



**UNIVERSIDADE FEDERAL
DE SANTA CATARINA**

**RELATÓRIO FINAL
DE ESTÁGIO CURRICULAR**

DESIGN

Livia Laitano
ORIGEM NATURAL
07/05/2018 - 26/11/2018

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: Livia Laitano Coelho Silva

Matrícula: 15201618

Habilitação: Design

E-mail: ivalaitano@hotmail.com

Telefone: (48) 999636670

1.2 DADOS DO ESTÁGIO

Concedente: Origem Natural

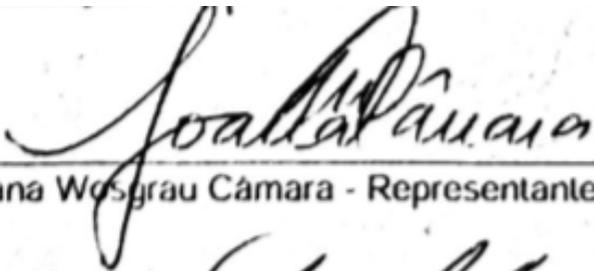
Período Previsto: 07/05/2018 até 05/12/2018

Período referente a este relatório: 30/07 até 26/11

Supervisor/Preceptor: Arthur Ferreira dos Santos

Jornada Semanal/Horário: 20 horas semanais. Horário flexível.

Assinatura da concedente (ou representante):



Joana Wosgrau Câmara - Representante na CONCEDENTE

RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO CURRICULAR

BLOCO 1

1.3 PROGRAMA DE ATIVIDADES

Objetivo do estágio: Cumprimento da disciplina EGR 7198 - Estágio, além de ganhar experiência e colocar em prática os ensinamentos dados em aula.

Objeto(s) do estágio: Peças gráficas, fotografia, peças de comunicação no geral.

Programa de atividades (PAE): Desenvolvimento de peças gráficas, gerenciamento de mídias sociais do estabelecimento, fotografia para postagem em mídias sociais, marketing digital, rebranding da marca, diagramação do cardápio, marketing de conteúdo para as postagens nas redes sociais.

1.4 SITUAÇÃO ENCONTRADA

Resumo da situação da empresa em relação ao Design: A Origem Natural é uma prestadora de serviços especializados na área de alimentação saudável e funcional que necessita do design para se comunicar com o público, para promover seus produtos e difundir suas ideias.

O que foi abordado no estágio: Primeiramente foi vista a necessidade do rebranding da marca que gerou diversas modificações na empresa como alteração do cardápio, incluindo novas fotos e também uma nova diagramação. Criação de adesivos e materiais relacionados a papelaria foram executados, sempre girando em torno do rebranding. Também houve um foco muito grande nas mídias sociais, em especial o Instagram, abordando técnicas de marketing digital assim como realização de peças gráficas.

Atuação na área gráfica: Peças gráficas, papelaria no geral.

Atuação na área informatizada (mídias): Softwares Adobe Illustrator CC, Photoshop CC, InDesign CC, Lightroom e aplicativo Later que auxilia na programação de postagens do Instagram.

1.5 ESTRUTURA PARA REALIZAÇÃO DO ESTÁGIO

Infra-estrutura física disponibilizada: a empresa localiza-se na Rua Dr. Agostinho Sielski, 134-A - Santa Mônica, Florianópolis. A sala encontra-se isolada dos outros setores - como cozinha e caixa -. É equipada com impressora e mesa digitalizadora,

o computador é responsabilidade do estagiário.

A localização do Design na estrutura organizacional da empresa: faz parte do setor de comunicação.

O local, na estrutura organizacional da empresa, (diretoria, departamento, etc) onde foi realizado o estágio: Origem Natural, setor de comunicação.

Data do início do estágio: 07/05/2018

Data de encerramento do estágio: 05/12/2018

Carga horária diária: 4 horas.

Horário diário do estágio (entrada e saída): Horário livre e flexível. A empresa fica aberta das 8h até às 19h.

1.6 ORIENTADOR DO ESTAGIÁRIO

Nome: Israel de Alcântra Braglia

Formação e cargo: Formação: Bacharel em Design Gráfico, Mestre em Design e Expressão Gráfica, Doutor em Engenharia do Conhecimento.
Cargo: Professor do Magistério Superior.

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

A seguir uma cópia do TCE e do PAE referente ao estágio
(anexar na próxima página)



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) 3721-9296 | http://portal.estagios.ufsc.br | dip.prograd@contato.ufsc.br

TERMO DE COMPROMISSO DE ESTÁGIO OBRIGATÓRIO - TCE Nº 2005590

O(A) Real Food Comércio de Alimentos LTDA (Origem Natural), CNPJ 26.401.189/0001-18, doravante denominado(a) CONCEDENTE representado(a) pelo(a) sr(a). Joana Wosgrau Câmara, 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) Livia Laitano Coelho Silva, CPF 077.992.069-42, telefone 4832326052, e-mail ivalaitano@hotmail.com, regularmente matriculado(a) sob número 15201618 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) esta fundamentado no Projeto Pedagógico do Curso (PPC) e no convênio firmado entre a CONCEDENTE e a UFSC em 07/05/2018 e vinculado à disciplina EGR7198.
Art. 2º: O(A) Prof.(a) Israel de Alcântara Braglia, 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 20.00 horas (com no máximo 4.00 horas diárias), a ser desenvolvida na CONCEDENTE, no(a) R. Dr. Agostinho Sielski, 134-A, de 07/05/2018 a 05/12/2018, respeitando-se horários de obrigações acadêmicas do estagiário e tendo como supervisor(a) o(a) Arthur Ferreira dos Santos (CPF 074.818.599-22).
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) CONCEDENTE pagará mensalmente ao(a) estagiário(a): Bolsa de R\$ 400,00.
Art. 9º: O(A) estagiário(a) tem direito a 17 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: Caberá 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 5 vias de igual teor.

