

Universidade Federal do Ceará
Instituto de Cultura e Arte
Curso de Design de Moda

Evander Cardozo da Silva

Criação de Marca

Fortaleza 2020.2

AGRADECIMENTOS

Aos familiares e amigos, por todo o apoio e pela ajuda, que muito contribuíram para a realização deste trabalho.

Aos professores, por todos os conselhos, pela ajuda e pela paciência com a qual guiaram o meu aprendizado.

A todos que participaram, direta ou indiretamente do desenvolvimento deste trabalho, enriquecendo o meu processo de aprendizado.

Aos meus colegas de curso, por compartilharem comigo tantos momentos de descobertas e aprendizado e por todo o companheirismo ao longo deste percurso.

À instituição de ensino, essencial no meu processo de formação profissional, pela dedicação, e por tudo o que aprendi ao longo dos anos do curso.

BANCA EXAMINADORA

Professora Dra. Dijane Maria Rocha Victor

Professora Manuela Fátima Paula de Medeiros

Professora Cláudia de Castro Correia

P r o j e t o

d e

M o d e

SS21

SUMÁRIO

01 **introdução**

02 Pesquisa

03 PROJETO DE MARCA

04 **Projeto de mídia**

05 Produto

2

I n t R O d ū c ă o



Me chamo Evander Cardozo, atualmente curso o oitavo semestre de moda na Universidade Federal do Ceará (UFC), participei do Programa de Iniciação à Docência (PID) sendo monitor nas disciplinas de modelagem tridimensional e plana feminina, onde pude desenvolver e aperfeiçoar minhas habilidades em modelagem e também ter contato com a experiência de ensinar a outros alunos. Desenvolvi a aptidão em corte, costura e tenho afinidade com os programas de edição como o Photoshop e Illustrator, atuo no mercado como profissional independente desenvolvendo produtos de moda sob encomenda.



BRIEFING EM TABELA

TÓPICOS BÁSICOS	CONTEÚDOS	DESCRIÇÃO
NATUREZA DO PROJETO	Justificativa	<p>O mercado de acessórios de moda é bastante amplo e competitivo, mas, para se diferenciar e conquistar uma posição de destaque é preciso compreender as necessidades do mercado. Percebido a lacuna no segmento de acessórios de moda a “Bégui” surgiu para preencher esse espaço e oferecer aos futuros clientes um produto de qualidade e diferenciado, buscando o desenvolvimento sustentável, ou seja, que alcance os objetivos do presente projeto a fim de respeitar o meio ambiente sem comprometer gerações futuras.</p>
	Objetivos do projeto	<ul style="list-style-type: none">• Projetar a marca “Bégui” no mercado.• Desenvolver produtos para primeira coleção.• Planejar ações de marketing e comunicação da marca.
	Resultados desejados	<ul style="list-style-type: none">• Que os produtos e ações de marketing transmitam o conceito da marca, valorizando e respeitando a natureza e as pessoas, cumprindo também o papel de informar e educar.• Conquistar e fidelizar o público da marca.• Priorizar o desenvolvimento sustentável pensando nos pilares: social, econômico e ambiental.• Valorizar os colaboradores.• Produzir acessórios de moda que sejam ergonômicos e sigam um rigoroso padrão de qualidade a fim de garantir maior eficiência e aproveitamento da capacidade produtiva e estética.

	Responsabilidade do projeto	Evander Cardozo
ANÁLISE SETORIAL	Marca	Bégui
	Produto	Bolsas: tote bag, cross body, bolsa carteiro, mochila, mala.
	Preço	R\$ 40,00 a R\$ 200,00
	Promoção	Nas mídias sociais : Instagram e facebook. Imagens de moda : Fixas (fotografias), móveis (fashion filme), trabalhar o visual merchandising , colocando o produto dentro de um invólucro comportamental, vendendo o conceito da marca.
	Praça	Loja online (e-commerce), Instagram, Whatsapp e feiras colaborativas.
	Estudo de tendências	Perfil voltado para o público jovem, as tendências serão utilizadas e adaptadas para o conceito e proposta da marca. Deve ser feita uma pesquisa de vocações regionais a fim de conhecer materiais disponíveis. Pesquisar e desenvolver métodos de tingimento natural e a Lino gravura, valorizando o saber e o fazer manual.
	Concorrentes	Mariana Tangerina, O Jambu.
	Tecnologias	Máquina de costura reta, réguas de modelagem, celular (<i>mídias</i>), computador.

	Estratégia da empresa	<ul style="list-style-type: none">• Produto diferenciado, ergonômico, minimalista, priorizando a qualidade, competitivo, preço justo, sustentável.
PÚBLICO ALVO	Sexo	Todos
	Faixa etária	18 a 29 anos
	Renda	De um a três salários mínimos, ou mais.
	Hábitos de consumo	Compram pelo menos um a três acessórios por ano.

CONCEITO

Na contemporaneidade temos acesso a uma infinidade de informações e a bégui é uma marca atendida nas necessidades do seu consumidores e do planeta. O cru do algodão serve como uma tela em branco para agregar informações de design e elementos da natureza, tanto na composição em si como na parte criativa e essa união de linguagens traduz a essência da bégui.

MISSÃO

Nossa missão é entregar produtos de qualidade com matéria prima de origem natural, valorizando a criatividade e o fazer manual/artesanal.

&

VISÃO

Nossa visão é democratizar os acessórios de moda que respeitem a sociedade e o meio ambiente sem comprometer gerações futuras.

