



**UNIVERSIDADE FEDERAL
DE SANTA CATARINA**

RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO CURRICULAR

DESIGN

Cíntia Marques Henrique

PEIXE URBANO WEB
SERVIÇOS DIGITAIS LTDA

19/03/2018 - 04/07/2018

1.1 IDENTIFICAÇÃO DO ESTAGIÁRIO

Nome: Cíntia Marques Henrique

Matrícula: 17250537

Habilitação: Design Gráfico

E-mail: cintiamarquesh@gmail.com

Telefone: (11) 99740-1089

1.2 DADOS DO ESTÁGIO

Concedente: Peixe Urbano Web Serviços Digitais Ltda

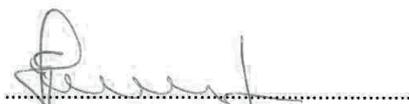
Período Previsto: 19/03/2018 a 28/12/2018

Período referente a este relatório: 19/03/2018 a 04/07/2018

Supervisor/Preceptor: Caroline Schmitz

Jornada Semanal/Horário: das 7h às 13h - 30h semanais

Assinatura da concedente (ou representante):



(assinatura e carimbo)

Peixe Urbano Web Serviços Digitais Ltda.
Gilson dos Santos Azevedo
RG: 068.717.44-6
CPF: 823.045.997-59
Coordenador de Recursos H

RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO CURRICULAR

BLOCO 1

1.3 PROGRAMA DE ATIVIDADES

Objetivo do estágio: Por em prática o conteúdo ensinado em sala de aula, exercitar o aprendizado, ganhar experiência com a criação de diversos materiais, além da experiência de empresa, e dinâmica de trabalho desenvolvido diariamente.

Objeto(s) do estágio: Produção de ofertas para o site Peixe Urbano, criação de peças gráficas e apresentações internas da empresa.

Programa de atividades (PAE): Manipulação e tratamento de imagens para ilustrar as diversas ofertas oferecidas pelo site Peixe Urbano. As categorias das ofertas são: restaurante, beleza e fitness, viagens, produtos, serviços e diversão. A função do estagiário é avaliar a melhor maneira como essas ofertas são apresentadas aos consumidores. Elas devem ser atrativas e compatíveis com a realidade que o cliente vai encontrar.

1.4 SITUAÇÃO ENCONTRADA

Resumo da situação da empresa em relação ao Design: A empresa compreende o design no Departamento de Design, composto por um gestor, três designers, e dois assistentes – sendo um deles o estagiário que vos fala. Possui equipamentos adequados que atendem as nossas necessidades tanto na questão de hardware, como de software.

O que foi abordado no estágio: Criação das ofertas para o site Peixe Urbano, tratamento e manipulação de imagens além de criação de alguns materiais internos como pins e apresentações.

Atuação na área gráfica: Tratamento e manipulação de imagens e apresentações internas.

Atuação na área informatizada (mídias): os softwares utilizados foram: Adobe Photoshop e Adobe Illustrator além de utilizar as apresentações do Google pela facilidade de compartilhar e ajustar tais apresentações.

1.5 ESTRUTURA PARA REALIZAÇÃO DO ESTÁGIO

Infra-estrutura física disponibilizada: Uma grande sala integrada com outros

setores (marketing, gestão de canais, redação, monitoria e produção) porém separada por função. Há uma grande mesa que permite que sete pessoas trabalhem lado a lado e de frente mais sete. Cada um possui computador individual e apoio de pé. Computador com os softwares necessários funcionando corretamente, com a velocidade e memória adequadas. Caso tenhamos algum problema de conexão, software ou qualquer relação com os computadores, contamos com a equipe de infraestrutura sempre pronta para solucionar os problemas rapidamente.

A localização do Design na estrutura organizacional da empresa: Uma grande sala integrada com outros setores como marketing, gestão de canais, redação, monitoria e produção.

O local, na estrutura organizacional da empresa, (diretoria, departamento, etc) onde foi realizado o estágio: Setor de Design, que está integrado ao setor de produção.

Data do início do estágio: 19/03/2018

Data de encerramento do estágio: 28/12/2018

Carga horária diária: 6 horas

Horário diário do estágio (entrada e saída): 7h às 13h

1.6 ORIENTADOR DO ESTAGIÁRIO

Nome: Luciano Patrício de Souza Castro

Formação e cargo: Professor do Curso de Design do Departamento de Expressão Gráfica EGR da UFSC.