PROGRAMA DE ATIVIDADES DE ESTÁGIO (PAE) do TCE Nº 2005590

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

Desenvolvimento de peças gráficas, gerenciamento das mídias sociais do estabelecimento, fotografia para postagem em mídias sociais, marketing digital, rebranding da marca, diagramação do cardápio, marketing de conteúdo para os posts.

Local e Data:

Florianópolis, 06 de Junho de 2018.

Joana Wosgrau Câmara - Representante na CONCEDENTE

Israel de Alcântara Braglia - Prof.(a) Orientador(a)

Livia Laitano
Livia Laitano Coelho Silva - Estagiário(a)

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

Prof. Luciano Patrício Souza de Castro, Dr.
Coordenador de Estágios em Design
UFSC
Portaria nº 005/2018/CCE

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
1 semana/Maio	Peça publicitária para promover o produto destinado ao dia das mães.
2 semana/Maio	Peça gráfica para comparação de produto da empresa.
3 semana/Maio	1º passo rebranding - atividades com a equipe para a compreensão da marca e DNA da marca
4 semana/Maio	2º passo rebranding - painel semântico
1 semana/ Junho	3º passo rebranding - personas
2 semana/ Junho	4º passo rebranding - geração de alternativas
3 semana/ Junho	5º passo rebranding - refinamento alternativas
4 semana/ Junho - 3 semana/Julho	Foco no Instagram - criação de programação para postagens, assim como textos informativos e relevantes.
1 semana/ Agosto - 3 semana/Agosto	Geração de conteúdos e posts para divulgação da Semana Origem (aniversário da empresa), assim como patrocínio nas redes sociais.
4 semana/ Agosto	Cobertura fotográfica da Semana Origem

1 semana/ Setembro - 2 semana/ Setembro	Realização de fotos para o cardápio
2 semana Setembro - 1 semana Outubro	Edição das fotos do cardápio
1 semana Outubro - 1 semana Novembro	Diagramação do novo cardápio
2 semana/ Novembro - 4 semana Novembro	Finalização do novo cardápio.

2.2 APRESENTAÇÃO DE CADA AÇÃO

a) AÇÃO 1:

Peça publicitária do dia das mães.

Briefing: Fazer a promoção do kit do dia das mães: 6 trufas de diversos sabores. A peça gráfica deveria deixar claro que as trufas são, acima de tudo, funcionais e saudáveis. O designer deveria utilizar fotos já pré selecionada tiradas pela equipe e também redigir o texto do post. A edição deveria ser clean e com poucos elementos visuais.

Público-alvo: Filhos que desejam presentear as mães com um presente saudável.



Foto do produto que foi disponibilizada.



Como foi solicitado no briefing, há pouca manipulação a fim de deixar o destaque para o que realmente interessa: as trufas.

Texto do post:

Se alimentação saudável é fonte de juventude, que tal presentear aquelas que são eternas para nós?

Cada mãe é única e todas merecem ser presenteadas, por isso a Origem fez questão de não deixar nenhuma de fora, tem para todos os gostos, tolerâncias e intolerâncias!

Nosso kit é composto por 6 trufas sem leite e sem glúten:

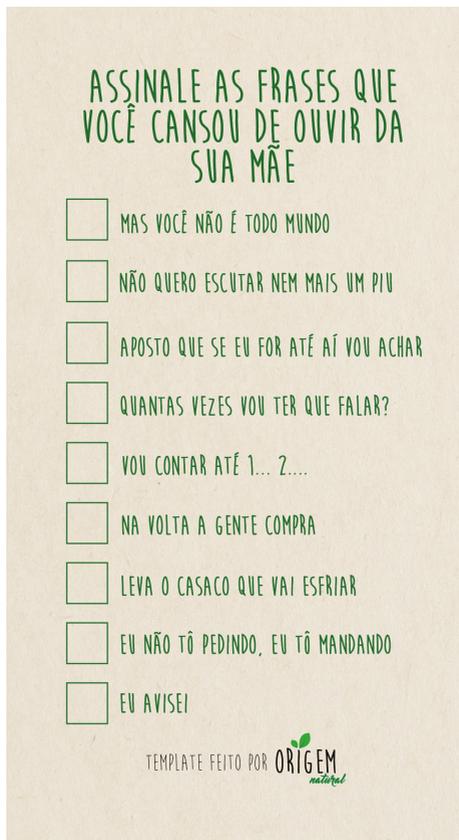
2 de chocolate com caramelo e flor de sal;

2 de natutella com castanhas;

2 de chocolate com granola.

Feitas com biomassa de banana verde, chocolate 70%, açúcar mascavo, granola low carb e pasta de avelã pura. Seguras para celíacos, intolerantes a leite e veganos.

Os pedidos estão prontinhos para retirada na loja Origem; é só passar para pegar ou pedir pelo nosso delivery.



Peça gráfica extra, para ser colocada nas “histórias” do Instagram, gerando interação com o público e promoção da marca.

2.2 APRESENTAÇÃO DE CADA AÇÃO

a) AÇÃO 2:

Peça gráfica para comparação do produto “Natutella”.

Briefing: Comparar o produto Natutella com outros cremes de avelã do mercado. Evidenciar que a Natutella é mais funcional e saudável que os outros produtos.

