



Universidade Federal do Ceará

Instituto de Cultura e Arte

Curso Design-Moda

Quézia Souza Cavalcante

PROJETO EXECUTIVO DA MARCA FLOW

FORTALEZA

2017

Quézia Souza Cavalcante

PROJETO EXECUTIVO DA MARCA FLOW

Projeto Executivo como Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em Design-Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial a obtenção do título de Bacharel em Design-Moda.

**Orientador: Profa. Dra. Dijane Maria
Rocha Victor**

Fortaleza

2017

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)

C364p Cavalcante, Quezia Souza .
Projeto Executivo da Marca FLOW / Quezia Souza Cavalcante. – 2017.
42 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2017.
Orientação: Prof. Dr. Profa.Dra Dijane Maria Rocha Victor.

1. Atersanato. 2. Bijuterias . 3. Crochê. I. Título.

CDD 391

Quézia Souza Cavalcante

PROJETO EXECUTIVO DA MARCA FLOW

Estudo realizado como exigência para conclusão da atividade curricular intitulada Trabalho de Conclusão de Curso- TCC I- ofertada pelo curso Design-Moda, pertencente ao Instituto de Cultura e Arte (ICA) da Universidade Federal do Ceara (UFC).

Aprovada em ___/___/___

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Dijane Maria Rocha Victor
Universidade Federal do Ceara (UFC)

Profa. MSc. Walkiria Guedes de Souza
Universidade Federal do Ceara (UFC)

Profa. MSc. Eveline Maria de Azevedo Silveira
Universidade Federal do Ceara (UFC)

AGRADECIMENTO

A Deus em primeiro lugar, pela oportunidade de concluir este trabalho, pela saúde, e principalmente pela inspiração de criar esta marca e produzir essas peças, pois tenho certeza de que o sonho de criar essa marca me foi dado por Deus.

Aos meus pais, por todo apoio a minha profissão na área de Design de Moda, por todo o amor e carinho e por sempre acreditarem nos meus sonhos.

Aos meus amigos por todo o apoio, cuidado e compreensão, por estarem sempre me incentivando a não desistir.

A Martha que me ajudou no aprendizado de novas técnicas de crochê e colaborou bastante para a finalização deste trabalho.

A minha orientadora Profa. Dijane, por acreditar na minha proposta de trabalho de conclusão de curso e que foi impecável durante todo o processo desse trabalho, sempre presente com o melhor direcionamento que eu poderia ter.

RESUMO

Este trabalho apresenta o desenvolvimento da Marca FLOW, realizado a partir da metodologia projetual sugerida por Dóris Treptow, que se enquadra no contexto do estudo do crescimento do crochê dentro do mercado atual e de pesquisas para entender o público alvo da marca. A estética proposta pela marca visa à produção de brincos feitos de crochê, feitos com pontos usados no crochê tradicional juntamente com um design diferenciado que atendam a proposta da marca, que busca a fabricação de peças diferenciadas e conseqüentemente a valorização do crochê e do artesanal. Para isso, foi realizado um projeto de desenvolvimento e de posicionamento da marca, mostrando como ela será divulgada e implantada no mercado.

Palavras-chave: Artesanato, Bijuterias, Crochê.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01- Etiquetas tags.....	17
Figura 02- Saquinhos de organza para embalar os produtos FLOW.....	17
Figura 03- Fluxograma do Processo de Desenvolvimento dos Produtos FLOW.....	19
Figura 04- Desenho das primeiras peças de brincos.....	20
Figura 05- Desenhos de propostas para a cápsula.....	20
Figura 06- Primeira amostra: preta e cinza para a coleção.....	21
Figura 07- Segunda amostra: azul preto e cinza.....	21
Figura 08- Uma corrente.....	22
Figura 09- Carreira de corrente.....	22
Figura 10- Ponto baixíssimo.....	22
Figura 11- Ilustração do ponto baixíssimo.....	23
Figura 12- Ponto baixo.....	23
Figura 13- Ilustração do ponto baixo	24
Figura 14- Ponto alto.....	24
Figura 15- Ilustração do ponto alto.....	24
Figura 16- Ponto alto quádruplo.....	25
Figura 17- Ilustração do ponto alto quádruplo.....	25
Figura 18- Ponto picô	26
Figura 19- Ilustração do ponto picô	26

SUMARIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. JUSTIFICATIVA DA RELEVÂNCIA DO PRODUTO.....	10
3. JUSTIFICATIVA DA INOVAÇÃO.....	10
4. BRIEFING.....	11
5. COMPOSTO DE MARKETING.....	13
5.1 Análises do Produto.....	14
5.2 Análises do Publico Alvo.....	16
5.3 Pontos de Venda.....	17
5.4 Promoção.....	18
6. PROJETO DE PRODUTO.....	19
6.1 Produtos FLOW.....	21
6.2 Fichas Técnicas.....	23
6.3 Planilhas de Custos (das mesmas amostras).....	39
7. Avaliação de CDs (competitividade, diferenciação e sustentabilidade).....	39
8. CRIATIVIDADE DO PRODUTO.....	41
REFERENCIA BIBLIOGRAFIA.....	42

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho consiste no desenvolvimento da marca FLOW, que tem o objetivo de atender ao público que valoriza o artesanato e aprecia peças artesanais, mas que tragam um design diferenciado. A marca se propõe a oferecer ao cliente este produto com técnicas e matéria prima artesanal mais com um design inovador.

Por meio do contato com vários tutoriais sobre a fabricação de brincos feitos de crochê, é que surgiu o desejo de desenvolver uma marca que tivesse o foco de produzir peças artesanais, utilizando-se do crochê como base, iniciando com a produção de brincos, com um planejamento bem elaborado oferecendo ao cliente uma cartela de cores para cada coleção criada, investindo também nas mídias, e possibilitando ao cliente toda esta experiência do artesanal com o design, valorizando assim essa técnica, no caso o crochê, tão antiga mais que tem se recriado a cada ano.

Para o desenvolvimento deste trabalho e dos produtos propostos pela marca, foi desenvolvido primeiramente um *Briefing*¹ aonde foram estabelecidas as bases e o direcionamento que a marca deve seguir, como quem o público alvo, informações de idade, classe social, e hábitos de consumo, tudo para que as metas e objetivos da marca e conseqüentemente o desenvolvimento do produto viesse a corresponder com o objetivo maior que é desenvolver brincos de crochê com um design diferenciado para mulheres que apreciam o artesanato, promovendo assim a valorização do artesanal.

Seguindo todo esse desenvolvimento do *Briefing* e estabelecendo juntamente com as ferramentas do marketing, no caso os 4P's, é estabelecido o produto em si que será desenvolvido, juntamente com o local aonde será vendido e as técnicas que serão usadas de promoção para valorizar e facilitar a venda dos produtos.

O resultado final foi o desenvolvimento e produção das peças as quais passaram por todo um planejamento de material que foi utilizado, como linha de crochê, cores, pedrarias, e acabamentos. Visando atender as necessidades do público da marca que busca essa união entre o artesanato o design.

¹ Briefing: é um conjunto de informações, uma coleta de dados para o desenvolvimento do trabalho. É um documento contendo a descrição da situação de uma marca ou empresa, seus problemas, oportunidades, objetivos e recursos para atingi-los.

2. JUSTIFICATIVA DA RELEVÂNCIA DO PRODUTO

Os acessórios conquistaram espaço importante no mundo da moda. Entre estes estão as bijuterias, fundamentais para completar os *looks* modernos. Segundo Castilho (2015) as bijuterias estão sempre se adaptando as tendências para atender melhor os anseios e desejos do consumidor, desejos esses que tem se voltado cada vez mais para o diferente, o inovador.

Hoje, podemos ver vários tipos de bijuterias, fabricadas com diversas formas de materiais, desde as tradicionais , feitas de plástico, alumínio, ate as feitas de linhas de miçangas. Hoje ,temos esse leque diversificado de produtos dentro do seguimento de bijuterias.

Um tipo que podemos observar dentro do artesanato que tem ganhado cada vez mais espaço é o crochê. Inicialmente só utilizado por donas de casa para enfeitar suas toalhas de mesa ou portas copos, ou fazer roupas e sapatos de bebes, o crochê hoje tem quebrado essa imagem de ser uma linha de produção desatualizada, com o investimento dos designs ela tem ganhado um ar mais inovador sendo aplicado hoje em bolsas como as da Catarina Mina², em sapatos e agora bijuterias.

A FLOW, se posiciona como uma marca voltada para o artesanato e tendo o compromisso de atender aos anseios do mercado por algo diferencial, tomou como base o crochê para seus produtos, no caso brincos.

Como Castilho (2015) fala, o publico ao qual mais adere a bijuterias é o publico feminino, é bastante raro vermos uma mulher possuir apenas um par de brincos. Compreendendo que dentro do leque de acessórios utilizados pelas mulheres o brinco é um artigo que sempre esteve presente, a marca FLOW investiu como principal produto, na fabricação de brincos.

3.JUSTIFICATIVA DA INOVAÇÃO

Hoje vivemos num mundo globalizado aonde as informações chegam a nós de forma bastante rápida e eficaz. No *youtuber*³ ,podemos ter acesso a vários tipos de tutorias, e um dos tutorias, dentro do ramo de artesanato ,que tem crescido é o da

² Catarina Mina:É uma marca que produz e vende bolsas feitas de crochê .

³ Youtuber: É um site de compartilhamento de vídeos enviados pelos usuários através da internet.

fabricação de bijuterias feitas de crochê, fabricação essa que demanda criatividade e inovação da utilização de um meio de produção tão antigo como o crochê.

Segundo Baxter (2011), a criatividade é uma das mais misteriosas habilidades humanas, a qual tem merecido atenção de vários tipos de pessoas, desde um simples artesão até grandes artistas e cientistas. Ela representa o coração do design, em todas as fases do projeto, que, aliás, quanto mais desafiador, tanto mais exige da criatividade. Sendo esta, portanto, uma habilidade indispensável aos profissionais artesãos e designers.

O processo da inovação requer uma demanda de grande criatividade, considerando que o mercado que adere e compra peças de bijuterias tem em sua frente uma gama de produtos de qualidade e beleza. As bijuterias tem se inovado a cada ano justamente para atender aos anseios e necessidades de seus clientes. Mas a cada passo que é atendido a expectativa do mercado surge novas demandas e novos desafios a serem atendidos.

Concordando com Baxter (2011), quando diz que o projeto mais excitante e desafiador é aquele que exige inovação à criação de algo totalmente novo. Nesse sentido não podemos negar que a nova demanda de pessoas que tem aderido ao crochê tem também apresentado um mercado que exige inovação, qualidade e diferencial em relação aos produtos disponíveis, até então.

O crochê, como acessório de moda, faz parte das expectativas no ramo de bijuterias. Porém é reduzido número de lojas *on-line* que tem investido verdadeiramente neste mercado. Por isso a proposta da FLOW em disponibilizar a venda de seus produtos por meio da internet. Considerando que o que existe atualmente é tutorial que os clientes conseguem alcançá-los somente pela ferramenta *youtuber*, mas estes não se constituem em lojas *on-line*⁴.

4.BRIEFING

Segundo Treptow (2013), o Briefing é o resultado da reunião de planejamento e por meio do qual norteará o trabalho do design. O Briefing tem como propósito inspirar

⁴ Lojas on-line: É uma pagina na internet com um software de gerenciamento de pedidos, na qual empresas oferecem e vendem seus produtos. Os clientes acessam o site, escolhem os produtos para aquisição e recebem estes produtos em casa.

o designer e listar os objetivos a serem alcançados com a coleção, ao mesmo tempo em que delimita as condições para a sua execução.

A seguir, uma tabela, baseada na proposta de briefing de Phillips (2007), com dados que serão fundamentais para o entendimento do posicionamento da marca FLOW.

TÓPICOS BÁSICOS	CONTEÚDOS	DESCRIÇÃO
NATUREZA DO PROJETO E CONTEXTO	Justificativa	A marca FLOW, é uma marca de bijus-brincos feitos de crochê. Diante do nosso mercado, cada vez mais saturado com os mesmos produtos, as pessoas têm anseio pelo diferencial. Sendo essa afirmativa, uma premissa ou não, muitas marcas investem com o objetivo de satisfazer plenamente o seu cliente de forma mais eficiente e eficaz. No segmento de bijuterias, especificamente, as feitas artesanalmente, não é diferente. Acho até que a busca pela exclusividade é maior, em função do artesanato remeter culturalmente a idéia de ser produto único e exclusivo, considerando não serem produtos desenvolvidos em série ou, seja, em cadeia industrial. E com a aplicação do design o artesanato cresceu no sentido da criatividade e da diversidade de produtos, ganhando mais visibilidade, mercado e conquistando cada dia e cada vez mais novos clientes e simpatizantes.
	Objetivo do Projeto	Lançar no mercado de bijuterias a marca FLOW, com brincos feitos de crochê, para atender exclusivamente o público feminino adulto.
	Contribuição do Projeto no Segmento de Bijuterias	Conscientizar e valorizar o artesanato, especificamente o crochê, no segmento de bijuterias.
	Responsabilidade do Projeto	Aplicar o crochê como artesanato na fabricação de bijuterias e conquistar um nicho de mercado.
ANÁLISE SETORIAL	Marca	FLOW
	Produto	Brincos de crochê
	Preço	Entre R\$ 10,00 a R\$ 15,00 Com base no preço dos concorrentes.
	Promoção	Ferramentas Tecnológicas: Lookbook, Instagram, Facebook, site da própria loja.
	Praça	Loja virtual online
	Inspiração	Tendência utilizada a das cores da Pantone como: preto, azul escuro, cinza, roxo e creme.
	Concorrentes	Ateliê Art., As tramas do Caru, Mag.

