



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
CURSO DE DESIGN-MODA**

ARTEMIS SILVA LIMA

**CRIAÇÃO DA MARCA ARTEMIS DE CALÇADOS
ARTESANAIS**

**Fortaleza - CE
2022**

ARTEMIS SILVA LIMA

CRIAÇÃO DA MARCA ARTEMIS DE CALÇADOS ARTESANAIS

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Programa de Graduação em Design-Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design-Moda.
Orientadora: Prof. Msc. Maria do Socorro Araújo Miranda.

Fortaleza - CE

2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

L696c Lima, Artemis Silva.

Criação da marca Artemis de calçados artesanais / Artemis Silva Lima. – 2022.
44 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2022.

Orientação: Profa. Ma. Maria do Socorro Araújo Miranda.

1. Criação de Marca. 2. Calçados. 3. Crochê. I. Título.

CDD 391

ARTEMIS SILVA LIMA

CRIAÇÃO DA MARCA ARTEMIS DE CALÇADOS ARTESANAIS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programa de Graduação em Design-Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design-Moda.

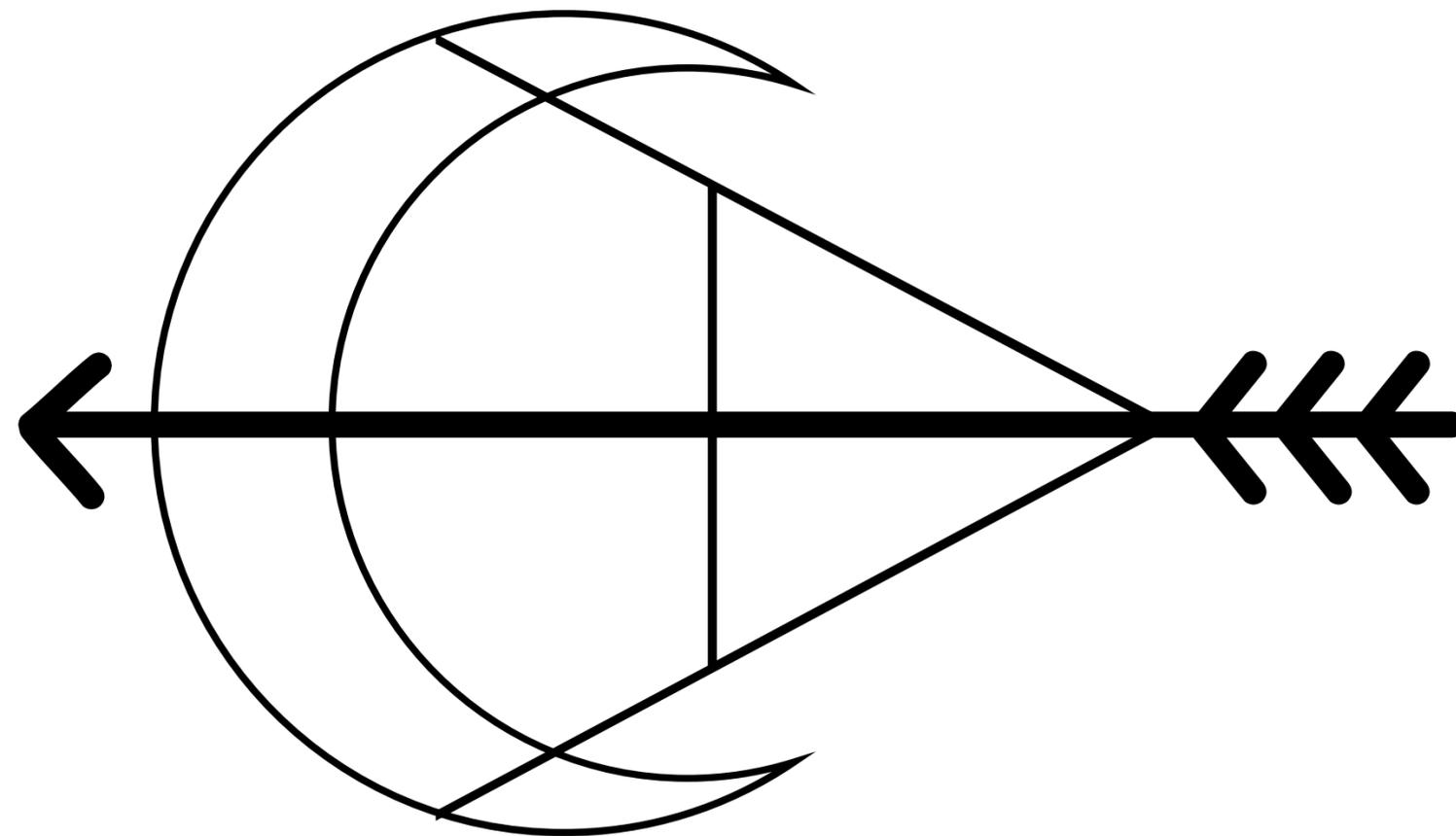
Aprovado em: ___/___/___

BANCA EXAMINADORA

Profa. Ma. Maria do Socorro de Araújo Miranda
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Dra. Araguacy Pereira Filgueiras
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Ma. Eveline Maria de Azevedo Silveira
Universidade Federal do Ceará (UFC)



ARTEMIS

ARTEMIS - Calçados artesanais



Artemis Lima, 29 anos.

Sempre fui muito criativa na esfera artística, tendo trabalhado com artesanato desde a infância.

Caminhei por outras graduações, mas, depois de fazer minhas primeiras roupas sendo orientada por uma amiga estilista, encontrei o meu caminho na Moda.

Sempre soube que queria ir por um caminho que saísse do óbvio, e foi quando resolvi me aprofundar no estudo de calçados. Comecei assistindo aulas no YouTube, comprei alguns materiais para treinar em casa, e, posteriormente, fiz um curso online da escola Arte do Calçado.

Em 2018 fui selecionada bolsista do projeto de extensão "Calçado Inclusivo", e pude aprender bastante, além de praticar os conhecimentos adquiridos na perspectiva da inclusão.

O meu interesse por esse segmento do mercado colaborou para implementar e idealizar uma marca capaz de abranger diferentes pés, trazendo estética, ergonomia e conforto num mesmo produto.

NATUREZA DO PROJETO:

Criar a marca Artemis, uma marca de calçados femininos que traz o artesanato em crochê unido à sapataria feita à mão, valorizando o slow fashion e o regionalismo das artes manuais.

A ideia surgiu quando resolvi unir uma paixão de infância, o crochê, a um novo ofício aprendido, a sapataria artesanal. Vendo essa abertura no mercado, decidi criar minhas primeiras peças que receberam muitos elogios por sua exclusividade.

A sapataria artesanal também permite que os modelos e tamanhos sejam ajustados para cada pessoa, trazendo assim a individualidade do produto, que surge para solucionar lacunas ergonômicas do mercado.

BRIEFING

(Phillips-2007)

JUSTIFICATIVA

O setor de calçados é competitivo, assim, para criar algo diferente e conquistar o mercado busca-se elaborar produtos sustentáveis e com um diferencial artesanal, valorizando a regionalidade e as técnicas manuais, concebendo produtos com design único.

OBJETIVOS DO PROJETO

- Projetar a marca de calçados "Artemis" no mercado cearense.
- Desenvolver produtos para a primeira coleção da marca "Artemis".
- Planejar as ações de marketing e comunicação da marca.

