





PHREAK

**PORTFOLIO DE
MARCA**



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
CURSO DE DESIGN-MODA

CRIAÇÃO DE MARCA
PHREAK

LARA MONTEIRO RAMOS

FORTALEZA
2018.1

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)

R144c Ramos, Lara Monteiro.

Criação de marca : PHREAK / Lara Monteiro Ramos. – 2018.

41 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2018.

Orientação: Prof. Júlio César Silva de Castro.

1. design. 2. empreendedorismo. 3. branding. 4. marca. 5. ilustração. I. Título.

CDD 391

LARA MONTEIRO RAMOS

CRIAÇÃO DE MARCA: PHREAK

Portfolio 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.

Aprovada em: ___/___/_____.

BANCA EXAMINADORA

Prof Júlio César Silva de Castro (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

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

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



LARA MONTEIRO

Idade: 25

Natural de: Fortaleza

Competências: comunicação visual

Família: Heline J (mãe)

Emerson Sandro (pai)

Avançar >

A MARCA PHREAK

Em um mundo onde múltiplas realidades, virtual e real, coexistem, as pessoas redescobriram o fascínio pela criação de uma identidade que vai além da que cada um tem ao nascer e começaram a se expressar de novas tentando criar um mundo novo onde todos podem estranhar uns aos outros e serem estranhos.

Vazando nesse mundo a Phreak entra com uma nova forma de existir. Roupas que transformam pessoas que querem fugir da realidade física vestindo e respirando a realidade virtual mesmo quando estão fora dela. Começando com camisas oversized que transformam a pessoa em um banner real de uma cultura vinda de outro mundo e terminando em peças que transcendem a pele da pessoa para o mundo digital, como escondedores de braço ou leggings.



COLOCADO O MÁXIMO
IDENTIFICAMENTE
CORRETO DE EMPENHO
PARA // CONDENSAR //
GRAFICAMENTE
COMPLEXO UNIVERSO
// PERSONA ELETRÔNICA
E UMA REALIDADE
PARALELA //
NÃO MUITO DISTANTE //
SE APROXIMANDO DA
SUPERFÍCIE

MISSÃO

Ser um meio de expressão de identidade e do mindset do jovem pós-moderno no ambiente urbano através de roupas e acessórios que trazem a ilustração como elemento lúdico, produzidas de forma quase exclusiva

VISÃO

penetrar o mercado local
estabelecer a marca
conectar com o público

VALORES

transparência e ética
evoluir e resignificar



JUSTIFICATIVA

o projeto da marca PHREAK surge como resposta à uma necessidade de mercado observada, para constatação de funcionalidade da ideia

OBJETIVOS DO PROJETO

lançar a marca PHREAK no mercado de moda de rua e consolidar sua imagem ante o público e no mercado local com um modo de produção quase artesanal e estratégias de transparência e proximidade com os clientes

RESULTADOS DESEJÁVEIS

- conquistar o público através de estratégias e serviços que o inserem dentro da marca, criando uma relação de confiança
- fazer com que o valor de originalidade e exclusividade do produto seja percebido pelo público

RESPONSABILIDADES

- valorização de contratados, clientes e parceiros
- conscientização sobre propriedade intelectual em estamparias

MARCA

PHREAK

PREÇO

R\$ 80,00 - R\$ 250,00

CONVENIÊNCIA

Loja virtual e stands em feiras

SERVIÇO

vestuário, acessórios e personalização

ESTRATÉGIAS

exibição da produção das peças no stories; participação em eventos relevantes para o consumidor, contato direto com o público em fóruns da marca

TECNOLOGIA

Modelagem digital através dos programas Adobe Illustrator CC e Marvelous Designer 5; armazenamento digital de arquivos de estamperia e moldes

CONCORRENTES

Diretos: YOH Store, OMOCAT, Blackmerle

Indiretos: Etsy, Yetee, Ebay, AliExpress

BRITESTING

SEXO

F/M

FAIXA ETÁRIA

18 - 30 anos

CLASSE

B e C

CONSUMO

a cada 3 meses

IMAGEM CORPORATIVA

Enérgica e jovem, traz a arte de rua e o "faça você mesmo" processado e recriado pelo virtual

INFORMAÇÕES DA PESQUISA

Imersão nos ambientes de convívio do público, observação de tendências tecnológicas e subsequentes influências destas no comportamento e estilo de vida jovem, acompanhamento de novas mídias significativas para o público

ESTRATÉGIAS DO DESIGN

- ser transparente sobre a realidade interna da empresa
- valorizar contratados e clientes como principal recurso
- posicionar ilustração e criadores como identidade central da marca

MATRIZ F.O.F.A.

FORÇAS

ilustração e design
gestão familiarizada
com o lifestyle da
marca
loja virtual

FRAQUEZAS

administração
dificuldade de
acesso à materiais
diversificados
baixo capital inicial
preço

