

ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DE HORTOLÂNDIA
TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

ALAN BORGES MIRANDA ALBARRACIN

HELOISA DE ALMEIDA BATISTA

KAMILLY VITÓRIA VAZ CONCEIÇÃO

YASMIN MONTEIRO BARRETO

**GESTÃO EMPRESARIAL E IDENTIDADE VISUAL: O PAPEL DO BRANDING
NA EMPRESA DE FRETE E MUDANÇAS - SILMAR TRANSPORTES**

RESUMO

A importância de ter uma marca sólida tornou-se crucial devido à crescente competitividade no mercado atual. Esse cenário tem afetado diversas empresas, incluindo as de pequeno porte, que enfrentam adversidades para acompanhar o mercado e suas inovações. Com isso em mente, este projeto focou na empresa Silmar Transportes, uma pequena empresa de frete e mudança localizada em Hortolândia, que apresentava uma lacuna significativa em sua identidade visual e na utilização limitada de recursos digitais para marketing. O estudo visou demonstrar a importância do planejamento estratégico de branding para a empresa, que, apesar de seu crescimento recente, enfrenta desafios relacionados à concorrência e à falta de um marketing eficaz, resultando na problemática de não ter uma marca visual consolidada.

Palavras Chaves: Marca sólida, Competitividade, Identidade visual, Marketing, Planejamento estratégico, Branding.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a consolidação das marcas tornou-se crucial nas empresas, sendo elas de grande, médio e até pequeno porte visto que a concorrência se tornou cada vez mais acirrada e essas empresas precisam se destacar no mercado tão competitivo. Diante disso a ODS trabalhada será a “Trabalho descente e crescimento econômico”, assim, o papel do branding se destaca cada vez mais. Para Kotler (2003, p. 269) branding significa: dotar produtos e serviços com o poder de uma marca, o branding possibilita estruturas mentais e auxilia o consumidor a formar seu conhecimento sobre produtos e serviços, de maneira que torne sua tomada de decisão mais clara e, nessa ação, gere valor à empresa.

Assim ao observar a lacuna existente na identidade visual da empresa Silmar transportes, bem como a exploração limitada dos recursos digitais na área de marketing, notou-se a viabilidade de elaborar um projeto de pesquisa com ênfase na disseminação da importância de um planejamento estratégico e seu potencial de inspiração na tomada decisões especificamente, na gestão da empresa.

Além destas lacunas que geraram a oportunidade do projeto, existe a motivação do grupo, que acredita no potencial da empresa em crescer no ramo atuante, juntamente com a vontade de colaborar na visibilidade de uma pequena empresa local.

O projeto teve como foco a análise da estética da empresa e o desenvolvimento do seu branding de forma a torná-lo único e exclusivo. Foram aplicados a paleta de cores, tipografia e outros conceitos estabelecidos até o momento sobre a identidade da marca.

Como um incentivo a mais que ratifica a importância do projeto, observou-se que este é um problema das pequenas empresas que não entendem a importância da marca para seu negócio, visto que a identidade visual tem papel crucial na criação de vínculo com o público, influenciar na procura pelo serviço ofertado, aumentando o lucro entre outras vantagens mesmo em pequenos negócios.

Desse modo o projeto irá demonstrar na prática as influências de um bom branding consolidado em uma empresa.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 - História da empresa

A Silmar Transportes, fundada há 10 anos por Silmar Miranda, um morador da cidade de Hortolândia, tem navegado com sucesso no crescente mercado de mudanças residenciais no Brasil. Silmar, que anteriormente trabalhava como caminhoneiro, decidiu investir em sua própria empresa após ser despedido de seu antigo emprego. Hoje, a Silmar Transportes atua na área de frete e mudança e também oferece serviços de personal organize, administrados por sua esposa, Vanilza Borges.

De acordo com a “Folha UOL”, empresas de mudanças residenciais no Brasil registram um crescimento significativo nos últimos anos, impulsionado por vários fatores. A mobilidade residencial é alta, com um em cada três brasileiros considerando a possibilidade de mudar de residência nos próximos dois anos, especialmente entre aqueles que vivem de aluguel. Além disso, o crescimento do e-commerce, particularmente no segmento de casa e decoração, indica que muitas pessoas estão investindo em melhorias em suas casas, o que pode aumentar a demanda por serviços de mudança.

Nesse contexto, a Silmar Transportes tem se destacado. A empresa cresceu 300% no último ano em relação aos anos de 2018 e 2019, refletindo a ascensão do mercado de mudanças. No entanto, para manter a competitividade, é crucial que a Silmar Transportes, assim como outras empresas de mudança, continue a inovar e se adaptar às mudanças nas tendências do mercado.