RESULTADOS DESEJÁVEIS

- Produtos e ações de marketing que transmitam o conceito da marca que une sustentabilidade e artesanato.
- Conquista e fidelização do público alvo da marca.
- Desenvolvimento sustentável, pensando nos pilares econômico, social e ambiental.
- Valorização do artesanato local.

RESPONSABILIDADE DO PROJETO

- Reinterpretar e usar o artesanato local trazendo estética e elegância às peças.
- Promover a sustentabilidade, por meio da produção slow fashion e da economia circular.
- Valorizar o ofício de sapateiro e artesão.

ANÁLISE SETORIAL

PRODUTO

Calçados artesanais com elementos em crochê e materiais reaproveitados em forma de retalhos descartados por indústrias têxteis.

PREÇO

De R\$ 100,00 a R\$ 250,00

PRAÇA

Site, redes sociais, feiras autorais, lojas colaborativas e CeART.

PROMOÇÃO

Mídias digitais e parcerias com designers locais

CONCORRENTES

DIRETOS:

- Ensolará
- Terra da Luz
- Borandares

INDIRETOS:

- Manolita
- Design Floresta

ESTUDO DE TENDÊNCIAS

Deve ser realizado um estudo de modelos, cores, materiais, formas e tecnologias em feiras de calçados como a INSPIRAMAIS, FIMEC e FRANCAL, que acontecem anualmente, para atingir as expectativas estéticas e funcionais dos clientes.

TECNOLOGIA

Produzido artesanalmente, desde a modelagem do calçado ao crochê que compõe o cabedal.
Maquinário de costura reta, ferramentas para modelagem e montagem dos calçados.

ESTRATÉGIAS DA EMPRESA

Produto diferenciado (utilização do crochê, montagem manual, design ergonômico e confortável), competitivo (preço justo) e sustentável (produção slow fashion, reutilização de materiais e confecção sem o uso de maquinário poluente).

PÚBLICO ALVO

GÊNERO

Feminino

FAIXA ETÁRIA

A partir de 16 anos

NÍVEL DE RENDA

Classes C e B

HÁBITOS DE CONSUMO

Compram peças a cada 6 meses; priorizam marcas de pequenos empreendedores locais; práticas de consumo consciente, prezando por processos sustentáveis.

PORTIFÓLIO DA EMPRESA

IMAGEM CORPORATIVA

Branding com apelo emocional através das mídias sociais, embalagens diferenciadas e materiais complementares como mensagens escritas à mão às compradoras.

SEGMENTAÇÃO DO MERCADO

Mulher que valorize as técnicas artesanais e queira conforto e beleza em sapatos discretos e elegantes.

CONCEITO DA MARCA

Artemis é uma marca de calçados femininos, que traz o regionalismo do crochê unido ao ofício da sapataria artesanal.

As peças unem modelagens aconchegantes à delicadeza do crochê em produtos feitos à mão em todos os seus processos, com o propósito de abranger diferentes pés, trazendo estética, ergonomia e conforto num mesmo produto.

A marca objetiva ressaltar as técnicas manuais e utilização dos princípios do slow fashion, primando pelo consumo consciente, a economia circular e a sustentabilidade para oferecer a seus clientes peças únicas.

MISSÃO

Proporcionar experiências estéticas e ergonômicas, unindo artesanato e design, na confecção de calçados artesanais confortáveis, duráveis e sustentáveis.

VISÃO

- Ser reconhecida como uma marca de calçados artesanais que valoriza os trabalhos manuais e o consumo consciente;
- Conquistar o mercado cearense em 2 anos e o mercado nacional em 5 anos.

VALORES

Criatividade
Resiliência
Qualidade
Conforto
Sustentabilidade
Inclusão

C.D.S.



COMPETITIVIDADE

- Relação direta designer - cliente por meio das redes sociais e Whatsapp.
- Possibilidade de personalização do modelo junto ao designer, por meio de mudança de elementos, cores e formas de um modelo específico.



DIFERENCIAÇÃO

- Possibilidade de produtos feitos seguindo as medidas das circunferências dos pés do cliente.
- Grade de numeração completa, do 34 ao 43



SUSTENTABILIDADE

- Sem uso de maquinários poluentes
- Retalhos e materiais reaproveitados

PILARES DA SUSTENTABILIDADE

SOCIAL

Ações sociais e oficinas sobre crochê e sapataria para o público, a fim de estimular a aquisição de conhecimento, a busca por autonomia e geração de renda;
Profissionalização de artesãos para trabalhar junto à marca.

AMBIENTAL

Reaproveitamento de materiais, como a utilização de retalhos têxteis na confecção dos cabeais;
Produção em pequena escala reduzindo os rejeitos e gerando o mínimo de lixo;
Ações futuras de reciclagem, criando modelos com materiais inusitados que seriam descartados.

ECONÔMICO

Cálculo de custos e precificação aberto aos clientes, a fim de haver uma maior valorização do trabalho artesanal e do tempo gasto em cada peça. Transparência no controle de gastos.

ANÁLISE SWOT/FOFA

FORÇAS

- Diferencial bem definido no mercado;
- Relacionamento direto com o cliente;
- Personalização dos modelos à escolha do cliente;

OPORTUNIDADES

- Pouca concorrência direta no mercado;
- Apoio e incentivo ao micro empreendedor;
- Parcerias com marcas artesanais;
- Possibilidade de fabricação de calçados adaptados.

FRAQUEZAS

- Dificuldade na compra de matéria-prima;
- Longo tempo de fabricação/ poucos produtos por mês.

AMEAÇAS

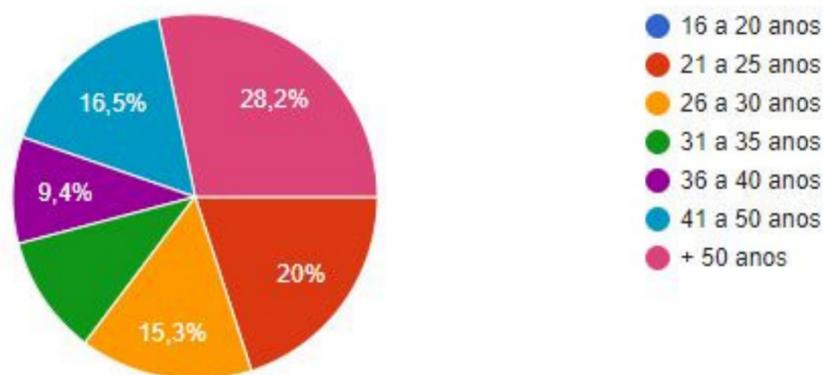
- Concorrentes mais experientes no mercado;
- Crise econômica/ inflação;
- Poucos fornecedores locais.