Público-alvo: Amantes da alimentação saudável que não abrem mão de um “docinho”.



Foto do produto que foi disponibilizada.



Resultado da peça gráfica. A necessidade de tratar a foto surgiu pelo fato de que a imagem original não possuía a cor do creme de avelã tradicional do mercado. O Photoshop foi utilizado para deixar a cor mais semelhante.

2.2 APRESENTAÇÃO DE CADA AÇÃO

a) AÇÃO 3:

Rebranding.

Briefing: Fazer o rebranding da marca, visto que tinha aspecto infantil e seus produtos não eram valorizados. Ela deveria ganhar mais espaço no mercado de produtos naturais e atrair olhares por ser uma loja séria e com produtos de extrema qualidade. Falta maturidade e elegância no logo atual

Público-alvo: Mulheres entre 20 a 50 anos que se preocupam com sua saúde e, por isso, se alimentam de forma saudável, preferindo sempre refeições funcionais e de origem orgânica. Seja as que fazem por um período curto - por conta de regimes e dietas -, seja as que levam isso como estilo de vida.

1) Atividades para compreensão da marca:

1.1 Teste de proximidade:

CLEAN	x																		ELABORADO
COMUM																			INUSITADO
DISTANTE																			x PROXIMO
VERTICAL																			x HORIZONTAL
BARATO																			x CARO
ANTIGO																			x CONTEMPORANEO
AGITADO																			x ESTÁTICO
ENGRAÇADO																			x SERIO
LEVE																			x PESADO

O primeiro passo foi realizar algumas atividades com a equipe da empresa para que pudessem evidenciar características - muitas vezes sutis - da marca. Ao personificar a Origem Natural percebemos como ela é e quão distante está de onde quer chegar. Dessa forma, podendo chegar num melhor resultado final caminhando junto com a equipe.

Esse material foi retirado de um curso sobre branding.

1.2 Teste de arquétipo:

“Marque o quanto você acha que sua empresa concorda com as afirmações a baixo, sendo 0: não concordo nem um pouco e 5 concordo totalmente.”

1. O mundo é um lugar seguro: 3
2. Tento sempre superar meus próprios limites: 4
3. Ponho as necessidades dos outros na frente das minhas: 4
4. Estou procurando melhorar a minha vida: 5
5. Procuo sempre me aperfeiçoar: 5
6. Gosto da sensualidade: 0
7. Sinto-me mais a vontade em minha própria casa: 5
8. Estou disposto a correr riscos pessoais para defender as ideias nas quais acredito: 5
9. Converso de modo coloquial e não gosto do elitismo: 4
10. Gosto mais de dar do que receber: 2
11. Sinto certa inquietação: 5
12. Vivo a vida plenamente: 2
13. Acredito que as pessoas não querem realmente magoar as outras: 1
14. Concordo com a seguinte afirmação: É melhor ter amado e perdido o objetivo desse amor do que nunca ter amado: 5
15. Encontro satisfação nos meus relacionamentos: 5
16. Amo a liberdade: 4
17. Se não estou de acordo, não entro em conformidade: 4
18. Nunca estou satisfeito totalmente: 5
19. Eu me esforço por ser objetivo(a): 3
20. Quando conheço uma pessoa, acredito que ela seja digna de confiança: 5
21. A manutenção da minha independência é fundamental para mim: 1
22. A ajuda espiritual é responsável pela minha eficiência: 0
23. A modificação de meus pensamentos altera a minha vida: 5
24. Tenho capacidade de liderança: 3
25. As pessoas me procuram em busca de orientação: 5
26. Mantenho um senso de perspectiva procurando ter uma visão de longo alcance: 5
27. Os outros me acham divertido: 2
28. Gosto de fazer as pessoas rirem: 0
29. Gosto de momentos simples e familiares: 4
30. Acho mais fácil fazer as coisas para os outros do que para mim mesmo(a): 4
31. Estou empenhado(a) no processo de criar minha própria vida: 5

32. Deixo o medo de lado e faço o que precisa ser feito: 3
33. Eu choco os outros: 1
34. A inspiração vem facilmente para mim: 5
35. Acredito que uma mesma coisa pode ser considerada a partir de diferentes ângulos: 2
36. Não levo as regras muito a sério: 3
37. Um pouco de bagunça é bom para alma: 3
38. Acredito na capacidade humana para apreender a crescer: 5
39. Posso contar com as outras pessoas para cuidarem de mim: 2
40. Minha presença muitas vezes atua como catalizador para realização de mudanças: 5
41. Prefiro estar no comando das situações: 3
42. Sou grandioso: 4
43. Acredito que todas as coisas e todas as pessoas do mundo estão interligadas: 5
44. A criatividade é um dos meus maiores dons: 3
45. Eu sigo minhas próprias leis: 3
46. Tenho prazer em cuidar das outras pessoas: 5
47. Tenho disciplina para alcançar as minhas metas: 4
48. A palavra “verdadeiro” é uma das que melhor me define: 5

Cara comum	Inocente	Herói	Caridoso	Explorador	Amante
7-	1-	2-	3-	5-	6-
9-	13-	47-	10-	11-	12-
29-	20-	32-	30-	4-	14-
48-	39-	8-	46-	21-	15-
18	11	16	15	16	12
Fora da lei	Criador	Mago	Governante	Sábio	Bobo
33-	18-	22-	24-	19-	36-
16-	34-	23-	25-	38-	37-
45-	44-	40-	41-	26-	27-
17-	31-	43-	42-	35-	28-
12	18	15	15	15	8

1 – Criador / cara comum
2 – herói / explorador

O resultado em si foi interessante, mas o mais vantajoso dessa atividade foi a discussão gerada pela equipe, trazendo muitas divergências de opiniões e insights. Por exemplo, com essa atividade foi percebido que a marca não se posiciona de maneira confiante nas redes sociais quando os assuntos são polêmicos, por ter medo de parecer agressiva com o público.

