

Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil

Faculdade SENAI CETIQT

Curso de Bacharelado em Design

Júlia Sena França

Geada Tropical

A Criação de uma Coleção Cápsula para The North Face

Rio de Janeiro

2023

Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil

Faculdade SENAI CETIQT

Curso de Bacharelado em Design

Júlia Sena França

Geada Tropical

A Criação de uma Coleção Cápsula para The North Face

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 Cristiane de Souza dos Santos Carvalho

Rio de Janeiro

2023

Ficha catalográfica

Sena França, Júlia

Título do Trabalho de Conclusão: Geada Tropical A Criação de uma Coleção Cápsula para The North Face / Júlia Sena França. – Rio de Janeiro, 2023.

102 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. 2. Coleção 3. Cápsula. I. Título.

Júlia Sena França

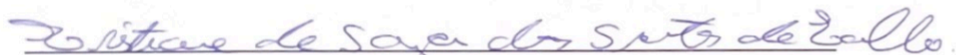
Geada Tropical

A Criação de uma Coleção Cápsula para The North Face

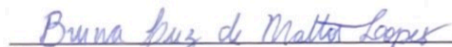
Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.

Data de Aprovação: 28/11/2023

Banca Examinadora:



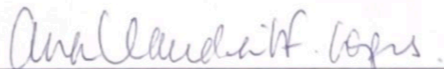
Profª Cristiane de Souza dos Santos Carvalho
Mestre em Ciência Cardiovasculares - UFF
Docente, SENAI CETIQT



Profª Bruna Luz de Mattos Lopes
Especialista em Design de Estamparia – SENAI CETIQT
Docente, SENAI CETIQT



Profª Iria Wessler Fois
Pós-graduação em Docência do Ensino Superior – Faculdade Cândido Mendes
Docente, SENAI CETIQT



Ana Claudia Lourenço Ferreira Lopes
Coordenadora do Ensino Superior

Dedicatória

Dedico este projeto à minha querida avó Francisca Miriam de Magalhães França (*in memorian*), que foi uma mulher excepcional e essencial no meu desenvolvimento como pessoa. Agradeço a essa grande costureira baiana por todos os ensinamentos, que me influenciou no que eu mais gosto de fazer: moda. Obrigada por todo amor e carinho. Vó, você sempre será minha maior inspiração.

Agradecimento

Primeiramente, agradeço à minha família por me apoiar nas decisões da vida. Ao meu pai, que acreditou em mim e por me apoiar financeiramente e com palavras sábias. Agradeço também a minha mãe, que sempre esteve ao meu lado nos melhores e piores momentos durante a minha formação, e que me ajudou com palavras de incentivo. Ao meu marido, que constantemente foi paciente e confiou no meu potencial, acreditando que eu sou capaz de tudo o que eu queira ser. Obrigada professores do SENAI CETIQT que participaram de todo o meu desenvolvimento como aluna, em especial a minha orientadora Cristiane Carvalho. Agradeço ao meu avô por ter sido tão importante quanto a minha avó. Por fim, a todos que fizeram parte da minha história e do meu crescimento profissional. Vocês são incríveis e eu jamais esquecerei de cada detalhe e diferença que vocês fizeram na minha vida.

“A melhor cor do mundo é a que fica bem em você.”

(Coco Chanel)

Resumo

Este Trabalho de Conclusão de Curso consiste na criação de uma coleção cápsula, tendo como objetivo elaborar estampas e um *mix* de produtos com a identidade da marca. Como fonte de inspiração para criar duas estampas corridas, foram utilizados elementos brasileiros que pudessem representar o país tropical, além de cores da bandeira e do estudo da paleta de inverno. Para a realização deste projeto, foram feitas pesquisas e análises de dados por meio de entrevistas, entendendo melhor o mercado da moda de inverno e compreendendo o consumo dessas roupas. A partir desses estudos, foi elaborada uma pesquisa para desenvolver uma proposta de coleção cápsula para a marca The North Face, contendo o desenvolvimento de peças de frio, podendo também ser utilizadas na prática de esportes de inverno. Por fim, o protótipo apresentado foi realizado por meio da ferramenta Clo3D, criando uma peça digital, possibilitando ter uma ideia visual mais apropriada de como a roupa será feita futuramente, atendendo as expectativas da autora, que obteve uma ótima satisfação das informações extraídas, além dos processos criativos desenvolvidos para este trabalho.

Palavras-chave: Design. Moda. Coleção Cápsula. Estampa. The North Face.

Abstract

This Final Project consists of creating a capsule collection, having the main goal to create prints and mix of products with the brand's identity. As source of inspiration to create two rotary prints, Brazilian elements were used to represent the tropical country, as well as colors from the flag and from the study of the winter palette. To carry out this project, researches and data analysis through interviews were realized, to be able to understand the winter fashion market and the consumption of these clothes. Based on these studies, a research was made to develop an idea for a capsule collection to The North Face brand, containing the development of cold weather clothes, that can also be used for winter sports. Finally, the prototype was created using the Clo3D tool, creating a digital garment, making it possible to have a more appropriate visual idea of how the clothing will be made in the future, meeting the author's expectations, who had a great satisfaction from the information extracted, in addition to the creative processes developed from this work.

Key-words: *Design. Fashion. Capsule Collection. Print. The North Face.*

SUMÁRIO

Introdução	13
1. O Frio Extremo sob a Ótica da Necessidade de Roupas Aquecidas	15
1.1 A Relação da Roupas de Frio e a Moda	19
2. Pesquisa de Mercado	25
2.1 Análise de Público-alvo	26
2.2 Análise dos Dados Coletados	27
3. A Marca The North Face	33
3.1 História da Marca	33
3.1.2 Matriz <i>SWOT</i>	37
3.2 Mix de Marketing	39
3.2.1 Produto	39
3.2.2 Preço	41
3.2.3 Praça	43
3.2.4 Promoção	46

4. Desenvolvimento da Coleção Cápsula	50
4.1 Processo Criativo	50
4.2 Cartela de Cores	53
4.3 Cartela de Tecidos	59
4.4 Cartela de Aviamentos	62
4.5 Estamparia	64
4.6 Release Técnico	68
4.7 Planejamento Numérico	69
4.8 Mix de Produtos	70
4.9 Tabela de Medidas	73
4.10 Croquis Digitais	74
5. Protótipo 3D	75
5.1 Fichas de Desenvolvimento	75
5.2 Fichas de Combinações do Produto	83
5.3 Elementos Técnicos do Produto	85
5.4 Desfile em 3D da Coleção Geada Tropical	89

Considerações Finais.....	93
Referências.....	95
Apêndices	101

Introdução

Este projeto tem como objetivo criar uma coleção cápsula para a marca *The North Face* que, segundo o site da marca, aponta que em 1980 foi a única fornecedora de uma coleção de roupas de alto desempenho e práticas aventureiras, como *ski* e *snowboard*. A proposta que será apresentada, dar-se-á por meio do segmento *outdoor wear*¹, no qual entregará um universo colorido e com estampas para o mundo das roupas de inverno, transmitindo sensações alegres através de peças com um contexto estético mais harmonioso.

Dessa forma, idealizar esse Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), mostra que é possível construir para esse mercado uma visão estética elaborada quando o assunto é roupas de inverno. O segmento de *outdoor clothing*², inclusive, roupas de alto rendimento para esporte de neve, está cada vez mais perdendo a cor após a pandemia do Covid-19 — que foi um ano onde a tendência do colorido manifestou-se —, emergindo tons mais escuros e sombrios.

Sabe-se que o Brasil se destaca em cores e estampas em vários segmentos da moda, ele não tem um grande público para consumidores de roupas para frio extremo por ser um país tropical. Por conta disso, foi escolhida uma marca internacional para ser estudada, investigada e analisada sob a ótica dos 4 Ps do marketing.

Para realizar esse projeto, a metodologia tratada terá como base pesquisas bibliográficas, tendo como abordagem qualitativa e objetivo exploratório, ou seja, para entender qual a melhor percepção para o tema trabalhado, serão coletados

¹ Trata-se de “roupas de uso ao ar livre”, podendo também ser utilizadas para práticas de esportes.

² Outra forma de dizer *outdoor wear*.

dados com perguntas feitas para pessoas que já compraram e utilizaram roupas para frio extremo e passaram por situações de exposição à climas adversos.

Com isso, o universo da pesquisa será o de jovens mulheres intercambistas entre 18 e 30 anos. O grupo amostral da pesquisa tem como configuração pessoas que fazem parte de um ciclo social mais próximo, — conhecidos que tiveram a oportunidade e o objetivo de ir à lugares com temperaturas negativas — sendo convidados para uma entrevista para a coleta de dados.

É necessário ter em mente, que existem intercambistas do mundo inteiro, porém essa pesquisa será realizada em âmbito nacional, no qual pretende ser entre 9 a 13 entrevistados, pois haverá um momento que as respostas irão apresentar similaridades e poucas inserções de novas perspectivas para o tema abordado.

Dito isso, o trabalho será fragmentado em cinco partes, onde a primeira irá abordar maneiras de se manter aquecido com roupas adequadas para o clima de frio intenso. A segunda irá tentar entender como é o mercado desse setor e a terceira tem como propósito investigar a marca abordada no projeto.

Já a quarta e quinta parte, será apresentado todo o desenvolvimento da coleção cápsula e o protótipo, tendo a possibilidade de mostrar os estudos feitos nos capítulos anteriores. Por fim, as considerações finais do projeto, no qual expressará conclusões do trabalho para o âmbito do mercado existente e do designer de moda.

1. O Frio Extremo sob a Ótica da Necessidade de Roupas Aquecidas

O primeiro capítulo desse TCC, tem como finalidade entender a necessidade de se manter aquecido em locais de temperaturas negativas. No inverno, quando essas temperaturas surgem, o frio domina. Portanto, há maneiras eficazes de se manter quente e confortável devido a tecnologias têxteis. Nesse momento, será explorado mais a fundo as vantagens e os benefícios dessas roupas, bem como a utilização delas para esportes de neve.

O frio extremo relaciona-se com a condições meteorológicas caracterizadas por temperaturas muito baixas, normalmente abaixo do ponto de fusão da água, sendo acompanhadas por ventos fortes. Isso pode ocorrer em vários locais do mundo, principalmente em regiões montanhosas podendo ter altitudes elevadas ou mais próxima dos polos.

As roupas para frio extremo com temperaturas abaixo de zero grau *Celsius* são fundamentais para manter o corpo aquecido. Com isso, para o indivíduo se manter confortável e seguro, é necessário investir matéria-prima para garantir a eficácia dessas roupas. Dentre os materiais mais utilizados para assegurar essa eficiência, está o poliéster, que dependendo da tecnologia, é um ótimo investimento para utilizar no inverno, já que favorece o isolamento térmico e tem secagem rápida.

Segundo Passos (2023), coordenador da plataforma do Instituto SENAI de Inovação em Biossintéticos e Fibras, casacos finos utilizados em locais de muito frio, tem algum ativo de termorregulação na roupa, assim isolando o corpo da pessoa do frio e facilitando a mobilidade nesses lugares.

Dessa forma, como o recomendado é não deixar molhar a camada de roupa externa e possibilitar o transporte da sudorese pela roupa, os materiais mais utilizados entre as marcas são a poliamida e o poliéster, com uma tecnologia impermeabilizante e respirável.

Figura 1 – Poliamida e Poliéster sendo utilizados na marca *The North Face*, *Columbia* e *Cordova*.

The image displays three e-commerce product pages. The top left shows The North Face pants with technical details like 'DryVent™ 2L impermeável, respirável' and 'Sistema de ventilação Chimney Venting™'. The top right shows a Columbia jacket with material details like 'Omni-Tech™ Generation Dobby 100% poliamida' and 'Omni-Heat Reflective™ 210T taffeta 100% poliéster'. The bottom section shows a Cordova jumpsuit with a material composition of '43% Polyester, 43% Polyamide, 14% Elastane, Water Repellant'. Red boxes highlight specific material and technical details on each page.

THE NORTH FACE NEW ARRIVALS MASCULINO FEMININO ACESSÓRIOS EQUIPAMENTOS CALÇADOS

Dados Técnicos

- Ajuste padrão
- Tecido com DryVent™ 2L impermeável, respirável, costura selada com fita e acabamento resistente à água não fluorado (non-PFC DWR) mantém o usuário seco
- Isolamento Heatseeker™ Eco para aquecimento mesmo no tempo úmido
- Abas de ajuste na cintura
- Passadores para cinto
- Bolsos para as mãos com zíper
- Bolso cargo com velcro
- Abertura na parte interna da coxa para ventilação
- Joelhos articulados para maior mobilidade
- Reforço na parte inferior da barra

• Sistema de ventilação Chimney Venting™
• Polaina StretchVent™ com elástico aderente
• Composição: Poliéster e Nylon reciclado

Columbia Masculino Feminino Kids Calçados Acessórios

Tecidos:

Corpo: Omni-Tech™ Generation Dobby 100% poliamida
Forro: Omni-Heat Reflective™ 210T taffeta 100% poliéster
Jaqueta interna: Hourglass High Pile Fleece 100% poliéster.

CORDOVA USD \$ Q P U

Fabric & Care

Machine wash cold, gentle cycle. Do not tumble dry. Do not bleach. Cool iron when needed. Gentle dry clean.

43% Polyester, 43% Polyamide, 14% Elastane, Water Repellant

Fonte: Compilação do autor³, 2023.

³ Montagem a partir de imagens coletadas nos sites da The North Face, Columbia e Cordova.

Portanto, foi apresentada uma sugestão da previsão outono-inverno 24/25, que é a fibra *Dyneema*, sendo essa fibra mais respirável e resistente à Radiação Ultravioleta (UV) e produtos químicos, ela também é resistente à umidade.

Os testes que fizemos mostraram que o material começou a se deformar nas articulações, mas as fibras não foram quebradas. Isso é interessante em relação a outros materiais compósitos populares, como os compósitos de fibra de carbono, que se rompem repentinamente. Aqui, embora possamos rasgar o material, é realmente difícil quebrar suas fibras. (SKOVSGAARD, 2019)

Em suma, deve-se investir em tecidos de alta performance para que a roupa tenha conforto. Desse modo, pesquisar sobre materiais tecnológicos é imprescindível, já que para aguentar as condições extremas precisa-se de boa qualidade, durabilidade e resistência. No entanto, vale ressaltar que itens duráveis valem o investimento, pois atraem o consumidor para produtos sem prazo de validade.

Figura 2 – Modelo da campanha subindo montanha de neve com roupas adequadas.



Fonte: Cordova.co, 2023.

1.1 A Relação da Roupas de Frio e a Moda

Tornando uma combinação justa de funcionalidade e estilo, esse subcapítulo abordará a moda outono/inverno e sua relação com as roupas para frio extremo, buscando analisar de forma significativa ao redor do mundo como esse mercado tem se destacado e como propõem como estilo e estética a roupa para a venda nesse setor.

À medida que o inverno se aproxima, as tendências da moda crescem para atender as necessidades de não só estar confortável, mas estar bonito e estiloso também. Com isso, a moda desempenha um papel importante na maneira como as pessoas se vestem. Partindo de uma vertente que o clima é frio, elas precisam se sentir confortáveis com o que estão usando e a roupa precisa ser funcional.

Dito isso, apesar das roupas de frio representarem uma necessidade prática, o indivíduo que está vestindo uma peça de roupa ou até mesmo acessórios, se expressa de alguma forma, o que faz com que ele tenha uma personalidade individual. Dessa forma, a moda invernal abrange diversos itens além de casacos pesados, mas calças, suéteres, cachecóis, luvas e gorros.

“Estar na moda significa expressar a personalidade” o que gera a compreensão do seu consumo como algo que comunica opiniões, sentimentos, crenças e valores.” (COBRA, 2007, p. 96 apud FELIPPE; FEIL, p.297, 2020)

As roupas precisam ser projetadas para aquecer, implicando o uso de tecidos isolantes, que oferecem conforto térmico e evitam a perda de calor corporal. Porém, a moda vai muito além de apenas se agasalhar e fugir de temperaturas baixas, pois ela permite criar *looks* para ir à padaria ou até mesmo ir passear, desempenhando um papel importante até mesmo nas cores utilizadas.

As roupas de inverno também são utilizadas para esportes de neve, como *ski* e *snowboard*. Nas montanhas de neve, é visto uma variedade de estilos e cores diversas, porém entre todas as opções, as cores neutras, frias e sóbrias predominam como uma escolha popular. Apesar disso, algumas pessoas optam pelo colorido vibrante para se destacar na paisagem branca e transmitir uma energia contagiante, como na imagem abaixo.

Figura 3 – Esquiadores vestindo cores vibrantes e se divertindo.



Fonte: Culture Trip Turkey, 2023.

Embora a pandemia do Covid-19 tenha trazido de volta o *Dopamine Dressing*, que nada mais é que “vestir dopamina”, ou seja, vestir roupas que trazem uma sensação de felicidade, as cores vibrantes fazem parte desse estudo psicológico.

“Quando a dopamina é liberada em grandes quantidades, ela cria sentimentos de prazer e nos motivam a repetir um comportamento específico.” (CONSTANTINO, 2022, tradução nossa)⁴.

Entretanto, quando o clima é mais gelado, as pessoas tendem a optar por tons mais neutros e frios — desde tons mais terrosos, como o marrom avermelhado a tons mais vibrantes, como o azul-marinho — em suas peças de roupas. É possível ver a representação na imagem abaixo.