PESQUISA DE PÚBLICO ALVO

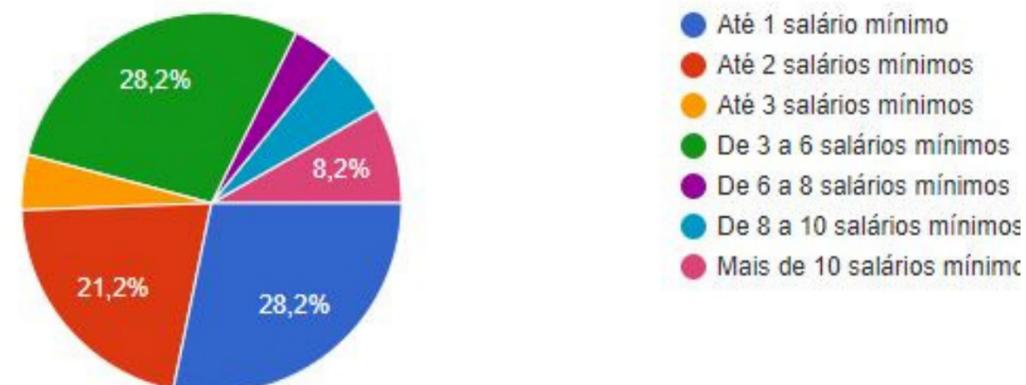
Foi realizada pesquisa de cunho quantitativo e qualitativo, aplicado em forma de questionário pela ferramenta Google Forms do período 18/05/2022 a 01/06/2022.

Foi disponibilizado na plataforma Facebook, Instagram e Whatsapp. Ao total foram obtidas 85 respostas.

Qual sua faixa etária?



Qual sua renda?



O que é mais importante na sua decisão de compra de um calçado?



QUAIS AS DIFICULDADES EM ENCONTRAR CALÇADOS ADEQUADOS AO SEU PÉ?

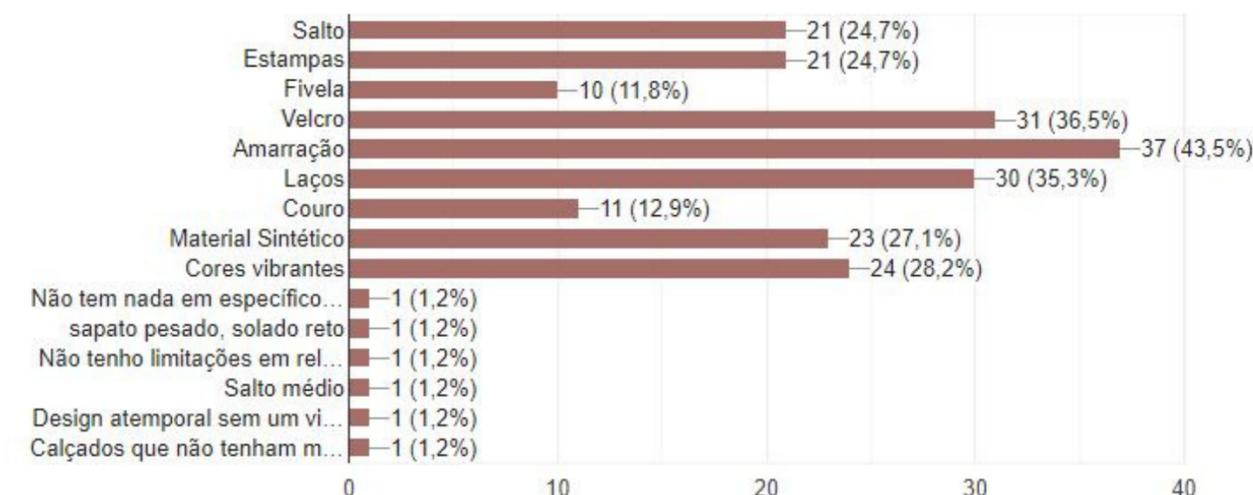
- "Calço 39 e não costuma ser uma numeração com opções de escolha ou variedade de modelos para mulheres."

- "Falta conforto e originalidade, juntos"

- "Porque meu pé é gordinho e achatado, as sandálias que estão disponíveis poucas cabem nele e quando entram apertam demais."

- "Os que fazem meu estilo tem pouco no mercado, gosto do simples, aquele tipo de modelo que posso usar pra tudo."

O QUE VOCÊ NÃO GOSTA EM UM CALÇADO?





Fonte: Google imagens e Pinterest

PAINEL DE COMPORTAMENTO

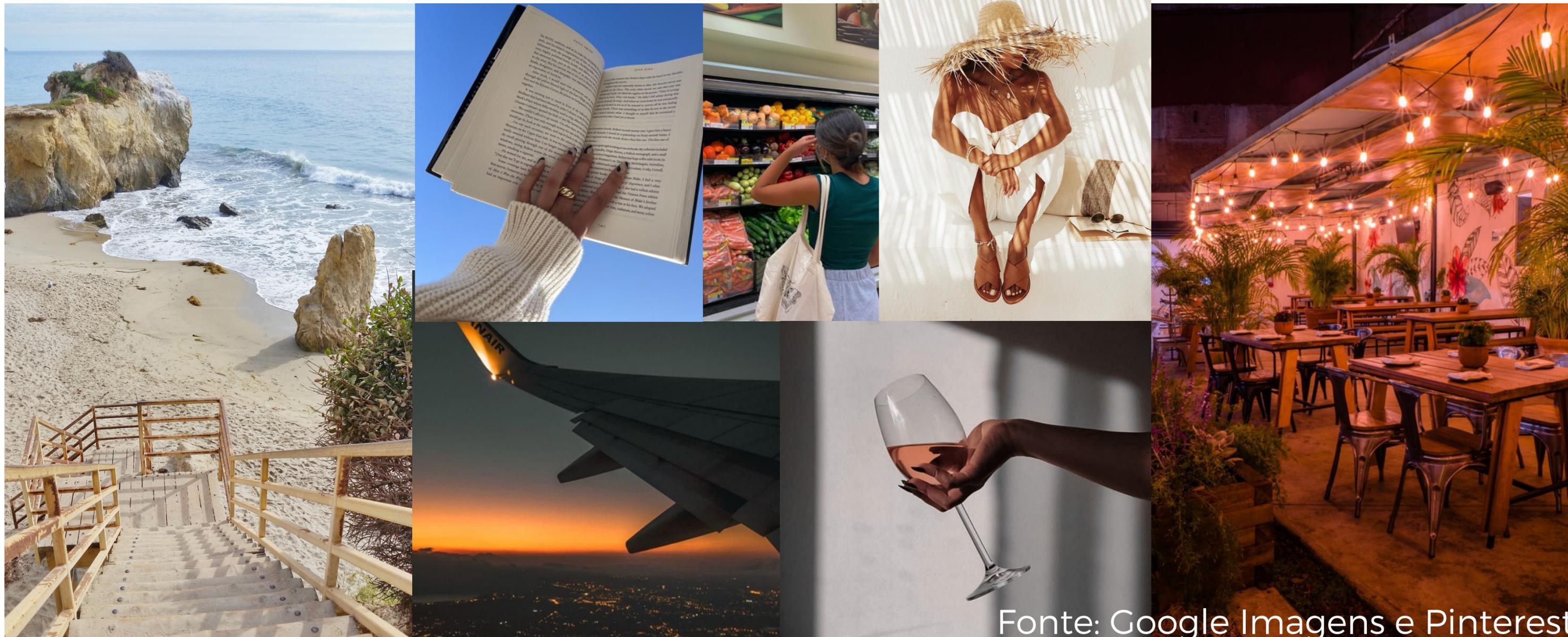
HÁBITOS DE CONSUMO

Consumidora com faixa etária a partir de 16 anos, que realiza compras tanto em lojas físicas quanto em virtuais.

Gosta de viajar e conhecer os locais a pé, valorizando caminhadas ao ar livre. Gosta de ir a shoppings, bares, praias, parques, e se conectar a natureza. Frequenta exposições e feiras colaborativas.

