

TATTOO EXPRESS – FEIRINHA DO DESIGNER EMPREENDEDOR

LODI, Analetícia

OLIVEIRA, Wellington

CASAGRANDA, Juciele Fernanda

Resumo

O presente plano de negócios estuda a viabilidade de negócio da marca Tattoo Express, que comercializa tatuagens temporárias. Foram estudados os custos e investimentos necessário para o negócio, o público e o mercado no qual ela está inserida, e como ela vai gerar receita futuramente.

A Tattoo Express é uma empresa fictícia desenvolvida a partir de um projeto na disciplina de empreendedorismo e design. Tem um público-alvo bastante abrangente: pessoas com a mente jovem, que gostam e buscam formas leves e descontraídas de se expressarem, em busca de um mundo melhor.

Concluiu-se, após análise do plano de negócios, que o negócio é sim viável, pela facilidade de compra e pelo baixo investimento necessário para começar. Sendo possível através de estratégias de marketing, crescer e se consolidar como marca líder no mercado de tatuagens temporárias.

Palavras-chave: Design Gráfico. Marca. Tatuagens.

1 INTRODUÇÃO

O seguinte projeto possui o intuito de criar uma empresa por meio do estudo de viabilidade e desenvolvimento de um plano de negócios, onde busca comercializar produtos para a venda na VIII Feirinha do Designer Empreendedor. O problema inicial era criar a marca e os produtos, de forma viável e lucrativa, e que atraísse um público-alvo específico que se encontra na universidade.

O produto proposto foram as tatuagens temporárias, que duram entre 3 à cinco dias, são atóxicas e não agredem a pele. Criou-se a marca e a forma de comunicação leve e divertida, de acordo com o público e o produto vendido.

A realização do plano de negócios para o desenvolvimento do projeto foi de suma importância, pois para que qualquer negócio dê certo é extremamente necessário que se estude todas as suas variáveis: público, mercado, concorrentes, meios de fabricação, matéria-prima, valor de investimento, entre outros fatores.

Muitas lições foram aprendidas nesse projeto, a quebra do tabu que empreender é impossível, riscos podem ser mitigados, a necessidade de conhecer a fundo o mercado que se pretende explorar, bem como entender o perfil do público-alvo, suas preferências, consumo, o que desperta seu interesse de compra.

2 DESENVOLVIMENTO

Para o desenvolvimento das tatuagens, foi utilizada a metodologia de Bruno Munari, por ser a que mais se adapta ao projeto. Na metodologia todos os itens necessários para a realização do produto final são estudados, desde o problema e suas limitações, até o custo, matéria-prima, público-alvo e materiais para a possível solução. Contudo, para definir a marca, a ideia de negócio e entender se o mesmo seria viável ou não, realizou-se um plano de negócios.

A partir deste estudo, nasceu a Tattoo Express. Uma marca e também uma forma de expressão. Atuando no ramo de tatuagens temporárias. Busca proporcionar aos clientes um meio para que eles expressem suas ideias e seus ideais através da pele.

Nossa missão é ajudar a tornar o mundo um lugar melhor onde todo mundo se entende, se aceita e se respeita. E como fazer isso? Espalhando, por meio de tattoos arte, cultura, diversão e frases que passam longe de todo e qualquer tipo de preconceito. Além do que, acredita-se que todas as pessoas

deveriam ter a chance de experimentar a sensação de uma tatuagem, sem a obrigação de que ela seja permanente.

A Tatto Express conta com uma equipe de duas pessoas, ambos sócios e designers da empresa. As tatuagens temporárias são desenvolvidas pela equipe, sendo necessário para o processo criativo e de criação um computador contendo internet e o pacote Adobe. Já, a fabricação das mesmas é terceirizada, por tanto, as artes são enviadas via internet e a entrega do produto final é feita pelos correios. O produto que se adequa e muda, assim como as pessoas. Destacando-se pelo design, durabilidade e qualidade da tatuagem temporária. Trazendo sempre temas atuais e coleções especiais para datas comemorativas (ex: carnaval, réveillon, etc) busca transformar a sociedade num lugar mais leve, divertido e onde todos possam viver bem. Essa transformação é feita pela Tatto Express e por cada um que a carrega no corpo.