⁴ “When dopamine is released in large amounts, it creates feelings of pleasure and reward which motivates us to repeat a specific behaviour.” (CONSTANTINO, 2022)

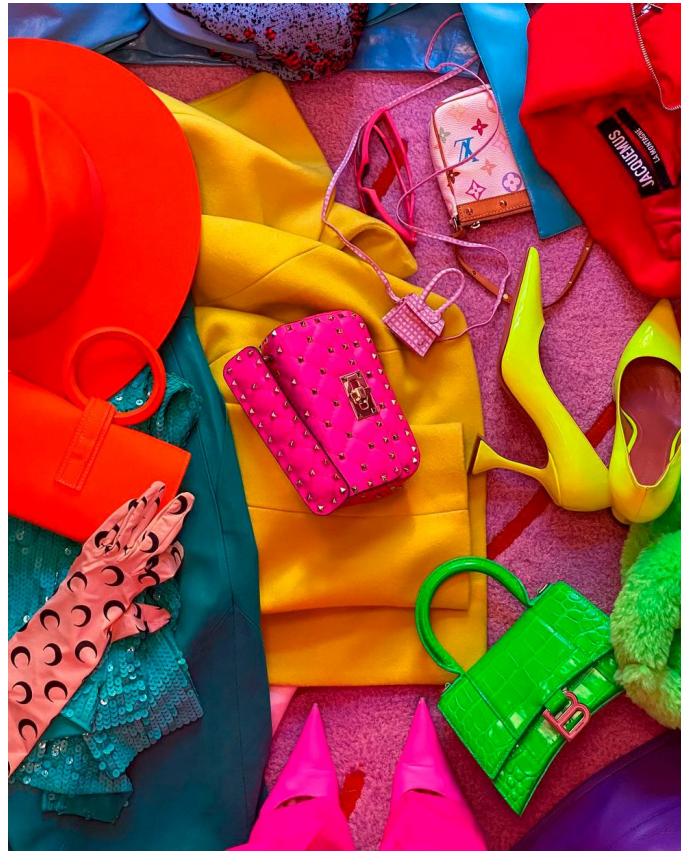
Figura 4 – Jovens vestindo roupas de inverno com cores mais frias.



Fonte: Oficina de Inverno, 2023

Ainda que esse estudo entenda por questões científicas e, conseqüentemente, moda, vale ressaltar que esse comportamento não é específico à cor, mesmo que elas tenham interpretações universais relacionadas às emoções, pois esses sentimentos são subjetivos e cada ser humano tem associações pessoais quanto as cores, conforme mostrado a figura abaixo.

Figura 5 - Compilado de roupas e acessórios coloridos.



Fonte: Página da plataforma de moda e beleza Steal The Look, 2022.

Segundo Smith (2022) “A nossa previsão de cores mundiais identifica o que irá influenciar o consumidor até 2025, analisando temas como bem-estar, criatividade, meio ambiente e tecnologia.” para a plataforma de tendências *Worth Global Style Network (WGSN)*.

Por conseguinte, pelas transformações ambientais, sociais, políticas e econômicas, que exercem influência global, a previsão das cores dominantes para a temporada Outono/Inverno 24/25, reflete um cenário adiante permeado de imprevisibilidade, que leva o próprio mercado a pensar nas estratégias futuras. Essa imprevisibilidade faz com que haja mudanças nas tendências e, conseqüentemente, em como as empresas abordam suas transformações socioeconômicas. Ademais, será abordado uma pesquisa para entender melhor o mercado voltado para roupas de frio no capítulo 2.

2. Pesquisa de Mercado

Segundo Kotler (2009, p.115), “o concorrente mais imediato da empresa é aquele mais parecido com ela própria: vende para o mesmo mercado-alvo e utiliza o mesmo mix de marketing.” Dessa forma, com essa afirmação, esse segundo capítulo visa pesquisar a realidade do mercado para roupas de inverno, tendo como objetivo entender e auxiliar no projeto de criação de uma coleção de moda com informações de dados coletados. Devido ao Brasil ser um país tropical, a pesquisa será com foco internacional, pois apesar de possuir um pequeno público consumidor de roupas para frio extremo, pode não existir mercado voltado para esse produto no Brasil.

Com isso, conforme o *website Data Bridge Market Research*, o dado mais atual que analisa o mercado de roupas de inverno foi em 2021, no qual foi avaliado em US\$300 milhões de dólares, podendo atingir US\$475 milhões em 2029. Além disso, questiona-se também sobre as mudanças climáticas, já que afetam o meio ambiente, mas ao mesmo tempo impulsionam as vendas nesse setor.

“Este evento pode ser fatal se você estiver enclalhado com ventos frios na faixa de 30 abaixo a 45 abaixo de zero.” (SERVIÇO NACIONAL DE METEOROLOGIA DOS ESTADOS UNIDOS, 2022).

Ainda segundo o *Data Bridge Market Research*, a Europa está exercendo domínio no mercado de roupas de inverno, pois suas condições ambientais e climáticas são favoráveis a segmentos de jaquetas, casacos, térmicas, moletons, entre outros.

2.1 Análise de Público-alvo

As roupas para frio extremo são de difícil acesso em países como o Brasil, já que ele tem como característica temperaturas médias a elevadas durante o ano, ou seja, um clima tropical. Porém, a análise de público-alvo será de consumidores brasileiros que viajaram para fora do seu país de origem.

Dito isso, os seguintes segmentos: feminino, masculino e infantil são grandes consumidores de roupas de inverno, pois o ser humano precisa se aquecer. Contudo, apesar desse setor de vestuário ser amplo, o gênero abordado a fim de concretizar esse projeto será feminino, sendo jovens entre 18 e 30 anos, tendo como grau de escolaridade a faculdade.

Outrossim, o estilo de vida dessas pessoas que moram em lugares com clima atípico e consomem roupas para frio extremo, tende a ser ativo. Assim, elas costumam ir para *resorts* de neve para praticar esportes como *ski* e *snowboard* em dias com clima mais intenso, buscando ter uma presença mais saudável.

“Ser fisicamente ativo pode adicionar anos à vida e vida aos anos” (GHEBREYESUS, 2020 apud LUISA, 2020)

Assim, torna-se importante compreender as nuances de um grupo demográfico específico, tendo como finalidade orientar estratégias e abordagens que atendam cuidadosamente uma análise feita por meio do público-alvo.

2.2 Análise dos Dados Coletados

A pesquisa qualitativa tem como finalidade aprofundar e analisar casos de maneira a entender comportamentos. Com isso, segundo Minayo e Deslandes (1994):

A pesquisa qualitativa não se baseia em critério numérico para garantir sua representatividade (...). A amostragem boa é aquela que possibilita abranger a totalidade do problema investigado em suas múltiplas dimensões. (MINAYO et al., 1994, p. 43).

Sobretudo, foi implementado um roteiro de perguntas semiestruturada com o propósito de entender o consumo de roupas de frio por jovens intercambistas, sendo esses, mulheres com faixa etária entre 18 e 30 anos. As perguntas abordadas tem como característica compreender o que esses jovens buscam em uma roupa de inverno, principalmente quando o clima está mais rigoroso. Dessa forma, busca perceber também a utilização de vestimentas *outdoor* — o qual se propõe ser utilizado para atividades ao ar livre —, mas também de peças coloridas e estampadas.

Essas entrevistas foram feitas de forma individual, utilizando o audiovisual como ferramenta, podendo ser possível verificar as reações presentes do entrevistado ao responder as perguntas. Foram entrevistadas 10 mulheres durante o mês de agosto de 2023 e, além disso, a forma em que as pessoas foram selecionadas foi feita de acordo com um ciclo social mais próximo, sendo indivíduos que puderam viajar e ter a experiência de um intercâmbio em um lugar de clima frio, chegando a números inferiores à zero grau.

Dessa forma, foi identificado características convergentes por cada pessoa que interagiu com o roteiro, revelando padrões no comportamento e nas opiniões compartilhadas. Dessa maneira, é importante ressaltar que todos os entrevistados concederam a permissão para a divulgação das informações coletadas, sendo fundamental para o compartilhamento dessa pesquisa do projeto de Trabalho de Conclusão de Curso. Todas as perguntas podem ser encontradas no Apêndice 1.

Durante o começo das entrevistas, foram feitas perguntas gerais sobre o consumo de roupas de frio e se já haviam viajado para lugares que faz temperaturas abaixo de zero grau no inverno, a fim de entender com que frequência compravam roupas para esse clima. Dito isso, as perguntas foram relevantes para que fosse possível compreender os perfis individuais, sendo estrategicamente posicionadas no início do roteiro semiestruturado, servindo como um ponto de partida para estabelecer uma interação inicial.

No que diz respeito a consumo de roupas de inverno, todos os convidados contaram que investem pouco em roupa de frio, pois não veem necessidade na aquisição de várias peças por morarem no Brasil, apenas quando precisam viajar para locais de exijam uma roupa adequada. Para fins de viagens internacionais, todos os 10 entrevistados afirmaram pegar temperaturas abaixo de zero grau. Alguns afirmaram ter feito mais de um intercâmbio, chegando a conviver por alguns meses em sensações térmicas extremas, exceto as entrevistadas Luana, Cecília e Hannah que não pegaram temperaturas em torno de -15 e -20 graus *Celsius*. Todos fizeram o intercâmbio chamado *Work and Travel*, que é um programa para universitários trabalharem — nas férias da faculdade — de forma remunerada exclusivamente nos Estados Unidos, sendo em cargos de subemprego.

Para a terceira, quarta e quinta pergunta que constam no Apêndice 1, apenas duas entrevistadas preferem o estilo mais criativo, contendo peças coloridas e estampadas, porém a entrevistada Julia Azevedo conta que essas estampas são mais minimalistas, sendo assim, com poucos elementos. Já a entrevistada Camilla Bandeira relata:

Eu sou 8 ou 80. Gosto de peças com muita estampa, se for para escolher peças com poucos elementos, eu prefiro cores sólidas. Ou é muita estampa ou é nada, porque não tem meio termo para mim... Quando eu era mais nova, eu preferia roupas mais *dark*, roupas mais neutras, mas hoje em dia meu estilo mudou totalmente. (BANDEIRA, 2023).

Partindo deste princípio, a terceira pergunta busca entender a relação dessas pessoas com dois estilos divergentes e, então, compreender o sentido das peças com cores neutras e coloridas associadas ao estilo básico e criativo. Assim, desvendando os motivos e significados por trás da seleção de peças de vestuário que se enquadram nos estilos em questão, oito entrevistadas preferiram o básico, sendo três delas apontaram que gostam de cor, pois as cores comunicam emoções e personalidade.

Usando como base essas respostas, a pergunta de número 7, – que pode ser encontrada ainda no Apêndice 1 – tenta entender dessas intercambistas que trabalharam em *resorts* de esqui, o que eles normalmente encontravam em uma montanha com praticantes de esportes de neve, e qual a preferência dessas entrevistadas em relação ao vestuário com cores neutras, coloridas e/ou estampados na imensidão do branco nesses lugares.

Considerando que foram 10 convidadas a responderem essa pergunta, 8 conseguiram ser unânimes sobre usar peças coloridas e estampadas em um *resort* de esqui, pois alegaram que roupas neutras não se destacam em uma montanha de neve. Além disso, sinalizaram que é de extrema importância a utilização de cores mais vibrantes nesses locais para caso haja um acidente, a patrulha da neve possa localizar e resgatar algum indivíduo perdido ou com dificuldade de se locomover. Dito isso, a entrevistada Luana Michaliszyn relatou com veemência:

Eu prefiro estampas por conta de segurança e para identificar as pessoas. Eu acho muito perigoso você esquiar de branco, preto ou marrom, porque dependendo de como está o clima, você se camufla na neve. Então, quanto mais cor e estampas nessas horas, melhor. (MICHALISZYN, 2023)

A pergunta de número 6 foi respondida por todos com muita convicção. De todas as 10 entrevistadas, apenas uma pessoa não possui roupas de inverno da The North Face. Muitos responderam a marca The North Face mais outras marcas, como Columbia e a Wedze, marca vendida pela Decathlon. Além disso, pontuaram que seus melhores casacos são da The North Face, pois conseguem aguentar temperaturas muito baixas.

Na oitava pergunta, as 10 entrevistadas responderam que se importam com as cores das roupas quando estão comprando alguma peça de vestuário. Entretanto, com ressalvas da convidada Fernanda Segaspini, que disse que apesar de se interessar pelas cores, pois procura algo que atende seu gosto, ela se importa primeiramente com a funcionalidade da roupa e com preço. Sendo assim, se existir uma peça de outra cor, porém com um valor mais acessível, ela escolheria o de menor valor.

De acordo com a pergunta sobre quanto elas acham justo pagar em uma jaqueta impermeável, funcional e estampada da The North Face, as respostas foram muito parecidas. A única entrevistada que acredita ser justo investir R\$2.500,00 foi a Raphaela Ribeiro, porque todas as outras relataram que em torno de R\$800,00 a R\$1.000,00 é um preço adequado a se pagar em uma jaqueta desta qualidade.

Em vista disso, a última pergunta tenta entender se as pessoas entrevistadas se vestem como gostariam, mas 5 desses participantes alegaram que não, pois o fator preço limita um pouco essa questão. Não somente as lojas físicas de determinadas marcas, mas as peças de vestuário em lojas de departamento subiram consideravelmente.

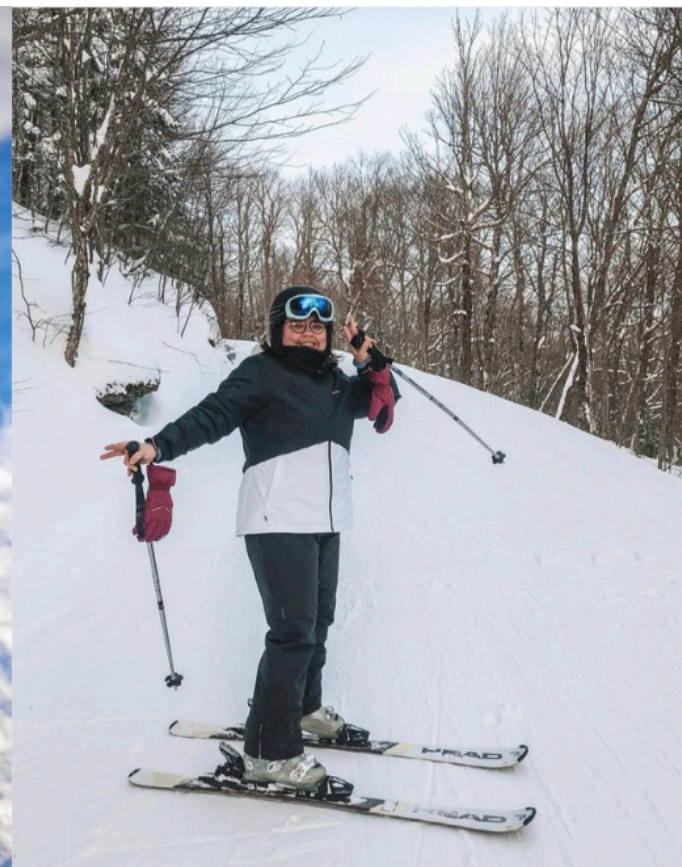
Figura 6 – Fotos concedidas com autorização por três entrevistadas na neve.



LUANA MICHALISZYN



MARIA CECÍLIA MATTOS



CAMILLA BANDEIRA

Fonte: Compilado de três fotos elaborada pela autora, 2023.

Em suma, grande parte das respostas abordadas foram semelhantes, o que se faz pensar e ponderar sobre a existência de percepções comuns e compartilhadas por vivência e experiências dos participantes. Portanto, vale considerar também as respostas de divergência, pois é importante para explorar as singularidades de cada um e se adequar ao projeto.

3. A Marca The North Face

Neste terceiro capítulo, o propósito é apresentar a marca The North Face, visando desenvolver uma coleção cápsula para ela, por meio de pesquisas que giram em torno da história da marca e seus valores. Além disso, será feita uma matriz *SWOT*, avaliando contextos visando a realização de escolhas. Também será analisado o mix de marketing proposto por Philip Kotler (2009) no livro “Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados”, tendo como premissa o estudo dos quatro pilares básicos de estratégia de marketing, os 4 Ps: praça, produto, preço e promoção, para entender os objetivos da marca e construir uma autoridade a ela.

3.1 História da Marca

A The North Face surgiu em 1966 em São Francisco, Califórnia. Foi criada por dois praticantes de atividades ao ar livre de alta performance, como escalada e montanhismo. Contando com uma das curiosidades da marca, a logo representa uma formação rochosa de meia cúpula localizada no Parque Nacional de Yosemite. Ela foi se expandindo no meio dos atletas profissionais e em 1980 passou a ser a fornecedora exclusiva de roupas de alto desempenho para os esportes de *ski* e *snowboard*. Na medida em que foi crescendo, a empresa se tornou grande e, com isso, fornece não só roupas e calçados, mas equipamentos para os indivíduos aventureiros. Sobre sua relação com a sustentabilidade, a The North Face utiliza energia 100% renovável nos Estados Unidos e é bem transparente em seu *website* sobre essas questões. Além disso, grande parte dos seus produtos tem como característica a utilização de materiais reciclados, bem como o poliéster reciclado, obtidas a partir de garrafas plásticas reutilizadas. Essa é a principal fibra sintética na composição da sua matéria-prima, tendo como propósito a diminuição do impacto ambiental.