Possui preocupação política, econômica, social e ambiental. Faz questão de estar sempre informada e gosta de analisar os processos de tudo o que consome.

Gosta de se vestir com simplicidade, de preferência em tons neutros. Sempre prioriza o conforto e gosta de peças coringa que se adaptem a qualquer ambiente.



Fonte: Google Imagens e Pinterest

PAINEL DA PERSONA

PERSONA

Alice, mora na cidade Fortaleza, tem de 32 anos e é advogada. Costuma viajar muito para prestar concursos públicos, e sempre visita as feiras artesanais dos locais que conhece.

Frequentemente vai à praia e gosta de lugares calmos, onde possa ler e tomar um bom vinho. Gosta de estar confortável e sempre pronta pra sair do trabalho e ir a um happy hour com as amigas.

É discreta, opta por roupas com cores neutras e sóbrias, modelagens simples, e tem preferência por sapatos baixos e confortáveis.

Alice é vegetariana, defensora dos animais e da preservação ambiental. É uma consumidora consciente, que valoriza os trabalhos manuais e regionais e compra diretamente de quem produz.



PAINEL DE MERCADO DE CONCORRENTES



ENSOLARÁ

- Marca Cearense
- Calçados e acessórios em macramê
- Desde 2015
@ensolara.ce
5.878 seguidores



TERRA DA LUZ

- Marca cearense
- Sapatos artesanais
- Vendas online e em lojas colaborativas
- Envio para todo o Brasil
@terradaluz__
2.891 seguidores



BORANDARES

- Sapatos veganos feitos à mão
- Feito sob encomenda
- Marca cearense
@borandares
1.823 seguidores



MANOLITA

- Desde 2012;
- Calçados artesanais, fabricados sem uso de maquinário por mais de 30 pessoas;
159 mil seguidores
@manolita_____

Fonte: Instagram



DESIGN FLORESTA

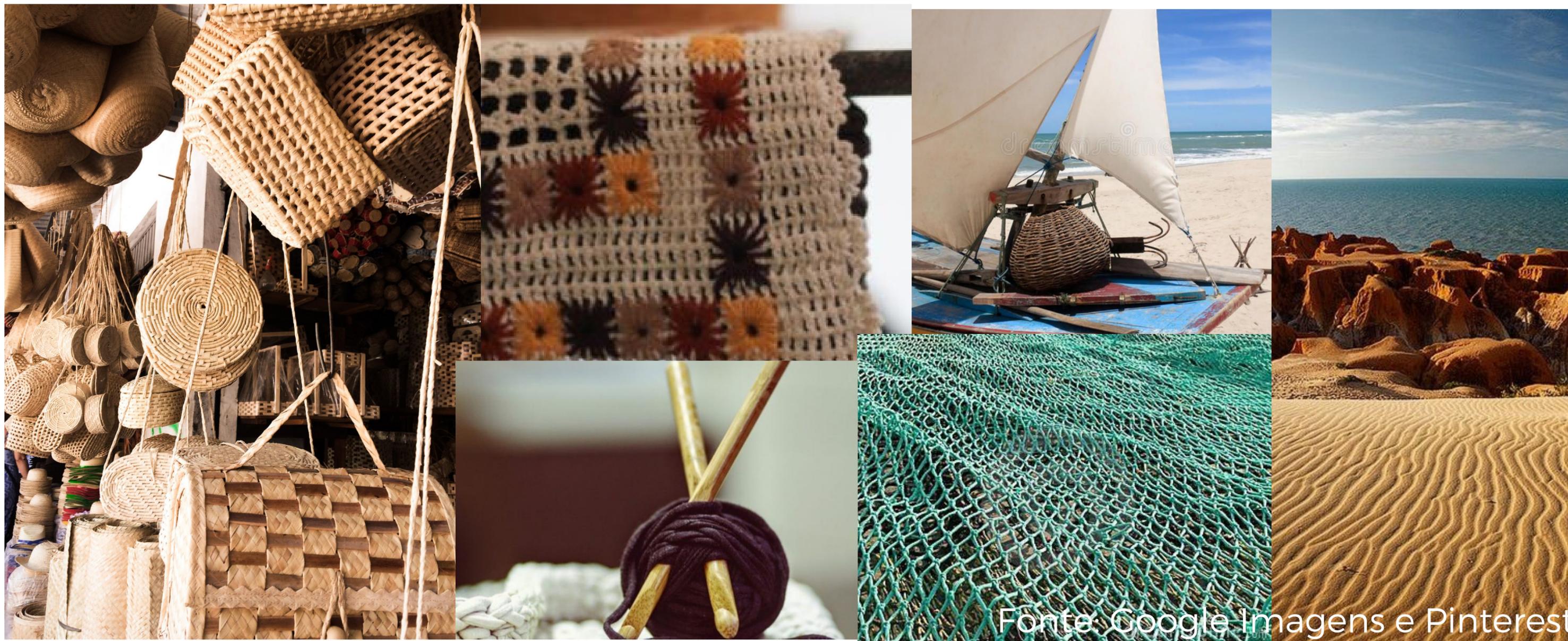
- Desde 2018
- Calçados em linho, artesanais e sustentáveis
31,8 mil seguidores
@designfloresta

Concorrentes Indiretos



Fonte: Instagram @terradaluz

**TERRA DA LUZ PARA OLÊ RENDEIRAS E
CATARINA MINA NA PASSARELA DO DRAGÃO
FASHION BRASIL 2022.**



artesanato · palha · crochê · litoral · dunas · redes de pesca

PAINEL DE VOCAÇÃO REGIONAL

Como influências temos o artesanato local, a praia, cores e formas do litoral cearense.

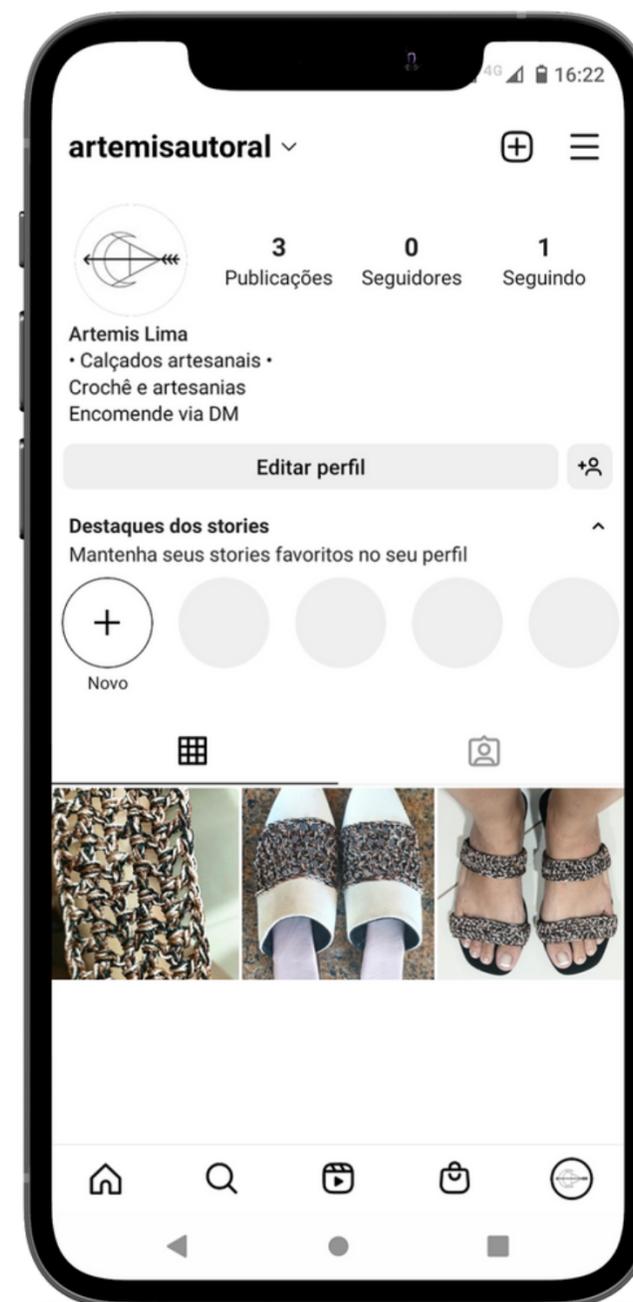
PLANO DE COMUNICAÇÃO

O marketing de relacionamento é o pilar da marca, que priorizará a relação com o cliente.

