



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

MANOELA RAMOS SILVA
MELQUISEDEQUE FERREIRA DE LIMA

ELABORAÇÃO DE UM CATÁLOGO INSTITUCIONAL DA
INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE CONFECÇÕES XAVIER

CAMPINA GRANDE – PB

2010



MANOELA RAMOS SILVA
MELQUISEDEQUE FERREIRA DE LIMA

ELABORAÇÃO DE UM CATÁLOGO INSTITUCIONAL DA
INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE CONFECÇÕES XAVIER

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba como requisito para obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social.

Orientadora: Prof^a. Maria de Fátima Cavalcante Luna

CAMPINA GRANDE – PB

2010

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL – UEPB

S586e Silva, Manoela Ramos.
Elaboração de um catálogo institucional da Indústria e Comércio de Confecções Xavier [manuscrito] / Manoela Ramos Silva, Melquisedeque Ferreira de Lima. – 2010.
39 f. : il. Color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2010.

“Orientação: Profa. Ma. Maria de Fátima Cavalcante Luna, Departamento de Comunicação Social”.

1. Relações Públicas. 2. Assessoria de Imprensa. 3. Catálogo Institucional. 4. Comunicação Social. I. Título. II. Lima, Melquisedeque Ferreira de.

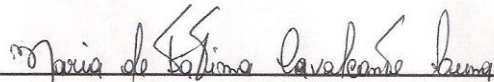
21. ed. CDD 659.2

MANOELA RAMOS SILVA
MELQUISEDEQUE FERREIRA DE LIMA

**ELABORAÇÃO DE UM CATÁLOGO INSTITUCIONAL DA
INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE CONFECÇÕES XAVIER**

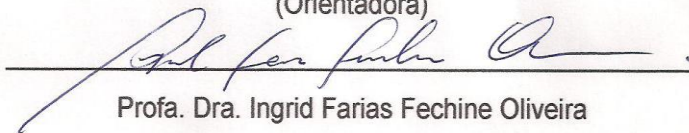
Aprovado em: 25 de novembro de 2010

BANCA EXAMINADORA:



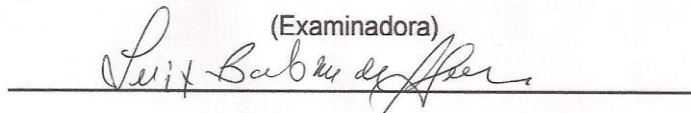
Profa. Ms. Maria de Fátima Cavalcante Luna

(Orientadora)



Profa. Dra. Ingrid Farias Fachine Oliveira

(Examinadora)



Prof. Esp. Luiz Barbosa Aguiar

(Examinador)

AGRADECIMENTOS

Gostaríamos de agradecer, à nossa professora orientadora, que com muita disposição e paciência topou o desafio de nos orientar e destinou a nosso trabalho seu concorrido tempo.

Agradecemos ainda as nossas dezenas de amigos Pernambucanos e paraibanos que ao longo dos anos incentivaram nossa trajetória.

Dedicamos o presente trabalho aos nossos mestres que nesses quatro anos de academia apostaram em nosso potencial e abriram as portas do conhecimento.

Agradecemos ao empresário Arnaldo Xavier pela oportunidade conferida através da assessoria de imprensa da Rota do Mar.

Em especial, agradecemos aos nossos pais (Lúcia, Zé Boi, Cida e Israel), peças principais dessa engrenagem chamada vida. Que nos concederam o direito de viver, estudar e crescer físico e intelectualmente.

Agradecemos também aos nossos milhares de amigos que acompanharam essa árdua jornada. Muito obrigado a Nathália, Daniel, Juliane e Josemilda, amigos que estiveram juntos nas batalhas dos trabalhos da universidade. E obrigado ainda a Toinha pelo alimento delicioso de sua cantina.

RESUMO

O objetivo do presente trabalho é elaborar um catálogo institucional da Indústria e Comércio de Confecções Xavier LTDA, que produz a marca Rota do Mar. E constará de um resumo do histórico dos 14 anos de existência da empresa, a qual se consolidou em uma das melhores empresas para se trabalhar em todo o nordeste brasileiro. Tendo como alicerce os conceitos relativos às competências de uma assessoria, onde sabemos que é obrigação da assessoria o serviço de administração das informações jornalísticas e do seu fluxo das fontes para os veículos de comunicação e vice-versa. A importância do presente trabalho deve ser ainda correlacionada com as áreas de Relações Públicas e Publicidade e Propaganda. Pois, sabemos que cabe ainda ao assessor de imprensa participar da elaboração de materiais impressos diversos, como folhetos, malas-diretas, cartazes e catálogos. Nesse sentido o catálogo inclui o histórico da empresa, o perfil dos proprietários, cultura, missão e visão empresarial, assim como a marca consolidada no pólo de confecções do agreste pernambucano, inserida no contexto nacional.