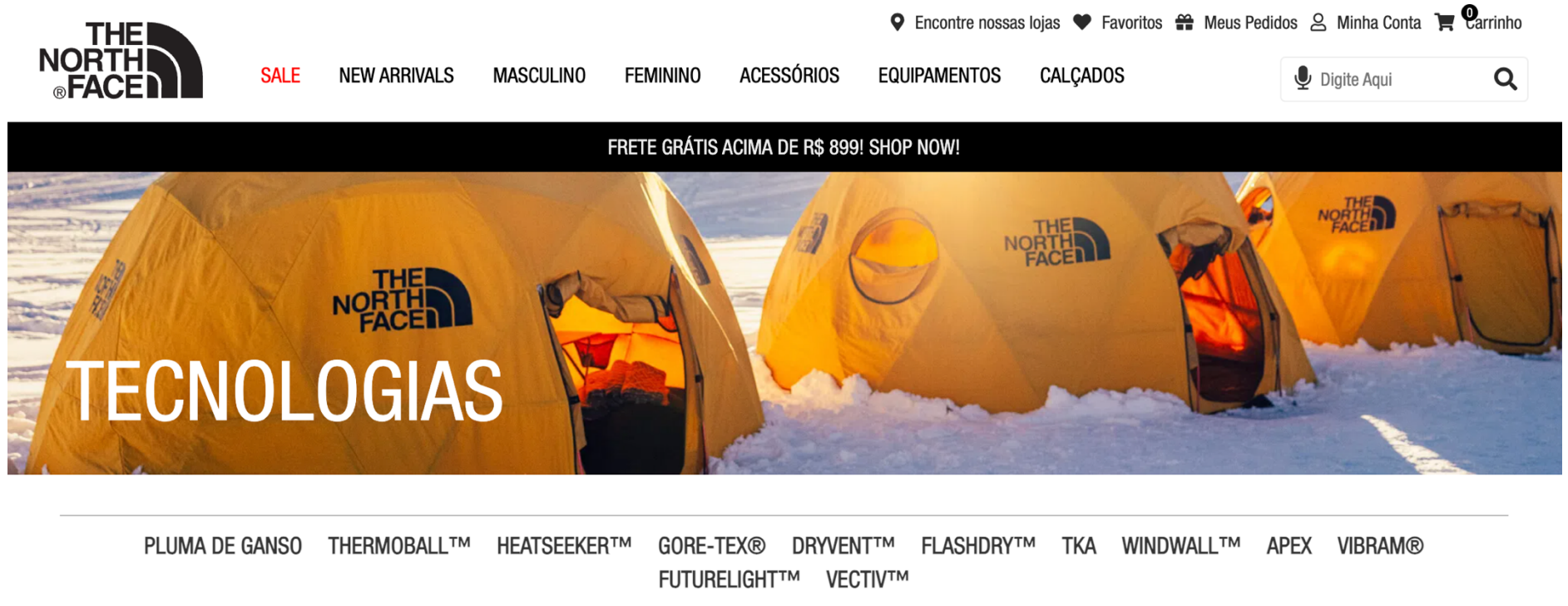
Apesar do *site* da marca apresentar 12 tecnologias em suas composições no Brasil e 9 nos Estados Unidos, sendo alguns de exclusividade da The North Face, as mesmas tecnologias de ambas as páginas são vendidas tanto para o Brasil quanto para os Estados Unidos. Essas tecnologias possibilitam que a roupa seja funcional e própria para determinadas situações, como ficar exposto a determinadas temperaturas. Dentre eles, a tecnologia *ThermoBall*, uma das mais famosas da marca, foi desenvolvida como isolante térmico de alto desempenho sem quaisquer resquícios de origem animal. Essa criação é uma alternativa sintética e prática para as plumas de ganso, que também são utilizados nos produtos da marca, porém com certificação de *Responsible Down Standard*, que nada mais é uma garantia que os animais são cuidados e não maltratados, assim sendo utilizados plumas que caem naturalmente dos gansos, sem ser retiradas à força. Além disso, ao contrário dos outros isolantes térmicos convencionais, sua configuração é formada por fibras sintéticas arredondadas e não contínuas, favorecendo a retenção de calor.

Figura 7 – Selo *Responsible Down Standard*



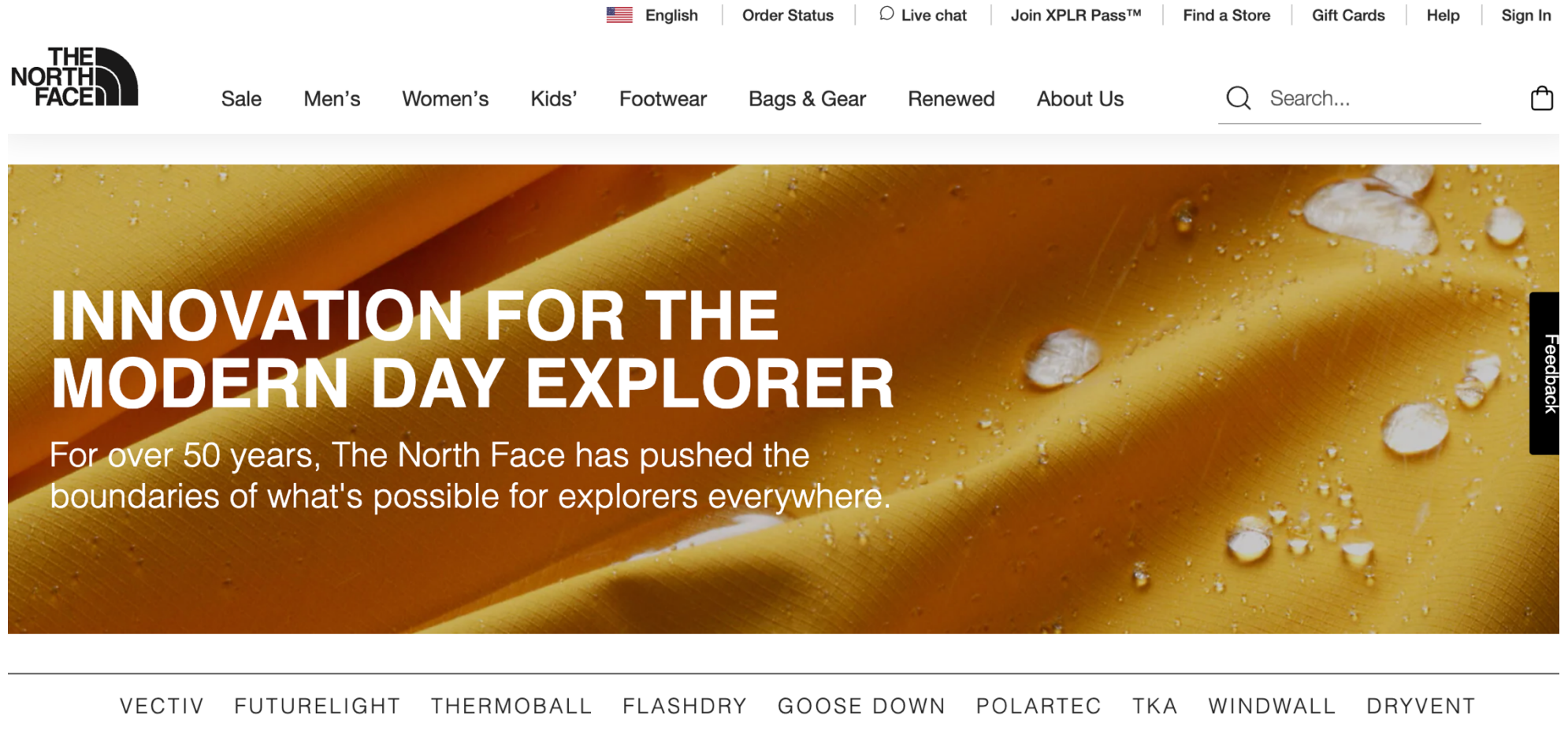
Fonte: Página de *website* ICEA Certifica, 2023.

Figura 8 – Tecnologias presentes na marca The North Face Brasil.



Fonte: Página de *website* da The North Face Brasil, 2023.

Figura 9 – Tecnologias presentes na marca The North Face EUA.



Fonte: Página de *website* da The North Face EUA, 2023.

3.1.2 Matriz *SWOT*

A matriz *SWOT* é utilizada para fazer o planejamento estratégico das empresas. Essa sigla é uma representação do inglês das palavras: *strengths*, *opportunities*, *weaknesses* e *threats*⁵, que são os elementos examinados por essa ferramenta. Para fazer essa análise, a matriz é composta por quatro setores, englobando atividades positivos e negativos, sendo pontos internos ou externos da organização.

Tabela 1 – Análise *SWOT* da marca The North Face.

Forças	Fraquezas
- Alta qualidade da matéria-prima utilizada; - Responsabilidade social e ambiental; - Forte presença em mídias sociais; - Marketing de sucesso.	- Alto preço de produto; - Dependência do mercado norte-americano; - Falta de roupas de inverno estampadas; - Poucas opções de peças para climas quentes.
Oportunidades	Ameaças
- Novas tecnologias; - Crescimento do <i>e-commerce</i>; - Expansão do segmento de <i>outdoor wear</i>; - Maior reconhecimento em âmbito global.	- Fortes concorrentes no mercado norte-americano; - Influência climática; - Peças falsificadas; - Diferentes leis de responsabilidade de cada país.

Fonte: Elaborada pela autora, 2023.

⁵ Traduzindo para português: forças, oportunidades, fraquezas e ameaças.

Então, pode-se analisar que a The North Face é uma marca amplamente reconhecida para os praticantes de atividades ao ar livre e consumidores de moda no inverno. Na matriz *SWOT*, o destaque da empresa se dá por ela ter uma presença sólida no mercado, demonstrando também eficácia ao fomentar uma responsabilidade social e ambiental para os seus clientes, incorporando o conceito sustentável e de tecnologia em seus negócios. Porém, variam as leis de responsabilidade social e ambiental, podendo ser presentes em um país e ausentes em outro.

Em suma, a marca é uma das principais empresas quando se fala, não só em atividades de alto desempenho, como em roupas de frio. Sendo assim, por ser veterana nesse segmento, trata de ser um dos principais destaques do mercado de inverno norte-americano, – o que possuem poucas peças para climas mais quentes – proporcionando qualidade e inovação para aqueles que buscam enfrentar situações e condições mais rigorosas.

3.2 *Mix* de Marketing

No livro Marketing de Moda de Harriet Posner (2015) menciona o *mix* de marketing:

Pode ser considerado como uma receita, em que os quatro ingredientes (produto, preço, praça e promoção) podem ser misturados em quantidades variáveis, com uma pitada extra para mais realce daquele componente que é o mais adequado à empresa, à marca ou ao produto em questão (2015, p. 41).

Levando essa definição em consideração, torna-se essencial analisar o *mix* de marketing com base nos 4Ps da marca The North Face, a fim de compreender sua atuação no mercado. Será utilizada uma estratégia de comparação dos preços de suas empresas no Brasil e nos Estados Unidos, para que a análise revele as semelhanças e diferenças, auxiliando de uma abordagem mais eficaz para cada mercado.

3.2.1 Produto

A marca é renomada por vender produtos de alta performance, caracterizado por tecnologia e inovação. Seus lançamentos consistem sempre com peças funcionais e de ótima usabilidade, podendo ser consideradas verdadeiras soluções para determinados desafios. Assim, o *mix* de produtos da The North Face é bem diversificado, abrangendo desde peças de segunda pele e *fleeces* a roupas de alto desempenho e equipamentos para serem utilizados ao ar livre. A marca atingiu um *status* de referência e muitos consumidores a veem como um padrão de excelência a ser seguido no mercado.

Figura 10 – Compilação de produtos da The North Face.



Fonte: Elaborada pela autora, 2023.

Analisando o *moodboard* acima, pode-se perceber que a The North Face preza por cores sólidas em seus produtos sem nenhuma estampa. Apesar de apresentar alguns itens com cores mais vibrantes, seu foco são peças com tons mais básicos e fechados, como preto, azul escuro, marrom, entre outros. Além disso, por ter uma grande quantidade de produtos e lojas pelo mundo todo, fica inviável para a marca produzir os mesmos produtos para cada país e, muita das vezes, com as mesmas cores.

3.2.2 Preço

Devido ao seu notável reconhecimento no cenário do varejo de moda inverno nacional e internacional, ela possui um preço mais elevado. Embora seus produtos não tenham um valor tão acessível, esse investimento é valorizado pelos consumidores da marca devido à grande qualidade de suas peças.

Figura 11 – Demonstração dos produtos em real e em dólar.



Fonte: Elaborada pela autora, 2023.

Considerando a compilação de imagens acima, é descrito informações de preços das peças nos seguintes *sites*: The North Face Brasil e The North Face EUA. Os mesmos produtos abordados na página da marca do Brasil, contém na página norte-americana. Isso se aplica apenas para alguns itens, pois devido à grande quantidade de produtos a nível global, a logística fica inviável para fornecer todos os produtos que a marca fornece. Em virtude desse fato, foi realizada uma análise somente das peças que ambas as versões dos *sites* compartilham.

Logo, apenas na loja física e no *e-commerce* brasileiro é possível parcelar a compra, pois o Estados Unidos não possui o hábito do parcelamento. Assim, é disponibilizado as seguintes formas de pagamento em seu *website*: cartão de crédito com bandeiras *Mastercard*, *Visa*, *American Express (Amex)*, *Diners* e *Elo*, podendo ser parcelado até 10x sem juros sendo as parcelas mínimas de R\$150,00. Também possibilitam o pix à vista e o pix parcelado.

3.2.3 Praça

Com diversas lojas pelo mundo, a The North Face no Brasil possui 15 lojas físicas pelo país, sendo: 2 unidades no Rio de Janeiro, 6 em São Paulo, 1 unidade em Minas Gerais, 2 no Paraná, 2 unidades no Rio Grande do Sul e mais 2 em Santa Catarina, proporcionando aos clientes brasileiros acesso direto aos produtos de qualidade da marca.

Figura 12 – Endereço das lojas físicas da The North Face no Brasil.

LOJAS FÍSICAS

Confira os endereços de nossas lojas físicas:

Shopping Morumbi (clique aqui e veja o mapa no GOOGLE)

Av. Roque Petroni Júnior, 1089

Jardim Das Acácias

São Paulo, SP

CEP: 04707-900

Shopping Iguatemi São Paulo (clique aqui e veja o mapa no GOOGLE)

Av. Brigadeiro Faria Lima, 2232

Jardim Paulistano

São Paulo, SP

CEP: 01451-000

Shopping Cidade São Paulo (clique aqui e veja o mapa no GOOGLE)

Av. Paulista, 1230

Bela Vista

São Paulo, SP

CEP: 01310-100

Shopping Pátio Higienópolis (clique aqui e veja o mapa no GOOGLE)

Av. Higienópolis, 618

Higienópolis

São Paulo, SP

CEP: 01238-000

Shopping Iguatemi Campinas (clique aqui e veja o mapa no GOOGLE)

Av. Iguatemi, 777

Vi. Brandina

Campinas, SP

CEP: 13092-902

Outlet Premium São Paulo (clique aqui e veja o mapa no GOOGLE)

Est Joaquim Bueno Neto, 999

Rio Baixo

Itupeva, SP

CEP: 13295-000

Shopping Leblon (clique aqui e veja o mapa no GOOGLE)

Av. Afranio De Melo Franco, 290

Leblon

Rio de Janeiro, RJ

CEP: 22430-060

Outlet Premium Rio de Janeiro (clique aqui e veja o mapa no GOOGLE)

Av. Dona Tereza Cristina, 2000

Chácara Rio Petrópolis

Duque de Caxias, RJ

CEP: 25230-480

Fonte: Página de *website* da The North Face Brasil, 2023.

Figura 13 – Endereço das lojas físicas da The North Face no Brasil.

Shopping Diamond Mall (clique aqui e veja o mapa no GOOGLE)

Av. Olegário Maciel, 1600

Santo Agostinho

Belo Horizonte, MG

CEP: 30180-915

Shopping Barigui (clique aqui e veja o mapa no GOOGLE)

Rua Professor Pedro Viriato Parigot de Souza, 600

Ecoville

Curitiba, PR

CEP: 81200-100

Shopping Pátio Batel (clique aqui e veja o mapa no GOOGLE)

Av. do Batel, 1868

Batel

Curitiba, PR

CEP: 80420-090

Shopping Iguatemi Porto Alegre (clique aqui e veja o mapa no GOOGLE)

Av. João Wallig, 1800

Passo da Areia

Porto Alegre, RS

CEP: 91349-900

Outlet Novo Hamburgo (clique aqui e veja o mapa no GOOGLE)

Rua Rincao, 505

Rincao

Novo Hamburgo, RS

CEP: 93310-460

Shopping Villa Romana (clique aqui e veja o mapa no GOOGLE)

Av. Me. Benvenuta, 687

Santa Monica

Florianópolis, SC

CEP: 88035-000

Shopping Balneário Camboriú (clique aqui e veja o mapa no GOOGLE)

Av. Santa Catarina, 1

Estados

Balneário Camboriú, SC

CEP: 88339-005

Fonte: Página de *website* da The North Face Brasil, 2023.

Essa expansão das lojas físicas da The North Face no Brasil reflete o compromisso da marca em oferecer uma experiência aos seus clientes, permitindo-lhes não apenas explorar e adquirir produtos de alta qualidade, mas também vivenciar a essência da marca e sua dedicação ao espírito aventureiro e *outdoor*. Com essa rede de lojas, a marca permite que seus consumidores explorem uma conexão mais profunda com a cultura da The North Face e com a comunidade de aventureiros praticantes de atividades ao ar livre.