Através das redes sociais será feito um marketing emocional visando criar um vínculo de confiança e estima.

O primeiro passo será investir no marketing de conteúdo pelo Instagram, a plataforma vitrine dos produtos. Com publicidade paga e ferramentas para o engajamento.

Sob o usuário @artemisautoral, haverá constantes postagens sobre os produtos, os processos de confecção e conteúdos informativos relativos a sustentabilidade, crochê, sapataria e artesanato.



- Ao iniciar como uma marca pequena, **Artemis** quer manter seus clientes e admiradores mais próximos. Assim, o acompanhamento dos comentários nas redes sociais, resposta e atendimento rápido serão pontos cruciais para criar uma relação mais próxima com o cliente.
- O atendimento direto com o cliente será realizado pelo Whatsapp, onde será possível fazer encomendas personalizadas sob medida.
- Também planeja-se mostrar o processo de fabricação, compras de materiais e montagem do produto por meio de vídeos nos stories e reels do Instagram.
- A participação dos clientes em enquetes e pesquisas realizadas por meio do Instagram também serão importantes para as futuras criações.
- Criação de conteúdo informativo aumentará o engajamento e a relação de troca com o cliente/seguidor. Buscar-se-á abordar temas como artesanato, crochê, sapataria e consumo consciente.

Parcerias com influenciadores locais que se identifiquem com a identidade da marca e colabs com artistas de outras marcas e segmentos ajudarão na divulgação e consolidação da marca.

Press Kits serão enviados para as influenciadoras contendo uma ecobag com a logo da marca, uma sandália feita sob medida e uma carta feita à mão exclusiva ao recebedor do presente.



Fonte: Acervo pessoal



Tenalha



Tesoura



Tachas



Pé de
Cabra



Agulha de
crochê



Estilete



Vazador



Máquina
Reta

Soprador
Térmico



Pincel (brush)



Fita
Crepe



Carretilha



Fôrma



Fita Métrica (metric tape)



Martelo

PAINEL TECNOLÓGICO

Fonte: Google Imagens



Ferramentas para Criação e Edição



Celular



Tripé



Notebook

PAINEL TECNOLÓGICO

Fonte: Google Imagens



T.N.T.



Lona de Algodão



Linha
Poliamida



Linha de Crochê
rabo de rato



Laminado PU



Camurça
sintética



Forro
Cacharrel



Linha de Crochê
- polipropileno
376 tex

PAINEL DE MATERIAIS TÊXTEIS

Fonte: Google Imagens



Solado PVC



Solado Birken



Cola PVC



Palmilha de Montagem



Solado borracha



Cola de Contato



Cola de Couraça

SOLADOS, PALMILHAS E COLAS

Fonte: Google Imagens



Ilhós



Passador



Corrente



Fivela



Rebite



Argola

PAINEL DE AVIAMENTOS

Fonte: Google Imagens

INVESTIMENTO INICIAL

MESA DE CORTE	R\$ 300,00
FÔRMAS DE PÉS	R\$ 320,00
MARTELO	R\$ 30,00
MÁQUINA DE COSTURA	R\$ 1.500,00
TENALHA	R\$ 80,00
SOPRADOR TÉRMICO	R\$ 250,00
TESOURA	R\$ 120,00
ESTILETE	R\$ 30,00
VAZADOR	R\$ 50,00
TOTAL	R\$ 2.680,00

CUSTOS FIXOS

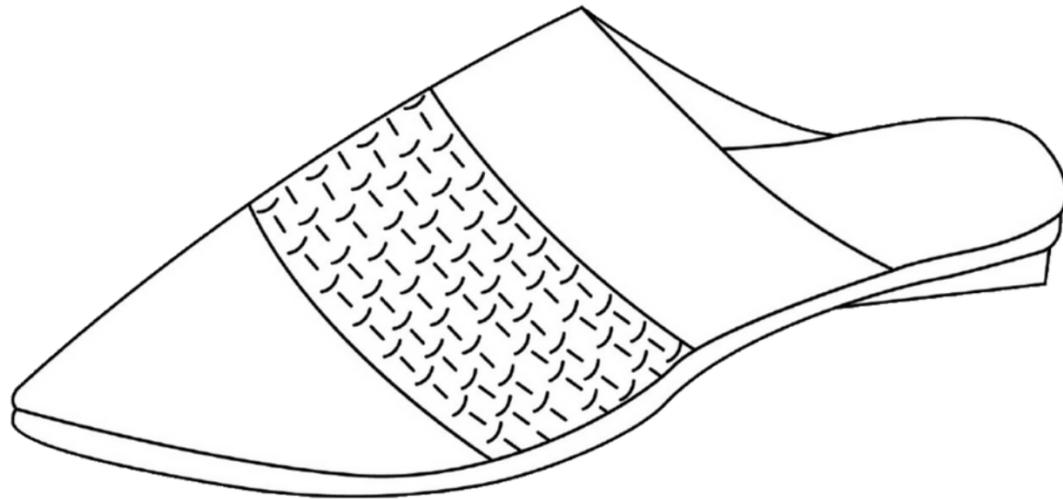
ALUGUEL	R\$ 600,00
VITRINE (LOJA COLABORATIVA)	R\$ 300,00
PRÓ-LABORE	R\$ 2.000,00
ÁGUA/ENERGIA/INTERNET	R\$ 350,00
TELEFONE	R\$ 60,00
IMPOSTO (MEI)	R\$ 60,00
PROPAGANDA E PUBLICIDADE	R\$ 180,00
DOMÍNIO SITE (R\$ 60/ANO)	R\$ 5,00

