



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR  
Engenharia

**Design de Produto e Comunicação  
na F. Carvalho, Lda.**

**Ana Sofia Da Silva Azevedo**

Relatório de Estágio para obtenção do Grau de Mestre em  
**Design Industrial**  
(2º ciclo de estudos)

Orientador:  
Prof. Doutor José Manuel Andrade Nunes Vicente

**Covilhã, Maio de 2018**



## Agradecimentos

*À F.Carvalho, por se ter disponibilizado a receber o meu estágio, em especial á Dr<sup>a</sup> Paula Carvalho que se tornou uma amiga e à Dr<sup>a</sup> Isabel Carvalho que sempre me apoiou no desenvolvimento de todos os projetos.*

*À Dose & Rinne Portuguesa, que de imediato se dispôs a ajudar na fundição de um projeto.*

*Ao Prof. Doutor José Vicente e meu orientador, pela paciência e conselhos que me forneceu na orientação deste relatório.*

*Aos meus pais, que sempre apoiaram o meu percurso académico.*

*Ao Paul, pela paciência e encorajamento diário na continuação desta etapa.*

*À Ana Paula, pela amizade, lealdade e ajuda incansável durante a escrita deste relatório.*

*À Paula, uma pessoa importante e motivadora que sempre me incentivou a continuar.*

*Obrigada*



## **Resumo**

Este relatório retrata todo o percurso de estágio curricular na empresa F. Carvalho, Lda. no concelho de Amarante, detentora da marca Belé, para cumprimento de um dos requisitos obrigatórios para a obtenção do grau de Mestre em Design Industrial.

A F. Carvalho, Lda. trabalha essencialmente no ramo dos Utensílios de Cozinha, usando a fundição em alumínio nos seus produtos. É uma empresa bastante ligada à Tradição Portuguesa e isso é notório em todos os seus produtos com mais de 40 anos.

O estágio foi realizado nesta empresa por permitir uma experiência de trabalho na área dos Utensílios de Cozinha e, assim, adquirir também uma perspetiva sobre como é o Design Industrial no mundo real.

Neste relatório são apresentadas várias atividades realizadas na empresa, descrevendo em simultâneo os processos utilizados na elaboração das mesmas. Os capítulos relatam temas essenciais onde ocorreu uma passagem importante para o desenvolver dos vários pedidos por parte da F. Carvalho, Lda., nomeadamente o trabalho realizado no projetos das embalagens, na reconstrução da página Belé e, em um novo objeto para uma coleção já existente, descrevendo as várias fases executadas, desde a investigação ao resultado final, quer a nível gráfico como de produto. O relatório conta também na parte final, com um balanço de aspetos positivos, retirados ao longo da duração do estágio, assim como uma avaliação crítica ao trabalho que foi elaborado na empresa.

## **Palavras-chave**

Design de Produto, Utensílios de Cozinha, Comunicação, Inovação, Coerência



## **Abstract**

This report shows the entire course of curricular internship at the company F.Carvalho, Lda. In the municipality of Amarante, holder of the Belé brand, in order to fulfill one of the mandatory requirements for obtaining a Master's Degree in Industrial Design.

F. Carvalho, Lda. Works mainly in the kitchen utensils sector, using the aluminum casting in its products. It is a company closely linked to the Portuguese Tradition and this is well known in all its products over 40 years old.

The internship was held in this company for allowing a work experience in the area of Kitchenware and thus also acquire a perspective on how Industrial Design is in the real world. In this report are presented several activities carried out in the company, describing simultaneously the processes used in the elaboration of them. The chapters report on essential topics where an important passage occurred to develop the various applications by F.Carvalho, Lda, namely the work carried out in the packaging projects, the reconstruction of the Belé page and a new object for an existing collection , describing the various phases performed, from research to final result, both graphic and product level. The report also counts in the final part, with a balance of positive aspects, taken over the duration of the internship, as well as a critical evaluation of the work that was done in the company.

## **Keywords**

Product Design, Kitchen Utensil, Communication, Innovation, Coherence



# Índice

Lista de Figuras .....	xi
Lista de Tabelas .....	xv
Lista de Gráficos .....	xvii
Lista de Acrónimos .....	xix
Capítulo 1 .....	1
Introdução .....	1
1.1 Âmbito .....	2
1.2 Objetivos .....	3
1.3 Motivações .....	3
1.4 Metodologia .....	4
1.5 Estrutura do Relatório .....	4
Capítulo 2.....	5
O Mercado dos Utensílios de Cozinha .....	5
2.1 A Cozinha .....	5
2.2 Utensílios de Cozinha .....	8
2.2.1 Utensílios Concorrentes .....	12
2.2.2 Utensílios Similares .....	15
2.3 Empresas Concorrentes com Processo da Fundição .....	17
Capítulo 3 .....	23
A Empresa.....	23
3.1 Missão, Valores e Estratégia.....	23
3.2 Produtos Comercializados .....	24
3.3 Capacidade Produtiva.....	33
3.4 Processo Produtivo .....	36
Capítulo 4 .....	43
Estágio Curricular .....	43
4.1 Projetos Desenvolvidos.....	44

4.1.1 Projeto I - Embalagem das Formas das Filhós .....	44
4.1.1.1 Investigação .....	44
4.1.1.2 Conceitos e Esboços .....	50
4.1.1.3 Embalagem Final .....	57
4.1.2 Projeto II - Embalagem da Colher Rococó .....	61
4.1.2.1 Investigação .....	61
4.1.2.2 Produto Final .....	63
4.1.3 Projeto III - Comunicação Belé .....	66
4.1.4 Projeto IV - A “Caçarola Portuguesa” .....	70
4.1.4.1 Investigação .....	70
4.1.4.2 Conceitos e Esboços .....	72
4.1.4.3 Modelação 3D e Renders .....	77
4.1.4.3.1 Desenho Técnico .....	80
4.1.4.4 Pré-Produção: Fundição em Areia Verde .....	81
Capítulo 5 .....	87
Conclusão .....	87
Referência Bibliográficas .....	89
Webgrafia .....	91
Apêndice .....	97
Manual de Normas Gráficas .....	97
Tabela de Preços .....	104
Cartões-de-visita .....	106
Panfletos de Comunicação dos Utensílios de Cozinha da marca Belé .....	107
Diário de Estágio .....	109
Anexo .....	117
Relatório Apreciativo da Empresa F. Carvalho, Lda. ....	117

## Lista de Figuras

Figura 2.1 - Modelo de Cozinha da empresa Fabuwood dos EUA [12].....	7
Figura 2.2 - Cozinha da coleção Tizzoni Cucine [13] .....	7
Figura 2.3- Uma Cozinha que pertence á marca francesa Laurier Max [14] .....	8
Figura 2.4- A panela que revolucionou a alimentação humana [15] .....	9
Figura 2.5 - Alessi Dressed Stockpot de Marcel Wanders [16] .....	9
Figura 2.6 - Os 3 talheres usados pelo ser humano [15] .....	10
Figura 2.7 e 2.8 -The Tools of the Kitchen de Philippe Starck [17] .....	10
Figura 2.9 - O batedor de ovos manual [15] .....	11
Figura 2.10 - Batedeira Eléfrica da marca BOSCH [18] .....	11
Figura 2.11 - Máquina de cortar caldo verde com motor nº4 [21] .....	12
Figura 2.12 - Esmaga Batata com alavanca da marca Silampos [22] .....	13
Figura 2.13 -Esmagador de alhos do IKEA [23] .....	13
Figura 2.14 - Formas de Filhós, com 4 formas diferentes [24] .....	14
Figura 2.15 - Grelhador em alumínio fundido com dimensões de 26 x 22 cm [25] .....	14
Figura 2.16 - Espregador de Citrinos Braun, Tribute Collection CJ 3050 [26] .....	15
Figura 2.17 - Espregador de Citrinos da marca SMEG [27] .....	15
Figura 2.18 - Chaleira 9091de Richard Sapper [28] .....	15
Figura 2.19 - Chaleira Richwell em Aço Inox com Apito [29] .....	15
Figura 2.20 - Esmaga batata vendido no Supermercado Jumbo a 1,49€ [30] .....	16
Figura 2.21 - Esmaga batata em aço inoxidável da marca Silampos a 9,50 € [31] .....	16
Figura 2.22 - Quebra-nozes, “Nutcracker” de Andrea Branzi (2010) para a marca Alessi [32] .....	16
Figura 2.23 - Quebra-nozes de Roger Arquer (2014) [33] .....	16
Figura 2.24 - GoAvocado, Ferramenta para cortar, secar abacates de Joseph Joseph [34] .....	17
Figura 2.25 - Cortador de Abacate 3 em 1 - Oxo [35] .....	17
Figura 2.26 - Logotipo da empresa Fundiviana - Fundação de Metais, Lda [36].....	17
Figura 2.27 - Coluna Douro [36] .....	18
Figura 2.28 - Conjunto de CJ 204/4 [36] .....	18
Figura 2.29 - Placas Toponímicas [36] .....	19
Figura 2.30 - Logotipo da empresa Fundiarte [37] .....	19
Figura 2.31 - Produto destinado a varadas [37] .....	20
Figura 2.32 - Produto destinado a gradeamentos [37] .....	20
Figura 2.33 - Produto destinados a portões [37] .....	20
Figura 2.34 - Logotipo da empresa Firmago - Fundação de Alumínios, S.A. [38] .....	21
Figura 2.35 - Peça da FIRMAGO - FMG2[38] .....	21

Figura 2.36 - Peça da FIRMAGO - FMG4 [38] .....	22
Figura 2.37 - Peça da FIRMAGO - FMG7 [38] .....	22
Figura 2.38 - Peça da FIRMAGO - FMG1 [38] .....	22
Figura 3.1 - Descrição da Máquina de caldo verde 4 Lâminas .....	25
Figura 3.2 - Descrição do Esmaga Batata .....	26
Figura 3.3, 3.4 e 3.5 - Grelhador Retangular, Redondo e Hotel .....	26
Figura 3.6 e 3.7 - Grelhador Industrial e Duplo [39] .....	27
Figura 3.8- Descrição da Máquina de Picar Carne .....	27
Figura 3.9 - Descrição do Corta Batata .....	28
Figura 3.10 - Martelo de Picar Carne .....	28
Figura 3.11 - Descrição do Pica Alho com Descarçador de Azeitona .....	29
Figura 3.12 - Formas de Filhós tamanho pequeno (a Flor, o Coração, a Estrela) .....	29
Figura 3.13 - Formas de Filhós tamanho pequeno (o Trevo, o Azevinho e a Borboleta) .....	30
Figura 3.14 - Formas de Filhós tamanho grande (a Flor Coração, o Trevo e a Flor) [39] .....	30
Figura 3.15 - Forma individual + arame ou forma com o arame inserido .....	30
Figura 3.16 - Suporte de tacho redondo e oval .....	31
Figura 3.17 e 3.18 - Canoas em 4 tamanhos diferentes .....	31
Figura 3.19 - Prato de bitoque em 3 tamanhos [39] .....	32
Figura 3.24 - Forno a óleo em funcionamento .....	37
Figuras 3.25 e 3.26- Objeto que transporta o alumínio líquido para a coquilha .....	37
Figura 3.27 - Recipiente para o uso na fundição [40] .....	38
Figura 3.28 - Funcionário a derreter aparas vindas de uma serralharia de alumínio .....	39
Figura 3.29 - Funcionário a retirar a peça fundida do molde .....	39
Figura 3.30 - Funcionário no corte do gito .....	40
Figura 3.31 - Funcionário a lavar peças fundidas .....	40
Figura 3.32 - Peças depois de pintadas .....	41
Figura 3.33 - Funcionário na operação de lixar a peça .....	41
Figura 3.34 - Tambor de polir peças fundidas .....	42
Figura 3.35 - Produtos Belé embalados .....	42
Figura 4.1 - Formas de Filhós Belé .....	44
Figura 4.2 - Filhós cozinhadas com as formas Belé .....	44
Figura 4.3 - Blister da cadeira de Lojas GÉMEOS FERREIRA, S.A. ....	45
Figura 4.4, 4.5 e 4.6 - Bliester da marca L´Duomo .....	46
Figura 4.7 - Blister da marca Jomafe .....	46
Figura 4.8 - Blister da marca HOYCA .....	46
Figura 4.9 e 4.10 - Embalagens para a TOBL DESIGN do Designer Wonkook Lee [41] .....	47
Figura 4.11 - “Greenhouse” [42] .....	48
Figura 4.12 - “Zing” é uma coleção de utensílios de cozinha de silicone [43] .....	49
Figura 4.13, 4.14, 4.15 e 4.16 - Marca uruguaia de alimentos frescos chamada COOK [44] .....	49
Figura 4.17 - Esboço conceito 1 “A Caixa” .....	51

Figura 4.18 - Planificação do conceito 1 “A Caixa” .....	52
Figura 4.19 - Maquete da Embalagem do conceito 1 “A Caixa” .....	53
Figura 4.20 - Esboço do conceito “A Faixa” .....	54
Figura 4.21 - Conceito “ A Faixa” a nível gráfico .....	55
Figura 4.22 - Embalagem teste do conceito “ A Faixa” .....	56
Figura 4.23 - Esboço do conceito III “O Friso” .....	57
Figura 4.24 - Planificação do conceito “O Friso” na vista frontal .....	58
Figura 4.25 - Planificação do conceito “O Friso” na vista de trás .....	59
Figura 4.26 - Embalagem teste do conceito III “ O Friso” .....	60
Figura 4.27 - Embalagem do conceito III “ O Friso” e o escolhido exposto em loja .....	60
Figura 4.28 - Colher Rococó da marca Belé .....	61
Figura 4.29 - Referência de Willow & Sage Organic Gelato Packaging [45] .....	62
Figura 4.30 - Referência Referência de designers Galya Akhmetzyanova e Pavla Chuykina [46] .....	62
Figura 4.31 - Referência de Referência Ovenlove by Stuart McQuarrie 61 [47] .....	62
Figura 4.32 - Referência página online Take Over Time [48] .....	62
Figura 4.33 - Referência de embalagem pelo Designer Tuan Bui [49] .....	63
Figura 4.34 - Referência de Waitrose LOVE life Prep Portion [50] .....	63
Figura 4.35 - Esboço da embalagem “ A Coroa” .....	63
Figura 4.36 - Esboço para a embalagem “A Coroa” .....	64
Figura 4.37 - Embalagem final da colher, vista frontal e vista traseira .....	65
Figura 4.38 - Embalagem teste “A Coroa” .....	65
Figura 4.39 - Página online da marca Belé: atualização da imagem .....	66
Figura 4.40 - Página online da marca Belé: atualização da informação .....	66
Figura 4.41 - Cartaz publicitário para as Formas de Filhós .....	67
Figura 4.42 - Postal de Natal da marca Belé 2018 .....	67
Figura 4.43 - Cartaz publicitário da colher rococó .....	68
Figura 4.44 - Cartaz publicitário do Pica Alho com descaroçador de azeitona .....	69
Figura 4.45 - Cartaz publicitário para a máquina de caldo verde .....	69
Figura 4.46- Pasta Pot by Alain Ducasse, Alessi [51] .....	70
Figura 4.47- Sarpaneva pot, 1960, by Timo Sarpaneva, Litala [52].....	70
Figura 4.48 - YD - Yonko design by Vacimi [53] .....	71
Figura 4.49 - Alessi pots & pans by Jasper Morrison [54] .....	71
Figura 4.50 - Cast Iron Grill Pan by Sori Yanagi [55] .....	71
Figura 4.51 - Saucepan pot by Dansk Kobenstyle [56] .....	71
Figura 4.52- Esboço do conceito I: detalhe da colher e da tampa .....	72
Figura 4.53 - Esboço do conceito I: detalhe da pega .....	73
Figura 4.54 - Esboço do conceito I: detalhe da entrada da tampa .....	73
Figura 4.55 - Render do conceito I .....	74
Figura 4.56 - Detalhe da pega do conceito I .....	74