3.2.4 Promoção

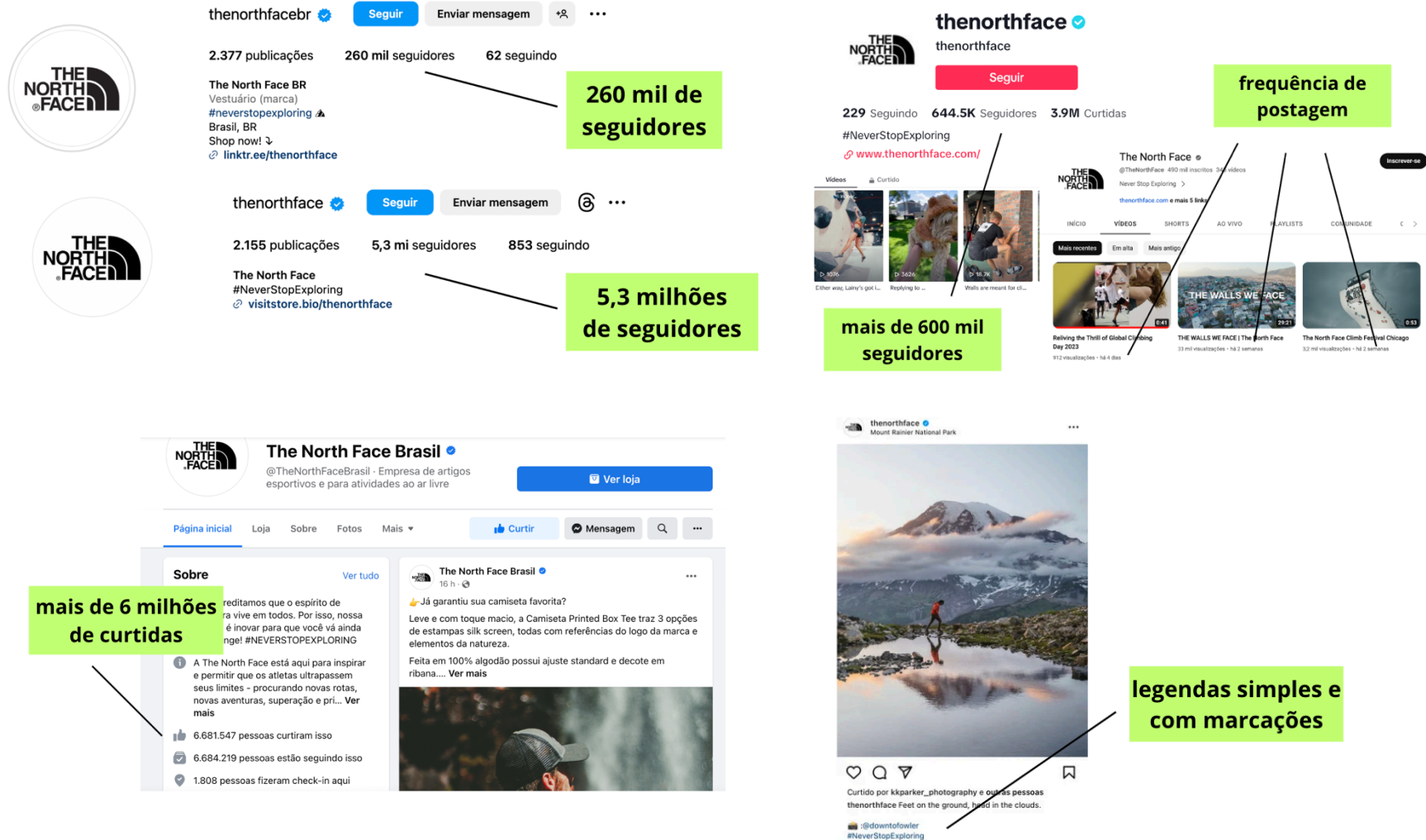
A The North Face se destaca pela sua abordagem de divulgação orgânica, fazendo uso de algumas plataformas para o meio de comunicação. A interface mais utilizada pela marca é o *Instagram*, o qual faz postagens com frequência com consumidores e parceiros promovendo os produtos da marca. Além dessa plataforma, o *TikTok* e o *Youtube* estão presentes como duas das redes sociais da The North Face EUA, que tem como regularidade a postagem de conteúdos sobre estilos de vida e até mesmo sobre características dos próprios produtos da marca. Já no Brasil, o *Youtube* deixou de ser alimentado há um ano e a empresa foca sua atenção em estratégias de marketing em outros canais de comunicação, porém somente o *Instagram* e o *Facebook* têm uma movimentação frequente de *posts*, pois os dois possuem compartilhamento integrado.

Como a marca é americana, tendo apenas 15 lojas físicas pelo Brasil, imagina-se que seu investimento seja maior nas estratégias de promoção no seu país de origem, alcançando um amplo fortalecimento de presença de mercado. Em contrapartida, a não divulgação adequada no Brasil limita o conhecimento do público brasileiro sobre os produtos da The North Face. Isto é, a empresa equilibrando suas ações de promoção, direciona recursos significativos para os Estados Unidos, onde já possui uma presença consolidada. A ausência de divulgações estratégicas eficazes no Brasil pode levar a perdas de oportunidades para conquistar consumidores que buscam produtos de qualidade para o frio, por exemplo.

Em formato de fotos e vídeos, a The North Face não estabelece padrões definidos em sua página do *Instagram*. Ora são fotos de parceiros, ora são vídeos de estilo de vida, ora são fotos de *lookbook* de produtos, fazendo uma abordagem mais versátil para manter seu conteúdo sempre atualizado. Essa variedade reflete na essência da marca, buscando não só promover produtos, mas compartilhar histórias e estilos de vida de seus consumidores, inspirando a paixão por aventuras.

Além do mais, em sua biografia do *Instagram*, tanto na conta brasileira quanto na americana, consta apenas o slogan da marca “*Never Stop Exploring*” (tradução em português: “nunca pare de explorar”), a localização da cidade e um link que direciona para diversos setores e imagens de produtos no site, respectivamente. A linguagem das legendas utilizadas pela marca é simples e informativa, contendo no máximo duas *hashtags* e apenas um *emoji* no corpo do texto. Além disso, suas publicações contam com as marcações de quem fez a fotografia e filmagem.

Figura 14 – Montagem com demonstrativos de números e conteúdos.



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

A marca não possui uma estratégia de publicidade rigorosa e estruturada, optando por uma abordagem mais orgânica e voltada para o relacionamento com o público. A The North Face aparenta preferir criar conexões significativas com seus consumidores, sendo assim não investe de maneira consistente em anúncios convencionais. Assim, concentra-se em como a experiência dos clientes com seus produtos e valores pode ser compartilhada e amplificada naturalmente por meio de indicações e avaliações. Essa abordagem propõe a construção de uma comunidade da marca e, com isso, fideliza seus clientes.

Diante do exposto, conclui-se que a The North Face não divulga com certa frequência seus produtos, que principalmente no Brasil, pode vir a falhar na prospecção de novos consumidores da marca, já que o público brasileiro não tem o costume de comprar roupas adaptadas e de alta performance para determinadas atividades e, sobretudo, de inverno, pois o clima do país é tropical.

4. Desenvolvimento da Coleção Cápsula

Esta etapa apresentará estratégias desenvolvidas para a criação da coleção cápsula. Primeiro, tem como objetivo apresentar o processo criativo com *moodboards* inspiracionais, tendo como base a temática brasileira e norte-americana de praticantes de esportes de neve com elementos tropicais e de frio, respectivamente. Assim, pode-se buscar referência de estudo de cartelas de cores, tecidos e aviamentos. Em segundo, será apresentado o processo de estamparia dessas peças. E, por fim, o release técnico, o planejamento numérico, mix de produtos e a tabela de medidas, fazendo com que ocorra uma orientação para o desenvolvimento do protótipo.

4.1 Processo Criativo

Nas imagens abaixo, serão apresentados dois *moodboards* inspiracionais para que se possa obter uma melhor compreensão sobre o tema apresentado. O intuito é que essas ideias dialoguem entre si em questões de elementos e características que serão abordadas ao longo do projeto.

Figura 15 – Moodboard 01 mostra a brasilidade dos elementos.



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Figura 16 – Moodboard 02 apresenta elementos de inverno.



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

O primeiro *moodboard* apresenta elementos referentes à cultura brasileira, como as cores da bandeira do Brasil e símbolos que remetem o país, como por exemplo o violão lembrando o samba e a água de coco refletindo o clima tropical e a descontração da cultura local. Já no segundo *moodboard* é encontrado elementos de inverno, sendo caracterizados por imagens de acessórios para esportes de neve e roupas apropriadas para temperaturas abaixo de zero.

Com esses dois painéis, pode-se extrair inspirações contrastantes, permitindo explorar várias possibilidades com base em características existentes em dois países, Brasil e Estados Unidos. Além disso, a relação das cores também influencia essas referências, uma vez que as cores vibrantes e quentes contrastam com as cores mais sóbrias e frias, adicionando uma dimensão visual interessante ao projeto.

4.2 Cartela de Cores

A partir da apresentação desses *moodboards*, também foi analisada a Previsão de Cores da Moda Esportiva Outono/Inverno 23/24 na plataforma WGSN, que segundo a autora KOSTIAK (2021):

Viagens e novas descobertas devem incentivar a imaginação. Tons quase neon refletem a volta do otimismo, e as cores vibrantes hiperrealistas (*sic*) devem voltar com força devido ao crescente interesse pelo mundo do metaverso, pelas viagens ao espaço, e a busca do prazer.

Figura 17 – Paleta de cores presentes na Previsão de Moda Esportiva O/I 23/24.

Cores esportivas

Paleta O/I 23/24

A Previsão de Cores Esportivas foi pensada a partir da nossa Previsão de cores mundiais O/I 23/24 e apresenta as 30 tonalidades escolhidas especificamente para a moda esportiva. Para facilitar seu trabalho a longo prazo e ajudá-lo a atingir metas sustentáveis, dividimos a seleção em três categorias: sazonais (S), relevantes no O/I 23/24, anuais (A), relevantes durante todo o ano de 2024, e atemporais (A), tonalidades que devem permanecer significativas em 2024 e além.

Os super vibrantes estão de volta e eles poderão ser equilibrados com escuros intensos, como o Dark Cherry e o Oceanic. Meios-tons outonais, como o Candied Orange, mantêm o realismo da paleta, enquanto tons pastel como o Seamfoam adicionam um toque de suavidade à estação.



Fonte: WGSN, 2021.

Dito isso, pode-se perceber uma grande variedade de tonalidades. Sendo assim, foram extraídas apenas cores que fizessem sentido nessa pesquisa e construção de *moodboards* inspiracionais. Consequentemente, a definição da cartela de cores do projeto será apresentada a partir desta análise.

A paleta de cor extraída do primeiro *moodboard*, representa as cores da bandeira brasileira. O azul é uma cor mais fria e saturada, lembrando a harmonia. Também podemos considerar o verde como um tom frio, fazendo alusão à natureza e a esperança. Já a tonalidade do amarelo é uma cor quente, o que pode remeter otimismo.

Figura 18 – Paleta de cores extraídas do *moodboard 01*.



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

A cor é mais do que um fenômeno ótico, mais do que um instrumento técnico. Os teóricos das cores diferenciam as cores primárias (vermelho, amarelo, azul) das cores secundárias (verde, laranja, violeta) e das cores mistas, subordinadas (como rosa, cinza, marrom); não há unanimidade a respeito de o preto e o branco serem cores verdadeiras; em geral, ignoram o ouro e o prata como cores – apesar de, na psicologia, cada uma dessas 13 cores ser autônoma, não podendo ser substituída por nenhuma outra. E todas são igualmente importantes. (HELLER, 2021)

Já no segundo *moodboard*, a paleta apresentada contém cores como o verde-água, o roxo em tom pastel e o laranja, os dois últimos sendo considerados pela WGSN a cor do ano de 2023 e 2024, o *Apricot Crush* e a *Digital Lavender*, respectivamente. O laranja a única cor quente. O verde-água remete leveza e fresco. Já o laranja é uma cor energizante e o roxo o equilíbrio. Sendo assim, essa paleta de cor estabelece uma boa relação com o inverno, podendo ser utilizada mais para frente no projeto.

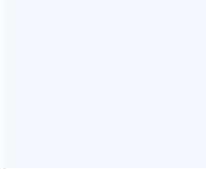
Figura 19 – Paleta de cores extraídas do *moodboard 02*.



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

A cartela de cores definida para a construção do projeto é estabelecida por meio de pesquisas e análises, garantindo que as tonalidades escolhidas estejam alinhadas a estética e ao tema do projeto. Dessa forma, busca transmitir a mensagem desejada, considerando fatores como a psicologia das cores.

Figura 20 – Cartela de cores definida da coleção.

			
PANTONE 19-3953 TCX Sodalite Blue	PANTONE 15-0956 TCX Daylily	PANTONE 19-5421 TCX Aventurine	PANTONE 13-5309 TCX Pastel Turquoise
RGB 37 54 104 HEX #253668	RGB 233 169 0 HEX #E9A900	RGB 0 83 72 HEX #005348	RGB 153 197 196 HEX #99C5C4
			
PANTONE 15-1247 TCX Tangerine	PANTONE 15-3716 TCX Purple Rose	PANTONE 19-0303 TCX Jet Black	PANTONE 11-0601 TCX Bright White
RGB 248 143 88 HEX #F88F58	RGB 176 159 202 HEX #B09FCA	RGB 45 44 47 HEX #2D2C2F	RGB 244 249 255 HEX #F4F9FF

Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Figura 21 – *Moodboard* inspiracional da cartela de cores definida.



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Fazendo com que essas tenham o impacto esperado, também foi levado em conta a versatilidade das cores selecionadas, assegurando que a cartela de cores definida seja funcional e coerente com a coleção que será apresentada no desenvolvimento deste projeto.

4.3 Cartela de Tecidos

Apresentada abaixo, a cartela de materiais definida foi baseada na pesquisa sobre os tecidos com as tecnologias presentes na marca The North Face. Além disso, será sugerido alguns complementos para a proposta de performance dos produtos.

Figura 22 – Cartela de tecidos da The North Face.




Corpo:

- 100% poliéster;

Isolamento:

- TKA 100.

Aquecimento

Respirável

Exclusividade TNF™




Corpo:

- 50D;
- 100% poliéster reciclado com acabamento resistente à água não fluorado;

Forro:

- 100% malha em poliéster liso reciclado;

Isolamento:

- nível 550 em aquecimento em pluma de ganso.

Aquecimento

Pluma de Ganso




Corpo:

- 75D x 75D
- DryVent™ 2L - 94% poliéster reciclado, 6% elastano com acabamento resistente à água não fluorado;

Isolamento:

- Heatseeker™ Eco 70% poliéster reciclado.

Aquecimento

Corta Vento

Impermeável

Respirável

50+ Recycled




Corpo:

- 100% nylon reciclado;

Isolamento:

- ThermoBall™ Eco 100% poliéster reciclado.

Aquecimento

Compressível

50+ Recycled

Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Figura 23 – Cartela de tecidos sugerida para o projeto.



Fonte: Elaborado pela autora, 2023

Para peças com um ótimo isolamento térmico em dias de muito frio serão utilizadas as Plumas de Ganso como tecnologia, o qual não pode molhar, pois seu isolamento perde a eficácia. Já a tecnologia *ThermoBall* tem como característica também o aquecimento, pois é muito parecida com as plumas, porém é uma alternativa sintética que pode ser usada em diferentes condições climáticas. Os produtos de *fleece* também possuem tecnologias, a *Thermal Kinetic Advancement*, que é feito de poliéster. Dessa forma, além de aquecer também é respirável. E por fim, será utilizado o *Heatseeker*, tecnologia de alto potencial, aquecendo e sendo resistente ao vento.

4.4 Cartela de Aviamentos

A cartela de aviamentos definida estará presente abaixo. Visto que esses materiais são mais básicos e com a finalidade de não encarecer muito as peças com determinados aviamentos, serão utilizados botões de pressão, cordões, elásticos, reguladores de cordões e zíperes.

Figura 24 – Cartela de aviamentos.



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Para peças como calças, necessitarão de botões de pressão, zíperes e elásticos. As jaquetas também precisarão de zíperes e, dependendo, pode ser que haja cordões reguladores. Em contrapartida, algumas peças de *fleece* precisarão apenas do zíper de nylon.

4.5 Estamparia

As estampas desenvolvidas resgatam elementos que remetem o país tropical, Brasil, além de mesclar cores da bandeira brasileira com cores que estabelecem uma boa relação com o inverno. Elas foram elaboradas por meio da ferramenta de desenho *Procreate* e padronizada no *Photoshop*, e podem ser observadas abaixo.

Figura 25 – Estampa 1 com referências de imagens.



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Figura 26 – Composê da estampa 1 com referências de imagens.