	Diretos	Acessórios,
	Matérias	Os materiais utilizados para a fabricação dos brincos serão: agulha de crochê, alicata, cola para tecido e linhas de crochê.
	Estratégias Da empresa	Divulgação da marca através das mídias, utilizando-se de estratégias de marketing, promoções e entregas.
PÚBLICO ALVO	Classificação de gênero	Feminino
	Faixa etária	De 18 a 25 anos
	Classe social	Classe D e C
	Hábitos de consumo	Acesso a eventos culturais, apreciação e compra de peças de artesanato.
PORTFOLIO DA EMPRESA	Imagem corporativa	Brandign com apelo emocional através de site, mídias sociais, embalagens, e matérias complementares como Tang's e outros.
	Segmentação de mercado	Mulher com idade entre 18 a 25 anos que busca um diferencial em artigos de bijuterias.
OBJETIVOS DO NEGOCIO E ESTRATEGIAS DO DESIGN	Principais resultados visados pelo projeto, Atividades de Design correspondentes aos resultados visados.	As estratégias de design são de caráter emocional, com investimento na imagem do produto.
INFORMAÇÕES DE PESQUISA	Tendências dos Negócios, Avanços Tecnológicos, Lançamentos de Novos Produtos.	Foram feitas pesquisas mercadológicas, com o objetivo de identificar as necessidades dos possíveis clientes e criar produtos que atendam a essas necessidades.

Fonte: Adaptação da proposta de Briefing de Phillips (2007).

5.COMPOSTO DE MARKETING

Como em todo segmento de produto, o produto de moda também necessita da função de marketing para criar estratégias que viabilizem identificar as necessidades do consumidor e traduzir para as empresas essas necessidades de modo tal, que elas sejam capazes de promover a satisfação plena de seus consumidores por meio do produto, do atendimento e da relação venda e pós venda. Caracteriza-se como um fio condutor que une as empresas e o mercado. Em simples definição, a função de marketing representa o olhar focado no mercado e na sua dinâmica de necessidades.

Os profissionais de marketing precisam identificar as ansiedades e desejos dos consumidores e, então, almejar suas mentes, corações e espíritos. [...] As empresas que pretendem ser ícones devem compartilhar do mesmo sonho com os consumidores e fazer a diferença. (KOTLER, Philips. Pag.45, 2010).

De acordo com Kotler (2010), é mais que necessário que as empresas façam a diferença, conheçam seu público alvo e para, além disso, desvendem neles os desejos e os anseios de compra. Para tanto existe as ferramentas do composto de marketing, mais precisamente dos 4P's - Produto, Preço, Praça e Promoção, também chamado de Mix de Marketing. Com essas ferramentas elas podem elaborar estratégias e definir ações em prol da relação produto - consumidor, de forma mais eficiente.

5.1 Análises do Produto

Os adornos têm acompanhado a humanidade desde as primeiras manifestações do homem, e tem, juntamente com ele, evoluído, marcando assim cada época e criando novos produtos, como as bijuterias. Nesse contexto, muitas civilizações contribuíram para o desenvolvimento das jóias como hoje são conhecidas pelos: egípcios, gregos, persas, etruscos, romanos e muitos outros.

Em 1929 a crise afetou todos os setores, e não é para menos a joalheria sofreu bastante, num período onde os gastos desnecessários deviam ser evitados, entra aí a criatividade, e foi neste período que surgiu às bijuterias. O termo bijuterias vem do Frances de *bijouteire* que quer dizer jóia. Para alguns autores o melhor termo seria “jóias de imitação”.

Depois disto não parou mais, foi participante dos movimentos juvenis em 1960, sendo usada em 1970 pelo seu diferencial, período esse em que estava em alta a valorização das diferentes culturas, e ainda com os movimentos sociais como hippes, punk, colaboraram para que as bijuterias tivessem mais espaço no mercado e conseqüentemente abriram uma porta de possibilidades de matérias a serem utilizados em suas confecções.

Segundo Castilho (2015), existem fabricas especializadas na fabricação de bijuterias, mas nada se compara a delicadeza e ao valor implícito do trabalho artesanal. Quando se trabalha com o artesanato obtém-se livre acesso para criar e formar peças únicas, repassando ao seu público sentimento e exclusividade, haja vista, que no artesanato é impossível à repetição na íntegra, porque, cada peça abstrai o sentimento do momento da sua criação e do seu feito.

Pensando nessa liberdade que foi escolhido FLOW para o nome da marca, considerando que a palavra traz em si o significado de fluxo e fluidez. O artesanato proporcionar essa liberdade .

A FLOW foca à sua produção artesanal em acessórios – brincos de crochê. Os quais seguiram os pontos bases do crochê: pontos baixos, baixíssimos, altos entre outros. E a diferença, citada anteriormente por KOTLER, será trabalhada a partir das técnicas que serão utilizadas na produção dos brincos.

As peças foram desenvolvidas a partir de um processo que teve a inspiração como ponto de partida, porém, com as suas restrições. Considerando que o artesanato não se prende as tendências de moda e tampouco a dinâmica do mercado. Porém, deve estar atualizado ao contexto do momento. Nesse sentido, cabe ao artesão, criar novos produtos, sem romper as tradições do artesanato e principalmente, sem conduzi-lo a uma produção industrial. Portanto, faz-se necessário ao artesão, uma leitura das tendências e também uma adaptabilidade aos novos produtos, para manter no artesanato as suas tradições e não corromper o seu caminho.

No contexto, a FLOW terá como fonte de inspiração imagética, as tendências do *Artisan*, e *Elemental*, disponíveis no WGSN⁵. Que apresentam propostas de uma postura mais “*do it yourself*” - “*fazer com as próprias mãos*”, com a idéia mais minimalistas. Embora não seja proposta da FLOW, mas por meio dessas imagens serão observadas as tendências das formas e das cores e sobre tudo que possa promover à inspiração e o desenvolvimento dos produtos FLOW, respeitando as características do artesanato em todos os brincos de crochê e, principalmente, o objetivo da marca, que é valorizar o crochê no segmento do artesanato. Acreditando que as informações do sistema de moda possam contribuir para uma atualização contextual, sem restringir as tradições do trabalho manual.

As fases seguintes consistirão nas escolhas dos modelos a serem fabricados os quais poderiam vim com pedrarias, ou não, dependendo da proposta da peça, seguindo assim para fabricação, os acabamentos e a finalização.

A proposta da marca é disponibilizar no mercado de bijuterias, brincos de crochê com características modernas e estéticas artesanais. Feitos nas cores e nas formas em sincronia ao mercado de moda. Considerando que os brincos são peças fundamentais na composição do look feminino.

⁵WGSN: é uma plataforma online, que junta previsões das principais tendências de mercado para as indústrias da moda, dando a seus assinantes análise de dados aprofundados de varejo.

5.2 Análises do Público Alvo

A definição do público alvo é algo fundamental para o desenvolvimento da coleção e dos produtos. Segundo Treptow (2013), o mercado-alvo, ou público alvo, é o grupo de consumidores e compradores potenciais para um determinado produto, é a fatia do mercado em que uma empresa concentra seus esforços de marketing.

Nesse sentido, devemos compreender que o comprador em potencial não é necessariamente o público alvo, pois nem sempre quem compra, é quem usa o produto, e, por isso, o comprador é quem constitui o nicho de mercado e o consumidor, é constituinte da amostra do público alvo. A quem a marca que de fato encantar e satisfazer plenamente as suas necessidades.

Na linha do discurso do mesmo autor, o público alvo é apenas uma parte do mercado, a parte que se identifica com os valores e com as propostas da marca, proporcionando um direcionamento no desenvolvimento de seus produtos. Com o objetivo de aproximar o mais que seja possível, a marca do cliente – o consumidor final, e de minimizar o risco no processo de venda. Fortalecendo a idéia de que diante de tanto mercado, é extremamente necessário que uma marca estabeleça critérios e indicadores para segmentar o seu mercado e posteriormente, o seu nicho, nesse mercado. Os quais são possíveis a partir informações geográficas, demográficas, psicográficas e de comportamento do consumidor. Para além de definir o mercado e o nicho deste, essas informações dão subsídios para as estratégias de venda que a marca precisa ter para desovar os seus produtos.

Nesse contexto, a FLOW, é uma marca que terá como principal meio de venda uma loja *online*, com a proposta de atender o público feminino de todo o país, independente da condição social, vez que os produtos terão preços acessíveis a todas as classes sociais. No critério demográfico, os clientes da FLOW serão mulheres com idade a partir de 18 anos, sem uma idade definida para fechar essa amostra. A idade de 18 anos é o limite de partida, porque não é intenção (pelo menos agora), usar as tendências infantis em seus produtos. E apesar de deixar o público em aberto, a FLOW aposta mais em um mercado composto de mulheres entre 18 e 25, das classes C e D, considerando que são mulheres que acessam a mídia com mais frequência, estão cursando nível superior, já estão trabalhando ou estagiando e têm vida social mais intensa.

5.3 Pontos de Venda

Toda marca precisa estabelecer o local aonde se dará a venda de seus produtos. O mesmo é fundamental para vincular a segmentação do mercado, com a identidade da marca. Atualmente, neste mundo globalizado as lojas não se fixam apenas no seu campo físico, apostam também nas lojas virtuais por meio das ferramentas disponíveis nas redes sociais.

Segundo Treptow (2013), para o consumidor, o comércio eletrônico representa a ampliação das opções de escolhas. Para as empresas, a internet é capaz de ampliar sua penetração no mercado atingindo consumidores em localidades onde não possuem distribuidores.

A venda *online* tem aspectos positivos e negativos, pois ao mesmo tempo em que permite um amplo acesso ao público de todas as localidades do país, permite também uma concorrência bastante acirrada, vez que é um espaço de domínio público. Mas apesar disso, a FLOW abrirá vendas *online*, usando o *instagram*⁶ e o *facebook*⁷ como canal de venda. Considerando que outras marcas que trabalham com crochê, já fazem usos dessas ferramentas e que o produto deve estar onde também está a sua concorrência.

No site da loja serão apresentados os produtos e a cartela de cores dos mesmos, destacando uma parte para o look book da coleção. No menu será disponibilizado, forma de pagamento e de entrega dos produtos aos clientes.

A estratégia de venda escolhida para os produtos FLOW foi o varejo, por ser mais flexível a produtos artesanais e possibilitar atingir um número maior de consumidores. Considerando que a venda poderá ser feita por unidade de produto e em quantidade reduzida.

A escolha da venda no varejo se deu em função de perceber que ela permite um raio de alcance maior no mercado e porque possibilita conhecer cada consumidor. Ao contrário da venda por atacado que o cliente não é o consumidor final. Contudo, estou certa de que o controle de estoque dos produtos exigirá mais critérios e acompanhamento.

⁶ Instagram: É uma rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários.

⁷ Facebook: É uma rede social.

5.4 Promoção

Atualmente vivemos num mercado bastante exigente aonde os consumidores tem direcionado o que quer e como quer. Com uma ampla gama de lojas para atender a esses clientes o grande ponto que pode impulsionar a venda certa é a combinação de preço, qualidade e inovação.

Segundo Kotler (2013), um dos pontos mais importante quando formamos um *briefing* é o ponto que trata da análise setorial. É nele que especificamos a política de preços e promoções adotados para cada produto ou serviço da empresa, bem como, de seus concorrentes da forma mais detalhada possível. Por isso, quando se elabora uma boa definição de publico alvo a marca tem de ter um direcionamento para promover preços e promoções. De modo que estes sejam incisivos e capazes de atingir a mente e os anseios dos consumidores.

A promoção desenvolvida pela marca FLOW se dará por meio do site da loja aonde terá como ponto de partida preços e informações sobre a entrega dos produtos. As encomendas chegarão ao destino dos clientes por meio dos correios em caixas próprias da instituição. Os brincos serão presos em etiquetas do tipo tags (Fig. 1), embalados em saquinhos de tecido e acomodados dentro de uma caixa de papelão (Figura 2).

Figura 1 – Etiquetas tags



Fonte:

https://www.google.com.br/search?q=tag%27s&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwim9sDZrL3UAhVMQCYKHWe6BLIQ_AUICygC&biw=1366&bih=638#tbm=isch&q=tags&imgdii=Ty4yWH94yozJgM:&imgsrc=8bTpm_8Ka2eNQM

.Figura 2 - Saquinhos de organza para embalar os produtos FLOW



Fonte:

https://www.google.com.br/search?q=tag%27s&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwim9sDZrL3UAhVMQCYKHW6BBLIQ_AUICyG&biw=1366&bih=638#tbm=isch&q=saquinhos+de+organza&imgc=OuDN7RL5HJ74a

O saquinho de organza foi escolhido com o objetivo de promover a reutilização da embalagem e de corroborar com a disseminação da idéia da sustentabilidade ambiental, que conscientiza a redução do uso de sacos plásticos. Considerando que a sua maioria, é jogada fora minutos depois do descarte e se transforma em lixo de vida secular.

Toda a preocupação com o tipo e a forma de embalagem, advém da necessidade de manter as características do produto e no desejo de conquistar o cliente. Pois somos conscientes de que o cliente é a razão da existência da FLOW.

6. PROJETO DE PRODUTO

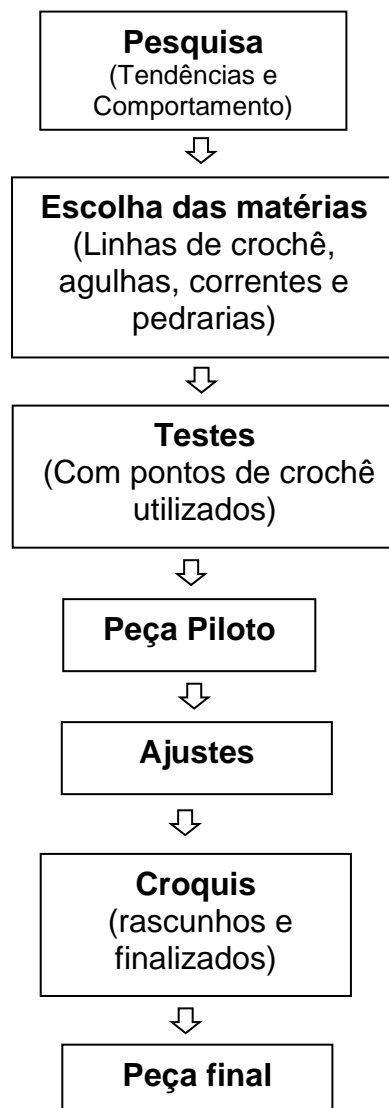
Segundo Baxter (2011), muitos fatores podem determinar se um produto será um sucesso ou um fracasso. Por isso é fundamental que a empresa tenha um bom planejamento antes de lançar o seu produto no mercado, ou seja, antes de se mostrar para o consumidor e principalmente, para a concorrência. Considerando que esse momento representa o marco definitivo da marca na linha da sua existência.