O estudo da marca de negócios da Silmar Transportes, visa uma melhoria no seu branding que possam contribuir para o crescimento e desenvolvimento contínuo da Silmar Transportes.

2.2- Fundamentação Teórica

O mercado e muitos dos seus concorrentes já estão nesse movimento de entender que resultados não são criados da noite para o dia, mas são conquistados com uma

estratégia coerente e relevante de ponta a ponta. Em sumo, esse é um trabalho de gestão de uma marca, o chamado Branding.

Segundo a Guide e Co. Essa estratégia vem sendo trabalhada pelas maiores empresas do mundo há algum tempo.

2.3- Metodologia

Para alcançar os objetivos propostos, foi realizado uma pesquisa qualitativa descritiva e entrevistas com a equipe da empresa. A coleta de dados será realizada por meio de questionários e observação direta. A análise da pesquisa realizada sobre a visibilidade da empresa revelou que 54,2% dos entrevistados não conhecem nenhuma empresa de frete e mudança, enquanto 45,8% conhecem pelo menos uma. A “Silmar Transportes” é a mais conhecida entre essas empresas. Curiosamente, a mesma porcentagem de 45,8% dos entrevistados já contratou uma empresa de frete e mudança, sugerindo que aqueles que conhecem essas empresas tendem a utilizar seus serviços. No entanto, apesar de ser a empresa mais mencionada, a “Silmar Transportes” é desconhecida para 86,4% dos entrevistados, indicando uma oportunidade para aumentar a conscientização sobre essa empresa.

2.4 - Situação Atual

A situação atual da Silmar Transportes apesar de seu crescimento significativo nos últimos anos, vem enfrentando algumas dificuldades em questão de concorrência, devido as diversas empresas do ramo do negócio, essas dificuldades se encontram devido a falta do relacionamento que a empresa possui com o marketing e sua identidade visual. Diante disso, a importância da implementação do Branding na empresa, assim crescendo significativamente cada vez mais seu ramo de negócio.

2.5 – Situação Proposta

Proposta de Branding para a Silmar Transportes

Segundo Jeff Bezos disse em 2001, “Branding é o que as pessoas dizem sobre você quando você não está na sala”. Com isso em mente juntamente com a análise SWOT, propomos o seguinte plano de branding para a Silmar Transportes:

Logotipo

O logotipo é a peça central da identidade visual da empresa. Propomos a criação de um logotipo simples e memorável que represente os valores da empresa e inclua elementos relacionados a transporte e mudanças.

Cores

Propomos uma paleta de cores que transmita profissionalismo e confiança. Cores como azul e branco que já fazem parte da marca além de creme e vermelho são apropriadas para o setor de transporte.

Tipografia

Recomendamos o uso de fontes legíveis e sóbrias para comunicações escritas. Uma combinação de fontes que tragam confiança são uma opção viável para marca

Elementos gráficos

Sugerimos a inclusão de ícones relacionados a caminhões, caixas, estradas ou outros elementos visuais que representem o transporte.

2.6 - Resultado

A implementação do plano de branding proposto para a Silmar Transportes trouxe resultados significativos e positivos para a empresa. A seguir, destacamos os principais impactos observados:

1. Fortalecimento da Identidade Visual

Com a criação de um novo logotipo simples, a Silmar Transportes conseguiu estabelecer uma identidade visual mais forte e harmônica. O logotipo, que incorpora elementos relacionados ao transporte, ajudou a empresa a melhorar sua visão externa para uma marca no mercado. Afinal com a nova logo é mais fácil realizar postagens para atrair novos clientes e fazer com que eles associem a empresa como uma marca consolidada.

2. Aumento da Confiança e Profissionalismo

A nova paleta de cores, composta por azul, branco, creme e vermelho, transmitiu uma imagem de profissionalismo e confiança. Essas cores foram estrategicamente

escolhidas para refletir os valores da empresa e criar uma conexão emocional positiva com os clientes.

3. Melhor Comunicação Visual

A adoção de tipografias legíveis e sóbrias nas comunicações escritas melhorou consideravelmente a clareza e a eficiência das mensagens da empresa. A combinação de fontes que transmitem confiança ajudou a reforçar a credibilidade da Silmar Transportes.

4. Reforço da Marca com Elementos Gráficos:

A inclusão de ícones relacionados a caminhões, caixas e estradas nos materiais de marketing e comunicação visual da empresa contribuiu para uma representação mais clara e direta dos serviços oferecidos pela empresa. Esses elementos gráficos ajudaram a criar uma imagem consistente e profissional, por meio deles é mais fácil entender o ramo de atuação da empresa.

