



**UNIVERSIDADE FEDERAL  
DE SANTA CATARINA**

**RELATÓRIO FINAL  
DE ESTÁGIO CURRICULAR**

**DESIGN**

Nádia Barcelos da Silva  
Ar Publicidade e Propaganda LTDA  
09/03/18 a 15/06/2018

Este arquivo segue como modelo preciso para a entrega do Relatório Final de Estágio Obrigatório.

Este projeto gráfico deve ser obedecido na íntegra, mantendo padrões tipográficos, alinhamentos, fontes e organização de conteúdo conforme disposto a seguir.

A versão para entrega será unicamente no formato de um arquivo PDF de no mínimo 50 páginas.

A entrega referente à disciplina de Estágio Obrigatório deve ser feita apenas de forma digital (PDF) via Moodle, até o prazo máximo estipulado pelo Coordenador de Estágio.

## 1.1 IDENTIFICAÇÃO DO ESTAGIÁRIO

**Nome:** Nádia Barcelos da Silva

**Matrícula:** 14102699

**Habilitação:** Design Gráfico

**E-mail:** barcelos.nadia@gmail.com

**Telefone:** 996740737

## 1.2 DADOS DO ESTÁGIO

**Concedente:** Ar Publicidade e Propaganda LTDA

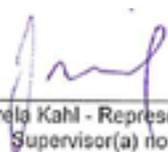
**Período Previsto:** 09/03/18 a 15/06/2018

**Período referente a este relatório:** 09/03/18 a 15/06/2018

**Supervisor/Preceptor:** Juliano Varela Kahl

**Jornada Semanal/Horário:** 25 horas semanais

**Assinatura da concedente (ou representante):**

  
Juliano Varela Kahl - Representante na CONCEDENTE e  
Supervisor(a) no local de Estágio

# 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:** Peças de comunicação.

**Programa de atividades (PAE):** Criação e desenvolvimento de publicações e materiais gráficos, folders, informativos, relatórios, convites, newslaters, banners, cartazes, flyers, cartões de visita, redes sociais, etc.

### 1.4 SITUAÇÃO ENCONTRADA

**Resumo da situação da empresa em relação ao Design:** A empresa compreende o design no departamento de criação, composto por um designer, e um assistente – nesse caso a estagiária 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 e desenvolvimento de publicações e materiais gráficos, folders, informativos, relatórios, convites, newslaters, banners, cartazes, flyers, cartões de visita, redes sociais, etc.

**Atuação na área gráfica:** Peças gráficas.

**Atuação na área informatizada (mídias):** Os softwares utilizados foram: Adobe Illustrator e Adobe Photoshop.

### 1.5 ESTRUTURA PARA REALIZAÇÃO DO ESTÁGIO

**Infra-estrutura física disponibilizada:** Uma sala em conjunto com outros setores para cinco pessoas, eu, um designer, um funcionário do atendimento, um funcionário de comunicação (publicidade) e um do financeiro, cada um possui mesa e computador individuais. Materiais de referência a disposição, cartela de cores, peças publicitárias de campanhas anteriores, etc. Computador com os softwares necessários funcionando corretamente, com a velocidade e memória adequados a uma dinâmica de trabalho muito satisfatória.

**A localização do Design na estrutura organizacional da empresa:** Sala em conjunto com os outros funcionários.

**O local, na estrutura organizacional da empresa, (diretoria, departamento, etc) onde foi realizado o estágio:** Departamento de criação.

**Data do início do estágio:**

**Data de encerramento do estágio:**

**Carga horária diária:** 5 horas

**Horário diário do estágio (entrada e saída):** Entrada 8:30 e saída 14 horas (30 minutos de almoço)

### 1.6 ORIENTADOR DO ESTAGIÁRIO

**Nome:** Mary Vonni Meurer de Lima

**Formação e cargo:** Professora do Curso de Design do Departamento de Expressão Gráfica EGR da UFSC

**Contatos (telefone/e-mail):** marymeurer@gmail.com



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) 3725-9445 / (48) 3271-8290 | http://portal.estagios.ufsc.br | do.prograd@contato.ufsc.br