Figura 4.57 - Detalhe do interior do conceito I .....	74
Figura 4.58 - Render da tampa do conceito I .....	74
Figura 4.59 - Esboço de possíveis formas para uma panela .....	75
Figura 4.60 - Esboço do Conceito II: detalhe da colher com a pega .....	75
Figura 4.61 - Esboço do Conceito II: detalhe da pega .....	76
Figura 4.62 - Render do conceito “Caçarola Portuguesa” .....	77
Figura 4.63 - Render do conceito “Caçarola Portuguesa” vista através das pegas .....	77
Figura 4.64 - Render do conceito “Caçarola Portuguesa” vista de frente .....	77
Figura 4.65 - Render do conceito “Caçarola Portuguesa” vista de cima .....	77
Figura 4.66 - Render do conceito “Caçarola Portuguesa” sem tampa .....	78
Figura 4.67 - Render do conceito “Caçarola Portuguesa” com detalhe da pega .....	78
Figura 4.68 e 4.69 - Render da tampa vista de frente e de cima .....	78
Figura 4.70 - Render da Caçarola Portuguesa com a colher de pau .....	79
Figura 4.71 - Render da Caçarola Portuguesa com a colher de pau vista pelas pegas .....	79
Figura 4.72 - Render da Caçarola Portuguesa com a colher de pau com o detalhe .....	79
Figura 4.73 - Render da Caçarola Portuguesa com a colher de pau vista de cima .....	79
Figura 4.74, 4.75 e 4.76 - Desenho Técnico da “Caçarola Portuguesa” .....	80
Figura 4.77 - Símbolo da empresa Dose & Rinne Portuguesa .....	81
Figura 4.78 e 4.79 - Acabamentos do modelo da “Caçarola Portuguesa” .....	82
Figura 4.80 - Modelo da “Caçarola Portuguesa” .....	82
Figura 4.81 - Modelo com isolante .....	82
Figuras 4.82 e 4.83 - Caixas em metal com o modelo de uma peça .....	83
Figuras 4.84, 4.85 e 4.86 - Modelo moldado nas caixas em metal .....	83
Figura 4.87 - Introdução do macho no molde .....	84
Figura 4.88 - Saída da peça fundida com o macho .....	84
Figura 4.89 - Peça fundida na caixa .....	84
Figura 4.90 - Saída da peça fundida com o macho .....	84
Figura 4.91 - “Caçarola Portuguesa” e tampa fundida .....	85
Figura 4.92 - Detalhe da pega .....	85
Figura 4.93 - Interior da panela fundida .....	85
Figura 4.94 - Tampa da panela fundida .....	86
Figura 4.95 - Conjunto “Caçarola Portuguesa” .....	86
Figura 4.96- “Caçarola Portuguesa” com a colher de pau .....	86
Figura 4.97 - Utilizador no transporte da “Caçarola Portuguesa” .....	86
Figura 4.98 - “Caçarola Portuguesa” e a colher de pau .....	86
Figura 4.99 - Caçarola, a tampa e a colher de pau.....	86

## **Lista de Tabelas**

Tabela 3.1 Quantidades aproximadas anuais e mensais do ano 2015 .....	34
Tabela 3.2 Quantidades aproximadas anuais e mensais do ano 2016 .....	35



## **Lista de Gráficos**

Gráfico 3.1 Representação das subidas de quantidades do ano 2015 e 2016 .....	35
Gráfico 3.2 Representação das descidas de quantidades do ano 2015 e 2016 .....	36
Gráfico 4.1 Representação da Tarefas Realizadas .....	44



## **Lista de Acrónimos**

UBI	Universidade da Beira Interior
LDA	Sociedade Limitada
EUA	Estados Unidos da América
S.A.	Sociedade Anónima
KM	Quilómetro
KG	Quilograma
UN	Unidade
3D	Três Dimensões
CNC	Comando Numérico Computadorizado



# Capítulo 1

## Introdução

O estágio curricular é baseado numa prática profissional, onde o estudante aplica todos os seus conhecimentos e competências, servindo-se assim de um treino precedente à sua introdução no mercado de trabalho.

O presente relatório pormenoriza as atividades desenvolvidas na empresa F.Carvalho, Lda, tendo como objetivo a obtenção do grau de mestre em Design Industrial.

O design industrial é um termo utilizado para a uma atividade criativa que desenvolve objetos produzidos em série ou em escala, para uso humano ou animal.

Em termos históricos, o Design deu os seus primeiros passos como matéria de metodologia de produção e de ensino, não havendo alguém em específico que o criou, apenas quem o propagou no decorrer da sua história, onde se foi moldando às novas necessidades e realidades. Segundo Burdek no seu livro *Historia, Teoria e Prática do Design de Produtos*, em 2006, foi no ano de 1588 que foi mencionado pela primeira vez o termo “design”. Começou acentuar com a revolução industrial na metade do séc. XIX, com a divisão de trabalho separado da manufatura, que até ali era feito por apenas uma pessoa. O Design surgiu como uma atividade de criação quando o ser humano percebeu a necessidade que tinha no uso ou criação de utensílios para a sua sobrevivência, sendo que, o design moderno apenas manifesta-se como área de estudos e industrialização, a partir do simplismo do ato decorativo de Gottfried Semper, John Ruskin e William Morris (Almeida, 2016). Pode ser marcado como ponto de partida do seu desenvolvimento, em 1902, quando Henry Van de Velde criou um seminário de artes aplicadas, que foi transformado na mais importante escola de Design e artes aplicadas de todos os tempos, Staatliche Bauhaus em Weimar, de Walter Gropius. Este, tinha como objetivos para esta escola, tornar a arte e a técnica numa unidade com um rumo para a modernidade, definindo que a técnica não precisava da arte, mas a arte tinha necessidade da técnica, dizendo que, o design é uma atividade de resolução de problemas, um exercício criativo, sistemático e de coordenação, combinado assim, como o caráter lógico de abordagem científica e as dimensões intuitivas e artísticas do trabalho criativo (Mozota, 2011, p. 17).

*“Um artista é um homem que digere suas próprias impressões subjetivas e sabe como encontrar um significado objetivo geral nelas e como expressá-las de forma convincente”*

Maxim Gorky

Os designers têm em conta valores estéticos que se possam tornar aliados aos aspetos de funcionalidade das suas criações, tentando dar-lhe uma forma apropriada quanto possível à sua função, forma essa, que faria o consumidor espontaneamente deduzir o seu uso. Atualmente, não se pensa em termos de beleza, mas de coerência formal, e até mesmo a função decorativa do objeto é pensada como um elemento psicológico. Este, sabe como usar esse elemento psicológico na sua criação, através da sua impressão, as técnicas usadas e as formas e as cores de destaque. Portanto, o Designer, trabalha de forma a restabelecer o contato entre a arte e público, tendo a capacidade de responder a qualquer problema que a sociedade possa viver, ou seja, ele responde às necessidades humanas e ajuda a resolver determinados problemas sem preconceitos estilísticos ou falsas noções de dignidade derivadas do cisma das artes (Munari, 1971). O design cada vez mais está a tornar-se num fator importante de decisão para o consumidor (kim, 2016). São adotadas estratégias de comunicação e publicidade, criando uma ligação com o consumidor na decisão final de compra. Essa decisão envolve diversos aspetos, a nível consciente e subconsciente, influenciados pela mecânica e a psicologia, os objetos de estudo dos profissionais de comunicação, marketing e design tentam diferenciar as duas marcas dos seus concorrentes (Cruz,2016).

A indústria cada vez mais, sente a necessidade de melhoria, recorrendo a aspetos de beleza e estética, para essa resolução. A eficiência em termos de informação, coerência, promoção e funcionalidade são fatores que têm vindo, a ser considerados na hora de definir investimentos nas empresas, tornando-se uma estratégia de marketing.

## **1.1 Âmbito**

Este relatório centra-se na exposição do desenvolvimento de capacidades no âmbito do Design Industrial que ocorreram através do estágio na empresa de acolhimento, procurando obter conhecimentos técnicos e administrativos, assim como, um contato com o mundo do trabalho. A procura do estágio, direcionou-se essencialmente para os utensílios de cozinha, área em que a autora tem bastante interesse e curiosidade, nomeadamente sobre a criação e desenvolvimento destes objetos. A empresa F. Carvalho desenvolve, essencialmente, Utensílios de Cozinha, tipicamente Portugueses, destacando-se pela qualidade.

Nos dias de hoje, a cozinha tem sido alvo de grande atenção, tornando-se mais ativa e ligada ao quotidiano do consumidor. O povo português é bastante empenhado com a sua comida, girando tudo em torno de sabores, conforto e refeições (Oliver, 2018). É uma área que possui um vasto leque de utensílios de cozinha, evoluindo consecutivamente e ajudando no aperfeiçoamento da apresentação de pratos culinários.

## **1.2 Objetivos**

O estágio curricular tem como objetivo adicionar à formação académica a experiência no mundo do mercado, desenvolvendo novos conhecimentos, obtendo um maior contacto com o tecido empresarial, adicionando, assim, mais aprendizagem à que foi obtida durante o Mestrado em Design Industrial. Ao longo dos 4 meses do estágio, a empresa lançou propostas de trabalho a serem desenvolvidas.

O estágio teve duas tipologias de objetivos, os focados no projeto e os restantes no desenvolvimento delineado pela empresa:

- 1) Desenvolvimento de um projeto já existente;
- 2) Melhoria da imagem corporativa;
- 3) Compreender o processo de desenvolvimento do material que a empresa funde;
- 4) Melhoria da apresentação dos produtos aos clientes;
- 5) Desenvolver a capacidade de corresponder a pedidos da empresa;
- 6) Conhecimento de táticas de como lidar com o consumidor final;
- 7) Conhecimento de críticas a objetos já existentes na empresa por parte do consumidor;
- 8) Alargamento da capacidade de um trabalho individual e em equipa dentro de uma empresa;
- 9) Melhoria da capacidade rápida de soluções a problema que surgem;

## **1.3 Motivações**

O Mestrado em Design Industrial tornou-se numa aquisição pessoal, que surgiu ao longo da Licenciatura do mesmo curso, na qual, nutri várias aprendizagens a nível teórico e prático, que determinaram querer uma prática mais intensiva e trabalhosa no desenvolvimento de projeto. A principal motivação para a realização de um estágio nesta empresa, deu-se sobretudo por apresentar características direcionadas aos Utensílios de Cozinha, a minha área de eleição, que me desperta interesse, curiosidade e fascínio. Estes utensílios de cozinha são alusivos à tradição portuguesa, com a qualidade, durabilidade e uso manual diferenciados a nível nacional e internacional.

A F. Carvalho é uma empresa que também, pretende um aumento da sua gama de produtos disponíveis, motivando-me ao desenvolvimento de um projeto com a responsabilidade de manter o seguimento da linha já apresentada pela mesma ao seu público.

## **1.4 Metodologia**

A metodologia de trabalho global que segui ao longo do estágio no desenvolvimento dos projetos, envolvia sempre uma primeira fase de investigação de produtos similares e concorrentes, criando uma noção do que, possivelmente, podia atrair o consumidor, seguindo-se para a fase de conceção, na qual, eram gerados vários conceitos para aquele projeto e, mais tarde, era escolhido um conceito finalista com a empresa. Após essa eleição, era desenvolvido o desenho técnico, de modo a criar uma visão mais realista deste, assim como seus possíveis custos finais. Finalizando sempre com a comunicação do projeto, onde são elaborados cartazes promocionais e técnicos, facilitando a apresentação do mesmo ao cliente final.

## **1.5 Estrutura do Relatório**

A estrutura do presente relatório reflete pontos fundamentais do desenvolvimento do estágio curricular. Estes, estendem-se pelos objetivos, as motivações, as investigações, projetos e conclusões das aprendizagens assimiladas na empresa.

No capítulo 2 será apresentado uma investigação relacionada com o mercado dos utensílios de cozinha, transmitindo as várias tipologias e modos de utilidade para este tipo de objetos, assim como empresas similares ao mesmo processo usado na empresa.

No capítulo 3 descreverá a empresa escolhida para este estágio, tendo em conta a missão, valores e estratégias seguidas por esta, os produtos comercializados, a sua capacidade produtiva, finalizando com o seu processo produtivo, especificando o processo da Fundação usado pela mesma.

No capítulo 4 será exposto, pormenorizadamente, o desenvolvimento dos projetos realizados em produto e comunicação. Os projetos são apresentados pela ordem cronológica relativa ao seu desenvolvimento, indo de encontro à sequência real em que foram elaborados, juntamente com a descrição de todos os aspetos tidos em conta para a realização do mesmo.

No capítulo 5, citará uma conclusão relativa a todo o trabalho desenvolvido, tendo em conta os resultados que foram alcançados e fazendo uma avaliação crítica dos mesmos.

## Capítulo 2

### O Mercado dos Utensílios de Cozinha

#### 2.1 A Cozinha

O conceito Cozinha é um elemento indispensável para a vida contemporânea. Pertence a uma das divisões da casa, em que a principal função é de cozinhar. Pode deter outras atividades, dependendo do seu tamanho, assim como da mobília e eletrodomésticos. Geralmente, a cozinha pode ser um lugar onde também se tomam as refeições, tendo espaço para isso e sendo também um dos lugares mais confortáveis da casa, onde a família recebe convidados, amigos ou, até, fazem negócios.

A noção de cozinha também faz referência à arte gastronómica ou à peculiaridade de cozinhar de cada país, região ou até mesmo do cozinheiro.

