



**Centro Universitário de Brasília – UniCEUB**  
**Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas – FATECS**  
**Comunicação Social – Marketing**  
**Disciplina: Estágio Supervisionado**  
**Professora: Regina Santos**

Kamilla Fernandes Crepaldi

RA 20754770

**ELABORAÇÃO DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA EMPRESA  
LOCSOLL**

**Brasília**

**2011**

**KAMILLA FERNANDES CREPALDI**

**ELABORAÇÃO DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA EMPRESA  
LOCSOLL**

Projeto de conclusão da Disciplina Estágio Supervisionado do Curso Comunicação Social com habilitação em Marketing e Comunicação – FATECS do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB – sob orientação da Professora Regina Santos.

**BRASÍLIA  
2011**

## **RESUMO**

Este é um projeto desenvolvido para a disciplina de Estágio Supervisionado, do curso de Marketing do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB com o propósito de desenvolver um manual de identidade visual para a empresa Locsoll com a intenção de adquirir maior reconhecimento no mercado e sobressair entre seus concorrentes.

Após concluir o planejamento de campanha e realizar pesquisas em bibliografias relacionadas, concretizou-se a ideia de realizar uma promoção de vendas para estimular o público a adquirir o serviço de maneira rápida e desenvolver melhor percepção da marca.

## SUMÁRIO

### INTRODUÇÃO

#### 1 CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

1.1 Dados Gerais da Organização .....	14
1.2 Negócio/Área de Atuação.....	14
1.3 Histórico da Organização .....	14
1.4 Clientes.....	15
1.4.1 Clientes Franqueadora .....	15
1.4.2 Clientes Escola de Música.....	15
1.5 Produtos ou Serviços.....	15
1.6 Concorrentes .....	16
1.7 Estrutura e Funcionamento .....	16
1.7.1 Organograma Franqueadora ver Apêndice .....	16
1.7.2 Organograma Escola de Música ver Apêndice .....	16
1.8 Supervisor.....	16

#### 2 PLANO DE ESTÁGIO

2.1 Atividades e Responsabilidades.....	17
2.2 Caráter do estágio .....	17
2.3 Situação Problema ou Oportunidade.....	17
2.4 Objetivo do Estágio: Geral e Específicos .....	18
2.4.1 Geral .....	18
2.4.2 Específico .....	18
2.5 Cronograma de Atividades ver Apêndice .....	18

### **3 DESENVOLVIMENTO**

3.1 Teoria de Base .....	19
3.1.1 Planejamento de Campanha .....	19
3.1.2 Promoção de Vendas .....	20
3.1.3 Identidade Visual .....	21
3.2 Metodologia .....	22
3.3 Descrição das Atividades .....	22

### **4 ANÁLISE CRÍTICA DOS RESULTADOS**

4.1 Quais Foram os Resultados obtidos?.....	24
4.2 O que os Resultado Revelam?.....	24
4.3 Comos os Resultados Alcançados se Relacionam com a Teoria que você Adotou como Base? .....	24
4.4 Quais Foram as Limitações do seu trabalho? .....	25

### **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

5.1 Recomendações para a Organização .....	26
5.2 Avaliação dos Resultados .....	26

### **Anexos**

## **INTRODUÇÃO**

A construção civil é um dos setores mais promissores hoje em Brasília, está em frequente crescimento, possui grandes empresas no mercado.

A empresa Locsoll faz parte deste setor há dois anos, em Brasília-DF. Com pouco tempo no mercado já esta inserida entre as dez maiores empresas no mercado de Brasília, porém os empresários da empresa tem objetivo de alcançar um dos primeiros lugares e ser reconhecida como uma grande empresa. Para obter esses resultados percebeu-se a necessidade de realizar um manual de identidade visual, sendo este o projeto elaborado durante o estágio supervisionado.

## **1. CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO**

### **1.1 Informações Gerais da Organização**

Locsoll Locadora de Equipamentos LTDA

Endereço: 3ª Av. LOTE 1470 B Núcleo Bandeirante Brasília – DF

CEP: 71.720-586

Telefone: (61) 3036-4666

Site na internet: [www.locsoll.com.br](http://www.locsoll.com.br)

CNPJ: 11.252.531/0001-98

Email: [locsoll@locsoll.com.br](mailto:locsoll@locsoll.com.br)

### **1.2 Negócio da empresa**

Empresa locadora de maquinário e equipamentos para construção civil e construtora.

### **1.3 Histórico da empresa**

O ramo seguido por Luiz Eduardo Silva da Paz, Arquiteto e Urbanista, com a idéia e visão empreendedora do irmão Leonardo Augusto Silva da Paz, Administrador de Empresas, bastou para a criação da empresa que tem sua Sede atual no Núcleo Bandeirante, Brasília - DF.