De acordo com o mesmo autor, somente por meio de um planejamento é que a marca poderá se situar em um plano de ação e minimizar os erros na execução das atividades a cerca do produto e do seu lançamento no mercado. Pois ele possibilita definir as ações que serão executadas para atingir tal objetivo e automaticamente, também definirá as formas de acompanhamento e os pontos de controle, podendo apontar até para um replanejamento, se necessário for.

No caso do artesanato não é diferente, após serem estabelecidas quais tendências irão ser incorporadas, é observado materiais a serem utilizados, já analisando neste ponto possíveis materiais a serem acrescentados como pedrarias ou uma linha de crochê diferente, dependendo de modelo para modelo, após as escolhas de materiais é muito importante fazer os testes, principalmente para ver se o tamanho dos brincos está adequado, se será necessário utilizar mais pontos de crochê, até chegarmos a peça piloto, no caso os brincos modelos que serão desenvolvidos e finalizados para em seguida ser produzido a coleção de fato.

Tomando a afirmativa de Baxter (2011) como verdade, foi definido o fluxo do processo de desenvolvimento dos produtos da marca FLOW, a partir do modelo de Treptow (2013), com algumas adaptações pertinentes aos produtos e as suas particularidades a cerca do artesanato (Fig. 3).

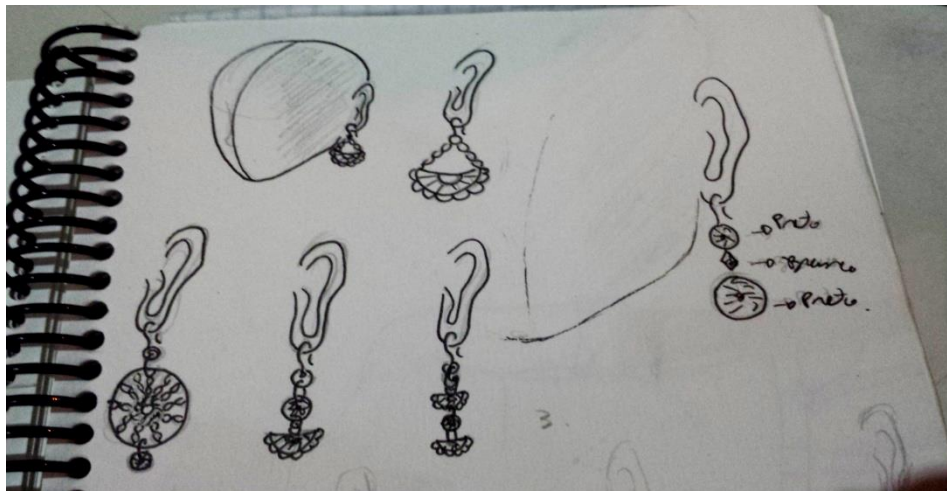
Figura 3 - Fluxograma. Do Processo de Desenvolvimento dos Produtos FLOW



6.1 Produtos FLOW

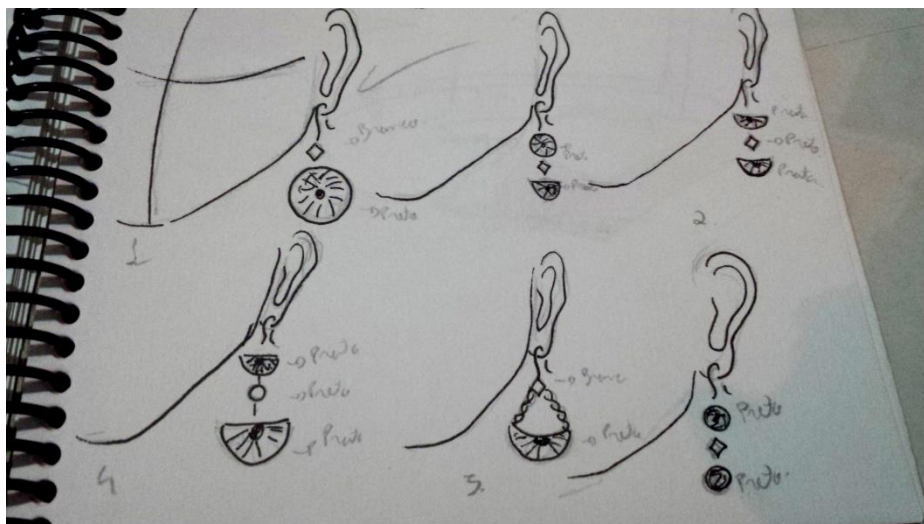
Para o desenvolvimento do produto finalizado foi necessário primeiro um planejamento de como seriam as peças, esta etapa é de suma importância, pois a partir desses esboços será decidida a base para o crochê, a linha, a cor, tamanho e outros fatores que colaborarão para o produto finalizado de forma correta. Segue abaixo os primeiros desenhos propostos para a coleção. (Figuras 4 e 5).

Figura 4 – Desenho das primeiras peças de brincos



Fonte: Acervo Pessoal

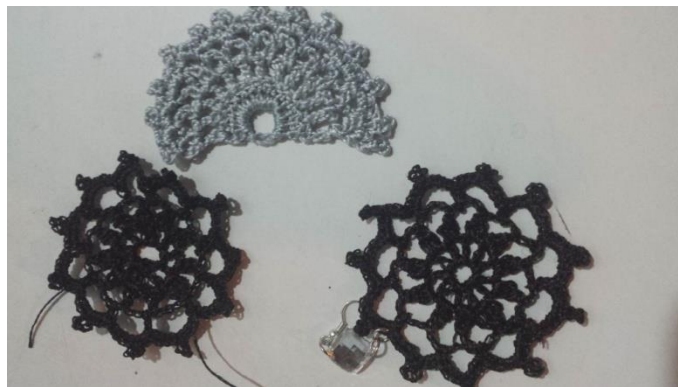
Figura 5-desenhos de propostas para a cápsula.



Fonte: Acervo Pessoal

A partir dos esboços elaborados e demonstrados nas figuras 04 e 05 foi possível a escolha dos materiais, no caso a escolha de linha e cor a ser utilizada. Segue a baixo as primeiras amostras para a coleção. (Figura 06 e 07)

Figura 06- amostra preta e cinza para a coleção



Acervo Pessoal

Figura 07- amostras azul, preto e cinza



Acervo Pessoal

6.2 Fichas Técnicas

Antes de apresentar as fichas técnicas dos brincos FLOW, consideramos importante especificar a terminologia usada no crochê para poder explicar a produção dos brincos de crochê. Vez que o mesmo é classificado como artesanato e como tal, é do alcance de todos. Para, além disso, essa terminologia dar suporte ao método de fazer o crochê, pois, apresenta os pontos básicos para essa produção e todas as suas variações de pontos, que unidos ora por cima, e ora por baixo, dão corpo a peças de acordo a proposta do artesão. Assim, a corrente, que se configura como o ponto básico do crochê e por isso o ponto de partida que serve de apoio para as variações de baixo e baixíssimo, como mostra a terminologia:

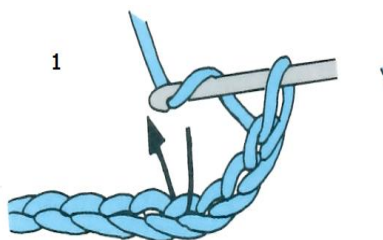
- **O Ponto Corrente ou Correntinha**– é a base para iniciar qualquer trabalho de crochê, sem as correntes será impossível você começar um trabalho de crochê. Segue agora a imagem ilustrativa de uma corrente (Figura 08) e como fica uma carreira de corrente (Figura 09)

Figura 08- uma corrente



Fonte em: <http://crochefacil.com.br/pontos-de-croche-aprenda-como-fazer-os-4-pontos-basicos/>

Figura 09- carreira de corrente

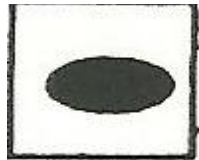


Fonte em: <http://crochefacil.com.br/pontos-de-croche-aprenda-como-fazer-os-4-pontos-basicos/>

- **Ponto Baixíssimo** – é utilizado para as emendas de carreiras, nas terminações e para caminhar sobre o trabalho. Ele não fica visível no trabalho final, servindo

apenas para encaminhar para o próximo passo, ele é sem altura e sem volume por isso sua representação é um círculo todo escuro. Segue agora a figura 10 um ponto baixíssimo e sua ilustração na figura 11.

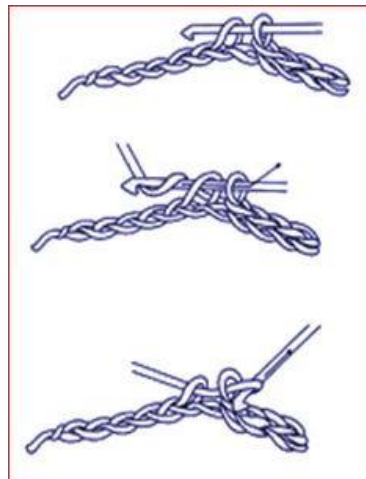
Figura 10- ponto baixíssimo



Fonte:

https://www.google.com.br/search?q=ponto+baixissimo+croche&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjJ1snz6v7UAhUQI5AKHQYjDOEQ_AUIDCgD&biw=1366&bih=638#imgrc=nqBo_yMLx1UTAM

Figura 11- ilustração do ponto baixíssimo

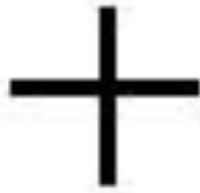


Fonte:

https://www.google.com.br/search?q=ponto+baixissimo+croche&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjJ1snz6v7UAhUQI5AKHQYjDOEQ_AUIDCgD&biw=1366&bih=638#imgrc=QTZRIVeYXyAZrM:

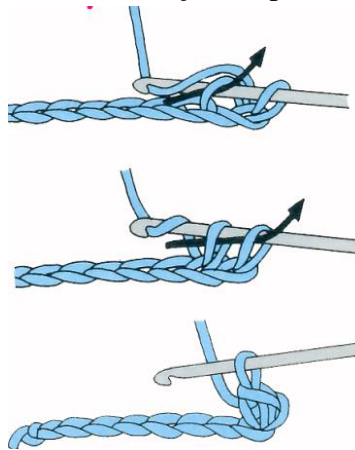
- Ponto baixo: serve para peças que peçam um ponto mais fechado e firme. Segue abaixo a figura 12 de como é a representação do ponto baixo e sua ilustração na figura 13.

Figura 12-ponto baixo



Fonte: <http://crochefacil.com.br/pontos-de-croche-aprenda-como-fazer-os-4-pontos-basicos/>

Figura 13- ilustração do ponto baixo



Fonte:

https://www.google.com.br/search?q=ponto+baixissimo+croche&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjJ1snz6v7UAhUQI5AKHQYjDOEQ_AUIDCgD&biw=1366&bih=638#tbm=isch&q=ponto+baixo&imgsrc=fkge0LYE4Uk01M:

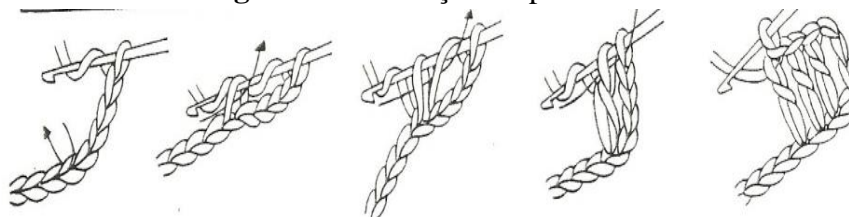
- **Ponto Alto-** ele é mais aberto que o ponto baixo, é útil em qualquer confecção de peças de crochê, é ótimo para criar relevo. Segue agora a figura 14 que ilustra como é representado o ponto alto e sua ilustração na figura 15.

Figura 14- ponto alto



Fonte: <http://crochefacil.com.br/pontos-de-croche-aprenda-como-fazer-os-4-pontos-basicos/>

Figura 15- ilustração do ponto alto



Fonte:

https://www.google.com.br/search?q=ponto+baixissimo+croche&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjJ1snz6v7UAhUQI5AKHQYjDOEQ_AUIDCgD&biw=1366&bih=638#tbm=isch&q=ponto+alto&imgdii=uPiLbINz_uhPDM:&imgsrc=3ztJrIVZpFy2kM:

Desses pontos ilustrados aqui, existem varias variações deles, nesta coleção foram utilizadas duas variações o ponto alto quádruplo e o ponto picô.

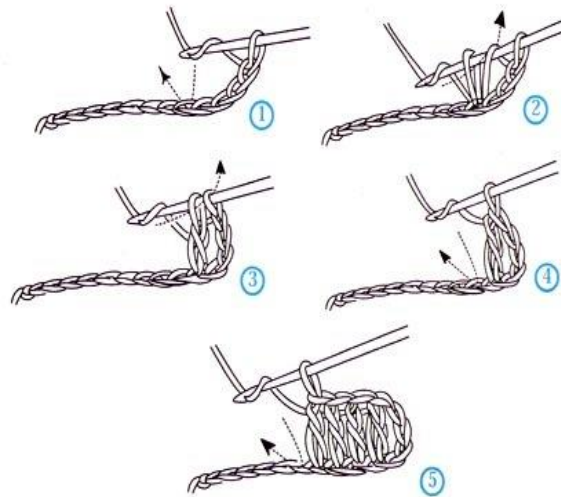
- Ponto alto quádruplo- é uma variação do ponto alto, ele serve para dar volume. Segue abaixo na figura 16 como é o ponto alto quádruplo e a sua ilustração na figura 17.