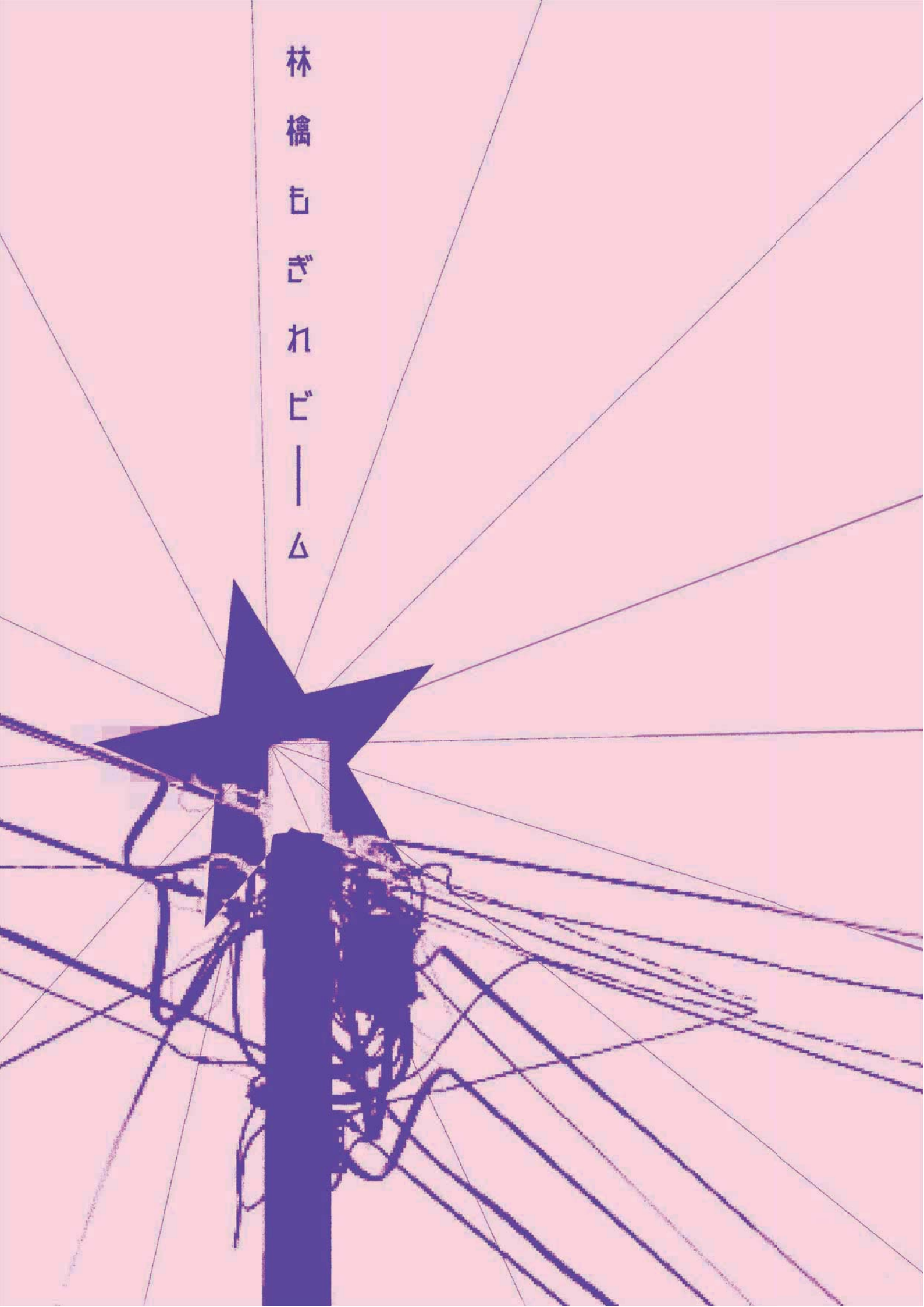
OPORTUNIDADES

conceito em
consonância com
tendências
mercado não
saturado
contatos com
organizadores de
eventos

AMEAÇAS

dificuldade de
consolidar o
público
não ser legitimado
pelo público
estilo pouco
familiar ao mercado
local

林
檣
も
ぎ
れ
ビ
ー
ム



CONCEITO

A logo da Phreak é composta de detalhes que expressam a amálgama cultural da internet e o perfil das pessoas que costumam buscar refúgio nela. O virtual permite conexão com contraculturas, tanto por sociedades secretas que adotaram um mundo onde você só encontra algo se tem o endereço exato, quanto pela nova cultura de DIY que surgiu pela facilidade de compartilhar informações. Ao mesmo tempo a necessidade de estar conectado criou uma ansiedade por se propagar e ser visto.

Para um mundo onde o oculto e o punk se unem e pessoas vivem ansiosas, a estrela que chora pareceu um símbolo apropriado. A lágrima é feita por um circuito e ela é ruidosa e instável. O texto remete a grafitti e stencyl, já que a arte de rua influenciou arte virtual desde antes de programas de edição de imagem serem populares. Tudo é ruidoso e agressivo, mas também claro e firme.



DISCONNECTED



COMPORTAMENTO

introvertido // social media // pop culture
// cinema // anime // webcomics // niche
//fringe //anonimato// relacionamentos
virtuais // games // tecnologia // weeb



MERCADO

OMOCAT // BLACKMERLE // YOH
STORE // LOJA REVERSA // ETSY
// EBAY // YETEE // ALIEXPRESS



yoh store



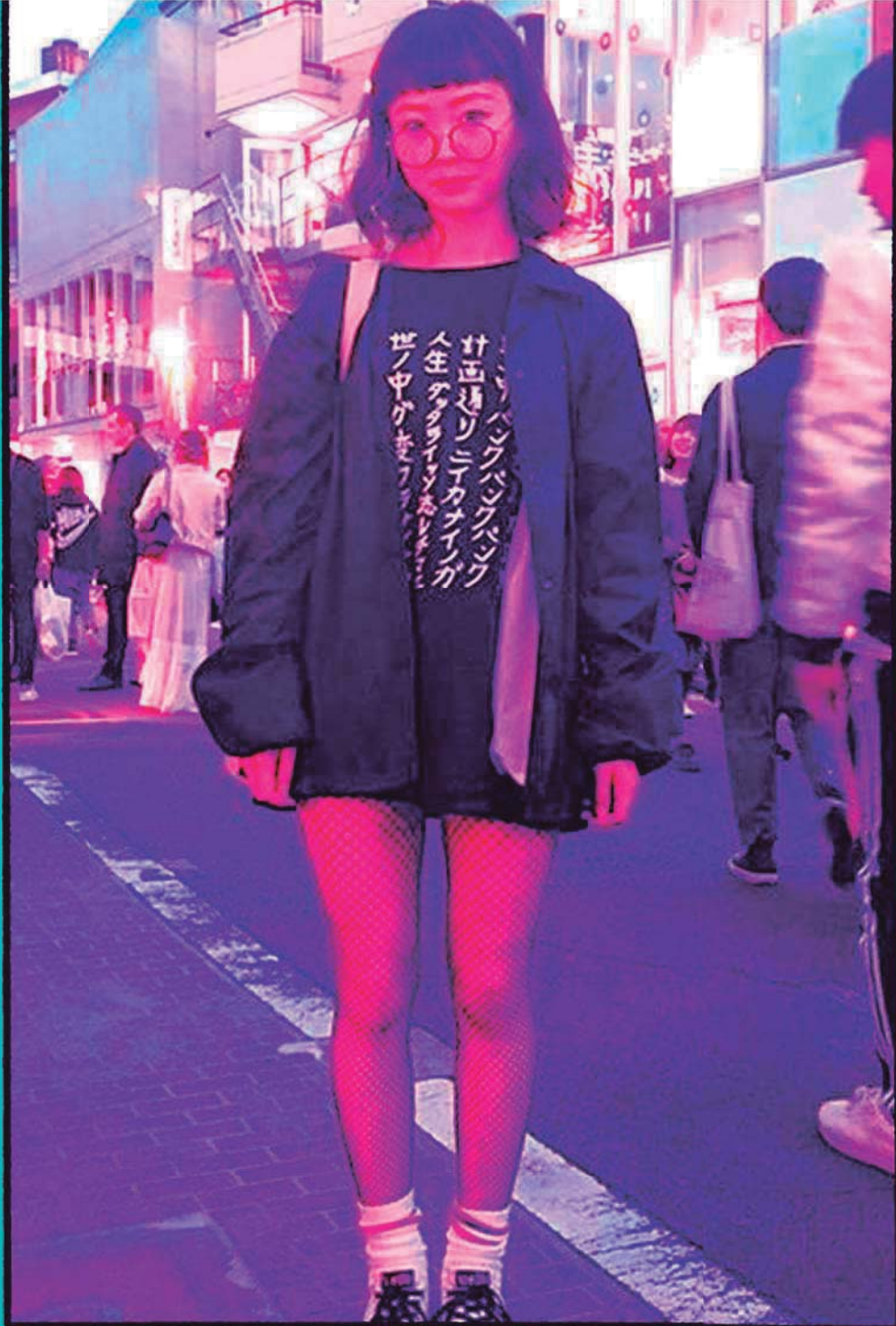
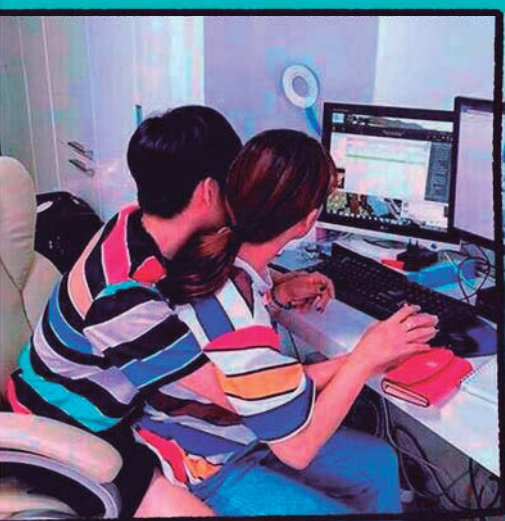
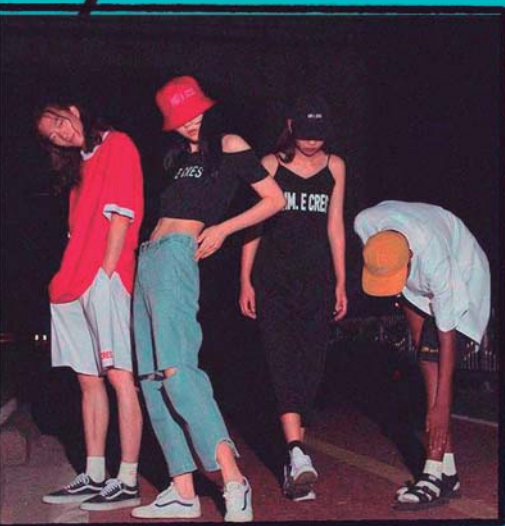
OMOCET !!
👁️