A evolução da cozinha está ligada, essencialmente, ao desenvolvimento da capacidade de cozinhar num fogão. No século XVIII, a única forma de confeccionar comida era a fogueira. Os arquitetos trouxeram mudanças fundamentais para a cozinha nos séculos XVIII e XIX. A água na torneira somente ficou disponível durante a industrialização, antes desse período, apenas era adquirida de um poço.

Na Grécia Antiga, as casas do tipo átrio, em que, os quartos eram arranjados ao redor de um pátio interior, que servia como cozinha. Nas casas de ricos, a cozinha detinha como se fosse um quarto separado, mas sempre próximo da casa de banho, devido às visitas e assim se tornar mais acessível ao pátio. Era comum nestas casas, haver uma divisão, tipo dispensa, que era usada para o armazenamento da comida assim como os utensílios de cozinha. (Valdineia, 2007) No Império Romano, as pessoas na cidade não possuíam cozinhas, apenas confeccionavam os seus alimentos em cozinhas públicas, mas os Romanos ricos tinham cozinhas bem equipadas, onde eram uma divisão individual. Esta continha uma lareira sempre iluminada, usada como multitarefa, ou seja, para cozinhar, assar e aquecimento, normalmente, esta era colocada próxima à parede, onde alguns tinham que se ajoelhar para cozinhar. Os Romanos utilizavam tubos de tijolos para retirar o fumo. A primeira chaminé surge apenas na Inglaterra em 1185, sendo que, um dos principais problemas até ao século XVI era o fumo que permanecia dentro desta divisão. Com uma chaminé, ajudaria a projeção do fumo para fora, facilitando a respiração.

A vida girava em volta da cozinha, considerada a divisão principal de uma casa, que detinha a fonte de calor, luz e segurança. (Imbroisi, 2016)

As vertentes económicas e políticas influenciaram o design e a função da cozinha com a influência do estilo francês na culinária com pratos criativos e rigorosos no século XVIII e XIX. Com o aumento do comércio entre a Europa, as Américas e a Ásia surgiram novos alimentos e novas requisições para a cozinha. A confeção dos alimentos foi fundamental para o desenvolvimento da espécie humana, assim como a Gastronomia que hoje conhecemos, consolidando a técnica mais antiga e rudimentar. Anteriormente, a comida era vista apenas como uma questão de sobrevivência, mas foi se transformando em proporções maiores, ligando-a à arte, criando uma mudança da perspectiva da sociedade, relativamente aos ingredientes e aos utensílios e ferramentas utilizada. A boa comida e a preparação mais rápida desta, surge como necessidade, fazendo com que as técnicas conhecidas atualmente fossem aprimoradas, mantendo sempre presente na comida, a sua qualidade e o sabor. Um dos aspetos que ajudaram no desenvolvimento da Gastronomia, foi a partir da regionalidade, das culturas e da religiosidade, criando assim, a própria identidade e o tempero de cada lugar.

A cozinha tornou-se bastante globalizada, gerando a diferença de cada cozinheiro e de cada lugar, quer através da aparência, na criatividade ou nos aromas e sabores que cada chefe apresenta, criando na sociedade um toque que o destaca. (Torres, 2014)

Atualmente, segundo Susan Serra, Presidente da Susan Serra Associates, Inc. e fundadora da Scandinavian Made, as perspectivas de design da cozinha em 2018, evoluíram ao longo dos últimos anos, oferecendo uma visão virtual de um design mais fresco e maduro, colocando em evidência uma estética elevada, promovendo o bem-estar, estimulando a eficiência na preparação dos alimentos, resultando numa cozinha onde reside uma divisão mais importante para uma família. Essa evolução é notória através dos acabamentos neutros, onde a cozinha branca, com a sua pureza e impossível de manter limpa está a desaparecer rapidamente. 2018 Centra-se nos tons cinzentos mais suaves e claros, com acabamentos creme semi opacos em madeira, onde reside uma tendência para os tons mais claros. A cozinha está a torna-se mais ampla e elegante do que nos anos anteriores, havendo uma atualização para o preto e branco clássico.

No geral, o design da cozinha em 2018, direciona-se para um design moderno, em que a estética domina como um elemento forte e simples, com cores quentes e frias, acabamentos foscos, cores discretas de bancada, eletrodomésticos embutidos, motivos de grade e elementos pretos. (Serra, 2018) A tendência para o bem-estar surge uma aparência específica, transmitido através das janelas amplas, assentos confortáveis, espaço para plantas e a arte, elementos de design da natureza, água purificada, entre outros, contribuindo para uma sensação de bem-estar projetada numa cozinha.



Figura 2.1 - Modelo de Cozinha da empresa Fabuwood dos EUA [12]



Figura 2.2 - Cozinha da coleção Tizzoni Cucine  
[13]



Figura 2.3- Uma Cozinha que pertence à marca francesa Laurier Max  
[14]

## 2.2 Utensílios de cozinha

Os Utensílios culinários são instrumentos de trabalho para a cozinha, geralmente de porte pequeno, usados num determinado fim. Em tempos atrás, mais precisamente, no início da idade do Bronze, 3600 a.C., a população das regiões do Oriente Médio e do Mediterrâneo abandonaram os utensílios de pedra e madeira, querendo os utensílios apenas feitos em bronze e cobre. A idade do Bronze foi seguida pela Idade do Ferro, e as formas sofisticadas desenvolveram ferramentas mais úteis para a preparação dos alimentos. Os Romanos desenvolveram uma variedade de utensílios de cozinha, por exemplo: ganchos de carne, picadoras de carne, espátulas, escorredores, conchas, feitas em ferro e as panelas e caldeiras eram feitas de bronze e terracota.

Atualmente, há uma infinidade de utensílios, que se tornam imprescindíveis numa cozinha, o exemplo da batedeira, do descascador de legumes, do esmaga batata, entre outros. Estes objetos são completados com acessórios, no exemplo de uma batedeira em que é constituída por um par de varas. Essas varas são acessórios para o normal funcionamento desta.

Este tipo de objetos contém diferentes modelos, mas com a mesma função em diferentes materiais, fazendo com que o consumidor possa diminuir custos na sua compra.



Figura 2.4- A panela revolucionou a alimentação humana, permitindo que os cozinheiros a usassem em grandes quantidades, surge há 10 mil anos a.C. na América do Sul. [15]



Figura 2.5 - Alessi Dressed Stockpot de Marcel Wanders, em aço inoxidável polido, com um fundo de aço magnético adequado para uma cozinha por indução. [16]

Wanders aplicou-se nas áreas isoladas, às vezes até em áreas que, normalmente, não são visíveis, a ponto de se poder chamar a isso uma espécie de decoração introvertida. Usa nos seus produtos, uma linguagem de sinais rica e complexa, pouco florida e pouco barroca, conseguindo manter um certo nível de elegância e leveza.



Figura 2.6 - O Garfo, a Faca e a Colher [15]

Os 3 talheres usados pelo ser humano constituídos pelo garfo que é a invenção mais recente, no século XI na Europa, associado ao tridente do diabo; a faca criada antes da descoberta do fogo, há 2 milhões de anos na Etiópia; a colher, que inicialmente servia apenas para mexer alimentos dentro de potes e panelas surge no século III a.C.



Figura 2.7 e 2.8 -The Tools of the Kitchen de Philippe Starck, desenvolvido para a marca francesa de utensílios de mesa, Degrenne. [17]

Esta coleção de Philippe Starck apresenta um outro tipo de descascador de legumes, constituído por: quatro facas, incluindo uma faca de 10 centímetros, uma faca de "bico de pássaro nobre", uma faca de cozinha de 20 centímetros e uma faca de pão. E a coleção de talheres, chamada L'e Starck, está disponível nos mesmos acabamentos das ferramentas de cozinha, numa variedade de cores originais inspiradas em produtos regionais, incluindo o nabo, a alcachofra e a trufa negra.



Figura 2.9 - O batedor de ovos manual [15]

O batedor de ovos manual surge em 1870 nos EUA, que diminuía a duração para bater as claras do ovo. Possuiu uma grande valorização até á chegada da batedeira elétrica em 1971.



Figura 2.10 - Batedeira Elétrica da marca BOSCH, com 2 níveis de velocidade e função adicional pulse/turbo [18]

Inclui 2 varas para bater ou misturar e 2 varas para amassar. Este aparelho e acessórios é de fácil limpeza, aptos para a máquina de lavar loiça, contendo, também um motor moderno, potente, leve e silencioso

Esta diferença de materiais presentes nas imagens anteriores, requer o aumento ou a diminuição do custo final do produto, em que, geralmente, os materiais usados nos utensílios de cozinha são: o aço inoxidável e o plástico.

- O Aço Inoxidável ou Inox foi descoberto por Harry Brearley como uma liga de ferro e cromo que apresenta propriedades físicas e químicas superiores aos aços comuns com alta resistência à oxidação atmosférica, alta resistência à corrosão, a facilidade na sua limpeza, é resistente a altas temperaturas, a sua durabilidade e o baixo custo de manutenção. É um material, atualmente, muito utilizado.

- O plástico foi descoberto por Charles Goodyear em 1839 com o desenvolvimento do sistema de vulcanização. É um material orgânico polimérico sintético com uma constituição macromolecular e maleabilidade adaptando-se em distintas formas. É um dos materiais que podemos visualizar frequentemente nos utensílios para cozinha. Detém um peso consideravelmente baixo que permite um manuseio mais fácil, o custo deste é baixo, e pode conter diversas formas, cores e tamanhos.

## 2.2.1 Utensílios Concorrentes

Utensílios concorrentes são objetos que contêm as mesmas funções, mas vendidos por pessoas ou empresas diferentes. Há diversos objetos concorrentes, que possuem a mesma função, mas apenas se diferenciam esteticamente.

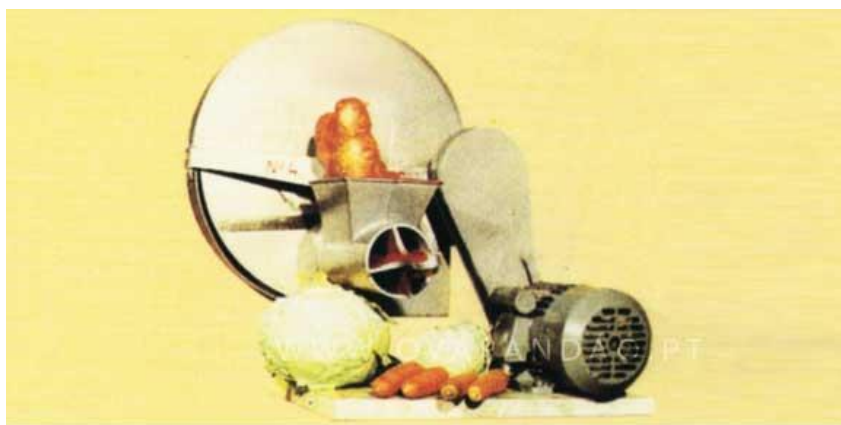


Figura 2.11 - Máquina de cortar caldo verde com motor nº4, vendida pela empresa Varandão, Lda. [21]



Figura 2.12 - Esmaga Batata com alavanca da marca Silamos [22]



Figura 2.13 - Esmagador de alhos, vendido no IKEA da marca VADERFULL com um compartimento para o alho e de fácil limpeza. Este produto contém uma estrutura em zinco, cromado mate, com uma pega em borracha sintética. [23]



Figura 2.14 - Formas de Filhós, com 4 formas diferentes: neve, estrela, coração e flor. Contém um cabo universal removível em nylon resistente ao calor e é vendido numa página online pela marca *tescoma*. [24]



Figura 2.15 - Grelhador em alumínio fundido com dimensões de 26 x 22 cm numa página online *PlenoHotel*. [25]

## 2.2.2 Utensílios Similares

Os produtos similares são produtos parecidos, com funções e objetivos equivalentes ou aproximados, mas não totalmente iguais, e não concorrentes à Belé.



Figura 2.16 - Espremedor de Citrinos Braun, Tribute Collection CJ 3050 [26]



Figura 2.17 - Espremedor de Citrinos da marca SMEG desenvolvido para espremer diferentes tamanhos de frutas [27]



Figura 2.18 - Chaleira 9091 de Richard Sapper da marca Alessi em aço inoxidável polido com um apito melódico em latão [28]



Figura 2.19 - Chaleira Richwell em Aço Inoxidável com Apito [29]



Figura 2.20 - Esmaga batata vendido no Supermercado Jumbo [30]



Figura 2.21 - Esmaga batata em aço inoxidável da marca Silampos [31]



Figura 2.22 - Quebra-nozes, “Nutcracker” de Andrea Branzi (2010) para a marca Alessi [32]



Figura 2.23 - Quebra-nozes de Roger Arquer (2014) [33]



Figura 2.24 - GoAvocado, Ferramenta para cortar, secar abacates de Joseph Joseph, destinada a fazer com que os machucados de abacateiros sejam uma coisa do passado [34]



Figura 2.25 - Cortador de Abacate 3 em 1 - Oxo Consegue descascar, descaroçar e fatiar facilmente. Contém uma lâmina em plástico e as restantes em aço inoxidável. [35]

## 2.3 Empresas Concorrentes com Processo da Fundição

O processo da fundição envolve a colocação do metal líquido num molde/coquilha, que contém uma cavidade com a forma que se pretende obter, que depois de arrefecer solidifica. Várias empresas em Portugal utilizam a fundição nos seus produtos. O processo da fundição pode ser usado para produzir em diferentes áreas:

- Espaços públicos



Figura 2.26 - Logotipo da empresa Fundiviana  
- Fundição de Metais, Lda [36]

A *Fundiviana- Fundição de Metais, Lda.* localizada em Viana do Castelo, é uma empresa com fundição de metais não ferrosos e no tratamento de superfícies de metais. Iniciou a sua atividade a Fevereiro de 1997. Fabrica e comercializa produtos em Alumínio, Bronze, Latão e Zinco. Centra-se, essencialmente em produtos para Iluminação Pública e Residencial, Mobiliário de Jardim e Urbano, Decoração e Sinalização Urbana.



Figura 2.27 - Coluna Douro, fundida em alumínio, com 2,50m / 1,80 m [36]



Figura 2.28 - Conjunto de CJ 204/4, constituído por uma mesa redonda e 4 cadeiras com 90 cm de diâmetro [36]



Figura 2.29 - Placas Toponímicas, fundidas em bronze ou alumínio e letras em alto-relevo [36]

#### - Espaços privados



Figura 2.30 - Logotipo da empresa Fundiarte - Fundição de Alumínios Decorativos, Unipessoal, Lda. [37]

A Fundiarte - Fundição de Alumínios Decorativos, Unipessoal, Lda. produz e monta sistemas de proteção e decoração em alumínio fundido, centrando-se em gradeamentos, varandas, escadarias e portões. A Fundiarte iniciou a sua atividade em 1987, adaptando e modernizando o seu processo da fundição de ferro para o alumínio, partindo para uma conquista neste mercado. Atualmente, posiciona-se no mercado como uma empresa que produz com elevada qualidade, a um custo justo, com uma procura de melhoria e crescimento sustentado.