Figura 16- ponto alto quádruplo



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/103934703879757085/>

Figura 17- ilustração do ponto alto quádruplo



Fonte:

https://www.google.com.br/search?q=ponto+baixissimo+croche&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjJ1snz6v7UAhUQ15AKHQYjDOEQ_AUIDCgD&biw=1366&bih=638#tbm=isch&q=ponto+alto+quadruplo&imgsrc=IN29Sj5fl3E1uM:

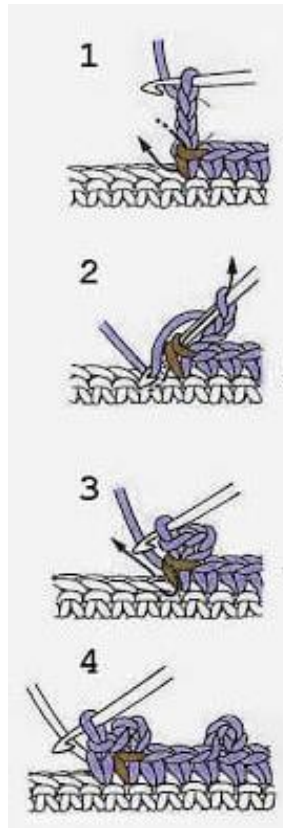
- Ponto picô- ele é uma variação das correntes, é formado por três correntinhas e é fechado por um ponto baixíssimo, utilizado para fazer bico nos trabalhos de crochê. Segue a baixo a figura 18 da representação do picô e na figura 19 sua ilustração.

Figura 18- ponto picô



Fonte: <http://crochepassoapasso.com.br/ponto-de-croche/ponto-pico-croche-como-fazer.html>

Figura 19- ilustração do ponto picô



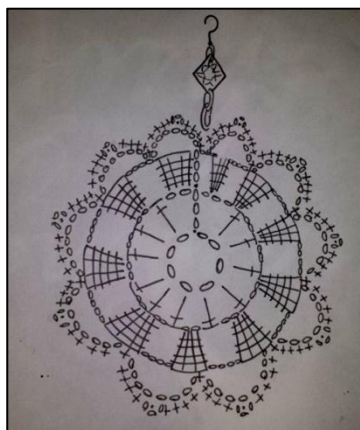
Fonte:

https://www.google.com.br/search?q=ponto+baixissimo+croche&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjJ1snz6v7UAhUQ15AKHQYjDOEQ_AUIDCgD&biw=1366&bih=638#tbn=isch&q=ponto+pic%C3%B4&imgdii=0pPpd6SxSprUzM:&imgcr=nh5eYud0XFJ6WM

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO

Marca FLOW	Empresa: FLOW	
	Coleção: Inverno 2017	
	Ref. BFL 01	
	Design: Quezia	

Brinco



Sustentação



ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DO PRODUTO

Modelo	Diâmetro	Comprimento	Sustentação	Classificação de Ponto
Flor	7,5 cm	6,5 cm	Gancho de brincos, argolas, pedraria transparente	Ponto corrente
				Ponto baixíssimo
				Ponto alto
				Ponto alto quádruplo
			Ponto picô	

Materiais

Descrição	Nº Da Linha	Composição	Fornecedor	Cor	Quant.	Unid	Custo
Linha de crochê	010	100% polipropileno	Rendeira Cearense	Preto	1 rolo	1	R\$ 6,50
Gancho	_____	100% alumínio	Nina Bijoux	Prata	1P/	500	R\$ 5,00
Argolas	_____	100% alumínio	Nina Bijoux	Prata	1P/	50	R\$ 2,50

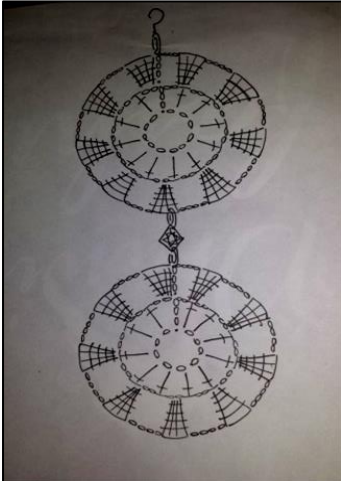

Pedraria	_____	100% plástico	Nina Bijoux	Trans parent e	1P/	10	R\$ 2.50
----------	-------	---------------	-------------	----------------------	-----	----	-------------

Método e Fluxo de Produção

1. Fazer oito correntes fechando elas num círculo com um ponto baixíssimo;
2. Em seguida três correntes para iniciar a elaboração dos onze pontos altos, fechando eles com um ponto baixíssimo;
3. Em seguida três correntes para iniciar o ponto alto quádruplo, um ponto alto quádruplo em cada ponto alto já feito no item 2, fechando com um ponto baixíssimo;
4. Em seguida fazer oito correntes e fechá-las com um ponto baixo em cada ponto alto quádruplo feito no item 3.
5. Em seguida nas oito correntes já feitas será feito quatro pontos baixos, um picô, e mais quatro pontos baixos isso ate o final da peça, terminando com um ponto baixíssimo.
6. Depois disso a peça ira para o processo de endurecimento com goma lac, passar goma lac em toda a peça.
7. Após passar goma lac esperar 30 min.
8. Tirar as pontas de linha com vela esquentando para elas derreterem;
9. Em seguida encaixar as argolas e gancho finalizando a peça

Controle de Qualidade - Inspeção final

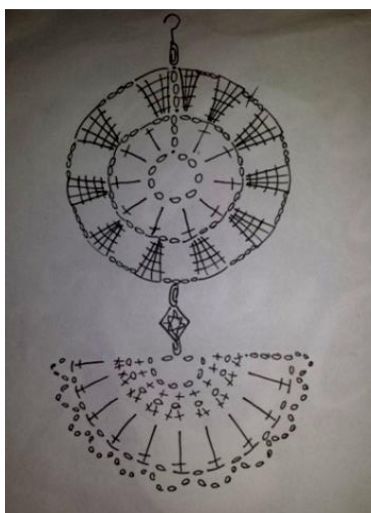
Pontos de Inspeção	Características Esperadas	Inspeção	Status
Finalização do brinco	A ponta de linha de finalização do crochê não pode ficar aparente	Sim	Aprovado
Amarração do brinco na base	A base não pode ficar torta	Sim	Aprovado
Sustentação dos pontos	Se a peça esta realmente endurecida	Sim	Aprovado

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO							
Marca FLOW	Empresa: FLOW						
	Coleção: Inverno 2017						
	Ref. BFL 02						
	Design: Quezia						
 							
ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DO PRODUTO							
Modelo	Diâmetro	Comprimento	Sustentação		Classificação de Ponto		
Circular	4,5 cm	10,5 cm	Gancho de brincos, argolas, pedraria transparente		Ponto corrente		
					Ponto baixíssimo		
					Ponto alto		
					Ponto alto quádruplo		
Materiais							
Descrição	Nº Da Linha	Composição	Fornecedor	Cor	Quant.	Unid.	Custo
Linhade crochê	022	100% polipropileno	Rendeira Cearense	Azul escuro	1 rolo	1	R\$ 6,50
Gancho	_____	100% alumínio	Nina Bijoux	Prata	1P/	500	R\$ 5,00
Argolas	_____	100% alumínio	Nina Bijoux	Prata	1P/	50	R\$ 2,50

Pedraria	_____	100% plástico	Nina Bijoux	Transparente	1P/	10	R\$ 2,50
----------	-------	---------------	-------------	--------------	-----	----	----------

Método e Fluxo de Produção			
<p>1. Fazer oito correntes fechando elas num círculo com um ponto baixíssimo;</p> <p>2. Em seguida três correntes para iniciar a elaboração dos onze pontos altos, fechando eles com um ponto baixíssimo;</p> <p>3. Em seguida três correntes para iniciar o ponto alto quádruplo, um ponto alto quádruplo em cada ponto alto já feito no item 2, fechando com um ponto baixíssimo;</p> <p>5. Depois disso a peça ira para o processo de endurecimento com goma lac, passar goma lac em toda a peça.</p> <p>6. Após passar goma lac esperar 30 min.</p> <p>7. Tirar as pontas de linha com vela esquentando para elas derreterem;</p> <p>8. Em seguida encaixar as argolas e gancho finalizando a peça</p>			
Controle de Qualidade - Inspeção final			
Pontos de Inspeção	Características Esperadas	Inspeção	Status
Finalização do brinco	A ponta de linha de finalização do crochê não pode ficar aparente	Sim	Aprovado
Amarração do brinco na base	A base não pode ficar torta	Sim	Aprovado
Sustentação dos pontos	Se a peça esta realmente endurecida	Sim	Aprovado

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO	
Marca FLOW	Empresa: FLOW
	Coleção: Inverno 2017
	Ref. BFL 03
	Design: Quezia



ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DO PRODUTO

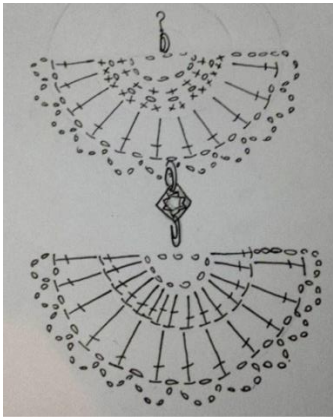

Modelo	Diâmetro	Comprimento	Sustentação	Classificação de Ponto
Circular	5,5 cm	9,5 cm	Gancho de brincos, argolas, pedraria transparente	Ponto corrente
				Ponto baixíssimo
			Ponto alto	
			Ponto alto quádruplo	

Materiais

Descrição	Nº Da Linha	Composição	Fornecedor	Cor	Quant.	Unid.	Custo
Linhade crochê	072	100% polipropileno	Rendeira Cearense	Roxo	1 rolo	1	R\$ 6,50
Gancho	_____	100% alumínio	Nina Bijoux	Prata	1P/	500	R\$ 5,00
Argolas	_____	100% alumínio	Nina Bijoux	Prata	1P/	50	R\$ 2,50

Pedraria	_____	100% plástico	Nina Bijoux	Transpa rente	1P/	10	R\$ 2,50
----------	-------	---------------	-------------	------------------	-----	----	-------------

Método e Fluxo de Produção			
Primeira parte do brinco			
1. Fazer oito correntes fechando elas num círculo com um ponto baixíssimo; 2. Em seguida três correntes para iniciar a elaboração dos onze pontos altos, fechando eles com um ponto baixíssimo; 3. Em seguida três correntes para iniciar o ponto alto quádruplo, um ponto alto quádruplo em cada ponto alto já feito no item 2, fechando com um ponto baixíssimo;			
Segunda parte do brinco			
7 Fazer nove correntes e fecha-las no círculo com um ponto baixíssimo; 8 Fazer sete pontos baixos terminando com um ponto baixíssimo; 9 Dois pontos baixos em cada ponto baixo já feito no item 5 fechando com um ponto baixíssimo; 10 Fazer três correntes 11 Um ponto alto em cada ponto baixo feito no item 6 com uma distância de uma corrente entre cada ponto alto feito, terminando com um ponto baixíssimo; 12 Fazer quatro correntes em cada ponto alto feito no item 8, terminando com um ponto baixíssimo; 13 Depois disso a peça irá para o processo de endurecimento com goma lac, passar goma lac em toda a peça. 6. Após passar goma lac esperar 30 min. 7. Tirar as pontas de linha com vela esquentando para elas derreterem; 8. Em seguida encaixar as argolas e gancho finalizando a peça			
Controle de Qualidade - Inspeção final			
Pontos de Inspeção	Características Esperadas	Inspeção	Status
Finalização do brinco	A ponta de linha de finalização do crochê não pode ficar aparente	Sim	Aprovado
Amarração do brinco na base	A base não pode ficar torta	Sim	Aprovado
Sustentação dos pontos	Se a peça esta realmente endurecida	Sim	Aprovado

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO							
Marca FLOW	Empresa: FLOW						
	Coleção: Inverno 2017						
	Ref. BFL 04						
	Design: Quezia						
<p style="text-align: center;">Brinco</p> 				<p style="text-align: center;">Sustentação</p> 			
ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DO PRODUTO							
Modelo	Diâmetro	Comprimento	Sustentação		Classificação de Ponto		
Circular	6,5 cm	9,0 cm	Gancho de brincos, argolas, pedraria transparente		Ponto corrente		
					Ponto baixíssimo		
					Ponto alto		
					Ponto alto quádruplo		
Materiais							
Descrição	Nº Da Linha	Composição	Fornecedor	Cor	Quant.	Unid	Custo
Linha de crochê	072	100% polipropileno	Rendeira Cearense	Cinza	1 rolo	1	R\$ 6,50
Gancho	_____	100% alumínio	Nina Bijoux	Prata	1P/	500	R\$ 5,00
Argolas	_____	100% alumínio	Nina Bijoux	Prata	1P/	50	R\$ 2,50

Pedraria	_____	100% plástico	Nina Bijoux	Preto	1P/	10	R\$ 2,50
----------	-------	---------------	-------------	-------	-----	----	-------------

