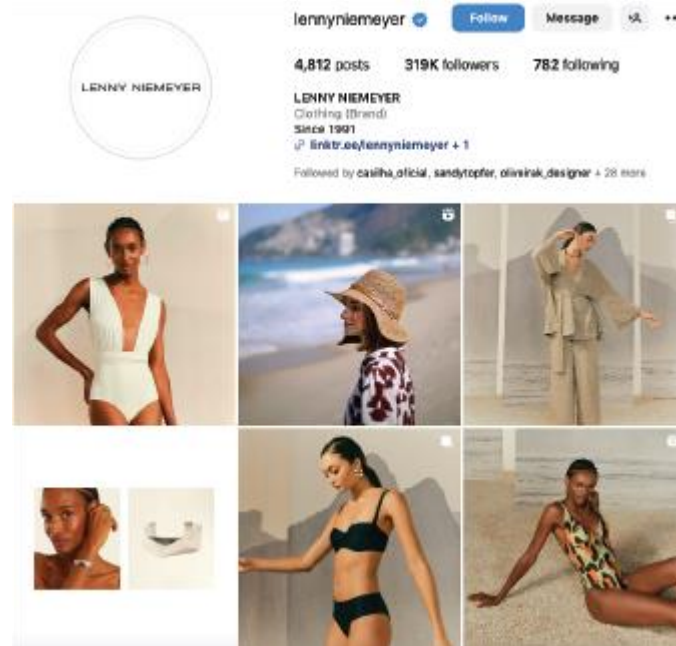


Fonte: Lenny Niemeyer, 2023

PROMOÇÃO

A Lenny Niemeyer está presente no Instagram, como pode ser observado na imagem a seguir, Spotify, Pinterest, Youtube e Facebook. O Instagram é a sua maior rede social, na qual a marca possui 319 mil seguidores e a conta verificada (ilustração 28). Possuindo 4.812 postagens, a marca é bastante consistente na rede, fazendo postagens todos os dias, promovendo a coleção em destaque, sendo através de frames dos seus *fashion films*, fotos das peças em fundo neutro ou fotos de influenciadoras digitais.

Ilustração 28 - Instagram da marca



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

O blog da marca é uma outra plataforma na qual a mesma pode apresentar seu *lifestyle* e ter uma maior conexão com seu público, criando o chamado "Mundo Lenny", onde são feitas postagens direcionadas para suas clientes, indicando restaurantes no Rio de Janeiro, compartilhando artistas, editoriais, croquis de arquitetura com o objetivo de inspirar esses leitores, como está representado na ilustração 29:

Ilustração 29 - Exemplos de postagens no Blog da marca



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

CORRELAÇÃO COM A MAKAI BIKINI

Como mencionado anteriormente, o objetivo desse estudo de *benchmark* é ter como parâmetro, marcas de referência para a Makai Bikini - como estão praticando o mercado. Trazendo para o foco desta pesquisa, se torna essencial observar se essas marcas estão explorando suas linhas e produtos vanguarda, como as estão divulgando e o que pode ser concluído a partir do seu posicionamento.

A Lenny Niemeyer é uma marca que iniciou sua trajetória trazendo peças diferenciadas e inovando tanto na sua modelagem quanto nas estampas, com o tempo foi se adaptando e se tornando mais comercial, sem perder a sua essência e seu diferencial.

Poder aproximar o conceito de nossas coleções e desfiles, que é onde surgem as ideias na sua forma mais pura, é algo que eu sempre tive o desejo de realizar. É uma felicidade tornar tangível ao consumidor esse universo tão importante para a marca. (NIEMEYER, 2023).

O objeto de estudo dessa marca será a sua coleção feita sob demanda, que foi iniciada neste inverno de 2023, na qual está dispondo de uma parte em seu site especialmente para as peças, propondo uma modelagem bem diferenciada do oferecido regularmente. Na ilustração 30 pode-se observar um exemplo dessas peças em volumes produzidas pela técnica do *drapping* (técnica tridimensional em modelagem executadas diretamente sobre o corpo ou manequim, estampas artísticas e produção de amarrações em tiras; nos tons de verde, estampa corrida e barrada em silhueta trapézio longa pregueada)

Ilustração 30 - Peças feitas sob demanda



Fonte: Lenny Niemeyer, 2023

Lenny Niemeyer menciona que começou a observar um desejo de suas clientes em terem peças sob medida e exclusivas e, assim, desenvolveu modelos que podem ser feitos com até 18 metros de seda pura, levando a uma produção de cerca de 50 dias, para cada modelo, o que justifica o preço que varia entre R\$ 10.000 e R\$ 12.000. Segundo a autora da entrevista do jornal O Globo Marcia Disitzer (2023), o *stylist* Felipe Veloso reitera que a Lenny está preenchendo uma demanda crescente do mercado por roupas de festa, oferecendo as mesmas em sua loja física no bairro de Ipanema, no Rio de Janeiro. A designer percebeu uma excelente oportunidade a ser explorada dentro da sua marca, o seu público demonstrou interesse em produtos vanguardistas, o que a levou a traçar uma estratégia que traria atenção para a marca e reforçaria seu posicionamento nesse mercado.

Espelhando essa disposição da marca com a nova linha de produtos vanguarda que será desenvolvida para a Makai Bikini, é possível pontuar que o

estudo do público para essa linha é necessário, e é preciso identificar quem compraria esses produtos exclusivos e com o preço mais elevado. Assim sendo, ao final deste capítulo e da coleta de dados das duas marcas, será realizada uma pesquisa de público na qual será desenvolvida uma persona que estaria consumindo o tipo de produto vanguardista a ser desenvolvido para a Makai Bikini.

2.2 Adriana Degreas

A segunda marca a ser pesquisada é a Adriana Degreas, conhecida por trazer peças exclusivas com uma estética *vintage* e modelagem inovadora. Adriana conta em uma entrevista para o site estrangeiro Koibird que, foi criada na presença do seu avô que possuía uma companhia de tecidos no Brasil e sua avó, que vendia obras de arte em uma loja de peças vintage, que trabalhava com nomes como Paco Rabanne e Emilio Pucci. Além disso, ela se casou com um empresário grego que tinha como pai um dos pioneiros do *swimwear* (roupas de banho - tradução nossa) no Brasil.

Ou seja, Adriana cresceu sob a influência de grandes referências, o que a levou a criar sua marca em 2001, trazendo o luxo para o mercado de *beachwear* brasileiro, apresentando uma proposta ousada incomum para o segmento na época. A partir disso, começou a ganhar grande repercussão, sendo convidada para diversos desfiles e editoriais, onde começou a ser definida como "irreverente e vanguardista". (Adriana Degreas, 2023). Na ilustração 31 abaixo, é possível observar alguns exemplos que evidenciam o design inovador e diferenciado da Adriana Degreas com materiais alternativos como acetatos e conchas, apliques de flores produzidas a mão e modelagem que revelam o corpo em formas geométricas:

Ilustração 31 - Exemplos de peças Adriana Degreas



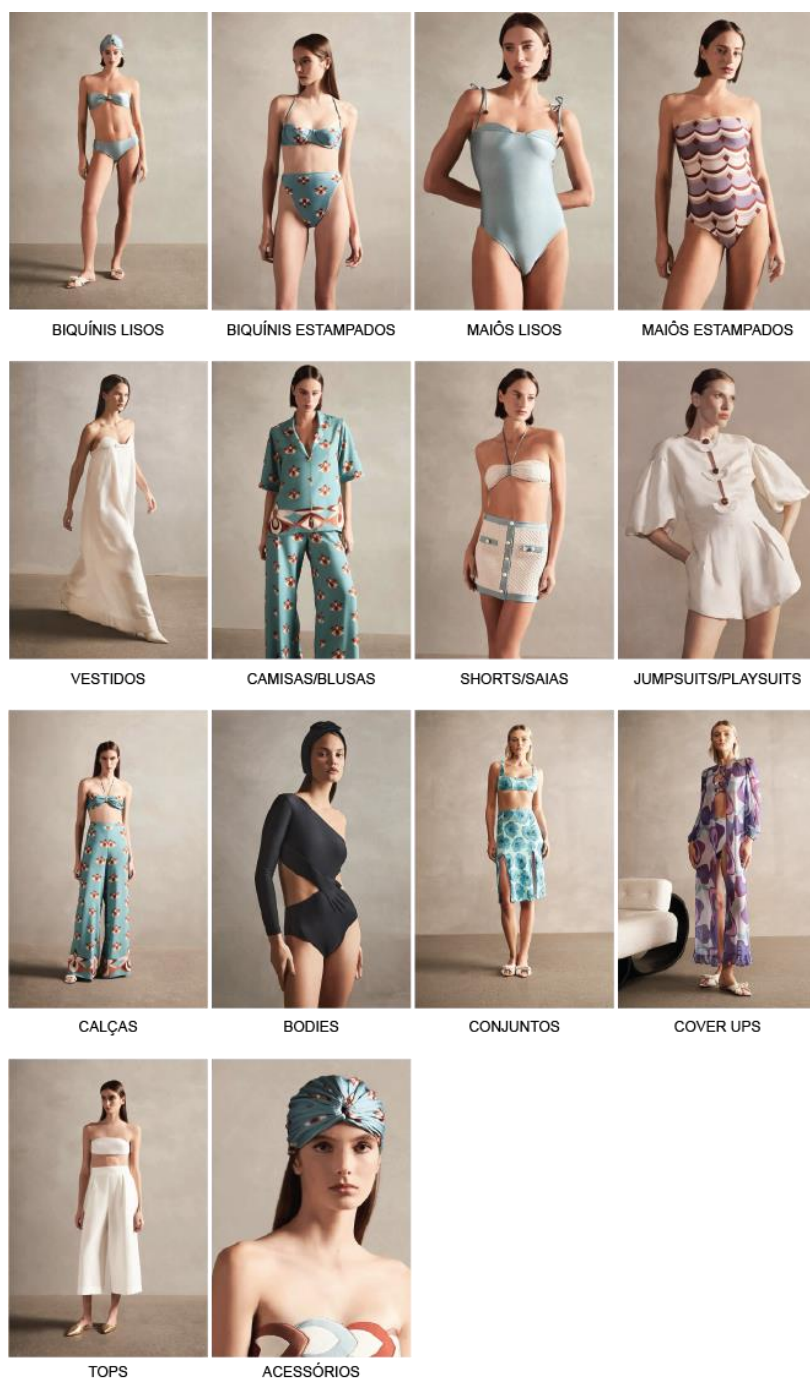
Fonte: TexBrasil, 2016

"Nosso principal objetivo é transportar o *beachwear* para diversas situações" (Degreas, 2018, tradução nossa). Adriana disse essa frase em sua entrevista para o site Koibird em busca de explicar em que sentido sua marca se diferencia da concorrência, acrescentando que suas peças vão além da categoria *beachwear* e se tornam peças de moda também.

PRODUTO

A marca trabalha com lançamentos em cápsulas divididos por estampas, nos quais são apresentados tanto modelos de biquínis quanto de roupa, as denominadas "*resortwear*" (peças para passeios e viagens - tradução nossa). Na pesquisa realizada em agosto de 2023, a mesma dividia os produtos no site como *Swimwear*, sendo esses os Biquínis e Maiôs e como *Resortwear*, que seriam os Vestidos, Camisas/Blusas, Shorts/Saias, Jumpsuits/Playsuits, Calças, Bodies, Conjuntos, Cover Ups, Tops e Acessórios. Na Ilustração 32 a seguir, será possível observar alguns exemplos desses produtos. Além disso, também existe uma aba de Novidades e de Sale (promoção). As suas campanhas podem ser encontradas no site divididas por ano de lançamento, o que facilita a busca do cliente. Com relação ao tamanho das suas peças, a maioria varia do P ao G, sendo algumas poucas oferecidos no PP e no GG.

Ilustração 32 - exemplos de produtos oferecidos no site da marca



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

Assim como a marca estudada anteriormente, Lenny Niemeyer, a Adriana Degreas também possui um provador virtual e uma tabela de medidas, seguindo a mesma dinâmica de consulta de tamanho, como é possível observar na Ilustração 33:

Ilustração 33 - Provador Virtual e Tabela de Medidas



Fonte: Adriana Degreas, 2023

A Adriana Degreas não divide seu site conforme a Lenny Niemeyer, onde é possível identificar suas peças mais básicas e as mais elaboradas, entretanto, a análise de seus produtos feita pela autora, permitiu que os mesmos fossem subdivididos pelos seus elementos de design, uma vez que, a identificação dos produtos vanguardas das marcas estudadas será essencial para o desenvolvimento da coleção cápsula em tese. Esse quadro pode ser observado na Ilustração 34 abaixo, resgatando os elementos analisados na Lenny Niemeyer:

Ilustração 34 - Quadro de elementos de design

	LENNY NIEMEYER	ADRIANA DEGREAS
LINHA	LINHAS RETAS; DECOTES EM V; POUCAS FENDAS; GRANDES COBERTURAS	VOLUMES PRODUZIDOS PELO DRAPING; CORTES RETOS; CINTURA ALTA
COR	CORES VARIADAS, COM ALTA SATURAÇÃO E ALTA LUMINOSIDADE	CORES POUCO VARIADAS, COM BAIXA SATURAÇÃO; ALTA E BAIXA LUMINOSIDADE
TEXTURA	MATERIAIS ALTERNATIVOS COMO ACETATOS E CONCHAS; TECIDOS TEXTURIZADOS; UTILIZA MUITO SEDA E VISCOSE	AMARRAÇÕES; POUCA TEXTURIZAÇÃO; UTILIZA MUITO A SEDA
PADRONAGEM	ESTAMPAS ARTÍSTICAS; ELEMENTOS ABSTRATOS E QUE REMETEM À NATUREZA	ESTAMPAS CORRIDAS; ELEMENTOS ABSTRATOS E COLORIDOS
SILHUETA	SILHUETA LONGA; SILHUETA RETA; MODELAGEM FLUIDA	MODELAGEM QUE REVELA O CORPO; FORMAS GEOMÉTRICAS; SILHUETA RETA; SILHUETA JUSTA

Fonte: Elaborado pela autora, 2023

PREÇO

Diferente da Makai Bikini e da Lenny Niemeyer, a Adriana Degreas vende seus biquínis em conjunto, sem a opção de comprar o top e a calcinha separadamente, porém a comparação dos preços das duas marcas anteriores foi feita somando o valor do top com a calcinha, o que permite conferir que, os valores da Adriana são bem mais elevados.

Os preços dos conjuntos de biquíni variam de R\$690,00 até R\$1380,00, os maiôs variam de R\$680, até R\$1.480,00. Nas roupas, os vestidos vão de R\$ 680,00 até R\$ 4.980,00, as camisas e blusas variam entre R\$ 554,00 e R\$ 2.680,00, os shorts e saias de R\$ 780,00 até R\$ 4.480,00, os *jumpsuits* e *playsuits* (macacões e macacões funcionais para esportes como esqui - tradução nossa) variam de R\$ 1.580,00 até R\$ 3.690,00, as calças têm seus preços entre R\$ 980,00 e R\$ 3.780,00, os bodys vão de R\$ 1.280,00 até R\$ 1350,00, os conjuntos variam entre R\$ 1.350,00 e R\$ 1.980,00, os tops de R\$ 420,00 até R\$ 1.980,00, e, por fim, os acessórios variam de R\$ 380,00 até R\$ 1.380,00.

Ilustração 35 - Exemplo de preços praticados



Fonte: Adriana Degreas, 2023

Na Ilustração 35 acima, um resumo visual identificando exemplos o valor mais baixo, o intermediário, o mais praticado e o valor mais alto.

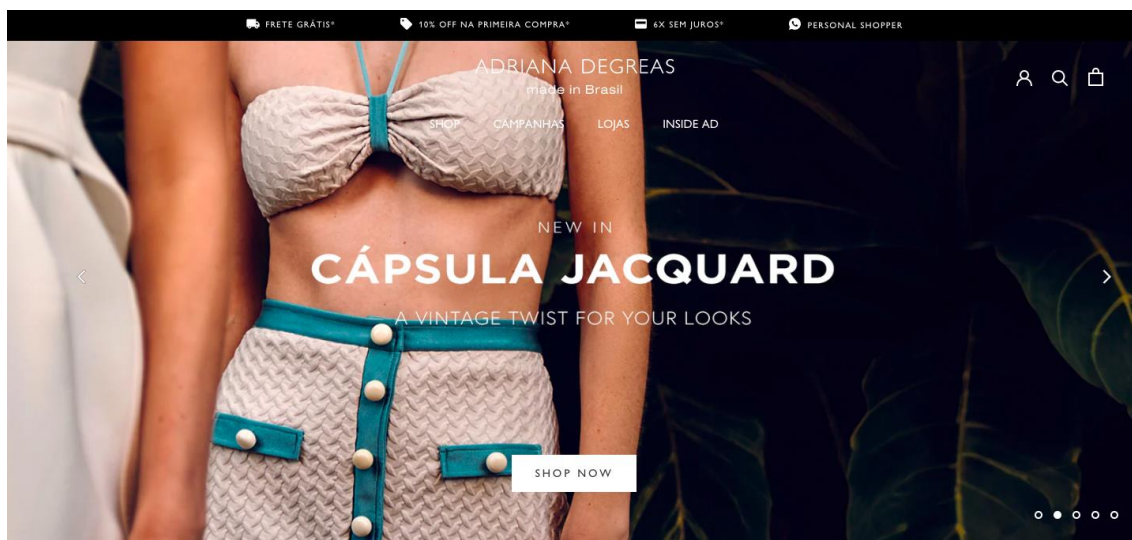
PRAÇA

As peças da marca Adriana Degreas podem ser encontradas em mais de 30 países além do Brasil.