Contatos (telefone/e-mail):

lucianocastro@cce.ufsc.br / castro-luciano@uol.com.br
(48) 3721-6605 / (48) 9983-2614

A seguir uma cópia do TCE e do PAE referente ao estágio:



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

DEPARTAMENTO DE INTEGRAÇÃO ACADÊMICA E PROFISSIONAL

Endereço: 2º andar do prédio da Reitoria, Rua Sampaio Gonzaga, s/nº, Trindade - Florianópolis

Fone +55 (48) 3721-9446 / (48) 3271-9296 | <http://portal.estagios.ufsc.br> | dip.prograd@contato.ufsc.br

TERMO DE COMPROMISSO DE ESTÁGIO OBRIGATÓRIO - TCE Nº 2002858

O(A) Peixe Urbano Web Serviços Digitais LTDA, CNPJ 11.701.558/0001-10, doravante denominado(a) **CONCEDENTE** representado(a) pelo(a) sr(a). **Caroline Schmitz**, a Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, CNPJ 83.899.526/0001-82, representada pelo(a) Coordenador(a) de Estágios do Curso, Prof.(a) **Luciano Patrício Souza de Castro**, e o(a) estagiário(a) **Cintia Marques Henrique**, CPF 409.966.788-08, telefone 0, e-mail cintiamarquesh@gmail.com, regularmente matriculado(a) sob número 17250537 no Curso de Design na forma da Lei nº 11.788/08, da Resolução 014/CUn/11 e das normas do Curso, acertam o que segue:

- Art. 1º:** O presente Termo de Compromisso de Estágio (TCE) está fundamentado no Projeto Pedagógico do Curso (PPC) e no convênio firmado entre a **CONCEDENTE** e a **UFSC** em 20/03/2017 e vinculado à disciplina EGR7198.
- Art. 2º:** O(A) Prof.(a) **Luciano Patrício Souza de Castro**, da área a ser desenvolvida no estágio, atuará como orientador(a) para acompanhar e avaliar o cumprimento do Programa de Atividades de Estágio (PAE), definido em conformidade com a área de formação do(a) estagiário(a).
- Art. 3º:** A jornada semanal de atividades será de 30 horas (com no máximo 6 horas diárias), a ser desenvolvida na **CONCEDENTE**, no(a) **Rodovia José Carlos Daux, 500 - Torre I, de 19/03/2018 a 04/07/2018**, respeitando-se horários de obrigações acadêmicas do estagiário e tendo como supervisor(a) o(a) **Caroline Schmitz** (CPF 005.089.589-38).
- Art. 4º:** O(A) estagiário(a), durante a vigência do estágio, estará segurado(a) contra acidentes pessoais pela apólice Nº 01820000838 da seguradora **Gente Seguradora S.A.** (CNPJ 90.180.605/0001-02).
- Art. 5º:** O estagiário(a) deverá elaborar relatório, conforme descrito no Projeto Pedagógico do Curso, devidamente aprovado e assinado pelas partes envolvidas.
- Art. 6º:** O estagiário deverá informar a unidade concedente em caso de abandono do curso.
- Art. 7º:** O estágio poderá ser rescindido a qualquer tempo por meio de Termo de Rescisão, observado o recesso do qual trata o artigo 9º deste TCE.
- Art. 8º:** O(A) **OUTROS** pagará mensalmente ao(a) estagiário(a): **Bolsa de R\$ 1000,00** e mensalmente o auxílio transporte de R\$ 156,00.
- Art. 9º:** O(A) estagiário(a) tem direito a 9 dias de recesso remunerado, a ser exercido durante o período de realização do estágio, preferencialmente durante férias escolares, em período(s) acordado(s) entre o(a) estagiário(a) e o(a) supervisor(a). Caso o estágio seja interrompido antes da data prevista, o número de dias será proporcional e deverá ser usufruído durante a vigência do TCE ou pago em pecúnia ao estudante após sua rescisão.
- Art. 10º:** O(A) estagiário(a) não terá, para quaisquer efeitos, vínculo empregatício com a **CONCEDENTE**, desde que observados os itens deste TCE.
- Art. 11º:** Cederá ao(a) estagiário(a) cumprir o estabelecido no PAE abaixo; conduzir-se com ética profissional; respeitar as normas da **CONCEDENTE**, respondendo por danos causados pela inobservância das mesmas, e submeter-se à avaliação de desempenho.
- Art. 12º:** As partes, em comum acordo, firmam o presente TCE em 3 vias de igual teor.