Método e Fluxo de Produção			
Primeira parte do brinco			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Fazer nove correntes e fechá-las no círculo com um ponto baixíssimo; 2. Fazer sete pontos baixos terminando com um ponto baixíssimo; 3. Dois pontos baixos em cada ponto baixo já feito no item 5 fechando com um ponto baixíssimo; 4. Fazer três correntes 5. Um ponto alto em cada ponto baixo feito no item 6 com uma distancia de uma corrente entre cada ponto alto feito, terminando com um ponto baixíssimo; 6. Fazer quatro correntes em cada ponto alto feito no item 8, terminando com um ponto baixíssimo; 			
Segunda parte do brinco			
<ol style="list-style-type: none"> 7. Fazer nove correntes e fechá-las num círculo com um ponto baixíssimo; 8. Em seguida fazer onze pontos altos, com a distancia de uma corrente entre cada ponto alto, fechando com um ponto baixíssimo; 9. Em seguida fazer quatro correntes em cada ponto alto feito no item 12, fechando com um ponto baixíssimo. 10. Depois disso a peça ira para o processo de endurecimento com goma lac, passar goma lac em toda a peça. 11. Após passar goma lac esperar 30 min. 12. Tirar as pontas de linha com vela esquentando para elas derreterem; 13. Em seguida encaixar as argolas e gancho finalizando a peça 			
Controle de Qualidade - Inspeção final			
Pontos de Inspeção	Características Esperadas	Inspeção	Status
Finalização do brinco	A ponta de linha de finalização do crochê não pode ficar aparente	Sim	Aprovado
Amarração do brinco na base	A base não pode ficar torta	Sim	Aprovado
Sustentação dos pontos	Se a peça esta realmente endurecida	Sim	Aprovado

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO

Marca FLOW	Empresa: FLOW	
	Coleção: Inverno 2017	
	Ref. BFL 05	
	Design: Quezia	

Brinco



Sustentação



ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DO PRODUTO

Modelo	Diâmetro	Comprimento	Sustentação	Classificação de Ponto
Circular	8,0 cm	8,5 cm	Gancho de brincos, corrente de argolas	Ponto corrente
				Ponto baixíssimo
				Ponto alto
				Quádruplo
				Ponto picô

Materiais

Descrição	Nº Da Linha	Composição	Fornecedor	Cor	Quant.	Unid.	Custo
Linha de crochê	003	100% polipropileno	Rendeira Cearense	Creme	1 rolo	1	R\$ 6,50
Gancho	_____	100% alumínio	Nina Bijoux	Prata	1P/	500	R\$ 5,00

Corrente de Argolas	_____	100% alumínio	Nina Bijoux	Prata	1P/	50	R\$ 2,50
---------------------	-------	---------------	-------------	-------	-----	----	----------

Método e Fluxo de Produção			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Fazer nove correntes e fechá-las no círculo com um ponto baixíssimo; 2. Fazer onze pontos altos e fechar num ponto baixíssimo; 3. Fazer três correntes; 4. Fazer um ponto alto em cada ponto alto já feito no item 2, colocando uma distancia de uma corrente entre os pontos altos. 5. Fazer quatro correntes em cada ponto alto no item 4. 6. Fazer mais 4 correntes em cada intervalo das correntes feitas no item 5, 7. Em cada corrente feita no item 6 fazer dois pontos baixos e um ponto picô e mais dois pontos baixos ate chegar ao final da peça. 8. Depois disso a peça ira para o processo de endurecimento com goma lac, passar goma lac em toda a peça. 9. Após passar goma lac esperar 30 min. 10. Tirar as pontas de linha com vela esquentando para elas derreterem; 11. Em seguida encaixar as correntes de argolas e gancho finalizando a peça. 			
Controle de Qualidade - Inspeção final			
Pontos de Inspeção	Características Esperadas	Inspeção	Status
Finalização do brinco	A ponta de linha de finalização do crochê não pode ficar aparente	Sim	Aprovado
Amarração do brinco na base	A base não pode ficar torta	Sim	Aprovado
Sustentação dos pontos	Se a peça esta realmente endurecida	Sim	Aprovado

6.3 Planilhas de Custos (das mesmas amostras)

Tabela de Custos			
Material	Quantidade	Preço por unidade	Total
Linha de crochê	5 tubos	R\$ 6,50	R\$ 32,50
Agulha de crochê	1	R\$ 2,80	R\$ 2,80
Ganchos de metal	1 Pacote	R\$ 5,00	R\$ 5,00
Argolas	1Pacote	R\$ 2,50	R\$ 2,50
Pedrarias	1Pacote	R\$ 2,50	R\$ 2,50
Goma Lac	1	R\$ 4,50	R\$ 4,50
Pincel	1	R\$ 3,00	R\$ 3,00
Tags	10	R\$ 0,50	R\$ 5,00
Saquinhos de organza	10	R\$ 0,50	R\$ 5,00
Caixa de papelão	-----	Acervo Pessoal	-----
Cartão de visita	10	R\$ 5,00	R\$ 50,00
Total			R\$ 112,80

7. Avaliação de CDs (competitividade, diferenciação e sustentabilidade)

No ramo de artesanato existem lojas físicas que vendem bijuterias e acessórios, juntamente com peças do vestuário. Porém, nenhuma delas vende especificamente só bijuteria, tampouco, só brincos de crochê. Isso acontece somente pela internet como: as lojas Atelier Art. Nat, as Tramas do Caru, Belleza Sul, as quais representam as marcas competitivas da FLOW, pois concorrem pelo mesmo mercado. A concorrência é bastante benéfica, pois elas estão inseridas no mesmo contexto de vendas, no caso lojas online e vendas pelas redes sociais, e por meio da concorrência pode se analisar a questão de preço das peças, possibilitando a marca FLOW manter um preço competitivo e correspondente ao mercado, elas possibilitam a marca a compreensão de quem é o público alvo e quais tem sido as necessidades dele, e possibilita a comparação de produtos criando um produto que atenda a este mercado.

Dentro do ramo de bijuterias feitas de crochê temos também as youtubers como By. Aline Carvalho, Loprovoio, Crochê fácil, e muitas outras que além de darem tutoriais também vendem seus produtos *on-line*.

A diferenciação da marca FLOW em relação às outras marcas que vendem acessórios de crochê pela internet se dará por dois fatores que considero importantes, o qual envolve a questão da competitividade, da diferenciação e da sustentabilidade:

a) Planejamento

Segundo Treptow (2013) o planejamento vai além de um período onde se é pensado o que será desenvolvido, este processo envolve análise da viabilidade produtiva e comercial, e a sua coerência com a coleção pensada. Muitas marcas online desenvolvem seus produtos de forma muito independente não tendo um planejamento ou uma análise se aquilo realmente será viável de se produzir e vender, sabendo que a área do artesanato nesses quesitos é bastante livre já que não seguem tendências nem as ordens da moda, muitos podem vim apensar que planejamentos não são necessários. Mais como a cada dia temos um mercado bastante exigente que em seus produtos esta buscando a qualidade e preço, se faz mais que necessário que haja um planejamento do produto para prever possíveis correções ou mudanças a serem tomadas antes de expor o produto a venda. A marca FLOW, terá esse comprometimento de em todas as suas produções buscar planejar e vender apenas produtos já comprovados que serão viáveis a venda.

b) Promoção e Comercialização

Ao se trabalhar com vendas *online*, é fundamental unir a criatividade e a inovação com as ferramentas do marketing para investir com foco na imagem da marca. Haja vista, que tanto as lojas físicas como as virtuais, investem pouco na imagem da própria marca. Como se o marketing não fosse uma função importante no negócio, quando de fato é quem pode trabalhar ações que podem identificar os clientes, descobrir suas expectativas e atingir de forma eficaz o mercado. No caso da FLOW, uma das ações de marketing é investir na boa imagem dos produtos – disponibilizar cada brinco de modo bem atrativo sugerir ao cliente *looks* como peças que combinem com os brincos, como forma de proposta apresentar tendências e sugestão de uso dos brincos FLOW.

c) Sustentabilidade

A sustentabilidade consiste em ações humanas que visem suprir as necessidades dos seres humanos sem comprometer o futuro das próximas gerações, ela esta relacionada ao desenvolvimento de produtos sem agredir ao meio ambiente usando os recursos naturais de forma inteligente.

Dentro as ações da sustentabilidade a marca FLOW se enquadra dentro do consumo consciente, pois os produtos artesanais alem de serem produtos duráveis eles são produtos atemporais que possibilitam sua utilização mais de uma vez e em

diversos ambientes. A consciência de não desperdiçar recursos também são ações tomadas pela marca já que a matéria prima é o crochê ele se enquadra em um produto que é utilizado totalmente, possibilitando a reutilização da linha que sobra em outros trabalhos, às embalagens em que os brincos serão enviados para os clientes após a compra será em saquinhos de organza, os quais poderão ser reutilizados como porta brincos ou para outros fins como guarda moedas e outros objetos, dando assim a embalagem uma vida mais longa evitando desperdício.

8. CRIATIVIDADE DO PRODUTO

Segundo Gomes (2006), as bases para a criatividade relacionam-se intrinsecamente com as funções praticas estéticas e simbólicas do produto. A criatividade é um processo natural regido por leis e fenômenos imprevisíveis, por isso não pode ser ensinada, ela tem como prioridade dar solução a um problema ou manifestar-se quando surgiu uma dificuldade concreta que requer uma solução imediata.

O que Gomes (2006) fala Baxter (2011) também relata em seu capítulo sobre a criatividade que ela tem como objetivo principal a solução de um problema. Em seus relatos sobre a criatividade e seus processos Baxter (2011) fala de varias técnicas para que a criatividade seja usada de forma constante em vez de raros fleches de idéias. O que não podemos negar é que toda a inspiração ela não vem do nada, mas é seguida da compreensão de um problema que necessita de resposta ou de uma necessidade a qual deve ser suprida, no caso essa necessidade a ser suprida é do público alvo o qual pede um produto inovador com um design diferente.

Atualmente, o mercado cada vez mais exigente tem lançado desafios aos designs que pedem soluções criativas e de caráter imediato. Apesar de o crochê se enquadrar em um segmento artesanal hoje com seu encaixe no mercado ele também tem desafios lançados pelo mercado os quais buscam respostas rápidas e criativas.

Conforme foi relatado no capítulo 3, a criatividade é o coração do design, tanto que, não devemos considerar um produto inovador sem antes passar por todo um processo de criatividade, no qual será estabelecido uma releitura do produto ou a criação de um novo design. Nesse contexto, sabemos que nenhuma peça de crochê é feita aleatoriamente, e que existe toda uma terminologia a seguir.

A criatividade do produto se dá pelo fato da marca FLOW se apropriar desses pontos bases do crochê para moldá-los a formas e designs que venham trazer beleza e desejo no consumidor.

REFERENCIA BIBLIOGRAFIA

BAXTER, Mike. **Projeto de Produto**: Guia pratico para o design de novos produtos. Ed.EdgardBlucherLtda., São Paulo, 2011.

TREPTOW, Doris Elisa. **Inventando Moda**: Planejamento de Coleção. Ed. Autora, São Paulo, 2013.

KOTLER, Philip. **Marketing 3.0**. Ed.ElsevierLtda. Rio de Janeiro, 2010.

GOMES, JoãoFilho. Design do Objeto: Bases e Conceitos. Ed. Escrituras, São Paulo, 2006.

PHILLIPS, Peter L. **Briefing: a gestão do projeto de design**. Ed.Blucher, São Paulo, 2007

CASTILHO, Tarliene Aparecida Santos. **Condicionador de Bijuterias**. Ed. Monte Carlos, Instituto Federal do Norte de Minas Gerais, Minas Gerais, 2015.

WEBGRAFIA

<http://www.sitedebelezaemoda.com.br/cores-da-moda-outono-inverno-2016-e-2017/-29/05/17> às 20h e 52min.

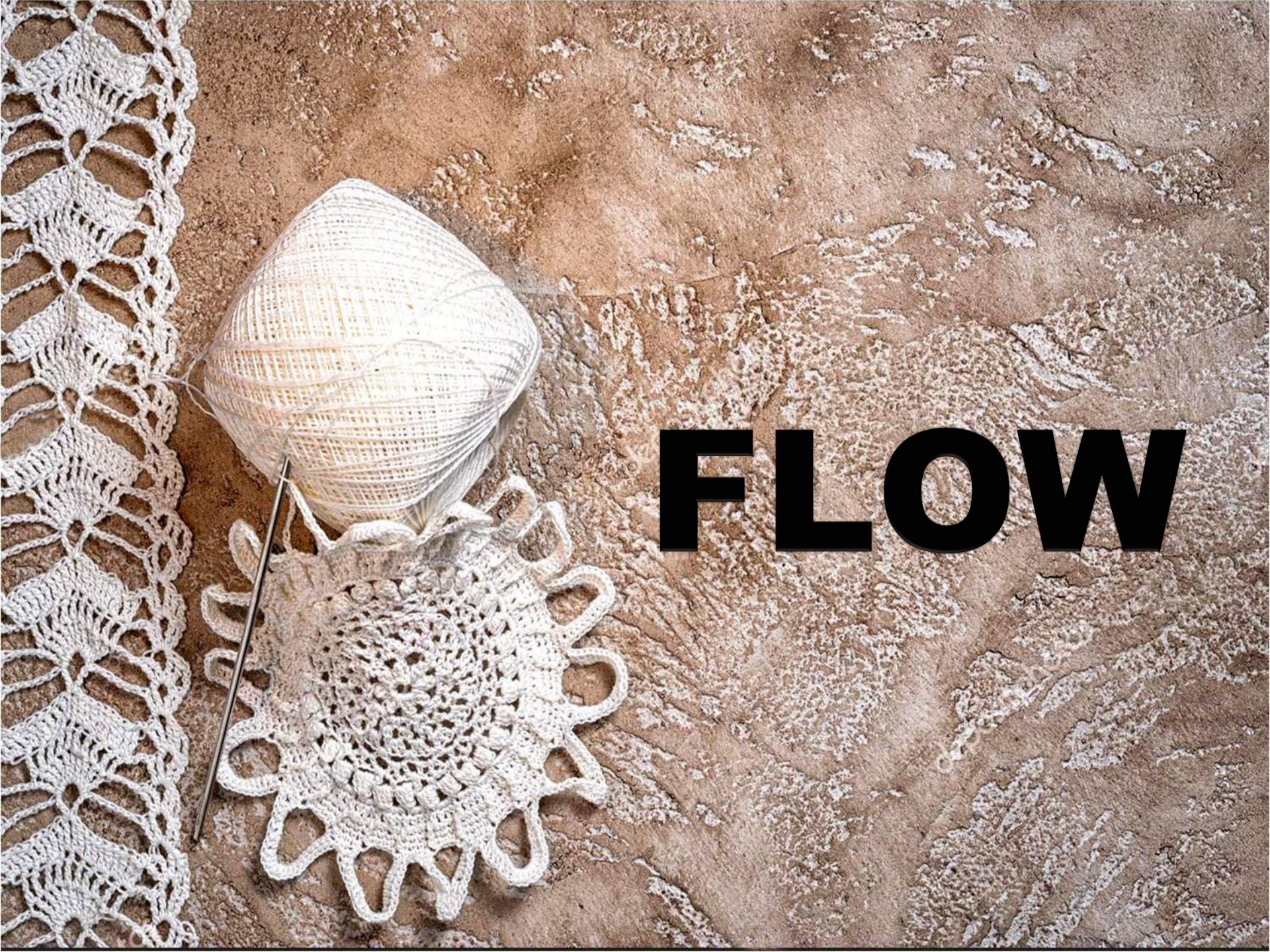
<http://blog.wedologos.com.br/marketing/4-ps-de-marketing/> dia 17/05 as 20h18minh

<https://www.westwing.com.br/magazin/inspiracao-decor/wgsn-tendencias-da-vanguarda/> dia 08/06/17 às 22h e 24 min.