TERMO DE COMPROMISSO DE ESTÁGIO OBRIGATÓRIO - TCE Nº 2003892

O(A) AR Publicidade e Propaganda Ltda ME, CNPJ 07.984.221/0001-90, doravante denominado(a) CONCEDENTE representado(a) pelo(s) sr(s). Juliano Varela Kahl, a Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, CNPJ 83.899.526/0001-92, representada pelo(a) Coordenador(a) de Estágios do Curso, Prof.(a) Luciano Patrício Souza de Castro, e o(a) estagiário(a) Nadia Barcelos da Silva, CPF 089.748.369-39, telefone 4832381504, e-mail barcelos.nadia@gmail.com, regularmente matriculado(a) sob número 14180599 no Curso de Design na forma da Lei nº 11.788/08, da Resolução 014/UniF1 e das normas do Curso, aceitam 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 08/03/2018 e vinculado à disciplina EGR1198.
Art. 2º: O(A) Prof.(a) Mary Vanni Meiner de Lima, 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 25 horas (com no máximo 5 horas diárias), a ser desenvolvida na CONCEDENTE, no(a) AR Publicidade e Propaganda Ltda ME, de 08/03/2018 a 15/06/2018, respeitando-se horários de obrigações acadêmicas do estagiário e tendo como supervisor(a) o(a) Juliano Varela Kahl (CPF 821.697.869-41).
Art. 4º: O(A) estagiário(a), durante a vigência do estágio, estará seguro(a) contra acidentes pessoais pela apólice Nº 01820000934 da seguradora Gente Seguradora S.A. (CNPJ 90.180.606/0001-02).
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 do Termo de Rescisão, observado o receso do qual trata o artigo 9º deste TCE.
Art. 8º: O(A) CONCEDENTE pagará mensalmente ao(a) estagiário(a): Bolsa de R\$ 400,00 e mensalmente o auxílio transporte de R\$ 176,40.
Art. 9º: O(A) estagiário(a) tem direito a 8 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 bens deste TCE.
Art. 11º: Caberá ao(a) estagiário(a) cumprir o estabelecido no PAE acima; 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 4 vias de igual teor.

PROGRAMA DE ATIVIDADES DE ESTÁGIO (PAE) do TCE Nº 2003892

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

Criação, alteração e regeneração de materiais gráficos variados como folder, modulos, embalagens, mídias sociais, banner, etc.

Local e Data:

Fls. 09 de 09 de 11

Juliano Varela Kahl - Representante na CONCEDENTE e supervisor(a) no local de Estágio

Mary Vanni Meiner de Lima - Prof.(a) Orientador(a)

Prof. Luciano Patrício Souza de Castro, Dr. Coordenador de Estágios em Design

Luciano Patrício Souza de Castro - Coord. Estágios do Curso - UFSC

Nadia Barcelos da Silva - Estagiário(a)

# 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
2ª semana /MARÇO	<ul style="list-style-type: none"><li>• Introdução a empresa, e aos materiais produzidos.</li><li>• Recebimento do Briefing do cliente ORCALI para a produção de quadros contando a história dos 50 anos da empresa.</li></ul>
3ª semana /MARÇO	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alteração de peças para o cliente YPY SORVETES e fechamento de arquivos para impressão (folder e cardápio)</li><li>• Tratamento de imagem para pelas do cliente ORCALI</li><li>• Alteração de peças do cliente MUNDOCAR para serem usadas no site e redes sociais</li></ul>
4ª semana /MARÇO	<ul style="list-style-type: none"><li>• Criação de posts para as redes sociais do cliente YPY SORVETES</li><li>• Criação de peça para cliente ORCALI, criar layout de adesivos para a porta e placas da empresa.</li><li>• Fechamento de arquivos para impressão do cliente ALPHALOE</li></ul>
1ª semana /ABRIL	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alteração em peças para impressão do cliente YPY sorvetes</li><li>• Criação de peças para a campanha de 50 anos do cliente ORCALI (páginas de revista e jornal)</li><li>• Criação de convite para aniversário de 50 anos do cliente ORCALI</li></ul>
2ª semana /ABRIL	<ul style="list-style-type: none"><li>• Criação de email marketing para cliente</li><li>• Criação de posts para redes sociais dos clientes YPY SORVETES e MUNDOCAR</li><li>• Criação de peça gráfica para o cliente ORCALI</li></ul>