Figura 2.31 - Produto destinado a varadas [37]



Figura 2.32 - Produto destinado a gradeamentos [37]



Figura 2.33 - Produto destinado a um portão [37]

- Peças de automóveis



Figura 2.34 - Logotipo da empresa  
Firmago - Fundição de Alumínios, S.A.  
[38]

A FIRMAGO - Fundição de Alumínios, S.A., conta com mais de 40 anos de experiência, com uma unidade de produção completa e equipada com recentes tecnologias na indústria da fundição, produzindo pro gravidade em areia e molde com um alto nível de qualidade, localizando-se em Braga. No setor da produção em areia é distribuído por uma área de 4800 m<sup>2</sup>, empregando cerca de 100 trabalhadores. Essencialmente, produz peças ligadas à Energia, Railway, Robotic, Automotive, Engenharia Mecânica, Gasolina, Chemical e Mining.



Figura 2.35 - Peça fabricada pela FIRMAGO  
- Fundição de Alumínios, S.A., com a  
referência de FMG2 [38]



Figura 2.36 - Peça FIRMAGO - Fundição de Alumínios, S.A., com a referência de FMG4 [38]



Figura 2.37 - Peça da FIRMAGO - Fundição de Alumínios, S.A., com a referência de FMG7 [38]



Figura 2.38 - Peça da FIRMAGO - Fundição de Alumínios, S.A., com a referência de FMG 1 [38]

## Capítulo 3

### A Empresa

A F.Carvalho, detentora da marca Belé, líder no fabrico de Utensílios de Cozinha, localiza-se no distrito do Porto, a 9 km a partir do centro de Amarante. Possui uma área total de 1235 m<sup>2</sup> com 2 andares. Ergue-se no seio da família Pinto e Carvalho, tendo sido pensada pelo Sr. Adão Carvalho, que anteriormente trabalhava na área da serralharia, numa fábrica em Amarante. Depois abriu uma serralharia sua, onde mais tarde juntou a fundição de Utensílios de Cozinha com a marca Belé. A marca nasce do diminutivo do nome Isabel, uma das suas filhas, originando a atual imagem da empresa. Iniciou a atividade em 1978, contando já com 40 anos de trabalho, com um capital social de 5.000€, dividido em quotas por 3 filhas, Isabel Carvalho, Mariza Carvalho e Paula Carvalho. A atual sócia/gerente é a Dr.<sup>a</sup> Paula Carvalho, Técnica Oficial de Contas, com bacharelado em Gestão e Contabilidade e Licenciatura em Auditoria, contabilizando 14 anos de orientação diária da equipa e a responsabilidade por tudo o que é desenvolvido na Belé. Esta atividade gera um extenso trabalho contínuo por parte dos funcionários, que, atualmente são 8, onde cada um tem a sua competência específica, com idades compreendidas entre os 35 e 60 anos, temos, o Sr. Cândido Fonseca, Serralheiro Mecânico de 1<sup>a</sup>, o Sr. José Rocha, Polidor Mecânico, o Sr. Camilo Ribeiro, Torneiro Mecânico de 1<sup>a</sup>, a Sr.<sup>a</sup> Fernanda Pinto, Operária não Especializada, a Sr.<sup>a</sup> Emília Pinto, Operária não Especializada, o Sr. Nelson Fontes, Fundidor e Moldador, e o Sr. Jorge Nunes também, Fundidor e Moldador. O trabalho elaborado pelos funcionários é fundamental para o desenvolvimento de todos os objetos produzidos nesta empresa, pois a sua experiência, know-how e habilidade são fatores determinantes para a qualidade do produto final.

#### 3.1 Missão, Valores e Estratégia

A Belé pretende ser uma empresa destacada pela permanência da tradição portuguesa na área dos Utensílios de Cozinha. Valoriza o que é português e dia após dia, tenta transmiti-lo em objetos futuros. Após 40 anos, registou a sua marca com orgulho dos seus produtos já serem reconhecidos, como sendo unicamente produzidos pela mesma.

Ao longo do tempo, os valores são reconhecidos pela sociedade, como a qualidade, confiança, tradição, durabilidade, a familiaridade e dedicação colocada em todos os objetos produzidos por toda a estrutura da empresa.

Também na reciclagem de matéria-prima a empresa apresenta um grande empenhamento, como o Lingote e as aparas das serralharias de alumínio, onde semanalmente é reciclado cerca de 750 kg, que originam cerca de 670 kg de alumínio fundido, que ao final de um mês representam aproximadamente 3000 kg de matéria-prima reaproveitada, ponto esse, importante e de desconhecimento público, onde o processo da fabricação do produto inicia, fazendo a diferença a nível de impacte ambiental.

Um dos objetivos futuros da Belé é o aumento coerente da gama dos produtos apresentados, crescendo juntamente a empresa e melhorando o seu posicionamento no mercado na área dos Utensílios de Cozinha. Isto tudo será conseguido através da forma como os produtos podem ser apresentados, dando especial atenção à apresentação dos objetos ao Público, mais precisamente, a possibilidade de novas embalagens ou outras novas entradas ligadas à interação com o público.

### **3.2 Produtos Comercializados**

O produto Belé é reconhecido e distribuído no seio de armazenistas nacionais e internacionais, sendo a zona Norte do país a área de maior presença da marca. Destaca-se pela sua estética tradicionalista, a sua resistência, durabilidade e eficácia manual na sua utilização. Os distintos objetos produzidos estão constantemente presentes no dia-a-dia da sociedade, onde apenas a função manual destes prevalece. São desenvolvidos de forma a diminuir as horas diárias, perdidas a cozinhar para toda a família.

A F. Carvalho conta com diversas parcerias para a obtenção da matéria-prima utilizada na produção. As diferentes matérias-primas externas são: a chapa 2m x 1m, comprada na empresa Herdmar que, depois de cortada, obtém as lâminas; a madeira, em particular de amieiro, é obtida ao m<sup>3</sup> num madeireiro, que depois de trabalhada, resulta dos cabos em madeira, gastando anualmente aproximadamente cerca de 10 a 15 m<sup>3</sup>; as pegas em plástico, compradas já maquinadas à empresa Espolitemech; os parafusos, obtidos através da empresa Gasidouro e, por fim o aço, adquirido na empresa Osório de Castro. Desde o início da atividade da empresa, as coquilhas/moldes de todas as peças que depois de fundidas, completam o produto final, foram exclusivamente desenvolvidos pelo Sr. Adão Carvalho e nos dias de hoje ainda continuam a ser usadas e perfeitamente intactas.

Atualmente, a F. Carvalho não tem concorrentes aos produtos pertencentes a sua gama de Utensílios de Cozinha. Anteriormente, havia a existência de uma outra empresa, A Alemã, que cessou a sua atividade há 3 anos.

Os seus consumidores podem encontrar ao seu dispor, um website da empresa, [www.facebook.com/Beleoficial/](http://www.facebook.com/Beleoficial/) onde consta, uma vasta gama de utensílios de cozinha.

À disposição dos consumidores existem os seguintes produtos:

- As Máquinas de Caldo Verde de 2, 3 ou 4 Lâminas, usadas no corte de couves ou hortaliças frescas, para a confeção do rústico Caldo Verde, contemporâneo na tradição portuguesa;



Figura 3.1 - Descrição da Máquina de caldo verde 4 Lâminas

- O Esmaga Batata em dois tamanhos, típico utensílio português de cozinha, usado para a confeção do puré de batata, esparregado de grelos ou de outros diversos legumes;



Figura 3.2 - Descrição do Esmaga Batata

- Os **Grelhadores** Retangulares, Redondos, Hotel, Duplos e Industriais, utilizados para grelhados de Carne, Peixe, Legumes e Pão;



Figura 3.3, 3.4 e 3.5 - Grelhador Retangular, Redondo e Hotel



Figura 3.6 e 3.7 - Grelhador Industrial e Duplo [39]

- A **Máquina de Picar Carne**, que contém 3 lâminas de corte de carne delgada ou volumosa, sendo que, para o seu funcionamento usa 2 lâminas;



Figura 3.8- Descrição da Máquina de Picar Carne

- O **Corta Batata**, que permite cortar a batata, a cenoura e a cebola em modo pala pala;



Figura 3.9 - Descrição do Corta Batata

- O **Martelo de Picar Carne**, diminuindo assim o tempo de confeção da carne;



Figura 3.10 - Martelo de Picar Carne

- O **Pica Alho com Descarçador de Azeitona**, possuindo assim a dupla funcionalidade, esmagando o alho e a remoção do caroço da azeitona;



Figura 3.11 - Descrição do Pica Alho com Descarçador de Azeitona

- As **Formas de Filhós** com 6 formas diferentes em dois tamanhos. O molde pequeno em formato de azevinho, de estrela, de flor, de borboleta, do coração e do trevo. O molde grande apenas se encontram o formato do trevo e da flor, sendo exclusivo deste tamanho o formato flor coração.



Figura 3.12 - Formas de Filhós tamanho pequeno (a Flor, o Coração, a Estrela)



Figura 3.13 - Formas de Filhós tamanho pequeno (o Trevo, o Azevinho e a Borboleta)



Figura 3.14 - Formas de Filhós tamanho grande (a Flor Coração, o Trevo e a Flor) [39]

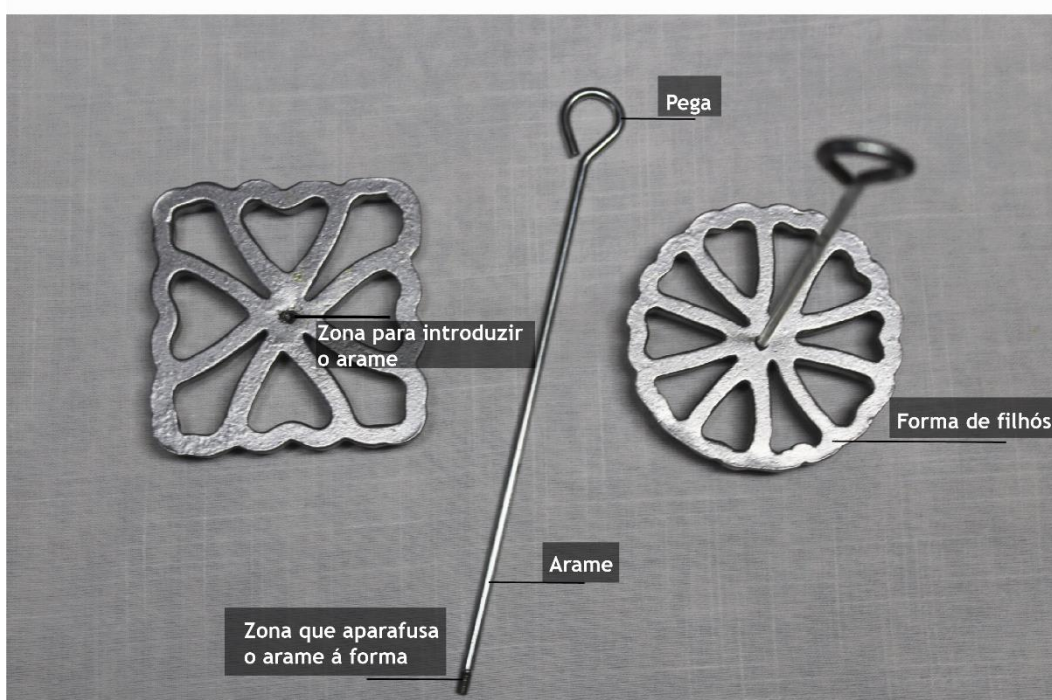


Figura 3.15 - Forma individual + arame ou forma com o arame inserido

- Os **Suportes de Tachos Redondos e Ovais**, usados essencialmente, para a panela quente não entrar em contacto com a base onde é colocada;



Figura 3.16 - Suporte de tacho redondo e oval

- As **Canoas** com 4 diversos tamanhos, utilizadas para cozinhar em fornos elétricos ou servir alimentos;



Figura 3.17 e 3.18 - Canoas em 4 tamanhos diferentes

- Os **Pratos de Bitoque** com 3 diferentes tamanhos, normalmente utilizados para a tradicional Francesinha tendo ainda, a possibilidade de cozinhar qualquer outro prato, ou então apenas o transporte de comida.



Figura 3.19 - Prato de bitoque em 3 tamanhos [39]

Na produção, todos os objetos passam por um controle de verificação diário, quer ao nível de peso, quer ao nível de espessura máxima que pode atingir cada peça que é fundida. Cada produto pode atingir aproximadamente:

- Máquina de Caldo Verde de 2 Lâminas: 0,760 kg
- Máquina de Caldo Verde de 3 Lâminas: 0,800 kg
- Máquina de Caldo Verde de 4 Lâminas: 1,070 kg
- Máquina de Picar Carne: 0,760 kg
- Martelo de Picar Carne: 0,260 kg
- Corta-Batata: 0,220 kg
- Esmaga-Batata Pequeno/Grande: 0,500 kg / 0,880 kg

- Suporte de Tacho Oval/Redondo: 0,090 kg
- Grelhador Retangular Pequeno: 0,460 kg
- Grelhador Redondo Pequeno/Grande: 0,460 kg/0,241 kg
- Grelhador Hotel: 0,830 kg
- Grelhador Duplo: 1,150 kg

### 3.3 Capacidade produtiva

A F. Carvalho produz diariamente diferentes produtos, dependendo sempre das encomendas que são pedidas ao longo da semana, ou então, quando há escassez destas, são fundidos os que exigam mais mão-de-obra.

Diariamente, há um controle das quantidades fundidas, havendo dias que são produzidas mais que uma peça para diferentes produtos. As quantidades contém algumas diferenças de semana para semana, dependendo do tempo, e da forma como a coquilha/molde desenforma a peça, por exemplo:

- 9h 20m (1) até às 17h (2) fundiu-se: a Máquina de Caldo Verde de 3 Lâminas, que necessita de duas peças para o seu conjunto: o disco produziu-se 145 unidades e o pé 240 unidades, e por fim o Martelo com 110 unidades.
- 9h 30m (1) até às 17h (2) fundiu-se: Formas de Filhós Pequenas, 650 unidades, e por fim os grelhadores redondos, 180 unidades;
- 9h 15m (1) até às 17h (2) fundiu-se: Grelhadores duplos que necessitam de 2 peças iguais produziu-se 85, e por fim o corta-batata em peça única, 260 unidades.