O catálogo foi concebido após dez meses de trabalho, coletando imagens, informações e índices. O nosso objetivo geral foi o de levar a conhecimento de todos um material simples e enxuto que transmita com clareza as ideias principais da Rota do Mar. Dessa forma contribuindo para o arquivo pessoal de cada cliente-amigo que enxerga na empresa a possibilidade de se vestir bem, com preocupação ambiental e social. Isso graças as ações desenvolvidas pela mesma nesses dois âmbitos

Palavras-chave: assessoria de imprensa, catálogo institucional, histórico da empresa.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO

CAPÍTULO 1 – ASSESSORIA DE IMPRENSA	8
CAPÍTULO 2 – POR QUE FAZER O CATÁLOGO?	11
CAPÍTULO 3 – A ROTA DO MAR	12
CAPÍTULO 4 – SOBRE O CATÁLOGO	14
4.1 LAYOUT	14
CAPÍTULO 5 – DIAGRAMAÇÃO	16
5.1 PRIMEIRA PÁGINA (CAPA)	17
5.2 SEGUNDA PÁGINA	18
5.3 TERCEIRA PÁGINA	19
5.4 QUARTA PÁGINA	20
5.5 QUINTA PÁGINA	21
5.6 SEXTA PÁGINA	22
5.7 SÉTIMA PÁGINA	23
5.8 OITAVA PÁGINA	24
5.9 NONA PÁGINA	25
5.10 DÉCIMA PÁGINA	26
5.11 DÉCIMA PRIMEIRA PÁGINA	27
5.12 DÉCIMA SEGUNDA PÁGINA (CONTRA CAPA)	28
CAPÍTULO 6 – ORÇAMENTO	29
CAPÍTULO 7 – CONSIDERAÇÕES FINAIS	30
REFERÊNCIAS	
ANEXOS	

1. ASSESSORIA DE IMPRENSA

Assessorar, assistir, auxiliar ou ajudar são palavras que traduzem bem o ato de prestar o serviço de assessoria de imprensa. É o auxiliar, o ajudar o assessorado na tarefa de manter sua imagem e divulgar seus feitos que traduzem essa competência dentro da comunicação social.

Segundo Elisa Kopplin e Luiz Artur Ferrareto a Assessoria de Imprensa “presta um serviço especializado, coordenando as atividades de comunicação de um assessorado com seus públicos e estabelecendo políticas e estratégias que englobam iniciativas nas áreas de Jornalismo (assessoria de imprensa), Relações Públicas e Publicidade e Propaganda”, ou seja, é a função responsável pela bom relacionamento da empresa com o público interno e externo e também pela preservação da imagem da mesma perante todos.

Dessa forma a assessoria de imprensa é um conjunto de ações e práticas que visam a satisfação do assessorado (empresa, personalidade, entidade) e por consequente a visão positiva das pessoas em relação a marca, produto ou serviço oferecido pelo assessorado.

Quando falamos em “visão positiva das pessoas em relação a marca” devemos acrescentar que esse objetivo é alcançado quando a empresa traça com clareza e sensatez sua missão. Como determina Margarida Maria Krohling Kunsch em Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada (2003, p 249).

As organizações, mediante o estabelecimento de sua missão, orientam e delimitam suas ações e seu campo de atuação. A missão expressa a razão de ser de uma organização e o papel que ela exerce na sociedade e no mundo dos negócios. Explicita seus propósitos e suas realizações, descrevendo os produtos ou serviços que se empenha em produzir e oferecer.

Essa definição traça de forma clara os objetivos do presente catálogo. Que visa exatamente essa exposição dos ideais e objetivos sociais, ambientais e empresariais da Rota do Mar.