2

P

e

s

u

s

q

-

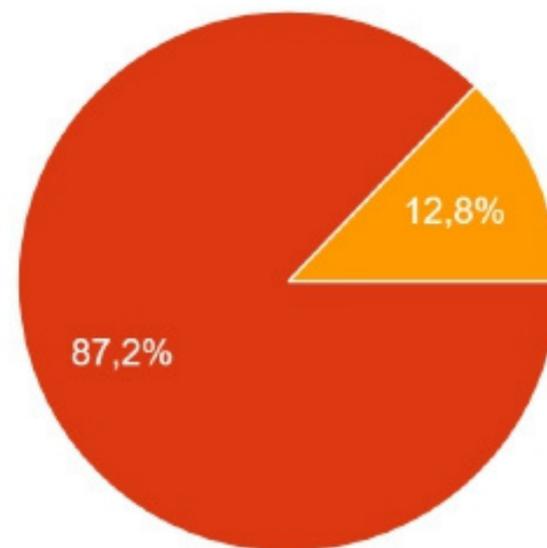
a

PESQUISA DE PÚBLICO

PÚBLICO ALVO

Com base na pesquisa realizada, o foco é voltado para o público jovem entre 18 a 29 anos que cursa o ensino superior ou está no mercado exercendo a profissão, faturando mensalmente de um a quatro salários.

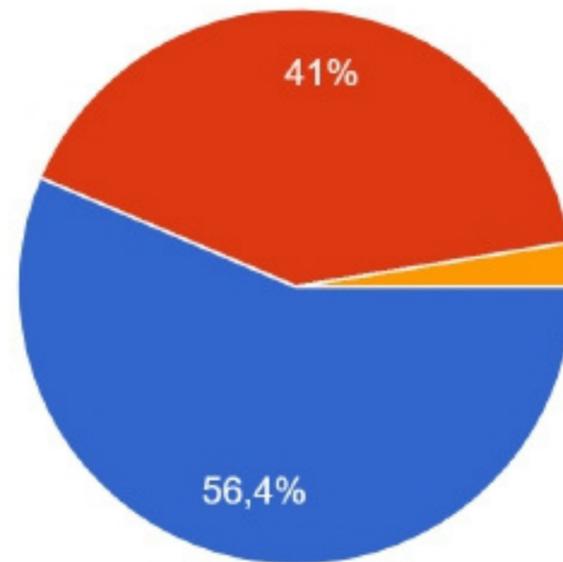
Idade
39 respostas



- 17 ou menos
- 18 - 29 anos
- 30 - 40 anos
- 40 - 50 anos
- Acima de 51 anos

Gênero

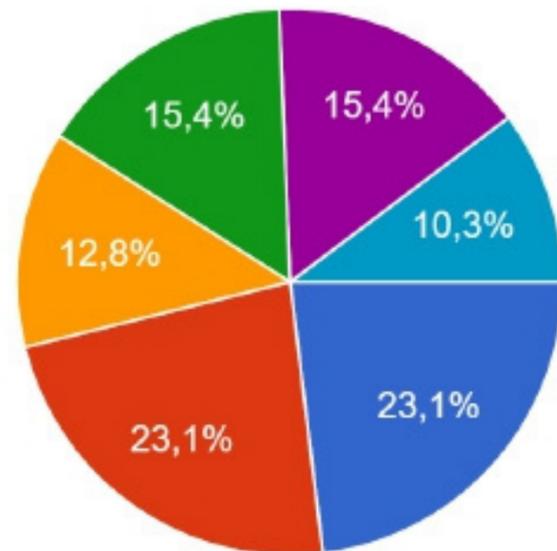
39 respostas



- Feminino
- Masculino
- nao binario

Renda mensal

39 respostas



- Menos de 1 salário mínimo
- 1 salário mínimo (até 1.100,00)
- 1,5 salários mínimos (até 1.650,00)
- 2 salários mínimos (até 2.200,00)
- 2,5 salários mínimos (até 2.750,00)
- Mais de 3 salários mínimos (acima de 3.300,00)

PERSONA



Ariel Batista Castro Dias é estudante de publicidade e tem 24 anos se considera diferente dos outros, acredita em um mundo melhor e adota hábitos saudáveis para si e também para o planeta.

Costuma fazer sua própria comida pois adora cozinhar e busca uma alimentação mais consciente e busca consumir alimentos orgânicos.

Seu grupo de amigos é pequeno porém são amizades sólidas de anos sendo alguns desde a infância, costumam promover jantares, ir ao cinema, praia ou qualquer outra coisa como tomar um café a tarde.

Adora ouvir música e consome muitas mídias, desde noticiários, checar as redes sociais, filmes, séries, vídeos no youtube e várias playlist no spotify tendo uma para cada ocasião.

PAINEL DE MERCADO

mariatangerina ...



1.953 Publicações 45,7 mil Seguidores 6.777 Seguindo

María Tangerina
🍊 Produção local, transparente e livre de crueldade
📦 Do interior de SP para todo Brasil
👉 Loja virtual
www.mariatangerina.com.br/
Seguido por cliciamaria.a, dudinea.l e outras 4 pessoas
Ver tradução

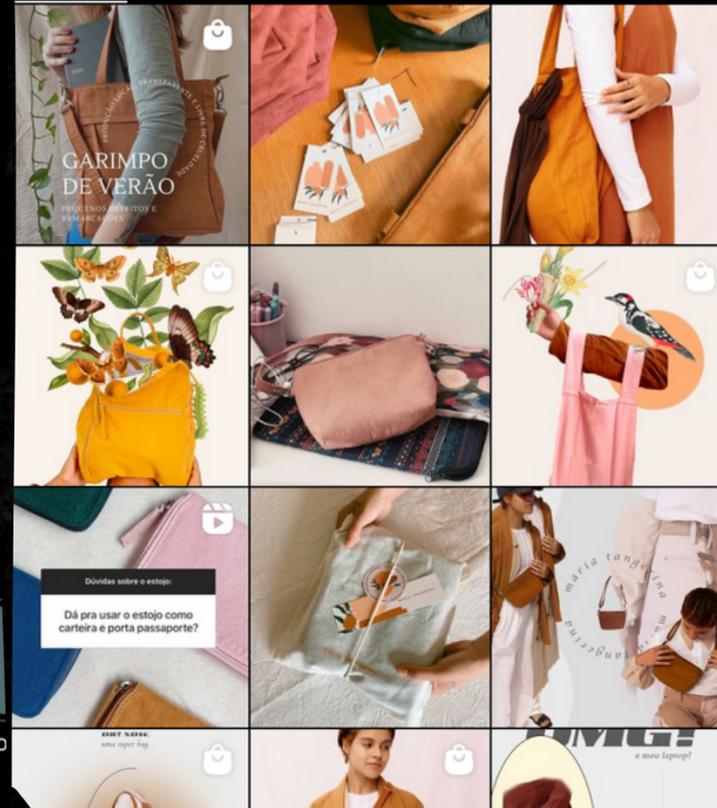
Ver loja

Seguir Mensagem Email

log.reversa ind. local estojo mochila esgo



mariatangerina ...