TOTAL R\$ 3.555,00

CUSTO FIXO POR PEÇA (CFP): $R\$ 3,555,00 : 90 = R\$ 39,50$

MODELO 001

30 PEÇAS

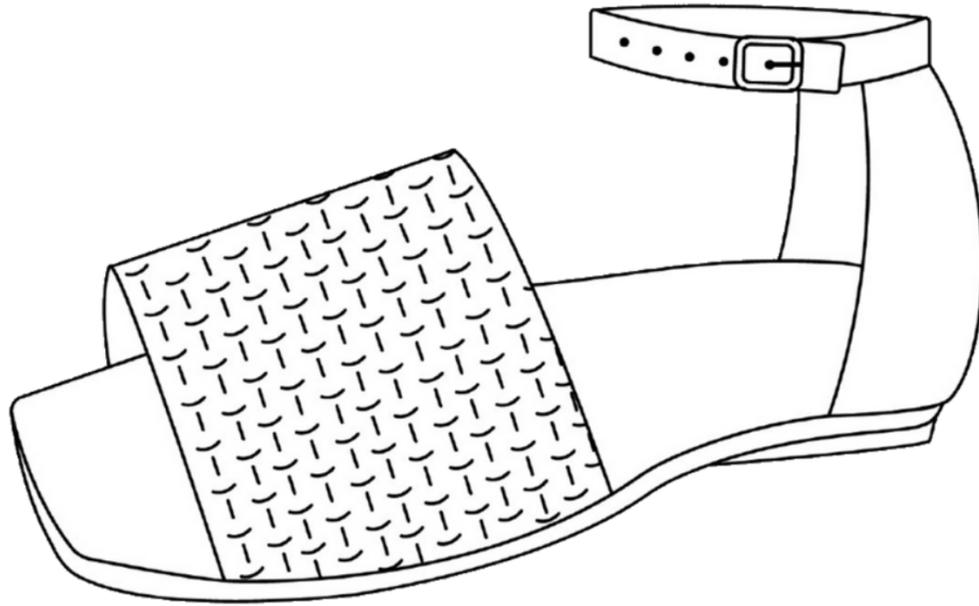


PALMILHA E SOLADO	3,00
CABEDAL	15,00
MONTAGEM	15,00
EMBALAGEM	5,00
TOTAL	38,00
CUSTO FIXO POR PEÇA	39,50

**(TOTAL X MARK UP 2.0 + CUSTO FIXO) +
30% COMISSÃO LOJA COLABORATIVA =
38,00 X 2.0 + 39,50 + 30% =
PREÇO DE VENDA = R\$ 150,15**

MODELO 002

30 PEÇAS



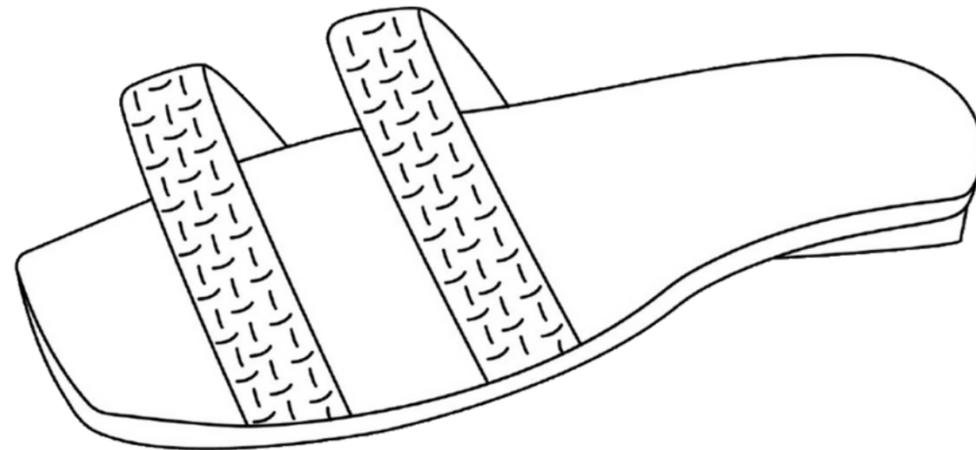
PALMILHA E SOLADO	2,50
CABEDAL	17,60
MONTAGEM	15,00
EMBALAGEM	5,00

TOTAL	40,10
CUSTO FIXO POR PEÇA	39,50

**TOTAL X MARK UP 2.0 + CUSTO FIXO +
30% COMISSÃO LOJA COLABORATIVA =
40,10 X 2.0 + 39,50 + 30% =
PREÇO DE VENDA = R\$ 155,61**

MODELO 003

30 PEÇAS

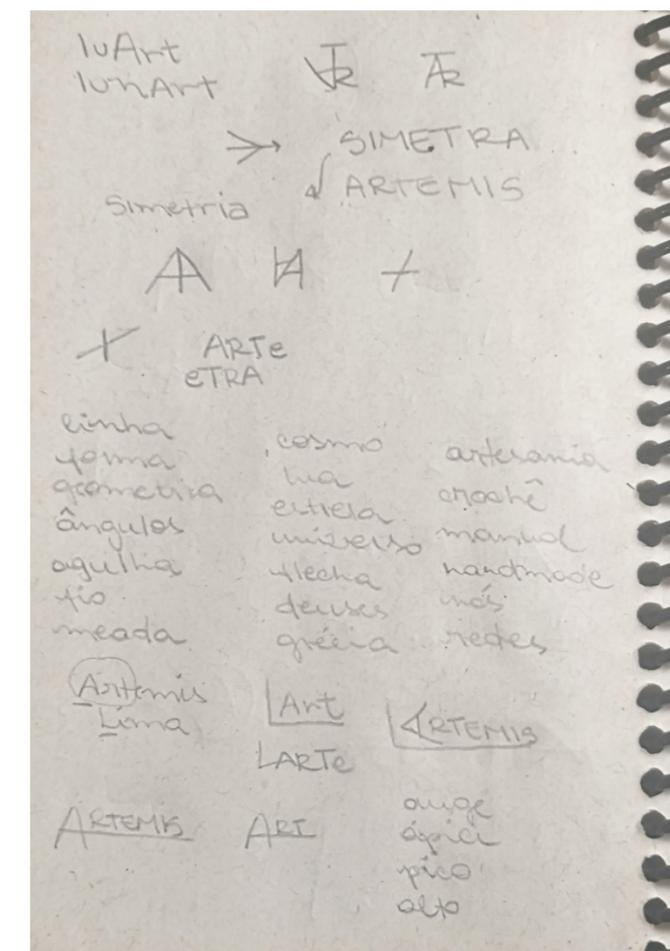
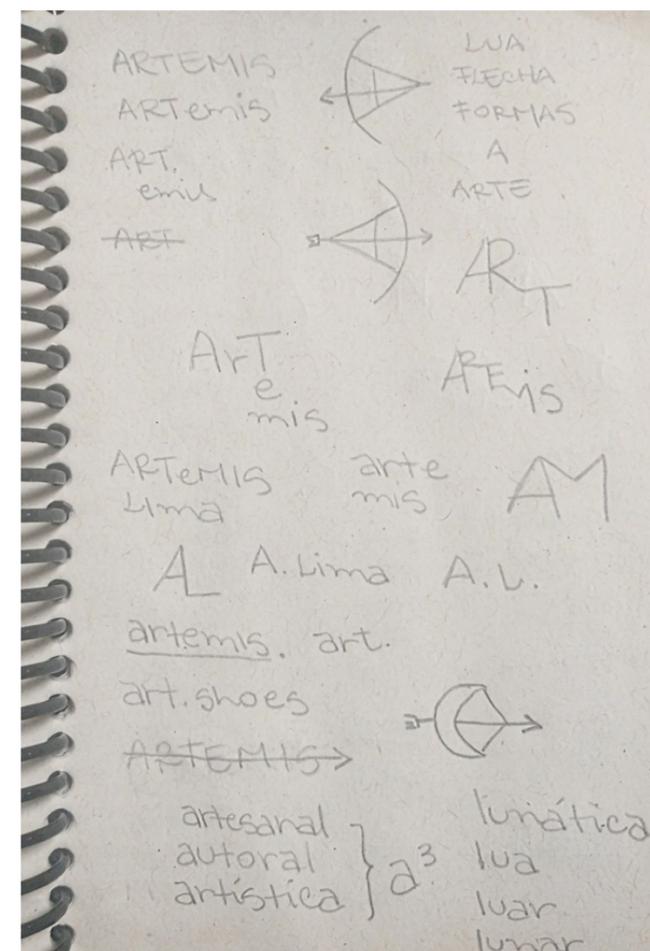
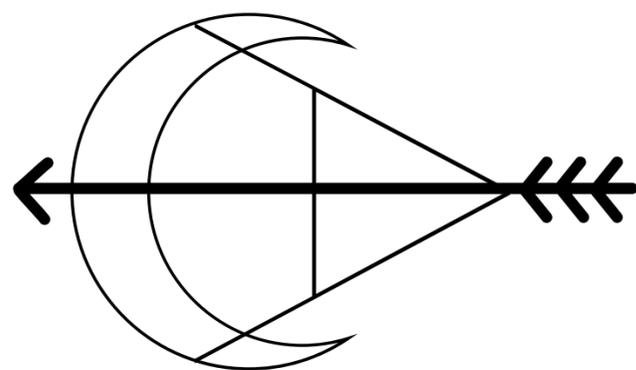