Que inclusive possui em sua visão futurista os parâmetros de uma empresa que vislumbra o crescimento contínuo e bem alicerçado nas

propostas firmes de uma empresa embasada no competitivo mercado econômico. Conforme Mauro Calixta Tavares (2000, p 175).

a visão é uma intenção sobre onde desejamos que a organização esteja amanhã em seu ambiente e uma orientação sobre quais ações devemos adotar hoje para que isso ocorra. Em suma, visão refere-se a onde desejamos colocar a organização, dotando-a de uma forma que permita incorporar as inovações necessárias para seu atingimento. A visão inclui o cenário de atuação da organização. Inclui, ainda, intuição e imaginação. É semelhante a um sonho, ela diz respeito à realidade. A visão estabelece o foco na direção rumo ao futuro.

Em suma, visão trata-se de observar aonde a empresa que chegar, e de que forma procederá e que táticas e caminhos utilizará para alcançar esse objetivo e lograr êxito.

No caso específico do presente trabalho a assessoria de imprensa se debruça sobre um house-organs, já que é importantíssima a relação empresa-consumidores-colaboradores.

Como estabelece Ferrareto, as funções específicas dos house-organs são:

- informar sobre o contexto da organização, situando o público no que diz respeito ao funcionamento interno, posições definidas ou criticadas, planos, direitos e deveres;

- estimular, de forma integrada, a participação dos componentes da organização na consecução de objetivos comuns, encorajando ainda que sejam encaminhadas sugestões e novas ideias;

- incentivar o crescimento do leitor, ouvinte ou telespectador como cidadão, educando o público sobre seus direitos e provendo campanhas de esclarecimentos;

- valorizar os integrantes da organização, mostrando quem são e o que fazem;

- registrar fatos importantes para o público, como por exemplo, o lançamento de um produto ou, mesmo, a vitória do time de futebol dos

funcionários, em uma empresa; uma descoberta científica significativa, em uma instituição de pesquisa; ou o início de uma campanha salarial, em um sindicato de trabalhadores;

- fornecer leitura interessante para os familiares dos integrantes da organização. Geralmente a família tem curiosidade sobre as atividades dos seus membros.

Ou seja, são várias ações que a empresa pode promover para proporcionar bem estar tanto ao público interno, quanto ao público externo.

Ao falarmos sobre público interno, externo ou misto é necessário que exploremos suas definições. Como definiu Cândido Teobaldo de Souza Andrade (1996, p 98):

- Público Interno: agrupamento espontâneo que se origina do grupo de empregados e seus familiares, por meio do diálogo planejado e permanente.

- Público Externo: agrupamento espontâneo que se origina do grupo de expectadores de uma empresa ou instituição por meio de diálogo planejado e permanente, abrangendo o público em geral, a comunidade, os poderes públicos, a imprensa em geral, as escolas e os concorrentes.

- Público Misto: público que tem, simultaneamente, características de público interno e do público externo, compreendendo os acionistas, revendedores e funcionários. O público misto se origina do grupo-clientes.

2. POR QUE FAZER O CATÁLOGO?

Ao pensar na possibilidade da elaboração do catálogo tivemos o cuidado de abordar os aspectos da empresa no sentido de traduzir em imagens e textos as características e particularidades dos setores que a compõem.

Foi nossa preocupação salientar a importância da parceria e eficiência da utilização da mídia por parte da empresa, através da abordagem das mais diversas formas utilizadas pela Rota do Mar. A exemplo, dos outdoors e merchandising de programas televisivos de grande repercussão nacional.

Foi nosso intuito ainda através da elaboração de um índice de datas significativas para a marca (que constará no final do catálogo), evidenciar os fatos marcantes para a empresa, ao longo dos seus 14 anos de existência.

A elaboração do catálogo é importante para a melhor visualização da empresa junto aos seus públicos, tendo em vista que o mesmo consiste em importante instrumento de relações públicas.

Estes instrumentos residem na comunicação empresarial e contribuem de forma positiva na concretização da imagem sadia da empresa.

O catálogo tem como objetivo demonstrar a sincronia entre os objetos estabelecidos pela empresa. E recebeu o devido cuidado para que demonstrasse com clareza o ideal da empresa, através de suas ações no âmbito social, ambiental e de qualidade no trabalho.

Dessa forma, estamos tratando de um "periódico de empresa", como definiu Cândido Teobaldo de Souza Andrade em DICIONÁRIO PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS E COMUNICAÇÃO, 1996, p 87

Publicação periódica, em forma de boletim, jornal ou revista, com fatos relacionados com a vida de uma empresa.