*(1) Horário em que o forno atinge os graus necessários para o seu uso;*

*(2) Horário que o funcionário termina a sua hora de trabalho;*

Estes dados, foram fornecidos pela empresa que detém um diário da fundição com todas as quantidades fundidas, assim como a hora que começa e termina a zona da fundição. Esse controlo diário é feito pela pessoa que se destina para aquele dia, no corte do gito, alterando semanalmente o funcionário para essa função.

Com este controlo é possível determinar as peças com ou sem defeito, ou seja, as que satisfazem todas as necessidades que determinam o seu lançamento em produção são denominadas por Produção Útil, e as que, não satisfazem todas as condições para o seu lançamento na produção são denominadas por produção defeituosa, que pode estar relacionada a diversas causas, tais como: Matérias-primas de fraca qualidade, matérias-primas não adequadas, equipamentos obsoletos, avarias em equipamento, pessoal pouco qualificado, falhas de energia elétrica ou por causas fortuitas.

A verificação diária tem benefícios para a empresa direcionadas aos gastos obtidos, assim como, futuras quantidades de matérias-primas a comprar e a disponibilidade existente em stock.

Através do diário da fundição e de vendas, conseguiu-se elaborar a seguinte tabela de 2015, referente às quantidades aproximadas anuais e mensais.

Tabela 3.1 Quantidades aproximadas anuais e mensais do ano 2015

<b>Produto Belé</b>	<b>QT Mensal (UN) *</b>	<b>QT Anual (UN) *</b>
Máquina de Caldo Verde 2 Lâminas	50	600
Máquina de Caldo Verde 3 Lâminas	323	3876
Máquina de Caldo Verde 4 Lâminas	450	5400
Grelhador Duplo	64	768
Grelhador Industrial	22	264
Máquina de Picar Carne	38	456
Esmaga Batata Pequeno	39	468
Esmaga Batata Grande	115	1380
Pica Alho c/descaroçador	193	2316
Corta-Batata	289	3468
Suporte de Tacho Oval	39	468
Martelo de Picar Carne	140	1680
Formas de Filhós Grandes	44	528
Formas de Filhós Pequenas	58	696
Grelhador Redondo N°0	97	1164
Grelhador Retangular N°0	101	1212
Grelhador Redondo N°1	119	1428
Grelhador Retangular N°1	110	1320
Grelhador Hotel	220	2640

\* Cálculo: *quantidade aproximada vendida anual / 12 meses*

Em 2016, são notórias subidas e descidas de quantidades de produção e vendas.

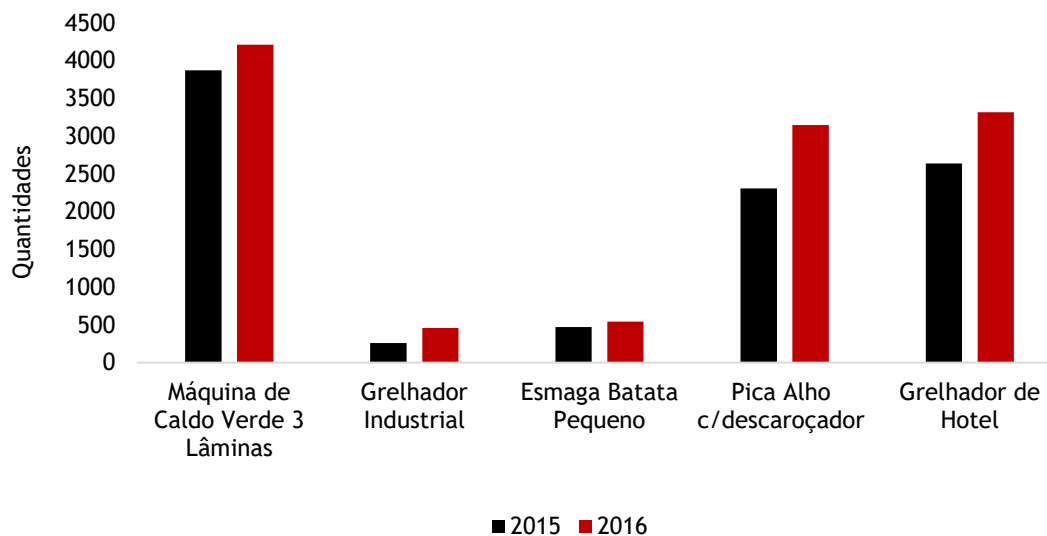
Tabela 3.2 Quantidades aproximadas anuais e mensais do ano 2016

Produto Belé	QT Mensal (UN) *	QT Anual (UN) *
Máquina de Caldo Verde 2 Lâminas	74	888
Máquina de Caldo Verde 3 Lâminas	351	4212
Máquina de Caldo Verde 4 Lâminas	362	4344
Grelhador Duplo	57	684
Grelhador Industrial	38	456
Máquina de Picar Carne	41	492
Esmaga Batata Pequeno	45	540
Esmaga Batata Grande	91	1092
Pica Alho c/descaroçador	262	3144
Corta-Batata	233	2796
Suporte de Tacho Oval	40	480
Martelo de Picar Carne	17	204
Formas de Filhós Grandes	42	504
Formas de Filhós Pequenas	55	660
Grelhador Redondo N°0	71	852
Grelhador Retangular N°0	59	708
Grelhador Redondo N°1	171	2052
Grelhador Retangular N°1	208	2496
Grelhador Hotel	277	3324

\* Cálculo: *quantidade aproximada vendida anual / 12 meses*

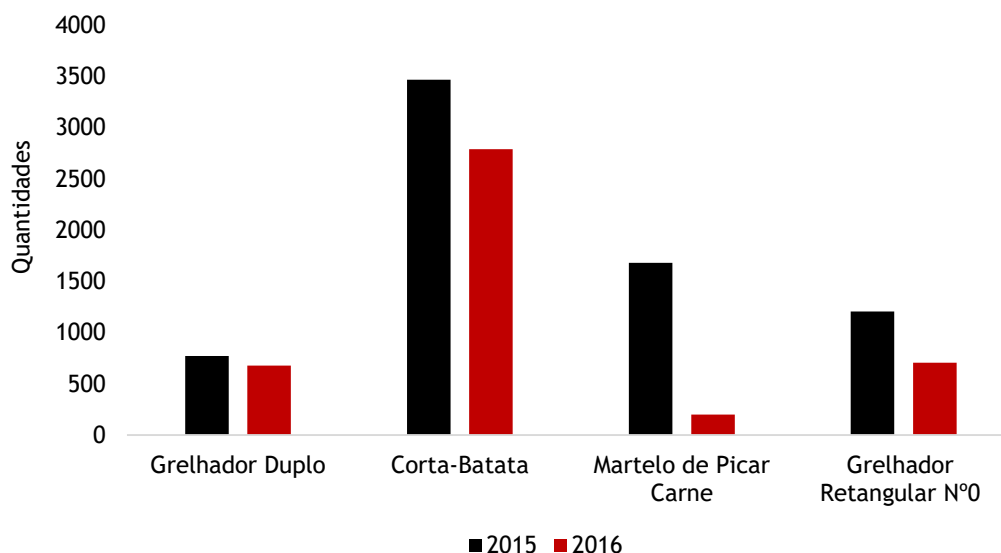
Comparando dados de 2015 com 2016, pode-se concluir que, foi satisfatório o aumento para alguns produtos, compensando assim as descidas que obteve de 2015 para 2016 onde podemos verificar no gráfico seguinte com algumas subidas.

Gráfico 3.1 Representação das subidas de quantidades vendidas entre 2015 e 2016



E descidas nos seguintes produtos.

Gráfico 3.2 Representação das descidas de quantidades vendidas entre 2015 e 2016



### 3.4 Processo Produtivo

A produção está centrada na Fundição em Alumínio reciclado. Desde sempre a sua atividade foi subvalorizada, por os produtos serem desenvolvidos através da reciclagem do alumínio, como matéria-prima, tornando assim, o impacto ambiental de produção menos negativo.

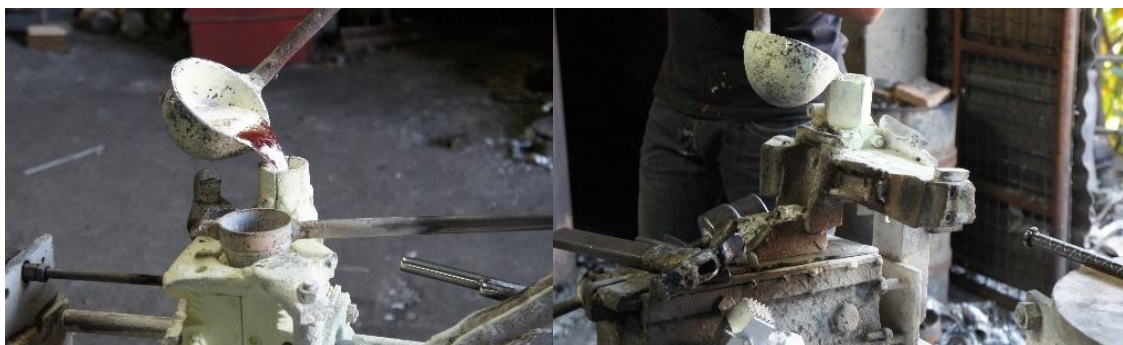
A F. Carvalho compra peças em alumínio, que são inutilizadas devido ao uso ou oxidação, apesar do estado destas, são refundidas e utilizadas posteriormente, no que é denominado como sucata. Estas são compradas a pessoas particulares, que recolhem e fazem a separação de diferentes matérias-primas. Como mencionado previamente, estas peças são, essencialmente, aparas de serralharias de alumínio e o lingote.

O sector da Fundição com aproximadamente 50 m<sup>2</sup> contém um forno a óleo, diariamente ligado às 7 horas, atingindo 600° C a 700°C após 2 horas e 30 minutos de funcionamento. O responsável por esta tarefa é o funcionário Sr. José Rocha. O forno, consome cerca de 100 litros por dia, 2200 litros por mês e por ano 26 400 litros de óleo reciclado.



Figura 3.24 - Forno a óleo em funcionamento

O óleo reciclado é usado para responder às, apresentando assim um menor impacte ambiental. Os graus do forno são sempre instáveis, conseguindo-se controlar através do consumo do óleo. É possível verificar-se essa instabilidade através da forma como derrete a matéria-prima, ou seja, se não ficar líquida e existir pedaços pequenos desta, significa que o forno está abaixo dos graus que são pretendidos para a sua utilização. O alumínio líquido é retirado com uma colher, a uma temperatura alta onde é inserido nas coquilhas destinadas aquele dia. O fundidor sabe que, para cada peça é necessária uma determinada quantidade, sendo diferentes em todas as coquilhas. O máximo que a colher consegue transportar é 2kg e essa quantidade é usada para a fundição do grelhador de Hotel.



Figuras 3.25 e 3.26- Objeto que transporta o alumínio líquido para a coquilha, denominado por “colher”

O alumínio líquido é transportado pela colher até à coquilha.

Coquilha é o termo mais utilizado pelo núcleo da equipa no sector da fundição, apesar de serem conhecidas, simplesmente, por moldes. Estas, contêm diversos tamanhos, dependendo do objeto a que se destina aquele dia, podendo cada produto completo necessitar de 1 a 3 coquilhas. No caso da Máquina de Caldo Verde que é constituída por 3 peças, ou seja, 3 coquilhas diferentes: o disco, a base e a viela. Este processo de fundição em coquilha, dá características específicas às peças fundidas, possuindo melhor acabamento superficial, maior precisão dimensional, estrutura com grãos mais finos em comparação às peças obtidas em fundição em areia e por fim contém propriedades mecânicas superiores. As coquilhas são aquecidas através do gás.

Diariamente o Sr. José Rocha faz a manutenção das coquilhas. Esta manutenção é feita com uma tinta, denominada por Argentol, e um pó de limpeza, designado por Coverlux utilizado apenas no cadinho. A tinta é usada para que, o alumínio não se agarre ao molde, e após a sua solidificação seja mais fácil a sua retirada, e o pó de limpeza, é colocado apenas no cadinho, para eliminar todas as impurezas no alumínio e não serem transportadas para as coquilhas.



O Cadinho é a designação para o recipiente, resistente a temperaturas elevadas, no qual é fundido a matéria-prima a altas temperaturas. Possui diversas formas, dependendo do orifício existente no forno.

Figura 3.27 - Recipiente para o uso na fundição [40]

O processo desde a fundição até ao produto final, percorre várias fases. No exemplo da Máquina de Caldo Verde que necessita de 3 peças: o disco, a base e a viela a produção percorre as seguintes etapas:

A produção do **disco** percorre 5 fases:

- **Fundição:** a matéria-prima, o alumínio, é introduzido no forno a óleo, passando para o estado líquido, ou seja, a liga líquida é colocada na sua respetiva coquilha/molde.



Figura 3.28 - Funcionário a derreter aparas vindas de uma serralharia de alumínio

É deixada arrefecer a peça para se dar a solidificação do metal, seguindo-se a retirada do molde. Após a remoção da peça da coquilha, é feita um controle de verificação de defeitos que a peça possa conter.



Figura 3.29 - Funcionário a retirar a peça fundida do molde

- **Corte do gito:** a peça depois de fundida, contém canais abertos feitos nas paredes maciças da coquilha, que serviram para a entrada do alumínio líquido. Estes são cortados e reaproveitados para uma nova fundição;



Figura 3.30 - Funcionário no corte do gito.

- **Maquinação:** é uma operação que consiste em transformar as peças nas medidas indicadas;

- **Lavagem:** é feita uma lavagem de todas as peças onde são retiradas as impurezas aderentes à superfície;



Figura 3.31 - Funcionário a lavar peças fundidas

- **Pintura:** nesta fase é feita a pintura de todos os discos.



Figura 3.32 - Peças depois de pintadas

A **base** da Máquina de Caldo Verde passa pelas mesmas fases de fabricação do disco e a **viela** passa igualmente pela fase da fundição, o corte do gito e a maquinação onde é introduzida a fabricação da base.

Na Produção dos grelhadores já podemos verificar que possuem outras fases: Fundir, o Corte do Gito, Lixar as peças, Polir, Montagem e o Embalamento.

- **Fundição:** realiza-se o mesmo processo descrito anteriormente nesta fase;
- **Corte do Gito:** esta fase possui o mesmo processo anteriormente descrito;
- **Lixar a peça:** nesta operação é efetuada a rebarbação da superfície das peças, onde é retirado o excesso de metal proveniente das juntas dos moldes, dos gitos e defeitos acidentais.