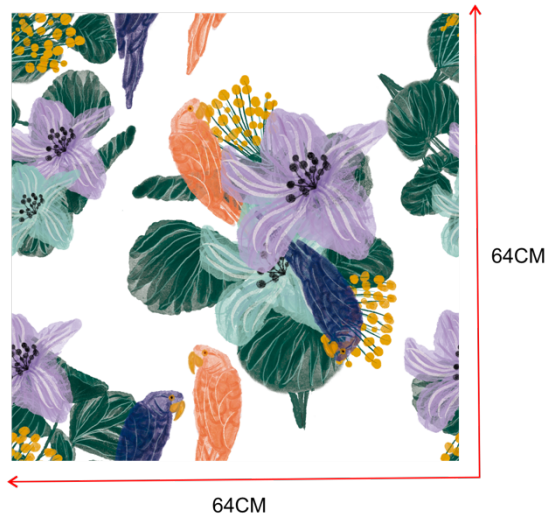


Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

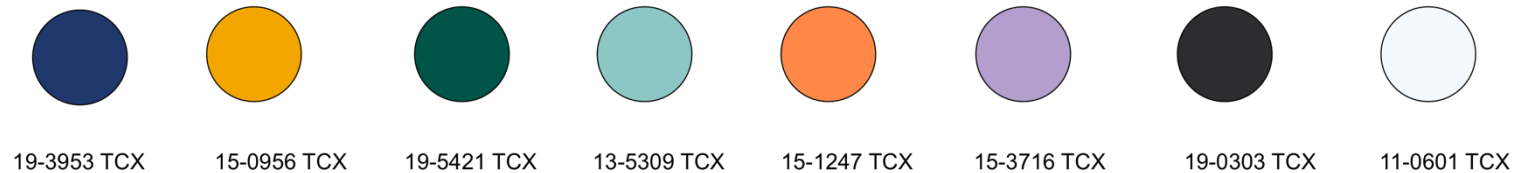
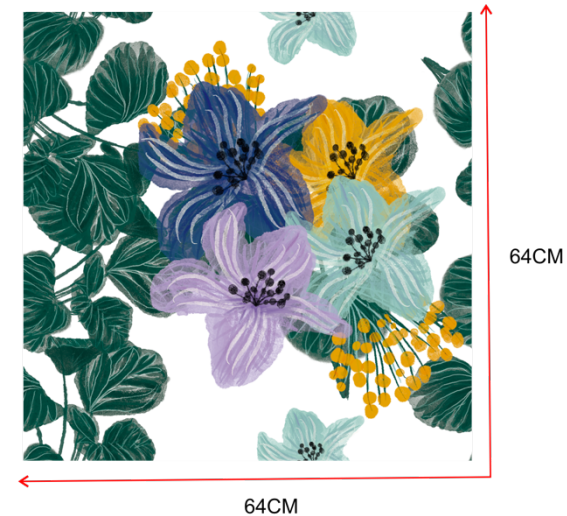
Figura 27 – Ficha de estamparia.
FICHA DE ESTAMPARIA

	DESIGNER: JÚLIA SENA FRANÇA		COLEÇÃO: GEADA TROPICAL				
	DATA: 21/09/2023		CLIENTE: THE NORTH FACE				
	TEMPORADA: OUTONO/INVERNO 2024		PP	P	M	G	GG
	DESCRIÇÃO: ESTAMPA 1 — TROPICALÍSSIMO COMPOSÊ DA ESTAMPA 1 — RESPIRA FLOR						
	ESTAMPARIA: FIGURATIVA — ESTAMPA CORRIDA — SUBLIMAÇÃO 64X64					PREÇO: -	

ESTAMPA 1



COMPOSÊ DA ESTAMPA 1



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

A arara-azul é habitante de países tropicais, incluindo o Brasil, onde possui muito verde. As flores de astromélia também possuem origem da América do Sul e é parecida com a flor de lírio. O pé de laranja simboliza o Brasil como o maior produtor de laranja do mundo, apesar de ser uma fruta originária do continente asiático. Com isso, devido aos *moodboards* apresentados no subcapítulo 4.1 Processo Criativo, incluindo as cores utilizadas no projeto e extração de alguns elementos, será apresentado no próximo subcapítulo o Release Técnico.

4.6 Release Técnico

A coleção cápsula desenvolvida para a The North Face, tem como objetivo um novo propósito para a marca, que é acrescentar estampas em suas peças, já que tem como foco cores mais neutras e sóbrias. Porém, para traçar uma identidade que correlacione o Brasil com o inverno extremo das regiões de neve, foi elaborado uma temática de misturar cores tropicais com cores que possuem relação com o frio. Com isso, o nome da coleção, Geada Tropical, foi escolhido com o intuito de representar esse frio e o clima do brasileiro, fazendo sentido com a temática elaborada e desenvolvida durante o processo criativo.

Dito isso, há a presença de padrões de modelagens, mantendo a característica da marca, pois o contraste será abordado em relação à parte estética, criando assim um mix de produtos para o público brasileiro, feminino e de viajantes para locais que o inverno chega abaixo de zero grau, que queiram algo de novo na marca The North Face. Além disso, a grade de tamanhos da marca atende do P ao GGG, o que foi mantido para a idealização do projeto. Essa grade ofertada faz com que os produtos sejam encontrados com facilidade por seus consumidores.

4.7 Planejamento Numérico

Por se referir de uma coleção cápsula que pode vir a ter complexidade nas suas peças, foram decididos 4 *looks*, podendo fazer diferentes combinações com cada peça. Isto é, a organização e planejamento das peças foram feitas pelos seguintes segmentos: *tops*, *bottoms* e inteiros.

As peças *tops* e *bottoms*, tem como foco casacos e calças, seguindo os critérios da grande gama de roupas de frio que a The North Face proporciona. Já nos inteiros, será apresentado apenas um macacão, pois seguindo a lógica da marca, não possuem uma grande variedade de peças inteiras.

Dito isso, a coleção cápsula será composta por 4 *tops*, 2 *bottoms* e 1 inteiro e no próximo subcapítulo será apresentado as peças dessas categorias citadas.

4.8 Mix de Produtos

Figura 28 – Mix de produtos: *top*.

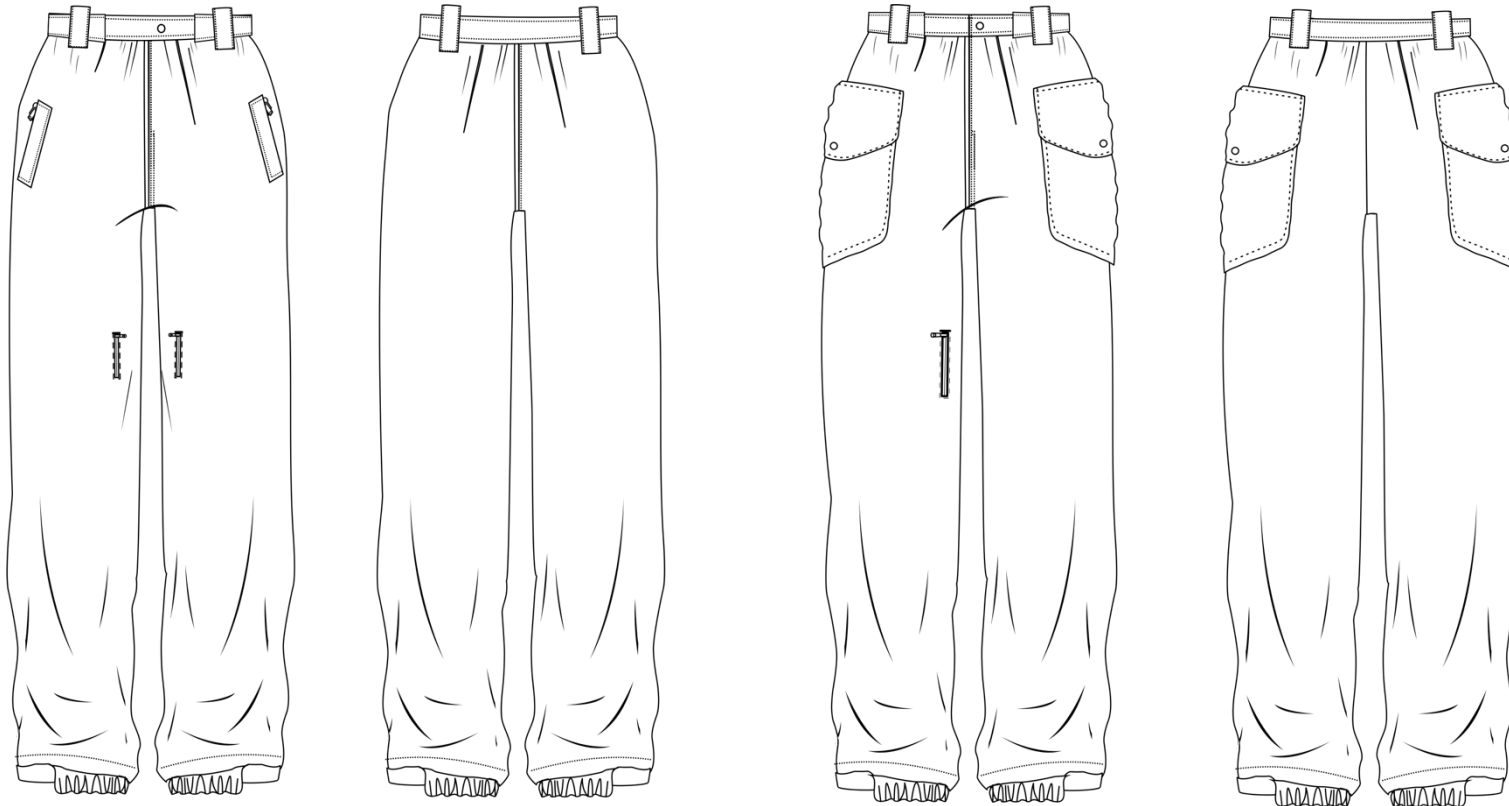
TOPS



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Figura 29 – *Mix de produtos: bottom.*

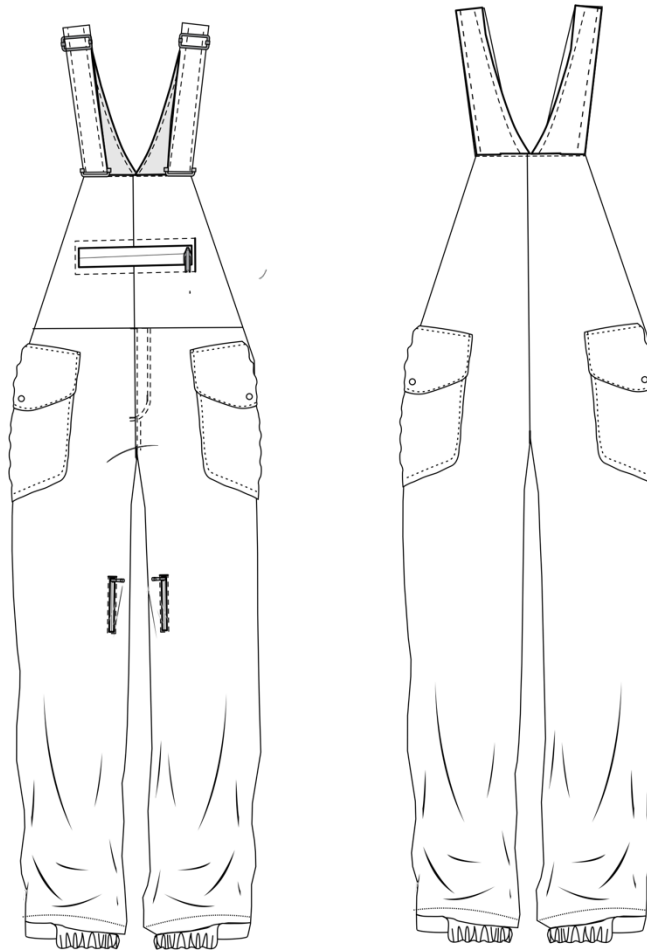
BOTTOMS



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Figura 30 – *Mix de produtos: inteiros.*

INTEIROS



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

4.9 Tabela de Medidas

A tabela de medidas apresentada abaixo foi retirada do próprio *site* da The North Face.

Tabela 2 – Tabela de medidas do setor feminino da The North Face.

FEMININO

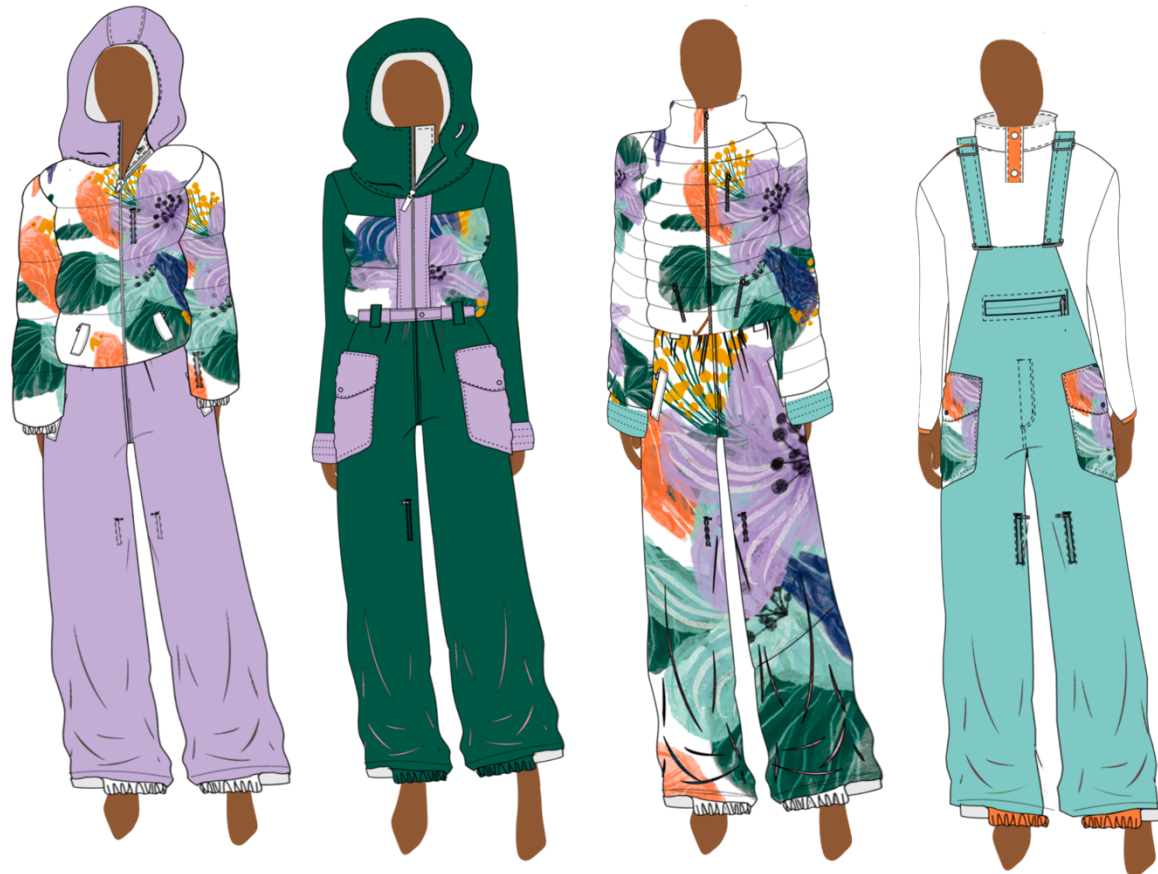
USA	S	M	L	XL	XXL
BR	P	M	G	GG	GGG

USA	00X	0/000	2	4	6	8	10	12	14
BR	30	32	34	36	38	40	42	44	46

Fonte: *site* The North Face, 2023.

4.10 Croquis Digitais

Figura 31 – Croquis digitais de 4 looks.



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

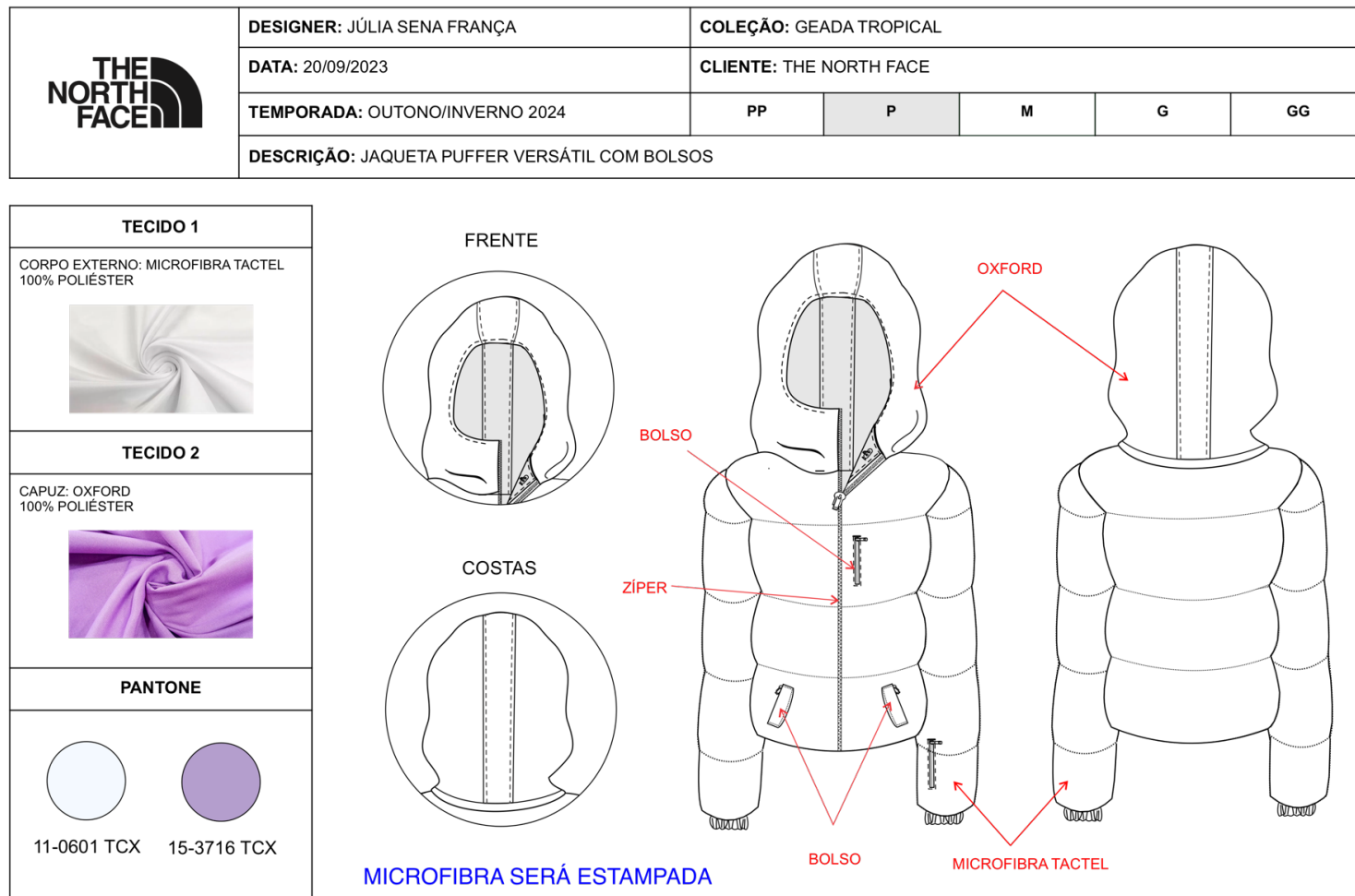
5. Protótipo 3D

Nesta penúltima etapa, será apresentado o protótipo da coleção cápsula para a marca *The North Face*, mostrando desde o processo da criação de fichas de desenvolvimento e fichas técnicas do produto até a peça final, que será feita na ferramenta *Clo3D*.