3. A ROTA DO MAR

A Indústria e Comércio de Confeções Xavier Ltda, conhecida pelo seu nome fantasia **Rota do Mar**, fundada em Santa Cruz do Capibaribe-PE no ano de 1996, surgiu através de uma iniciativa do casal de empresários Arnaldo Xavier e Marta Ramos. Naquela época os dois já possuíam considerável experiência no ramo de confeções. Experiência essa adquirida através das empresas da família, em atividades desde 1982.

Percebendo a carência da região quanto à produção do segmento street wear e com o desejo de oferecer ao público produtos idealizados e produzidos por eles próprios, Arnaldo e Marta, foram a luta, batalharam e puseram em prática o sonho de construir uma marca própria. Surgia então uma das marcas mais conceituadas e admiradas do Brasil. Nascia assim a **Rota do Mar**.

Seja pela forma inovadora de atuar no mercado consumidor, seja pela postura de igualdade existente entre todos os colaboradores, pela preocupação com o bem estar de todos e com a qualidade na saúde, pela excelente qualidade de seus produtos, pelo incentivo as práticas esportivas ou pela preocupação com o meio ambiente, a Rota do Mar tornou-se um exemplo a ser seguido. .

Ao observarmos a pequena exploração da divulgação do enorme potencial que a Rota do Mar apresenta é de suma importância a produção do catálogo institucional que sirva de vitrine para as ações e projetos desenvolvidos pela empresa. E dessa forma, levar o nome do pólo das confeções de Pernambuco para o maior número possível de localidades no Brasil.

A seguir, abordaremos um breve histórico das duas marcas secundárias paralelas a Rota do Mar. A RT2, que foi criada em 2006 com o propósito de emplacar junto ao público consumidor uma proposta inovadora no segmento surf wear. E a Bill Board, que surgiu em 2008 e é comercializada em lojas do segmento e por representantes espalhados por todo o Brasil.

Foi nosso objetivo também informar e/ou comunicar ao público interno e/ou externo a preocupação que a empresa direciona em relação ao estímulo de seus colaboradores no tocante a responsabilidade sócio-ambiental.

A empresa possui hoje dois mil colaboradores que participam diretamente dos projetos ambientais, tais como a coleta seletiva de lixo, a plantação de mudas nas dependências da fábrica, reaproveitamento das sobras de tecido com o posterior envio às entidades que promovem o trabalho de confecção de peças artesanais.

Dessa forma a Rota do Mar promove a preservação do meio ambiente, a medida que evita a poluição reaproveitando as sobras de sua linha de produção e ainda gerando renda para as entidades que beneficiam os mais carentes através do reaproveitamento desse material.

4. SOBRE O CATÁLOGO

4.1 LAYOUT

O catálogo contará com 12 páginas, onde iremos procurar através de textos curtos e fotografias abordar características do processo de desenvolvimento e produção dos produtos da Rota do Mar. Bem como a estrutura física e humana que movimenta a empresa.

O catálogo foi produzido com as cores azul e amarelo, tendo em vista que as duas fazem parte da identidade visual da marca, a qual utiliza em seus produtos e materiais gráficos as variações dos dois tons.

Na capa e contracapa, utilizamos um elemento gráfico que transparece a ideia de reciclagem e renovação constante pelas quais a Rota do Mar passou e continua passando através dos anos. Os círculos com o nome oficial da empresa e seu ano de fundação dão conotação de avanço e progresso continuado e consagração do nome Rota do Mar no mercado.

Preservamos em todas as páginas o logotipo da Rota do Mar, exatamente por compreender a importância dessa identidade visual, alcançada ao longo do tempo, através da massificação da marca no mercado consumidor.

Como estabeleceu Milton Rubens, 2007, p 270:

A identidade visual deve ser tratada, portanto, não só como a personalização da imagem, mas também como ferramenta de um processo mercadológico, altamente competitivo e bastante saturado de informações visuais. É fácil perceber que o processo de implantação de uma identidade visual é algo oneroso e complicado, se levarmos em consideração o grande volume de impressos, formulários, uniformes e demais elementos passíveis de aplicação desta identidade. Se racionalmos, porém, de modo planejado, tendo como base um Programa de Identidade Visual, todo este trabalho encontrará retorno não só do ponto de vista racional, minimizando custos e tempo de execução e implantação, como também do ponto de vista da manutenção das imagens visuais.

A fim de obtermos êxito em uma publicação enxuta e atraente utilizamos fotografias na maioria das páginas. Dessa forma deixamos o catálogo dinâmico e de fácil assimilação, já que os leitores não terão textos longos e contarão com o enriquecimento do conteúdo através das imagens utilizadas. Imagens essas que estimulam o manuseio do material, já que chama a atenção do leitor para o material contido em suas páginas.