The grid shows various posts featuring colorful, handmade bags. One post is titled "GARIMPO DE VERÃO" and another shows a bag with a butterfly design. A text overlay on one post asks "Dúvidas sobre o estojo: Dá pra usar o estojo como carteira e porta passaporte?".

@mariatangerina é uma marca de bolsas que dá cor as suas peças com o processo de tingimento natural.

ojambu_bags ...



1.564 Publicações 21,3 mil Seguidores 1.137 Seguindo

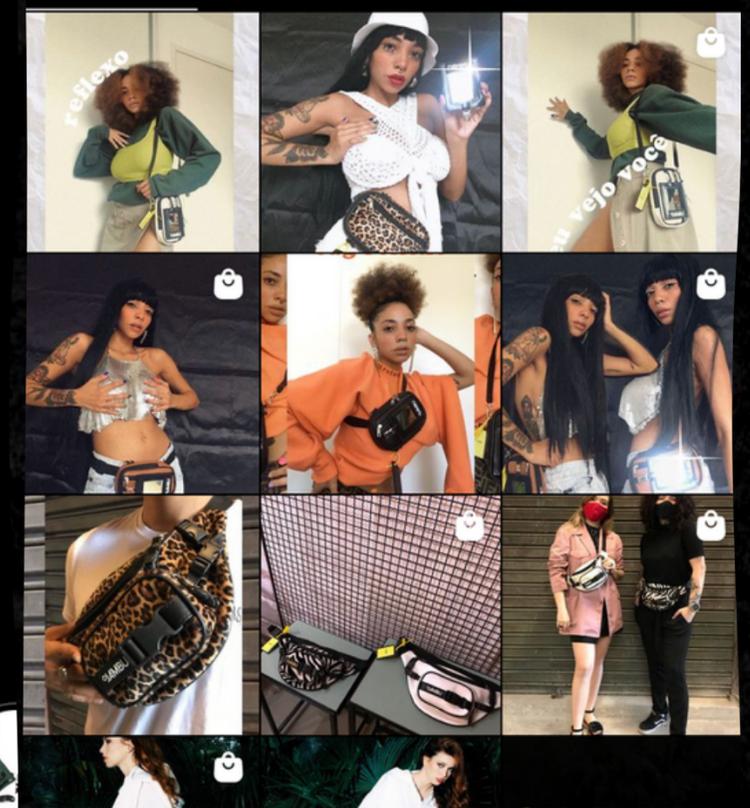
O JAMBU
Original, artesanal e sem pele animal
Incitação explícita à mistura.
MÉZCLESE! BH/PA
Visite nossa loja on-line:
ojambubags.com.br/
Av. Olegario Maciel, 742, 2º andar, corredor C/D, loja 2053/2054, Belo Horizonte, Brazil
Seguido por s.b.r.b, heloisabranco e outras 8 pessoas
Ver tradução

Ver loja

Seguir Mensagem Contato

oja Física Sacolão Croco car Reflexo 2em1 Mole

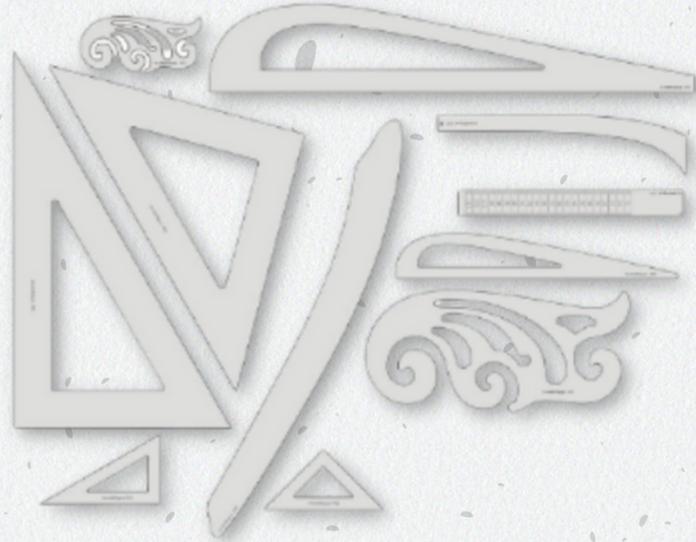
ojambu_bags ...



The grid shows posts featuring people wearing and showcasing various styles of bags, including a leopard print bag and a bag with a grid pattern. Some posts have text overlays like "Reflexo" and "Vejo Você".

@ojambu_bags tem uma pegada mais urban e faz uso de elementos de design para compor suas peças.