2) DNA da marca:

ACONCHEGANTE
CONSCIENTE
INOVADOR
ELEGANTE
RÚSTICO

O próximo passo foi definir o DNA da marca a partir de um brainstorming com a equipe. Enquanto “aconchegante”, “consciente” e “inovador” eram conceitos que já estavam vinculados à marca, “elegante” e “rústico” foram atribuídos como meta. Visto que o principal motivo pelo qual foi necessário um reposicionamento era que a Origem passava a impressão de não ser madura e sofisticada.

3) Painéis semânticos:

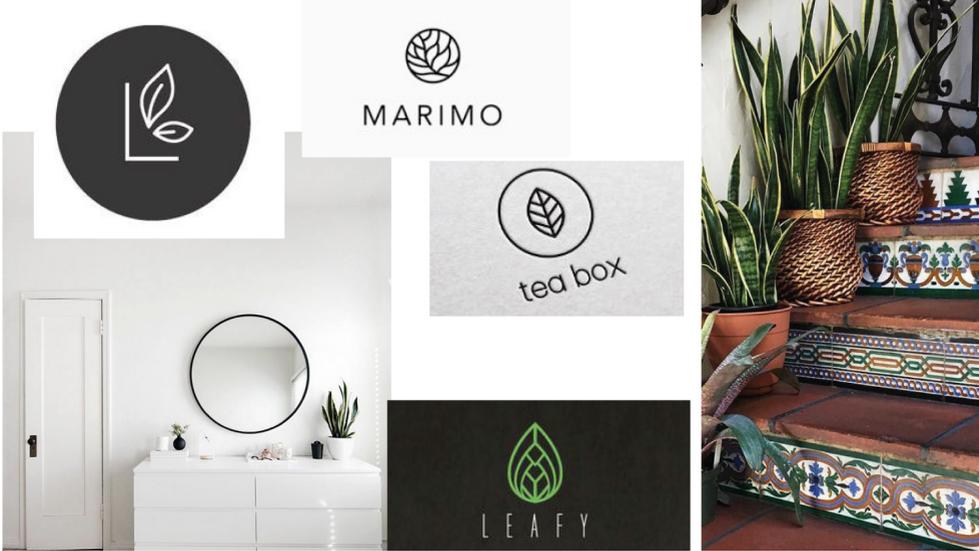
ACONCHEGANTE



INOVADOR



ELEGANTE



RÚSTICO



CONSCIENTE



Os painés serviram para uma melhor compreensão dos elementos visuais de cada conceito.

4) Personas:

4.1. Marina Medeiros



Marina tem 22 anos e está na última fase de moda na faculdade UDESC. Ela mora no bairro Agronômica junto com sua família, nativa de São Paulo.

Além da faculdade, faz estágio e é muito dedicada a yoga e academia, atividades que ocupam boa parte de seus dias. Se considera uma pessoa extremamente ativa, tanto em relação a atividades físicas, quanto causas sociais. Busca manter uma alimentação regrada por conta de um físico ideal e agora está se adaptando aos poucos ao vegetarianismo. Já que Marina possui uma boa condição financeira, tem o costume mensal de doar dinheiro para protetoras de animais. Além disso participa muito de discussões em redes sociais a respeito de diversos temas polêmicos.

Marina adora se reunir com as amigas - as quais também possuem restrições alimentares - para tomar “cafezinhos”, mas tem dificuldade para encontrar um lugar que abranja todas as restrições e que a comida seja realmente boa. Além disso, leva muito em consideração o ambiente, já que faz isso no seu tempo de lazer. Por ser muito antenada nas redes sociais, encontrou a loja Origem no Instagram e tomou conhecimento de seus projetos sociais. Por isso e por toda a política do estabelecimento sobre não usar plásticos e etc, ela resolveu marcar um “cafezinho” com suas amigas e adorou o lugar. A partir de então, antes de ir para aula, Marina sempre passa para comprar uma coxinha ou outra novidade da loja. Se sente bem indo lá, porque além de se alimentar bem, comer algo que gosta, também está contribuindo para ambientes que tem consciência ecológica.

