

Laboratório de Inovação em
Desenvolvimento Regional e
Empreendedorismo



BRAND BOOK

1 Bases da empresa

- 1.1 Histórico
- 1.2 Razão de ser (porque existimos)
- 1.3 Missão
- 1.4 Valores
- 1.5 Visão de futuro

2 Bases do produto

- 2.1 Mercado
- 2.2 Diferenciais
- 2.3 Segmentação
 - 2.3.1 Demográfico
 - 2.3.2 Geográfico
- 2.4 Posicionamento

3 Essência da marca

- 3.1 Mensagem-chave
- 3.2 Personalidade / Persona

4 Marca gráfica

- 4.1 Assinatura
- 4.2 Padrão Cromático
- 4.3 Símbolos da Marca
- 4.4 A Marca

5 Aplicação da marca

- 5.1 A Marca em Rótulos
- 5.2 Rótulos nas Embalagens
- 5.3 Embalagens Premium
- 5.4 A Marca nos Brindes

6 Reprodução da marca

- 6.1 Versão Positiva e Negativa
- 6.2 Formas Incorretas de Uso

7 Registro da marca

- 7.1 Registro.br
- 7.2 INPI

8 Autoria

- 8.1 O Projeto LIDERE Brand
- 8.2 O LIDERE

1 1.1 Histórico
A Lúpulos Serrana nasceu em 2017, oriunda de uma paixão de seu fundador pelo agronegócio. Alexandre Creuz, administrador de formação atuou no agitado mercado financeiro por 20 anos, resolveu dar um giro de 180º em sua vida, após fazer um técnico na área de agronegócio em 2015, foi possível constatar, através trabalho de conclusão de curso, um potencial mercado ainda a ser explorado, a plantação de lúpulos na serra catarinense, a partir deste trabalho deu início ao plano de negócio que mais tarde fundaria a Lúpulos Serrana. A motivação da Lúpulos Serrana existir, vem da paixão pelo agronegócio quando seu fundador contemplou um potencial mercado ainda não explorado no Brasil, através do lúpulo.

1.2 Razão de ser (porque existimos)

Despertar no agronegócio nacional as possibilidades de produção de lúpulos em solo nacional.

1.3 Missão

Ser referência nacional no cultivo de lúpulos oferecendo conhecimentos e uma experiência de vivência na serra catarinense que enriqueça a vida dos nossos stakeholders.

1.4 Valores

Inovação
Cordialidade
Comprometimento
Zelo
Conhecimento

1.5 Visão de futuro

Ser referência nacional como propriedade modelo para o cultivo de lúpulo, sendo uma das 10 propriedades que mais recebem visitantes no país fortalecendo assim um vínculo entre o crescimento e a relação com nossos stakeholders.

2 2.1 Mercado

A produção mundial de Lúpulos VS o consumo de lúpulo no Brasil.

O mercado cervejeiro no Brasil.

O turismo dentro de um segmento, o mercado cervejeiro.

2.2 Diferenciais

Ser um local de aproximação com a cultura do lúpulo.

Ser uma experiência de turismo regada a conhecimentos e histórias.

Oferecer um momento de conexão com a natureza. Ser referência em Santa Catarina como cultura do lúpulo.

2.3 Segmentação

Turismo na serra catarinense.

Segmentação Geográfica + Segmentação Psicográfica:

Pessoas da região do Sul e Sudeste do Brasil que apreciem o turismo voltado para a cultura cervejeira.

2.3 Segmentação

2.3.1 Demográfico

Pessoa física

Sexo – Predominantemente Masculino;

Idade – 30 a 40 anos;

Renda: Classe C+, B e A-;

2.3.2 Geográfico

Turistas que vem da região do Sul e Sudeste do Brasil.

2.4 Posicionamento

Ser um local de aproximação com a cultura do lúpulo.