<https://www.wgsn.com/pt/wgsn/> 10/06/17 às 15h e 29 min.

Disponível em: <http://www.suapesquisa.com/ecologiasaude/sustentabilidade.htm> dia 01/07/17 às 11h e 04 min.

Disponível em: <http://crochefacil.com.br/pontos-de-croche-aprenda-como-fazer-os-4-pontos-basicos/> às 15h e 39 min. 08/07/17



FLOW



UNIVERSIDADE
FEDERAL DO CEARÁ

Universidade Federal do Ceará
Portfólio Criativo da Marca FLOW
Orientadora :Dijane Rocha
Aluna : Quezia Souza Cavalcante

Portfólio Criativo

Orientadora : Profa. Dra Dijane Maria Rocha Victor

Banca : Profa.MSc. Walkiria Guedes de Souza

Banca : Profa. MSc. Eveline Maria de Azevedo Silveira

Conceito da Marca

A marca FLOW é uma marca voltada para o artesanato a qual produz e vende brincos de crochê. A marca visa por meio do desenvolvimento e venda dos brincos de crochê trazer uma valorização do artesanato.

A marca FLOW, se caracteriza por uma loja online que produz peças de acessórios de caráter atemporal, apesar de se inspirar em algumas tendências , não segue essas tendências a risca, visando mais uma linha de criação livre.

BRIEFING

Natureza do Projeto	Justificativa	Diante de nosso mercado tão saturado do mesmo a marca FLOW propõe a criação de brincos feitos de crochê.
	Objetivos do projeto/ Resultados desejáveis	Lançar no mercado a marca FLOW. Por meio dos brincos de crochê e promover uma valorização do artesanato .
Análise Setorial	Marca	FLOW
	Produto	Brincos de crochê
	Preço	Entre R\$ 10,00 a R\$ 15,00
	Promoção	Por meio do Instagram , Facebook, site da própria loja.
	Praça	Loja virtual online
	Concorrentes	Atelier Art., As Tramas do Caru, Mag. Acessórios.
	Materiais	Agulha de crochê, linha de crochê, alicate, argolas, ganchos .
Público Alvo / Imagem da empresa	Gênero	Feminino
	Faixa etária	De 18 a 25 anos
	Classe social	Classe D e C
	Hábitos de consumo	Acesso a eventos culturais e apreciação do artesanato.
	Imagem corporativa	Apelo emocional por meio de sites e mídias.

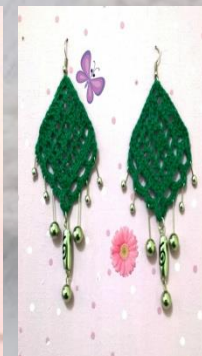
Painel de comportamento

Uma mulher que frequenta eventos culturais, que aprecia o artesanato e que mesmo vivendo na cidade urbana busca viver uma vida desacelerada.



Painel de Mercado

Estas são as concorrentes diretas da marca FLOW a nível nacional .



Painel Tecnológico

Para a produção dos brincos de crochê , se faz necessário ferramentas voltadas para brincos neste caso o "maquinário" utilizado foi alicate, agulha de crochê, e tesoura .



Painel de Tendências

As macro tendências do WGSN que foram utilizadas como inspiração foram : a macro tendência Artisan e Rmaster.



Painel de Analogias

Dentro do vasto campo artesanal podemos ver que o entrelaçado quase sempre esta presente como base para a produções das peças

Bordado



Crochê



Tricô



Palha



Painel de Vocação Regional

A vocação regional da marca é percebida com a forte presença do crochê, com brincos produzidos manualmente.



Release

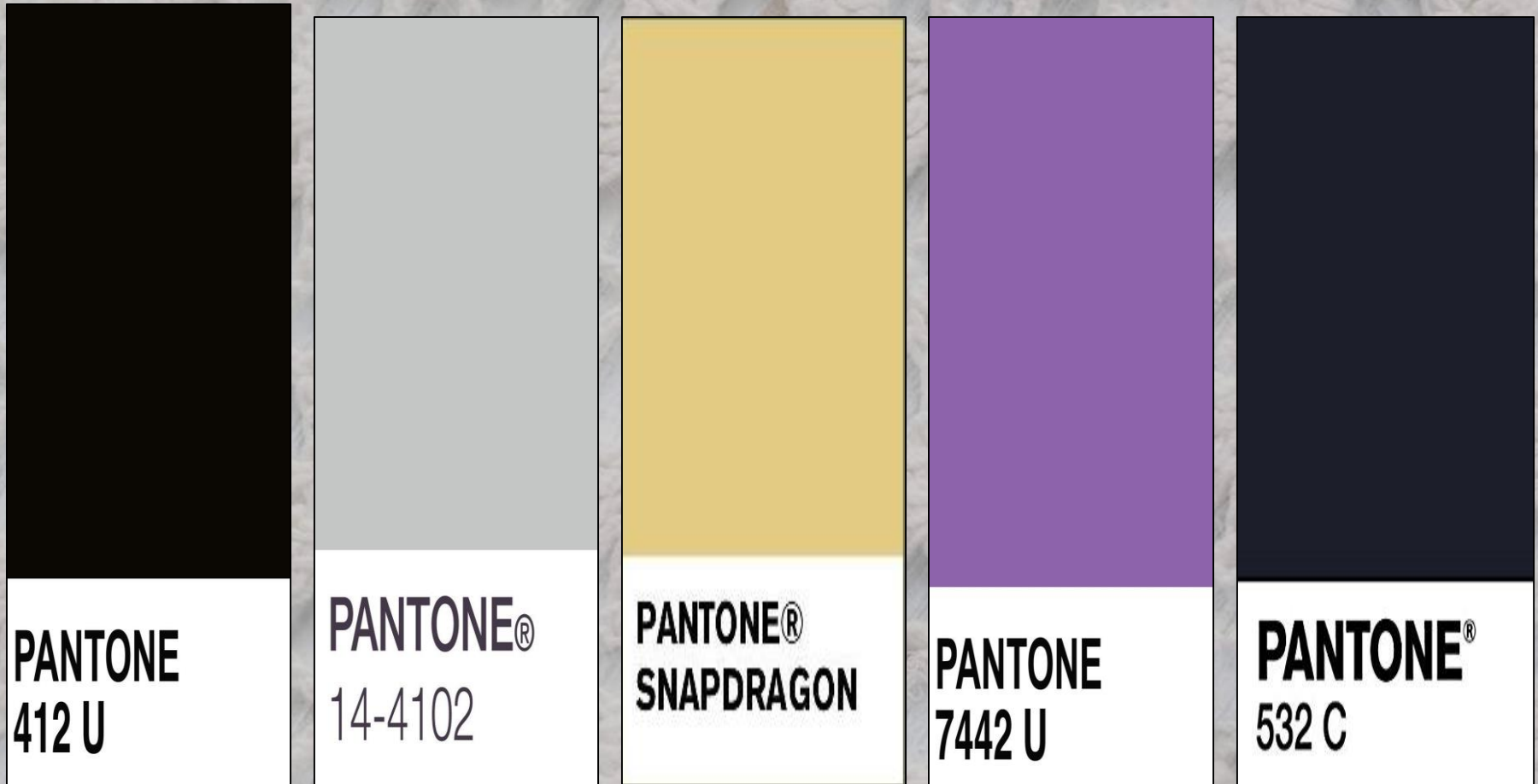
A marca FLOW assim como seu nome trás toda a fluidez e liberdade do artesanato ao se apropriar das técnicas do crochê para criar brincos ,trazendo assim beleza e desejo nos consumidores.

O pequeno conjunto de brincos criados e desenvolvidos para esse trabalho teve como objetivo mostrar toda essa fluidez na forma e estrutura dos brincos e em suas cores.

Inspirados na macro tendência Artisan e Rmaster, os brincos serão produzidos nas cores preto, cinza, creme, roxo e azul marinho.

Cartela de Cores

A cartela de cores foi escolhida com uma proposta bastante neutra tendo em sua cartela o preto, o creme, o cinza, e para dar um contraste foram acrescentadas as cores roxo e azul escuro.



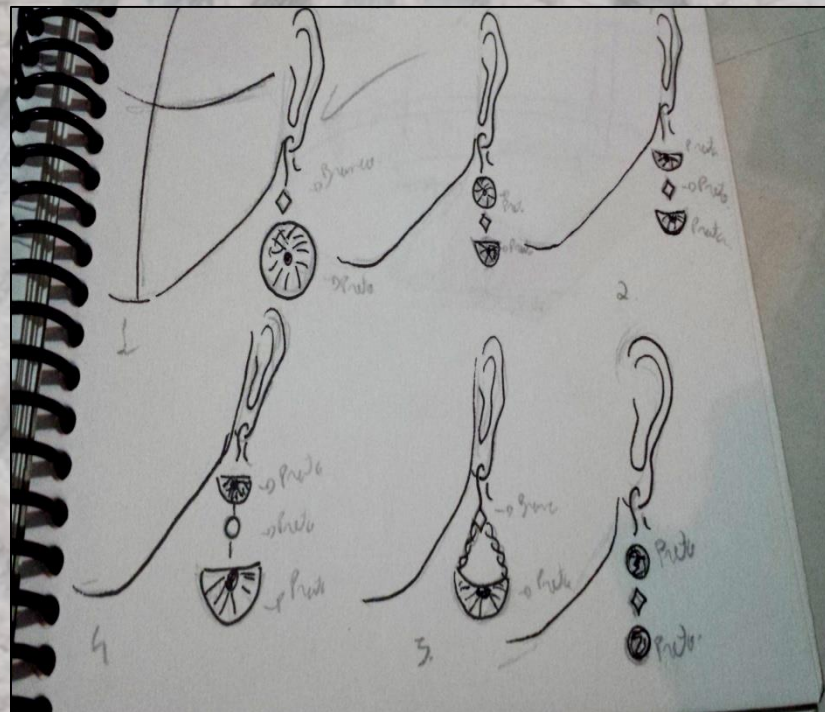
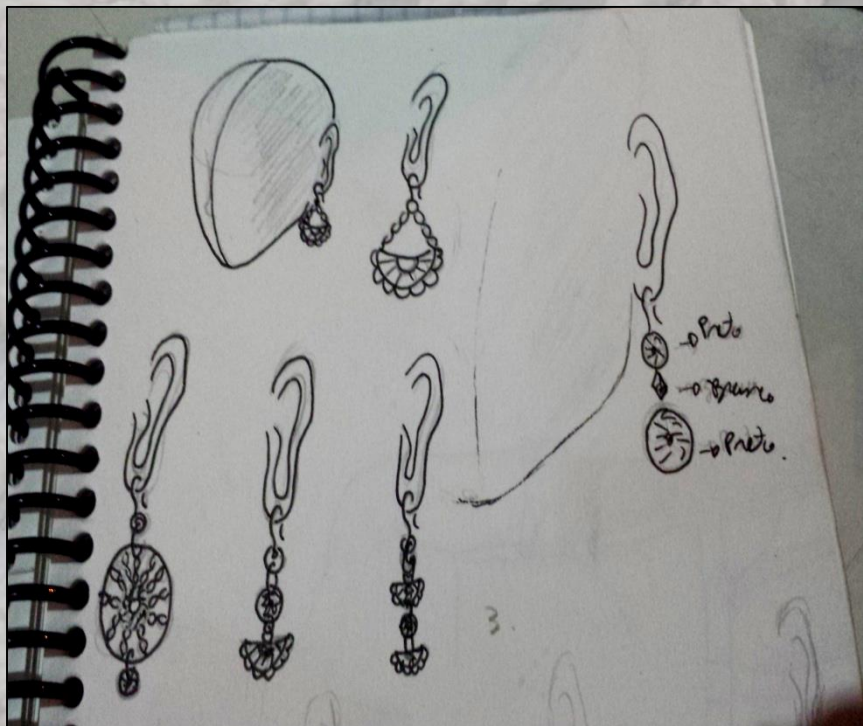
Cartela de Materiais

A cartela de matérias atende ao segmento escolhido, no caso brincos de crochê, então os materiais necessários foram; linha de crochê, agulha de crochê, pedrarias, argolas, ganchos, e goma lac para acabamentos.