PALMILHA E SOLADO	2,50
CABEDAL	9,00
MONTAGEM	15,00
EMBALAGEM	5,00
TOTAL	31,50
CUSTO FIXO POR PEÇA	39,50

**TOTAL X MARK UP 2.0 + CUSTO FIXO +
30% COMISSÃO LOJA COLABORATIVA =
31.50 X 2.0 + 39,50 + 30% =
PREÇO DE VENDA = R\$ 133,25**

IDENTIDADE VISUAL/ ESTUDOS

ARTEMIS (EM GREGO: ἌΡΤΕΜΙΣ; ROMANIZ.: ÁRTEMIS [NT 1]) É A DEUSA GREGA LIGADA À VIDA SELVAGEM E À CAÇA; MAIS TARDE, TAMBÉM SE TORNOU ASSOCIADA À LUA E À MAGIA.



TIPOGRAFIA

Montserrat:

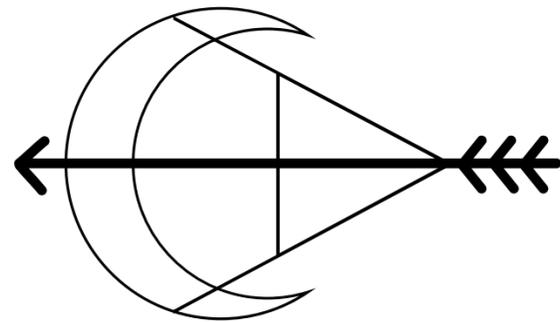
aA bB cC dD eE fF gG hH iI jJ kK lL mM nN oO pP qQ rR sS
tT uU vV wW xX yY zZ

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 / ; . , [] ~ ` ? : < > { } ^ ˇ ˆ ˚ ˚ ˚ ˚ ! @ # \$ % ˇ & * () - _
= + § ¹ ² ³ \ |

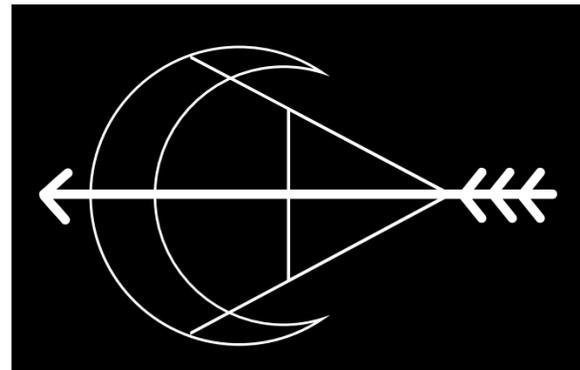
29LT Azer:

aA bB cC dD eE fF gG hH iI jJ kK lL mM nN oO pP qQ rR sS tT uU vV wW xX yY zZ
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 / ; . , [] ~ ` ? : < > { } ^ ˇ ˆ ˚ ˚ ˚ ˚ ! @ # \$ % ˇ & * () - _ = + § ¹ ² ³ \ |