PROGRAMA DE ATIVIDADES DE ESTÁGIO (PAE) do TCE Nº 2002858

Durante a vigência do TCE, o(a) estudante desenvolverá as seguintes atividades:

Manipulação e tratamento de imagens para ilustrar as diversas ofertas oferecidas pelo site Peixe Urbano. A categoria das ofertas são: restaurante, beleza e fitness, viagens, produtos, serviços e diversão. Minha função é avaliar a melhor maneira como essas ofertas são apresentadas aos consumidores. Ela deve ser atrativa e compatível com a realidade que o cliente vai encontrar.

Local e Data:

Florianópolis, 26 de março de 2018.

Caroline Schmitz
Caroline Schmitz - Representante na CONCEDENTE e Supervisor(a) no local de Estágio

Cintia Marques Henrique
Cintia Marques Henrique - Estagiário(a)

Luciano Patrício Souza de Castro
Luciano Patrício Souza de Castro - Coord. Estágios do Curso - UFSC e Prof.(a) Orientador(a)
Prof. Luciano Patrício Souza de Castro, Dr.
Coordenador de Estágios em Design
CCEI/UFSC
Portaria nº 005/2018/CCCE

RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO CURRICULAR

BLOCO 2

2.1 QUADRO CONTENDO:

a) Cronograma com as atividades (projetos) nos quais houve a participação do estagiário (preferencialmente relacionando as datas ou períodos de realização);

b) Tarefas (estabelecidas no PAE) desempenhadas pelo estagiário em cada atividade (projeto) e as horas de trabalho para cumprimento de cada tarefa;

c) Se necessário, uma relação complementar de atividades não relacionadas diretamente ao PAE que tenham consumido parcela de tempo representativa em relação à carga horária do estágio.

Semana/Mês	Atividade desenvolvida
4ª semana /MAR	Introdução ao ambiente e aos funcionários da empresa assim como às funções que iria desempenhar durante o estágio.
5ª semana /MAR	Treinamento com o RH sobre o Peixe Urbano, onde foram apresentados os ideais e motivações da empresa além de preparar os novos funcionários.
1ª semana /ABR	Introdução às ferramentas e sistemas utilizados para a produção e documentação das ofertas do site Peixe Urbano. Produção de ofertas para o site. Tratamento e manipulação das imagens.
2ª semana /ABR	Produção de ofertas. Entender os sistemas utilizados para arquivar as ofertas.
3ª semana /ABR	Nova meta para produção de ofertas. Os estagiário têm uma meta de 24 ofertas produzidas por dia.
4ª semana /ABR	Foco na produção de ofertas para garantir que o SLA (termo para tempo médio para produção de oferta) seja baixo garantindo rapidez na entrega da oferta.
5ª semana /ABR	Produção de ofertas e criação de pins para premiação interna.

1ª semana /MAI	Recebimento de nova demanda para um projeto interno. Criação de uma apresentação (imersão) para os novos funcionários da empresa. Esta apresentação deveria contar sobre cada setor, o que eles fazem e quanto representam para a empresa. Deveria ser clara e objetiva, apresentando alguns dados e funções de maneira atrativa e dinâmica.
2ª semana /MAI	Produção de ofertas durante quatro horas do dia. As duas horas restantes deveriam ser focadas no projeto da apresentação de Imersão.
3ª semana /MAI	Criação gráfica da apresentação de imersão intercalando com produção de ofertas.
4ª semana /MAI	Refinamento da apresentação de imersão intercalando com produção de ofertas.
5ª semana /MAI	Ajustes, correções e mudanças na apresentação de imersão intercalando com produção de ofertas.
1ª semana /JUN	Curso da Perestroika Chora PPT. Oferecido para todos os funcionários da empresa. O curso visava ensinar como as empresas podem apresentar seus resultados de uma maneira mais criativa e dinâmica das apresentações.
2ª semana /JUN	Produção de ofertas.
3ª semana /JUN	Produção de ofertas e criação de glossário para apresentação de imersão.
4ª semana /JUN	Curso Youtube e produção de ofertas.
5ª semana /JUN	Curso Youtube, produção de ofertas e criação de pins para premiação interna.
1ª semana /JUL	Ajustes finais na apresentação de imersão além de seguir com a produção de ofertas para o site.