black merle



loja reversa

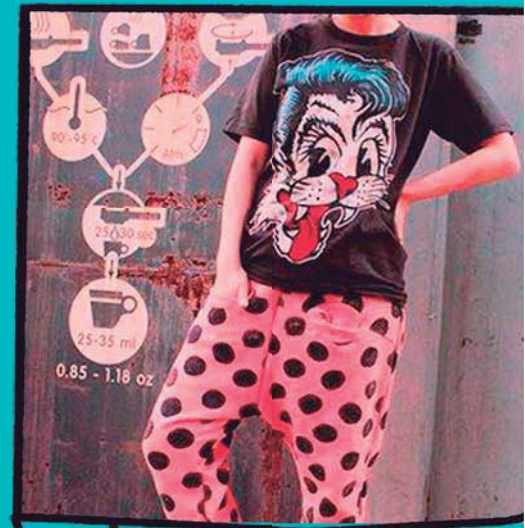
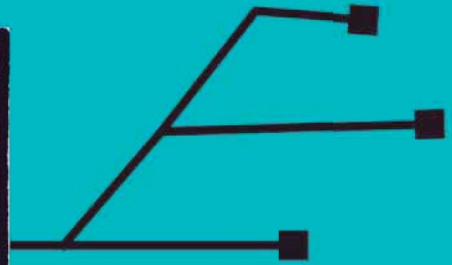


DEMANDAS

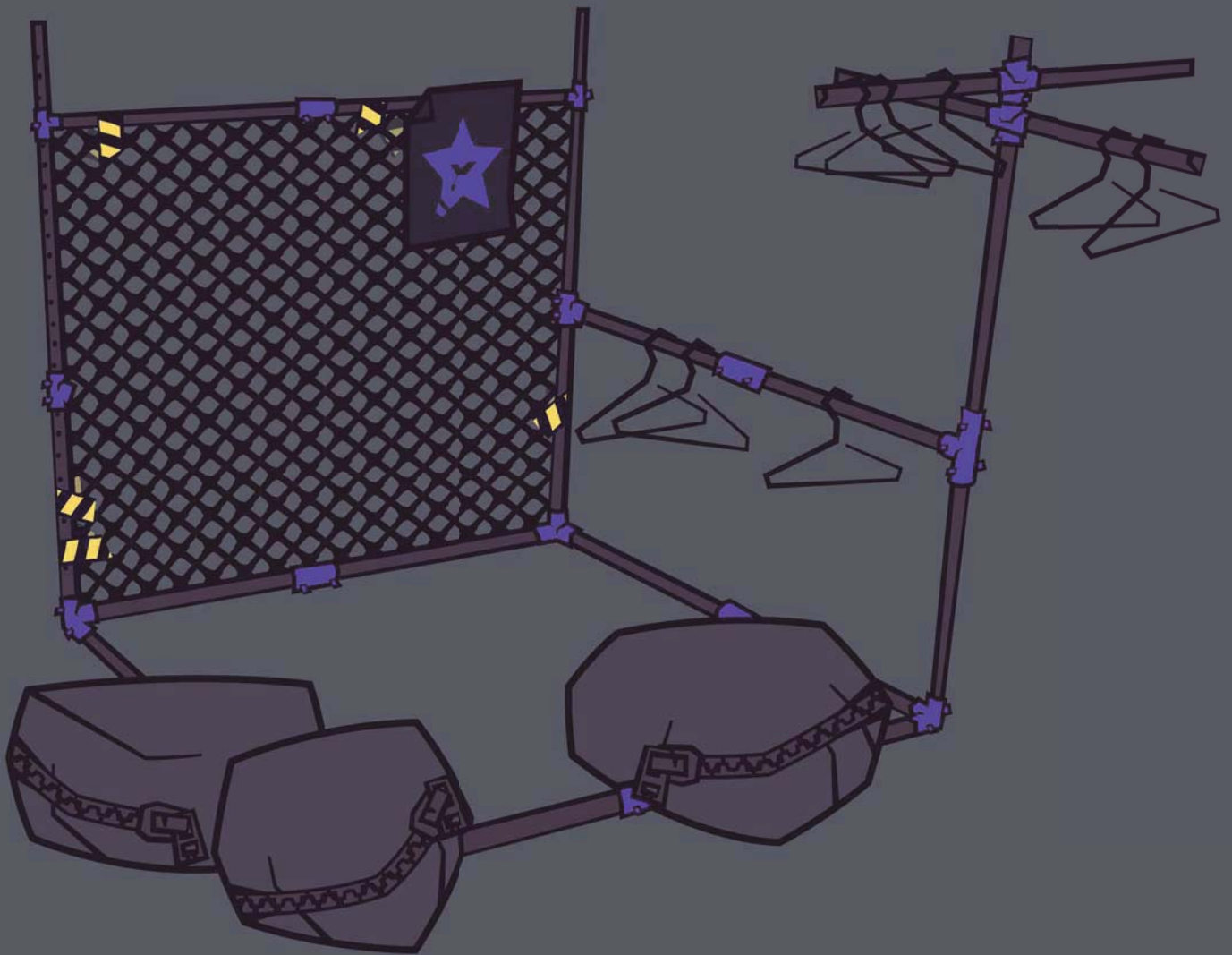
conforto // urbano // estilo de rua //
irreverência // cultura jovem // ubiquidade