O início da família Paz e Silva se deu em 2008 na cidade de Paracatu - MG com pequenos trabalhos de prestação de serviços gerais.

Fundada no Distrito Federal em outubro de 2009, a LOCSOLL iniciou suas atividades no ramo de locação e vendas de máquinas e equipamentos para a

construção civil e prestações de serviços para atender a este segmento de grande crescimento em Brasília.

#### **1.4 Clientes**

Os clientes da empresa LOCSOLL são empresas no ramo de construção civil e pessoas físicas que possuem necessidades dos serviços oferecidos pela empresa.

Porto Belo- Construindo patrimônios

JCGontijo- Engenharia S.A

VIA- engenharia S.A

ECL- engenharia

Construtora Veloso

RN- Construtora

Método tda

Realmak- Serviços e comércio Ltda

Lugasa- Contrutora. ISO 9001

Delta- Engenharia

Metrofile

Construtora ReS

ALE

Global System

MGarzon Eugenio- Inteligência Imobiliária

IPE-OMNI Incorporação e Construção



## **1.5 Produtos e serviços**

A LOCSOLL oferece maquinários e equipamentos para construção civil e também oferece serviços de construtora.

Serviços: locação de máquinas, construção civil (prestação de serviços), assistência técnica (arrumar máquinas de terceiros) e transporte (frete).

Equipamentos:

Andaime tubular

Andaime Fachadeiro

Escoras de - 2.00m 3.50m

Máquinas:

Acabadoras de piso

Betoneiro

Compactador

Cortadoras de piso/asfalto

Compressor

Esmerilhadeira bosch PWS 1800 WTS

Furadeira de impacto bosch

Guincho de coluna menegotti

Gerador

Martelos

Motor Bomba

Placa vibratória

Vibradores

Réguas Vibratórias

Máquinas

Mini carregadeira

Mini escavadeira

Mini retroescavadeira

Rolo compactador

Motoniveladora

Escavadeira hidráulica

Retroescavadeiras

Pá carregadeira

Caminhao Munk

Caminhão truck

Caminhão pipa

### **1.6 Concorrentes**

A empresa Locsoll possui mais de 30 concorrentes em Brasília- DF e no entorno, os concorrentes classificados como os mais importantes e diretos são:

Andaimes Martins

Andaimes Remo

Tagualoc

Locguel

Locmaq

Locsolo

Locbras

Bsbrental

Centro Oeste Locações

Locagyn

### 1.7 Estrutura e Funcionamento

Possui 04 funcionários que auxiliam na administração da empresa e é dividida em 05 departamentos:

1. Diretor geral administrativo: Leonardo Paz
2. Gerente de administrativo: Rhamon Borges
3. Comercial/vendas: Rachid Cavalcante
4. Setor de mecânica: Santos



### 1.8 Contato do Supervisor

Supervisor: Leonardo Augusto Silva da Paz

Formação: Administração

Endereço: 3ª Av. LOTE 1470 B Núcleo Bandeirante Brasília - DF

Telefone: 3036-4666

Email: pazleo54@gmail.com

## **2 PLANO DE ESTÁGIO**

### **2.1 Atividades desenvolvidas no dia a dia na empresa**

Um departamento de marketing é responsável por desenvolver propostas de serviços e produtos para suprir as expectativas dos clientes e dos sócios.

Além disso na Locsoll é desenvolvido várias outras atividades, de caráter administrativo, como:

- Produção de material para clientes, como por exemplo, mala direta e pelo material de divulgação da empresa Locsoll.
- Responsável pelo calendário de entregas de matérias maquinários de cada cliente, e fazer o contato lembrando-os.
- Verificação de clientes que solicitam os serviços da Locsoll ou que tiram dúvidas através do site.

### **2.2 Caráter do estágio**

Este estágio tem caráter de intervenção. O projeto de estágio é aperfeiçoar a identidade visual da logo marca LOCSOLL com a intenção de prospecção de clientes/sócios.

### **2.3 Situação Problema ou Oportunidade**

No cenário atual, a concorrência no mercado se torna cada vez maior entre as empresas. Existe, no entanto a necessidade de aperfeiçoamento e inovação perante os demais concorrentes.

Para manter sobrevivência na atual realidade algumas empresas necessitam de algumas estratégias para o fortalecimento e permanência no mercado.

A empresa Locsoll é nova no mercado, tem uma ótima estrutura. Os sócios têm experiência no mercado atuante e acreditam que com uma logo marca mais elaborada a empresa tem tudo para consolidar-se.