2.2 APRESENTAÇÃO DE CADA AÇÃO

a) AÇÃO 1:

Produção de Ofertas para o site Peixe Urbano.

Briefing: Oferta - Categoria Beleza.

Público-alvo: Consumidores de Curitiba.





As ofertas devem conter logo (200x200 pixels) e no máximo dez fotos no carrossel de imagens do site (800x516 pixels). Como a categoria da oferta é beleza, é interessante solicitar ao parceiro que envie imagens do local onde o procedimento será realizado. Isso garante maior confiança ao cliente, que saberá exatamente o que vai encontrar quando for usar o cupom de desconto. A imagem principal (que vai aparecer no feed de ofertas do site) deve representar o resultado do procedimento. No caso acima, a oferta era de limpeza de pele

a) AÇÃO 2:

Produção de Ofertas para o site Peixe Urbano.

Briefing: Oferta - Categoria Restaurante.

Público-alvo: Consumidores de Florianópolis.



Todas as ofertas de restaurante seguem o mesmo padrão. Na imagem de capa colocamos a imagem que melhor represente o que o cliente vai encontrar no local. Geralmente é uma imagem bem atrativa do prato. Essa imagem principal é a que aparece no site na hora que o cliente busca uma oferta, por isso ela deve ser bem chamativa e atrativa. Nas demais imagens vem o restante dos pratos, sobremesas, bebidas e acompanhamento e também imagens do local, se houver, assim o consumidor saberá, no momento da compra, exatamente o que vai encontrar no restaurante.





Buscar ofertas, bairros, etc.

Florianópolis



ENTRAR



Na cidade ▾ Viagens ▾ Produtos ▾ Restaurantes ▾ Diversão ▾ Smartphones ▾ Cinemas ▾ Hotéis com desconto

Florianópolis > Restaurantes > Restaurantes Mexicanos > Guacamole - Florianópolis > 2 Duplas de Taco e 2 Cervejas

Guacamole – Florianópolis: 2 Duplas de Taco e 2 Cervejas Long Neck 343ml



~~R\$68,40~~

R\$ 29,90

COMPRE

72
CUPONS VENDIDOS



Não precisa agendar



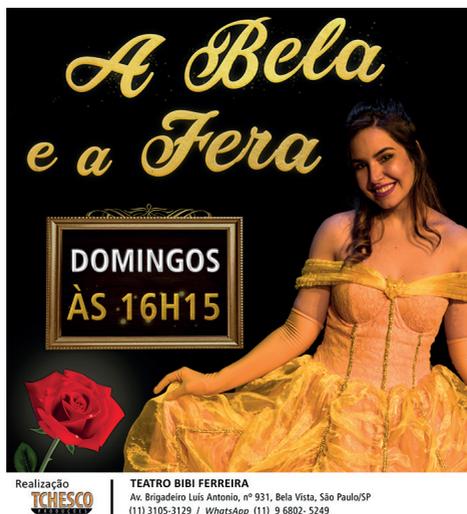
Jantar

a) AÇÃO 3:

Produção de Ofertas para o site Peixe Urbano.

Briefing: Oferta - Categoria Teatro/Show.

Público-alvo: Consumidores de São Paulo.



Ofertas de teatro, show e circo devem apresentar o banner do evento na imagem principal. Geralmente precisamos limpar a imagem retirando os ruídos como data, horário, endereço, logos. A imagem deve ser limpa e clara. As demais informações virão em forma de texto dentro da oferta.

Abaixo observamos o resultado da “limpeza” realizada na imagem. Com o auxílio das ferramentas do Photoshop conseguimos eliminar tudo que não desejamos ter na imagem, assim a informação chega mais limpa para o consumidor.