[...] a grife brasileira incrementou ainda mais a sua participação mundo afora a partir de 2010, quando da entrada no Texbrasil, o Programa de Internacionalização da Indústria da Moda Brasileira, desenvolvido pela Abit em parceria com a Apex-Brasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos). (TEXBRASIL, 2016).

A principal fonte de comercialização dos produtos da marca é o seu site (Ilustração 36), que possui uma versão brasileira e uma versão internacional, que envia para outros países. O seu site possui um bom layout, o cliente consegue ter uma ótima experiência de compra através dele, como é possível observar na imagem a seguir. Um bom recurso oferecido é a opção de *Personal Shopper* (Comprador Pessoal - tradução nossa) onde é possível encontrar um link que irá direcionar o cliente para o whatsapp da marca, iniciando uma conversa com um vendedor que irá auxiliá-lo a escolher a melhor opção, como em uma loja física.

Ilustração 36 - Página inicial do e-commerce



Fonte: Adriana Degreas, 2023

PROMOÇÃO

A marca Adriana Degreas, está presente no Instagram, Facebook, Pinterest e TikTok, uma rede que a Lenny Niemeyer não aparenta estar investindo. No TikTok a

marca produz vídeos dos *backstages* (bastidores - tradução nossa) das coleções, realiza conteúdos nos quais traz inspirações de looks com as suas peças, o que faz com que suas clientes se familiarizem mais com a marca.

Assim como a Makai Bikini e a Lenny Niemeyer, sua maior rede é o Instagram, como mostrado na imagem a seguir. Nessa rede, a mesma possui 217 mil seguidores e 4.378 postagens (Ilustração 37), as quais apresenta suas coleções através de *fashion films*, fotos das modelos utilizando as peças e algumas fotos mais descontraídas de clientes utilizando também.

Ilustração 37 - Instagram da marca



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

Além disso, existe uma parte do site chamada "Arquivo AD" que funciona como um acervo de coleções antigas e que foram significativas de alguma forma, o que é uma ótima maneira de preservar a sua história e trazer inspiração para admiradores da marca. Na Ilustração 38 abaixo, é possível observar algumas fotos da campanha de Verão 2005:

Ilustração 38 - Campanha de Verão 2005



Fonte: Arquivo AD, 2023

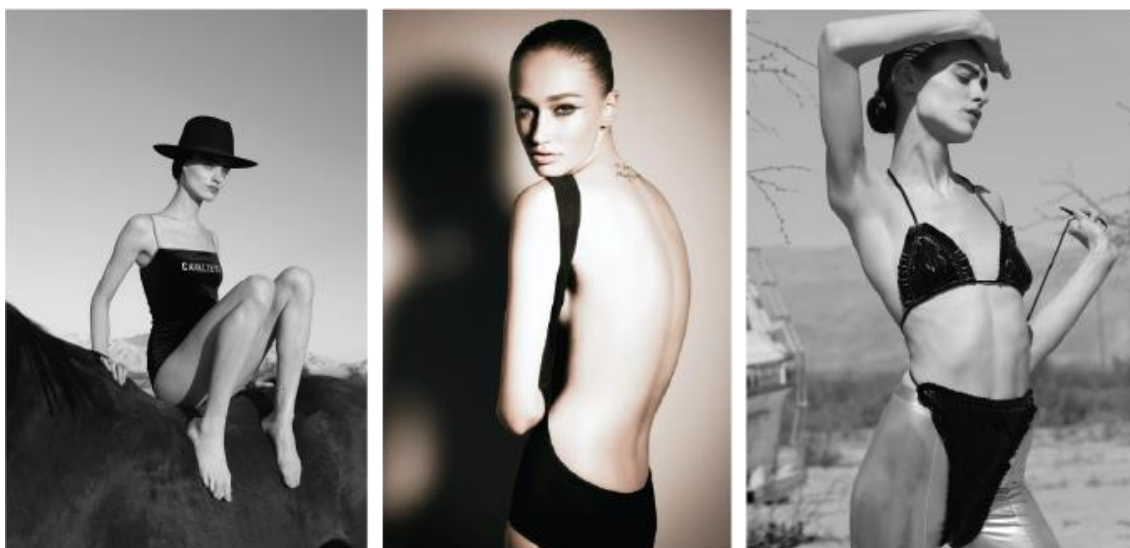
CORRELAÇÃO COM A MAKAI BIKINI

Conforme abordado no subcapítulo anterior, onde foi feita uma analogia da Lenny Niemeyer com a Makai Bikini, em busca de entender como a mesma estava explorando suas peças consideradas vanguardas, será realizada essa correlação com a marca Adriana Degreas também.

Tendo em vista que, a marca Adriana Degreas possui, dentre as três marcas, a maior quantidade de produtos vanguarda, é possível entender que, esse é o seu foco, e ela possui um público mais nichado levando em conta a correspondência entre esses produtos e seus preços.

Partindo desse entendimento, a marca será utilizada como inspiração estética para a coleção a ser desenvolvida para a Makai Bikini, uma vez que, essa é a sua especialidade e vêm sendo reconhecida Brasil afora. Na Ilustração 39 a seguir, estão exemplificados alguns dos produtos que podem servir como inspiração.

Ilustração 39 - peças do Arquivo AD



Fonte: Arquivo AD, 2023

2.3 Persona

O primeiro passo para iniciar o desenvolvimento da coleção cápsula para a Makai Bikini, é a criação de uma persona, que irá se basear na pesquisa de público e nos resultados obtidos através do formulário, ambos desenvolvidos no primeiro capítulo. Ao mesmo tempo, a criação dessa persona se dará a partir do estudo dos Arquétipos de Jung, metodologia que busca estabelecer padrões de comportamento que fazem parte do inconsciente coletivo, baseando-se em imagens arquetípicas que buscam transmitir os atributos do produto em questão - coleção de moda - para os seus consumidores, gerando identificação e benefícios emocionais.

Os produtos atraem e prendem nossa atenção pois corporificam os arquétipos, e terão o domínio do mercado se souberem capturar o significado essencial da marca ou produto e comunicarem-se com seus consumidores com mensagens sutis e refinadas. (AGUILERA, 2010)

Sendo assim, foi possível identificar 12 arquétipos principais através do livro "O Herói e o Fora da Lei" de Margaret Mark e Carol Pearson, que foram classificados em quatro estados motivacionais: Pertencimento, Estabilidade, Independência e Maestria e, dentro de cada um desses quatro estados se desenvolvem 3 arquétipos.

O arquétipo identificado como predominante na Makai Bikini é Amante. Sendo muito comum em marcas de moda e beleza, ele oferece uma sensação de sensualidade e poder como parte da experiência de consumo. Resgatando a

pesquisa feita através de um formulário no primeiro capítulo, foi perguntado às entrevistadas “O que você sente quando veste uma peça Makai? Pense no momento que se olha no espelho com a peça” e as respostas, ilustradas na Ilustração 40, demonstraram esse sentimento de poder e autoconfiança que a marca busca transmitir através das suas modelagens que moldam perfeitamente o corpo, da sua comunicação nas redes e no seu posicionamento frente suas concorrentes.

Ilustração 40 - respostas obtidas através do formulário realizado

O que você sente quando veste uma peça Makai? Pense no momento que se olha no espelho com a peça
hot
Me sinto feliz com meu corpo
me sinto mais estilosa e à frente das tendências quando estou de makai! e me sinto mais gostosa, bonita, cool.
me sinto bem e bonita kkkk :)
Uma gostosa, poderosa e estilosa
linda e confortável
me sinto a +++ , badass, confiante pra caramba.
Me sinto muito valorizada, na maioria das vezes como se a peça fosse feita sob medida
Me sinto poderosa! Me traz uma maior autoestima e autoconfiança
única! como se não tivesse outra marca com aquela cibe
Que eu fico maravilhosa, veste bem e me sinto confiante
Confiante
usando uma peça que pouco se encontra em outras marcas br
como a peça me deixa estilosa
eu me sinto a pessoa mais estilosa do mundo e penso em absolutamente todos os eventos que eu poderia sair com aquela peça
me sinto pronta, segura

Fonte: Formulário elaborado pela autora, 2023

Além disso, o consumidor “O Amante” deseja sentir-se especial e amado pela marca, ele espera qualidade e é o papel da marca suprir essas expectativas, o que se alinha à proposta da coleção cápsula que tem a intenção de oferecer materiais e tecidos de qualidade, justificando o seu valor mais elevado.

Na ilustração 41, é possível observar dois exemplos de campanhas realizadas por marcas internacionais, nas quais predomina o arquétipo Amante, ou seja, as fotos foram idealizadas com a intenção de anunciar sensualidade, oferecendo um culto ao belo e ao poder da autoconfiança, com o objetivo de transmitir esses sentimentos ao comprador, gerando desejo pelo produto.

Ilustração 41 - Jimmy Choo e KNWLS Winter 2022 Campaign



Fonte: Elle, 2023

Com o arquétipo identificado em mente, o próximo passo foi desenvolver a persona para a coleção cápsula.

Dentro do marketing, a persona ajuda a definir a linguagem e o tom que serão utilizados na comunicação da marca [...] No universo criativo, no design, a persona seria um objeto que vem de uma narrativa relacionada a um modelo de comportamento desejado por um cliente. (PATEL, 2023)

Essa persona foi pensada a partir do formulário realizado previamente no primeiro capítulo, o público alvo já existente da Makai Bikini e o estudo de benchmark

realizado no segundo capítulo. Dito isso, foi desenvolvido um quadro e um moodboard para apresentar as principais características dessa persona, apresentado na Ilustração 42:

Ilustração 42 - Quadro de persona

PERSONA			
IDADE	19 A 34 ANOS (PÚBLICO ALVO JÁ IDENTIFICADO NA MARCA + O NOVO PÚBLICO QUE A MARCA VEM CONQUISTANDO)	O QUE PRIORIZAM	PEÇAS ÚNICAS COM ALTO VALOR AGREGADO E QUALIDADE DE MATERIAIS
PODER DE COMPRA	ELEVADO	O QUE AMAM	MUNDO DA MODA, VIDA ATIVA, PARTICIPAR DE EVENTOS E INFLUENCIAR PESSOAS
RESIDÊNCIA	PRINCIPALMENTE RIO DE JANEIRO E SÃO PAULO	O QUE BUSCAM	ESTAR SEMPRE A FRENTE DAS TENDÊNCIAS

Fonte: Elaborado pela autora, 2023

A partir do quadro, é possível observar que a faixa etária da persona identificada varia de 19 a 34 anos, abrangendo o público pré-existente da marca e o novo público que vem sendo conquistado. Essa persona se interessa pelo mundo da moda, possui uma vida ativa e poder de compra elevado, buscando sempre estar à frente das tendências, priorizando peças únicas com alto valor agregado e qualidade de materiais, o que se alinha à proposta da coleção cápsula a ser desenvolvida.

Na Ilustração 43, é possível observar um moodboard que reúne a estética pensada para a persona desenvolvida:

Ilustração 43 - Moodboard representando a persona desenvolvida



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

Com a persona desenvolvida, o próximo passo será realizar uma pesquisa de tendências e de inspirações para a coleção cápsula vanguarda, mantendo sempre o foco da coleção em mente e buscando atender ao público alvo identificado.

3. Coleção Cápsula Vanguarda

Dentro deste capítulo será abordado o processo criativo que envolve a criação da coleção cápsula vanguarda, que terá como principal desafio elaborar peças únicas, com propostas de modelagens e materiais de alta qualidade, buscando atender ao público alvo identificado e promover um posicionamento de marca no mercado de moda.

3.1 Pesquisa de tendências

Através de uma pesquisa realizada na plataforma WGSN em agosto de 2023, foi possível identificar as principais tendências para o mercado de moda feminino de roupa e de *beachwear*, uma vez que a Makai Bikini pratica os dois segmentos. Para melhor visualização dessas tendências foi elaborado um moodboard blocado em detalhes que serão importantes para o projeto, como pode ser observado na Ilustração 44:

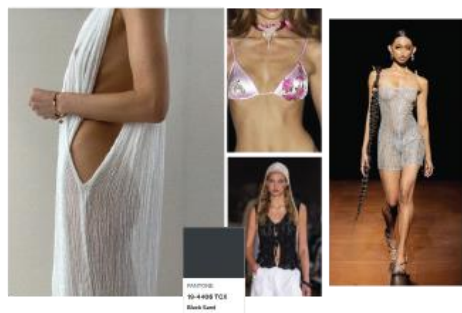
Ilustração 44 - Moodboard de tendências

tendências chave

#romântico moderno



#da cidade para a praia



#sheer



#babados e laços



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

A primeira tendência identificada será a principal inspiração para o tema da coleção, ela busca resgatar elementos românticos, fazendo referências ao período renascentista através dos materiais utilizados, como as rendas e a seda, além de trazer uma paleta de cores pastel. Com uma reinterpretação no mundo contemporâneo, ou seja, oferecendo mais sensualidade, transparência e cortes mini.

Da cidade para a praia é uma tendência que sugere peças que possam ser utilizadas tanto na praia quanto fora dela, através de tecidos leves e transparentes, biquínis mais elaborados com beneficiamentos e do crochet e tricot. Tanto a Makai Bikini quanto as marcas identificadas na pesquisa de benchmark no segundo capítulo, apostam nessa tendência, oferecendo opções de saídas de praia e até mesmo roupas que propõem essa versatilidade.

Sob a ótica dos tecidos e beneficiamentos, as duas últimas tendências indicam a utilização de uma transparência intencional, babados e laços. De acordo com a plataforma WGSN, essa é uma tendência confirmada nas passarelas Outono/Inverno 23/24. A partir dessas tendências, foi também identificada uma paleta de cores, incorporada no moodboard que será absorvida no desenvolvimento da coleção.

Uma vez identificadas as tendências, se torna necessária uma pesquisa de marcas referências, buscando identificar tais tendências em suas coleções e conferir mais adiante no processo criativo o que será destacado e aplicado no desenvolvimento da coleção cápsula, fruto dessa pesquisa.

3.2 Pesquisa de referências

O objetivo desta pesquisa é buscar marcas de referência que possam servir de inspiração para a coleção a ser desenvolvida, permitindo a identificação de elementos de design a serem incorporados.

A primeira marca analisada foi a Mirror Palais, uma marca internacional fundada em 2019 por Marcelo Gaia que explica a essência da marca em uma entrevista ao The Zoe Report: "A Mirror Palais é uma mistura de moda vitoriana com o minimalismo e as linhas limpas dos anos 90" (GAIA, 2023).

Tendo isso em mente, foi desenvolvido um moodboard com imagens dos modelos da sua coleção desfilada no NYFW (Nova York Fashion Week) 2022, buscando identificar possíveis inspirações nos elementos de design utilizados, como é possível observar na Ilustração 45. Alguns dos principais elementos observados

foram a transparência, o *plissé*, a utilização de uma peça de biquíni fora da praia e a estética romântica, se alinhando e confirmando as tendências pesquisadas no subtópico anterior.

Ilustração 45 - Moodboard Mirror Palais



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

A segunda marca pesquisada foi a With Jéan, também internacional, foi criada em 2017 na Austrália pelas amigas Evangeline Títulas e Sami Lorking-Tanner. Famosa entre celebridades como Bella Hadid e Emily Ratajkowski, a marca também tem uma estética romântica porém, com um viés mais direcionado para a Geração Z, ou seja, peças mais jovens e coloridas.

No moodboard abaixo (Ilustração 46), foram apontadas as principais peças que poderão gerar inspiração para a coleção cápsula. A partir delas é possível identificar a utilização de laços, tecidos como a seda/cetim, vestido estilo camisola e o biquíni conceito, que seria uma peça com beneficiamentos diferentes do que costuma-se observar no mercado. Novamente, os elementos se assemelham com as tendências identificadas.