CENÁRIOS DE USO

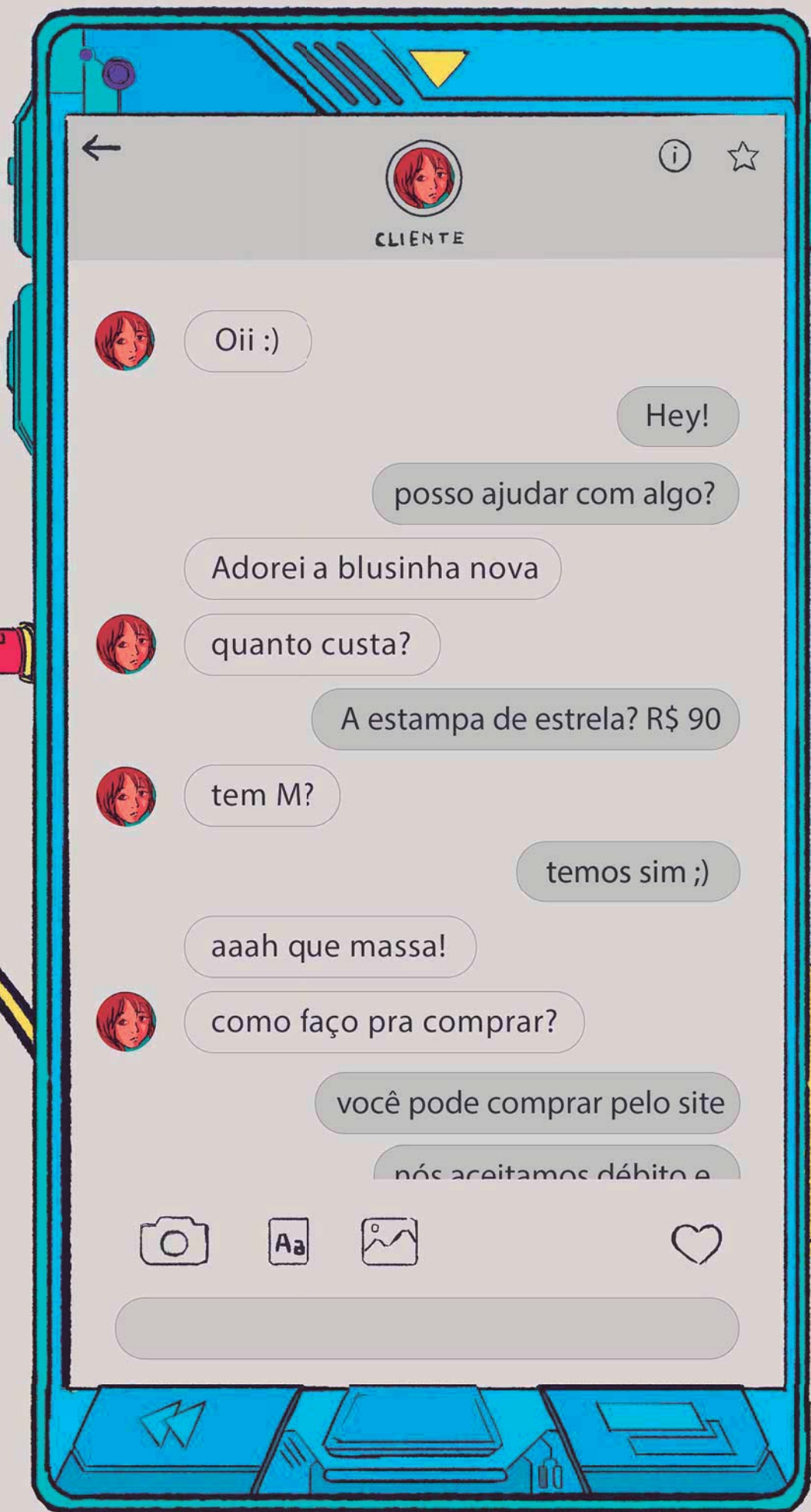
ruas // universidades // shoppings // cinemas // praças //
restaurantes // bares // trabalho // casa // cotidiano



PROJETO DE STAND



ATENÇÃO!



SERVICOS

VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS

CARACTERÍSTICAS

peças de vestuário streetwear masculino, feminino e unissex confortáveis que transmitem estilo e são estampadas com ilustrações únicas, produzidas em escala bem pequena;

acessorios em acrílico, biscuit ou impressos em 3D que compõem o mix de produtos de acordo com a temática das ilustrações da marca;

SUBSERVIÇOS

produção de peças sob encomenda para tamanhos especiais dada a disponibilidade de materiais;

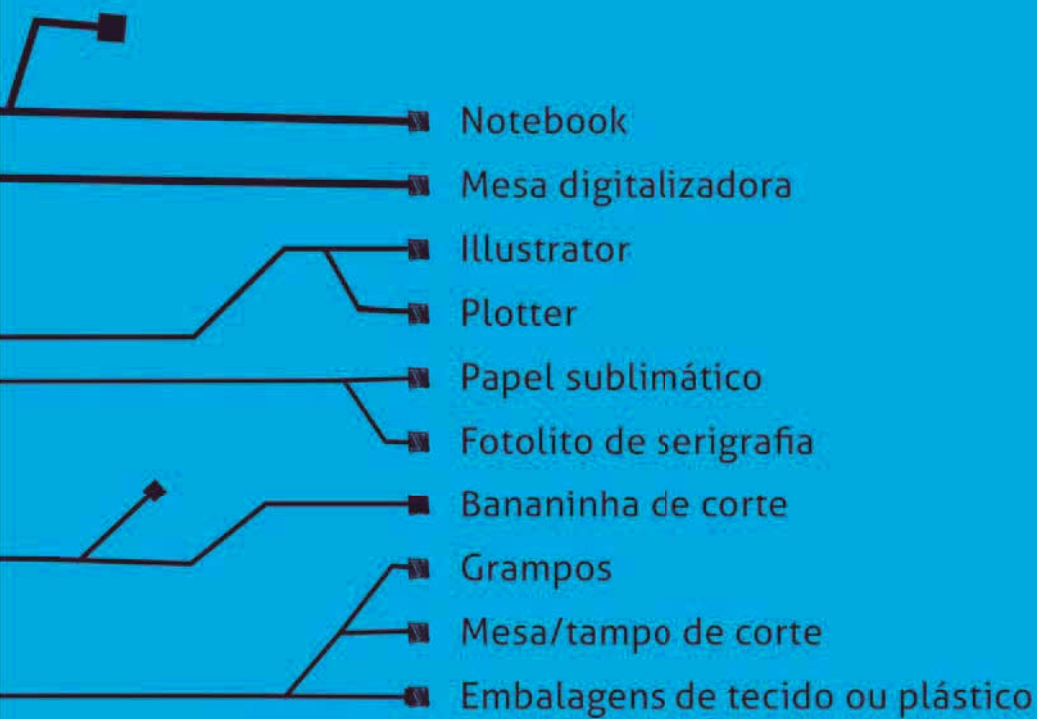
produção de acessórios sob encomenda a partir dos designs disponíveis;