4.2. Ângela Soares

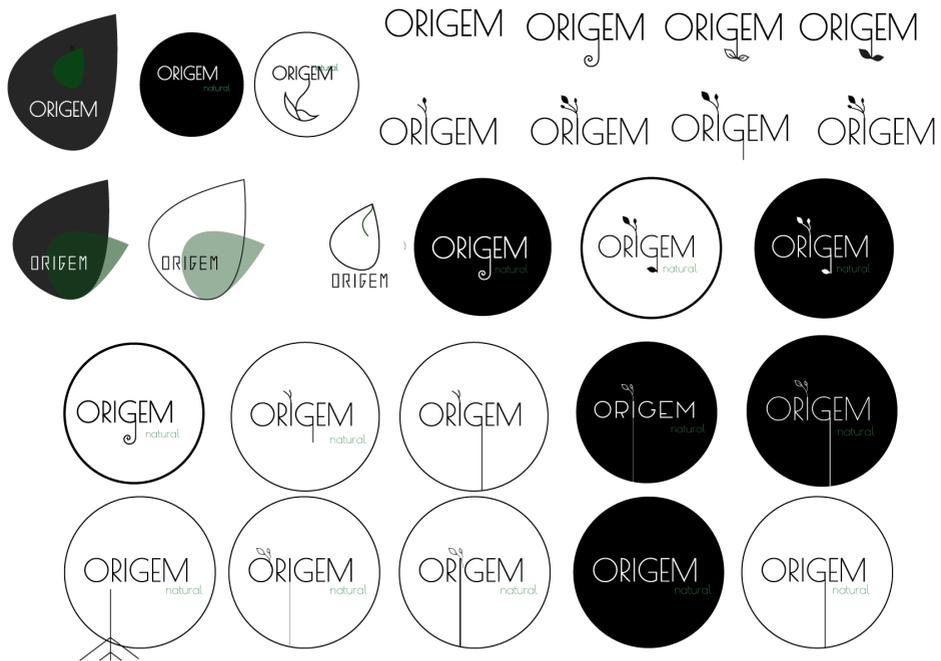


Ângela tem 39 anos e é fisioterapeuta no HU. Ela é nativa de Florianópolis e mora no condomínio São Jorge com sua família: seu marido e seu filho de 4 anos. Possui uma boa estabilidade financeira.

Tem uma vida bastante agitada por conta de seu trabalho e família, mas não abre mão de fazer seu funcional, atividade que faz com que ela fuja um pouco da realidade e dos estresses diários. Possui um estilo de vida consideravelmente saudável: pratica atividades físicas, trabalha 8h diárias e sempre que pode cuida da sua alimentação, visto que já teve sobrepeso alguns anos atrás.

Ângela é muito vaidosa, um dos seus hobbies favoritos é fazer compras no shopping, sua loja preferida é a Zara e é cliente fiel de lá. Assim como a Zara, Ângela possui alguns “estabelecimentos de estimação”, dos quais não abre mão. Isso mostra um pouco de sua personalidade: é organizada, gosta de rotina e não é muito de novidades. Por isso vai sempre nas mesmas lojas, mesmos restaurantes, mesmos cabelereiros... Seu cabeleireiro de estimação por exemplo, é o Le Visage, que se encontra num bairro super movimentado da cidade, então se sente muito cosmopolita andando por lá. Certa vez em que estava dando um retoque no cabelo, foi até o estabelecimento do lado do Le Visage para comprar algo para comer, foi quando tomou conhecimento da Origem. Pegou um cafezinho junto de um bolo e adorou, pois além de ser gostoso estava ajudando ela a não ganhar uns pesinhos a mais. A partir de então, abriu mão de almoçar no restaurante próximo ao HU que possuía muitas frituras para pedir o delivery da loja, o qual era super saudável e prático.

5) Geração de alternativas:



A forma circular foi diversas vezes utilizada por remeter ao conceito “elegante” e “aconchegante”, ao mesmo tempo que a cor verde e a representação de algum elemento da natureza - em sua maioria, folhas - por remeter ao “consciente” e “inovador”.

6) Refinamento e alternativa escolhida:



O formato circular foi mantido como na maioria das alternativas, assim como a representação da folha e da cor verde. A alternativa foi decidida após uma reunião com a equipe, que escolheu a opção mais semelhante do seu logo antigo, afinal, a intenção seria um “amadurecimento” da marca, e não uma mudança radical. A letra “i” esticada até o final é uma representação da origem/raíz, que cresce desde o seu início e tem como resultado uma planta, simbolizando o objetivo da marca que é deixar frutos de sua ideologia, e não apenas vender a comida como um produto.

2.2 APRESENTAÇÃO DE CADA AÇÃO

a) AÇÃO 4:

Foco no Instagram - criação de conteúdo e postagens

Briefing: Aumentar o engajamento com os seguidores a partir de uma programação de posts e conteúdos relevantes.

Público-alvo: Possíveis seguidores e já seguidores do Instagram da Origem Natural.

1) Criação de programação de postagens:

(Junho) Dia/Semana	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado
01/07 - 07/07	Segunda sem carne (risoto caprese)	"cozinha feia"	institucional doação	Potes de vidro no empório, fotos produtos de empório	Amanhã tem brunch	
08/07 - 14/07	Segunda sem carne (bbq rules)	Suco da semana	institucional doação	Açaí sem xarope de guaraná, natural e funcional	Amanhã tem brunch	Venha comer brunch e compre geléia orgânica
15 - 21	Segunda sem carne (paleo)	Comidas ayurvédicas. O que é ayurveda?	institucional doação	Tipos de dosha ayurveda do cardápio	Amanhã tem brunch	Venha comer brunch e compre natutela
22 - 28	Segunda sem carne (nhoque)	you sabe o que é uma dieta plant based?	institucional doação	Mac & cheese plant based	Amanhã tem brunch	Venha comer brunch e compre castanhas sem contaminação cruzada por glúten, você sabia que existe um alto risco de se contaminar?
29 - 4	Segunda sem carne (ragu)	Potes de vidro R\$1 desconto no retorno do pote	institucional doação	Compostagem	Amanhã tem brunch	Venha comer brunch e compre pao em graos para o café da manha de domingo

A programação foi feita após uma pequena reunião com a equipe, analisando quais pontos seriam interessantes de serem compartilhados nas redes sociais. É interessante notar que no início alguns assuntos se repetiam muito, como por exemplo a “segunda sem carne”. No decorrer dos meses, houve a necessidade de ter uma flexibilização em relação aos temas, trazendo mais variedades. A programação sempre foi feita previamente e com a ajuda do site “Later”, que agendava as publicações no calendário, tornando-se essencial para uma melhor organização.

