

## EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

<b>INSCRIÇÃO</b>	00356
<b>INSTITUIÇÃO</b>	Universidade Católica Dom Bosco
<b>CAMPUS</b>	UCDB
<b>CIDADE</b>	Campo Grande
<b>UF</b>	MS
<b>CATEGORIA</b>	PP
<b>MODALIDADE</b>	PP11
<b>TÍTULO</b>	262 Kustom Shop. Muito Mais que Barba Cabelo e Bigode.
<b>ESTUDANTE-LÍDER</b>	Rebeca Minussi Baltuilhe
<b>CURSO ESTUDANTE-LÍDER</b>	Publicidade e Propaganda
<b>COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:</b>	Camila de Moraes Oliveira (Universidade Católica Dom Bosco); Eduardo Perotto Biagi (Universidade Católica Dom Bosco)

### DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

O presente trabalho é parte integrante da disciplina Projeto Experimental II no segundo semestre do ano de 2019, Universidade Católica Dom Bosco (UCDB). O cliente escolhido foi a barbearia 262 Kustom Shop. Camila Basso e Tomaz Alves Correia, proprietários da mesma, tiveram a ideia de um local com uma proposta de ponto de encontro, onde os motociclistas pudessem ir para apreciar uma cerveja com os amigos, além de encontrarem adereços à venda como capacetes, camisetas, tênis, etc e ao mesmo tempo ter a chance de cuidar do visual, seja com um corte de cabelo ou aparando a barba. Assim no ano de 2014, surgiu a 262 Kustom Shop, com um ambiente que conta com bar, loja, estúdio de tatuagem e barbearia, localizada na Rua 13 de Junho, 945, centro de Campo Grande/MS, hoje os sócios contam três lojas espalhadas pela cidade. Um dos desejos dos sócios é que a empresa seja reconhecida como uma empresa inovadora que também traz consigo um bar e uma loja de roupas. Eles prezam por uma gestão inovadora, comprometimento nas atividades realizadas, qualificação da equipe e qualidade no atendimento.

### DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

Com o intuito de obter dados objetivos e com informações mais diretas, foram realizadas duas pesquisas quantitativas. O principal foco da pesquisa realizada dentro da barbearia é a necessidade de entender o público-alvo da empresa, além de descobrir qual a percepção desse público sobre a barbearia, para assim, facilitar a forma com que a comunicação da empresa para com seus clientes seria criada e direcionada posteriormente. Para obtenção dos dados que regiram a estratégia desenvolvida para a barbearia 262 Kustom Shop, foi realizada uma pesquisa de campo, a fim de coletar resultados que foram essenciais no exercício das peças elaboradas. Seguindo o modelo do Critério Brasil, foram estruturadas perguntas de identificação do cliente, de avaliação do espaço de barbearias e a respeito do que o público externo espera encontrar no momento que utiliza os produtos e serviços oferecidos. A pesquisa teve caráter quantitativo e utilizou como instrumento de coleta de dados um questionário com perguntas objetivas. Antes de aplicar a pesquisa, foi realizado um cálculo amostral referente a população de Campo Grande - MS, e o número de pessoas equivalentes necessárias para responderem a pesquisa de campo. A partir do número atualizado da população em 2019, com nível de confiança de 90% e margem de erro em 5%, evidenciou-se o número de 269 pessoas que precisam ser entrevistadas. Além disso foi realizada a análise SWOT ou análise FOFA (no português), que é dividida em dois ambientes, ambiente interno (Forças e Fraquezas) e ambiente externo (Oportunidades e Ameaças). Após a analisar o cruzamento da Análise SWOT, pode-se perceber que a 262 oferece muito mais do que serviços de barbearia, pode-se notar que ela é muito mais que uma barbearia comum. Sendo assim, foi determinada como Mote principal da campanha a frase Muito mais que barba, cabelo e bigode.

### DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

O Barber Pole passou a ser muito utilizado em frente às barbearias, com isso se tornou objeto característico das mesmas, sempre nas cores azul, branco e vermelho. Com isso foram utilizadas essas cores em formas geométricas nas peças criadas, remetendo a

lembrança à esse objeto marcante das barbearias. As formas geométricas e desenhos nas imagens são referências diretas da Bauhaus, que é usado no design modernista, uma vez que apesar de ter os serviços de uma barbearia tradicional, a 262 Kustom Shop é uma barbearia moderna e diferente das convencionais do mercado, além disso traz uma percepção de uma barbearia mais jovem e dinâmica. A fonte usada foi a Zing Rust, por ser uma fonte um pouco mais grossa, tem o objetivo de passar um tom de mais seriedade, consistência e tradição, acompanhando a o estilo Bauhaus das formas. As sombras coloridas reforçam a dualidade de tradição e modernidade. As peças foram todas produzidas pelo programa Illustrator da Adobe. A frase "Barba, Cabelo e Bigode" é uma expressão muito popular utilizada para quando é algo é muito bem feito, logo quando escolhido o Mote principal da campanha a frase Muito mais que barba, cabelo e bigode, quisemos mostrar que a barbearia é muito melhor do que outras espalhadas pela cidade e também que a barbearia 262 Kustom Shop, presta muito mais do que só serviços tradicionais de barbearia (barba, cabelo e bigode), mas também qualidade no atendimento, atendimento diferenciado, bons momentos, etc, além de outros serviços prestados. é Muito mais que barba, cabelo e bigode.