Conseguindo assim, fazer com que todos interpretem de forma correta as ideias e conceitos traduzidos nas páginas do encarte.

5. DIAGRAMAÇÃO

A diagramação nada mais é do que a distribuição equilibrada dos elementos gráficos, textos e demais subsídios na mancha gráfica (mancha gráfica é a área limite de impressão de um projeto gráfico). A mancha pode ser emoldurada por margens brancas, sem impressão ou receber impressão em sua totalidade, até os limites de seu formato. Para impressos que recebem impressão por toda sua extensão, sem limites de margem, chamados de impressos “sangrados” do catálogo.

Foi usada a fonte arial no tamanho 24pt em negrito nos títulos de cada página e 14pt para o corpo do texto. Para a impressão do produto, utilizou-se papel couchê brilho 115gr.

5.1 PRIMEIRA PÁGINA (CAPA)



A primeira página consiste na verdade na capa do catálogo, onde são dispostos os elementos principais que irão compor o encarte. Ou seja, as três marcas e o nome oficial da empresa em forma de círculos como já foi previamente esmiuçado no item 4.1.

5.2 SEGUNDA PÁGINA



MENSAGEM DO DIRETOR

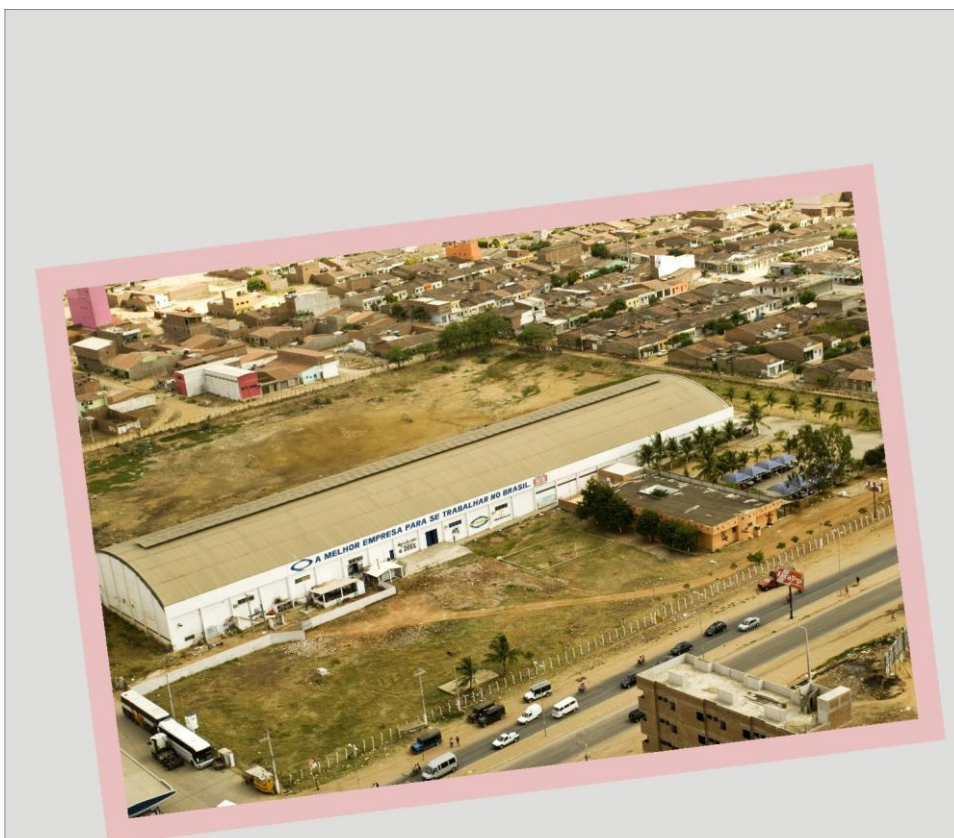
A Rota do Mar é uma empresa pioneira no quesito qualidade no trabalho em Santa Cruz do Capibaribe e procura sempre inovar e lançar moda com conforto e satisfação para aqueles que a vestem no dia-a-dia.

A Rota do Mar prima pela satisfação de clientes, consumidores, fornecedores e claro dos mais de dois mil colaboradores, que atuam de forma direta e indireta com a nossa empresa Ajudando no nosso crescimento.