Ressaltando que essa foi uma atividade que durou o período inteiro do estágio.

2.2 APRESENTAÇÃO DE CADA AÇÃO

a) AÇÃO 5:

Divulgação da Semana Origem.

Briefing: Divulgar a Semana Origem, comemoração do aniversário de 1 ano do estabelecimento. Serão realizadas palestras e um jantar beneficente, tudo no próprio estabelecimento.

Público-alvo: Clientes da Origem e outras pessoas interessadas em alimentação orgânica, produtos naturais, compostagem e sustentabilidade.

1) Evento do Facebook e impulsionamento:



A capa criada para o evento do Facebook manteve a estética da marca: linhas e elementos da natureza. A criação do evento foi o primeiro passo depois de organizada a programação da semana.

Nome do conjunto de anúncios	Estratégia de lance	Orçamento	Edição significativa mais recente	Resultados	Alcance	Impressões	Custo por resultado	Valor gasto
Evento: Semana 1 Ano Origem Natural	Menor custo	R\$ 50,00	14 de Ago de 2018 16:21 na 64 dias	Participação: 50	2.899	5.203	R\$ 1,00	R\$ 50,00 de R\$ 50,00
Resultados de 1 conjunto de anúncios				Participação: 50	2.899 Pessoas	5.203 Total	R\$ 1,00 Por participa.	R\$ 50,00 Total gasto

← Informações da promoção

Interações

233

Cliques na promoção

Visitar perfil 299

77% da promoção mais recente

Como chegar 18

83% da promoção mais recente

Visitar site 9

88% da promoção mais recente

Ligações 1

100% da promoção mais recente

Descoberta

12.423

Foram realizados impulsionamentos da publicação nas redes sociais Facebook e Instagram. Os resultados foram satisfatórios, dando destaque para o Instagram, onde alcançamos 10 mil seguidores.

2) Telas para divulgação do evento:



ORIGEM natural

JANTAR BENEFICENTE

O jantar irá acontecer no dia 20 de Agosto (segunda-feira) das 19h30 às 21h30 na nossa casa.

Endereço: R. Dr. Agostinho Sielski, 134-A - Santa Mônica, Florianópolis.

Os ingressos estão no valor de 100 reais e temos apenas 20 unidades!

100% do lucro será revertido para o Instituto É o Bicho.

Para adquirir seu ingresso entre em contato conosco por whatsapp: (48) 9991311206



ORIGEM natural

JANTAR BENEFICENTE

ENTRADA
Berinjela ayurvédica com creme de tofu orgânico, tomate confitado e crocante de girassol.
&
Creme de abóbora cabotiá com leite de coco, pimentão vermelho, especiarias e bacon vegano.

PRATO PRINCIPAL
Risotto aos cogumelos com azeite de ervas e verdinhos temperados.
&
Tofu orgânico com especiarias.

SOBREMESA
Brownie com creme de chocolate e avelã.
&
Trufa de chocolate com caramelo salgado e castanhas.

BEBIDAS
Drinks não alcoólicos de kombucha com limão e alecrim.
&
Água saborizada.

Todas as telas foram divulgadas pelo Instagram, onde se encontra a maior parte do público da Origem. Foram compartilhadas tanto no feed de notícias, quanto pelos “stories”.



ORIGEM natural

PROGRAMAÇÃO

20/08 (segunda) às 19h30:
Jantar beneficente.

21/08 (terça) às 15h00:
Roda de conversa com Nicole Berndt, fundadora do projeto “Casa Sem Lixo”.

23/08 (quinta) às 18h00:
Lançamento do Happy Hour Origem.

24/08 (sexta) às 17h00:
Roda de conversa sobre a situação dos resíduos da nossa Ilha com o vereador Pedrão.

24/08 (sexta) às 18h00:
Workshop sobre compostagem caseira e separação de resíduos com João Oliveira, sócio da Agroecológica.



ORIGEM natural

Roda de conversa com a fundadora do projeto “Casa Sem Lixo”, Nicole Berndt.

Data: 21 de Agosto, terça-feira
Horário: 15h00
Local: Origem Natural, R. Dr. Agostinho Sielski, 134-A - Santa Mônica

2.2 APRESENTAÇÃO DE CADA AÇÃO

a) AÇÃO 6:

Cobertura fotográfica da Semana Origem:

Briefing: Realizar a cobertura fotográfica da Semana Origem durante o Happy Hour.

Público-alvo: O Público que participou do evento e deseja ver sua foto.





A primeira rodada de fotos foi realizada durante a roda de conversa com Nicole Berndt, fundadora da “Casa Sem Lixo”.





A segunda rodada de fotos foi durante o happy hour da Origem.



2.2 APRESENTAÇÃO DE CADA AÇÃO

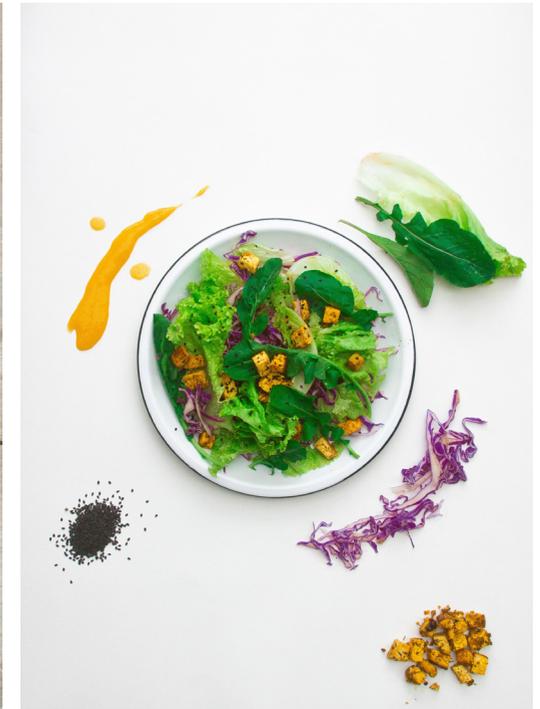
a) AÇÃO 7:

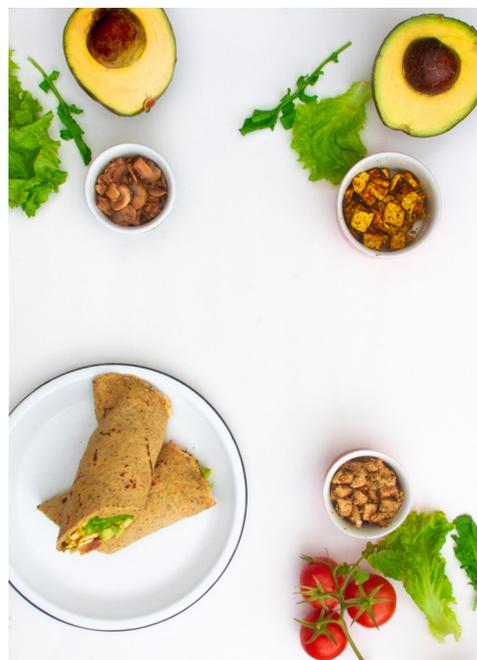
Diagramação do novo cardápio.

Briefing: Diagramar um novo cardápio, respeitando o rebranding da marca. As fotos dos pratos deveriam ser tiradas de cima, assim como de todos os ingredientes envolvidos na refeição.

Público-alvo: Clientes da Origem: em sua maioria mulheres entre 20 a 50 anos que se preocupam com sua saúde e, por isso, se alimentam de forma saudável, preferindo sempre refeições funcionais e de origem orgânica. Seja as que fazem por um período curto - por conta de regimes e dietas -, seja as que levam isso como estilo de vida.

1) Fotos dos pratos e tratamento:





Todas as fotos foram tiradas no próprio estabelecimento com a ajuda de um tripé e cartolinas brancas para o fundo. Os ingredientes dos respectivos pratos deveriam estar todos presentes para deixar claro ao cliente tudo que vai em sua refeição. As edições foram feitas com o programa da Adobe, Lightroom.

2) Edição das fotos:



A intenção seria representar todos os ingredientes do prato como se estivessem escrito na própria cartolina, por isso o primeiro passo foi fazer linhas de forma irregular, de modo que parecessem ser feitas a mão. A edição foi feita no Illustrator, utilizando um brush semelhante a giz.

A segunda etapa foi preencher as linhas com uma fonte que parecesse manuscrita: Sandbox Melodrama. O nome do prato foi feito com a mesma fonte da logo: Poiret One.

3) Diagramação do cardápio



A esquerda, a capa, onde foi utilizada uma foto de uma das principais atrações do estabelecimento: o brunch aos sábados. A direita, a primeira página, explicando de forma sucinta a ideologia da empresa.

REFEIÇÕES

Os queridinhos da casa

Mac and Cheese Macarrão sem glúten, queijo de castanha de casta orgânica nos sabores cheddar e provolone, alho poró, cebola caramelizada com gengibre e limão e temperinhos.	29,90
Nhoque da Casa Nhoque de batata ao molho de tomates frescos e manjericao, frango ou tofu orgânicos grelhados com especiarias e couve no azeite.	22,00
Receio Caprese Receio de arroz integral com alho poró envoltos no creme de tofu temperado, tomate confitado, folhas de manjericao, mix de sementes temperadas e couve no azeite.	23,00
Estrogonofe de Grão de Bico Grão de bico cremoso com leite de coco, tomates frescos e cogumelos. Acompanha quinoa com hortelã e folhas.	29,90
Pala de Cogumelos Arroz integral com agarrão, cogumelos salteados, manga, abacate, folhas orgânicas temperadas com molho de azeite e especiarias e um toque de gergelim.	22,00
Protetico Verdeo Molho de manga, mostarda e melado, cenoura e repolho roxo, frango orgânico ou tofu orgânico grelhados com especiarias e folhas orgânicas.	23,00
Thai Molho de leite de coco com especiarias, abóbora, frango ou tofu orgânicos grelhados com especiarias, toque de tomate confitado e folhas orgânicas.	22,00
Tabule Fresh Tabule de quinoa, cebola roxa, hortelã, pepino, humus de grão de bico, grão de bico, molho refrescante de tofu e folhas orgânicas.	24,00



As páginas foram feitas tendo como intuito serem limpas e fáceis de serem lidas. As linhas do lado das “refeições” foram o único elemento visual colocado, representando a mesma linha do novo logo, que representa uma raiz.

WRAPS

- Wrap de Frango Orgânico 19,90
Massa de grão de bico, farinha de arroz integral, linhaça dourada moída, fécula de mandioca e chia, com recheio de frango orgânico grelhado ao molho de tomates frescos, especiarias funcionais e folhas orgânicas.
- Wrap de Cogumelo 19,90
Massa de grão de bico, farinha de arroz integral, linhaça dourada moída, fécula de mandioca e chia, com recheio de cogumelos, abacate temperado, cebolinha e folhas orgânicas.
- Wrap de Tofu Orgânico 19,90
Massa de grão de bico, farinha de arroz integral, linhaça dourada moída, fécula de mandioca e chia, com recheio de tofu grelhado com especiarias, abacate temperado, cebolinha e folhas orgânicas.