3ª semana /ABRIL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desenvolvimento de logo para cliente XIMENES E MALINVERNI</li> <li>• Criação de posts para redes sociais do cliente YPY SORVETES</li> <li>• Criação de peças para serem aplicadas em porta do cliente ORCALI</li> </ul>
4ª semana /ABRIL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Criação de boletim mensal do cliente YPY SORVETES</li> <li>• Criação de peças de endomarketing para cliente ORCALI</li> <li>• Alterações de peças do Complemento Alimentar para YPY SORVETES</li> </ul>
1ª semana /MAIO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Criação de campanha do mês das mães para o cliente MUNDOCAR</li> <li>• Criação de posts para redes sociais do cliente YPY SORVETES</li> <li>• Alterações de peças do cliente MUNDOCAR</li> </ul>
2ª semana /MAIO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alteração de peças do cliente ALPHALOE</li> <li>• Alteração de peças do cliente LEBARBENCHON CAPITAL</li> <li>• Criação de peças para o cliente EKMK</li> </ul>
3ª semana /MAIO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Criação de posts para redes sociais do cliente ORCALI</li> <li>• Criação de peças para as sedes do cliente ORCALI</li> <li>• Criação de peças para o cliente YPY SORVETES</li> </ul>
4ª semana /MAIO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alteração de peças do cliente MUNDOCAR</li> <li>• Alteração de peças do cliente YPY SORVETES</li> <li>• Boletim mensal do cliente YPY SORVETES</li> </ul>
1ª semana /JUNHO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Criação de campanha com o tema da copa para o cliente MUNDOCAR</li> <li>• Alteração de peças do cliente XIMENES E MALINVERNI</li> <li>• Criação de posts para as redes sociais do cliente ORCALI</li> </ul>

## 2.2 APRESENTAÇÃO DE CADA AÇÃO

### a) AÇÃO 1: Quadros da campanha de 50 anos da ORCALI

**Briefing:** Criação de quadros que contém a história da empresa, cada quadro representa uma fase. As peças devem conter fotos das sedes e manter a identidade visual utilizada pela empresa.

**Público-alvo:** Clientes e funcionários da empresa.

# 1968

Em 1968, a ORCALI nasceu da iniciativa empreendedora do Sr. João Herculano Filgueiras. O grupo começou na Rua Saldanha Marinho, nº 7, em uma sala de 12 m<sup>2</sup>, com uma escrivaninha e uma máquina de escrever usada.



# 1982

Na década de 80, a ORCALI foi adquirida pela Pólo Participações, de Porto Alegre/RS.



# 2012

Em 2012, outro grande marco de crescimento: a ORCALI inaugurou nova sede na Avenida Mauro Ramos, no Centro de Florianópolis.





Como meu primeiro trabalho na agência tive a oportunidade de conhecer melhor o cliente e compreender o perfil usado em seus materiais. A empresa é conservadora e prefere peças simples, como esse trabalho é para decoração em comemoração dos seus 50 anos tive maior liberdade para criar as peças e adicionar alguns elementos gráficos. Também foi possível compreender a organização da agência e como o trabalho é feito. Sendo passado para mim pelo atendimento e revisado pelo designer. Também pude compreender como funciona o servidor da empresa, como salvar os arquivos, fechar para visualização do cliente e fechamento para impressão.

Todas as peças criadas devem possuir uma simulação como mostrado acima para melhor visualização e avaliação do cliente.

Também foi possível ter contato com a gráfica e aprender o fechamento correto, perfil de cores, papel utilizado, etc.

## b) AÇÃO 2: Posts para redes sociais YPY SORVETES

**Briefing:** Todas as semanas devem ser criados posts para movimentar as redes sociais, o setor de comunicação (publicidade) cria o texto e o briefing e o designer ou estagiário (eu) devem desenvolver as peças, normalmente são datas comemorativas ou postagens sobre os sabores e produtos do cliente.

**Público-alvo:** Todos os seguidores das redes sociais, incluindo clientes que vendem o produto (restaurantes, lojas, etc) e pessoas no geral que compram os sorvetes.







Com esse trabalho foi possível aprender mais sobre redes sociais e relacionamento com os clientes. As peças deviam representar a marca e serem descontraídas, possuir assuntos interessantes e que envolvessem o cliente. Por ser um trabalho semanal pode-se acompanhar a evolução durante o tempo de estágio.

Também entender mais como funciona o setor de comunicação da empresa por manter contato direto durante a criação das peças, pois eu deveria criar a peça mas o atendimento ao cliente (responder comentários e mensagens) era feito pelo publicitário.

Aqui o fechamento de arquivo era diferente, devia ser feito para web e não ser muito pesado. Afinal todos os arquivos ficam dispostos no servidor da agência, devendo sempre reduzir o tamanho para evitar que o mesmo fique muito pesado e lento.

Os arquivos eram fechados em perfil rgb e em 72dpi.

### c) AÇÃO 3: Complemento Alimentar YPY SORVETES

**Briefing:** O produto é um suplemento alimentar para ser utilizado em hospitais e clínicas, o objetivo é conter o máximo de nutrientes e vitaminas sem deixar de ser saboroso. As peças foram criadas pelo designer da agência e as alterações exigidas pelo cliente foram feitas por mim, assim como fechamento de arquivo para visualização do cliente e impressão.