A identidade visual ajudará a promover o nome da empresa, tornando-a conhecida sem muitos gastos.

## **2.4 Objetivos**

### 2.4.1 Geral

Elaborar identidade visual da logomarca da empresa Locsoll.

### 2.4.2 Específico

Desenvolver identidade visual da logomarca.

Produzir material de divulgação da empresa.

## 2.4 Cronograma

ATIVIDADES	PERÍODO				HORAS
	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	
Procurando estágio	X				35h
Conhecer a empresa e como funciona		X			75h
Levantamento de informações sobre a empresa para identificar o que será desenvolvido no trabalho de estágio supervisionado		X	X		30h
Coleta de dados e Realização da identidade visual da logo marca			X	X	65h
Revisão do projeto e entrega do trabalho de estágio supervisionado				X	20h
					<b>225h</b>

### **3. DESENVOLVIMENTO**

#### **3.1.1 Identidade Visual**

Identidade Visual é o conjunto dos elementos gráficos que representam determinada instituição, serviço ou produto. O uso correto da identidade visual garante a unidade da instituição e elimina ruídos na comunicação. De acordo com o site Baboo “É primordial para o sucesso de uma empresa o estabelecimento de uma Identidade Visual forte, reconhecida pelo mercado! Marcas vencedoras não apresentam somente benefícios funcionais. Seu objetivo é criar também benefícios emocionais que levam a sua fidelização”.

A aplicação da identidade visual é feita através de um manual que organiza os elementos institucionais, especificando formatos, cores, tipografias e regras que orientam todas as manifestações visuais. Um design claro e objetivo aumenta a qualidade da marca na percepção dos clientes.

A identidade visual é responsável pela identificação e lembrança da marca na mente dos consumidores. Por isso, ao realizar as peças da campanha, principalmente, as relacionadas à divulgação, é fundamental criar um conceito de identidade visual para gerar impacto e para que o público perceba e reconheça em qualquer lugar que estiver.

#### **3.1.2 Marca**

Segundo a definição da AMA (American Marketing Association) Marca é: “um nome, termo, sinal, símbolo ou desenho, ou uma combinação dos mesmos, que pretende identificar os bens e serviços de um vendedor ou grupo de vendedores e diferenciá-los daqueles dos concorrentes”.

As marcas têm sido usadas para identificar e diferenciar uma mercadoria, produto ou serviço em relação aos seus concorrentes. Modernamente, as marcas passaram a desempenhar diversos papéis.

Um deles é constituir uma base para a empresa estabelecer uma política de custo diferenciado, praticando preços mais elevados obtendo maior lucratividade. A marca também tem o poder de fidelizar seus consumidores. A partir do momento que o consumidor encontra o produto e efetua uma compra mediante o reconhecimento da marca.

Para Murphy (1987, p. 43) a marca não existe isoladamente, ele identifica alguns componentes como, o produto em si, embalagem, o nome de marca, a publicidade e a apresentação como um todo.

“Uma marca passa a significar não apenas um produto ou serviço, mas incorpoea um conjunto de valores e atributos tangíveis e intangíveis relevantes para o consumidor e que contribuem para diferenciá-la daquelas que lhe são similares. Assim, ao adquirir um produto, o consumidor não compra apenas um bem, mas todo o conjunto de valores e atributos da marca.” (MURPHY 1987,P. 44)

A marca trás vantagens para os produtores, revendedores e consumidor.

“Para o revendedor, as vantagens consistem na maior facilidade de vender produtos de marcas já conhecidas, na garantia representada pela marca em merece a preferência do consumidor e na possibilidade da pronta e rápida identificação da origem dos produtos. Para o consumidor, a vantagem da marca provém de seu valor informativo, que permite o reconhecimento das possíveis diferenças existentes entre os diversos artigos oferecidos.” (RIBEIRO, 2003, p.16)



### 3.1.3 Logomarca

Logomarca é um elemento específico da comunicação visual, que assegura certo número de funções no relacionamento empresa ou produto com seu público.

Composta por nome e imagens, logomarca representa simbolicamente uma empresa, instituição, produtos e serviços entre outros.

Segundo o site Criação de Marcas:

“É todo elemento visual que identifica e diferencia de outros iguais ou semelhantes, ou certifica a conformidade dos mesmos com determinadas normas ou especificações técnicas. Quanto à origem, marcas podem ser brasileiras ou estrangeiras, quanto ao uso, podem ser de produtos, de serviços, coletivas ou de certificação.”

Um dos seus principais objetivos é “marcar” a imagem na mente do consumidor, fazendo com que ele associe a imagem à qualidade do produto ou serviço.