Como pode ser visto, todas as seções (desde os pratos principais até as bebidas) mantiveram a mesma identidade visual: clean e com a linha representativa do logo. A foto do wrap se diferencia dos pratos principais pois possui três sabores diferentes que necessitam mostrar relação entre si.

DOCES PLANT BASED

- Brownie Bomb 15,00
Ganache de chocolate, brownie funcional e creme de amêndoas com um toque de cookie de amêndoas.
- Origem Cheesecake 14,00
Releitura do tradicional cheesecake com queijo de castanha de caju e cobertura de gelato OU natuista.
- Banole Love 12,00
Fase de bolacha, recheio cremoso de pasta de amêndoas com tofu, banana e cookies de amêndoas. Para comer de colher!
- Ganache Cream 15,50
Sorbet da nossa ganache de chocolate, creme amêndoas com leite de coco e cookies de amêndoas. Para comer de colher!
- Nice Cream Sem Açúcar 14,00
Sorbet de banana congelada com baunilha e chia.
- Bananas Pancakes Sem Açúcar 12,50
2 unidades de panqueca de banana, farinha de grão de bico, fécula de mandioca, chia e baunilha. Adoçado de melado opsonat.
- Pudim de Chia Sem Açúcar 13,00
Leite de coco, chia, banana e canela.
- Melhor Bolo do Sul do Mundo 14,50
Cortier: bolo do dia, afinal, aqui sempre é dia de melhor bolo do sul do mundo.



RELATÓRIO FINAL DE ESTÁGIO CURRICULAR

BLOCO 3

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

Sim, em praticamente toda sua totalidade. Tive a oportunidade de colocar em prática os ensinamentos aprendidos em aula, principalmente no Projeto 5 - Editorial, já que foi realizada a confecção do cardápio. Um ponto muito positivo do estágio foi a variedade de tarefas, desde fotografia até partes mais complexas do design.

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

O principal ponto positivo foi a variedade de tarefas e a liberdade criativa, visto que a equipe era muito aberta a novas ideias e confiavam no meu trabalho. Tive oportunidade realizar de tudo um pouco, sem deixar a desejar em relação a complexidade. Além do mais, consegui contatos para possíveis trabalhos futuros, já que minha equipe me indicou diversas vezes para conhecidos.

Em relação ao ponto negativo, a sala em que trabalhava era pequena e quente, muitas vezes atrapalhando meu rendimento. Outro problema que tive no decorrer do estágio foi com a equipe: por serem uma empresa pequena, acabavam tendo muitas tarefas, deixando o design como segundo plano em alguns momentos. Isso acabou me atrasando em certas tarefas, já que para seguir para o próximo passo precisava de informação ou aprovação dos meus superiores, os quais demoravam muito para me darem resposta.

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?

No geral, sim. Mas vale ressaltar que na faculdade temos mais tempo para realizar algumas tarefas, enquanto no estágio é preciso otimizar o tempo e diminuir a complexidade de algumas tarefas.

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

O estágio foi o salto para o início da minha carreira. Além de colocar em prática os ensinamentos recebidos na faculdade, a experiência de estar trabalhando em uma empresa conta muito. Desde tarefas secundárias como se relacionar e se portar no ambiente de trabalho até o trabalho em si, tudo isso faz parte do crescimento profissional.

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

Os conhecimentos teóricos utilizados diretamente no período de estágio obrigatório foram adquiridos através dos Projeto 5 Editorial, Projeto 13 Promocional e, apesar de não ter feito o Projeto 6 Branding ainda, me baseei em seus materiais para realizar algumas tarefas.

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

Marketing digital, gerenciamento de mídias e tratamento de foto pelo programa Lightroom. Inclusive, na minha opinião, são matérias que poderiam ser disponibilizadas no curso de alguma forma, visto que no meio profissional são muito necessárias.

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

10.

RELATÓRIO FINAL
DE ESTÁGIO CURRICULAR

BLOCO 4

Carta de Avaliação de Estágio - Supervisor / Empresa Concedente

Nome da Empresa Concedente: FEAR FOOD COMERCIO DE ALIMENTO LTDA
 Estagiário: LINA LAITANO
 Área do Estágio: COMUNICAÇÃO E MARKETING
 Período de realização do estágio: _____
 Supervisor de Estágio: ARTHUR FERREIRA DOS SANTOS
 Contatado Supervisor de Estágio (fone/e-mail): ARTHUR.FERREIRA.MARKETING@GMAIL.COM / 99945.7978

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: _____

Carta de Avaliação de Estágio - Professor Orientador/Avaliador

Estagiário: Lina Laitano
 Nome do Prof. Orientador/Avaliador: Israel Braglia
 E-mail do Prof. Orientador/Avaliador: ISRAEL.BRAGLIA@UFSC.BR
 Data da entrega do Relatório para a avaliação: 21/11/2018

Para a 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:

A aluna Lina realizou todas as atividades no seu estágio demonstrando resiliência para o seu curso e cumprimento de atividades e prática de design

Florianópolis _____ 28/11/2018
 Cidade Data

Israel Braglia
 PROF. ORIENTADOR



**UNIVERSIDADE FEDERAL
DE SANTA CATARINA**

**RELATÓRIO FINAL
DE ESTÁGIO CURRICULAR**

DESIGN

Livia Laitano
ORIGEM NATURAL
07/05/2018 - 26/11/2018