**Público-alvo:** Médicos, donos de clínicas e profissionais da saúde em geral.



As embalagens são desenvolvidas pelo designer e os mockups são feitos por mim. Assim como pequenas alterações como mudar o texto de lugar, alterar cor, alterar imagem dos sabores, atualizar tabela nutricional e etc.

Neste estágio tive a oportunidade de aperfeiçoar minhas habilidades em criar mockups já que todos as peças deveriam possuir uma simulação para a apresentação para o cliente.



## Sorvete YPY é prazer e nutrição



	SABOR CHOCOLATE		SABOR VANILIA		SABOR FRAMBOESA	
	100g	%VD*	100g	%VD*	100g	%VD*
Energia	370 kcal	7,4%	370 kcal	7,4%	370 kcal	7,4%
Carboidrato	52g	10,4%	52g	10,4%	52g	10,4%
Proteína	4,8g	9,6%	4,8g	9,6%	4,8g	9,6%
Gordura Total	12g	2,4%	12g	2,4%	12g	2,4%
Gordura Saturada	8,8g	1,76%	8,8g	1,76%	8,8g	1,76%
Gordura Trans	0g	0%	0g	0%	0g	0%
Sódio	12g	2,4%	12g	2,4%	12g	2,4%
Água	52g	10,4%	52g	10,4%	52g	10,4%
Sal	0,1g	0,2%	0,1g	0,2%	0,1g	0,2%



(081) 4104-0000 | contato@ypronet.com.br  
 Rod. José Carlos Basso, 50-401, nº 5400 - Campo,  
 Maringá/PR - CEP: 81002-900  
 www.ypronet.com.br



## COMPLEMENTO Alimentar



Material destinado a profissionais de saúde

A última imagem contém o folder de divulgação e apresentação do produto. Os textos, assim como as informações nutricionais, foram disponibilizados pelo cliente YPY SORVETES. A ideia era manter a identidade visual e as cores utilizadas na embalagem e conter imagens de pessoas em momentos prazerosos.

As imagens são de bancos de imagem como o Shutterstock e são utilizadas ainda com a marca d'água do site. O material é enviado para o cliente e se as imagens forem utilizadas eles realizam a compra.

Neste material eu tive a oportunidade de desenvolver a maior parte dos elementos. Como os selos contendo as informações (sem glúten, lactose, etc), a linha do tempo exemplificando em quais horários do dia o produto deve ser consumido (lanche da manhã, tarde e noite), disposição dos elementos e pesquisa das imagens utilizadas.

O material tem as medidas de uma A3 dobrada ao meio, ou seja, cada lado do folder possui o tamanho de uma A4.

## COMPLEMENTO ALIMENTAR

### Introdução

Estudos evidenciam a necessidade de complementação alimentar em diversas situações clínicas. É a YPY baseada em ciência, saúde e alimentação, em parceria com o Departamento de Nutrição da Universidade Federal de Santa Catarina, desenvolveu um produto para ser utilizado como solução nutricional, atendendo a demanda de médicos e nutricionistas, um complemento alimentar para seus pacientes, validado no país. É a escolha, na consistência de um delicioso sorvete!



## INDICAÇÕES

- Pacientes com necessidade calórica elevada associada ao não-ê estado de saúde alimentar;
- Situações de risco nutricional, pré e pós-operatório e doenças crônicas;
- Hospitalar;
- Distúrbio;
- Necessidade/indicada decorrente ao não-ê estado nutricional;
- Lanches em casa e/ou hospitalar;
- Restrição/restrição de consistência de dieta;
- Documento de ordem médica/restrição de alimentação (RO);
- Pacientes com restrição alimentar, intolerância alimentar, DPOC e hepatopatia;
- Recomendado para bebês em fase crítica.



## APRESENTAÇÃO



O complemento nutricional da YPY é hipercalórico (1,85 a 2,08kcal/g), hiperproteico (21,3% a 25,7% de proteína por porção), sendo 100% Whey Protein isolado, com baixo teor de gordura saturada e excelente perfil lipídico, contendo azeite de oliva desacidificado (sem de transgênicos).

### EMBALAGEM DE 60G

Sabores: chocolate, morango e limão siciliano. Sugerido de consumo: 1 a 3 unidades por dia.