A marca está inserida num nicho de mercado relativamente novo. As tatuagens temporárias, de hena eram moda nos anos 90. E, agora, as tatuagens temporárias voltaram repaginadas. Estilo tatuagem de chicletes, porém, com qualidade, durabilidade e design muito melhores. Os principais concorrentes diretos são a Le Petit Pirate e a Tattooux, ambas marcas de tatuagens temporárias, com temas atuais e bem diversificados. Sendo a primeira com um preço mais elevado, e a segunda mais acessível.

As tatuagens temporárias inicialmente eram feitas em hena, surgindo nos anos 90, onde o cliente escolhia o desenho, e o mesmo era desenhado diretamente na pele da pessoa. Hoje, ainda são feitas tatuagens em hena, principalmente em praias, onde ambulantes oferecem o serviço. Já as tatuagens temporárias, surgiram, literalmente, como uma brincadeira de carnaval. Em 2014 a moda surgiu, no carnaval, e segue até hoje, porém, se estendeu para o cotidiano das pessoas. Sendo bastante usada em festas, manifestações, etc.

Para manter-se no mercado, com sucesso, é necessário que a marca esteja sempre atenta as tendências e novidades. Política, datas comemorativas, festas, festivais e memes. O mundo das tatuagens

temporárias precisa se renovar na mesma velocidade do mundo e das pessoas.

O público-alvo da Tattoo Express foi estudado e chegou-se à conclusão de que o mesmo consiste principalmente em pessoas com a mente jovem, independentemente da idade, com opiniões e personalidade fortes, que buscam vários meios de expressar suas ideias, seus valores, seus ideais, sem deixar de lado a leveza e a diversão. Por ser um produto acessível e de ótima qualidade, atende ao público de todas as classes.

A Tattoo Express, além de fornecer tatuagem atóxica, de ótima qualidade e durabilidade, não traz apenas desenhos para que o cliente cole na pele. Traz atitude, personalidade, expressão. O teor político e ideológico da marca é o seu principal diferencial perante as demais concorrentes, pautas como feminismo e preconceito zero estão sempre presentes em nossas coleções.

Todo o estudo realizado nesse projeto para desenvolvimento da empresa e dos produtos tinham como foco a participação na VIII Feira do Designer Empreendedor que aconteceu no dia 06 de junho, no centro de convivência da Unoesc Xanxerê. Neste evento foram comercializados os produtos em quiosques personalizados, para o público que circulava no campus.

O desenvolvimento desse projeto permitiu compreender como funciona o processo empreendedor, conhecer as dificuldades, desafios e riscos que quem quer empreender provavelmente vai enfrentar no caminho. Mas também apresentou técnicas e ferramentas de como mitigar tais problemas e propor soluções para os desafios apresentados.

3 CONCLUSÃO

A presente pesquisa objetivou o desenvolvimento de uma marca para um negócio de tatuagens temporárias, tendo como principal evento de vendas iniciais a VIII Feirinha do Design Empreendedor. O desenvolvimento da

marca e dos produtos ocorreu com sucesso, trazendo uma marca e produtos bem estudados e elaborados.

Contudo, o resultado após a feira não foi satisfatório. O valor investido para o desenvolvimento das tatuagens não foi arrecadado novamente no dia do evento, por diversos motivos. Não havíamos muitas opções de tatuagens diferentes, e ainda, o público que compareceu ao evento e adquiriu produtos foi extremamente baixo. Porém, há possibilidade de recuperação do valor investido nas vendas seguem após a feira.

Mesmo não recuperando o valor investido inicialmente, esse projeto permitiu vivenciar lições importantes para a vida acadêmica e profissional que servirão como base para projetos de empreender futuramente

REFERÊNCIAS

TATTOOUX. Disponível em: <http://www.tattooou.com/>. Acesso em: 17 maio 2019.

LE PETIT PIRATE. Disponível em: <http://www.lepetitpirate.com/>. Acesso em 18 maio 2019.

Sobre o(s) autor(es)

Graduanda do curso de design. Universidade do Oeste de Santa Catarina Unoesc Xanxerê. analeticialodi@outlook.com

Graduando do curso de design. Universidade do Oeste de Santa Catarina Unoesc Xanxerê. wellinton.oliveira1579@gmail.com

Designer. Especialista em Gerenciamento de projetos. Universidade do Oeste de Santa Catarina Unoesc Xanxerê. jucielefer@gmail.com