TECNOLOGIAS



PAINEL DE TENDÊNCIA



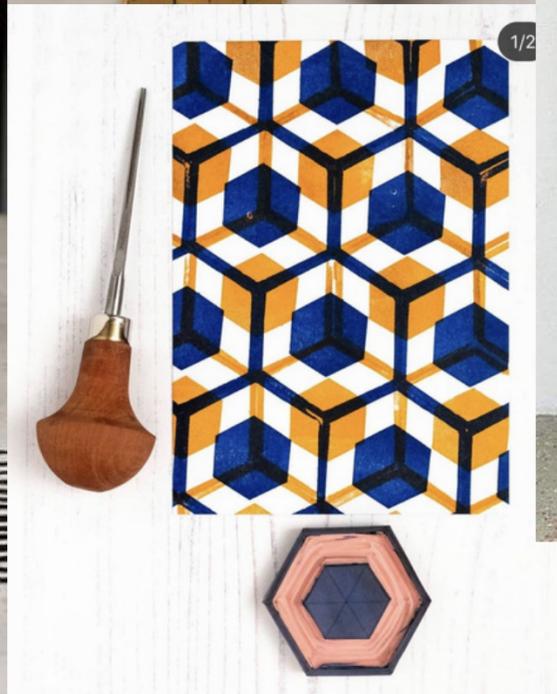
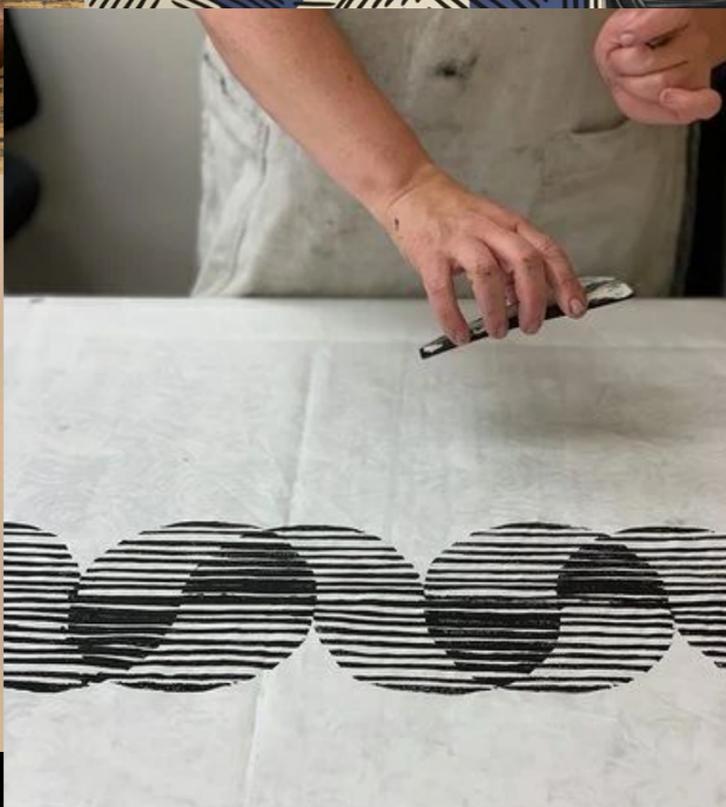
PAINEL DE TENDÊNCIA

A ideia central para compor o painel é utilizar das informações de fundamentos do design, referenciando o uso de formas geométricas básicas, como por exemplo, os círculos, quadrados e triângulos. As cores primárias, secundárias e terciárias também estão presentes para harmonizar e também despertar possíveis leituras visuais.

O uso de tipografias para agregar e reforçar ideias de personalidade, versatilidade, contemporaneidade e uma infinidade de outras leituras, também para trazer uma mensagem podendo ser clara e objetiva ou não, assim como trabalhar ilusão de ótica.

Elementos que trazem sensações, lembranças e referências do cotidiano, como por exemplo formas arquitetônicas.

PAINEL DE VOCAÇÃO REGIONAL



PAINEL DE VOCAÇÃO REGIONAL

Resgate de um trabalho manual que é a gravura em relevo, técnica bastante conhecida pela xilogravura que utiliza a madeira como matriz para reprodução da imagem.

Como um dos objetivos do projeto é o desenvolvimento sustentável faz-se necessário a busca por materiais alternativos, pensando nisso o material escolhido é o linóleo por ser sustentável e reciclável, produzido majoritariamente por fontes renováveis, tendo baixíssimo impacto ambiental.

E a pintura manual que além de agregar valor ao produto também o aproxima da ideia de ser uma obra de arte.

3

P r o j e t t o

d e

M e R e a

VANTAGEM COMPETITIVA

- Produtos que valoriza e resgata técnicas manuais como a linogravura e a pintura manual.
- Peças exclusivas e personalizáveis.

DIFERENCIAÇÃO

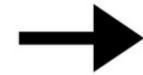
- Design de Superfície único (Estampa manual).
- Produção consciente e slow fashion.
- Material resistente e sustentável.

DESEMPENHO

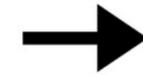
Calculando o valor investido sobre o valor de lucro estipulado pelo markup, temos uma rentabilidade de 33,3%, segundo especialistas o ideal é trabalhar com uma margem de 20%.

ESTUDO TIPOGRÁFICO

Bégui
BÉGUI
BÉGUI
Bégui
BÉGUI
Bégui



Bégui
Bégui
Bégui



Bégui

gggg

A fonte apresenta uma personalidade forte de traços bem intensos, transmitindo versatilidade e elegância nas curvas onde as formas são mais finas. Para trazer mais harmonia visual foi feita algumas alterações na fonte original, como no acento agudo (´) e na letra "g".

FONTES INSTITUCIONAIS

Título

Open Sans Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

.,:;/?'""-_@\$%*{}^a°[]+-()&\$#!^~

Texto

Trocchi

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

WY

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

.,:;/?'""-_@\$%*{}^a°[]+-()&\$#!^~

Subtítulo

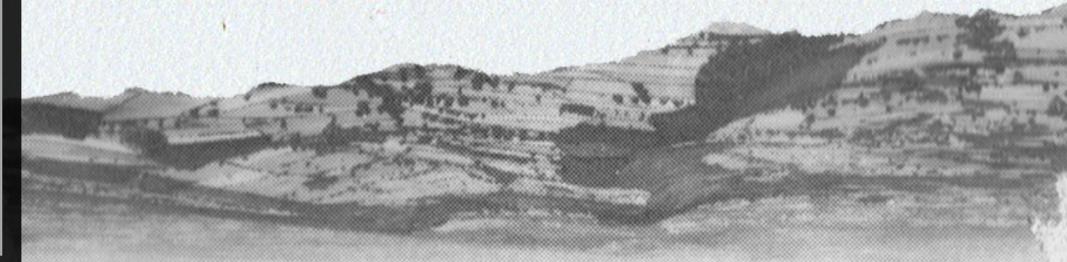
Open Sans Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