MANUAL DE APLICAÇÃO

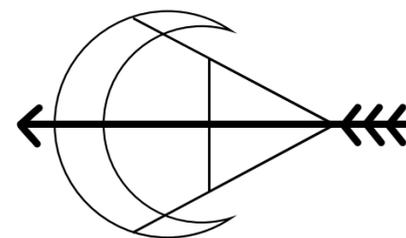


Versão positivo e negativo

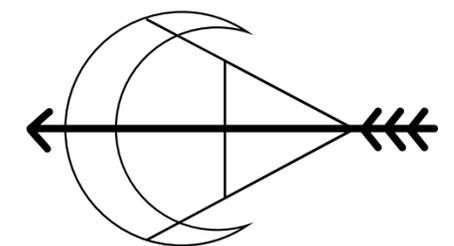


C: 0
M: 0
Y: 0
K: 100%

redução máxima



material impresso
20 mm



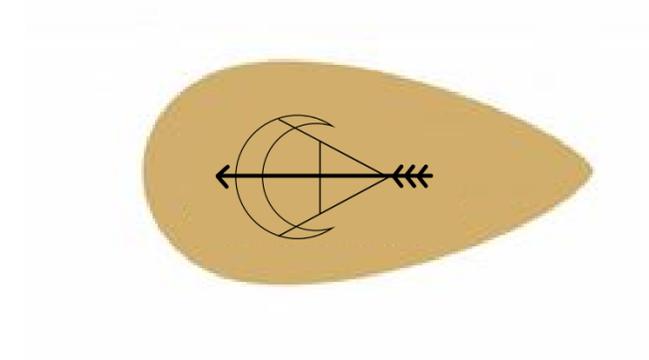
material digital
50 px



Saquinho em
retalhos de
algodãozinho



Sacola Reciclada

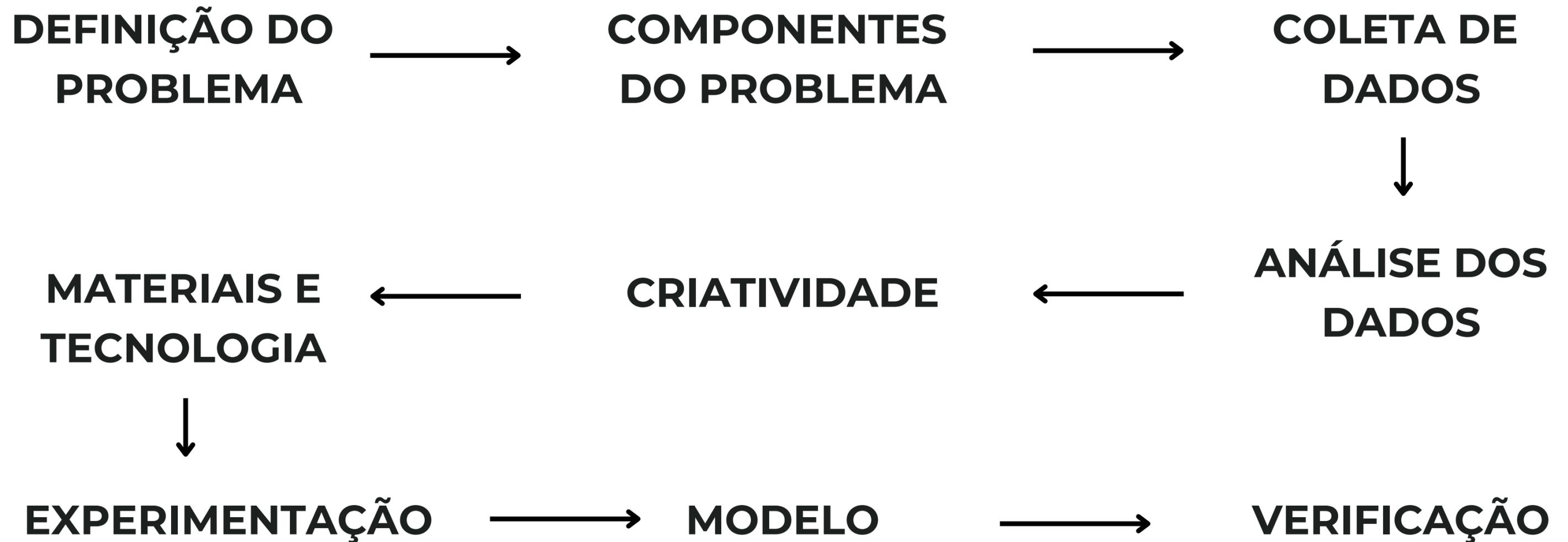


Etiqueta em gota
para palmitão

ETIQUETA E EMBALAGENS

Fonte: Google Imagens

METODOLOGIA PROJETUAL



METODOLOGIA PROJETUAL



DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Criação de marca

COMPONENTES DO PROBLEMA

Nome da marca, logo, conceito, público, design

COLETA DE DADOS

Aplicação de pesquisa de público, pesquisas na internet, relatórios de tendências.



ANÁLISE DOS DADOS

Há espaço para o mercado de calçados artesanais em crochê? e peças sob medida?

CRIATIVIDADE

Ressignificar o crochê para conferir aspecto elegante e delicado.

MATERIAIS E TECNOLOGIA

Escolha de linhas acetinadas, padronagens elegantes e cores sóbrias;



EXPERIMENTAÇÃO

Após as pesquisas desenvolver a primeira coleção cápsula.

MODELO

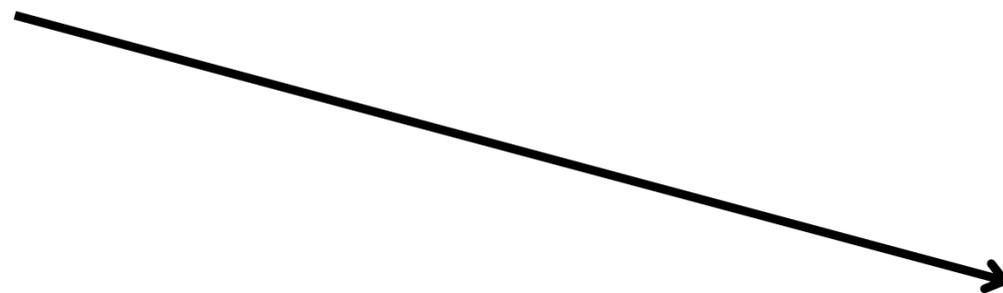
Desenvolver algumas peças da coleção.

VERIFICAÇÃO

Verificar a receptibilidade das peças com o público, colocar à venda.

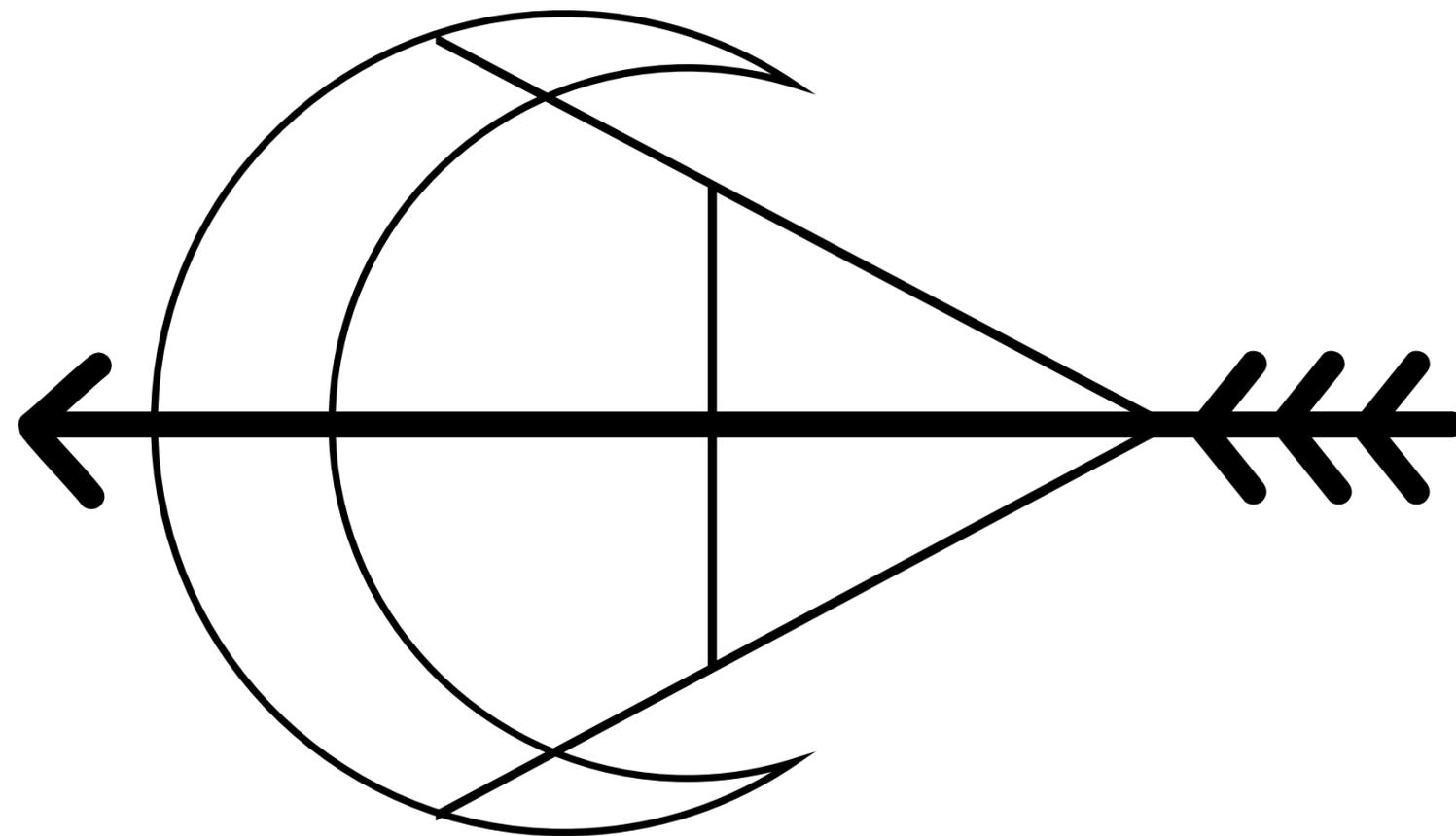
PROBLEMA

Criação de marca



SOLUÇÃO

Marca criada com seus elementos identitários baseado em pesquisas e pronta para ser verificada pelo público



ARTEMIS

ARTEMIS - Calçados artesanais