Screenshot of the peixeurbano website header. It includes the logo 'peixeurbano' on the left, a search bar with the text 'Buscar ofertas, bairros, etc.', a location dropdown set to 'São Paulo - Sul e Oeste', an 'ENTRAR' button, and a shopping cart icon. Below the header is a navigation menu with categories: 'Na cidade', 'Viagens', 'Produtos', 'Restaurantes', 'Diversão', 'Viagens Sudeste', 'Novidades', and 'Motéis com desconto'.

São Paulo - Sul e Oeste > Ingressos > Teatro > Teatro Bibi Ferreira > A Bela e a Fera

A Bela e a Fera: Ingresso para a Plateia no Teatro Bibi Ferreira



R\$50

R\$20

COMPRE

60%
DE DESCONTO

Teatro Bibi Ferreira
4.8 ★★★★★ - 292 avaliações



No caso abaixo também tivemos que adaptar a imagem enviada pelo parceiro para o tamanho do site. Com uma ferramenta básica do Photoshop conseguimos aumentar a zona de fundo da imagem de maneira que não cause confusão.



peixeurbano

Buscar ofertas, bairros, etc. Vitória

Na cidade Viagens Produtos Restaurantes Serviços Diversão Viagens Guias Cinemas

Vitória > Ingressos > Shows > Bom Gosto no Singo's Club > Grupo Bom Gosto

Grupo Bom Gosto no Singo's Club: Ingresso Pista para 2 pessoas

50% desconto

bom gosto

Pagode Gigante

R\$100

R\$49,90

COMPRE

50% DE DESCONTO

Bom Gosto no Singo's Club

📍 💰 📱 📧

O site possui um pequeno *Splash* que aparece em cima da imagem com o valor do desconto da oferta. É importante estar sempre atento para essa interferência na imagem e não deixar que algo importante fique abaixo dela.

b) AÇÃO 4:

Criação de Pin para premiação interna (Melhores do Mês). Os pins são entregues às pessoas que se destacaram dentro das equipes de cada setor da empresa. Essa premiação ocorre todos os meses.

Briefing: Criação de Pin - Melhores do Mês Março.

Público-alvo: Funcionários Peixe Urbano.



Todos os meses o Peixe Urbano realiza a premiação interna de melhores do mês. A arte dos pins são desenvolvidas dentro da empresa. Todos os funcionários podem enviar ideias para a arte. O setor de Design é responsável por executar as ideias dos funcionários que não dominam os programas de edição. A arte mais votada pelos funcionários da empresa é entregue aos melhores do mês.

O mês de março foi marcado pela morte da socióloga Marielle Franco e foi um dos temas escolhidos para ilustrar o pin do mês. Esse foi o pin vencedor.

b) AÇÃO 5:

Pin Melhores do Mês.

Briefing: Criação de Pin - Melhores do Mês Abril.

Público-alvo: Funcionários Peixe Urbano.



O mês de abril foi especial para a empresa. O Peixe Urbano passou a atender países da América Latina e com isso diversos funcionários Latinoamericanos entraram para o time. Pensando em homenagear esses novos funcionários, criei o pin acima como uma espécie de saudação para os novos companheiros de trabalho. Este foi o pin vencedor do mês.

Outras ideias foram enviadas pelos funcionários para o pin do mês. A seguir podemos observar um pin inspirado na chegada do frio na cidade de Florianópolis e outra ideia para os apaixonados por quadrinhos, com a estreia do filme Os Vingadores.



b) AÇÃO 6:

Pin Melhores do Mês.

Briefing: Criação de Pin - Melhores do Mês Maio.

Público-alvo: Funcionários Peixe Urbano.



Maio é o mês das mulheres e também dia das mães. Dois funcionários da empresa enviaram as ideias acima para serem executadas para o pin de melhores do mês. O pin vencedor foi o do dia das mães.

b) AÇÃO 7:

Apresentação de Imersão

Briefing: Criação de apresentação de imersão para os novos funcionários da empresa. Essa apresentação tem o objetivo de informar e explicar os processos, procedimentos e termos das áreas de atuação do Peixe Urbano.

Público-alvo: Novos funcionários Peixe Urbano.



Como classificamos as DBMs?