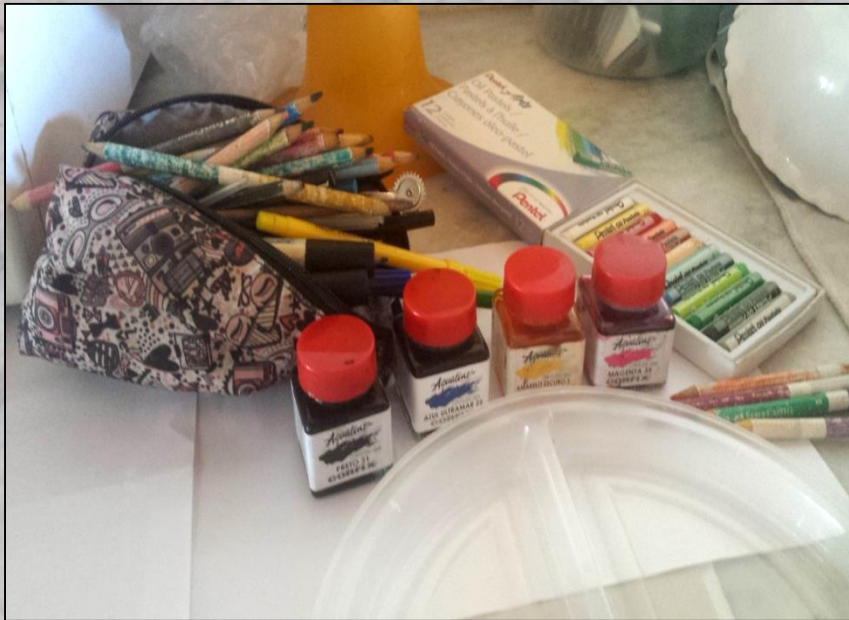
Estudos, esboços e propostas

Segue a baixo as primeiras propostas de criação dos brincos de crochê.



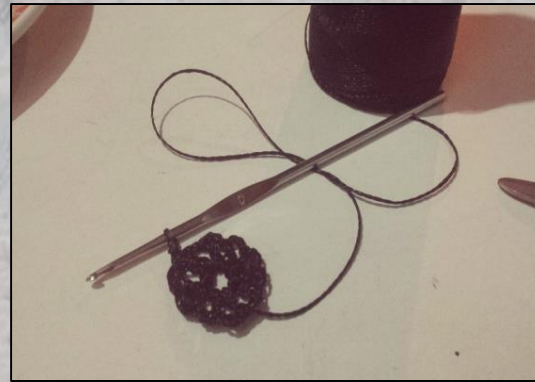
Geração de alternativas

As gerações de alternativas aconteceram principalmente na escolha do material para o processo de pintura dos croquis e das peças. Foram feitos testes ate ser escolhido o mais apropriado.

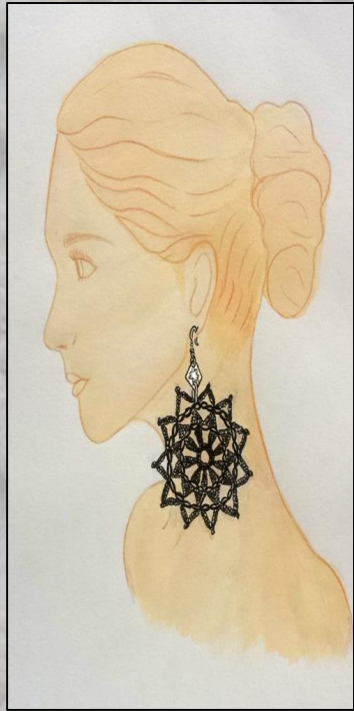


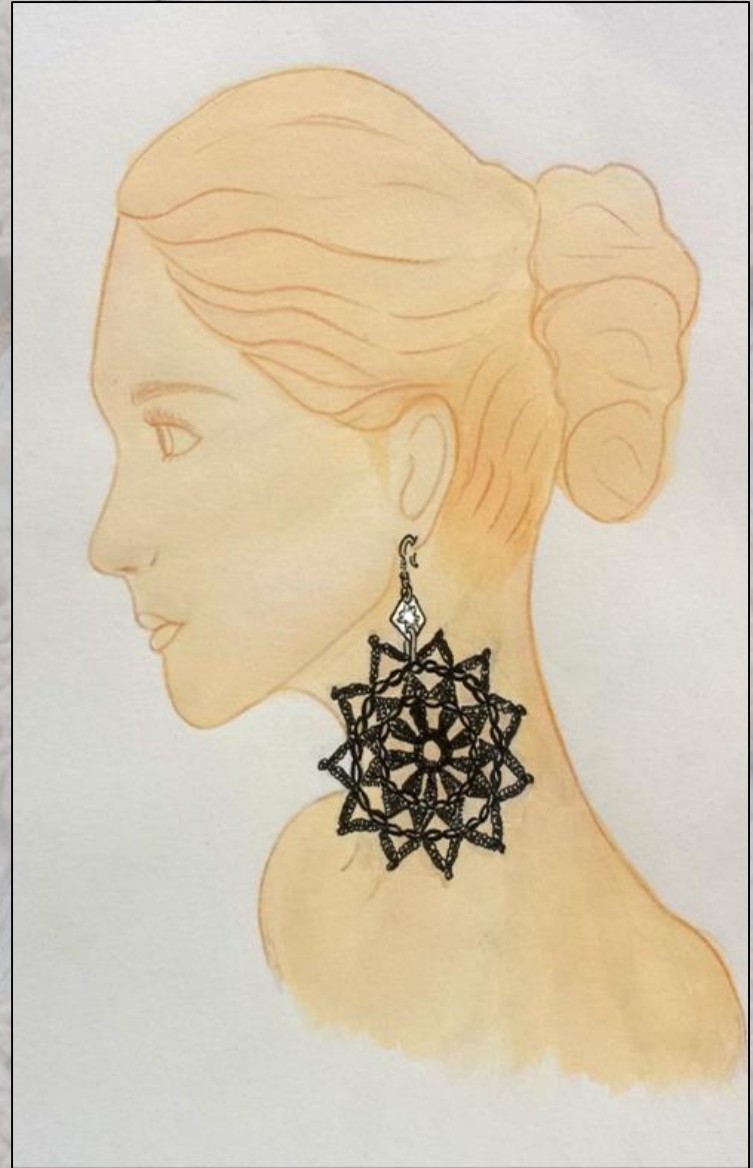
Fotografias do processo criativo

O processo criativo seguiu a proposta de Treptow, tendo algumas modificações pertinentes ao produto, então começou com esboços, pintura, fabricação da peça piloto ate chegar a peça final.

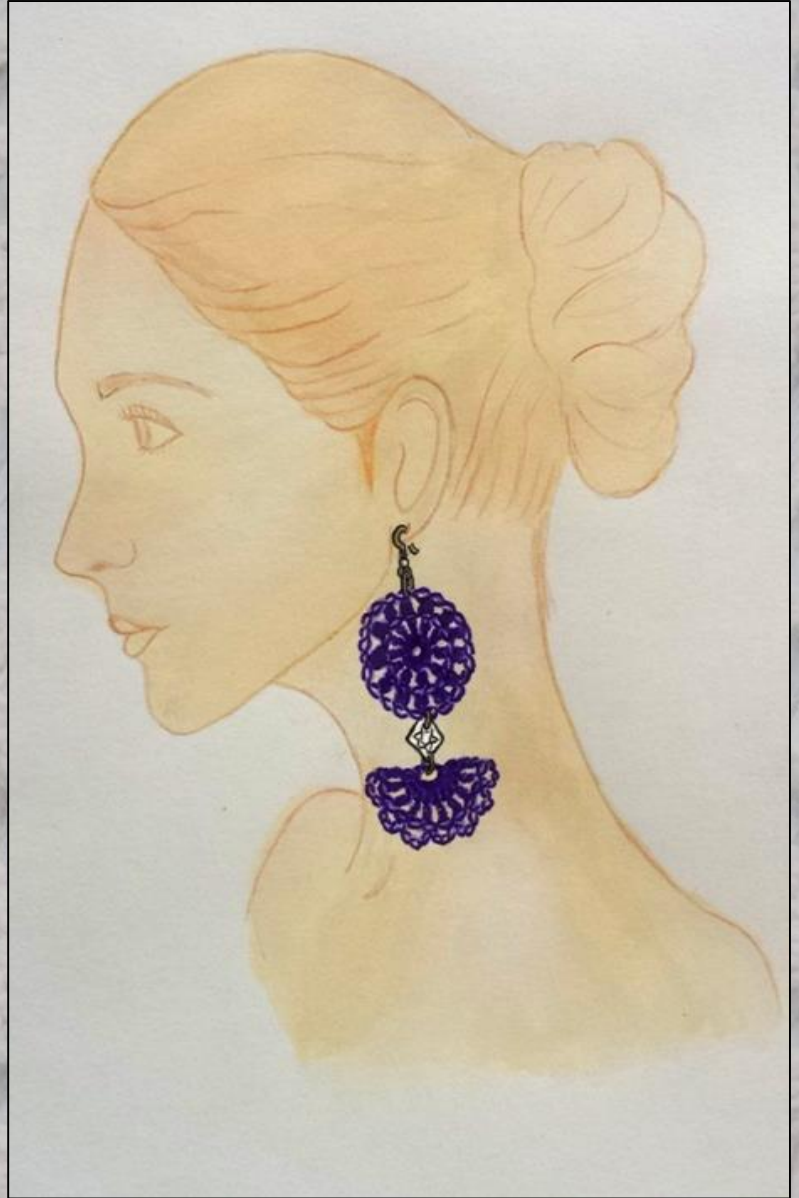
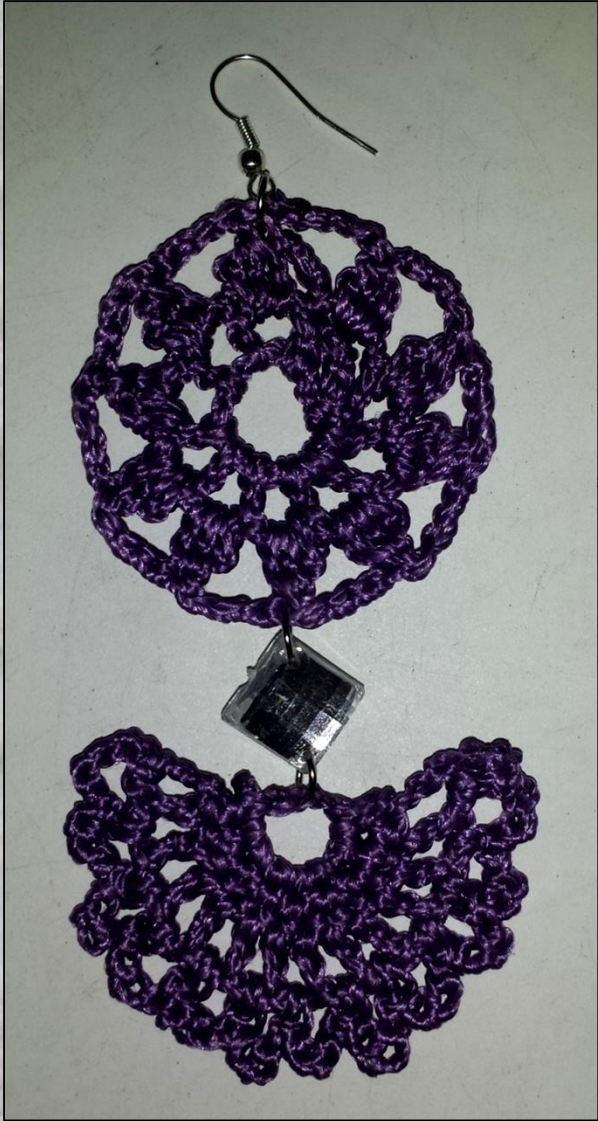