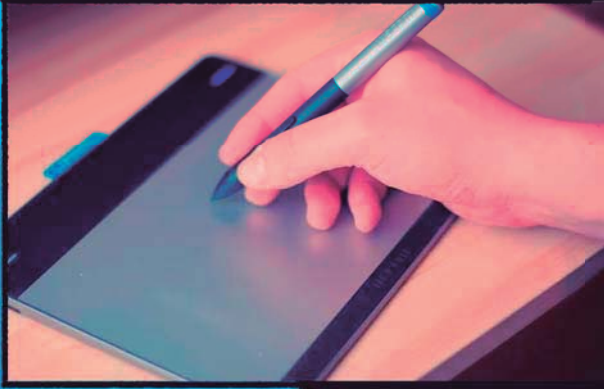
as produções por demanda devem considerar um limite mensal de quantidade

ESBOÇOS DE PRODUTO

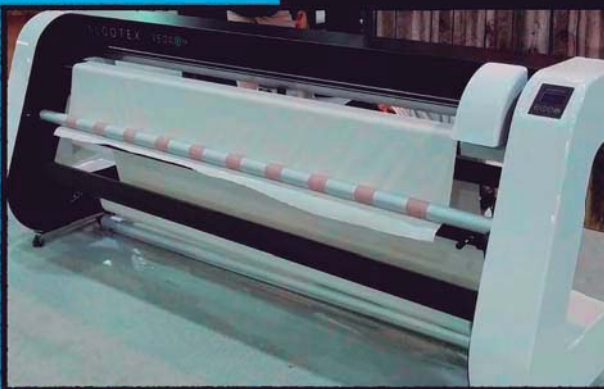


TECNOLOGICO





Ai





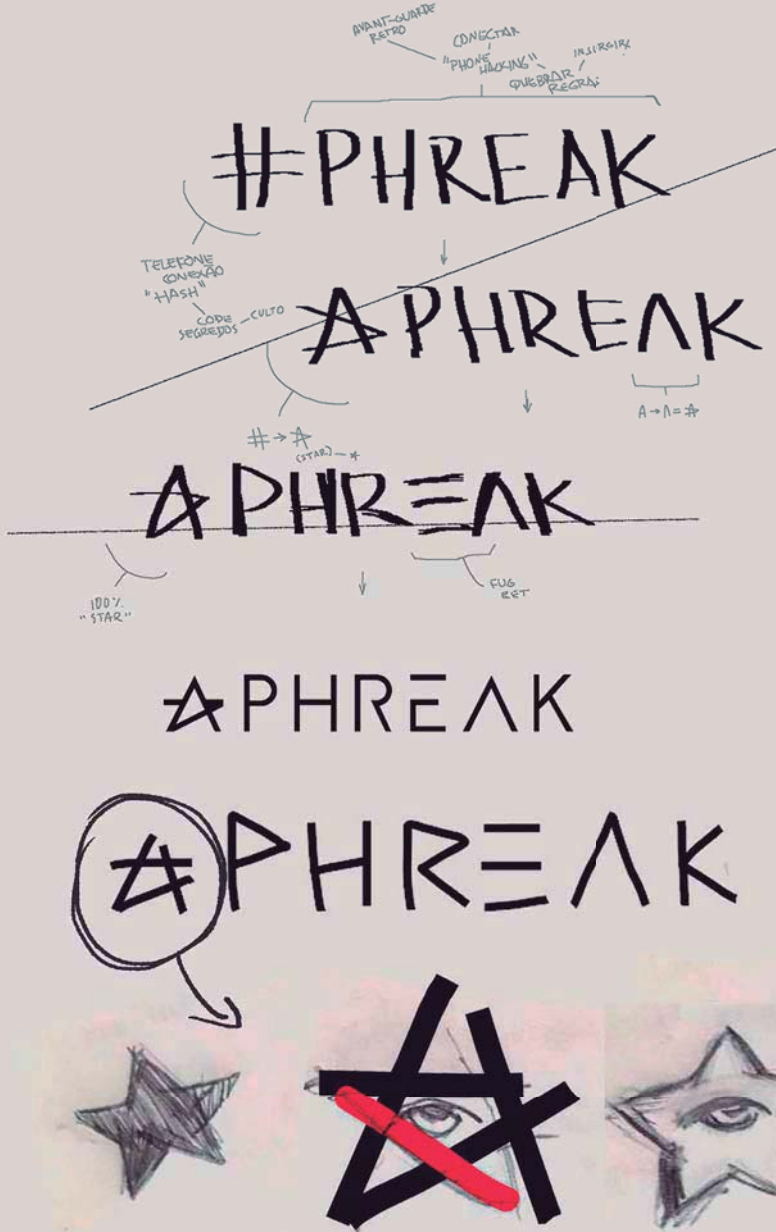
PHREAK

ESTUDOS ESBOÇOS E



inspirada em nome e simbologia inicial da estrela pelos phone-freakers, a marca dialoga ainda com a cultura DIY por sua construção de stencil e é direta em se comunicar com os sentimentos da sociedade contemporânea através da estrela que chora uma lágrima de cabo