<p>3</p> <p>1 \$\$\$</p> <p>Parceiros top que vendem muito e trazem bom retorno.</p>	<p>2</p> <p>0 \$\$</p> <p>Parceiros que vendem relativamente bem.</p>
<p>\$</p> <p>Parceiros que não vendem tão bem quanto os outros.</p>	<p>?</p> <p>Parceiros novos. Ainda não conhecemos o desempenho.</p>

SLA: prazo para produção

<p>3</p> <p>1 24h</p> <p>Estratégicos, balé, circo, show, teatro e ADT.</p>	<p>2</p> <p>0 48h</p> <p>Devem ser resolvidos logo após a DBM 3.</p>
<p>72h</p> <p>Produzidos após DBM 0</p>	<p>48h</p> <p>Produzidos após DBM 2.</p>

PREVIEW

O EV recebe o preview com data de publicação marcada para **5 dias**, a contar a data de recebimento.

RELACIONAMENTO GERÊNCIA

- Garantir que todos os indicadores de qualidade e produtividade sejam alcançados conforme metas definidas de atendimento ao cliente (**suporte de todos os canais de atendimento mencionados anteriormente**);
- Construir e liderar equipes visando o desenvolvimento das competências individuais.

PRODUÇÃO GERÊNCIA

- Coordenação e controle de dados, metas e processos
- Elaboração e alterações das imagens, textos e vídeos das ofertas;
- Atendimentos de pedidos de troca e republicação do comercial;
- Configurações sistêmicas para produção da oferta.

RELACIONAMENTO Gerência: Ana Paula

Call Center

Atendimento e tratamento das solicitações dos usuários por telefone.

Adriano e Jefferson

Tele Vendas

Vendas de ofertas aos usuários por telefone.

Nirion

Chat

Atendimento e tratamento das solicitações dos usuários pelo chat on-line.

Roger

RELACIONAMENTO Gerência: Ana Paula



Fale Conosco
Atendimento e tratamento das solicitações feitas por e-mail e formulário disponível no Site, Peixe Urbano ou APP.

Pedro



Mídias Sociais
Atendimento ao cliente via mídias sociais (Facebook, Twitter, Instagram, Loja APP, imprensa) e google+.

Pedro



Reclame Aqui
Atendimento às solicitações de clientes realizadas nas plataformas de atendimento do site Reclame Aqui (HughMe).

Pedro

RELACIONAMENTO Gerência: Ana Paula



Back Office
Responsável por dar suporte às solicitações que não são tratadas no ato do atendimento feito por e-mail e formulário disponível no site ou APP.

Ricardo



Informações Gerais
Gerenciamento e análise dos indicadores e informações operacionais.

Felipe

PRODUÇÃO Gerência: Ana Paula



Design
Produção de imagens e vídeos (comerciais e tutoriais) para as ofertas, agendamento de ensaios fotográficos.

Caroline



Redação
Produção de textos para as ofertas.

Isabel



Publicação
Verificação de possíveis problemas na publicação da oferta. Configuração de agendamento, códigos e taxas.

Fábio



GLOSSÁRIO REC

GLOSSÁRIO REC

Backlog
Quantidade de tickets que ultrapassaram o prazo de 5 dias para resolução na visão cliente.

Chargeback
É a forma de reembolso quando o cliente entra em contato com o banco/operadora de cartão e alega desconhecimento da compra. Pode acontecer muito após a data da compra.

FCR
First Call Resolution é a porcentagem dos casos que foram finalizados em apenas um atendimento.

Nível de Serviço
É a contabilização das chamadas de call center que são atendidas dentro de um parâmetro de tempo definido (90s em nosso caso).



GLOSSÁRIO REC

Pedidos - Televendas
É o total de pedidos realizados, concluídos ou não, pela operação (call center + televendas).

PLP
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation.

Reserva Direta
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Taxa de cancelamento
Cancelamento/Vendas de determinado parceiro ou categoria.



GLOSSÁRIO REC



Tickets repetidos

Chamados que foram feitos pela mesma pessoa em um dia.

TMA

Tempo Médio de Atendimento, é o tempo médio decorrido para o atendimento de um usuário no call center.

TME

Tempo Médio de Espera, é o tempo médio decorrido para que o usuário seja atendido por um dos atendentes, vale para o call center e chat.