5.1 Fichas de Desenvolvimento

Foram elaboradas fichas de desenvolvimento para todos os produtos do mix. Dessa forma, será possível visualizar o processo das peças desenvolvidas.

Figura 3. Ficha de desenvolvimento da jaqueta puffer.



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Figura 33 – Ficha de desenvolvimento da jaqueta *puffer femme*.

FICHA DE DESENVOLVIMENTO

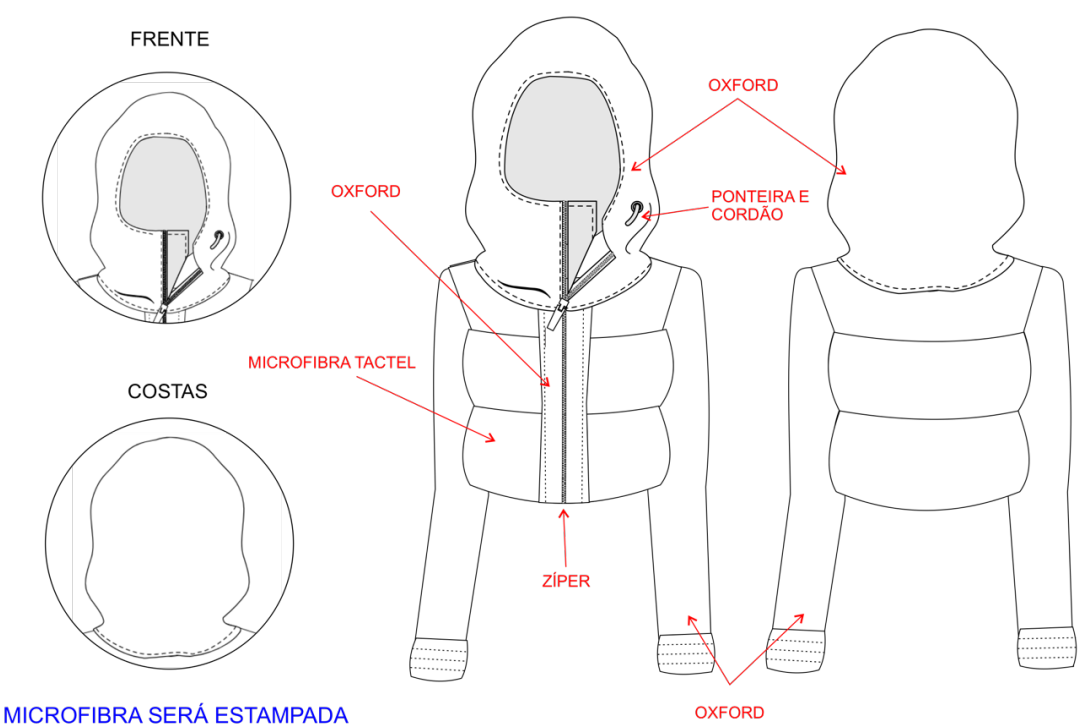
	DESIGNER: JÚLIA SENA FRANÇA	COLEÇÃO: GEADA TROPICAL				
	DATA: 20/09/2023	CLIENTE: THE NORTH FACE				
	TEMPORADA: OUTONO/INVERNO 2024	P	M	G	GG	GGG
	DESCRIÇÃO: JAQUETA PUFFER FEMME COM CAPUZ AJUSTÁVEL					

TECIDO 1
CORPO EXTERNO: MICROFIBRA TACTEL 100% POLIÉSTER / OXFORD 100% POLIÉSTER

TECIDO 2
CAPUZ: OXFORD 100% POLIÉSTER

PANTONE

19-5421 TCX 15-3716 TCX



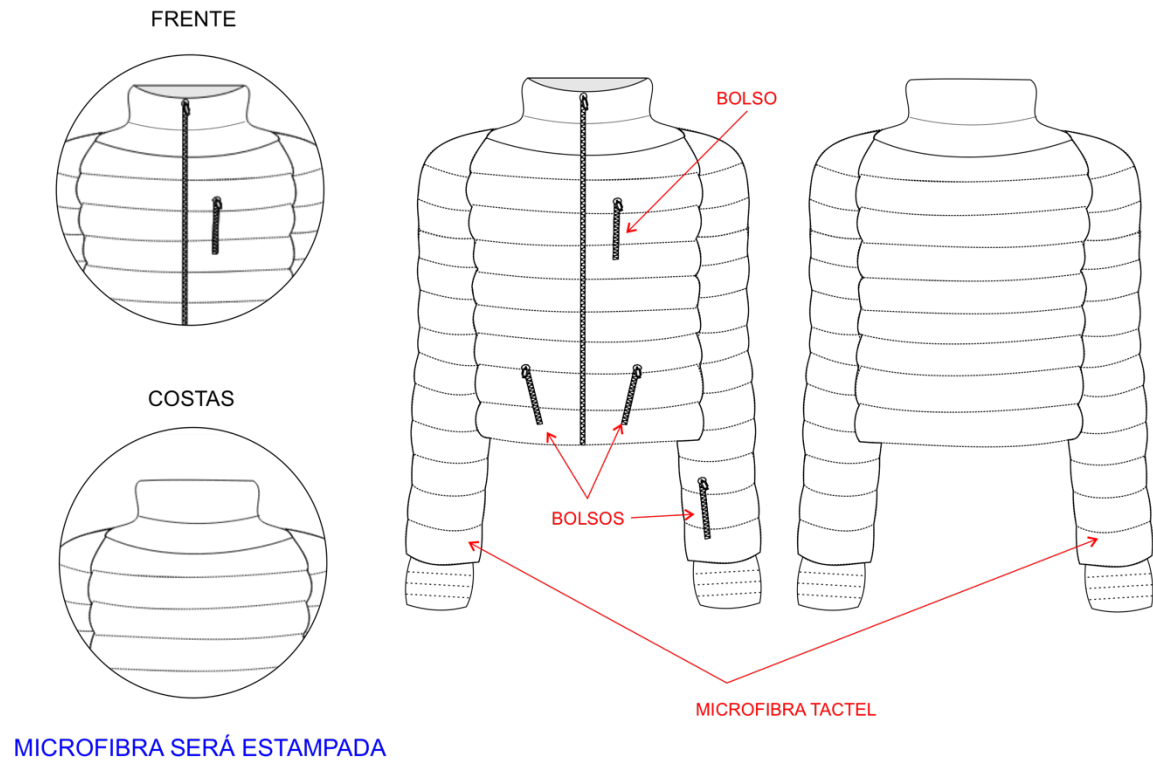
Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Figura 34 – Ficha de desenvolvimento casaco gomos.

FICHA DE DESENVOLVIMENTO

	DESIGNER: JÚLIA SENA FRANÇA		COLEÇÃO: GEADA TROPICAL				
	DATA: 20/09/2023		CLIENTE: THE NORTH FACE				
	TEMPORADA: OUTONO/INVERNO 2024		P	M	G	GG	GGG
	DESCRIÇÃO: CASACO GOMOS THERMOBALL						

TECIDO 1 CORPO EXTERNO: MICROFIBRA TACTEL 100% POLIÉSTER 
TECIDO 2 FORRO: MICROFIBRA TACTEL 100% POLIÉSTER 
PANTONE  11-0601 TCX



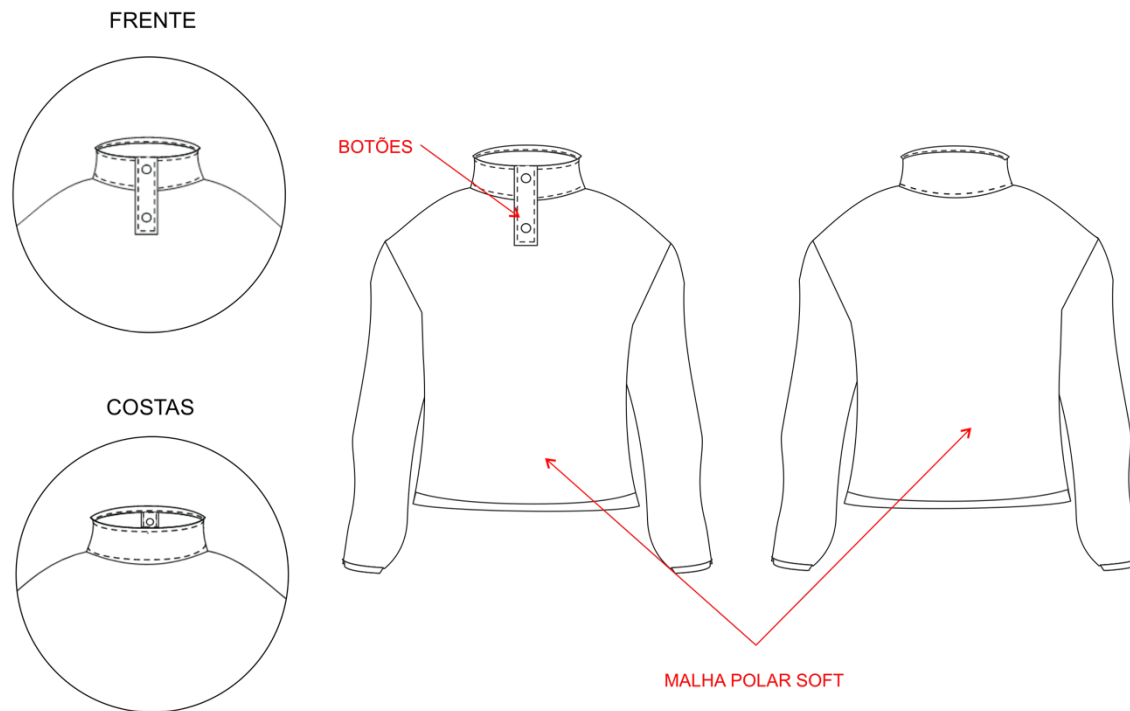
Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Figura 35 – Ficha de desenvolvimento blusa de *fleece*.

FICHA DE DESENVOLVIMENTO

	DESIGNER: JÚLIA SENA FRANÇA		COLEÇÃO: GEADA TROPICAL				
	DATA: 20/09/2023		CLIENTE: THE NORTH FACE				
	TEMPORADA: OUTONO/INVERNO 2024		P	M	G	GG	GGG
	DESCRIÇÃO: CASACO FLEECE COM BOTÕES						

TECIDO 1 CORPO EXTERNO: MALHA POLAR SOFT 100% POLIÉSTER 
TECIDO 2 SEM FORRO
PANTONE  11-0601 TCX



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Figura 36 – Ficha de desenvolvimento da calça de neve.

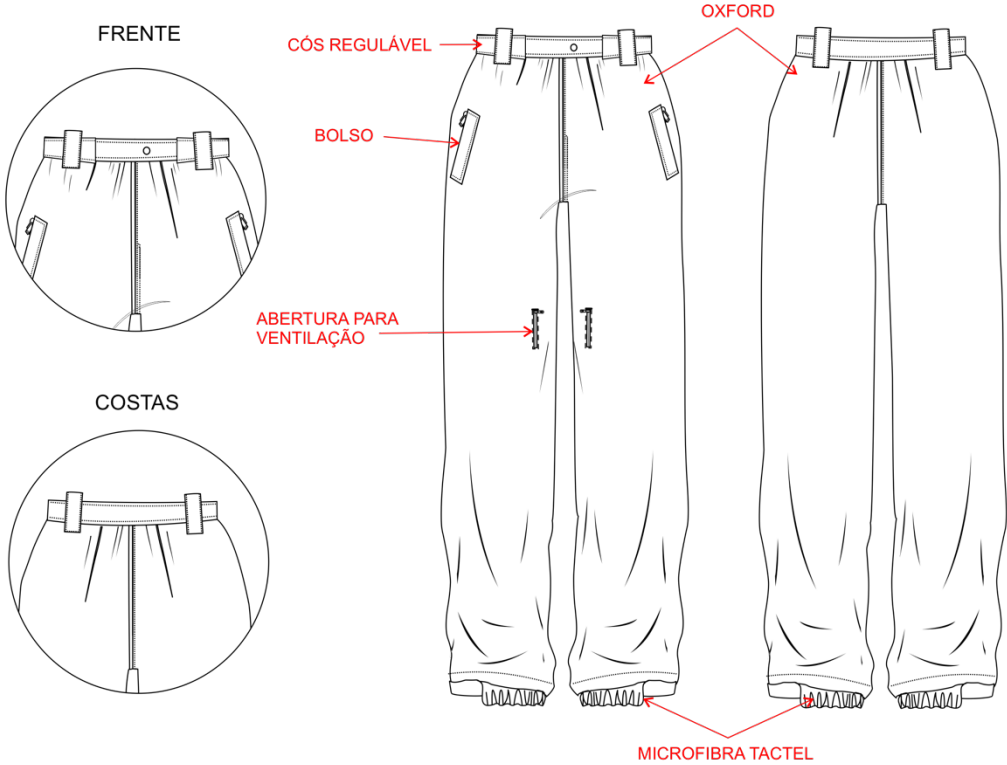
FICHA DE DESENVOLVIMENTO

	DESIGNER: JÚLIA SENA FRANÇA	COLEÇÃO: GEADA TROPICAL				
	DATA: 20/09/2023	CLIENTE: THE NORTH FACE				
	TEMPORADA: OUTONO/INVERNO 2024	P	M	G	GG	GGG
	DESCRIÇÃO: CALÇA DE NEVE COM REGULAGEM NO CÓS					

TECIDO 1
CORPO EXTERNO: OXFORD 100% POLIÉSTER

TECIDO 2
FORRO: MICROFIBRA TACTEL 100% POLIÉSTER

PANTONE
 
11-0601 TCX 15-3716 TCX



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Figura 37 – Ficha de desenvolvimento da calça de inverno.

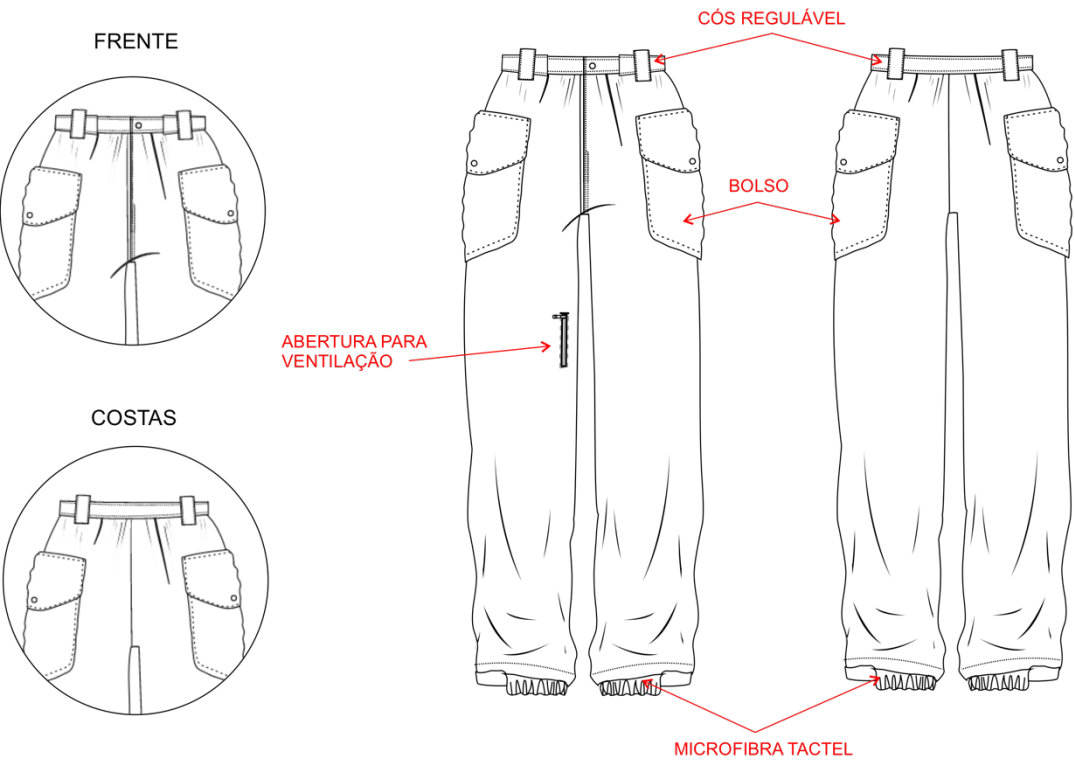
FICHA DE DESENVOLVIMENTO

	DESIGNER: JÚLIA SENA FRANÇA	COLEÇÃO: GEADA TROPICAL				
	DATA: 20/09/2023	CLIENTE: THE NORTH FACE				
	TEMPORADA: OUTONO/INVERNO 2024	P	M	G	GG	GGG
	DESCRIÇÃO: CALÇA DE INVERNO COM BOLSOS					

TECIDO 1
CORPO EXTERNO: OXFORD 100% POLIÉSTER

TECIDO 2
FORRO: MICROFIBRA TACTEL 100% POLIÉSTER

PANTONE
 
19-5421 TCX 15-3716 TCX



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

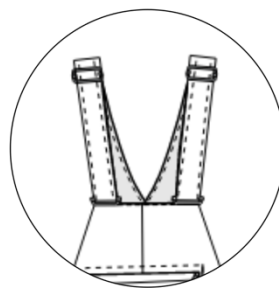
Figura 38 – Ficha de desenvolvimento do macacão ski.