	COMPOSIÇÃO NUTRICIONAL POR UNIDADE		
	SABOR CHOCOLATE	SABOR MORANGO	SABOR LIMÃO SICILIANO
Energia	370 kcal	370 kcal	370 kcal
Carboidrato	52g	52g	52g
Proteína	4,8g	4,8g	4,8g
Gordura Total	12g	12g	12g
Gordura Saturada	8,8g	8,8g	8,8g
Gordura Trans	0g	0g	0g
Sódio	12g	12g	12g
Água	52g	52g	52g
Sal	0,1g	0,1g	0,1g

NÃO CONTÉM GLÚTEN, NÃO CONTÉM LACTOSE, ALÉRGICO: CONTÉM DERIVADOS DE LEITE.

## d) AÇÃO 4: Boletim mensal YPY SORVETES

**Briefing:** Todo o mês a empresa envia para seus funcionários e colaboradores um relatório contendo informações como novos produtos lançados, pontos de venda, novos parceiros, matérias lançadas em jornais ou site, etc. Todo relatório deve possuir a mesma identidade visual, mudando apenas alguns elementos gráficos de mês para mês.

**Público-alvo:** Funcionários e colaboradores.



### ACABOU O VERÃO!

Agora mais quente do ano aquece também as vendas e o faturamento da YPY em agosto. O número de vendas de sorvetes e o desempenho foram excelentes. Superamos a meta de 1.000 pontos de vendas e a meta de vendas chegou aos 1.240 PVPs nos três meses do Sul. Estamos em rotas de supermetabolismo, faturamos 4, um milhão, em centros de negócios particulares e universitários.

### SORVETE NA HORA DO LANCHE?

Sempre inovando, a YPY agora também está nos centros de estabelecimentos de ensino de Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Estamos no Colégio Machado de Assis e Bom Jesus em Joinville, no Colégio Salesiano em Itajaí, no Colégio Anchieta, no PUC e no Unisinos em Porto Alegre. A novidade foi muito bem aceita pelos responsáveis pela alimentação desses locais, além YPY é mais que sorvete, é alimento saudável!

### CAMPANHA DIGITAL QUE DEU CERTO!

Nas redes sociais um movimento de YPY chamou a atenção, trouxe novos consumidores e ampliou as chances de negócios para nossos distribuidores à todo ano. Os resultados são expressivos. De novembro a março, em pouco mais de 100 dias, as publicações e posts chegaram mais de 340 mil pessoas, uma média de 37 mil para cada publicação. Foram quase 120 mil compartilhamentos e mais de 110 mil reações das pessoas, entre curtidas, comentários e compartilhamentos, uma campanha que deu certo!

**Multicenter**  
Um novo conceito de distribuição e comercialização de produtos YPY em centros de negócios e universidades. O projeto prevê a instalação de pontos de venda em locais estratégicos, como universidades, centros de negócios e condomínios residenciais. A ideia é oferecer aos consumidores uma experiência única e personalizada.

**Gerenciamento**  
A YPY sempre esteve ao lado dos seus parceiros e colaboradores. Em agosto, a empresa realizou um evento de capacitação para os distribuidores, com o objetivo de melhorar o desempenho e a eficiência das operações. O evento abordou temas como gestão de estoque, atendimento ao cliente e estratégias de vendas.

**Desenvolvimento**  
A YPY sempre esteve ao lado dos seus parceiros e colaboradores. Em agosto, a empresa realizou um evento de capacitação para os distribuidores, com o objetivo de melhorar o desempenho e a eficiência das operações. O evento abordou temas como gestão de estoque, atendimento ao cliente e estratégias de vendas.

### #YPYLOVERS

Seja aqui, qualquer lugar e qualquer hora, nossos consumidores estão comentando e adorando os sorvetes YPY.

**Os melhores sabores**  
Qualidade excelente, sabores muito legais e para comemorar! [#YPYLOVERS](#)

**Agudamos na festa no aniversário Multicenter! Parabéns! Parabéns!**

**Delicioso!!!**

**A cada mordida uma sensação**



### YPY NA PANVEL

Em quatro anos de atuação, a YPY segue ampliando sua participação no mercado. Agora temos mais uma novidade para Porto Alegre. Nosso último ponto de venda paranaense com uma grande rede de distribuição, a Panvel. São lojas de todo o comércio com as delícias YPY.

### PETISKEIRA

A cada ano, o comércio de sorvetes nos restaurantes Petisqueira, no Rio Grande do Sul, recebe os mais representativos e atendidos com aquilo que o Sul do Brasil tem de melhor e mais. E agora ficou tão gostoso chegar por aí os sorvetes YPY. Estamos presentes na Petisqueira de Shopping Iguazu, Barra Shopping e Casarão Park, no bairro de Grande Porto Alegre, onde tivemos excelentes resultados.