Ilustração 46 - Moodboard With Jéan



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

A partir dessa pesquisa de referências, foi possível coletar elementos inspiracionais de duas marcas que se assemelham pelo estilo proposto, porém possuem propostas de públicos um pouco diferentes. Visto que, o público alvo definido para a coleção cápsula está entre 18 e 34 anos, sendo a mesma faixa etária atingida pela Makai Bikini, se torna essencial a análise de uma marca que atinge o público jovem e outra que atinge o mais velho, permitindo assim uma coleta apurada das inspirações, incorporando características das duas marcas na coleção.

3.3 Criação do tema

A partir do estudo das tendências e marcas de referência, foi possível desenvolver o tema da coleção, que busca trazer uma nova proposta para a estética romântica.

A moda, muitas vezes, é um reflexo da cultura e da história, capturando a essência de diferentes períodos e movimentos artísticos (Barnard, 2014). A coleção de moda 'Romantic Odyssey' é um exemplo vivo dessa dinâmica, pois busca reinterpretar a estética romântica de forma contemporânea, tirando inspiração do filme 'Maria Antonieta' de Sofia Coppola. Esta coleção desafia o óbvio e mergulha em um mundo de beleza e ousadia, onde o passado e o presente se entrelaçam.

A estética romântica é caracterizada por sua ênfase na feminilidade, delicadeza e sensualidade. No entanto, em "Romantic Odyssey", essa estética é transformada e revitalizada para se adequar ao gosto e às necessidades da mulher moderna e, conseqüentemente, ao público da marca. Inspirada pelo tratamento único

dado por Sofia Coppola à história de Maria Antonieta, a coleção rompe com os estereótipos tradicionais e oferece uma visão refrescante do romantismo.

A paleta de cores da coleção traz os tons pastéis de azul, roxo e off white, misturados com toques modernos de preto, juntamente com tecidos transparentes e com toques de brilho. Essas cores suaves representam a delicadeza do romantismo, enquanto o preto, a transparência e o brilho adicionam um toque contemporâneo, simbolizando a força e a confiança da mulher atual, fazendo relação ao arquétipo do Amante, estudado e definido no capítulo 2.

As silhuetas da coleção são uma combinação de sensualidade e feminilidade, trazendo elementos como os laços, os babados e a renda, fazendo referência a estética romântica de Maria Antonieta. Além disso, cortes modernos e assimétricos adicionam uma camada de sofisticação. Os materiais escolhidos são sofisticados, como musseline, rendas e tules, que criam texturas modernas e sensuais. Esses elementos, combinados com acessórios ousados, como botas de couro e jóias *statement*, quebram a monotonia do tradicionalismo romântico e adicionam um toque contemporâneo e desafiador à coleção.

O resultado da coleção "Romantic Odyssey" é a fusão entre a elegância romântica e a atitude contemporânea. Essa coleção desafia as expectativas, reimaginando o romantismo, e inspirando as mulheres a abraçarem sua feminilidade de forma poderosa e confiante, como fez Maria Antonieta em sua época. Ao fazer isso, a moda não apenas reflete a história, mas também a reinventa, provando que a beleza e o romance são atemporais.

Na ilustração 47 acima, é possível observar o moodboard representativo do tema, que busca trazer a estética romântica subversiva, mencionada anteriormente, misturando cenas do filme *Maria Antonieta* que sugerem um tom sarcástico, com frases que representam o sentimento oferecido pela coleção.

A Makai Bikini é uma marca que sempre oferece temas e conta histórias em suas coleções lançadas e, para essa coleção cápsula não poderia ser diferente. A partir dessa estratégia, a marca consegue atrair a atenção de suas clientes ao contar uma história, alinhando a sua comunicação e conteúdos nas redes sociais para, desta forma, reforçar a sua identidade ao criar algo único e memorável e, consequentemente, aumentar o desejo de compra. Ou seja, o tema desenvolvido para

a coleção cápsula se encaixa na estratégia já seguida pela marca, oferecendo o diferencial em suas modelagens, tecidos e estampas, buscando elevar o conceito sem deixar de contar uma história.

3.4 Cartela de cores

A partir da definição do tema, foi possível seguir os próximos passos para a concretização da coleção. Sendo o primeiro deles, a escolha da cartela de cores.

No filme "Maria Antonieta" de Sofia Coppola, as cores desempenham um papel significativo na narrativa visual, ajudando a transmitir diferentes aspectos da história da rainha Maria Antonieta. O azul cromático é uma cor central no filme, associada ao sangue azul da nobreza e à exuberância da vida na corte de Versalhes. O azul é usado para destacar a diferença entre a nobreza e o mundo externo, sendo utilizado juntamente com outros tons pastéis como o roxo.

À medida que a personagem principal passa por diferentes fases da trama, as cores também evoluem. Quando ela decide viver uma vida mais calma, os tons leves e tranquilos ganham espaço no figurino, refletindo uma atmosfera de serenidade e Rococó. Essa mudança na paleta de cores ajuda a marcar as diferentes fases da história e a evolução da personagem.

Além disso, há uma transição da personagem no filme que simboliza a extravagância da vida na corte francesa em pleno período Rococó. O figurino se torna mais elaborado, com camadas de saias, corpetes, babados e acessórios extravagantes, destacando a adaptação da personagem ao contexto nobre.

Para a criação da cartela de cores, o objetivo principal foi trazer uma reinterpretação contemporânea e disruptiva da estética romântica, utilizando tons de azul pastel e roxo pastel de maneira inovadora. Essa cartela de cores permitirá evocar elementos do filme original enquanto adiciona uma abordagem moderna e ousada.

Através da ilustração 48 é possível observar as principais cores utilizadas, de acordo com a cartela Pantone TCX:

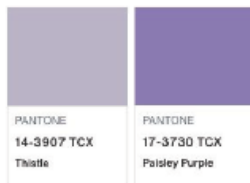
Ilustração 48 - Cartela de cores

BIT OF BLUE & CRYSTAL BLUE



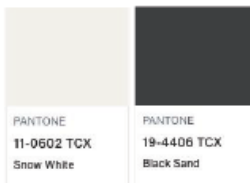
MANTENDO A INFLUÊNCIA DO AZUL DO FILME, FOI ESCOLHIDO DOIS TONS DE AZUL PASTEL, PROVOCANDO UMA SENSÇÃO SUAVE E SERENA, AINDA FAZENDO REFERÊNCIA À REALEZA, MAS DE FORMA MAIS LEVE. ISSO DARÁ À COLEÇÃO UMA SENSÇÃO DE CALMA E ELEGÂNCIA.

THISTLE



O ROXO PASTEL FOI INCORPORADO COM UM TOQUE MAIS PROFUNDO E SOFISTICADO. SENDO UMA ESCOLHA MARCANTE E CONTEMPORÂNEA, EVOCANDO UM SENSO DE REALEZA DE FORMA SUAVE.

SNOW WHITE & BLACK SAND



O OFF WHITE, REMETE AOS TONS MAIS LEVES E TRANQUÍLOS DO FILME E FOI INCORPORADO COM UM TOQUE DE CINZA, TORNANDO-O MAIS SOFISTICADO E ELEGANTE. ADICIONANDO UM ELEMENTO CONTEMPORÂNEO À COLEÇÃO, O PRETO ACINZENTADO FOI ADICIONADO DE MANEIRA ESTRATÉGICA, COM O OBJETIVO DE CRIAR CONTRASTES MARCANTE, E TRAZER UM CHOQUE PARA A COLEÇÃO.



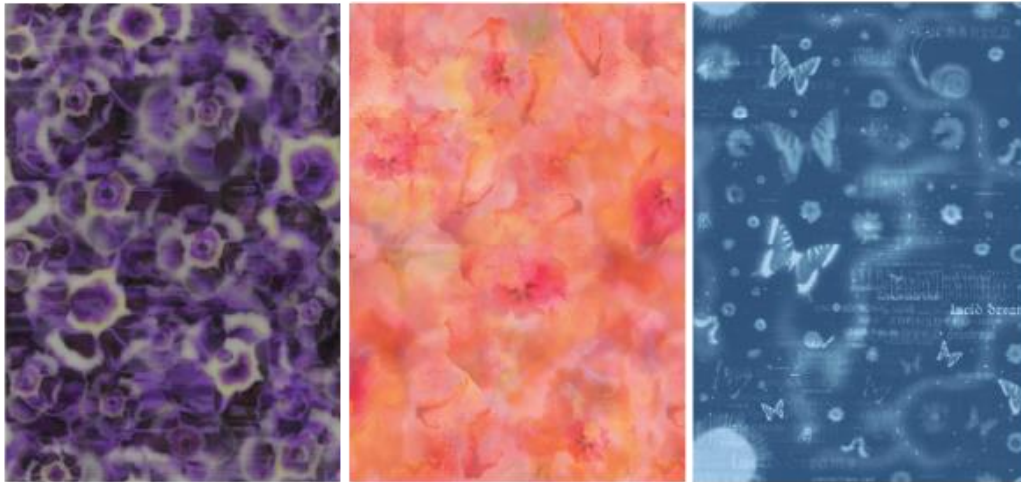
Fonte: Elaborado pela autora, 2023

A combinação dessas cores proporcionará uma paleta de cores que evoca a essência do filme "Maria Antonieta", mas com um toque mais suave e contemporâneo. Ela representará a realeza de forma moderna e disruptiva, fugindo do clássico ao incorporar elementos mais atuais e sofisticados, permitindo a criação de uma coleção de roupas que celebra a elegância e o luxo, mas com um toque de rebeldia e originalidade, mantendo a delicadeza dos tons pastel.

A partir da escolha da cartela de cores, foi desenvolvida uma estampa, uma vez que, um dos pontos mais fortes e de referência da marca são suas estampas, fato que a autora pôde comprovar em sua experiência de 2 anos trabalhando na

marca. Em uma conversa informal em Outubro de 2023, com a Assistente de Ecommerce Giselle Faria da Makai Bikini, foi possível concluir que as estampas mais bem sucedidas são as abstratas, ou seja, artes que exploram a criatividade e não tem compromisso com um desenho concreto. Na Ilustração 49 é possível observar alguns exemplos:

Ilustração 49: Exemplos de estampas abstratas



Fonte: Elaborado pela Autora, 2023

Desta forma, a linha seguida para a estampa desenvolvida foi incluir a forma de um laço que representa o romantismo do tema absorvido pela coleção cápsula, criando também um elemento de design a ser utilizado em outras peças. Além de explorar no fundo da estampa, imagens abstratas com as cores da cartela.

Na Ilustração 50 é possível observar o moodboard com as inspirações para a estampa, resgatando elementos respectivos ao tema da coleção, imagens abstratas de referência e palavras chave.

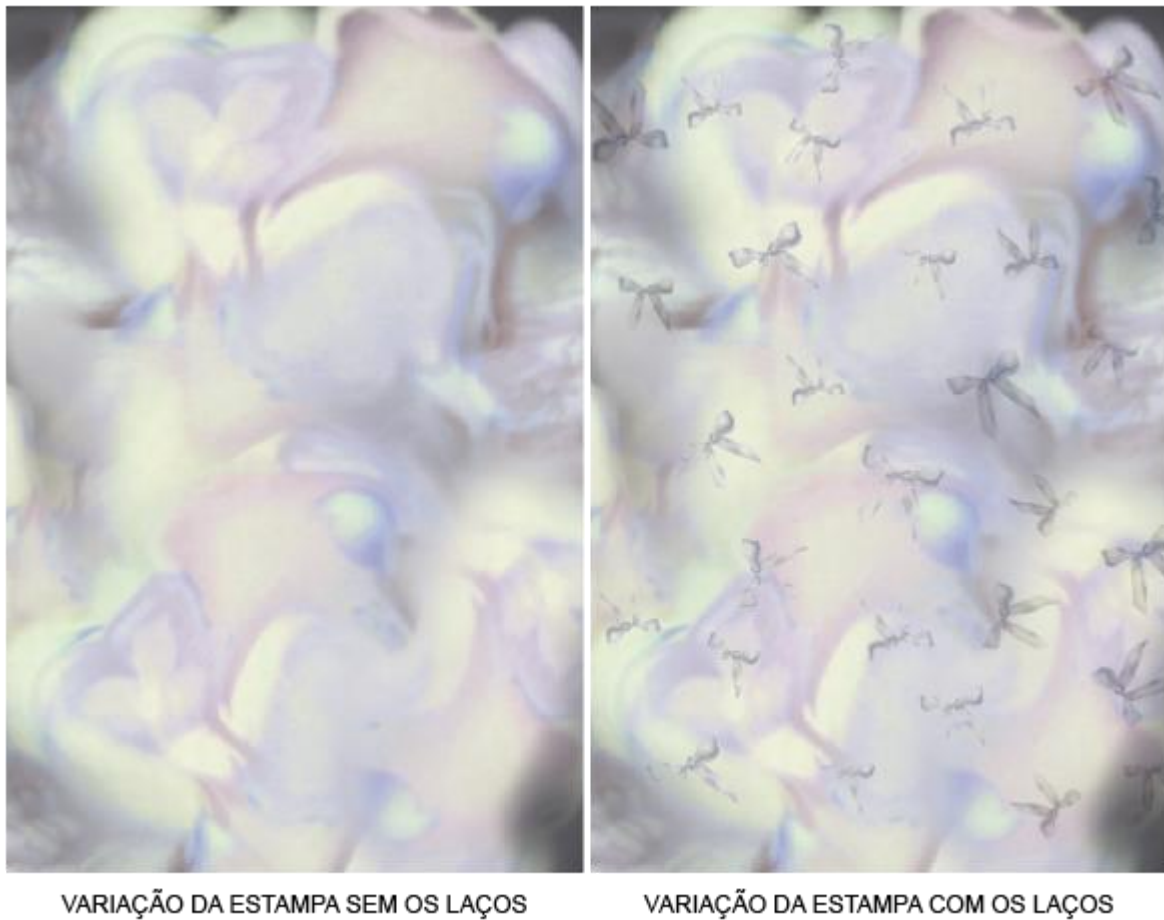
Ilustração 50: Moodboard Inspiracional para a Estampa



Fonte: Desenvolvido pela autora, 2023

No moodboard acima é possível observar que as inspirações obtidas vieram principalmente da paleta do filme Maria Antonieta, onde prevalecem os tons pastéis, encontrados especialmente nas obras de arte retratadas da época. Além de conter inspirações de moda de estampas já praticadas por outras marcas.

Ilustração 51 - Estampa desenvolvida e sua variação



Fonte: Desenvolvida pela autora, 2023

Na ilustração 51 é possível conferir a estampa desenvolvida e sua variação e, posteriormente, no capítulo 4 constará a ficha técnica das suas especificações.

3.5 Cartela de tecidos

Para a escolha dos tecidos a serem utilizados na coleção cápsula, foram incorporados materiais que já são utilizados pela marca nos artigos de moda praia, uma vez que, associados com as suas modelagens, são reconhecidos pelas clientes como um grande diferencial da Makai Bikini, portanto, foram mantidos.

No subcapítulo 3.8, as peças desenvolvidas foram dispostas em famílias e, para melhor organização dos tecidos e aviamentos, essa disposição a título de organização será seguida neste subcapítulo.

Na **Família 1 (Romantic Wishes)**, é possível encontrar as peças que foram

elaboradas com a estampa criada. O primeiro look é um biquíni, foi definido o artigo Fluity Plus como tecido principal e o Tule Elastic Estampado para confecção do laço decorativo no top. No segundo look, o top será desenvolvido com Musseline estampado e o seu forro será de Musseline também, assim como a saia, que não possuirá forro. No último look, a parte de cima será confeccionada com Musseline e Tule Paetizado para o detalhe em branco abaixo do busto, já a calça será produzida com o tecido de Jeans Eco com 100% de algodão reciclável já utilizado pela Makai e, o Musseline estampado para a sobreposição.

Na **Família 2 (Glass Heart)**, os três looks se conectam pela utilização da cor azul, sendo o primeiro look um conjunto de biquíni que será desenvolvido no Fluity Plus com beneficiamentos de Musseline para obter o babado desejado e, a saia será feita somente no Musseline e não possuirá forro. O segundo look é um vestido que será produzido no Crepe Georgette brilhoso, possuindo também um Tule Dress Ball para a parte das costas do vestido. No terceiro look, a parte de cima será desenvolvida no Musseline, sem forro, assim como a saia.