Figura 3.33 - Funcionário na operação de lixar a peça

- **Polir a peça:** é feito um tratamento da superfície da peça. Num tambor rotativo sextavado, são colocadas as peças juntamente com as esferas e um produto viscoso, que através do batimento das peças com a esfera, chega-se ao polimento das mesmas.



Figura 3.34 - Tambor de polir peças fundidas

- **Montagem:** nesta fase é realizado o encabar o grelhador, ou seja, o cabo de madeira é introduzido na respetiva peça.

- **Embalamento:** os produtos são contados e embalados.



Figura 3.35 - Produtos Belé embalados

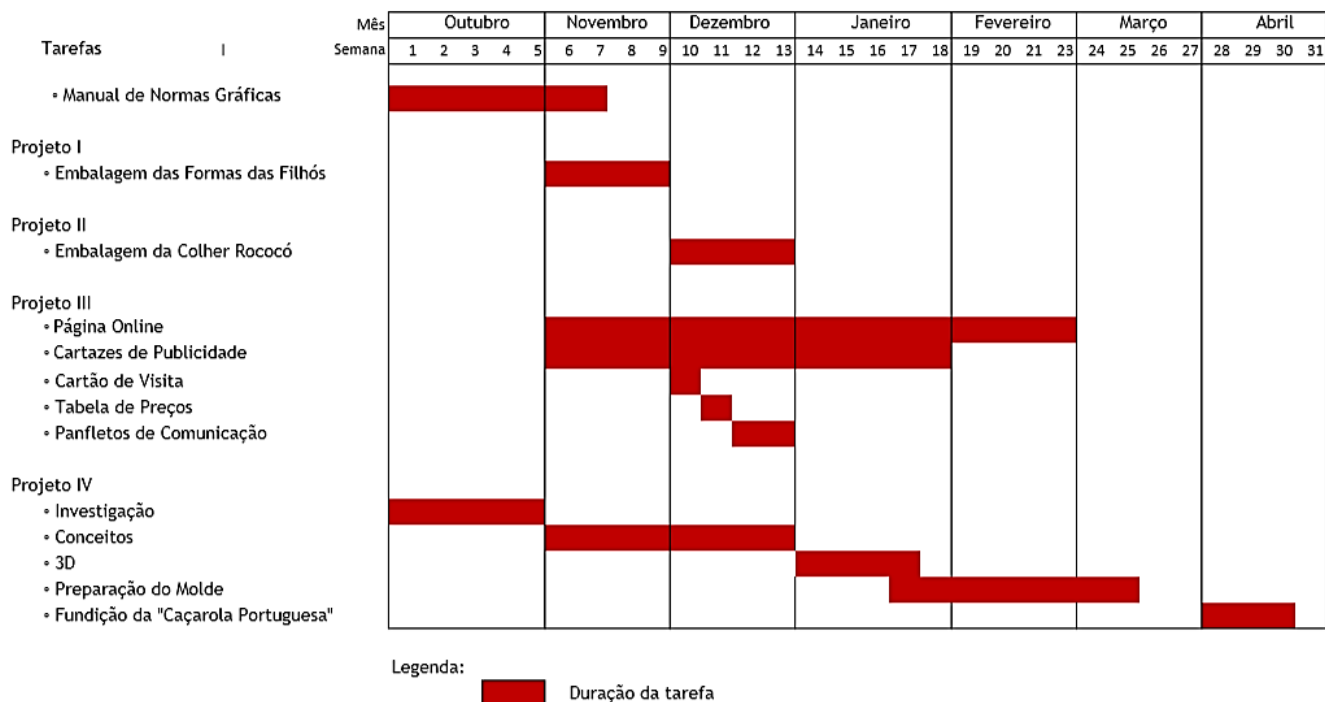
A zona da fundição requer alguns cuidados, assim como todo o fundidor é obrigado a cumprir determinadas regras para sua segurança, seguidas de modo rigoroso na F. Carvalho.

## Capítulo 4

### Estágio Curricular

O estágio curricular foi realizado na empresa F.Carvalho, Lda, detentora da marca Belé, num período de 4 meses, iniciado a 2 de Outubro de 2017 e concluído a 2 de Fevereiro de 2018. O horário de trabalho foi estabelecido com a empresa, com a entrada às 9 horas e saída às 17 horas, com uma pausa para almoço entre as 12 horas e 30 minutos e as 14 horas. Durante este período de estágio fui acompanhada pela Dr<sup>a</sup> Paula Carvalho e a Dr<sup>a</sup> Isabel Carvalho, onde diariamente, opinavam sobre o decorrer do desenvolvimento dos vários projetos propostos. Este desenvolvimento foi realizado nas instalações da empresa, na zona do escritório, que é destinado ao espaço de evolução e criatividade de projetos em desenvolvimento. Entretanto, sucedeu-se o contacto com empresas direcionadas aos Utensílios de Cozinha e revendedores da F. Carvalho. Este contacto beneficiou no desenvolvimento dos projetos para a criação de algumas estratégias para um aumento de vendas, ou seja, atuando diretamente nos problemas que a empresa detinha quer a nível de comunicação, quer de apresentação. Percorreu-se o método de trabalho existente na empresa ao longo do estágio, com projetos de comunicação exclusivos para a época alusiva ao Natal, ao mesmo tempo da elaboração do projeto de produto no futuro adicionado à coleção existente. Inicialmente, a adaptação a este método foi exigente, devido ao seguimento em paralelo com os vários projetos, tornando-se um desafio, porém obteve-se uma visão do mundo de trabalho. Essencialmente, foi benéfico o desenvolvimento de vários projetos, desafiando a autonomia, assim como, a organização de gestão de tempos dedicados a cada projeto. O estágio serviu para uma entrada no mundo do trabalho com uma perspetiva do desenvolvimento de projetos numa empresa, conciliando os limites de estrega, com diferentes projetos.

Gráfico 4.1 Representação da Tarefas Realizadas



## 4.1 Projetos Desenvolvidos

### 4.1.1 Projeto I - Embalagem das Formas das Filhós

#### 4.1.1.1 Investigação

As formas de Filhós são produzidas há mais de 20 anos na F. Carvalho. Este tipo de produtos, têm vendas ao longo de todo o ano, mas a procura intensifica-se nos meses próximos ao Natal, devido aos modelos que contém, muito característicos desta quadra. Permitem fazer filhoses, respeitando assim as tradicionais receitas portuguesas, e embelezando a mesa de Natal com os diversos modelos.



Figura 4.1 - Formas de Filhós Belé

As filhós são um doce tradicional da culinária portuguesa, diversificando assim as sobremesas com criatividade.



Figura 4.2 - Filhós cozinhadas com as formas Belé

A embalagem foi pedida por parte da empresa pois tinha a necessidade de mudar a forma como são apresentadas ao público, juntando assim uma viragem no mercado na forma como a Belé apresenta este tipo de produtos.

Inicialmente, realizou-se uma investigação de possíveis embalagens já apresentadas no mercado. A maioria dos Hipermercados apresentam os seus produtos com um blister, que é uma bolha de plástico que envolve o produto, tendo normalmente, por trás uma placa de cartão impresso, ou seja, a própria embalagem envolve ou fica em torno do produto e cria mais ênfase e desperta ao cliente a curiosidade de algo que está para além da embalagem. Com a ida a alguns revendedores, deu-se mais atenção à forma como eles apresentavam os produtos Belé no mercado, isto é, como a Belé não possuía embalagens, as próprias empresas criaram embalagens para os produtos. Feita uma análise de algumas embalagens dos clientes, obteve-se referências para uma embalagem com a marca Belé.



Figura 4.3 - Blister da cadeia de Lojas GÊMEOS FERREIRA, S.A.



Figura 4.4, 4.5 e 4.6 - Bliester da marca L' Duomo, dirigida por Alfredo Rodrigues Pereira, armazenista na gama de Utensílios de Cozinha na Zona Norte do País, Porto



Figura 4.7 - Blister da marca Jomafe, presente no mercado desde 1976, com sede em Guimarães



Figura 4.8 - Blister da marca HOYCA presidida pela empresa J. Correia & Filhos com sede em Guimarães

Estes blisters são usados para a exposição de utensílios de cozinha em lojas de Norte a Sul do País e a nível Internacional.

Outras referências que se teve em consideração.



Figura 4.9 e 4.10 - Embalagens para a TOBL DESIGN do Designer Wonkook Lee [41]

A embalagem para a TOBL DESIGN é uma referência de destaque, devido à envolvimento que o utilizador tem com o produto, um dos pontos mais importantes para uma embalagem. O consumidor comunica mais diretamente com a embalagem do que a própria empresa que o vende, ou seja, é de extrema importância como o produto é apresentado ou entregue ao cliente e mais tarde a forma como o vai utilizar ou consumir.



Figura 4.11 - “Greenhouse”, conceito de uma embalagem para plantas colocadas em vasos [42]

“Greenhouse” de Tai Hsiung Huang é uma embalagem de importância devido à existência do envolvimento do produto com o invólucro, cumprindo dois importantes objetivos: a visualização do produto ao consumidor e apelar a atenção do produto através da embalagem. Uma extensa maioria da população dá mais atenção à forma como o produto é apresentado do que o produto que está à venda. Esta situação é comprovada através de um exemplo de um produto bastante simples da Belé, que é vendido à mais de 20 anos e que nos dias de hoje poucas são, as pessoas que o conhecem um produto tipicamente português.



Figura 4.12 - “Zing” é uma coleção de utensílios de cozinha de silicone, Ferramentas e Aparelhos [43]

A coleção Zing consegue comprovar a afirmação dita anteriormente, onde a cor e a fonte da letra realçam o produto adquirindo uma posição no mercado distinta.

Nos dias de hoje, o público divide-se a nível de preferências, há uma determinada população que prefere o moderno, vivo, dinâmico e que crie diferença no ambiente da sua casa, a restante população considera o “tradicional português” o mais importante no seu lar, tornando-o mais acolhedor e tipicamente Português.



Figura 4.13, 4.14, 4.15 e 4.16 - Marca uruguaia de alimentos frescos chamada COOK [44]

A conclusão desta investigação é a determinação de pontos significativos para o início do desenvolvimento de vários conceitos para a embalagem das formas de filhós.

Os pontos significativos para o início desta construção são direcionados para:

- Envolvência do produto com a embalagem;
- Apelar a atenção do cliente a nível do Design Gráfico;
- Custo reduzido;
- Fácil montagem.

Com estes objetivos a Belé consegue uma embalagem que a enalteça no mercado, destacando a sua marca.

#### **4.1.1.2 Conceitos e Esboços**

A empresa terá uma embalagem que se tornará numa viragem na apresentação do seu produto aos clientes.

##### **Conceito I- “A Caixa”**

Inicialmente, no conceito I “A Caixa” desenvolveu-se uma embalagem, onde se destaca a visualização frontal das Formas de Filhós para a distinção imediata delas.

A comunicação da embalagem tem como objetivo, dar a conhecer os diferentes modelos existentes, para além das que dispõem a embalagem. A Belé apresenta no mercado 3 modelos de dimensão grande de Formas de Filhós, o trevo, a flor coração e a grande flor, e na dimensão pequena disponibiliza 6 modelos, a estrela, o azevinho, a flor, o coração, o trevo e a borboleta.

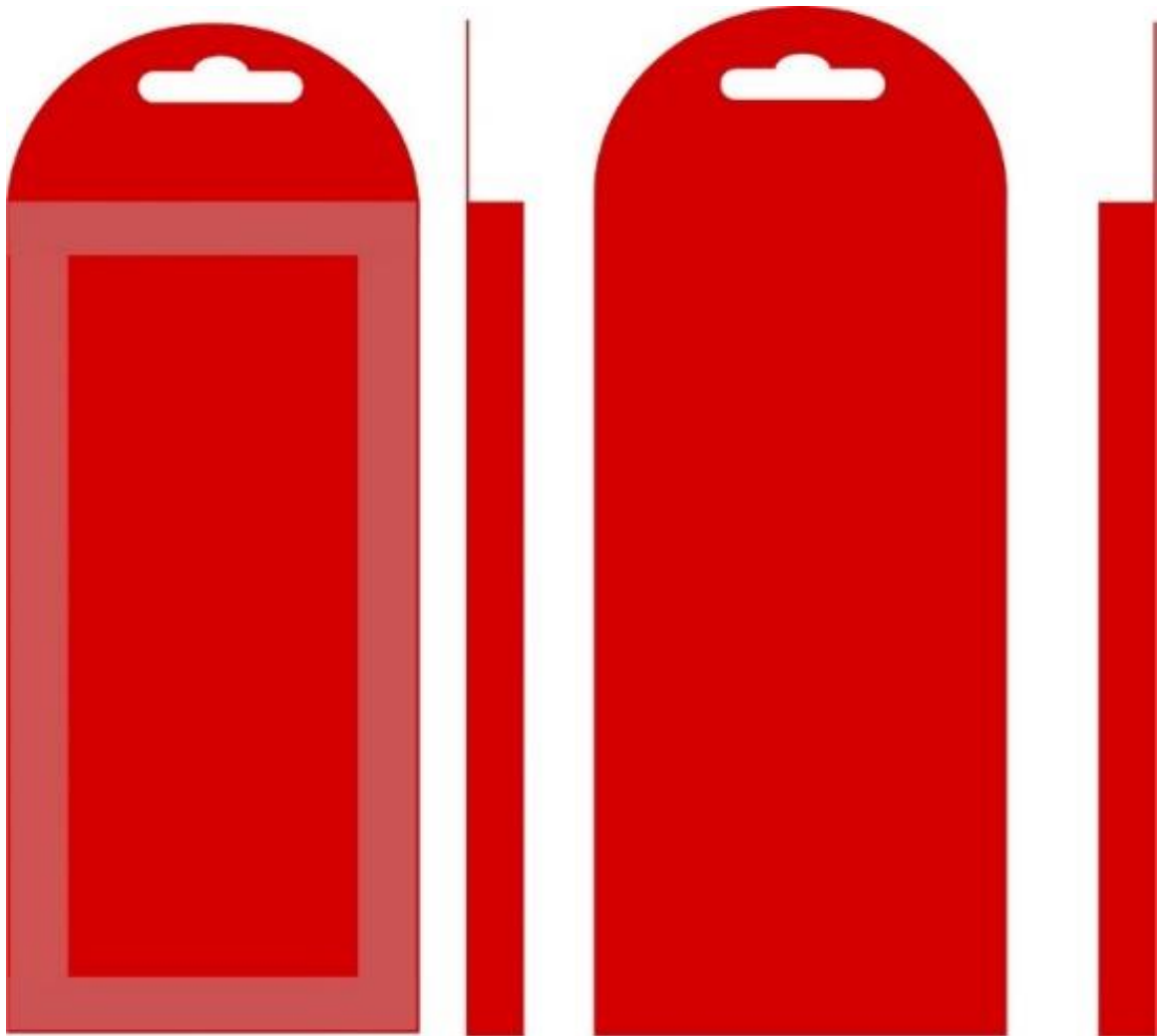


Figura 4.17 - Esboço com vista frontal, lateral direito, parte de trás do conceito 1 “A Caixa”



Figura 4.18 - Planificação do conceito 1 “A Caixa”, parte de trás, lateral direito, frente e lateral esquerdo



Figura 4.19 - Maquete da embalagem do conceito 1 “A Caixa”

A construção da maquete em cartolina mostrou algumas contradições aos objetivos da embalagem, principalmente na planificação da embalagem e na impressão, onde a visualização do produto não iria ser o esperado, tendo ainda um custo bastante elevado, o que levou à rejeição do conceito I “A Caixa”.