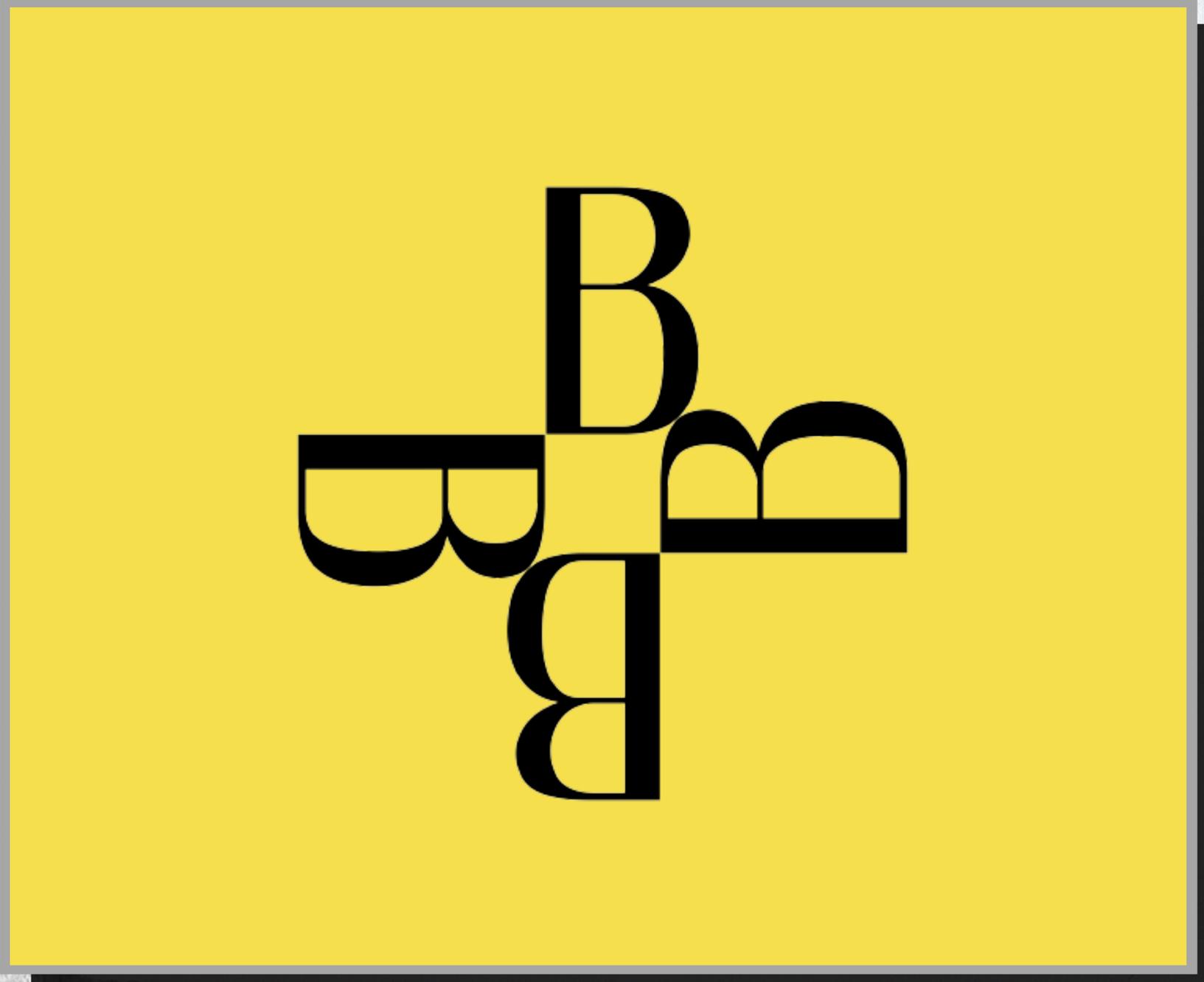
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

.,:;/?'""-_@\$%*{}^a°[]+-()&\$#!^~



MONOGRAMA



B

TABELA DE CUSTOS

Ref	Descrição		
0001-21	BOLSA TRANSVERSAL		
INSUMOS	QTA	UNID.	TOTAL
Tecido - Lona de Algodão 100%	1	R\$3,38	R\$3,38
Fita Gorgurão de Algodão 100%	1	R\$1,54	R\$1,54
Zipper	1	R\$2,80	R\$2,80
Linha	150	R\$0,0024	R\$0,36
ETIQUETAS E EMBALAGEM			R\$0,00
Etiqueta	1	R\$0,50	R\$0,50
Embalagem	1	R\$1,84	R\$1,84
Tag	1	R\$0,03	R\$0,03
MÃO DE OBRA			R\$0,00
Modelagem	1	R\$4,00	R\$4,00
Arte (40min)	40	R\$0,07	R\$2,80
Corte	1	R\$0,90	R\$0,90
Costura	1	R\$10,00	R\$10,00
TOTAL			R\$28,15
VENDA			R\$84,46