Na **Família 3 (Black Pearl)**, encontram-se os looks off white e preto, sendo o primeiro um conjunto de biquíni que será desenvolvido no Fluity Plus, beneficiado com um viés nas laterais da calcinha. O segundo look é um maiô que será produzido também no Fluity Plus juntamente com o Tule Elastic para a parte de cima que forma um laço. O terceiro look é um vestido que será produzido no tecido Chicago, já utilizado pela marca, com forro no tecido Viscose Khyara. No último look, a parte de cima será produzida na Renda Consuelo com viés no decote e bainha no tecido Chicago, já a saia será produzida também no Chicago com o detalhe na cintura com o Musseline.

Na Ilustração 52, é possível encontrar a cartela de tecidos:

CARTELA DE TECIDOS	
	MUSSELINE TOQUE DE SEDA (T01)
	FORNECEDOR: CASA ASSUF
	COMPOSIÇÃO: 100% POLIÉSTER
	GRAMATURA: 100 G/M
	FLUITY PLUS (T02)
	FORNECEDOR: STA CONSTÂNCIA
	COMPOSIÇÃO: 87% POLIAMIDA 13% ELAS
	GRAMATURA: 155 G/M
	TULE ELASTIC (T03)
	FORNECEDOR: FOCUS
	COMPOSIÇÃO: 96% POLIAMIDA 4% ELAS
	GRAMATURA: 85 G/M
	TULE PAETIZADO (T04)
	FORNECEDOR: TISSUS
	COMPOSIÇÃO: 95% POLIÉSTER 5% ELAS
	GRAMATURA: 100 G/M
	JEANS ECO (T05)
	FORNECEDOR: TREND JEANS
	COMPOSIÇÃO: 100% ALGODÃO REC.
	GRAMATURA:
	CREPE GEORGETTE BRILHOSO (T06)
	FORNECEDOR: CASA ASSUF
	COMPOSIÇÃO: 100% POLIÉSTER
	GRAMATURA: 90 G/M
	CHICAGO (T07)
	FORNECEDOR: BRAND
	COMPOSIÇÃO: 100% VISCOSE
	GRAMATURA: 110 G/M
	VISCOSE KHYARA (T08)
	FORNECEDOR: ROVITEX
	COMPOSIÇÃO: 100% VISCOSE
	GRAMATURA: 117 G/M
	RENDA CONSUELO (T09)
	FORNECEDOR: FOCUS
	COMPOSIÇÃO: 92% POLIAMIDA 8% ELAS
	GRAMATURA: 105 G/M
	TULE DRESS BALL (T10)
	FORNECEDOR: CASA ASSUF
	COMPOSIÇÃO: 100% POLIÉSTER
	GRAMATURA: 52 G/M

Fonte: Elaborado pela Autora, 2023

3.6 Cartela de Aviamentos

Para a coleção cápsula, serão utilizados aviamentos já praticados pela Makai Bikini, como ponteiras personalizadas com a logo da marca, zíper invisível para o fechamento das peças de roupa como os vestidos e saias, regulador de alça e rolotê para os biquínis, fio de seda para alça e detalhes dos laços, rebite e botão personalizados com a logo da marca para a calça jeans, além de etiquetas com a logo da marca e indicativos de tamanho. Na ilustração 53, é possível observar a cartela

contendo todos os aviamentos:

Ilustração 53 - Cartela de Aviamentos

CARTELA DE AVIAMENTOS	
	SILK INTERNO TAMANHO (A01) FORNECEDOR: DONNA ETIQUETAS TAMANHO: 2X3 CM QUANTIDADE: 7 UN MATERIAL: SILK
	ETIQUETA COURO JEANS (A02) FORNECEDOR: PELE E COR TAMANHO: 9 X 4 CM QUANTIDADE: 1 UN MATERIAL: COURO SINTÉTICO
	REBITE MK (A03) FORNECEDOR: DECAPLAST TAMANHO: 0,9 CM QUANTIDADE: 4 UN MATERIAL: NÍQUEL PRATA
	BOTÃO MK (A04) FORNECEDOR: DECAPLAST TAMANHO: 1,9 CM QUANTIDADE: 1 UN MATERIAL: NÍQUEL PRATA
	ZÍPER INVISÍVEL (A05) FORNECEDOR: ZAMAC TAMANHO: 15 CM QUANTIDADE: 4 UN MATERIAL: 100% POLIÉSTER
	ZÍPER NYLON (A06) FORNECEDOR: COAST TAMANHO: 15 CM QUANTIDADE: 1 UN MATERIAL: NYLON
	REGULADOR ARGOLA DUPLO (A07) FORNECEDOR: DEDAL DE OURO TAMANHO: 6 MM QUANTIDADE: 2 UN MATERIAL: NÍQUEL PRATA
	FECHO GANCHO (A08) FORNECEDOR: DEDAL DE OURO TAMANHO: 2 CM QUANTIDADE: 1 UN MATERIAL: NÍQUEL PRATA
	PONTEIRA MK (A09) FORNECEDOR: DEDAL DE OURO TAMANHO: 8 MM QUANTIDADE: 4 UN MATERIAL: NÍQUEL PRATA
	FIO DE SEDA (A10) FORNECEDOR: STA CONSTÂNCIA TAMANHO: 1MM QUANTIDADE: 0,5 M MATERIAL: POLIÉSTER
	APLICAÇÃO DE SILK (A11) FORNECEDOR: SENAI CETIQT TAMANHO: 11 CM QUANTIDADE: 1 UN MATERIAL: SILK

Fonte: Elaborado pela Autora, 2023

3.7 Croquis

Com a cartela de cores e de estampas em mente, foi possível desenvolver os *looks* para a coleção cápsula. Os modelos foram desenhados ao longo do processo criativo descrito no capítulo 3, no qual foram identificadas quatro tendências, duas marcas de referência e o tema de inspiração. A partir desses elementos, os looks foram sendo criados, mantendo a estética e proposta da Makai Bikini.

Com o objetivo de criar uma unidade e possibilitar a transmissão do conceito da coleção, foram definidos quatro elementos de design: laços, babados, transparência e renda. Todos os looks possuem pelo menos um desses elementos, o que contribui para a harmonia do mix. Além disso, a maior parte das modelagens desenvolvidas são curtas, seguindo uma forte proposta na Makai, sendo somente duas peças de comprimento longo, visando um diferencial. Na Ilustração 54, é possível observar todos os croquis desenvolvidos com as inspirações estéticas e, em seguida, com suas especificações técnicas.

Ilustração 54 - Sequência de croquis e inspirações

MODELO 1



TECIDOS:
 MUSSELINE BRILHOSO (VESTIDO)
 FLUITY PLUS (BIQUÍNI)



TOP LITTLE PEARL
 CALCINHA BABY PEARL



VESTIDO GLASS
 AZURE

MODELO 2



TECIDOS:
MUSSELINE (SAIA)
FLUITY PLUS (BIQUÍNI)



TOP FAITH ANGELITE
CALCINHA DEAR ANGELITE



SAIA GUILTY
ANGELITE

MODELO 3



TECIDOS:
MUSSELINE (SAIA)
FLUTY PLUS (BIQUÍNI)

PANTONE
11-4601 TCX
Bit Of Blue

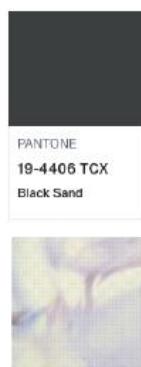


BLUSA PARADOXA



SAIA LOLA BLACK

MODELO 4



TECIDOS:
 MUSSELINE (BLUSA)
 JEANS E SOBREPOSIÇÃO
 DE TULE ESTAMPADO
 (CALÇA)



BLUSA STRIPE COAL
CALÇA DENIM COVERED

MODELO 5



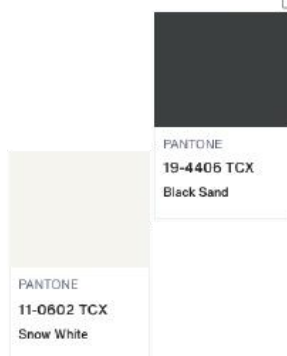
Sickening



TECIDOS:
MUSSELINE NA ESTAMPA
DESENVOLVIDA

TOP SICKENING ODYSSEY
SAIA MISS ODYSSEY

MODELO 6

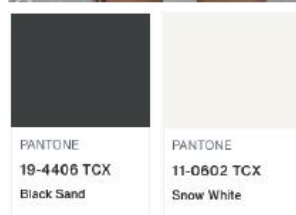


TECIDOS:
 MUSSELINE (SAIA)
 FLUTY PLUS (BIQUÍNI)

VESTIDO LACEY PEARL



MODELO 7



TECIDOS:
 MUSSELINE (SAIA)
 FLUTY PLUS (BIQUÍNI)



BLUSA SHEER BLACK
SAIA TIED PEARL

MODELO 8



TECIDOS:
FLUITY PLUS (MAIÔ)
TULE (LAÇO)

MAIÔ TULLE COAL



MODELO 9

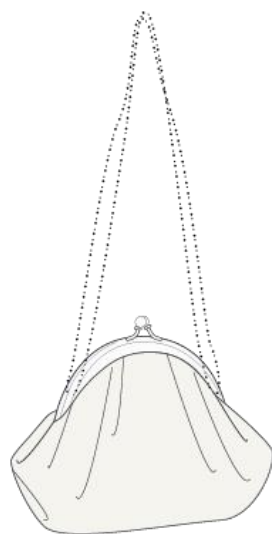


TECIDOS:
 FLUITY PLUS (BIKINI)
 TULE (LAÇO)

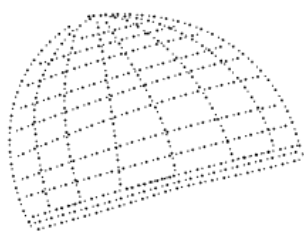


TOP VACAY COAL
 CALCINHA VACAY COAL

ACESSÓRIOS



CLUTCH PEARL



BEANIE PEARL



TOUCA EM CROCHET

PANTONE
11-0602 TCX
Snow White

Fonte: Elaborado pela autora, 2023

A seguir, na Ilustração 55, é possível observar os croquis em uma visualização completa, juntamente com seus desenhos técnicos:

Ilustração 55 - croquis e desenhos técnicos



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

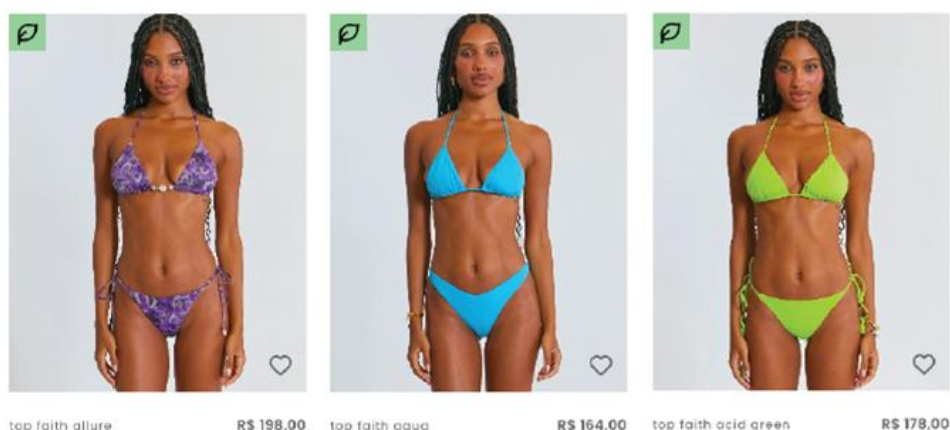
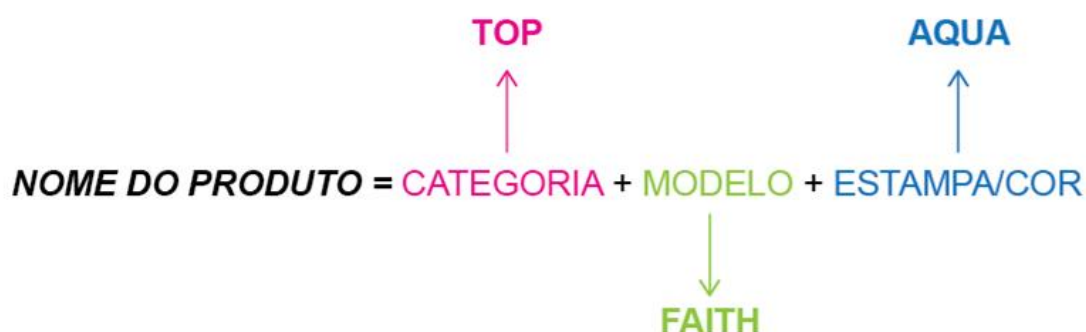
NOMEAÇÃO DOS PRODUTOS

Na Makai Bikini, a nomeação dos produtos é um fator importante tanto na comunicação da marca, fazendo com que as suas clientes reconheçam tal produto sendo agregado a um nome que tenha a ver com a marca e o tema da respectiva coleção, quanto na padronização dos modelos, permitindo a criação de variações.

Na Ilustração 56 é possível observar o esquema utilizado para a composição dos nomes dos produtos da marca:

Ilustração 56 - Esquema de composição de nome dos produtos

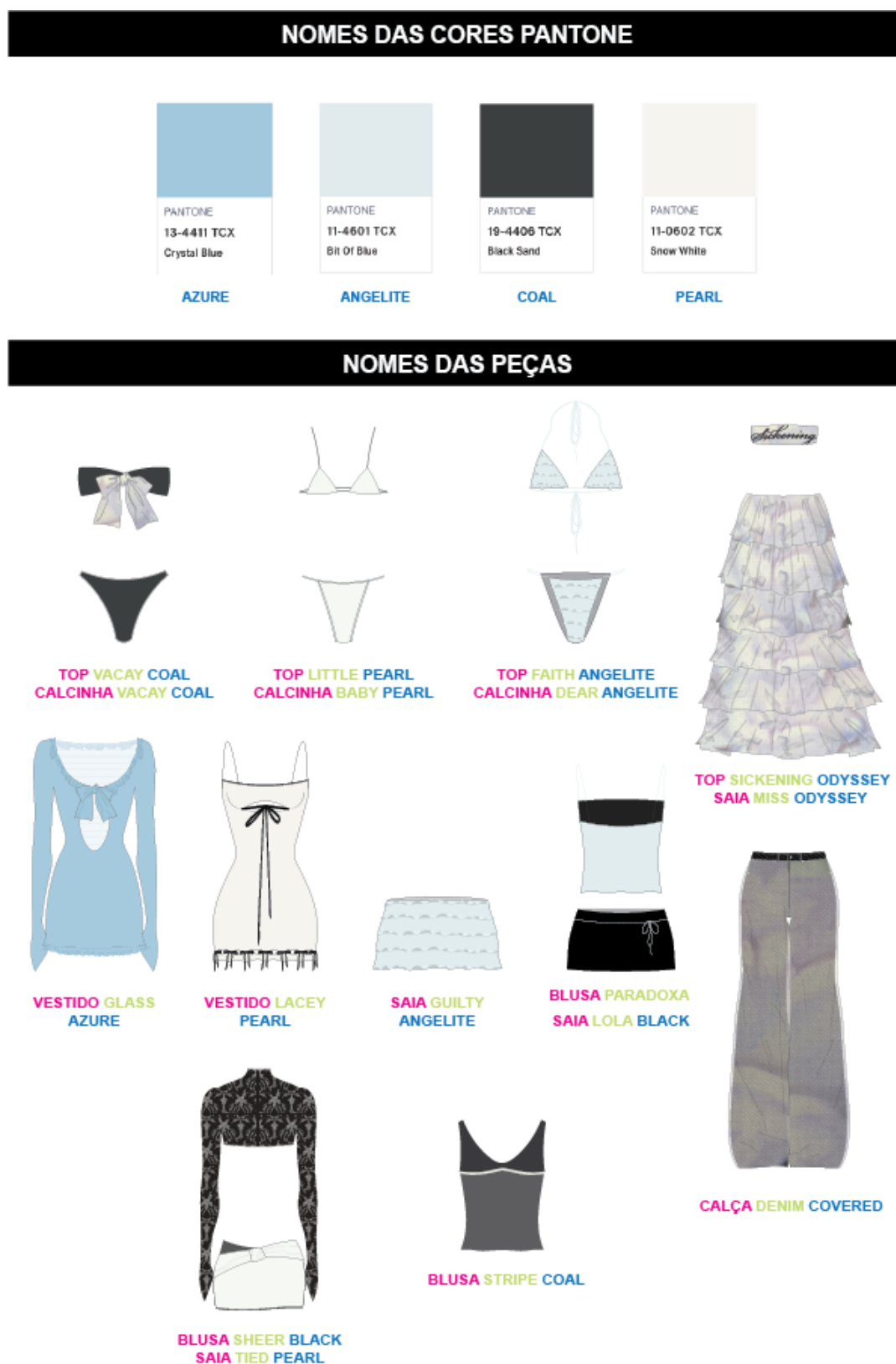
TOP FAITH:



Fonte: Desenvolvido pela Autora, 2023

Tendo isso em vista, a nomeação dos produtos da coleção cápsula apresentada neste projeto, seguiu o mesmo esquema, buscando seguir o padrão já praticado pela marca. Todos os produtos e as cores Pantone receberam seus respectivos nomes, como pode ser observado na Ilustração 57:

Ilustração 57 - Nomeação das peças da coleção cápsula



Fonte: Elaborado pela Autora, 2023

3.8 Mix de produtos e famílias

Neste capítulo será realizado o mix de produtos da coleção que, posteriormente, serão divididos em famílias de acordo com seus coordenados de produtos.