FICHA DE DESENVOLVIMENTO

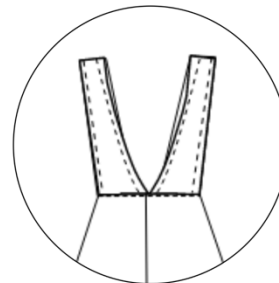
	DESIGNER: JÚLIA SENA FRANÇA		COLEÇÃO: GEADA TROPICAL				
	DATA: 20/09/2023		CLIENTE: THE NORTH FACE				
	TEMPORADA: OUTONO/INVERNO 2024		P	M	G	GG	GGG
	DESCRIÇÃO: MACACÃO SKI CONFORTÁVEL COM BOLSOS						

TECIDO 1 CORPO EXTERNO: OXFORD 100% POLIÉSTER 
TECIDO 2 FORRO E BOLSO: MICROFIBRA TACTEL 100% POLIÉSTER 
PANTONE   11-0601 TCX 13-5309 TCX

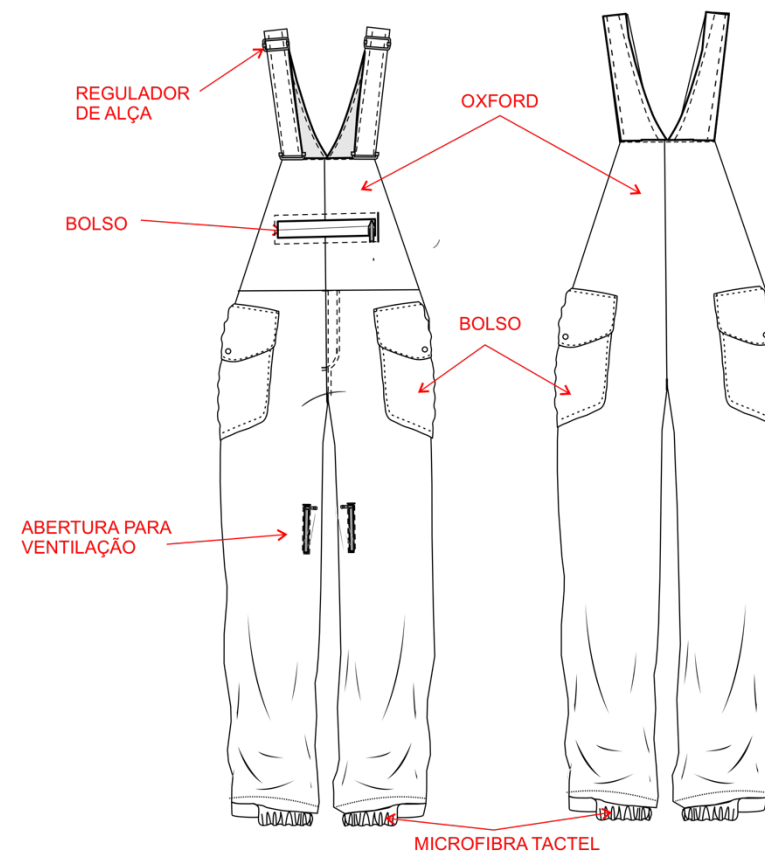
FRENTE



COSTAS



MICROFIBRA SERÁ ESTAMPADA



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

5.2 Fichas de Combinações do Produto

Abaixo serão apresentadas variantes que a peça casaco *puffer* e a calça de neve possam vir a ter. Essas variantes são definidas no processo criativo, permitindo uma melhor distribuição de cores.

Figura 39 – Ficha de combinações do casaco *puffer*.

THE NORTH FACE	DESIGNER: JÚLIA SENA FRANÇA		COLEÇÃO: GEADA TROPICAL				
	DATA: 21/09/2023		CLIENTE: THE NORTH FACE				
	TEMPORADA: OUTONO/INVERNO 2024		PP	P	M	G	GG
	DESCRIÇÃO: JAQUETA PUFFER VERSÁTIL COM BOLSOS						



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Figura 40 – Ficha de combinações da calça de neve.

FICHA DE COMBINAÇÕES

	DESIGNER: JÚLIA SENA FRANÇA	COLEÇÃO: GEADA TROPICAL				
	DATA: 21/09/2023	CLIENTE: THE NORTH FACE				
	TEMPORADA: OUTONO/INVERNO 2024	PP	P	M	G	GG
	DESCRIÇÃO: JAQUETA PUFFER VERSÁTIL COM BOLSOS					



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

5.3 Elementos Técnicos do Produto

Abaixo pode-se encontrar os elementos técnicos de tecidos e aviamentos dos produtos idealizados: casaco *puffer* e calça de neve. Não foram feitas fichas técnicas com sequência operacional e termos técnicos de costura, porque o protótipo que será apresentado no capítulo 5 foi realizado na plataforma Clo3D.

Figura 41 – Ficha de tecidos utilizados no produto casaco *puffer*.

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO (tecidos)							
	DESIGNER: JÚLIA SENA FRANÇA		COLEÇÃO: GEADA TROPICAL				
	DATA: 20/09/2023		CLIENTE: THE NORTH FACE				
	TEMPORADA: OUTONO/INVERNO 2024		P	M	G	GG	GGG
	DESCRIÇÃO: JAQUETA PUFFER VERSÁTIL COM BOLSOS						

	MICROFIBRA TACTEL		OXFORD
---	-------------------	---	--------

APLICAÇÕES: CORPO EXTERNO E FORRO	APLICAÇÕES: CAPUZ
TECIDOS: MICROFIBRA TACTEL	TECIDOS: OXFORD
COMPOSIÇÃO: 100% POLIÉSTER	COMPOSIÇÃO: 100% POLIÉSTER
FORNECEDORES: JLM TECIDOS	FORNECEDORES: EMPÓRIO DOS TECIDOS
LARGURA: 1,60M	LARGURA: 1,50M
GRAMATURA: 100G/M²	GRAMATURA: -
RENDIMENTO: 6,25M	RENDIMENTO:
CONSUMO:	CONSUMO:
PREÇO:	PREÇO:

OXFORD

MICROFIBRA TACTEL



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

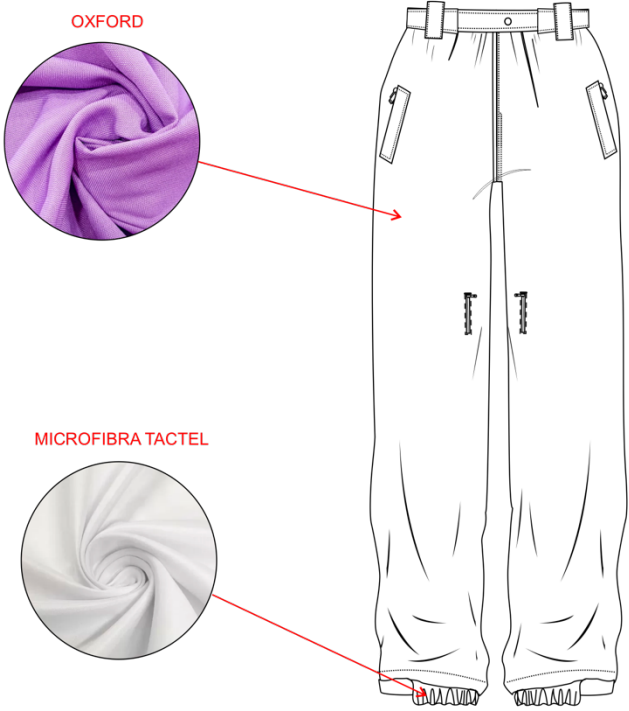
Figura 42 – Ficha de tecidos utilizados no produto calça de neve.

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO (tecidos)

	DESIGNER: JÚLIA SENA FRANÇA	COLEÇÃO: GEADA TROPICAL				
	DATA: 20/09/2023	CLIENTE: THE NORTH FACE				
	TEMPORADA: OUTONO/INVERNO 2024	P	M	G	GG	GGG
	DESCRIÇÃO: JAQUETA PUFFER VERSÁTIL COM BOLSOS					

	MICROFIBRA TACTEL		OXFORD
---	-------------------	---	--------

APLICAÇÕES: FORRO	APLICAÇÕES: CORPO EXTERNO
TECIDOS: MICROFIBRA TACTEL	TECIDOS: OXFORD
COMPOSIÇÃO: 100% POLIÉSTER	COMPOSIÇÃO: 100% POLIÉSTER
FORNECEDORES: JLM TECIDOS	FORNECEDORES: EMPÓRIO DOS TECIDOS
LARGURA: 1,60M	LARGURA: 1,50M
GRAMATURA: 100G/M²	GRAMATURA: -
RENDIMENTO: 6,25M	RENDIMENTO:
CONSUMO:	CONSUMO:
PREÇO:	PREÇO:

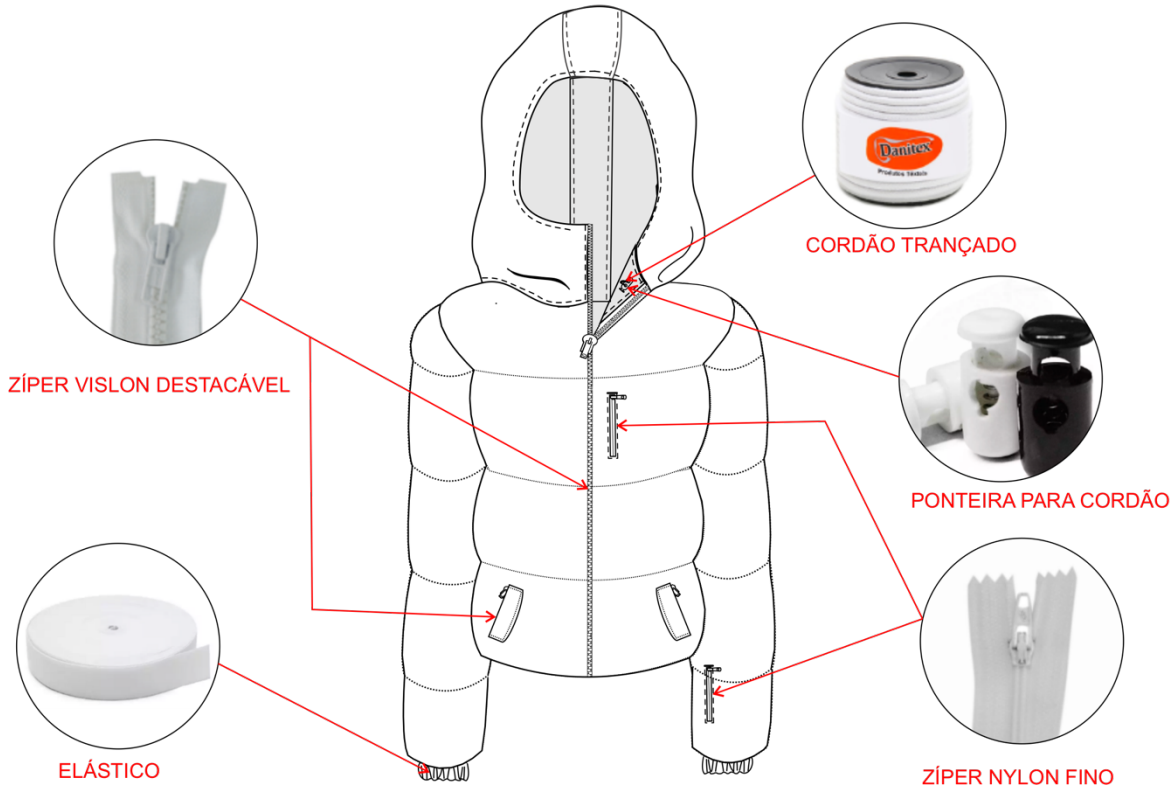


Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Figura 43 – Ficha de aviamentos utilizados no produto casaco *puffer*.

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO (aviamentos)

	DESIGNER: JÚLIA SENA FRANÇA	COLEÇÃO: GEADA TROPICAL				
	DATA: 21/09/2023	CLIENTE: THE NORTH FACE				
	TEMPORADA: OUTONO/INVERNO 2024	P	M	G	GG	GGG
	DESCRIÇÃO: JAQUETA PUFFER VERSÁTIL COM BOLSOS					

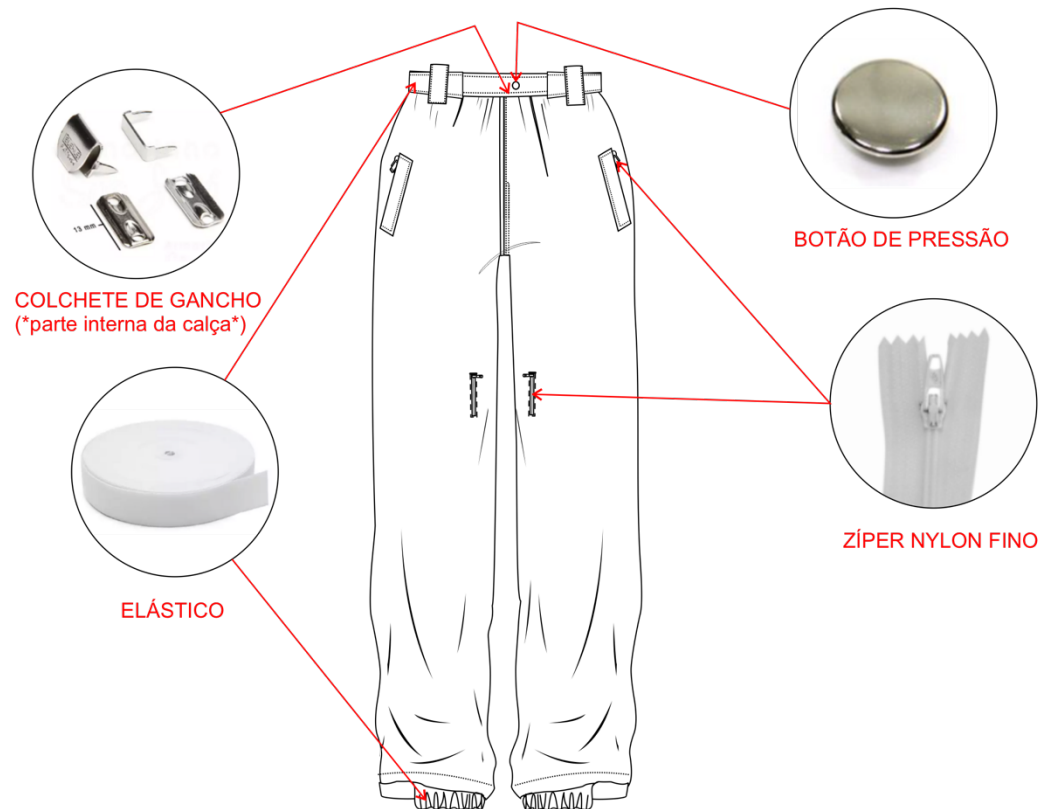


Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

Figura 44 – Ficha de aviamentos utilizados no produto calça de neve.

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO (aviamentos)

	DESIGNER: JÚLIA SENA FRANÇA		COLEÇÃO: GEADA TROPICAL				
	DATA: 21/09/2023		CLIENTE: THE NORTH FACE				
	TEMPORADA: OUTONO/INVERNO 2024		P	M	G	GG	GGG
	DESCRIÇÃO: CALÇA DE NEVE COM REGULAGEM NO CÓS						



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

5.4 Desfile em 3D da Coleção Geada Tropical

Para que seja possível melhor visualizar as peças, foi executado um protótipo digital 3D do casaco *puffer* e calça de neve. A utilização da ferramenta Clo3D partiu da ideia de economizar e ser mais sustentável em relação ao descarte dos materiais utilizados. Além disso, a dificuldade encontrada para a realização da estamparia na peça foi um fator essencial para que houvesse um plano de ação em relação à apresentação.

Com isso, optou-se pelo serviço terceirizado do *designer* Yuri Arouca para a realização do desfile em 3D, podendo obter ideias de como seriam as peças se elas fossem construídas fora desse sistema e, ainda sim, agregando no mercado da moda digital. Dessa maneira, a seguir será apresentado a peça não aprovada no processo do 3D, porém logo após fotos do protótipo executado com sucesso.

Figura 45 – Imagens da modelagem não aprovada da calça de neve.



Fonte: Montagem elaborada pela autora a partir de imagens concedidas por Yuri Arouca, 2023.

O motivo da não aprovação da peça foi o destaque do tecido e do elástico na barra. O tecido utilizado tinha composição de algodão o que dava a entender que a calça seria de moletom. Dessa forma, o tecido foi modificado havendo composição de poliéster e a barra com elástico que possibilitasse a abertura para acomodar uma bota de ski, por exemplo. Então, pode-se acompanhar com as imagens a seguir o protótipo finalizado.

Figura 46 – Imagem da frente em 3D do casaco *puffer* e da calça de neve.



Fonte: Imagens concedidas por Yuri Arouca, 2023.

Figura 47 – Imagem das costas em 3D do casaco *puffer* e da calça de neve.