5. Vantagem Competitiva:

Com a implementação do branding, a Silmar Transportes conseguiu se diferenciar de seus concorrentes. A nova identidade visual e a comunicação mais eficaz permitiram à empresa um maior reconhecimento

6. conclusão dos resultados

Em resumo, a implementação da nova identidade visual trouxe uma série de benefícios para a Silmar Transportes, fortalecendo sua visibilidade, aumentando a confiança dos clientes e proporcionando uma vantagem competitiva no mercado de transportes. Prova disso é que, nos últimos meses, a empresa conseguiu aumentar em 25% os serviços prestados.

Foi elaborado um formulário para medir a aprovação em relação à nova identidade visual. Nele, eram apresentados o perfil da empresa na rede social Instagram, o logotipo e a proposta da Silmar Transportes. Ao final, perguntava-se se, após ver esse conteúdo, a pessoa contrataria os serviços da empresa. A resposta foi positiva: das 27 pessoas que participaram da pesquisa, 25 responderam que sim. Também foi abordado o motivo dessa escolha, e a principal resposta foi que a empresa transmite profissionalismo e qualidade.

Assim, os resultados obtidos demonstram a eficácia do trabalho realizado.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho explorou o impacto de uma identidade visual bem trabalhada tendo em foco a empresa Silmar transportes, uma empresa fretes e mudanças.

A elaboração desse projeto não trouxe apenas uma mudança estética, mas uma transformação estratégica necessária para empresa.

Ao adotar a proposta da nova identidade visual, a Silmar transporte obteve vários resultados positivos! Como o aumento da demanda de serviços. Mas, além dos números, o mais importante foi a transformação cultural dentro da empresa. O dono Silmar Miranda descreve que agora sua marca sugere mais profissionalismo e gostou do resultado do projeto.

Em um mundo onde a primeira impressão é muitas vezes a última, a Silmar Transportes mostrou que investir em branding é investir no futuro. A identidade visual não é apenas um logotipo ou um conjunto de cores; é a alma da empresa, refletindo seus valores e sua missão. Este estudo deixa claro que o branding, quando bem executado, pode ser o diferencial tanto para os clientes como para os colaboradores, mesmo em uma pequena empresa é crucial a identidade visual.

REFERÊNCIAS

BRANDS, Tailor. Diferentes tipos de fontes e quando os usar. Tailor Brands, 2024. Disponível em: <https://www.tailorbrands.com/pt-br/blog/tipos-de-fontes>. Acesso em: 24 jun 2024.

G1. Por que 1 em cada 3 brasileiros quer mudar de casa, segundo pesquisa. Economia, 15 mar. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2022/03/15/por-que-1-em-cada-3-brasileiros-quer-mudar-de-casa-segundo-pesquisa.ghtml>. Acesso em: 25 ago 2024.

GLOBO. Com aumento das reformas, segmento de casa e decoração cresce 300% no e-commerce. Casa Vogue, 2022. Disponível em: <https://casavogue.globo.com/Negocios/noticia/2022/03/com-aumento-das-reformas-segmento-de-casa-e-decoracao-cresce-300-no-e-commerce.html>. Acesso em: 20 mar 2024.

NUCKOLS, Brian. Criando uma estratégia de marca com identidade visual: 8 fundamentos e modelos (2024). Visme, 2022. Disponível em: <https://visme.co/blog/pt-br/identidade-visual/>. Acesso em: 24 jun 2024.

TERRA. Pesquisa indica que brasileiro muda de residência mais de 6x ao longo da vida e preferem a sexta como o dia ideal para o transporte. Dino, 1 mar. 2022. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/dino/pesquisa-indica-que-brasileiro-muda-de-residencia-mais-de-6x-ao-longo-da-vida-e-preferem-a-sexta-como-o-dia-ideal-para-o-transporte,e6ea5b0c31791f626c2aeef603900758vz71cjl.html>. Acesso em: 27 mar 2024.

TRAY. Saiba como criar um perfil comercial no Instagram em 4 passos. Disponível em: <https://tray.com.br/escola/saiba-como-criar-um-perfil-comercial-no-instagram-em-4-passos/>. Acesso em: 05 set 2024.

WEST, Chloe. Manual de identidade visual: 22 exemplos e modelos para te inspirar. Visme, 2023. Disponível em: <https://visme.co/blog/pt-br/manual-de-identidade-visual/>. Acesso em: 31 mai. 2024.