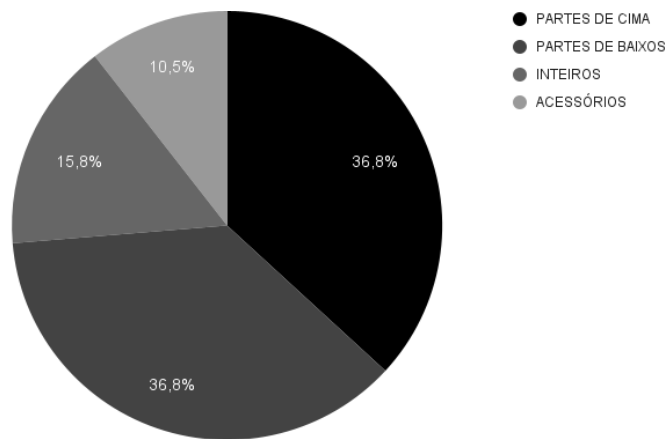
O mix de produtos refere-se à variedade de produtos oferecidos por uma empresa. Pode ser avaliado mediante a sua abrangência (número de linhas de produtos oferecidos), sua extensão (número de produtos em cada linha) e sua profundidade (número de versões de cada produto). (Treptow, 2013)

Uma vez que, o objetivo dessa coleção é ser uma cápsula vanguarda, ou seja, uma coleção de peças reduzidas e produzidas em pequena escala, pode-se definir toda a coleção como Vanguarda, sendo possível dimensioná-la em relação à sua extensão e profundidade.

Foram desenvolvidas 20 peças ao total, formando 9 looks. A divisão dessas peças entre categorias foi pensada para que todas pudessem ser utilizadas em inúmeras combinações diferentes, o que oferece uma proposta versátil para uma coleção que possuirá um valor mais elevado, possibilitando a atemporalidade dos modelos, tornando as peças um investimento para as clientes. Na ilustração 58 é possível observar a divisão das categorias desses produtos e, em seguida, um gráfico representando essa divisão.

Ilustração 58 - Divisão de categoria dos produtos





Fonte: Elaborado pela autora, 2023

Conforme mencionado anteriormente, esse mix de produtos oferece um *mix and match* extenso, proporcionando inúmeras possibilidades de combinações, como é possível observar na Ilustração 59:

Ilustração 59 - Mix & Match da coleção



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

Com o objetivo de unir as peças pelos seus elementos de design, foram designadas 3 famílias de produtos (Romantic Wishes, Glass Heart e Love Potion) que estão representadas na Ilustração 60:

Ilustração 60: Famílias da coleção



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

Uma vez feita a divisão do mix de produtos, o próximo passo será estabelecer a tabela de medidas a ser seguida na coleção cápsula.

3.9 Tabela de medidas

Uma vez que, a coleção cápsula será oferecida pela Makai Bikini, a tabela de medidas foi desenvolvida com base na tabela pré existente da marca, visando estabelecer um padrão com os produtos já oferecidos pela mesma atualmente. A tabela produzida pode ser observada na Ilustração 61:

Ilustração 61: Tabela de medidas

TABELA DE MEDIDAS

	PP		P		M		G		GG	
BUSTO	80	85	86	91	92	97	98	103	104	109
CINTURA	62	67	68	73	74	79	80	85	86	91
CINTURA MÉDIA	72	77	78	83	84	89	90	95	96	101
CINTURA BAIXA	78	83	84	89	90	95	96	101	102	107
QUADRIL	87	92	93	98	99	104	105	110	111	116

Fonte: Desenvolvido pela autora, 2023

3.10 Fichas de desenvolvimento

Neste subcapítulo serão produzidas as fichas de desenvolvimento de todas as peças da coleção cápsula, para isso, foi utilizado o modelo padrão de ficha já praticado pela Makai Bikini. Esse modelo possui todas as informações necessárias tanto para a produção das fichas de desenvolvimento quanto das fichas técnicas. Ele é utilizado pela marca para documentar todo o processo de criação das peças, organizando e automatizando a produção de uma coleção. A assistente de estilo

produz os desenhos técnicos de acordo com o *briefing* da estilista e diretora criativa sobre cada peça, adicionando todas as especificações técnicas e demais informações que serão passadas para os fornecedores.

A seguir, na Ilustração 62, é possível observar as fichas produzidas:

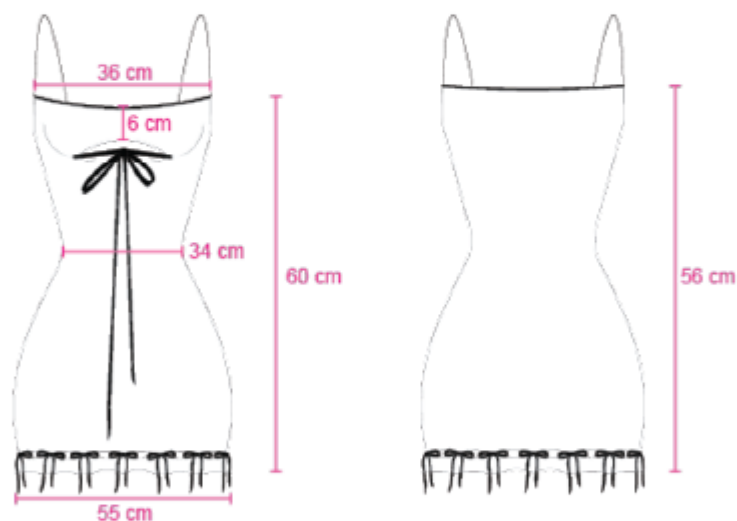
Ilustração 62: Sequência de Fichas de Desenvolvimento

Ficha de Desenvolvimento

Coleção: Romantic Odyssey	Descrição: Vestido Lacey Pearl	
Ref: 02INT	Tema: Base	Estilista: Ana Carolina Vieira
Peça: Inteiro	Técnica:	Grade: PP, P, M, G, GG
	Modelagem:	Modelista:

Makai

Variante: 1



Observações: Vestido com comprimento mini;
 Alças em Fio de Seda preto com 52 cm total;
 Acabamento das cavas e decotes em viés de 7 mm de largura na cor Preto;
 Laço de Fio de Seda costurado na frente do recorte no centro frente, passando por dois viés nas laterais;
 Pencas na altura das linhas da princesa nas costas, indo até a cava;
 Bainha de lenço;

Tecido Principal: Chicago (T07)
 Cor Pantone Principal: Snow White 11-0602 TCX

Tecido Forro: Viscose Khyara (T08)
 Cor Pantone Forro: Snow White 11-0602 TCX

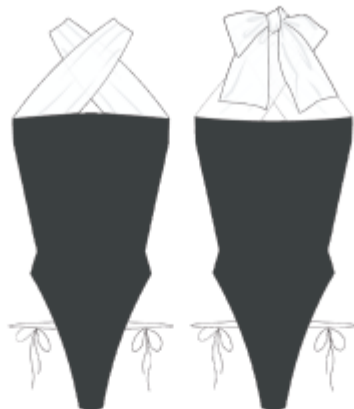
Cor dos fios e linha de toda a peça: Off White

Ficha de Desenvolvimento

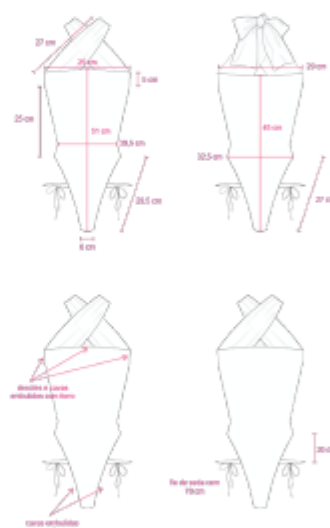
Coleção: Romantic Odyssey	Descrição: Maiô Tulle Coal	
Ref: 03INT	Tema: Base	Estilista: Ana Carolina Vieira
Peça: Inteiro	Técnica:	Grade: PP, P, M, GG, G
	Modelagem:	Modelista:

Makai

Variação: 1



Referências



Observações: Maiô com decote reto;

Aplicação no Tecido 2 de duas tiras de 27 cm para amarração no pescoço;

Acabamento do decote frente embutido com forro;

Acabamento do decote costas embutido com forro;

Acabamento das cavas do braço embutidas com forro;

Acabamento das cavas da perna embutidas com forro;

Tecido Principal: Fluity Plus (T02)

Tecido do Forro: Fluity Plus (T02)

Cor Pantone Principal: Black Sand 19-4406 TCX

Tecido 2: Tule Elastic (T03)

Cor Pantone 2: Snow White 11-0602 TCX

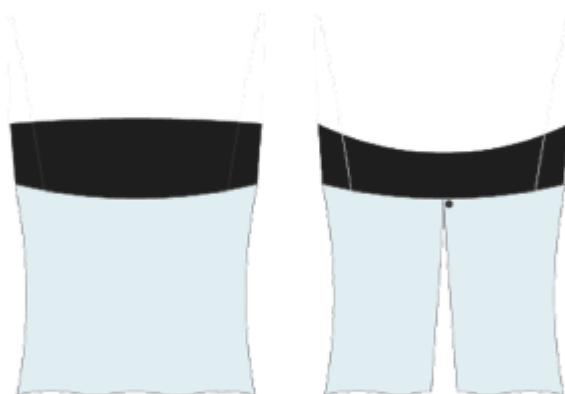
Cor dos fios e linha utilizados na costura da peça: Cinza

Ficha de Desenvolvimento

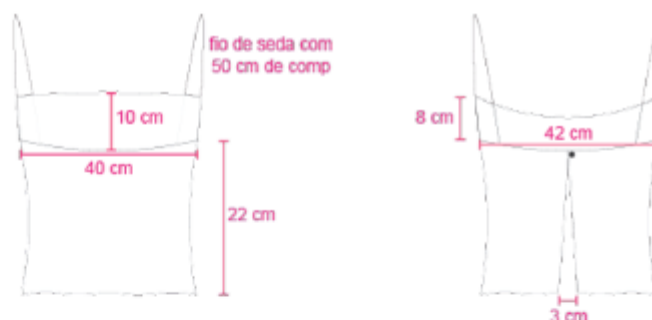
Coleção: Romantic Odyssey	Descrição: Blusa Paradoxa	
Ref: 02TP	Tema: Base	Estilista: Ana Carolina Vieira
Peça: Top	Técnica:	Grade: PP, P, M, GG, G
	Modelagem:	Modelista:

Makai

Variante: 1



Referências



Observações: Blusa de alça com decote reto;
Acabamento no decote frente e bainha no overloquinho;
Alças no Fio de Seda com 50 cm de comprimento;
Fechamento com abotoamento no centro costas;

Tecido Principal: Musseline (T01)

Cor Pantone Principal: Black Sand 19-4406 TCX

Tecido 2: Musseline (T01)

Cor Pantone 2: Bit Of Blue 11-4601 TCX

Cor dos fios e linha do tecido principal: Cinza

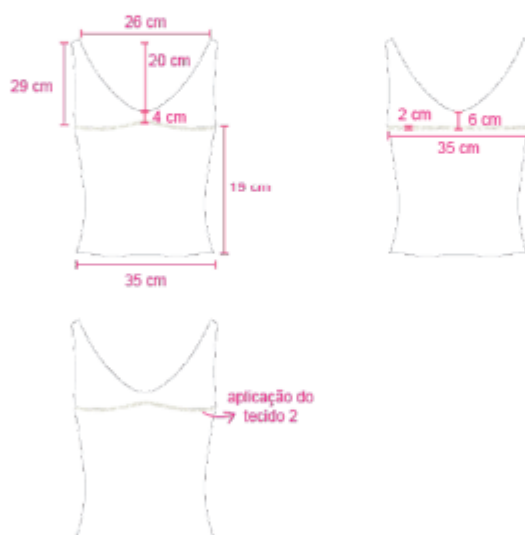
Cor dos fios e linha do tecido 2: Azul Claro

Ficha de Desenvolvimento

Coleção: Romantic Odyssey	Descrição: Blusa Stripe Coal	
Ref: 03TP	Tema: Base	Estilista: Ana Carolina Vieira
Peça: Top	Técnica:	Grade: PP, P, M, GG, G
	Modelagem:	Modelista:

Makai

Variante: 1



Observações: Blusa regata com decote oval;

Aplicação do Tecido 2 abaixo do busto;

Acabamento em overloquinho na bainha;

Parte de cima (29 cm) forrada;

Tecido Principal: Musseline (T01)

Cor Pantone Tecido Principal: Black Sand 19-4406 TCX

Tecido Forro: Musseline (T01)

Cor Pantone Tecido Forro: Black Sand 19-4406 TCX

Tecido 2: Tule Paetizado (T04)

Cor Pantone Tecido 2: Snow White 11-0602 TCX

Cor dos fios e linha do tecido principal: Cinza

Ficha de Desenvolvimento

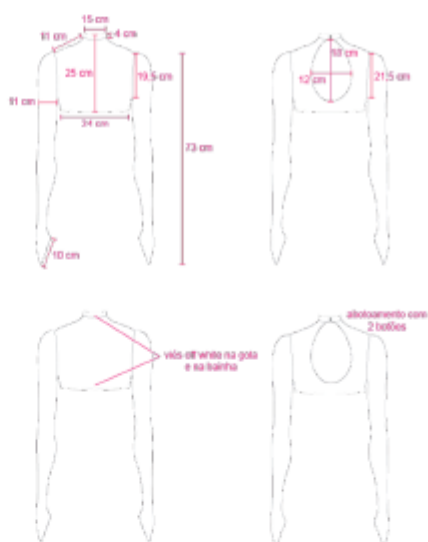
Coleção: Romantic Odyssey	Descrição: Blusa Sheer Black	
Ref: 04TP	Tema: Base	Estilista: Ana Carolina Vieira
Peça: Top	Técnica:	Grade: PP, P, M, GG, G
	Modelagem:	Modelista:

Makai

Variante: 1



Referências



Observações: Blusa cropped com mangas compridas e gola alta;
Decote frente e costas gola alta com abotoamento nas costas;
Viés no decote e na bainha;
Mangas recortadas em V;

Tecido Principal: Renda Consuelo (T09)

Cor Principal: Preto

Cor do viés: Branco

Cor dos fios e linha do tecido principal: Preto

Ficha de Desenvolvimento

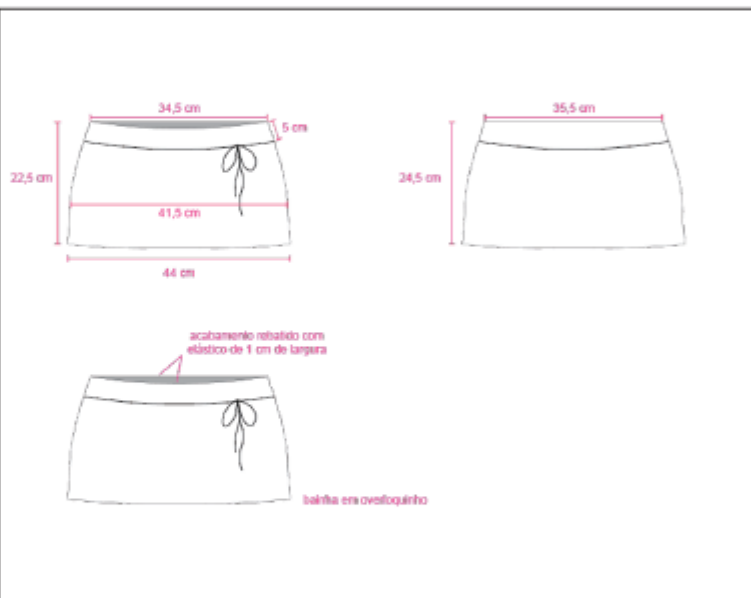
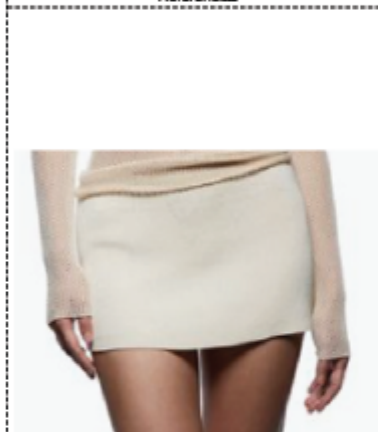
Coleção: Romantic Odyssey	Descrição: Saia Lola Black	
Ref: 03B	Tema: Base	Estilista: Ana Carolina Vieira
Peça: Bottom	Técnica:	Grade: PP, P, M, GG, G
	Modelagem:	Modelista:

Makai

Variante: 1



Referências



Observações: Mini saia evasê com cintura baixa;

Acabamento da cintura embutido com forro e com elástico de 1 cm de largura;

Forro com acabamento feito na costura de overloqu沿海;

- Comprimento do forro frente: 21 cm

- Comprimento do forro costas: 23 cm

Bainha feita com acabamento em overloqu沿海

Fio de Seda com 110 cm total na circunferência da saia, 5 cm abaixo da cintura;

Elástico da cintura com 72 cm de circunferência total.