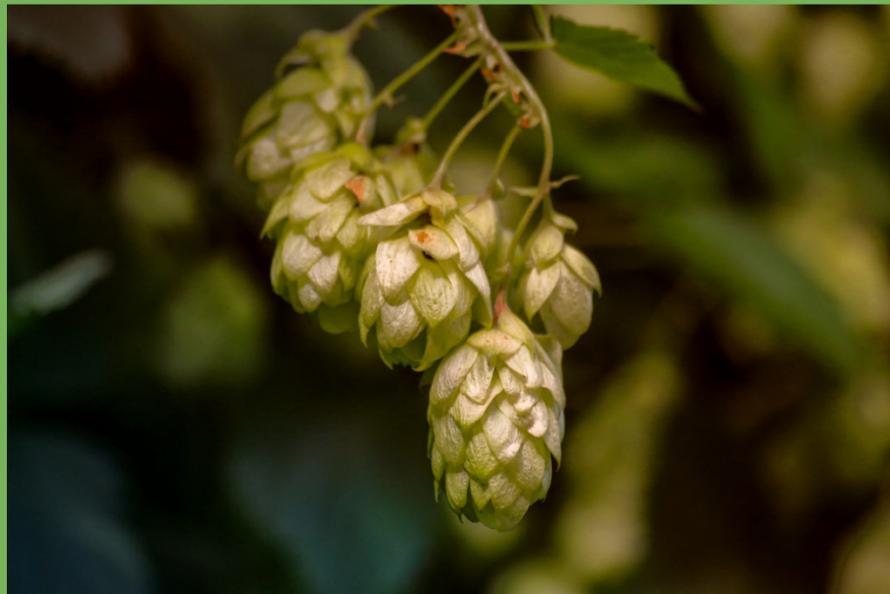
Ser uma experiência de turismo regada a conhecimentos e histórias.

Oferecer um momento de conexão com a natureza.

Ser referência em Santa Catarina como cultura do lúpulo

3 3.1 Mensagem-chave

Novas experiências na cultura do lúpulo em contato com a natureza.



3.2 Personalidade / Persona

João, 35 anos, Casado, graduado em administração. Classe média. Gosta de estudar e adora desenvolver novos conhecimentos. Apreciador de uma boa cerveja. Amante do turismo regado de experiências, no seu tempo livre viaja para conhecer novos locais. Como qualidade de João, destacam-se boa conversa, tranquilidade e inteligência.

4 4.1 Assinatura

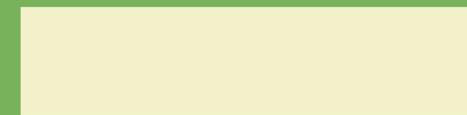
Para a criação da assinatura, foi realizada uma pesquisa em suas redes sociais e no mercado que está inserido. Assim assinatura da MARCA, foram utilizadas as fontes em dois estilos.

Sendo a escrita LÚPULOS SERRANA na fonte BRANDINGSF-BOLD, de fácil leitura.

LÚPULOS
Serrana

4.2 Padrão Cromático

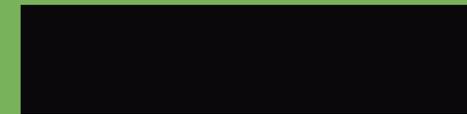
A escolha da cor não é uma questão de gosto pessoal. Nem de modismo. É uma questão de branding estratégico, pelo menos no que se refere à construção de uma marca expressiva, coesa, impactante.



#F3F1CA



#B5CC86



#0A080B

4 4.3 Símbolos da Marca

Os símbolos são figuras ou desenhos da marca, que pode ser abstrato ou figurativo, ou também expressar exatamente o significado ou serviço ofertado.



Representação Lúpulos



Representação onde pertence



Base da marca

4.4 A Marca

Marca, logomarca ou logotipo são nomenclaturas utilizadas para identificar o conjunto de símbolos, ícones e tipografia que representam uma empresa.

A criação de marca, envolve sempre uma solução gráfica que represente o que a empresa faz ou transmitir alguns de seus valores.



5 5.1 A Marca em Rótulos

Valor ao seu produto por meio do rótulo

Muito se tem dito a respeito da geração de valor para agregar aos produtos que sua marca oferece. E, nesse processo, é indiscutível o peso do rótulo.

Afinal de contas, a percepção de marca se dá por meio da afinidade e identificação gerada entre as empresas e os seus consumidores.



5 5.2 Rótulos nas Embalagens

A embalagem pode agregar valor através da identificação da marca. Os consumidores ativos de hoje gastam muito menos tempo para escolher um produto nas prateleiras. Mas quando uma marca é conhecida pela sua qualidade, o consumidor confia nela toda vez que precisa do produto.