### SPA DO VINHO

A YPY sempre esteve ao lado dos seus parceiros e colaboradores. Em agosto, a empresa realizou um evento de capacitação para os distribuidores, com o objetivo de melhorar o desempenho e a eficiência das operações. O evento abordou temas como gestão de estoque, atendimento ao cliente e estratégias de vendas.

## ADVB/SC



A YPY Sorvetes Premium está junto com a nova Diretoria da ADVB/SC. Por isso, no início do mês de fevereiro, participou da reunião do conselho deliberativo, que discutiu os caminhos da instituição para a próxima gestão. Ao final do encontro, após o jantar, hora de adoçar o paladar com saúde ao sabor de YPY Sorvetes Premium, sobremesa que foi servida a todos os conselheiros.

### PROGRAMA BON VIVANT

A YPY Sorvetes passa o verão no quintal do Jurei Internacional, no programa Bon Vivant, do apresentador Leo Coelho. No sábado de carnaval, o programa foi ao ar com uma entrevista muito bacana, com a participação da nutricionista Raquel Salles e do nosso diretor de desenvolvimento de produtos Marcelo Baraculhy. A conversa incluiu os benefícios nutricionais dos sorvetes YPY.

### #YPYLOVERS

Seja aqui, qualquer lugar e qualquer hora, nossos consumidores estão comentando e adorando os sorvetes YPY.

Vizem que história curiosa! Graice Borillo mora em Florianópolis e experimentou o sorvete YPY. Quando retornou para a cidade dela, não encontrou nosso sorvete por lá. O desejo por YPY é tão grande, que ela resolveu pedir ajuda nas redes sociais. Isso é que é amor à primeira prova. "Amei. Gostei muito. A cremosidade, a delicadeza do sabor, ele é leve, porém muito saboroso. Difícil explicar, mas diferente de qualquer outro que já comi", conta ela.

Non precisa explicar muito Graice, nos entendemos perfeitamente!

Essas peças são enviadas por e-mail para todos os funcionários e colaboradores no fim do mês. Devem ser descontraídas e conter informações positivas sobre a empresa. Os textos são enviados pelo próprio cliente e as notícias são selecionadas pelo setor de comunicação da agência.

O material é fechado em perfil rgb e em 72dpi.

e) **AÇÃO 5:** Desenvolvimento de logo para cliente XIMENES E MALINVERNI

**Briefing:** Criação de uma logo para um escritório de advocacia. A marca deve representar os conceitos do cliente, deve transmitir algo sóbrio e elegante porém ágil e contemporâneo pois o advogado responsável pelo escritório é jovem e quer transmitir a agilidade de seu trabalho.

**Público-alvo:** Clientes e público em geral que tem contato com o escritório.



XIMENES MALINVERNI  
ADVOCACIA



XIMENES MALINVERNI  
ADVOCACIA

Variações da aplicação da marca.



XIMENES MALINVERNI  
ADVOCACIA



XIMENES MALINVERNI  
ADVOCACIA

Foram apresentadas em duas cores. As fontes utilizadas são Playfair Display para o nome e Montserrat para o “advocacia”.

Uma fonte serifada representando a elegância e seriedade e uma sem serifa geométrica para representar o conceito jovem e atual.

O símbolo contém as iniciais da marca e transmite a agilidade do serviço.





Assim como em todas as peças criadas na agência devem haver mockups simulando a aplicação. A logo foi aprovada pelo cliente e cor escolhida foi a azul, com algumas aplicações utilizando também o cinza.

## f) AÇÃO 6: Desenvolvimento de peças para o cliente EKMK

**Briefing:** O cliente possui um serviço de aluguel de apartamentos de luxo, semelhante ao serviço do Airbnb. Deveriam ser criadas folder de divulgação do serviço.

**Público-alvo:** Pessoas de classe média-alta e alta que procuram um local para se hospedar em Florianópolis.

## Oportunidade Casablanca 1101

Quer viver com conforto em um imóvel exclusivo?

O Casablanca é uma oportunidade única à venda: cobertura duplex recém-entradado, com 499 m<sup>2</sup> privativos e vista 360°, muito ensolarado. O imóvel possui três garagens, Hobby box, e é próximo ao Hippo Supermercado, colégios e praças revitalizadas



Sala de estar - 17 Anos

[www.ekmk.com.br](http://www.ekmk.com.br)



# Open House Casablanca

**Convidamos a uma experiência de venda imobiliária única.**

As portas do Casablanca 1101, imóvel para quem busca aliar alto padrão de vida, praticidade e privacidade, serão abertas a convidados especiais, que poderão desfrutar da sensação de morar no centro de tudo.