Na Rota do Mar primamos pela valorização do colaborador, a melhoria de sua qualidade de vida, a reciclagem e o aperfeiçoamento constante de todos aqueles que compõem a nossa família. Afinal, somos na verdade uma grande, feliz e unida família.

A segunda página traz uma breve mensagem do diretor Arnaldo Xavier. A mesma servirá como porta para a viagem do consumidor/cliente pelo fascinante mundo da Rota do Mar. Nela, Arnaldo expõe em poucas palavras a filosofia de vida da empresa: **conforto e qualidade**.

5.3 TERCEIRA PÁGINA



UMA HISTÓRIA DE SUCESSO

A Indústria e Comércio de Confecções Xavier Ltda., fundada em Santa Cruz do Capibaribe (Pernambuco) no ano de 1996, surgiu através de uma iniciativa do casal de empresários Arnaldo Xavier e Marta Ramos. Naquela época os dois já possuíam considerável experiência no ramo das confecções. Experiência essa adquirida através das empresas da família, em atividade desde 1982.

Percebendo a carência da região quanto a produção do segmento street wear e com o desejo de oferecer ao público produtos idealizados e produzidos por eles próprios Arnaldo e Marta foram a luta, batalharam e puseram em prática o sonho. Surgia então uma das marcas mais conceituadas e admiradas do Brasil. Exemplo a ser seguido por todos que atuam no segmento. Nascia assim a Rota do Mar.

Seja pela forma inovadora de atuar no mercado consumidor, seja pela postura de igualdade existente entre todos os colaboradores, pela preocupação com o bem estar de todos e com a qualidade na saúde, pela excelente qualidade de seus produtos, pelo incentivo as práticas esportivas ou pela preocupação com o meio ambiente a Rota do Mar é sucesso garantido.

Na terceira página o leitor verá uma foto aérea da fábrica, acompanhada de um resumo da história da Indústria de Confecções Xavier Ltda, em seus 14 anos de trajetória.

5.4 QUARTA PÁGINA



NA ROTA DO SUCESSO

Para orientar as ações e estratégias na direção do constante crescimento e excelência dos produtos, a Rota do Mar se baseia em seus princípios e valores, estabelecidos através de uma filosofia que se fundamenta exatamente em sua missão principal: proporcionar conforto, elegância e satisfação aqueles que buscam contentamento no vestir. Sem esquecer da responsabilidade social e do comprometimento com o meio ambiente.

Dirigidos por esses princípios todos os colaboradores se unem em um único objetivo: solidificar uma empresa de sucesso e uma sociedade mais digna e feliz. Com capacidade de levar adiante essa fórmula vitoriosa.



Nessa página, verifica-se um esboço do que compõe a linha de pensamento da Rota do Mar, enaltecendo os pontos principais explorados pela empresa: qualidade no trabalho para seus colaboradores, alta qualidade nos produtos e responsabilidade social.

5.5 QUINTA PÁGINA

MARCAS

A Indústria e Comércio de Confecções Xavier LTDA. conta hoje com três marcas em seu portfólio- a Rota do Mar, a RT2(direcionada a um público mais popular) e a BILL BOARD(focada em um segmento mais rebuscado e exigente). As três são direcionadas ao segmento surf e street wear e buscam exatamente um público exigente, criterioso e inteligente. Que vislumbre exatamente vestir marcas descontraídas que preservem a naturalidade de ser de cada um.



A marca surgiu em 1996 e vem se destacando cada vez mais. Seu rápido crescimento e expansão em todo o país é resultado de produtos com alta qualidade, design arrojado e peças confortáveis. Além de possuir claro, um público conceitual e sensato. Que usa Rota e se sente satisfeito com o resultado.

A Rota significa hoje a marca de maior respaldo para Santa Cruz do Capibaribe, já que através de seus atletas patrocinados, eventos apoiados e mídias veiculadas traz para a cidade destaque e visualização no concorrido cenário nacional.

Por toda essa história e repercussão e por saber como atingir de forma correta os anseios dos consumidores e que se justifica o sucesso da "A Onda Perfeita".



A segunda da família Xavier Confecções, a RT2 surgiu em 2006 com o propósito de emplacar junto ao público consumidor uma proposta inovadora no segmento surf wear. Comercializada apenas por representantes, a RT2 já se encontra hoje espalhada por todo o país, através de nossos muitos representantes e revendedores.