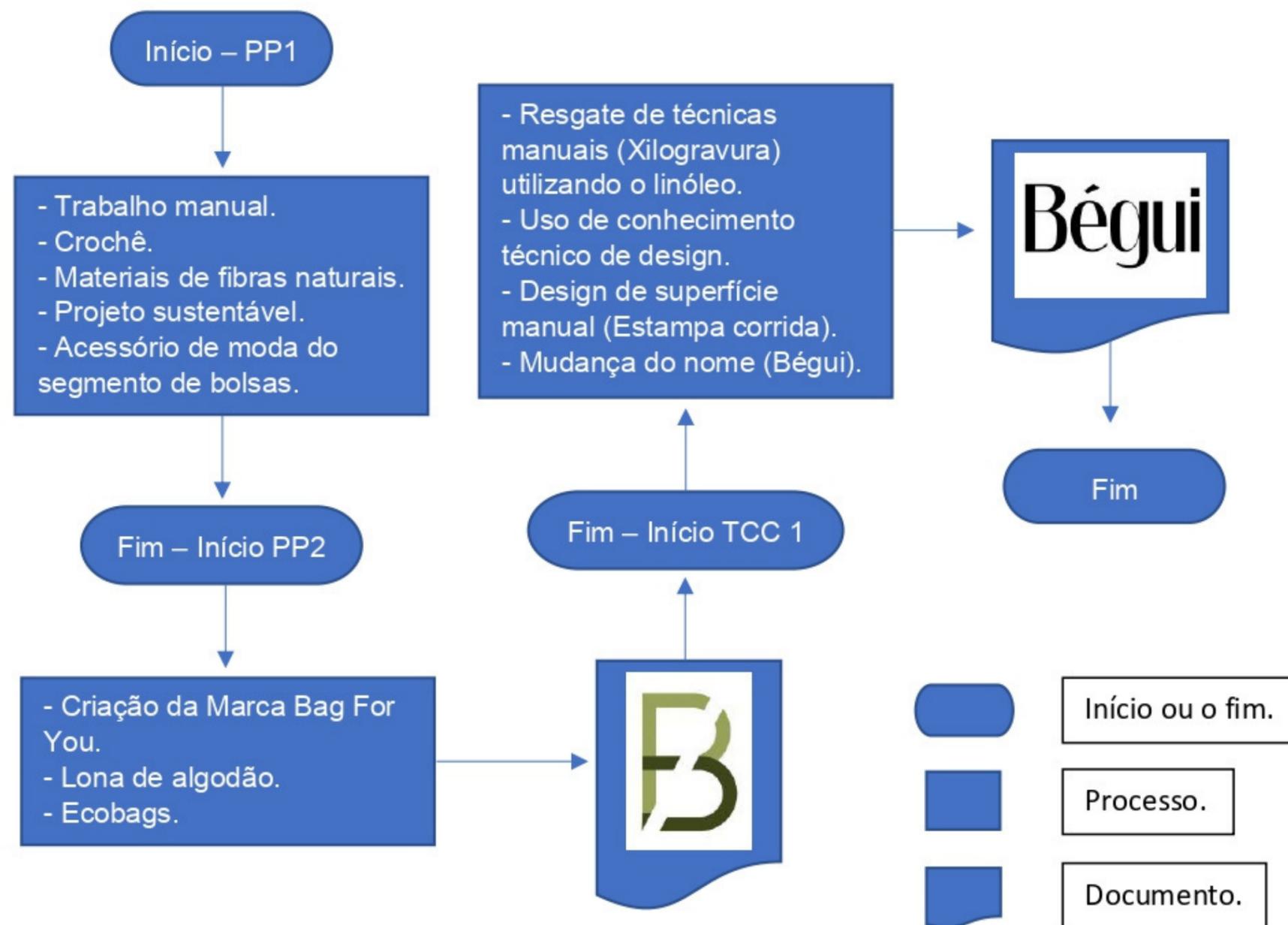
Ref	Descrição		
0002-21	BOLSA SACOLA		
INSUMOS	QTA	UNID.	TOTAL
Tecido - Lona de Algodão 100%	1	R\$6,47	R\$6,47
Fita Gorgurão de Algodão 100%	2	R\$0,71	R\$1,43
Linha	150	R\$0,0024	R\$0,36
ETIQUETAS E EMBALAGEM			
Etiqueta	1	R\$0,50	R\$0,50
Embalagem	1	R\$1,84	R\$1,84
Tag	1	R\$0,03	R\$0,03
MÃO DE OBRA			
Modelagem	1	R\$2,00	R\$2,00
Arte (30min)	30	R\$0,07	R\$2,10
Corte	1	R\$0,95	R\$0,95
Costura	1	R\$6,00	R\$6,00
TOTAL			R\$21,68
VENDA			R\$65,04

Ref	Descrição		
0003-21	BOLSA CARTEIRO		
INSUMOS	QTA	UNID.	TOTAL
Tecido - Lona de Algodão 100%	1	R\$9,56	R\$9,56
Fita Gorgurão de Algodão 100%	1	R\$2,00	R\$2,00
Zipper de metal - 30cm	1	R\$ 4,90	R\$4,90
Linha	150	R\$0,0024	R\$0,36
Regulador de alça 33mm	1	R\$1,24	R\$1,24
ETIQUETAS E EMBALAGEM			
Etiqueta interna	1	R\$0,50	R\$0,50
Embalagem	1	R\$1,84	R\$1,84
Tag	1	R\$0,03	R\$0,03
MÃO DE OBRA			
Modelagem	1	R\$3,00	R\$3,00
Arte (57min)	57	R\$0,07	R\$3,99
Corte	1	R\$1,10	R\$1,10
Costura	1	R\$15,00	R\$15,00
TOTAL			R\$43,52
VENDA			R\$130,56

Ref	Descrição		
0004-21	MOCHILA B		
INSUMOS	QTA	UNID.	TOTAL
Tecido - Lona de Algodão 100%	1	R\$12,35	R\$12,35
Fita Gorgurão de Algodão 100%	1	R\$2,00	R\$2,00
Zipper de metal - 45cm	1	R\$ 5,20	R\$5,20
Linha	150	R\$0,0024	R\$0,36
Regulador de alça 33mm	1	R\$1,24	R\$1,24
ETIQUETAS E EMBALAGEM			
Etiqueta interna	1	R\$0,50	R\$0,50
Embalagem	1	R\$1,84	R\$1,84
Tag	1	R\$0,03	R\$0,03
MÃO DE OBRA			
Modelagem	1	R\$4,00	R\$4,00
Arte (50min)	50	R\$0,07	R\$3,50
Corte	1	R\$1,10	R\$1,10
Costura	1	R\$20,00	R\$20,00
TOTAL			R\$52,12
VENDA			R\$156,36