Tecido Principal: Musseline (T01)

Cor Pantone Principal: Black Sand 19-4406 TCX

Tecido Forro: Musseline (T01)

Cor Pantone Forro: Black Sand 19-4406 TCX

Cor dos fios e linha do tecido principal: Cinza

Cor dos fios e linha do forro: Cinza

Ficha de Desenvolvimento

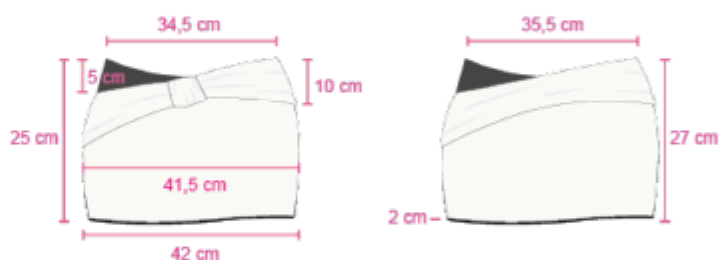
Coleção: Romantic Odyssey	Descrição: Saia Tied Pearl	
Ref: 05B	Tema: Base	Estilista: Ana Carolina Vieira
Peça: Bottom	Técnica:	Grade: PP, P, M, G, GG
	Modelagem:	Modelista:

Makai

Variante: 1



Referências



Observações: Mini saia evasê com cintura baixa;

Aplicação de laço (como na referência) no Tecido Principal na altura da cintura direita até 5 cm abaixo da cintura esquerda, como representado no desenho técnico;

Aplicação do Tecido 2 na cintura esquerda com comprimento de 5 cm;

Forro com acabamento feito na costura de overloquinho;

- Comprimento do forro frente: 24 cm

- Comprimento do forro costas: 26 cm

Bainha aplicada no Tecido 2 com 2 cm de comprimento;

Elástico da cintura com 72 cm de circunferência total.

Tecido Principal: Musseline (T01)

Cor Pantone Principal: Snow White 11-0602 TCX

Tecido 2: Musseline (T01)

Cor Pantone 2: Black Sand 19-4406 TCX

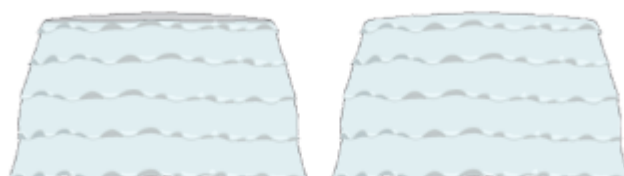
Cor dos fios e linha do tecido principal: Off White

Ficha de Desenvolvimento

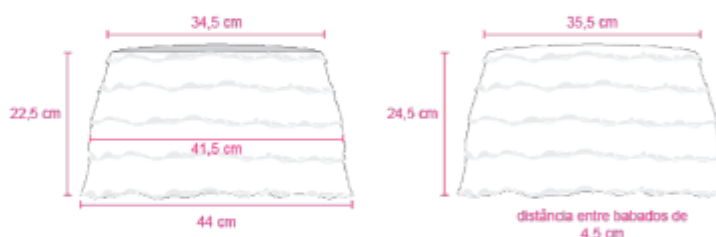
Coleção: Romantic Odyssey	Descrição: Saia Guilty Angelite	
Ref: 02B	Tema: Base	Estilista: Ana Carolina Vieira
Peça: Bottom	Técnica:	Grade: PP, P, M, G, GG
	Modelagem:	Modelista:

Makai

Variante: 1



Referências



Observações: Mini saia evasê com cintura baixa;
Acabamento da cintura embutido com limpeza e com elástico de 1 cm de largura;
Bainha feita com acabamento em overloquinho

Aplicação de babados como na foto de referência, no Tecido Principal;
Totalizando 5 babados na frente e 5 babados nas costas;
Distância de 4,5 cm entre os babados;
Acabamento de Overloquinho nos babados;

Elástico da cintura com 72 cm de circunferência total.

Tecido Principal: Musseline (T01)
Cor Pantone Principal: Bit Of Blue 11-4601 TCX

Cor dos fios e linha do tecido principal: Azul Claro

Ficha de Desenvolvimento

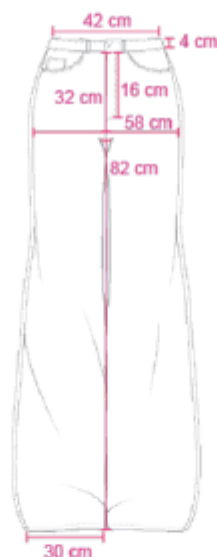
Coleção: Romantic Odyssey	Descrição: Calça Denim Covered	
Ref: 05B	Tema: Base	Estilista: Ana Carolina Vieira
Peça: Bottom	Técnica:	Grade: PP, P, M, G, GG
	Modelagem:	Modelista:

Makai

Variante: 1



Referências



Observações: Calça Jeans Baggy com gancho aumentado;
Lavagem: Cinza Escuro
Bolso Relógio no bolso esquerdo da frente;
Rebites personalizáveis MK (A03) e Botão personalizável MK (A04);
Etiqueta de couro personalizada Makai nas costas (A02);
Bainha de 2,5 cm;
Aplicação do Tecido 2 acima do Tecido Principal partindo abaixo do cós da calça;

Tecido Principal: Jeans Eco (T05)
Cor Tecido Principal: Lavagem Jeans Cinza Escuro

Tecido 2: Musseline (T01)
Cor Tecido 2: Estampa Romantic Odyssey

Cor do pesponto: Preto

Ficha de Desenvolvimento

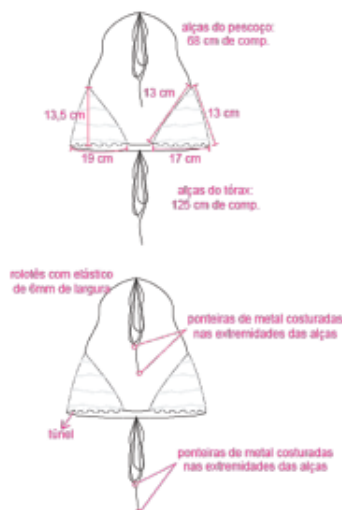
Coleção: Romantic Odyssey	Descrição: Top Faith Angelite	
Ref: 02TPB	Tema: Base	Estilista: Ana Carolina Vieira
Peça: Top bikini	Técnica:	Grade: PP, P, M, GG, G
	Modelagem:	Modelista:

Makai

Variação: 1



Referências



Observações: Top estilo cortininha;
Acabamento das laterais do triângulo embutidas com forro, e após, rebatidas na costura zig zag;
Alças do pescoço costuradas no ponto mais alto do triângulo, como representado no desenho;
Acabamento da base do triângulo em túnel embutido, para a passagem do rolô do tórax;
Alças do tórax e do pescoço em rolô com elástico de 6 mm de largura;

Aplicação de babados como na foto de referência, no Tecido 2
Totalizando 4 babados;
Distância de 3cm entre os babados;
Acabamento em Overloquinho nos babados;

Ponteiras presas às extremidades das 4 alças da peça.

Tecido Principal: Fluity Plus (T02)
Cor Pantone Tecido Principal: Bit Of Blue 11-4601 TCX

Tecido Forro: Fluity Plus (T02)
Cor Pantone Tecido Forro: Bit Of Blue 11-4601 TCX

Tecido 2: Musseline (T01)
Cor Pantone Tecido 2: Bit Of Blue 11-4601 TCX

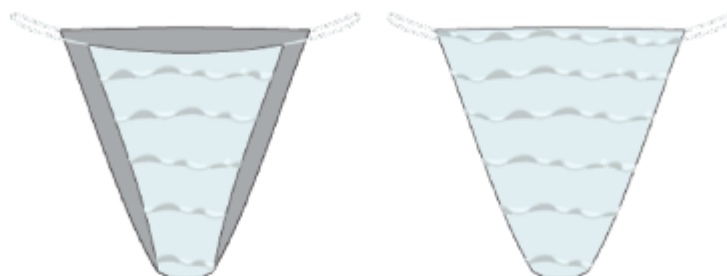
Cor e largura do elástico utilizado na peça: Branco - 6 mm
Cor dos fios e linha utilizados na costura da peça: Azul Claro

Ficha de Desenvolvimento

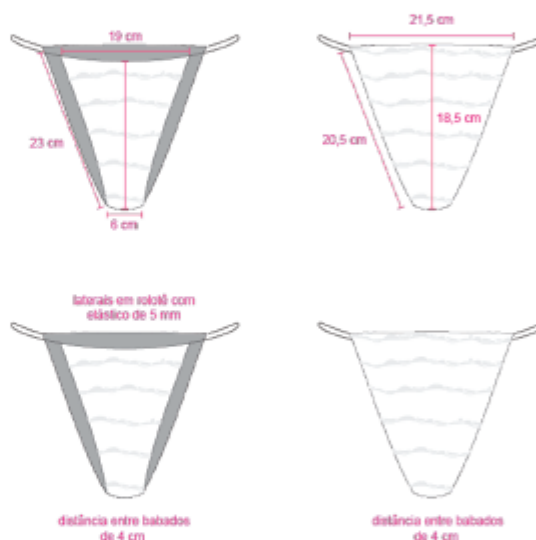
Coleção: Romantic Odyssey	Descrição: Calcinha Dear Angelite	
Ref: 02BB	Tema: Base	Estilista: Ana Carolina Vieira
Peça: Bottom bikini	Técnica:	Grade: PP, P, M, GG, G
	Modelagem:	Modelista:

Makai

Variante: 1



Referências



Observações: Calcinha com alças fixas;

Acabamento das cavas frente e costas embutidas com forro, e após, rebatidas na costura zig zag;

Acabamento das cinturas frente e costas, embutidas com forro, e após, rebatidas na costura zig zag;

Laterais da peça, feitas em roletê com elástico de 5 mm e largura e 11 cm de comprimento;

Aplicação de babados como na foto de referência, no Tecido 2;

Totalizando 5 babados na frente e 5 babados nas costas;

Distância de 4cm entre os babados;

Acabamento de Overloquinho nos babados;

Tecido Principal: Fluity Plus (T02)

Cor Pantone Principal: Bit Of Blue 11-4601 TCX

Tecido Forro: Fluity Plus (T02)

Cor Pantone Forro: Bit Of Blue 11-4601 TCX

Tecido 2: Musseline (T01)

Cor Pantone Principal: Bit Of Blue 11-4601 TCX

Cor e largura do elástico utilizado na peça: Branco - 6 mm

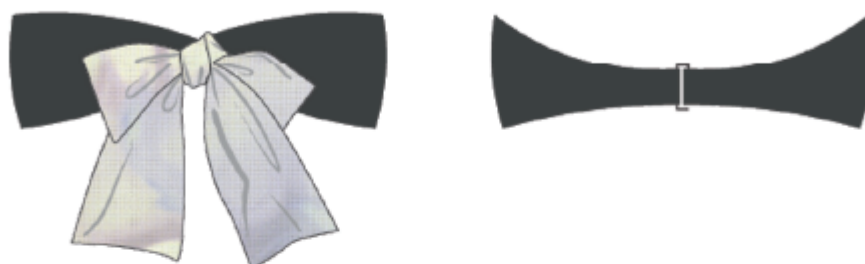
Cor dos fios e linha utilizados na costura da peça: Azul Claro

Ficha de Desenvolvimento

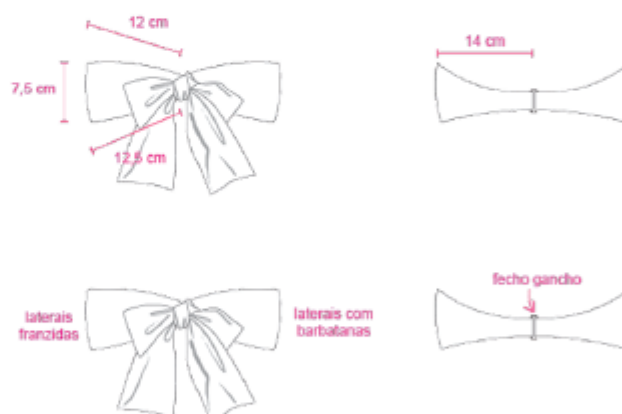
Coleção: Romantic Odyssey	Descrição: Top Vacay Coal	
Ref: 03TPB	Tema: Base	Estilista: Ana Carolina Vieira
Peça: Top	Técnica:	Grade: PP, P, M, GG, G
	Modelagem:	Modelista:

Makai

Variante: 1



Referências



Observações: Top sem alças com aplicação de laço no Tecido 2 no centro frente;
Busto com acabamento rebatido na colarete duas agulhas, com elástico de 1 cm de largura;
Laterais costas com acabamento rebatido na colarete duas agulhas, com elástico de 1 cm de largura;
Fechamento nas costas por fecho gancho;

Tecido Principal: Fluity Plus (T02)

Cor Pantone Principal: Black Sand 19-4406 TCX

Tecido 2: Tule Elastic Estampado

Cor 2: Estampa Romantic Odyssey

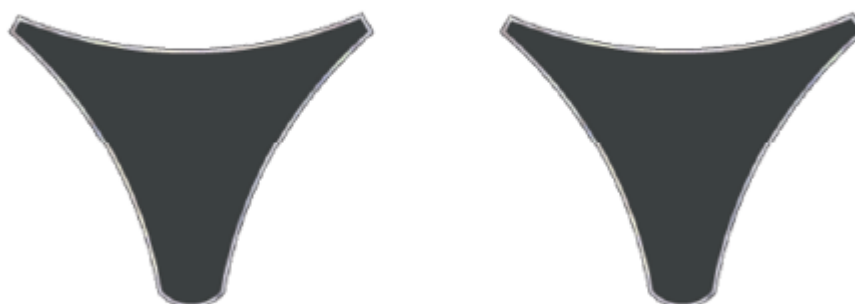
Cor dos fios e linha de toda a peça: Cinza

Ficha de Desenvolvimento

Coleção: Romantic Odyssey	Descrição: Calcinha Vacay Coal	
Ref: 03BB	Tema: Base	Estilista: Ana Carolina Vieira
Peça: Bottom bikini	Técnica:	Grade: PP, P, M, GG, G
	Modelagem:	Modelista:

Makai

Variantes: 1



Observações: Calcinha estilo asa delta;
Cintura reta;
Com Viés aplicado nas laterais e em cima no Tecido 2;

Tecido Principal: Fluity Plus (T02)
Cor Pantone Principal: Black Sand 19-4406 TCX

Tecido 2: Fluity Plus Estampado (T02)
Cor 2: Estampa Romantic Odyssey

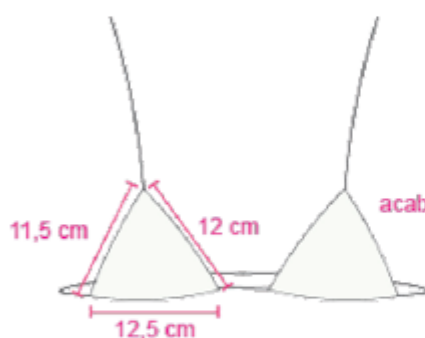
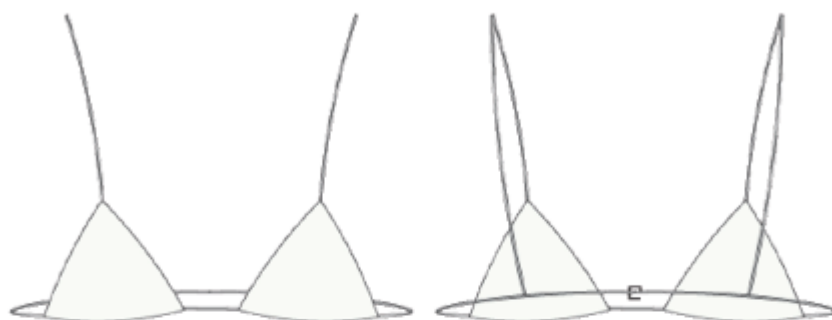
Cor dos fios e linha de toda a peça: Cinza