Focada na parte inferior do vestuário prima pela valorização de uma boa programação e por tabela de uma bem arquitetada e concebida modelagem. Através dela o consumidor tem acesso a mais uma linha de produtos Rota do Mar.




A caçula da família, a Bill Board surgiu em 2008 e é comercializadas em lojas do segmento e por representantes espalhados por todo o Brasil.

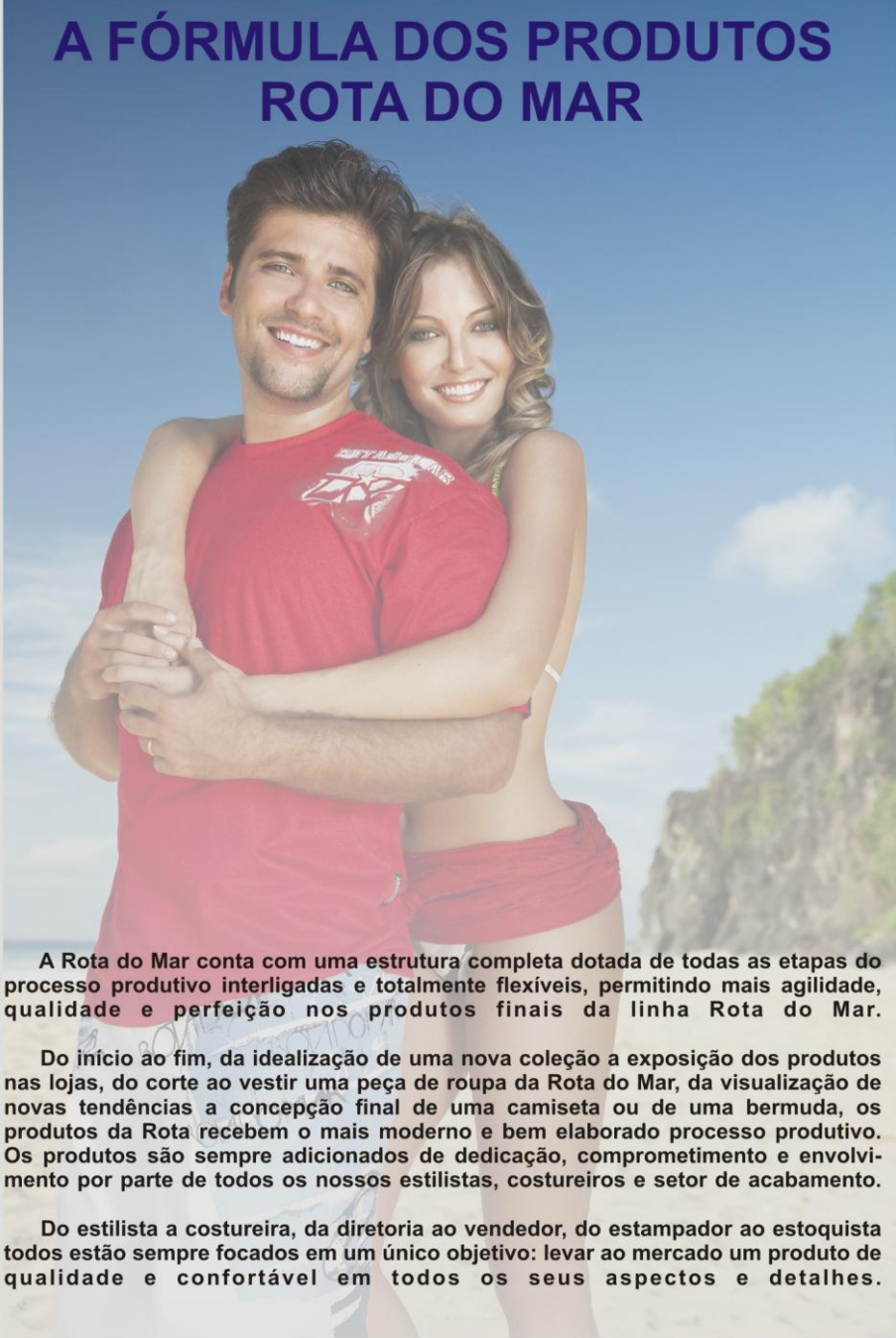
Bill Board revela uma moda arrojada e contemporânea que visa atingir um público de personalidade forte e marcante. A marca traz explícito seu design diferente.

Na quinta página o catálogo explora as características das marcas produzidas pela Indústria de Confecções Xavier, exibindo as particularidades da RT2, da BillBoard e da âncora Rota do Mar.