Ref	Descrição			
0005-21	MALA ESSENCIAL			
INSUMOS		QTA	UNID.	TOTAL
Tecido - Lona de Algodão 100%	1		R\$13,52	R\$13,52
Fita Gorgurão de Algodão 100%	1		R\$2,46	R\$2,46
Zipper de metal - 60cm	1		R\$ 6,10	R\$6,10
Linha	150		R\$0,0024	R\$0,36
Regulador de alça 33mm	1		R\$1,24	R\$1,24
ETIQUETAS E EMBALAGEM				
Etiqueta interna	1		R\$0,50	R\$0,50
Embalagem	1		R\$1,84	R\$1,84
Tag	1		R\$0,03	R\$0,03
MÃO DE OBRA				
Modelagem	1		R\$4,00	R\$4,00
Arte (83min)	83		R\$0,07	R\$5,81
Corte	1		R\$1,30	R\$1,30
Costura	1		R\$15,00	R\$15,00
			TOTAL	R\$52,16
			VENDA	R\$156,48

FLUXOGRAMA - PROCESSO CRIATIVO



3

P r o j e t t o

d e

M i l i t a

PLANO DE COMUNICAÇÃO

Como o público-alvo da marca abrange jovens com idades entre 18 e 29 anos, a divulgação será virtualmente, principalmente através do Instagram. De acordo com um estudo realizado pelas empresas We Are Social e Hootsuite, em 2018, a rede social é a preferida dos jovens brasileiros.

As publicações da marca no Instagram serão divididas entre feed e stories. No primeiro caso, será dada prioridade a postagens sobre os produtos, com fotos de qualidade e riqueza de detalhes. Já no recurso de compartilhamento de conteúdos efêmeros, que ficam disponíveis por 24 horas, serão divulgados os bastidores da produção, além de eventuais compartilhamentos de publicações de clientes.

MÍDIA KIT

Como a marca não dispõe de recursos suficientes para realizar uma campanha de tráfego pago de grande porte, esse orçamento foi direcionado para uma ação com influenciadores que dialogam com o público-alvo. A ação consiste em enviar um kit com uma peça personalizada da coleção de lançamento para cada influenciador, embrulhadas com cuidado em uma caixa personalizada.

Segundo uma pesquisa realizada pelo site Opinion Box, que entrevistou mais de dois mil brasileiros, 67% dos usuários da rede social do país seguem influenciadores digitais. Desses, 18.5% afirmaram que são muito influenciados por famosos e influenciadores digitais na hora de comprar e consumir produtos. Entre as pessoas entrevistadas, 55% afirmaram já ter comprado algo que algum influenciador estava indicando ou usando.

RELEASE

Como a marca não dispõe de recursos suficientes para realizar uma campanha de tráfego pago de grande porte, esse orçamento foi direcionado para uma ação com influenciadores que dialogam com o público-alvo. A ação consiste em enviar um kit com uma peça personalizada da coleção de lançamento para cada influenciador, embrulhadas com cuidado em uma caixa personalizada.

Segundo uma pesquisa realizada pelo site Opinion Box, que entrevistou mais de dois mil brasileiros, 67% dos usuários da rede social do país seguem influenciadores digitais. Desses, 18.5% afirmaram que são muito influenciados por famosos e influenciadores digitais na hora de comprar e consumir produtos. Entre as pessoas entrevistadas, 55% afirmaram já ter comprado algo que algum influenciador estava indicando ou usando.



Getúlio Abelha (@getulioabelha) - 52.8 mil seguidores
Cantor popular entre os jovens fortalezenses



Fernanda Vidal (@fehvidal) - 50.3 mil seguidores
Produtora de conteúdo digital relacionado à moda



Ari Areia (@ariareia) - 26 mil seguidores
Ator, jornalista, ativista político e deputado estadual pelo PSOL



Alexia Marina (@aleexiamarina) - 90.3 mil seguidores
Criadora de conteúdo digital com foco em vida saudável



Bruno Calaça (@quehomemce) - 33.6 mil seguidores
Perfil que fala sobre masculinidade de forma desconstruída



Vitória Barreto (@vitoriabarret) - 55.4 mil seguidores
Produtora de conteúdo digital relacionado à moda e criatividade

3

Pr o d u t o

Béqui Brasil	Temporada: 21	
	Coleção: 001	
	Ref. Modelo: Bolsa Transversal	
	Designer: Evander Cardozo	Data: / /
	Modelista: Evander Cardozo	Data: / /