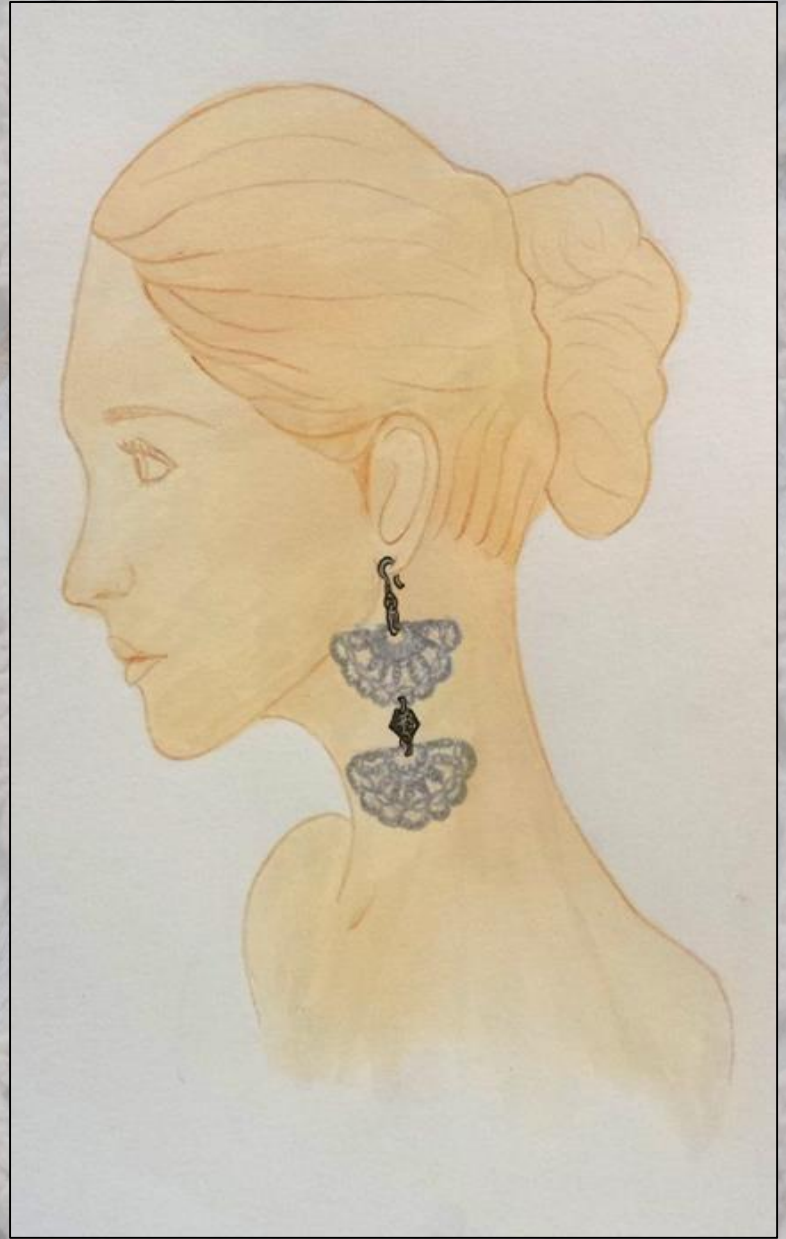
Desenhos de apresentação do produto

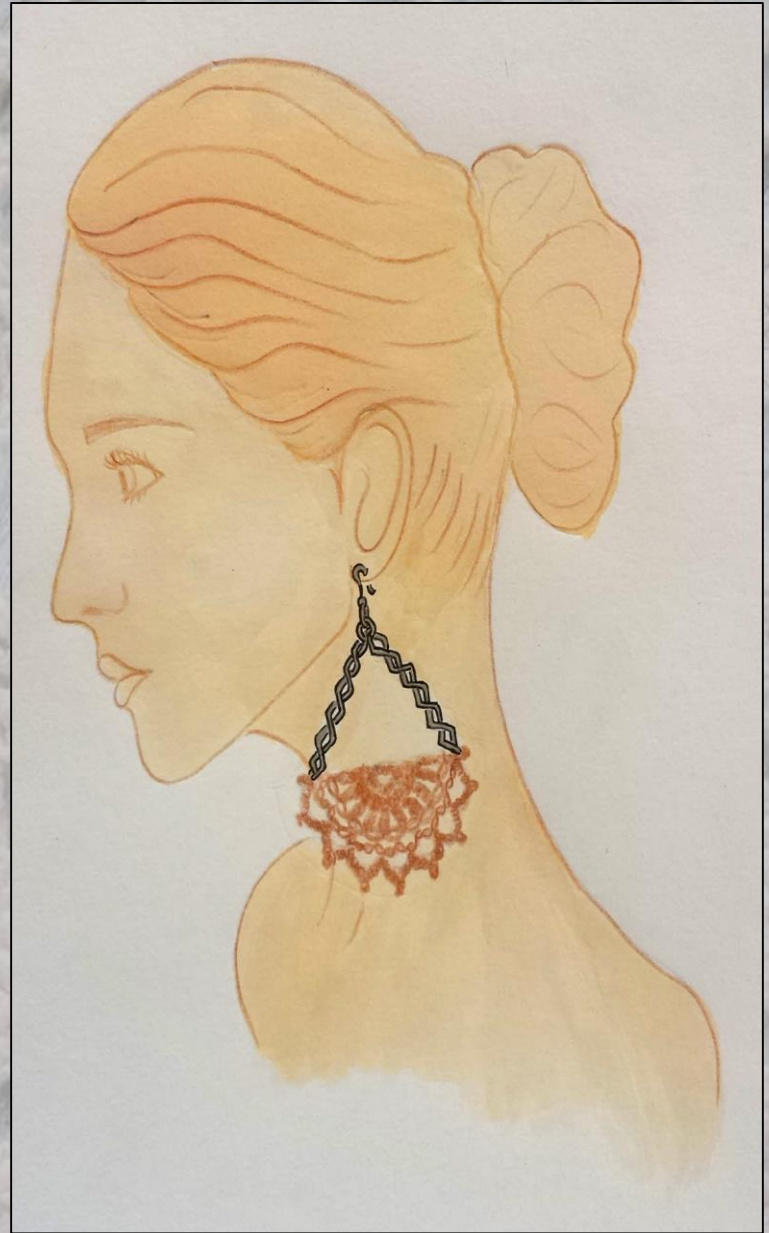








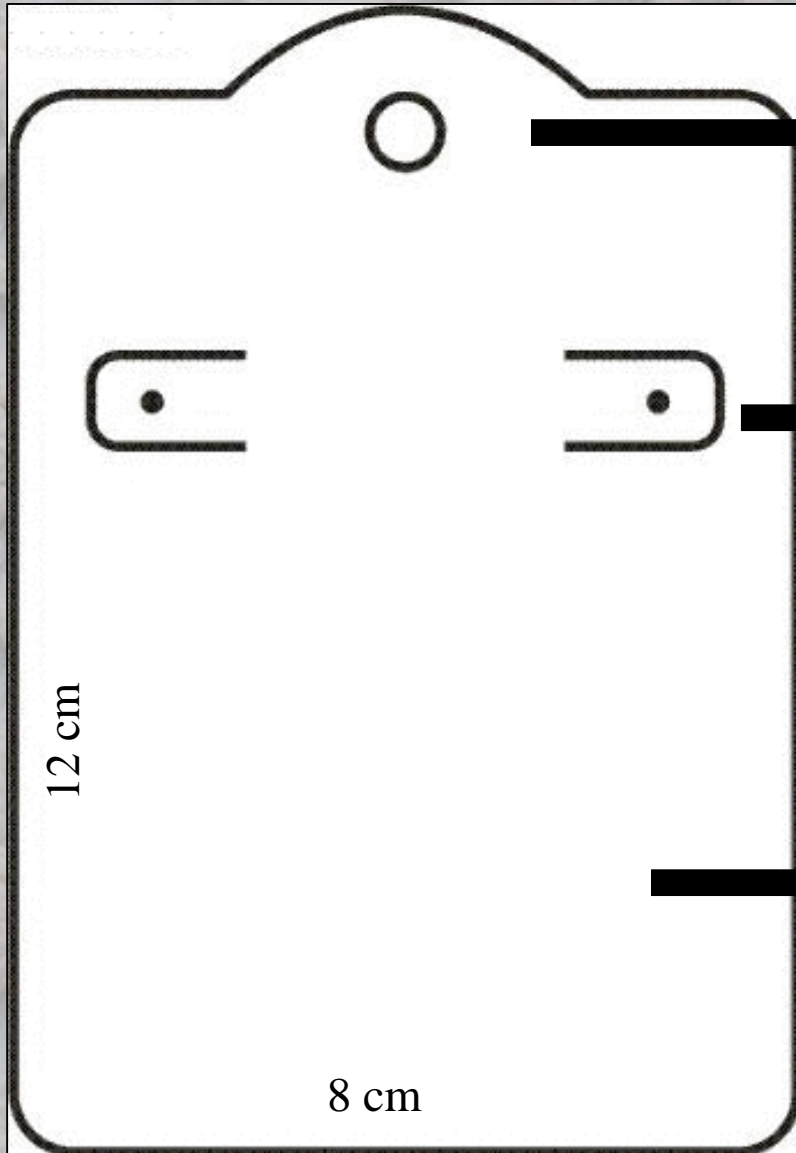




Projeto gráfico promocional do produto



TAG da marca



Local aonde será colocado uma fita de cetim

Local aonde será colocado os brincos.

Local aonde terá o nome da marca.

Redes sociais

Facebook

The image shows a screenshot of the Facebook page for 'FLOW'. The page header includes the Facebook logo, the name 'FLOW', a search bar, and the user profile 'Quézia Souza' with 'Página inicial' (Home) selected. The navigation bar contains 'Página', 'Caixa de entrada', 'Notificações' (with a red notification badge), 'Informações', 'Ferramentas de publicação', 'Configurações', and 'Ajuda'. The main content area features a cover photo of a white crocheted hat on a wooden surface with the word 'FLOW' in large black letters. Below the cover photo are buttons for 'Curtir', 'Seguir', 'Compartilhar', and 'Adicionar um botão'. The left sidebar lists page categories: 'Página inicial', 'Publicações', 'Avaliações', 'Fotos', 'Loja', 'Grupos', 'Comunidade', 'Vídeos', and 'Eventos'. The right sidebar shows 'SEUS JOGOS' (My Games), 'JOGOS RECOMENDADOS' (Recommended Games), a list of recent activity, and 'YOUR PAGES' (Your Pages) including 'FLOW' and 'Buy Fashion'. At the bottom, there are options to 'Compartilhar uma', 'Anunciar o seu', 'Criar uma oferta', and 'Iniciar um vídeo ao vivo', along with a section for 'Conhece amigos que podem curtir sua Página?' (Discover friends who can like your page?) featuring 'Ane Cavalcante' and a 'Convidar' button.

Redes sociais

Instagram



Instagram

Busca



flowbijus_croche

Editar perfil



78 publicações

182 seguidores

seguindo 250

FLOW Venda de brincos de crochê E aí #boracrochetar



Site

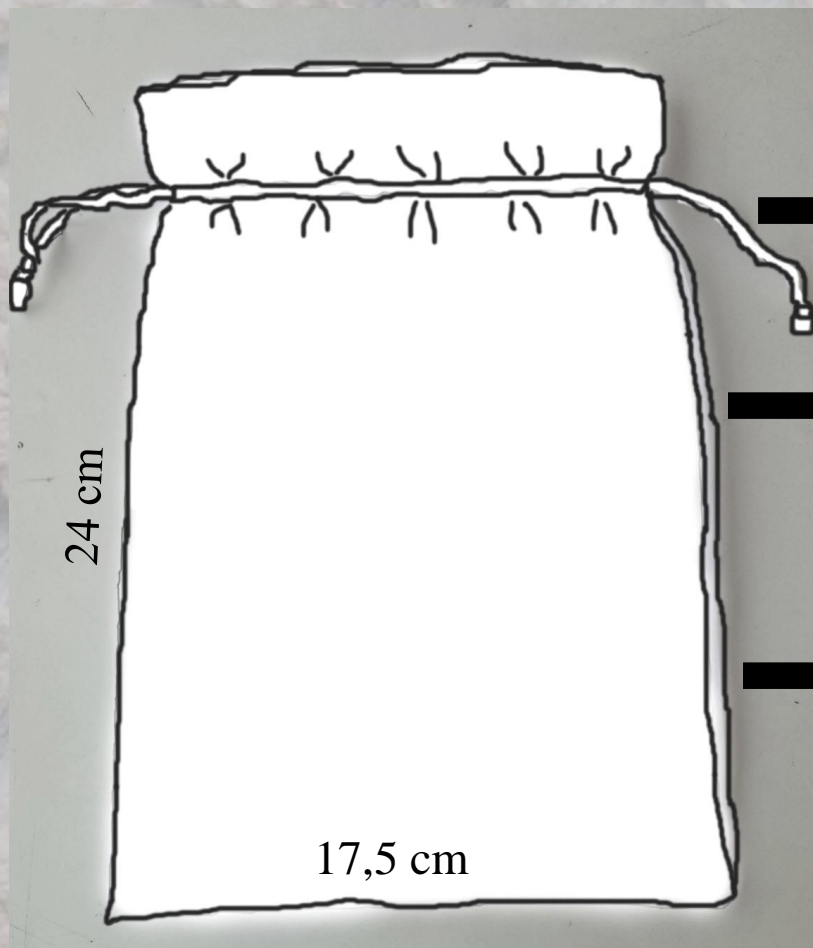
The image shows a Wix website editor interface. At the top, the Wix logo is on the left, and navigation options include 'Páginas: PÁGINA I...', 'Site', 'Ferramentas', 'Ajuda', and 'Fazer Upgrade'. On the right, there are icons for search, undo, redo, mobile view, save, preview, and a blue 'Publicar' button.

The main content area has a dark wood background. The title '-FLOW-' is in large white letters, with 'Brincos de Crochê' below it. A 'BUY NOW' button is positioned above the title. A navigation menu below the title includes 'PÁGINA INICIAL' (highlighted in orange), 'LOJA', 'SOBRE', 'FAQ', and 'CONTATO'.

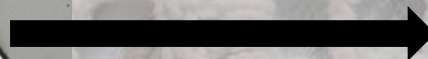
The main image shows a close-up of a crocheted earring with a silver chain, set against a green leaf with water droplets. A floating toolbar above the image contains the text 'Alterar Design do Cabeçalho' and icons for settings, edit, and help.

On the left side, there is a vertical toolbar with icons for home, add, store, undo, chat, and shopping bag. On the right side, a settings panel is open, showing options for zooming and positioning. The 'Tamanho' (Size) section shows 'L: 980' and 'A: 308'. The 'Posição' (Position) section shows 'X: 0' and 'Y: 0'.

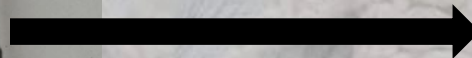
Embalagens



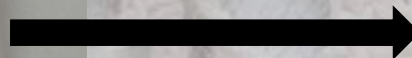
27,5 cm



Fita para fechar



Saco feito de organza



Local aonde será
colocado o TAG. com o
brinco.

24 cm

17,5 cm

Considerações Finais

Concluo este trabalho falando da relevância que os conhecimentos adquiridos no campo acadêmico serviram de forma total para o desenvolvimento deste trabalho, conhecimentos esses que absorvi ao participar das cadeiras obrigatórias e optativas do curso , as quais me ajudaram a ter uma visão de mercado, publico alvo e desenvolvimento de produto.

E que o apoio e direcionamento da minha orientadora colaborou muito para que este trabalho correspondesse as metas estabelecidas , que era o desenvolvimento deste trabalho e apresentação .

Referencias Bibliográficas

BAXTER, Mike. **Projeto de Produto**: Guia pratico para o design de novos produtos. Ed.EdgardBlucherLtda., São Paulo, 2011.

TREPTOW, Doris Elisa. **Inventando Moda**: Planejamento de Coleção. Ed. Autora, São Paulo, 2013.

KOTLER, Philip. **Marketing 3.0**. Ed.ElsevierLtda. Rio de Janeiro, 2010.

GOMES, JoãoFilho. Design do Objeto: Bases e Conceitos. Ed. Escrituras, São Paulo, 2006.

PHILLIPS, Peter L.**Briefing:a gestão do projeto de design**. Ed.Blucher, São Paulo, 2007

CASTILHO, Tarliene Aparecida Santos. **Condicionador de Bijuterias**. Ed. Monte Carlos, Instituto Federal do Norte de Minas Gerais, Minas Gerais, 2015.