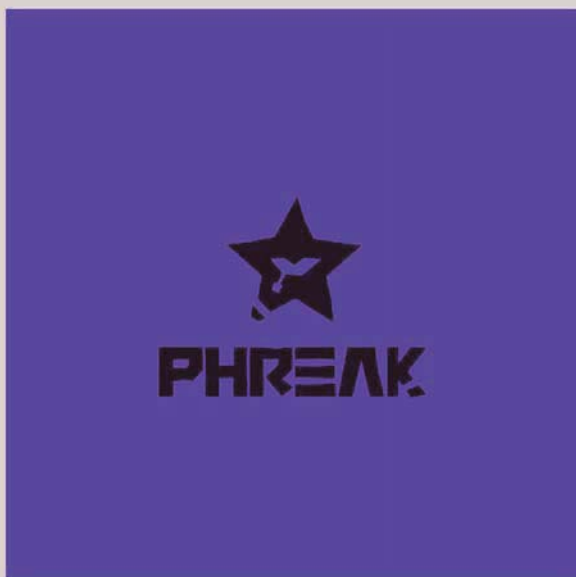
REFINAMIENTO DE IDEAS



APLICAÇÕES E PROTEÇÃO

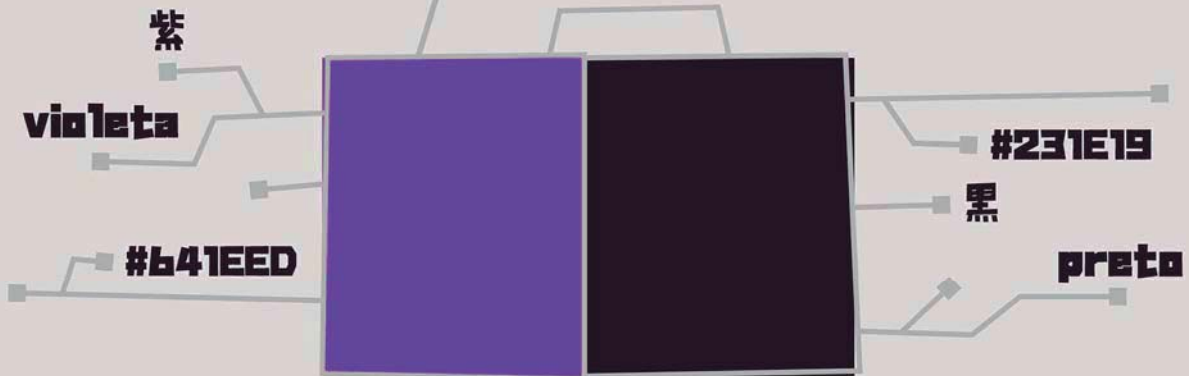


// A marca é livre para ser exibida variando os tons de fundo e da logo entre sua paleta primária, secundária e o preto e branco desde que o violeta de assinatura apareça em alguma parte da peça gráfica //