## Conceito II - “A Faixa”

Proseguiu-se para o desenvolvimento do conceito II “A Faixa”, seguindo os objetivos do conceito I, surgindo assim algo que envolve-se o produto, não diminuindo a visualização do mesmo.

A comunicação da embalagem no conceito II, iria de encontro á época natalícia, criando assim, uma embalagem exclusiva do Natal, tornando-se numa controversa ao ser vendida durante o ano.

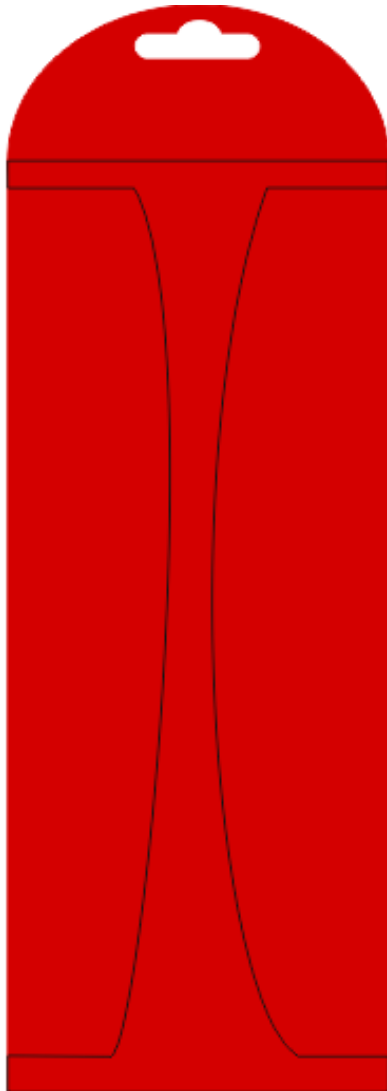


Figura 4.20 - Esboço do conceito “A Faixa”



Figura 4.21 - Conceito “A Faixa” a nível gráfico



Figura 4.22 - Embalagem teste do conceito “A Faixa”

O conceito II “A Faixa” obteve interesse por parte da empresa por divulgar a receita tradicional das Filhós da família Carvalho mas não era o pretendido a nível de estética e custos, não sendo visualmente agradável e manteve-se o elevado custo na impressão, devido ao tamanho da planificação.

### 4.1.1.3 Embalagem Final

A embalagem final que consistiu no conceito III designado “ O Friso” por a embalagem se destacar pela faixa que envolve o produto. Elaborou-se uma maquete em cartolina, de modo a testar o produto envolvido pela embalagem. Apresentada a maquete, a Belé deliberou o avanço para a parte gráfica, obtendo o aspeto final da embalagem.



Figura 4.23 - Esboço do conceito III “O Friso”

A comunicação da embalagem foi de encontro com a imagem corporativa definida pela empresa, nomeadamente por:

PANTONE 485 M



C>0 M>93 Y>100 K>3

R>212 G>0 B>0

PANTONE Trans. White



C>1 M>0 Y>0 K>0

R>253 G>254 B>254

PANTONE Process Black M



C>95 M>95 Y>45 K>95

R>31 G>27 B>32

As cores foram utilizadas seguindo a coerência existente na imagem da empresa. O tipo de letra referente á imagem da empresa é:

### Century Gothic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 . , ! ? - \_ : ;

A embalagem influencia o cliente, sendo a parte gráfica um destaque para a marca, predominando a cor e o símbolo. Salienta-se em 1º plano um friso que faz referência á tradição portuguesa criando uma envolvência ao produto. Este surge em 2º plano entre o friso e o realce da marca. O logótipo da marca aparece visível ao cliente e acima do produto, surgindo em 3º plano. Atrás do produto, em 4º plano, surge o logótipo em sequência num fundo branco em cor cinza, sobre este surge no canto inferior direito uma imagem de alguns alimentos relacionados com a cozinha por ser uma gama de utensílios de cozinha. O topo da embalagem contém o recorte usual para possivelmente ser exposta em expositores de loja.



Figura 4.24 - Planificação do conceito “O Friso” na vista frontal

Na vista traseira volta a surgir o logótipo da marca no lado esquerdo, e no lado direito uma etiqueta branca que é pensada para os futuros clientes poderem usufruir na revenda do produto colocando a etiqueta com o código de barras. A maioria da dimensão da parte de trás da embalagem é ocupada com uma receita que nasceu no seio da família Pinto & Carvalho usada, geralmente pelos consumidores das formas de filhós. Para auxiliar o suporte do produto á embalagem é idealizado 2 círculos brancos com diâmetro de 0,5 centímetros por onde se faz passar uma braçadeira branca para permitir a estabilidade do produto. Para disfarçar a braçadeira surge o friso como forma de agarrar o produto, fazendo publicidade á tradição portuguesa. Devido a conter estas furações específicas, a embalagem teve de ser testada diversas vezes, para que não surgissem erros depois da impressão.



Figura 4.25 - Planificação do conceito “O Friso” na vista de trás



Figura 4.26 - Embalagem teste do conceito III “O Friso”

O conceito III “O Friso” foi escolhido pela empresa por a embalagem envolver o produto, apelar a atenção do cliente para a marca, ter um custo de impressão baixo e ser de fácil montagem, objetivos estes definidos inicialmente.



Figura 4.27 - Embalagem do conceito III “O Friso” e o escolhido exposto em loja

## 4.1.2 Projeto II - Embalagem da Colher Rococó

### 4.1.2.1 Investigação

A colher Rococó é um produto que não foi desenvolvido pela marca Belé sendo um projeto da empresa *Joaquim Leal de Araújo*, similar a nível de Fundação de objetos para construção de uma casa. A Belé fez um investimento da colher em 15 dúzias (180 unidades) por ser alusiva á tradição portuguesa, o que vai de encontro aos objetivos da empresa nos seus atuais e futuros produtos. A tradição portuguesa abrange todos os produtos da Belé. Os futuros produtos e embalagens terão de seguir o padrão dos costumes da sociedade portuguesa. Este produto permite o transporte de alimentos ou vegetais da mesa para o prato ou como auxílio na preparação de iguarias. O material utilizado na colher é o alumínio fundido, seguindo o fabrico usual da Belé, apesar de não ser fabricada nas instalações a empresa *Joaquim Leal de Araújo* segue a mesma sequência de fabrico. A empresa teve a necessidade de criar uma embalagem para melhoria de vendas e associar a colher á marca. Na elaboração da embalagem surge uma investigação sobre referências de embalagens de outras colheres existentes no mercado, de modo a visualizar como são apresentadas ao consumidor. Com a investigação são definidos dois objetivos que teriam dar destaque á futura embalagem:



- Dimensões e linhas da colher;
- Tradição portuguesa;

Figura 4.28 - Colher Rococó da marca Belé



Figura 4.29 - Referência de Willow & Sage Organic Gelato Packaging [45]



Figura 4.30 - Referência de designers Galya Akhmetzyanova e Pavla Chuykina [46]



Figura 4.31 - Referência Ovenlove by Stuart McQuarrie [47]



Figura 4.32 - Referência da página online Take Over Time [48]



Figura 4.33 - Referência de embalagem pelo Designer Tuan Bui [49]



Figura 4.34 - Referência de Waitrose LOVE life Prep Portion [50]

### 4.1.2.2 Produto Final

Elaborou-se uma embalagem designada por “A Coroa” que envolve o produto destacando-o pelas suas linhas coerentes. O nome surge para enaltecer a colher, pois dos 3 talheres é o único que a marca possui e pela embalagem surgir no topo da colher parecendo assim uma coroa.

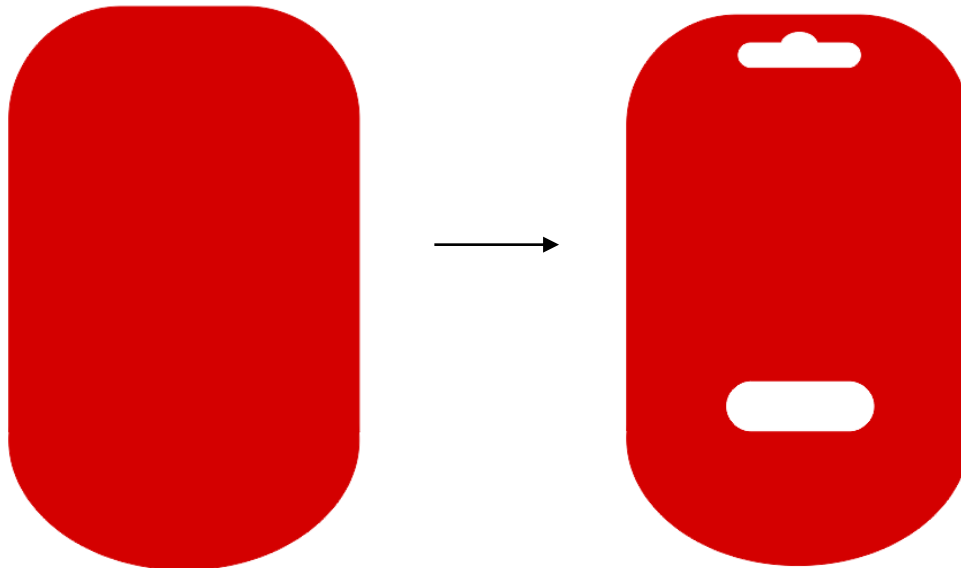


Figura 4.35 - Esboço da embalagem “A Coroa”

A forma da embalagem vai de encontro às curvas existentes da colher, criando uma ligação com a tradição portuguesa. Desenvolveu-se a ideia de continuidade do relevo da colher para a embalagem, através do Photoshop realçando as curvas e os pontos existentes no relevo. A embalagem tem a necessidade de ser exposta ao cliente em expositores verticais, para esta função a embalagem necessita de um recorte padrão na parte superior.

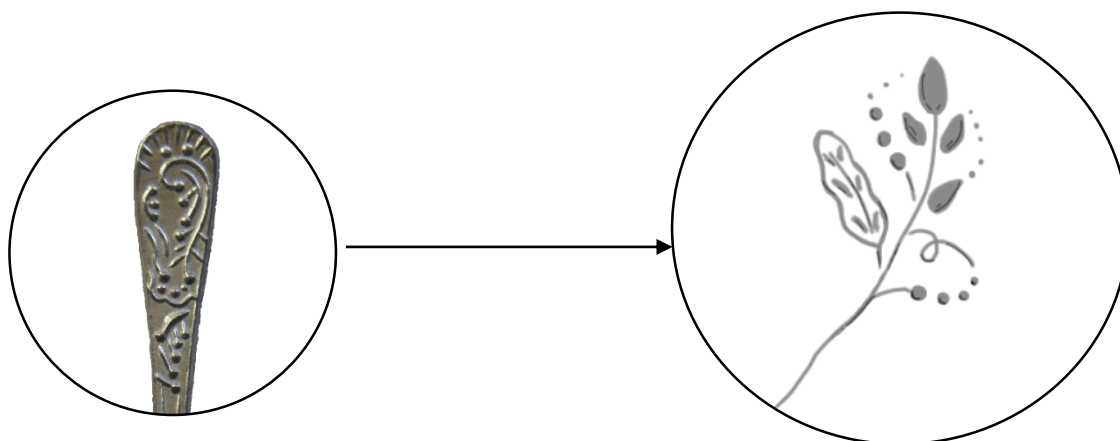


Figura 4.36 - Esboço para a embalagem “A Coroa”

A envolvência entre a embalagem e a colher é feita por um orifício que se encontra na parte central inferior da embalagem, ficando uma aba sobre o topo da colher realçando a marca. Na embalagem é visível a palavra tradição portuguesa que surge atrás da colher destacando a gama dos utensílios de cozinha.

O tipo de letra “Bernardo Moda Bold” foi escolhida pelas suas características com traços circulares harmoniosos com a colher.

Bernardo Moda Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 . , ! ? - \_ : ;



Figura 4.37 - Embalagem final da colher, vista frontal e vista traseira

A colher é fixada á embalagem por duas furações com cerca de 0,5 centímetros de diâmetro por onde passa a braçadeira em plástico branco envolvendo a colher á embalagem. Na vista traseira aparece uma etiqueta branca que é destinada para a etiqueta do código barras. Esta embalagem foi aceite de imediato pela empresa pelos requisitos que suportava, bem como o custo de impressão baixo, a fácil montagem e se destacar o estilo artístico francês rococó.



Figura 4.38 - Embalagem teste “A Coroa”

### 4.1.3 Projeto III - Comunicação Belé

Ao longo do estágio foi entregue à estagiária a responsabilidade de renovação da nova imagem da marca Belé na sua presença online, <https://www.facebook.com/Beleoficial/>, assim como a elaboração de publicações constantes sobre os utensílios de cozinha da marca. Surgiu a ideia do desenvolvimento de cartazes publicitários com o objetivo de promover cada utensílio de cozinha e com cenários característicos do próprio produto Belé. A renovação da página iniciou-se na introdução do logótipo da marca registada, assim como a atualização da informação dada aos seus seguidores.