URA

Unidade de Resposta Auditível ou atendente eletrônica é um equipamento para call center para que possam ser digitadas opções e prover serviços automáticos.

Venda Bruta - Televendas

É o total de vendas concluídas pela operação (call center + televendas).

GLOSSÁRIO CX



Benchmark

Melhores exemplos / melhores práticas.

Cliente oculto

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

CS

Customer Service é o serviço de atendimento ao usuário. A ponta da experiência que cuida do relacionamento quando é necessário um contato.

Customer Centric

Modelo de cultura organizacional voltada para resolver as questões do usuário como forma de chegar ao lucro, e não o contrário.

GLOSSÁRIO CX



CX

Customer Experience é a experiência do usuário com a marca em todos os pontos da jornada.

Focus Group

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna.

Lifetime Value

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna.

Mapa da Jornada do usuário

Mapeamento de todas as etapas que o usuário deve fazer para consumir um serviço da empresa. Envolve entender, além da parte prática/operacional, como ele se sente naquele momento e os pontos de oportunidade de melhorias.

GLOSSÁRIO CX



NPS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna.

SNS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna. Consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna.

UX

User Experience é a parte do time que cuida da experiência com o produto, que garante que ela seja fluida e simples para o usuário.



AGORA VOCÊ ESTÁ
PRONTO PARA SE JOGAR
NO NOSSO AQUÁRIO!



RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO CURRICULAR

BLOCO 3

3.1 A SITUAÇÃO PARA A REALIZAÇÃO DO ESTÁGIO FOI SATISFATÓRIA? EM QUE E COMO?

Sim, de uma maneira diferente de outras empresas que trabalhei. Já havia estagiado em agências de comunicação onde aprendi muito da parte gráfica e no Peixe Urbano tive a oportunidade de aprender algo diferente. A rotina de trabalho era um pouco repetitiva mas aprendi muito estando em contato com outros setores da empresa. Ter a oportunidade de trabalhar em uma grande empresa nos permite ver o mercado de trabalho de outra forma.

3.2 QUAIS FORAM OS PRINCIPAIS PONTOS POSITIVOS E OS NEGATIVOS DO ESTÁGIO?

De ponto positivo posso citar a liberdade de se manifestar. Ao propor alguma nova ideia, a empresa se mostra aberta, mesmo que não consiga realizar de imediato, ela se mostra interessada nas novas sugestões.

Outro ponto positivo é a integralização entre as pessoas e os setores. Todas as primeiras quintas-feira do mês acontece o Papo de Peixe, onde o CEO mostra os resultados do mês anterior. Após essa breve reunião a empresa disponibiliza comidas e bebidas, afim de que as pessoas possam conversar e se conhecerem, mesmo que não trabalhem diretamente juntas. Além dessas reuniões, datas comemorativas como aniversário, Copa do Mundo e demais eventos são comemorados, isso garante a motivação e empenho das equipes.

A realização de cursos dentro da empresa também cooperaram para a complementação do aprendizado. O curso de Como fazer apresentações impactantes (Chora PPT, oferecido pela Perestroika) e outro sobre o Youtube abriram minha mente para mais alguns setores onde o Design pode atuar.

Já o ponto negativo posso citar o fato de o dia-a-dia normal ser um pouco monótono e repetitivo. O design está dentro da área de produção e devido ao grande número de ofertas que precisam ser liberadas para o site acaba deixando o trabalho muito automático, sem grandes criações e pouco criativo.

3.3 AS ABORDAGENS CONCEITUAIS, OS MÉTODOS E AS TÉCNICAS UTILIZADAS NO ESTÁGIO FORAM COERENTES COM O QUE FOI ESTUDADO NO CURSO? QUAIS AS CONVERGÊNCIAS? QUAIS AS DIVERGÊNCIAS?

Sim, porém com tempo reduzido. Na faculdade dispomos de muito tempo para reflexão e erro, já no estágio temos pouco tempo para entregar as demandas.

No geral, quando temos uma quantia de tempo mais considerável, podemos sim aplicar nossos métodos aprendidos em sala de aula, além de todo o contexto empírico que já é submetido implicitamente aos trabalhos realizados.