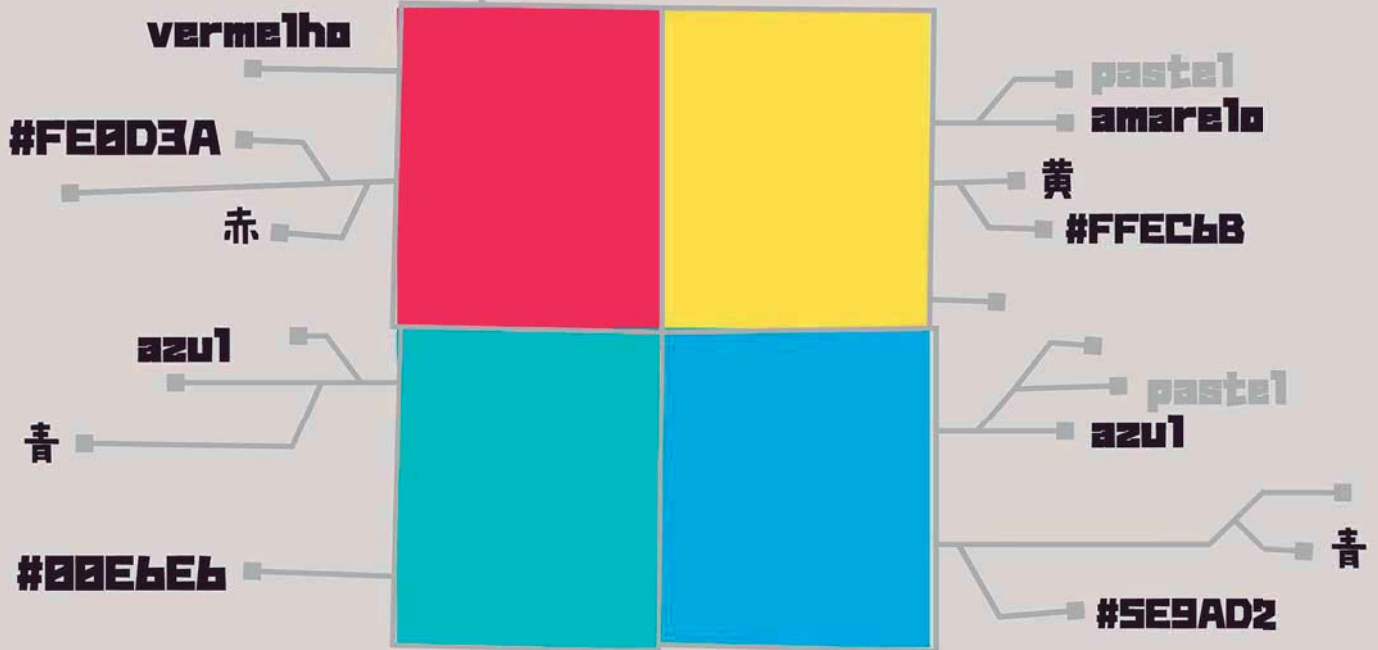


CORES

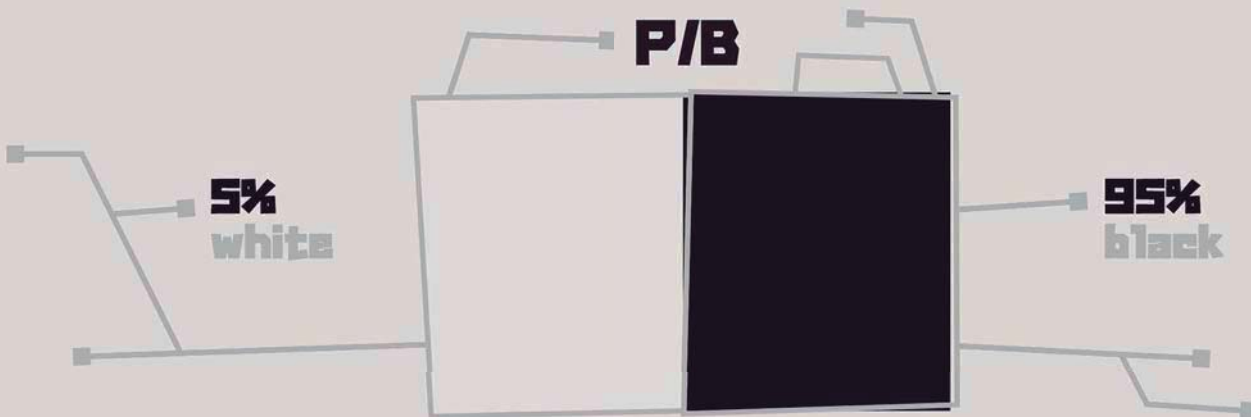
Primárias



Secundárias

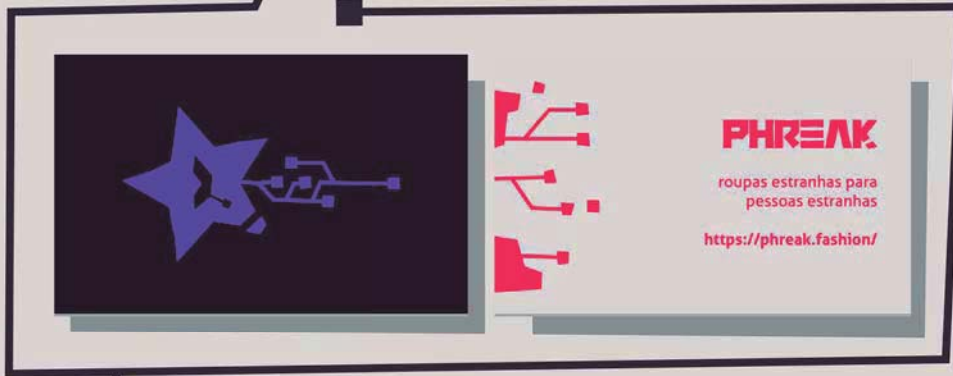


P/B



MATERIAL DE ESCRITÓRIO

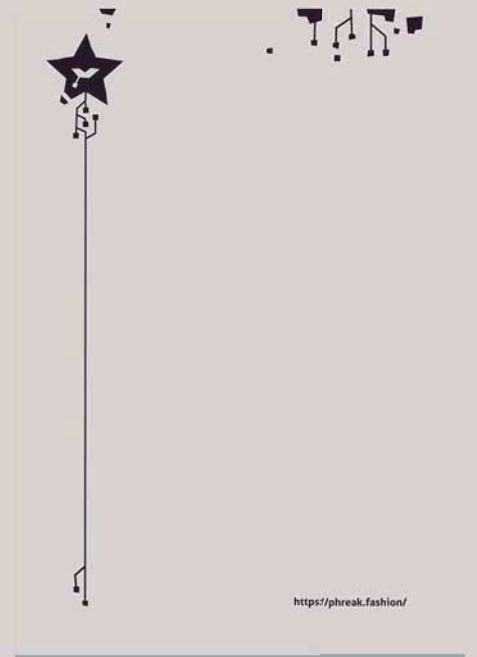
CARTÃO DE VISITAS



ENVELOPES



PAPELARIA



FITA



MATERIAL PROMOCIONAL

PIN DE ENAMEL



PATCHES



STICKERS

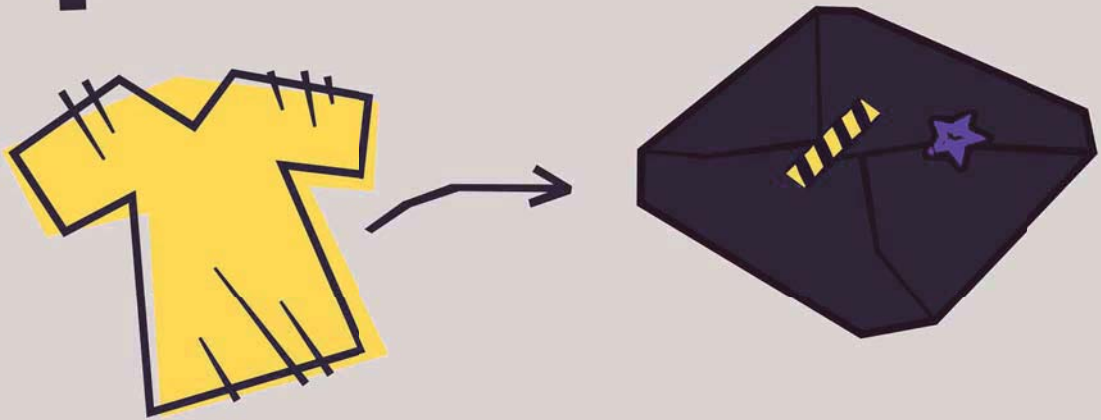


PINGENTE DE CELULAR

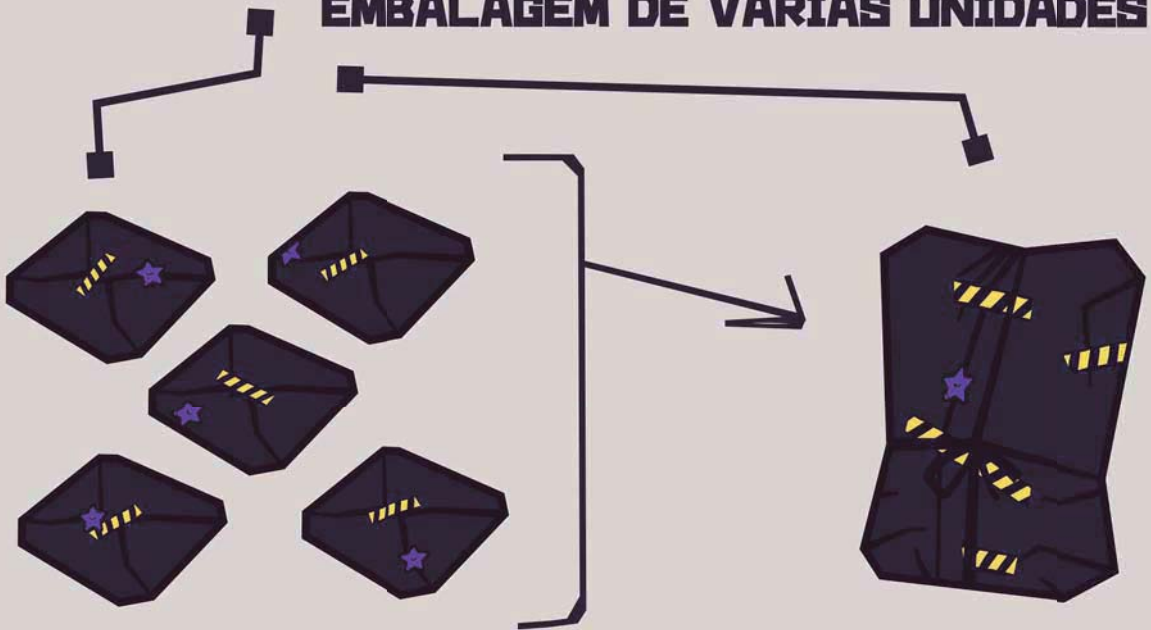


EMBALAGENS E ETIQUETAS

EMBALAGEM ÚNICA



EMBALAGEM DE VÁRIAS UNIDADES



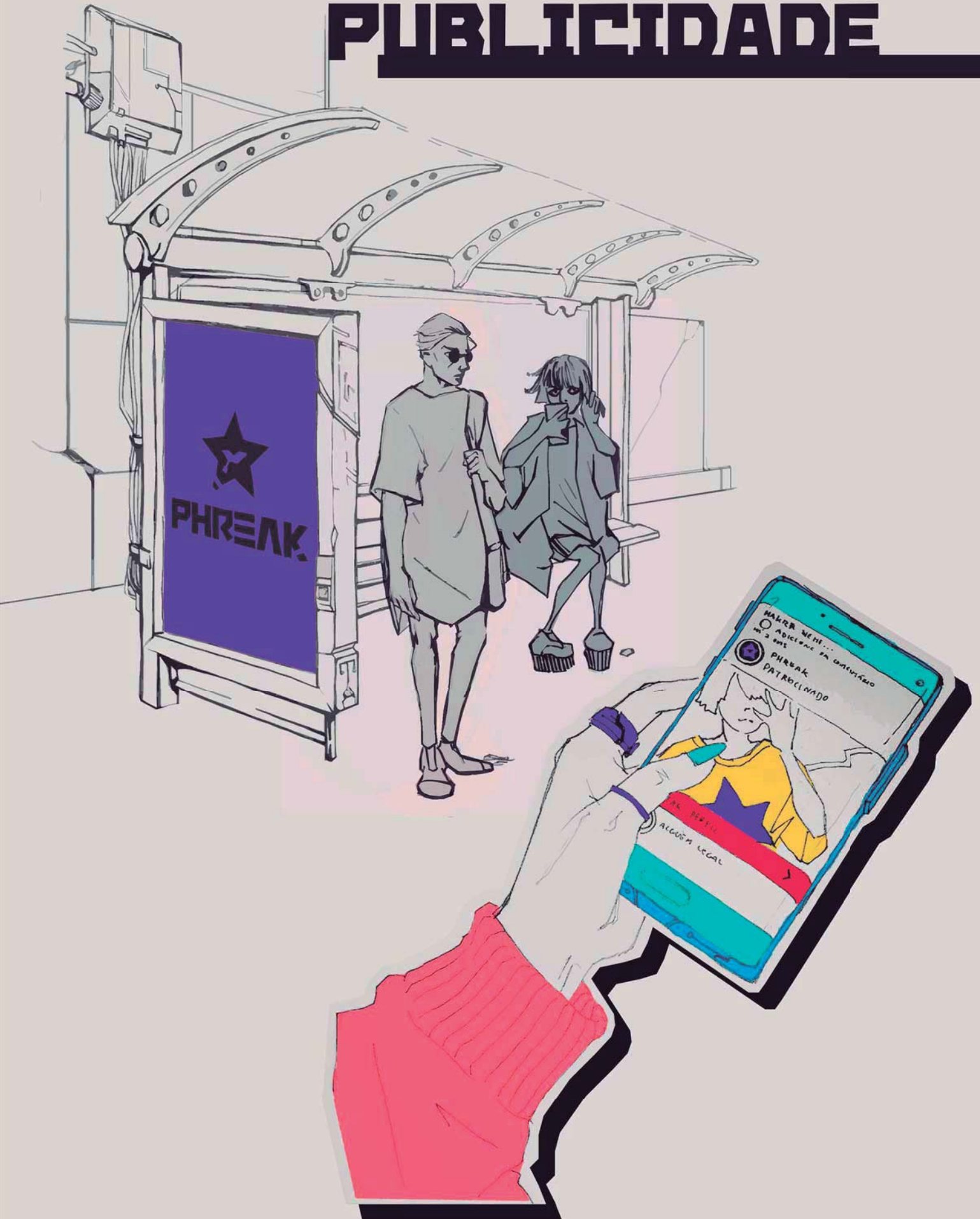
TAG
ADESIVA
APLICADA
NA ROUPA



ETIQUETA
SERIGRAFIA



PUBLICIDADE



CUSTO DE PRODUÇÃO

| MATERIAL | COSTURA | LAVANDERIA | MODELAGEM | TRANSPORTE | CUSTO UNITÁRIO |
|----------|---------|------------|-----------|------------|----------------|
| 12 | 5 | 0,5 | 2 | 0,8 | 27,3 |

CUSTOS FIXOS

| PROLABORE | MATERIAL | PUBLICIDADE | INTERNET | ENERGIA | MEI | TOTAL |
|-----------|----------|-------------|----------|---------|------|--------|
| 900 | 50 | 100 | 70 | 80 | 53,7 | 1233,7 |

CUSTOS INDIRETO

| PRODUÇÃO | ALIMENTAÇÃO | STAND | TOTAL |
|----------|-------------|-------|-------|
| 300 | 50 | 400 | 750 |

CUSTO VARIÁVEL POR UNIDADE

| EMBALAGEM | ETIQUETAS | MATERIAL | TOTAL |
|-----------|-----------|----------|-------|
| 2,5 | 0,5 | 12 | 15,3 |

| PRODUÇÃO (UNIDADES) | CUSTO PRODUÇÃO + VARIÁVEL | CUSTO VAR TOTAL | TOTAL |
|---------------------|---------------------------|-----------------|--------|
| 72 | 42,6 | 3067,2 | 5050,9 |

| MARKUP | PREÇO DE VENDA |
|--------|----------------|
| 3,5 | 110,85 |

| RECEITA | LUCRO |
|---------|--------|
| 7981,2 | 2930,3 |

*Valores médios estimados segundo um cenário de *home office* e produção pequena dividida entre um máximo de 5 pessoas