Ficha de Desenvolvimento

Coleção: Romantic Odyssey	Descrição: Top Little Pearl	
Ref: 01TPB	Tema: Base	Estilista: Ana Carolina Vieira
Peça: Top bikini	Técnica:	Grade: PP, P, M, GG, G
	Modelagem:	Modelista:

Makai

Variante: 1



alças com 42 cm de comprimento
alças com fio de seda



Observações: Top cortininha fixo, com acabamento do busto embutido com forro;
Alças fixas com fio de seda em Off White

Tecido Principal: Fluity Plus (T02)

Cor Pantone Tecido Principal: Snow White 11-0602 TCX

Tecido do forro: Fluity Plus (T02)

Cor Pantone do forro: Snow White 11-0602 TCX

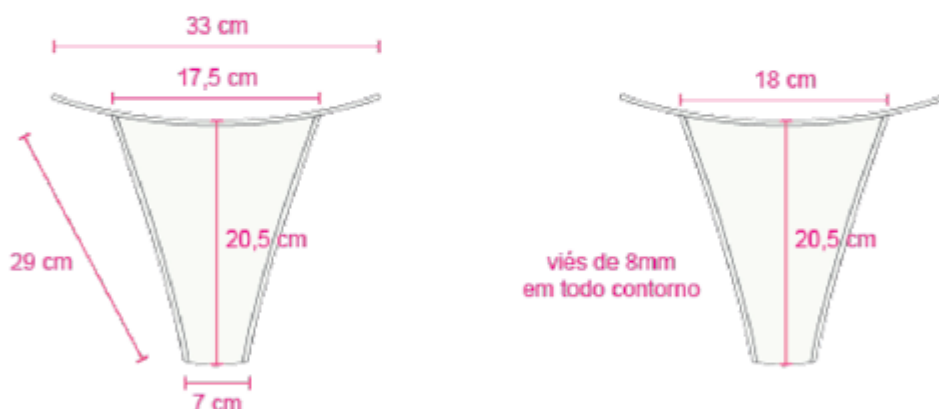
Cor dos fios e linhas: Off White

Ficha de Desenvolvimento

Coleção: Romantic Odyssey	Descrição: Calcinha Baby Pearl	
Ref: 01BB	Tema: Base	Estilista: Ana Carolina Vieira
Peça: Bottom bikini	Técnica:	Grade: PP, P, M, GG, G
	Modelagem:	Modelista:

Makai

Variante: 1



Observações: Calcinha com acabamento de viés no cóc, cavas e alças;

Tecido Principal: Fluity Plus (T02)

Cor Pantone Principal: Snow White 11-0602 TCX

Tecido do forro: Fluity Plus (T02)

Cor Pantone do forro: Snow White 11-0602 TCX

Tecido do viés: Fluity Plus (T02)

Cor Pantone do viés: Snow White 11-0602 TCX

Cor e tamanho do elástico das alças: Branco - 7 mm

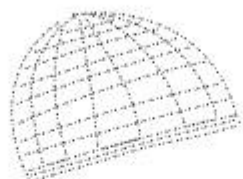
Cor dos fios e linha do viés: Off White

Ficha de Desenvolvimento

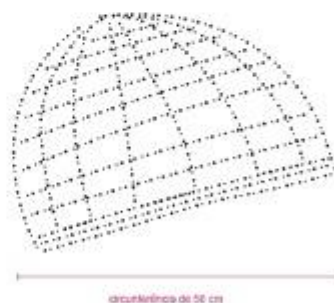
Coleção: Romantic Odyssey	Descrição: Beanie Pearl	
Ref: 02AC	Tema: Base	Estilista:
Peça: Acessórios	Técnica:	Grade: Único
	Modelagem:	Modelista:

Makai

Variante: 1



Referências



Observações: Touca feita em crochê.

Ficha de Desenvolvimento

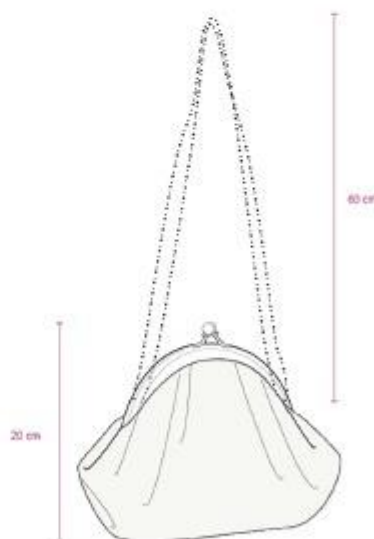
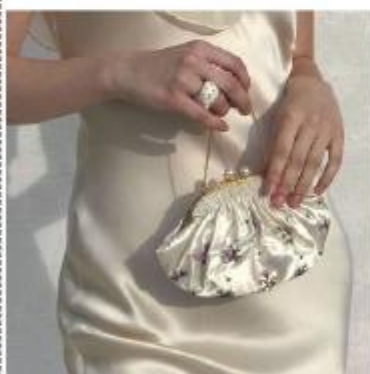
Coleção: Romantic Odyssey	Descrição: Clutch Pearl	
Ref: 01AC	Tema: Base	Estilista:
Peça: Acessórios	Técnica:	Grade: Único
	Modelagem:	Modelista:

Makai

Variantes: 1



Referências



Observações: Bolsa formato clutch;
Fechamento em pressão;
Alças em corrente com 60 cm de altura.

Fonte: Elaborado pela Autora, 2023

Por fim, essa etapa é sucedida pelo início da confecção dos protótipos escolhidos para representar a coleção cápsula. Esses produtos foram produzidos de forma terceirizada com uma costureira particular, contando com o acompanhamento e direcionamento direto da autora.

4. Protótipo

Os primeiros protótipos escolhidos para representarem a coleção Romantic Odyssey foram o Top Sickening Odyssey e a Saia Miss Odyssey por possuírem a estampa desenvolvida, posteriormente o Vestido Glass Azure também foi confeccionado.

As peças buscam trazer um dos fortes da marca mencionados no capítulo anterior, que são as suas estampas, ao mesmo tempo que, oferece uma modelagem diferente do que já é proposto na marca, apresentando um top que, segue a estética "mini" praticada pela Makai, juntamente com uma saia longa com babados, uma peça mais elaborada e diferenciada.

No presente capítulo será apresentada a documentação desse processo de confecção.

4.1 Documentação do processo

Para a confecção do top, foi desenvolvido um silk que foi produzido pela autora no laboratório de estamparia do Senai CETIQT com o apoio do colaborador Juarez e da professora Bruna Luz, na Ilustração 63 é possível observar as etapas desse processo utilizando a técnica tradicional em quadros, chamada de silk screen:

Ilustração 63 - Produção do Silk



Fonte: Elaborado pela Autora, 2023

A modelagem e a construção do protótipo foram realizadas com uma costureira particular que já possui experiência, como já mencionado anteriormente. Essa decisão foi tomada visando evitar o comprometimento dos fornecedores da marca que, por muitas vezes, não cumprem com os prazos estipulados. A peça foi desenvolvida no tamanho P, seguindo a tabela de medidas estipulada no capítulo anterior. Na Ilustração 64 é possível observar as etapas do processo de confecção e o look finalizado.

Ilustração 64 - Confeção do protótipo



Fonte: Elaborado pela Autora, 2023

4.2 Fichas técnicas

A seguir, na Ilustração 65 e 66, as fichas técnicas das estampas e do protótipo desenvolvido até o momento, contendo todas as especificações técnicas, sequência operacional e a análise de custo da peça:

Ilustração 65 - Ficha Técnica de estampa

ESTAMPA ODYSSEY VERSÃO 1							
	TÉCNICA: SUBLIMAÇÃO						
	TIPO: LOCALIZADA						
	TIPO DE RAPPORT: NÃO HÁ REPETIÇÃO						
	DIREÇÃO: SEM PÉ						
	MEDIDA RAPPORT: 1,50 m X 1,00 m						
	REPETIÇÃO: NÃO HÁ						
<table><tbody><tr><td>PANTONE 19-6602 TCK Snow White</td><td>PANTONE 19-4601 TCK BIOFFBlue</td><td>PANTONE 13-4413 TCK Cyan/Blue</td><td>PANTONE 14-3907 TCK Teal</td><td>PANTONE 17-3730 TCK Pearly Purple</td><td>PANTONE 19-4606 TCK Black Sand</td></tr></tbody></table>		PANTONE 19-6602 TCK Snow White	PANTONE 19-4601 TCK BIOFFBlue	PANTONE 13-4413 TCK Cyan/Blue	PANTONE 14-3907 TCK Teal	PANTONE 17-3730 TCK Pearly Purple	PANTONE 19-4606 TCK Black Sand
PANTONE 19-6602 TCK Snow White	PANTONE 19-4601 TCK BIOFFBlue	PANTONE 13-4413 TCK Cyan/Blue	PANTONE 14-3907 TCK Teal	PANTONE 17-3730 TCK Pearly Purple	PANTONE 19-4606 TCK Black Sand		
ELEMENTO: LAÇO							
NÚMERO DE VARIAÇÕES: 10							
MAIOR E MENOR TAMANHO: 15,8 CM; 11,3 CM							
COR: BLACK SAND							

ESTAMPA ODYSSEY VERSÃO 2							
	TÉCNICA: SUBLIMAÇÃO						
	TIPO: LOCALIZADA						
	TIPO DE RAPPORT: NÃO HÁ REPETIÇÃO						
	DIREÇÃO: SEM PÉ						
	MEDIDA RAPPORT: 1,50 m X 1,00 m						
	REPETIÇÃO: NÃO HÁ						
<table><tbody><tr><td>PANTONE 19-6602 TCK Snow White</td><td>PANTONE 19-4601 TCK BIOFFBlue</td><td>PANTONE 13-4413 TCK Cyan/Blue</td><td>PANTONE 14-3907 TCK Teal</td><td>PANTONE 17-3730 TCK Pearly Purple</td><td>PANTONE 19-4606 TCK Black Sand</td></tr></tbody></table>		PANTONE 19-6602 TCK Snow White	PANTONE 19-4601 TCK BIOFFBlue	PANTONE 13-4413 TCK Cyan/Blue	PANTONE 14-3907 TCK Teal	PANTONE 17-3730 TCK Pearly Purple	PANTONE 19-4606 TCK Black Sand
PANTONE 19-6602 TCK Snow White	PANTONE 19-4601 TCK BIOFFBlue	PANTONE 13-4413 TCK Cyan/Blue	PANTONE 14-3907 TCK Teal	PANTONE 17-3730 TCK Pearly Purple	PANTONE 19-4606 TCK Black Sand		

Fonte: Elaborado pela Autora, 2023

Ilustração 66 - Fichas Técnicas do Protótipo

Ficha Técnica de Produção		
Coleção: Romantic Odyssey	Descrição: Top Sickening Odyssey	
Ref: 01TP	Tema: Base	Estilista: Ana Carolina Vieira
Peça: Top	Técnica:	Grade: PP, P, M, G, GG
	Modelagem:	Modelista: Heide

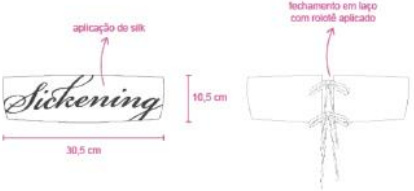
Makai

Variante: 1



Referências





Observações: Top Faixa Tomara Que Caia;
 Comprimento frente: 10,5 cm;
 Acabamento embutido por toda a peça;
 Aplicação de silk na frente;
 Costas unidas por 2 roletês na estampa, aplicados 3cm abaixo do centro costas e 3cm acima da bainha das costas;

Tecido e cor principal: Musseline e Estampa Heavenly

Tecido do forro: A defini

Cor dos fios e linhas da peça: Lilás

Sequência Operacional:

- 1 - Unir frente e costas pela costura lateral;
- 2 - Unir frente e costas pela costura lateral (forro);
- 4 - Colocar duas alças, de cada lado das costas;
- 5 - Costurar, unindo o forro;
- 6 - Virar para o lado direito;
- 7 - Fazer um cordão para passar pelas alças para fechar as costas.

CÁLCULO DE GASTO DE MATERIAIS

NOME	COMPO.	COR	GASTO	PREÇO	TOTAL
Musseline Toque de Seda (T01)	100% poliéster	Estampa Odyssey	1,5 m	R\$ 32,00/m	R\$ 48,00
Linha de poliéster		Lilás	1 rolo	R\$ 4,00	R\$ 4,00
Silk		Preto	-	R\$ 29,90	R\$ 29,90

GRADE

PP	P	M	G	GG
2	3	3	2	2

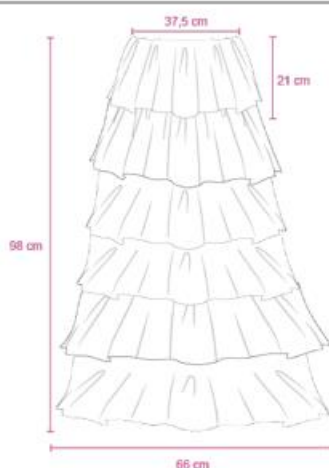
CUSTO DA PEÇA	MKUP	CUSTO FINAL	OBSERVAÇÃO:
R\$ 88,90	4X	R\$ 355,00	MÃO DE OBRA: R\$ 7,00

Ficha Técnica de Produção

Coleção: Romantic Odyssey	Descrição: Saia Miss Sickening	
Ref: 01B	Tema: Base	Estilista: Ana Carolina Vieira
Peça: Bottom	Técnica:	Grade: P, M, G, GG
	Modelagem:	Modelista: Heide

Makai

Variante: 1



Observações: Saia Longa com base evasê composta por 6 babados;
Cada babado possui 21 cm de altura e é formado por uma base de 1/2 godê;

Tecido Principal: Musseline (T01)

Cor Tecido Principal: Estampa Romantic Odyssey

Cor dos fios e linha de toda a peça (tecido principal): Lilás

Sequência Operacional:

- 1 - Montagem de cada babado, cortado em disco, em uma base plana, sendo 7 babados, no total;
- 2 - Unir cada uma dessas bases, na seguinte, começando pela de baixo e assim sucessivamente;
- 3 - Colocar o zíper na última base;
- 4 - Montar o cós;
- 5 - Fazer bainhas em cada babado;

CÁLCULO DE GASTO DE MATERIAIS

NOME	COMPO.	COR	GASTO	PREÇO	TOTAL
Musseline Toque de Seda (T01)	100% poliéster	Estampa Odyssey	4,5 m	R\$ 32,00/m	R\$ 144,00
Linha de poliéster		Lilás	1 rolo	R\$ 4,00	R\$ 4,00
		Lilás	15 cm	R\$ 2,00	R\$ 2,00

GRADE

PP	P	M	G	GG
2	3	3	2	2

CUSTO DA PEÇA	MKUP	CUSTO FINAL	OBSERVAÇÃO:
R\$ 148,00	4X	R\$ 599,00	

MÃO DE OBRA: R\$ 7,00

Coleção: Romantic Odyssey	Descrição: Vestido Glass Azure	
Ref: 01INT	Tema: Base	Estilista: Ana Carolina Vieira
Peça: Inteiro	Técnica:	Grade: PP, P, M, GG, G
	Modelagem:	Modelista: Heide

Varianțe: 1



Tecido 2: Tule Dress Ball (T10)
Cor Pantone 2: Crystal Blue 13-4411 TCX

- 1- Inserir tecido de bolinha no decote das costas - Overloque;
- 2- Fechar os ombros - Overloque;
- 3- Pregiar as duas mangas nas cavas - Overloque;
- 4- Fechar as mangas e as laterais da peça - Overloque;
- 5- Fazer bainhas nas mangas;
- 6- Colocar babados nos decotes e na barra - Overloque;
- 7- Fazer bainhas nos babados;
- 8- Colocar viés no recorte oval.