3.4 COMO E EM QUE ESSE ESTÁGIO CONTRIBUIU PARA SUA FORMAÇÃO?

Contribuiu não só no meu desenvolvimento profissional como também pessoal. O contato com uma empresa grande e consolidada, com diversos setores de atuação com certeza abriram minha cabeça para novas possibilidades de atuação no mercado.

3.5 QUAIS OS CONHECIMENTOS TEÓRICOS E TEÓRICO-PRÁTICOS ADQUIRIDOS NO CURSO QUE FORAM DIRETAMENTE UTILIZADOS?

Creio que o principal foi tratamento de imagem e também os conhecimentos adquiridos na disciplina de fotografia digital. A maneira com uma foto deve ser cortada, como os elementos devem estar dispostos neste recorte, regras de fotografia para criar mais harmonia ao observador, tudo isso contribui muito para a qualidade das imagens utilizadas nas ofertas do site Peixe Urbano.

Outros conceitos também foram primordiais para o todo. Os conceitos ensinados em teoria da forma, teoria da cor e tipografia. Sem esse conhecimento teria grande dificuldade em desenvolver além de não ter embasamento para defender o trabalho que realizei.

3.6 QUE CONHECIMENTOS PRESUMIDAMENTE DA ÁREA DE DESIGN FORAM NECESSÁRIOS E NÃO FORAM ESTUDADOS NO CURSO?

Com certeza algo que nenhum curso pode ensinar é a dinâmica de trabalho. Em sala de aula tudo parece muito simples de se por em prática em , mas quando se chega no mercado de trabalho, as dificuldades se apresentam e nos sentimos pouco preparados, mas creio que isso é completamente normal para uma área tão vasta como o design, onde o profissional pode atuar de diversas maneiras e a faculdade não consegue prever todas essas atividades.

3.7 EM ESCALA DE 0 A 10, QUE VALOR RESUMIRIA, NA SUA OPINIÃO, A CONTRIBUIÇÃO DO ESTÁGIO PARA SUA FORMAÇÃO?

Valor 10. Além de todos os aspectos mencionados anteriormente, também é a chance do estudante ir para mercado de trabalho e aprendermos a lidar com as dificuldades e benefícios de trabalhar em equipe, com prazos e demandas reais, além da responsabilidade e compromisso para com uma empresa.

RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO CURRICULAR

BLOCO 4

Carta de Avaliação de Estágio - Supervisor / Empresa Concedente

Nome da Empresa Concedente: Peixe Urbano Web Services Digitais Lda
 Estagiário: Artur Marques Henrique
 Área do Estágio: design
 Período de realização do estágio: 11/03/18 a 04/07/18
 Supervisor de Estágio: Caroline Schmitz
 Contato do Supervisor de Estágio (fone/e-mail): caroline.schmitz@gmail.com

1. Iniciativa e auto-determinação: proposta e/ou apresentação de ações independentes de solicitações:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
2. Qualidade das tarefas: organização, clareza e precisão no desenvolvimento das atividades conforme padrões estabelecidos pela empresa:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
3. Criatividade: capacidade de sugerir, projetar e executar modificações ou novas propostas:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
4. Dinamismo: Agilidade frente às situações apresentadas:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
5. Resiliência: Capacidade de adequar o comportamento/conduita a circunstâncias adversas ou mudanças:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
6. Interesse: Envolvimento na solução de problemas, disposição na busca de alternativas e conhecimentos para a execução de tarefas propostas:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
7. Relacionamento interpessoal: facilidade de relacionamento/comunicação com os demais componentes da equipe de trabalho.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									X	
8. Cooperação: pré-disposição à colaborar com a equipe na resolução de tarefas:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
9. Disciplina e responsabilidade: comprometimento com horários, prazos, cumprimento de regras e normas da empresa:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
10. resultado: rendimento apresentado em relação às atividades solicitadas ao desenvolvimento:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X
Média	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
										X

Outras Considerações: _____

Florianópolis
Cidade

21 junho 2018
Data

Caroline Schmitz
Assinatura do supervisor/concedente.



**UNIVERSIDADE FEDERAL
DE SANTA CATARINA**

RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO CURRICULAR

DESIGN

Cíntia Marques Henrique

PEIXE URBANO WEB
SERVIÇOS DIGITAIS LTDA

19/03/2018 - 04/07/2018