**Lavanderia* se refere apenas à lavagem em máquina caseira com amaciante

**Modelagem* se refere à plotagem do risco, inteiramente feito de forma digital no *Illustrator*

**Publicidade* cobre os valores dos anúncios em redes sociais como *Instagram*

**Embalagens* consistem principalmente de papel seda e material adesivo

| VACA LEITEIRA | PREÇO | PARTICIPAÇÃO |
|-------------------|------------|---------------------------|
| t-shirts | R\$ 70,00 | 60% da produção |
| t-shirt oversized | R\$ 90,00 | |
| legging | R\$ 120,00 | |
| calça esportiva | R\$ 150,00 | |
| cropped | R\$ 60,00 | |

peças básicas de fácil absorção pelo público e produção simples, com possível repetição de modelagem

| ESTRELAS | PREÇO | PARTICIPAÇÃO |
|---------------|------------|---------------------------|
| bomber jacket | R\$ 180,00 | 30% da produção |
| macacões | R\$ 150,00 | |
| cardigans | R\$ 90,00 | |

peças de estilo com processos de produção um pouco mais caros

| ??? | PREÇO | PARTICIPAÇÃO |
|-------------|------------|---------------------------|
| assimetrias | R\$ 150,00 | 10% da produção |
| drapeados | R\$ 130,00 | |
| recortes | R\$ 180,00 | |

peças de modelagem e produção complexas, custo mais alto e absorção questionável

| ABACAXI | PREÇO | PARTICIPAÇÃO |
|---|------------|---------------------------|
| peças com muitos aviamentos ou recortes, pesadas e fechadas | R\$ 250,00 | 00% da produção |

peças de produção muito cara ou processos demasiadamente demorados, absorção questionável que fogem do escopo

| ACESSÓRIOS | PARTICIPAÇÃO |
|--|-------------------------------|
| presilhas, pingentes e gargantilhas em porcelana fria com partes metálicas e tecidas adquiridas em revendedores como Nina Bijoux | produção paralela sob demanda |