A logomarca é “um símbolo publicitário, muito superior em força expressiva ao próprio nome. Ela tem capacidade de destacar, num conjunto de produtos semelhantes, aquele de nossa preferência. Sua importância está na formação gráfica, cujo motivo deve ser simples e expressivo, facilmente identificável, levando-se em conta o seu alto valor de permanência e significação. Se possível deve estar ligada intrinsecamente à empresa que representa, para que, ao ser vista por qualquer um, lembre logo a quem pertence. Um desenho complicado anula seu propósito e suas qualidades simbólicas e publicitárias” (RIBEIRO, 2003: p. 241).

O aspecto gráfico da identificação de uma empresa ou produto é sua logomarca como afirma, MILTON RIBEIRO (2003: p. 244).

A logomarca transforma-se em signo com o passar do tempo, tornando-se possível trabalhar seus elementos de diferentes formas, sem que mude o que ela é para a sociedade, seu posicionamento e seu valor, ou seja, sua identidade permanecerá.

## **3.2 Metodologia aplicada ao trabalho**

O projeto desenvolvido tem como objetivo a intenção de desenvolver um manual de identidade visual para a logo marca da empresa Locsoll.

A metodologia de pesquisa adotada foi á exploratória, através de levantamentos bibliográficos e em meio virtual (internet), para que se chegasse a uma base de dados capaz de atender as necessidades relevantes para a logomarca da empresa.

## **3.3 Descrição das atividades**

### **3.3.1 Atividades realizadas no Projeto Prático**

O primeiro passo foi a reunião com os administradores logo após perceberem a importância de uma marca bem reconhecida.

A primeira parte do trabalho teve como objetivo conhecer a empresa a Locsoll. Através das observações realizadas no dia a dia da empresa, foi possível encontrar os aspectos e as características da empresa que podem refletir em sua marca.

Em abril de 2011 foi criando um planejamento de campanha onde seriam tiradas todas as informações necessárias para elaboração da identidade visual da logo marca.

O manual de identidade visual da logomarca foi elaborado e produzido no mês de junho e julho de 2011.

## **4. ANÁLISE CRÍTICA DOS RESULTADOS**

### **4.1 Atividades práticas realizadas desde o início do projeto até o momento.**

Pode-se conhecer a empresa Locsoll, seus pontos fortes e fracos que pudessem refletir na logo marca. Com o dia a dia, no atendimento dos clientes, dos parceiros e também pelo site onde há um espaço para os clientes entrar em contato com a Locsoll.

Espera-se com o manual de identidade visual uma logomarca de sucesso.

### **4.2 O que os resultados obtidos revelam?**

Os resultados revelam que o manual de identidade visual é um essencial para o reconhecimento de uma empresa, atrai olhares e curiosos. Passa legitimidade para quem espera algo melhor do que dos concorrentes.

### **4.3 Como os resultados alcançados se relacionam com a teoria de base que você adotou?**

A relação entre o resultado e a teoria fica evidente quando ao realizar um projeto de identidade visual da logo marca em busca de informações que enriquecessem o trabalho e ajudassem em sua elaboração pode-se compreender melhor o que deveria ser feito para atingir o objetivo estabelecido.

Esse fato comprovou que para obter melhores resultados e otimizar a comunicação com seus clientes e com os sócios é necessário organizar as estratégias e identificar o que é necessário mudar na empresa. A busca por fundamentação teórica e conhecimentos que vão além de experiências pessoais

fizeram com que a ideia de realizar uma identidade visual da logo marca seguindo assim, o que apontavam os livros, ao sugerir uma identidade visual da logo marca Locsoll para prospecção de clientes e reconhecimento no mercado.

#### **4.4 Existem limitações para o trabalho prático que você propôs?**

Como não é oneroso produzir uma identidade visual, não houve limitações para a elaboração do projeto.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

### **5.1 Recomendações para a organização**

Recomenda-se que os empresários da empresa continuem observando o que deve ser aperfeiçoado na empresa em relação à comunicação, e aos aspectos de marketing. Foi possível observar pelos estudos e pesquisas que o impacto de uma empresa com logomarca de sucesso é forte, e é essencial para se destacar do mercado.

### **5.2 Avaliação dos resultados**

Pode-se aprender como a imagem de uma empresa faz diferença, para destacar-se dos concorrentes e a importância de uma logomarca bem produzida. Também foi possível aprender o processo que leva para a elaboração de uma logomarca, é importante conhecer a empresa, pois a empresa pode mostrar o que é por meio de sua marca.