NOME	COMPO.	COR	GASTO	PREÇO	TOTAL
Crepe Georgetowne Brilhoso (T06)	100% poliéster	Azul	2,5 m	R\$ 39,00/m	R\$ 97,5
Tule Dress Ball (T10)	100% poliéster	Azul	0,5 m	R\$ 12,00	R\$ 6,00
Linha de poliéster		Azul	1 rolo	R\$ 4,00	R\$ 4,00

PP	P	M	G	GG
2	3	3	2	2

CUSTO DA PEÇA	MKUP	CUSTO FINAL	OBSERVAÇÃO:
R\$ 107,50	4X	R\$ 458,00	MÃO DE OBRA: R\$ 7,00

120

5. Editorial

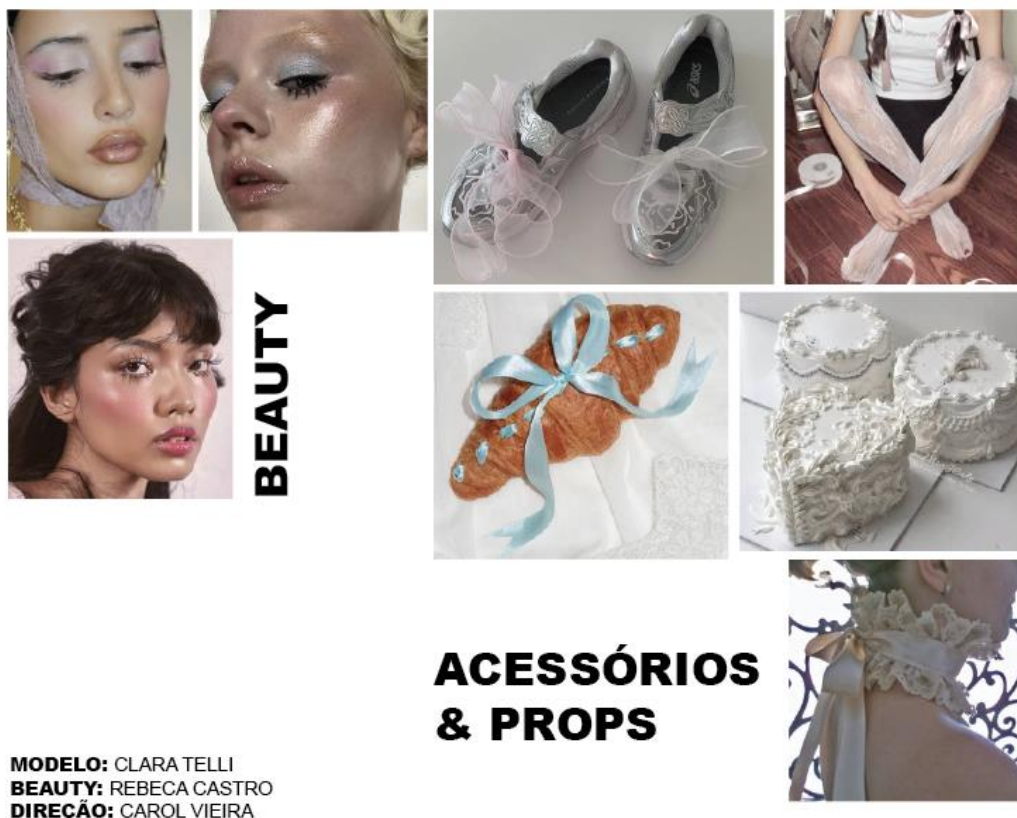
Com o objetivo de transmitir a estética e o tema pensado para a coleção cápsula, o próximo e último passo é elaborar um editorial. Neste capítulo será apresentado o planejamento, a execução e os resultados finais do mesmo.

PLANEJAMENTO

Ao longo de sua atuação na Makai Bikini, a autora desempenhou um papel na produção executiva e de moda para os ensaios fotográficos da marca. No contexto desse trabalho, o planejamento do presente editorial foi realizado com base na experiência prévia da autora.

O primeiro passo consiste na elaboração de um moodboard que agrega imagens e palavras-chave que representem a estética e a intenção da coleção. Esse moodboard (Ilustração 67) incorpora referências para a beauty - cabelo e maquiagem, além de detalhes relacionados a acessórios e props, estes últimos sendo os objetos de cenário a serem integrados de maneira estratégica nas imagens.

Ilustração 67 - moodboard para o editorial

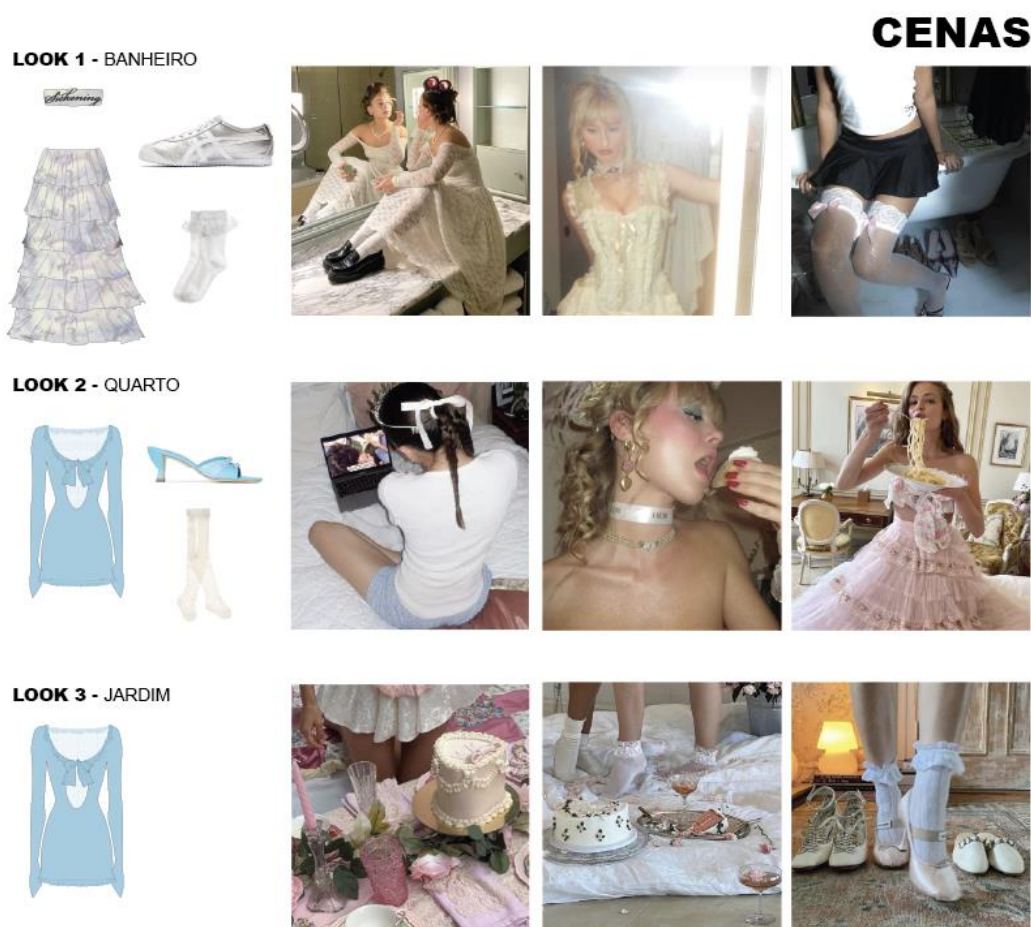


Fonte: Elaborado pela Autora, 2023

A partir do moodboard, é possível entender o que será necessário para a concretização do editorial, portanto o próximo passo é contatar os profissionais mais alinhados com a estética definida, sendo uma maquiadora (Rebeca Castro) e uma modelo (Clara Telli), no caso deste trabalho. Além disso, a busca pelos artigos de *styling* e de cenário são cruciais também, nesse aspecto a Diretora Criativa da Makai Bikini, Giulia Calbucci, ofereceu gentilmente seu acervo para a sessão de fotos.

Tendo esses aspectos alinhados, a fase seguinte envolve a organização dos looks a serem fotografados, programando o seu respectivo *styling* e as cenas que servirão de inspiração para as fotos, sendo de extrema importância para o dia do editorial, fazendo com que a modelo entenda o que será produzido e tornando possível o acompanhamento do andamento das fotos. Esse documento foi elaborado a seguir, na Ilustração 68:

Ilustração 68 - Organização das cenas do editorial

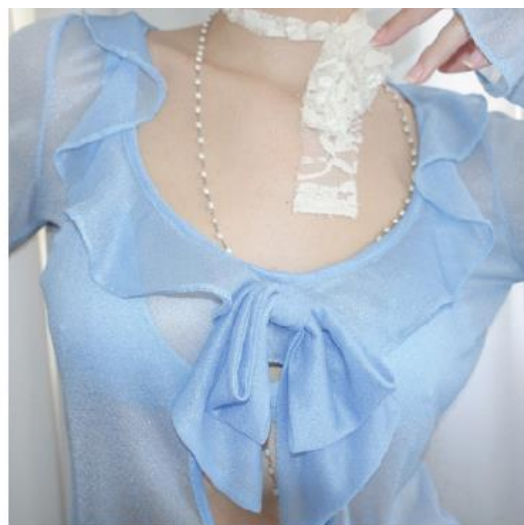




123

Ilustração 69 - Editorial final



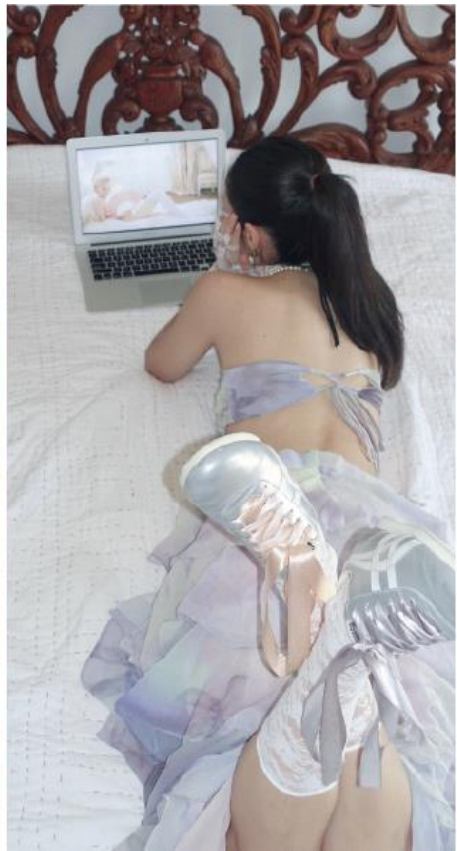




Let Them



Eat Cake





Fonte: Elaborado pela Autora, 2023

Considerações Finais

Tendo em vista a proposta desse projeto, conduzida por uma inspiração pessoal e um firme compromisso profissional em aprimorar as aspirações da marca Makai Bikini, foi possível criar um novo nicho de mercado para a marca, um segmento vanguarda que pudesse levar a empresa a novos patamares de reconhecimento. O estudo de caso da marca, a pesquisa dos seus 4Ps, identificando suas principais marcas de referência e o estudo da persona, desempenharam um papel fundamental ao longo deste processo, permitindo compreender a evolução da marca e as mudanças em seu público-alvo, além de identificar a oportunidade de explorar um novo segmento de mercado.

A pesquisa interna da marca permitiu um reconhecimento das clientes, suas preferências e seu envolvimento com a marca - a ponto de identificarmos uma nova faixa etária. A pesquisa de tendências e de mercado proporcionou insights sobre o que está em alta na moda praia e como a Makai Bikini poderia se destacar nesse mercado. Por fim, a pesquisa para o desenvolvimento da coleção cápsula incorporou os conhecimentos adquiridos ao longo do curso de Design de Moda, garantindo que as peças criadas atendessem às necessidades e desejos do novo público-alvo, oferecendo materiais e modelagens alternativas.

Ao longo do processo, é considerável argumentar as dificuldades de desenvolver peças que, oferecessem uma nova proposta para a marca mas, que não fugissem da sua identidade e posicionamento. Diante de dois protótipos prontos, pude concluir que o tempo foi um fator desfavorável para o seu desenvolvimento, uma vez que, as peças precisariam de mais provas na modelo para ajustes nas medidas e nas modelagens para se tornarem fiéis ao que foi inicialmente pensado. Ao entender que esse projeto consiste em uma proposta para a marca e na experimentação dos processos de design, levo de aprendizado os métodos que pude desenvolver para a criação de uma coleção, desde o estudo inicial até a peça pronta, o que contribuirá imensamente para a minha trajetória profissional fora e dentro da Makai Bikini que, terá disposto um estudo de marca, pesquisa de benchmark e de tendências e uma coleção desenvolvida, podendo ser implementada pela mesma.

REFERÊNCIAS

ADRIANA DEGREAS CONQUISTA MAIS DE 30 PAÍSES COM BEACHWEAR DE LUXO. 2016. Disponível em: <https://texbrasil.com.br/pt/adriana-degreas-conquista-mais-de-30-paises-com-beachwear-de-luxo/>. Acesso em: 21 ago. 2023.

ADRIANA Degreas. Disponível em: <https://adrianadegreas.com.br/>. Acesso em: 21 ago. 2023.

AGUILERA, Caroline Lattmann. **OS ARQUÉTIPOS JUNGUIANOS NA PUBLICIDADE**. 2010. 55 f. Monografia (Especialização) - Curso de Semiótica Psicanalítica, Puc, São Paulo, 2010.

AMBROSE, GAVIN. **Design Thinking: ação ou prática de pensar o design**. Porto Alegre: Bookman, 2011. 200 p.

ATELIER. 2023. Disponível em: <https://www.mundolenny.com.br/atelier/>. Acesso em: 16 ago. 2023.

BARNARD, M, **Fashion Theory: An Introduction**. Routledge, 2014

CAMPANHAS AD. Disponível em: <https://adrianadegreas.com.br/pages/campanhas-ad>. Acesso em: 21 ago. 2023.

CARVALHAL, André. **A moda imita a vida**. São Paulo: Paralela, 2021. 343 p.

DISITZER, Marcia. **Uma das maiores estilistas de moda praia do Brasil, Lenny Niemeyer lança coleção de vestidos de festa**. 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/ela/moda/noticia/2023/06/uma-das-maiores-estilistas-de-moda-praia-do-brasil-lenny-niemeyer-lanca-colecao-de-vestidos-de-festa.ghtml>. Acesso em: 16 ago. 2023.

FASHION Campaigns You Need To See. 2023. Disponível em: <https://www.elle.com/uk/fashion/trends/g32298/best-fashion-campaigns/>. Acesso em: 31 ago. 2023.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 12 ed. São Paulo: Pearson, 2006.

LOUISE, Rebeca. **Conheça a história por trás da marca de Lenny Niemeyer**. 2022. Disponível em: <https://lorena.r7.com/categoria/moda/Conheca-a-historia-por-tras-da-marca-de-Lenny-Niemeyer>. Acesso em: 16 ago. 2023.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MARQUES, Humberto; LEVI, Renato. **Funil de Vendas**. São Paulo: Senac, 2020.

MARK, Margaret; PEARSON, Carol S. (2001). **O Herói e o Fora-da-Lei**.

MARTELLINI, Sofia. **Copenhagen Fashion Week: Need-to-Know S/S 24**. 2023. Disponível em: <https://www.wgsn.com/fashion/article/64da32a7cfde6b91036e57d3>. Acesso em: 31 ago. 2023.

PACCE, Lilian. **Biquíni made in Brazil**. Rio de Janeiro: Arte Ensaio, 2016.

PATEL, Neil. **Persona: O que É, Benefícios, Como Usar e Exemplos**. Disponível em: <https://neilpatel.com/br/blog/tudo-sobre-persona/>. Acesso em: 27 ago. 2023.

SAYGI, Rebecca. **Swimwear Forecast S/S 25: Digitopia**. 2023. Disponível em: <https://www.wgsn.com/fashion/article/64be4cbe0317f2eeaa185a88>. Acesso em: 31 ago. 2023.

TEAM, Koibird Fashion. **ADRIANA DEGREAS, ACTUALLY**. Disponível em: <https://www.koibird.com/blogs/birdword/adriana-degreas-interview>. Acesso em: 21 ago. 23.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda: Planejamento de coleção**. 5. ed. São Paulo: Edição da Autora, 2013. p 208

VARLEY, Rosemary; RONCHA, Ana; THOMAS, Natascha Radclyffe -; GEE, Liz.
Fashion Management: A Strategic Approach. Great Britain: Bloomsbury, 2022.
326

VOGUE, Redação. **Esta marca é a mais nova queridinha de Hailey Bieber, Kylie Jenner, Camila Queiroz e mais.** 2023. Disponível em:
<https://vogue.globo.com/moda/noticia/2023/01/esta-marca-e-a-mais-nova-queridinha-de-hailey-bieber-kylie-jenner-camila-queiroz-e-mais-famosas.ghtml>.
Acesso em: 31 ago. 2023.

Apêndice

https://docs.google.com/forms/d/1izfXXIGRsOxhbho-60-GliWS77CBaeDWRv6CwtPyr8/edit?usp=forms_home&ths=true