5 5.3 Embalagem Premium

Muitos são os atributos decisivos em estratégias e como a embalagem pode contribuir nas compras no ponto de venda e corresponder às novas expectativas, oferecendo tecnologia, design, informação, relacionamento nos locais de exposições.



5 5.4 A marca nos Brindes

Os rótulos nas embalagens dos produtos são de extrema importância para o consumidor final. É através deles que muitos decidem a compra.



6.1 Versão Positiva e Negativa



6.2 Formas Incorretas de Uso



7 7.1 Registro.br

Um domínio é um como se fosse um endereço que as pessoas utilizam para achar onde o site se encontra na web.



The screenshot shows a domain registration interface for 'lupulosserrana.com.br'. The domain is listed as 'Domínio disponível para registro.' Below this, there are three pricing options: R\$ 40,00 por 1 ano, R\$ 76,00 por 2 anos (with a crossed-out R\$ 80,00), and R\$ 184,00 por 5 anos (with a crossed-out R\$ 200,00). A link '» outros valores' is also present. A green 'REGISTRAR' button is located at the bottom center.

Preço	Período
R\$ 40,00	por 1 ano
R\$ 76,00	por 2 anos
R\$ 184,00	por 5 anos

7.2 INPI

O registro no INPI é essencial. Quem não registra não é proprietário.

BRASIL Acesso à informação Participe Serviços Legislação Canais

Instituto Nacional da Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI [Início | Ajuda?]

» Consultar por: Pesquisa Básica | Marca | Titular | Cód. Figura]

RESULTADO DA PESQUISA (11/11/2021 às 17:30:00)
Marca: "lúpulos serrana"
Foram encontrados **1** processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página **1** de **1**.

Número	Prioridade	Marca	Situação	Titular	Classe
916272869	18/11/2018	Lúpulos Serrana Lages/SC	Registro de marca em vigor	ALEXANDER CREUZ	NCL(11) 31

Páginas de Resultados:
1

Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910

BRASIL Acesso à informação Participe Serviços Legislação Canais

Instituto Nacional da Propriedade Industrial
Ministério da Economia

Consulta à Base de Dados do INPI [Início | Ajuda?]

» Consultar por: No.Processo | Marca | Titular | Cód. Figura] 1/0

Marca

Meus Pedidos

Nº do Processo: **916272869**

Marca: Lúpulos Serrana Lages/SC

Situação: Registro de marca em vigor

Apresentação: Mista

Natureza: De Produto

8

8.1 O Projeto LIDERE Brand

O presente Brand Book refere-se a uma proposta desenvolvida para a empresa Lingmone, durante o Projeto LIDERE Brand que foi desenvolvido pelo Laboratório de Inovação em Desenvolvimento Regional e Empreendedorismo (LIDERE), do Instituto Federal de Santa Catarina – Câmpus Lages, no âmbito do Edital IF Mais Empreendedor, promovido pela SETEC/IF Sul de Minas/FADEMA.

A proposta foi desenvolvida por uma equipe de seis bolsistas vinculados ao Curso de Pós-graduação em Marketing e ao Curso Técnico em Administração sob orientação de quatro professores do IFSC Lages.

O projeto ocorreu entre os meses de junho e novembro de 2021.

8.2 O LIDERE

O Laboratório de Inovação em Desenvolvimento Regional e Empreendedorismo - LIDERE é resultado dos esforços de cooperação internacional de suas instituições mantenedoras: Instituto Federal de Santa Catarina - IFSC, Instituto Politécnico de Beja - IPBeja e ORION Parque Tecnológico.

O objetivo geral do LIDERE é realizar pesquisas/investigações científicas e atividades de extensão visando auxiliar no desenvolvimento do arranjo produtivo local das suas regiões de influência (Planalto Catarinense – Brasil e Alentejo – Portugal).

Para mais informações acesse: www.lidere.pt



Laboratório de Inovação em
Desenvolvimento Regional e
Empreendedorismo

Projeto Lidere Brand

Equipe de autores/bolsistas:

Cláudio Roberto Borragini - Gessica Mendonça Pereira
Gracielli Azeredo Carvalho - Maria Giullietta Coelho Davila
Luciano Busato - Rodrigo Schlischting

Orientação:

Prof. Dr. Thiago Meneghel - Prof.^a Dr.^a Larisse Kupski
Prof.^a M.^a Marisa Santos Sanson