Fonte: Imagens concedidas por Yuri Arouca, 2023.

Segue abaixo o link do vídeo do desfile no Youtube.

[Desfile 3D: Geada Tropical](#)

Considerações Finais

Após três intercâmbios de trabalho realizados em um *resort* de *ski*, pode-se compreender como funciona o aquecimento das roupas para a proteção do frio e, além disso, observar como as pessoas se vestem em ocasiões especiais de esporte e frio extremo. Apesar dos obstáculos encontrados para a realização do projeto, a autora foi desafiada a estudar como as marcas se comportam nesse segmento de inverno abaixo de zero grau *celsius*, que é nada frequente em um país tropical como o Brasil.

De acordo com os primeiros capítulos do projeto, o objetivo de fazer essa coleção cápsula para a marca The North Face foi elaborar estampas para roupas de frio, que se deu a partir de observações e estudos feitos em relação às cores sóbrias, que em sua maioria está em grande gama no *mix* de produtos dessas empresas que trabalham com vestuário esportivo e de inverno.

Conforme foi analisado as entrevistas para a coleta de dados para essa pesquisa, as respostas foram muito semelhantes, considerando as experiências vivenciadas em intercâmbios. Porém, é importante ressaltar que houve divergências quanto ao consumo de roupas coloridas e neutras, no qual os relatos tiveram respostas baseadas em vivências em lugares de frio extremo.

Já na no processo de criação, a autora quis trazer cores mais vibrantes que corresponderem ao Brasil e que se relacionassem com o inverno da América do Norte, trazendo referências tropicais para a criação do projeto, ou seja, cores como o verde, amarelo e azul estão presentes nas estampas, assim como cores mais frias representando o inverno. Além das cores, as peças desenhadas presentes no projeto, foram pensadas na forma de seguir o padrão dos produtos da The North Face, não eliminando a identidade da marca.

Por fim, o protótipo saiu como o esperado em relação ao acabamento e caimento, porém poderia haver ajustes, tendo um capuz mais estruturado e a possibilidade de um bolso com zíper perto da manga no braço esquerdo, conforme é mostrado nos desenhos técnicos. Além desses ajustes, o *designer* não desenvolveu o protótipo com o tecido adequado, pois poderia ser um pouco mais brilhoso, dando um aspecto de impermeabilidade.

Em suma, ao concluir o estudo, pode-se perceber a estrutura de um trabalho com referências. Todas as pesquisas feitas no projeto tiveram como informações experiências vivenciadas, o que ajudou em relação a todo o projeto. Aliás, o exercício de um *designer* de moda não se dá apenas na parte de criação, mas consiste em muita investigação para embasar as decisões criativas, contribuindo para a qualidade e autenticidade do processo criativo e desenvolvimento do projeto.

Referências

Barraca Stormbreak 3 Verde. The North Face. 2023. Imagem. Disponível em: <https://www.thenorthface.com.br/barraca-stormbreak-3-verde-52vjy10/p>. Acesso em: 30 ago. 2023.

Blue Kazoo Sleeping Bag. The North Face. 2023. Imagem. Disponível em: <https://www.thenorthface.com/en-us/bags-and-gear/sleeping-bags-c211749/blue-kazoo-sleeping-bag-pNF0A52DY?color=4K7>. Acesso em: 30 ago. 2023.

Bota Feminina Shellista IV Luxe Wp Branca. The North Face. 2023. Imagem. Disponível em: <https://www.thenorthface.com.br/bota-feminina-shellista-iv-luxe-branca-7w4832f/p>. Acesso em: 30 ago. 2023.

BROWNING, Charlotte; KOSTIAK, Yvonne. **Previsão de materiais esportivos O/I 24/25.** WGSN, 2023. Disponível em: <https://www.wgsn.com/fashion/article/63322641c5495ea31beabcd4>. Acesso em: 17 maio 2023.

Calça Feminina Freedom Insulated Preta. The North Face. 2023. Imagem. Disponível em: <https://www.thenorthface.com.br/calca-feminina-freedom-insulated-pret-a5acyjk3/p>. Acesso em: 30 ago. 2023.

Camiseta Segunda Pele Light Feminina Preta. The North Face. 2023. Imagem. Disponível em: <https://www.thenorthface.com.br/camiseta-segunda-pele-light-feminina-preto-i/p>. Acesso em: 30 ago. 2023.

Colete Feminino 1996 Retro Nuptse Rosa. The North Face. 2023. Imagem. Disponível em: <https://www.thenorthface.com.br/colete-feminino-1996-retro-nuptse-rosa-3xep146/p>. Acesso em: 30 ago. 2023.

Cordova. 2023. Imagem. Disponível em: <https://cordova.co/>. Acesso em: 30 ago. 2023.

Cores Restauradoras. WGSN, 2023. Disponível em: <https://www.wgsn.com/fashion/article/86813>. Acesso em: 28 maio 2023.

CORONATO, Giulia. **Conheça o dopamine dressing:** a tendência que vai ditar 2022. STEAL THE LOOK, 2022. Disponível em: <https://stealthelook.com.br/conheca-o-dopamine-dressing-a-tendencia-que-vai-ditar-2022/>. Acesso em: 17 maio 2023.

COSTA DOS SANTOS, Carina. **O Segredo Revelado da Análise SWOT: Do Diagnóstico Organizacional a Formulação das Estratégias.** [S. l.: s. n.], 2019. 128 p.

Culture Trip Turkey. 2023. Imagem. Disponível em: https://culturetripturkey.com/pt_BR/tour/private-mt-erciyes-ski-tour-from-cappadocia. Acesso em: 30 ago. 2023.

ELAMROUSSI, Aya; GRAY, Jennifer. **Tempestade de inverno nos EUA “única em uma geração” atingirá quase todo o país.** CNN, 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/tempestade-de-inverno-nos-eua-unica-em-uma-geracao-atingira-quase-todo-o-pais/>. Acesso em: 14 ago. 2023.

Fabric Technology and Innovation. The North Face, 2023. Disponível em: <https://www.thenorthface.com/en-us/about-us/technology-innovation/technology>. Acesso em: 30 ago. 2023.

FELIPPE, Alessandro Mateus; FEIL, Gabriel. Brechó: do consumo de roupas velhas ao consumo emergente de moda. **Projética**, Londrina. v. 11, n. 1, p. 295-322, 2020.

FIBRA Dyneema. **O Segredo Dyneema.** Dyneema, 2023. Disponível em: <https://www.dyneema.com/pt-pt/our-products/dyneema-fiber>. Acesso em: 17 maio 2023.

Fleece Feminino Canyonlands Full Zip Preto. The North Face. 2023. Imagem. Disponível em: <https://www.thenorthface.com.br/fleece-feminino-canyonlands-full-zip-preto-5gbdjk3/p>. Acesso em: 30 ago. 2023.

Fleece Tka Glacier Full Zip Feminino Patina Green. The North Face. 2023. Disponível em: <https://www.thenorthface.com.br/fleece-tka-glacier-full-zip-feminino-patina-green-a008n6s0/p>. Acesso em: 11 set. 2023.

Formas de Pagamento. The North Face, 2023. Disponível em: <https://www.thenorthface.com.br/institucional/formas-de-pagamento>. Acesso em: 30 ago. 2023.

Global Winter Wear Market — Industry Trends and Forecast to 2029. Data Bridge Market Research, 2022. Disponível em: <https://www.databridgemarketresearch.com/reports/global-winter-wear-market>. Acesso em: 14 ago. 2023.

Gorro TNF Logo Box Cuffed Cinza. The North Face. 2023. Imagem. Disponível em: <https://www.thenorthface.com.br/gorro-tnf-logo-box-cuffed-cinza-3fjx-dyy/p>. Acesso em: 30 ago. 2023.

Guia de Medidas. The North Face, 2023. Disponível em: <https://www.thenorthface.com.br/institucional/guia-de-medidas>. Acesso em: 9 out. 2023.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores:** Como as cores afetam a emoção e a razão. [S. l.]: Olhares, 2021. 311 p. Disponível em: <https://loja.ecolebrasil.com/wp-content/uploads/2019/09/Psicologia-das-Cores2.pdf>. Acesso em: 9 set. 2023.

Jaqueta Feminina Lenado Lilás. The North Face. 2023. Disponível em: <https://www.thenorthface.com.br/jaqueta-feminina-lenado-lilas-4r1m6s1/p>. Acesso em: 11 set. 2023.

Jaqueta Feminina New Dealio Down Short Preta. The North Face. 2023. Disponível em: <https://www.thenorthface.com.br/jaqueta-feminina-new-dealio-down-short-preta-5gdvjk3/p>. Acesso em: 11 set. 2023.

Jaqueta Feminina Summit Breithorn Preta. The North Face. 2023. Imagem. Disponível em: <https://www.thenorthface.com.br/jaqueta-feminina-summit-breithorn-preta-7uu1jk3/p>. Acesso em: 30 ago. 2023.

Jaqueta Feminina Thermoball Eco 2.0 Branca. The North Face. 2023. Disponível em: <https://www.thenorthface.com.br/jaqueta-feminina-thermoball-eco-2-0-branca-5gldn3n/p>. Acesso em: 11 set. 2023.

KOSTIAK, Yvonne. **Previsão de cores da moda esportiva O/I 23/24.** 15 nov. 2021. Disponível em: <https://www.wgsn.com/fashion/article/92326>. Acesso em: 9 set. 2023.

LUIZA, Ingrid. **As novas recomendações da OMS para atividades físicas:** o que muda. Veja Saúde, 2020. Disponível em: <https://saude.abril.com.br/fitness/as-novas-recomendacoes-da-oms-para-atividades-fisicas-o-que-muda>. Acesso em: 14 ago. 2023.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. *et al.* (ed.). **Pesquisa social:** Teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 1994.

Nossa História: Por Trás da Marca. The North Face. Disponível em: <https://www.thenorthface.com.br/institucional/historia>. Acesso em: 30 ago. 2023.

Oficina de Inverno. 2022. Imagem. Disponível em: <https://oficinadeinverno.com.br/blogs/oficina-de-inverno/roupas-de-inverno-conheca-todas-as-opcoes-e-como-usa-las>. Acesso em: 30 ago. 2023.

POSNER, Harriet. **Marketing de Moda.** São Paulo: Editora GGModa, 2015.

Quase todo suco de laranja consumido no mundo é produzido no Brasil. Canal Rural, 2023. Disponível em: <https://www.canalrural.com.br/agricultura/laranja/quase-todo-suco-de-laranja-consumido-no-mundo-e-produzido-no-brasil/#:~:text=O%20Brasil%20também%20é%20líder,são%20referentes%20ao%20de%20laranja>. Acesso em: 9 out. 2023.

REDAÇÃO DO SITE INOVAÇÃO TECNOLÓGICA. **Testes identificam forças e fraquezas de supermaterial.** Inovação Tecnológica, 2019. Disponível em: <https://www.inovacaotecnologica.com.br/noticias/noticia.php?artigo=dyneema-material-superforte&id=010160191015#.ZHZh-zMKw4>. Acesso em: 17 maio 2023.

Responsible Down Standard – ICEA Certifica. 2023. Imagem. Disponível em: [https://icea.bio/en/certifications/non-food/biological-and-sustainable-textile-products/responsible-down-standard/#:~:text=Responsible%20Down%20Standard%20\(RDS\),,and%20criteria%20of%20animal%20welfare](https://icea.bio/en/certifications/non-food/biological-and-sustainable-textile-products/responsible-down-standard/#:~:text=Responsible%20Down%20Standard%20(RDS),,and%20criteria%20of%20animal%20welfare). Acesso em: 30 ago. 2023.

Saco de Dormir Blue Kazoo Eco Azul. The North Face. 2023. Imagem. Disponível em: <https://www.thenorthface.com.br/saco-de-dormir-blue-kazoo-eco-azul-52dy4k7/p>. Acesso em: 30 ago. 2023.

SMITH, Clare. **Previsão de cores mundiais O/I 24/25.** WGSN, 2022. Disponível em: <https://www.wgsn.com/fashion/article/631f257077022e777143353a>. Acesso em: 17 maio 2023.

Sobre Nós. The North Face, 2023. Disponível em: <https://www.thenorthface.com.br/institucional/sobre-nos>. Acesso em: 30 ago. 2023.

Steal The Look. 2022. Imagem. Disponível em: <https://stealthelook.com.br/conheca-o-dopamine-dressing-a-tendencia-que-vai-ditar-2022/>. Acesso em: 30 ago. 2023.

Stormbreak 3 Tent. The North Face. 2023. Imagem. Disponível em: <https://www.thenorthface.com/en-us/bags-and-gear/tents-c211750/stormbreak-3-tent-pNF0A52VJ?color=Y10>. Acesso em: 30 ago. 2023.

Sustentabilidade. The North Face, 2023. Disponível em: <https://www.thenorthface.com.br/sustentabilidades>. Acesso em: 30 ago. 2023.

Tecnologias. The North Face. 2023. Imagem. Disponível em: <https://www.thenorthface.com.br/tecnologia>. Acesso em: 30 ago. 2023.

TNF™ Logo Box Cuffed Beanie. The North Face. 2023. Imagem. Disponível em: <https://www.thenorthface.com/en-us/shop-all/accessories-c500789/tnf-logo-box-cuffed-beanie-pNF0A3FJX?color=DYY>. Acesso em: 30 ago. 2023.

TOLIPAN, Heloisa. **SENAI CETIQT:** cases de inovação na área têxtil e a tecnologia possibilitando a aplicação em uma pluralidade de setores. Heloisa Tolipan, 2023. Disponível em: <https://heloisatolipan.com.br/moda/senai-cetiqt-cases-de-inovacao-na-area-textil-e-a-tecnologia-possibilitando-a-aplicacao-em-uma-pluralidade-de-setores/>. Acesso em: 17 maio 2023.

Women's 1996 Retro Nuptse Vest. The North Face. 2023. Imagem. Disponível em: <https://www.thenorthface.com/en-us/womens/womens-jackets-and-vests/womens-vests-c299280/womens-1996-retro-nuptse-vest-pNF0A3XEP?color=N0T>. Acesso em: 30 ago. 2023.

Women's Canyonlands Full-Zip. The North Face. 2023. Imagem. Disponível em: <https://www.thenorthface.com/en-us/womens/womens-fleece/womens-fleece-full-zip-c829792/womens-canyonlands-full-zip-pNF0A5GBD?color=JK3>. Acesso em: 30 ago. 2023.

Women's Freedom Insulated Pants. The North Face. 2023. Imagem. Disponível em: <https://www.thenorthface.com/en-us/womens/womens-bottoms/womens-snow-pants-c213401/womens-freedom-insulated-pants-pNF0A5ACY?color=JK3>. Acesso em: 30 ago. 2023.

Women's Shellista IV Luxe Waterproof Boots. The North Face. 2023. Imagem. Disponível em: <https://www.thenorthface.com/en-us/shop-all/footwear-new-arrivals-c829848/womens-shellista-iv-luxe-waterproof-boots-pNF0A7W48?color=32F>. Acesso em: 30 ago. 2023.

Women's Summit Series Breithorn Jacket. The North Face. 2023. Imagem. Disponível em: <https://www.thenorthface.com/en-us/womens/collections/summit-series-c324773/womens-summit-series-breithorn-jacket-pNF0A7UU1?color=JK3>. Acesso em: 30 ago. 2023.

Women's Winter Warm Essential Crew. The North Face. 2023. Imagem. Disponível em: <https://www.thenorthface.com/en-us/womens-c211718/womens-winter-warm-essential-crew-pNF0A7WUA?color=JK3>. Acesso em: 30 ago. 2023.

Apêndice 1 – Roteiro Semiestruturado

- 1 - Com qual frequência você costuma comprar roupas de frio?
- 2 - Já viajou para algum lugar que faz frio abaixo de 0º grau? Para onde e quanto tempo ficou?
- 3 – Dentre peças estampados, você prefere algo mais simples com poucos elementos (exemplo: Bolovo) ou peças com mais criação de elementos e diversas cores (exemplo: Farm)?
- 4 - Você costuma vestir roupas coloridas ou estampadas? Com qual frequência?
- 5 - Dentre os estilos: básico (simples e sem extravagâncias) e criativo (com cores, estampas e despojado), com qual você se identifica? Exemplo: Basico.com e Hering ou Farm e Cantão, respectivamente.
- 6 - Você já consumiu de alguma marca que tenha como foco roupas de inverno e/ou atividades ao ar livre no frio? Quais? Exemplo: Columbia, The North Face, Cordova...
- 7 - Se você estivesse em uma estação de ski, preferiria roupas funcionais com cores básicas — preto, branco, bege — ou com cores mais vibrantes e estampadas?
- 8 - Além da proteção do frio, você costuma ter interesse nas cores dessas roupas em específico ou compra a primeira que encontrar pela frente?
- 9 - Quanto você acha justo pagar em uma jaqueta impermeável da The North Face, tendo funcionalidade, porém estampadas para você se destacar na imensidão de neve em um resort de ski, por exemplo?
- 10 - Na sua opinião, você se veste como gostaria? Se não, por que não? E como você gostaria de se vestir?

Apêndice 2 – Quadro dos Entrevistados

Entrevistados	Tempo da Entrevista	Ano de realização
Luana Michaliszyn	14:35	2023
Maria Cecília Mattos	14:21	2023
Camilla Bandeira	12:36	2023
Hannah Cirillo	10:10	2023
Luiza Moraes	09:46	2023
Julia Azevedo	09:13	2023
Raphaela Ribeiro	13:04	2023
Fernanda Araújo	07:07	2023
Giulia Santos	11:20	2023
Fernanda Segaspini	13:04	2023