5.6 SEXTA PÁGINA



A FÓRMULA DOS PRODUTOS ROTA DO MAR



A Rota do Mar conta com uma estrutura completa dotada de todas as etapas do processo produtivo interligadas e totalmente flexíveis, permitindo mais agilidade, qualidade e perfeição nos produtos finais da linha Rota do Mar.

Do início ao fim, da idealização de uma nova coleção a exposição dos produtos nas lojas, do corte ao vestir uma peça de roupa da Rota do Mar, da visualização de novas tendências a concepção final de uma camiseta ou de uma bermuda, os produtos da Rota recebem o mais moderno e bem elaborado processo produtivo. Os produtos são sempre adicionados de dedicação, comprometimento e envolvimento por parte de todos os nossos estilistas, costureiros e setor de acabamento.

Do estilista a costureira, da diretoria ao vendedor, do estampador ao estoquista todos estão sempre focados em um único objetivo: levar ao mercado um produto de qualidade e confortável em todos os seus aspectos e detalhes.

No texto da sexta página o encarte exibe o complexo processo de elaboração e criação profissional dos produtos Rota do Mar.

5.7 SÉTIMA PÁGINA



A EMPRESA BRASIL AFORA

Uma moda arrojada, jovial, vibrante e divertida que conquistou Santa Cruz, Pernambuco e extrapola as fronteiras dos estados .

Dessa forma a Rota do Mar vem executando sua tática de marketing, sempre com o intuito de lançar coleções modernas, inovadoras e ousadas. Que despertem o interesse de todos os consumidores.

De norte a sul, do Oiapoque ao Chuí, de Pernambuco ao Acre, crianças, jovens, adultos, homens e mulheres de nosso Brasil estão vestindo e sentindo na pele o conforto de usar "A Onda Perfeita".



Empresa em constante crescimento e evolução a Rota do Mar espalha-se pelo Brasil afora e possui em vários estados representantes e revendedores exclusivos. Tudo isso é explorado nessa página.

5.8 OITAVA PÁGINA



A TECNOLOGIA DO NOSSO BORDADO

Buscar a modernização de sua linha de produção, no intuito de aprimorar ainda mais o processo de criação e com isso criar produtos cada vez mais bem elaborados e acabados, é uma constante da Rota do Mar. A empresa zela pela preservação de sua capacidade competitiva, garantindo o alto padrão.

Inovação de maquinário, reciclagem de seus colaboradores (através de cursos, oficinas, palestras e workshops) e renovação de processos de criação e produção fazem parte dessa profissionalização constante na Rota do Mar.

A Rota do Mar, através da aquisição de máquinas industriais, conseguiu ampliar seu parque de bordados passando assim a ter um dos melhores e mais completos bordados de toda a região nordeste brasileiro.



Nesta página, o catálogo traz a produção em série do bordado que se tornou em um dos melhores e maiores do Nordeste. Ou seja, o bordado da Rota.

5.9 NONA PÁGINA



QUALIDADE NO TRABALHO

Sempre primando pela qualidade de vida de seus colaboradores a Rota do Mar realiza constantemente em suas dependências atividades que estimulem o desenvolvimento, suas habilidades e a linha de produção. Valorizando dessa forma o quesito saúde e bem estar de todos.

Dentre as atividades proporcionadas podemos destacar os exercícios através da ginástica laboral (onde os colaboradores desenvolvem no próprio ambiente de trabalho uma série de exercícios que os ajudam desde manter a postura correta em seus postos, bem como de ampliar para seu dia-a-dia formas corretas de respirar, andar e sentar).

Vale frisar ainda as viagens de reconhecimento oferecidas aos colaboradores destaques mensalmente para destinos encantadores e relaxantes a exemplo de vários pontos do litoral e interior do nordeste.

A Rota realiza ainda mensalmente o Rota Cultural. Evento onde os colaboradores se confraternizam e exibem seus talentos através da música, teatro e dança em um ambiente de descontração e união.

Ainda várias outras atividades são realizadas no intuito de promover a qualidade no trabalho. A exemplo da comemoração mensal dos aniversários com um delicioso café da manhã e outras atividades extras.



Um dos princípios da Rota do Mar é a valorização de seus colaboradores. Seja através de um ambiente de trabalho confortável; cursos de reciclagem e aperfeiçoamento ou de viagens de reconhecimento. Tudo isso é bem exposto nesta página.