Café da manhã

Horário: das 8h às 11h30

Data: 05 de Junho de 2018

Endereço: Rua Almirante Alvim, 428, ap 1101, Centro, Florianópolis.

**ekmk**  
PRATICIDADE PARA VIVER OU TRABALHAR



O nome do serviço oferecido pela empresa EKMK é Casa Blanca e o material de divulgação tem o objetivo de fazer um convite para a apresentação dos apartamentos disponíveis.

g) AÇÃO 7: Peças de campanha para o MUNDOCAR MAIS SHOPPING

**Briefing:** Campanha do mês de maio com o tema “No mês de maio o MundoCar é uma mãe para você”. A campanha deve conter um selo e apresentar as informações como datas e condições de pagamento. Também deve ser feitos em diferentes tamanhos para aplicação no site, redes sociais e alguns materiais impressos.

**Público-alvo:** Clientes do MundorCar Mais Shopping.



Esse tipo de campanha é feito todos os meses e cada mês possui uma identidade. Devendo conter o logo do cliente uma disposição semelhante das informações. Além das peças para o site é feito um storyboard para a criação de um comercial. Todo o texto é feito pelo setor de criação e enviados para a empresa responsável pelo desenvolvimento do comercial.



Riffs de guitarra, como nos outros VTs dos Feirões.

Loc: No Mês de Maio o MundoCar é uma mãe para você!

**h) AÇÃO 8:** Peças de campanha de 50 anos ORCALI

**Briefing:** Montagem de peças em comemoração dos 50 anos da empresa. A arte foi desenvolvida pelo designer da agência e meu trabalho foi criar a peça para vinculação em jornal e revistas.

**Público-alvo:** Leitores de jornais e revistas de Florianópolis.



As peças deveriam manter a identidade aplicada em todo o material da campanha. Peças como essa também foram utilizadas em outdoors, busdoor, banners e em uma empena de 9 metros atualmente disposta na lateral da sede da empresa em Florianópolis.



**i) AÇÃO 9:** Peças para portas das sedes de Florianópolis, Tubarão e Criciúma.

**Briefing:** Artes a serem aplicadas nas portas de entrada de diferentes sedes e portas de elevadores dentro dos prédios. As peças deveriam conter a identidade e as cores do cliente.

**Público-alvo:** Clientes da empresa ORCALI.



Simulação de proposta de porta dentro da sede de Florianópolis.



# RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO CURRICULAR

## BLOCO 3

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

Sim, em tudo. Pude por em prática todo o aprendizado da faculdade em diversas áreas. Pontuação que ter feito diferentes projetos dentro do Design (editorial, tendências, branding e embalagens) me possibilitou ter domínio na criação de diferentes materiais. Também pude aprender muito sobre o mercado de trabalho na prática.

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

Pontos positivos foram o fato de ser uma agência com muitos clientes com diferentes ramos de atuação e a possibilidade de criação de materiais em diversas áreas (editorial, embalagens, web, etc). Negativos eu pontuo a velocidade em que as peças deveriam ser feitas, por ser uma agência de propaganda o número de peças era elevado e o tempo reduzido, causando um menor detalhamento e cuidado na criação do material. Acredito que um dos erros da empresa era dar muita liberdade aos clientes causando um grande número de alterações nas peças e assim perdendo um tempo que poderia ser melhor aplicado.

### **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?**

Como pontuado na questão acima um dos pontos convergentes é o tempo disposto para criação das peças. Os métodos e técnicas são os mesmos, porém na faculdade tínhamos mais tempo de realização. Algumas vezes a grande demanda causava estresse e a relação com o cliente possuía algumas falhas na comunicação, causando assim alguns erros e grande número de alterações. Mas acredito que de certa forma foi positivo ter um contato com o cliente já que na faculdade não temos, criando peças mais conceituais porém de difícil aplicação no mercado de trabalho real.

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

Contribuiu para que eu pudesse aperfeiçoar minhas habilidades nos softwares utilizados (Photoshop e Illustrator), me deu mais agilidade na criação dos materiais. Aprendi novas técnicas e melhorei algumas habilidades como criação de mockups. Aprendi muito sobre relacionamento com o cliente e sobre publicidade. Também

pude notar a importância da união entre a equipe, a ponte atendimento-publicidade-design foi muito importante na criação de todos os materiais. Pude aprender muito também sobre fechamento de arquivo para impressão, escolha de cores, papéis, etc. Também pude aprender sobre criação de peças para web, já que não fiz nenhum projeto dentro da faculdade que contemplasse essa área.