Desenho Técnico

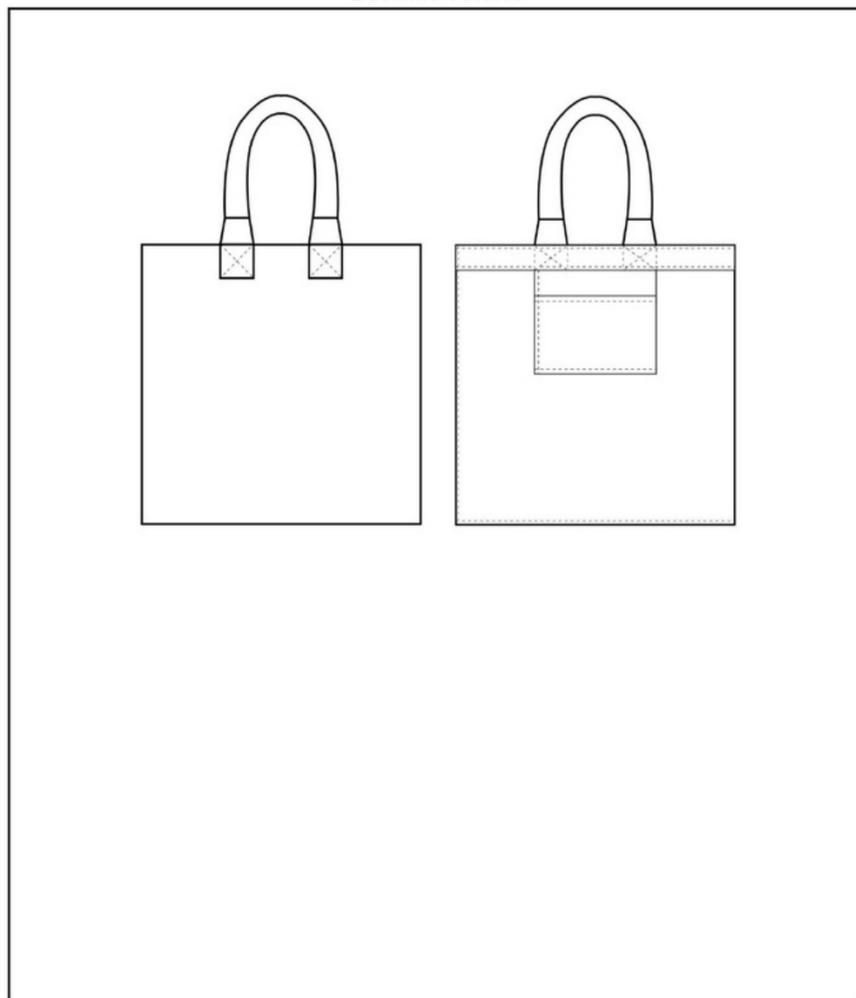


Tabela de Insumos		
Material	Fabricante	Composição
Tecido de lona 100% Algodão	Casablanca	100% Algodão
Cor	Quantidade	Custo
Cru	45 cm	6,47
Tabela de Aviamentos		
Material	Fabricante	Composição
Alça	Artes e Fitas	100% Algodão
Cor	Quantidade	Custo
Cru	52 cm 2x	3,08
Tabela de Etiquetas		
Tipo	Material	Tamanho
Tag	Kraft	15x15 cm
Beneficiamentos		
Pintura Manual		

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
Preparação do bolso	Reta	
Unir bolsa na peça das costas		
Pregar laterais frente e costas		
Pregar alças com reforço em X		
Fazer acabamentos internos com costura inglesa		
Pregar forro superior		
Observações		

Designer _____ Data ____/____/____
 Modelista _____ Data ____/____/____
 PCP _____ Data ____/____/____

Bégui Brasil	Temporada: 21	
	Coleção: 001	
	Ref. Modelo: Mala Essencial	
	Designer: Evander Cardozo	Data: / /
	Modelista: Evander Cardozo	Data: / /

Desenho Técnico

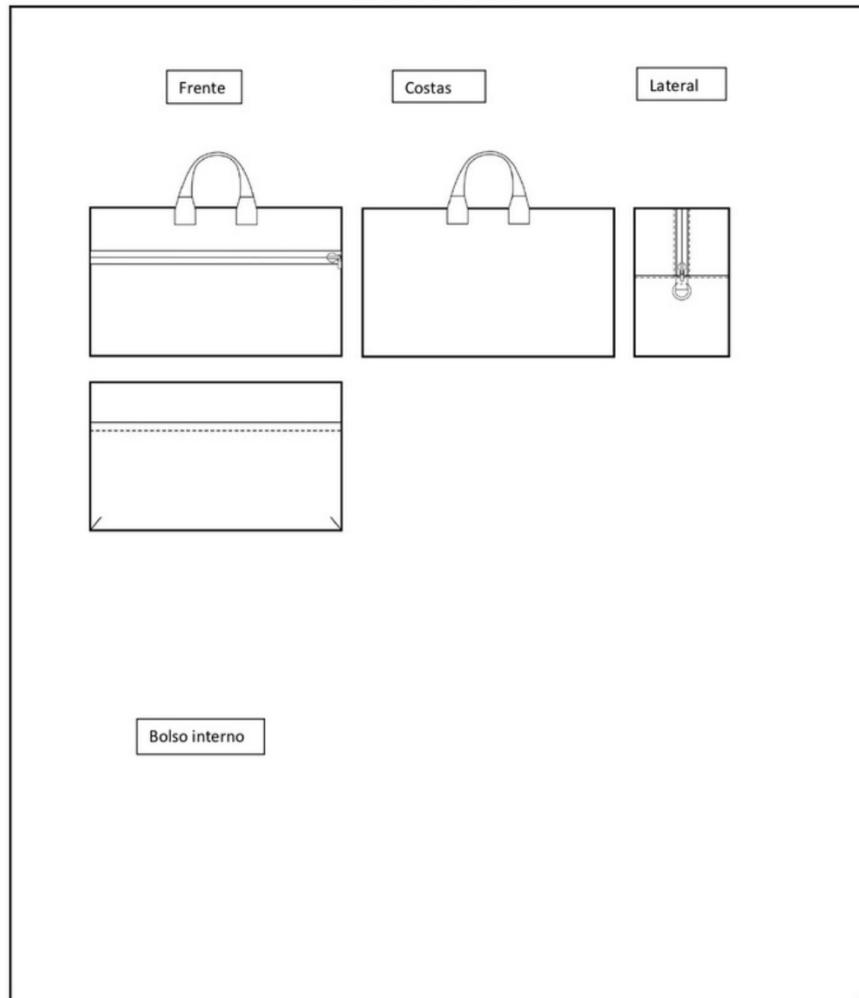


Tabela de Insumos		
Material	Fabricante	Composição
Tecido de lona 100% Algodão	Casablanca	100% Algodão
Cor	Quantidade	Custo
Cru	106 cm	13,52
Tabela de Aviamentos		
Material	Fabricante	Composição
Alça	Artes e Fitas	100% Algodão
Cor	Quantidade	Custo
Cru	52 cm 2x	1,54
Tabela de Etiquetas		
Tipo	Material	Tamanho
Tag	Kraft	15x15 cm
Beneficiamentos		
Pintura Manual		

Sequência Operacional		
Operação	Máquina	Tempo
Preparação do bolso interno	Reta	
Unir bolso com costas		
Preparar fechamento superior com zíper		
Preparar bolsos laterais		
Aplicar bolsos nas laterais		
Unir frente e costas com laterais		
Unir peça com o fundo		
Fazer acabamentos internos		
Observações		

Designer _____ Data ____/____/____
 Modelista _____ Data ____/____/____
 PCP _____ Data ____/____/____