O estágio colaborou muito para o aprendizado na área de produção de identidade visual para empresas. O cuidado que se deve tomar ao lidar com empresários. Além de ajudar a adquirir experiências que só são ganhas com prática e de conhecer o ambiente interno de uma empresa e todo o seu processo.

Descobriu-se as diversas ferramentas que possui para elaborar uma logomarca. Também a importância de fazer um estudo sobre a empresa e conhecê-la antes de produzir qualquer tipo de material de marketing. Além disso, percebeu-se o quanto é importante saber lidar com críticas e conseguiu-se defender ideias diante de um grupo.

Aos futuros alunos recomenda-se que organizem seu tempo para melhor realização de cada etapa do trabalho. É um excelente meio para praticar toda a teoria aprendida em sala e experimentar de maneira real como é a vida ao ingressar no mercado de trabalho.

## **PARTE PRÁTICA**

### **Anexo 1 – Briefing Locsoll**

A Locsoll é uma empresa locadora de maquinários e equipamentos para construção civil e também é construtora. Está há 02 anos no mercado em Brasília, só possui uma loja e está atuando entre as 10 empresas mais fortes do mercado de Brasília e entorno.

A empresa presta vários serviços: locação de máquinas, construção civil (prestação de serviços), assistência técnica (arrumar máquinas de terceiros) e transporte (frete).

Este tipo de segmento, o de construção civil, não há sazonalidade, somente nesses próximos anos deverá haver um aumento nas solicitações dos serviços, devido a copa do mundo que poderá ser sediada no Brasil em Brasília. Esse foi um dos motivos que levou-se a Locsoll aperfeiçoar sua marca.

O manual de identidade visual tem como objetivo tornar a empresa Locsoll reconhecida entre seus concorrentes e na área em que atua, atingindo top of mid, ou seja, ser a primeira lembrada quando o assunto for construção civil.

## **Anexo 2 – Identidade Visual**

### **Introdução**

A construção civil é um dos setores mais promissores hoje em Brasília, está em frequente crescimento, possui grandes empresas no mercado. Este segmento possui diversas empresas, uma vez que há competição no mercado entre elas, há um constante desenvolvimento no setor.

Fundada no Distrito Federal em outubro de 2009, a LOCSOLL iniciou suas atividades no ramo de locação e vendas de máquinas e equipamentos para construção civil, hoje também é uma construtora e está entre as 10 empresas mais reconhecidas no mercado de Brasília.

A locsoll possui mais de 30 concorrentes, porém os principais são, Andaimos Martins, Andaimos Remo, Tagualoc, Locguel, Locmaq, Locsolo, Locbras, Bsbrental, Centro Oeste Locações e Locagyn.

### **Motivos para fazer a Identidade visual.**

A empresa Locsoll está sempre buscando aprimorar-se para conquistar maior fatia de mercado e excelência no ramo. Apesar de a empresa até hoje não ter feito nenhum planejamento de campanha nem modificação em seu material de divulgação como a logomarca. Pela primeira a empresa vai passar por uma mudança na marca, buscando aprimorar sua comunicação como público-alvo, a fim de alcançar um maior reconhecimento no mercado. A identidade visual da logomarca é uma estratégia para seguir a frente da concorrência na lembrança da marca e seu valor agregado.



**Objetivo principal da Identidade visual.**

Tornar a empresa reconhecida e ficar a frente da concorrência na lembrança da marca. Se tornar top of mid.

## BIBLIOGRAFIA

PINHO. J.B. **O poder das marcas**. São Paulo: Summos, 1996.

RIBEIRO. M. **Planejamento Visual Gráfico**. LGE Editora, 2003.

MURPHY, JOHN. E ROWE, MICHAEL. **Como Desenar Marcas Y Logotipos**. Barcelona, 1991. 2.ed.

Sites:

[http://www.baboo.com.br/conteudo/modelos/Criando-uma-Identidade-Visual\\_a5890\\_z0.aspx](http://www.baboo.com.br/conteudo/modelos/Criando-uma-Identidade-Visual_a5890_z0.aspx) Acesso em: 14/06/2011, às 14 horas.

[http://comunidade.sol.pt/blogs/paulofaria/archive/2007/08/21/O-que-E900-a-Logomarca\\_2F00\\_Marca\\_3F00-.aspx](http://comunidade.sol.pt/blogs/paulofaria/archive/2007/08/21/O-que-E900-a-Logomarca_2F00_Marca_3F00-.aspx) Acesso em: 19/06/2011, às 10 horas.

<http://www.criacaodelogomarcas.com/logomarca.htm> Acesso em: 19/06/2011, às 11:30 horas.