No geral foi uma experiência satisfatória.

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

Os projetos que mais me ajudaram durante esse estágio foram o projeto 5 de editorial e o projeto 4 de branding, assim como o projeto de embalagens que foi muito utilizado na criação dos materiais para o cliente YPY SORVETES. Além dos projetos posso pontuar as habilidades em softwares adquiridas nas matérias de ilustração digital e tratamento de imagem. Assim como comunicação publicitária por se tratar de uma agência de propaganda. Além de todas as peças que desenvolvi durante o curso em diferentes matérias.

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

Acredito que o que diferencia o mercado de trabalho do curso é o modo como lidamos com a criação dos materiais. Acho que foi muito importante a liberdade que tivemos durante o curso para que pudéssemos aprender tudo da maneira correta. Porém no mercado de trabalho não temos tanta liberdade, tendo que muitas vezes acabar fazendo aquilo que o cliente quer, e em tempo recorde. Acho que durante o curso poderíamos fazer pequenos projetos no tempo real que um empresa demanda. Acredito que poderíamos criar maior variedade de peças no curso para diferentes plataformas, web e impresso.

Porém acredito que alguns pontos só podem ser praticados em um trabalho, como a relação com os colegas, chefe e clientes da empresa.

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

Valor 8. Aprendi muito na empresa sobre relacionamento com os clientes e sobre a agilidade do mercado de trabalho. Porém acredito que poderiam dar uma maior assistência aos estagiários não deixando tanto trabalho em nossas mãos.

# RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO CURRICULAR

## **BLOCO 4**

Anexe a Carta de Avaliação do Supervisor de Estágio já preenchida e assinada.

Anexe a Carta de Avaliação do Professor Orientador de Estágio já preenchida e assinada.



**UNIVERSIDADE FEDERAL  
DE SANTA CATARINA**

# RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO CURRICULAR

**DESIGN**

João da Silva  
CONCEDENTE  
XX/XX/XXXX - XX/XX/XXXX

**Carta de Avaliação de Estágio - Supervisor / Empresa Concedente**

Nome da Empresa Concedente: AB Publicidade e Propaganda Ltda

Estagiário: Nádia Barcelos da Silva

Área do Estágio: Marketing

Período de realização do estágio: 08/03/2018 à 15/06/2018

Supervisor de Estágio: Juliano Vercel Kahl

Contato do Supervisor de Estágio (fone/e-mail): (48) 97994 0025  
adm@acomarketingtech.com.br

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/condução 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

Média

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									X

Outras Considerações: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Florianópolis/SC 15/06/2018 [Assinatura]  
Cidade Data Assinatura do supervisor/concedente.

**Carta de Avaliação de Estágio - Professor Orientador/Avaliador**

Estagiário: Nádia Barcelos da Silva

Nome do Prof. Orientador/Avaliador: Mary Meurer

E-mail do Prof. Orientador/Avaliador: marymeurer@gmail.com

Data da entrega do Relatório para a avaliação: 29/06/18

Para auxiliar a avaliação  
Esta carta deve ser preenchida pelo(a) Prof.(a) Orientador(a) a partir da disponibilização do Relatório Final de Estágio pelo(a) aluno(a) orientado(a). Os itens abaixo dizem respeito aos quesitos padrões deste documento. Para auxiliar na avaliação, o(a) Prof.(a) Orientador(a) pode encontrar recomendações e um modelo de relatório padrão no seguinte link, na aba "Manual do Prof. Orientador":  
<http://estagiodesign.paginas.ufsc.br>

1. Relatório - Conteúdo: Preenchimento adequado das seções do relatório, ortografia, organização textual e gráfica.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									X

2. Relatório - Projetos: Apresentação adequada das imagens dos projetos desenvolvidos.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									X

3. Conhecimento aplicado: A demonstração do uso de conhecimentos técnicos e práticos adequados no desenvolvimento dos projetos.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									X

4. Objetivos Alcançados: Se o aluno cumpriu, do ponto de vista acadêmico e profissional, objetivos propostos pelos projetos desenvolvidos.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
									X

5. Prazo: Entrega do relatório com o prazo mínimo de uma semana para a avaliação.

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: Ajustar informações sobre localização de design na estrutura organizacional.

Florianópolis 04/07/18  
Cidade Data

[Assinatura]  
Assinatura do Prof. Orientador de Estágio Obrigatório