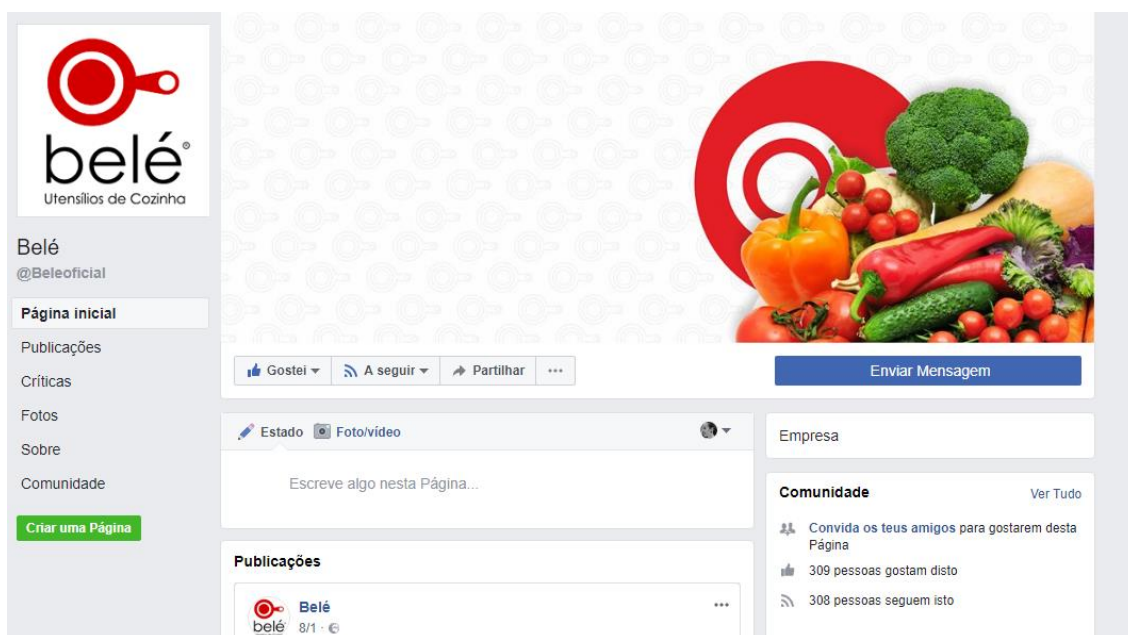


Figura 4.39 - Página online da marca Belé: atualização da imagem



Figura 4.40 - Página online da marca Belé: atualização da informação

Os cartazes publicitários elaborados para a página seguem a coerência pretendida pela Belé mostrando o utensílio destinado para a sua utilidade. O cenário foi pensado seguindo a mesma coerência para cada utensílio de cozinha.

Para Outubro, Novembro e Dezembro, que é a época de maior procura das Formas de Filhós, elaborou-se um cenário alusivo ao Natal.

Na imagem destaca-se em 1º plano o resultado final do uso das formas de filhós, em 2º plano, nas laterais, é visível as formas disponíveis e por último plano tem como fundo a cidade de Amarante, com a característica da ponte de São Gonçalo, promovendo a localização da Belé.



Figura 4.41 - Cartaz publicitário para as Formas de Filhós



Figura 4.42 - Postal de Natal da marca Belé 2018

O postal de natal é elaborado na época natalícia com objetivos específicos, essencialmente com a marca e os votos de boas festas em 1º plano, seguindo-se para o 2º plano que se direciona para os símbolos característicos do natal: a estrela e os flocos de neve, adicionando a imagem da forma de filhós e assim construindo uma árvore de natal.

O cartaz elaborado da colher rococó consiste em uma montagem de imagens, transmitindo a função dada para aquele utensílio de cozinha.



Figura 4.43 - Cartaz publicitário da colher rococó

No cartaz publicitário do Pica Alho com descaroçador de azeitona foi composto com um cenário característico da tradição portuguesa com a típica tábua culinária de madeira e os frutos submetidos á utilização do próprio utensilio, tirando partido das cores contrastantes da azeitona e do alho.



Figura 4.44 - Cartaz publicitário do Pica Alho com descarçador de azeitona

A máquina de caldo verde é o utensílio de cozinha mais destacado da marca Belé. É um produto nacional querendo assim destaca-lo com a composição para o seu uso no tradicional através dos alimentos necessários para a confeção do mesmo. O cenário é pensado de forma a traduzir através da imagem o poder da hortaliça no uso da máquina.



Figura 4.45 - Cartaz publicitário para a máquina de caldo verde

#### 4.1.4 Projeto IV- A “Caçarola Portuguesa”

O projeto “Caçarola Portuguesa” surge com a apresentação á empresa dos projetos elaborados durante a licenciatura e mestrado em Design Industrial. A Belé mostrou interesse na continuação de um projeto específico realizado na licenciatura na unidade curricular de Design de Produto IV para a empresa Grilo Kitchenware, construído por 2 pessoas em que o briefing consistia na invenção de um produto de cozinha, desenvolvido para uma cozinha com o tema: do forno ou fogão para a mesa. As limitações de materiais para a Grilo Kitchenware insidiam-se no metal ferro, alumínio, cobre, aço, antiaderente, destinando-se para o público em geral ou médio-alto. O projeto denominado por “Cozi” foi um dos projetos finalistas para a Grilo, e mais tarde foi rejeitado por conter custos elevados na sua produção. A Belé demonstrou a intenção de querer dar continuidade á ideia iniciada no projeto, por sentir a necessidade de um utensílio novo na coleção com a mesma coerência de linguagem.

##### 4.1.4.1 Investigação

A investigação centrou-se na elaborada no projeto para a empresa Grilo, direcionando apenas para os utensílios de cozinha.



Figura 4.46- Pasta Pot by Alain Ducasse, Alessi [51]



Figura 4.47- Sarpaneva pot, 1960, by Timo Sarpaneva, Iittala [52]

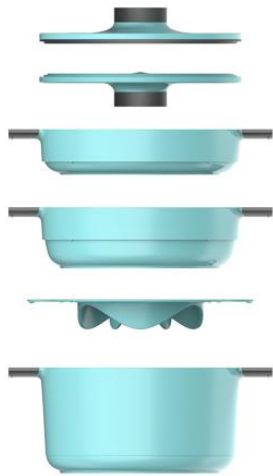


Figura 4.48 - YD - Yonko design by Vacimi [53]



Figura 4.49 - Alessi pots & pans by Jasper Morrison [54]



Figura 4.50 - Cast Iron Grill Pan by Sori Yanagi [55]



Figura 4.51 - Saucepan pot by Dansk Kobenstyle [56]

Após esta investigação e com a base das imagens recolhidas foram retiradas ideias fundamentais para o projeto centrando-se nas pegas para o transporte e beneficiando do uso da colher de pau para a mobilidade da panela.

#### 4.1.4.2 Conceitos e Esboços

O projeto para a marca Belé destaca-se pela possibilidade do transporte da “caçarola” para a mesa através da colocação de uma colher de pau nas pegas e quando está inserida não permite que a comida que está a ser confeccionada saia da panela. As pegs servem como suporte da colher que estará a ser utilizada na confeção dos alimentos, assim como para o transporte da panela do fogão para a mesa. Tem uma tampa no mesmo material da caçarola, o alumínio fundido. A caçarola será produzida neste material devido a empresa apenas elaborar produtos com o alumínio.

##### Conceito I

Este conceito focava-se nas linhas retas distanciando-se da linguagem da tradição portuguesa. Era um utensílio com capacidade de transporte do fogão para a mesa com o auxílio da colher de pau.

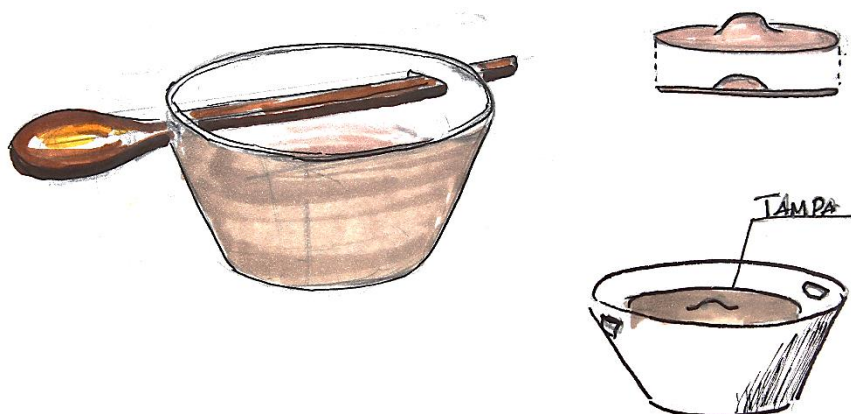


Figura 4.52- Esboço do conceito I: detalhe da colher e da tampa

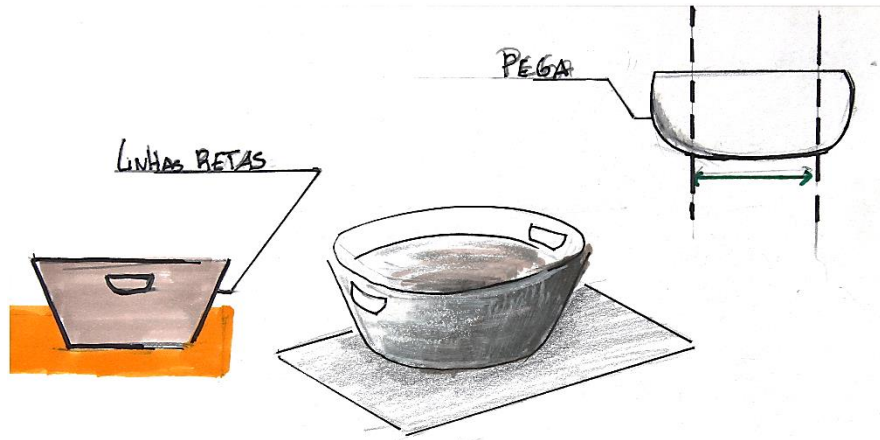


Figura 4.53 - Esboço do conceito I: detalhe da pega

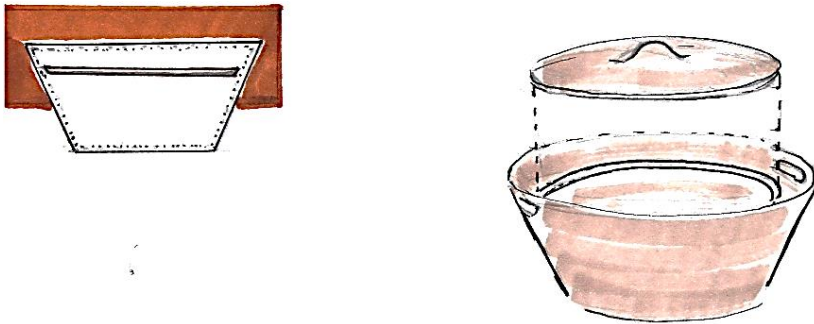


Figura 4.54 - Esboço do conceito I: detalhe da entrada da tampa

## Render´s do Conceito I



Figura 4.55 - Render do conceito I



Figura 4.56 - Detalhe da pega do conceito I



Figura 4.57 - Detalhe do interior do conceito I

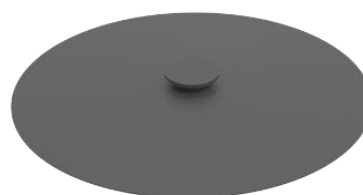


Figura 4.58 - Render da tampa do conceito I

## Conceito II

Este conceito tem como base uma linguagem suave e contínua com linhas curvas, salientando as elevadas pegas para a utilização da colher como transporte.

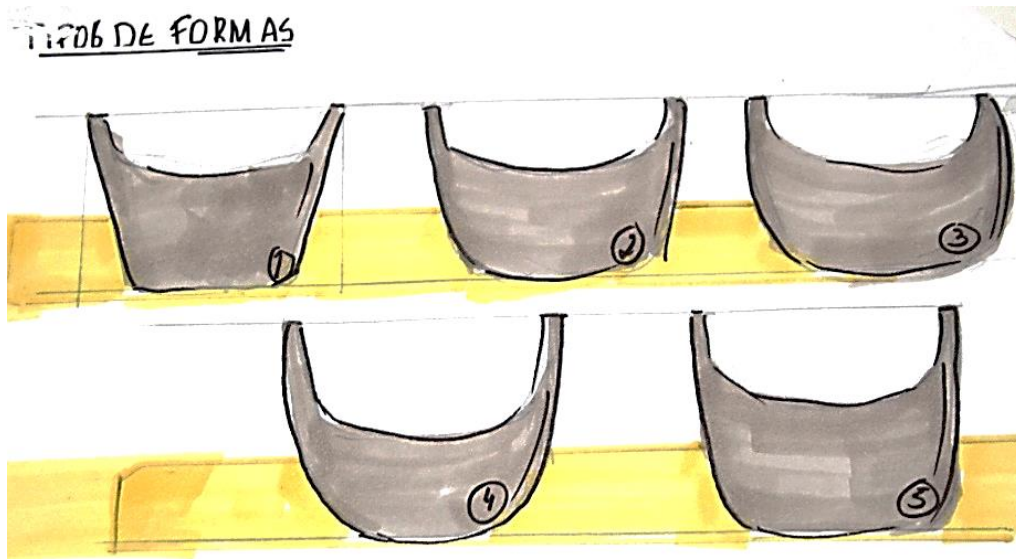


Figura 4.59 - Esboço de possíveis formas para uma panela

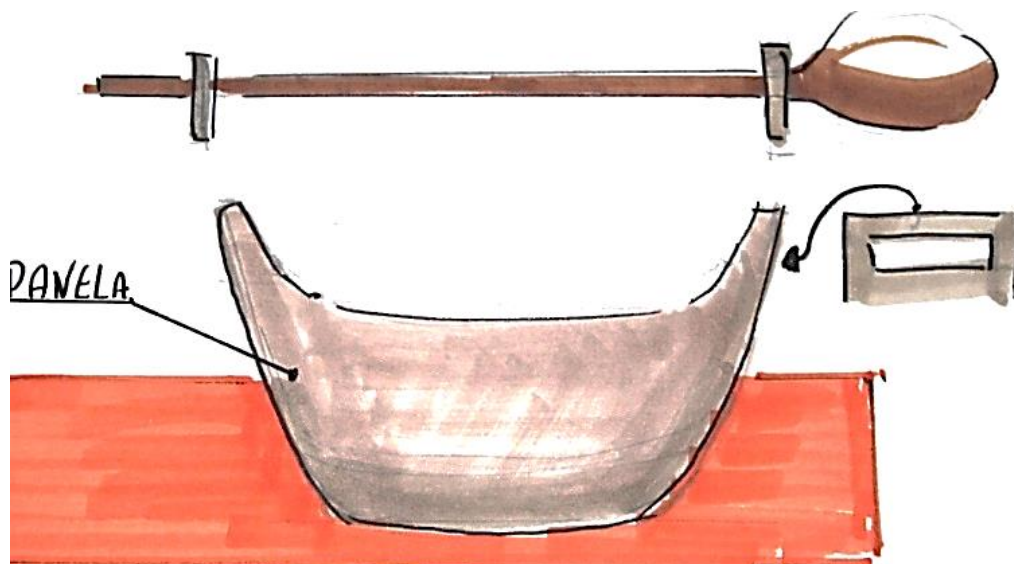


Figura 4.60 - Esboço do Conceito II: detalhe da colher com a pega

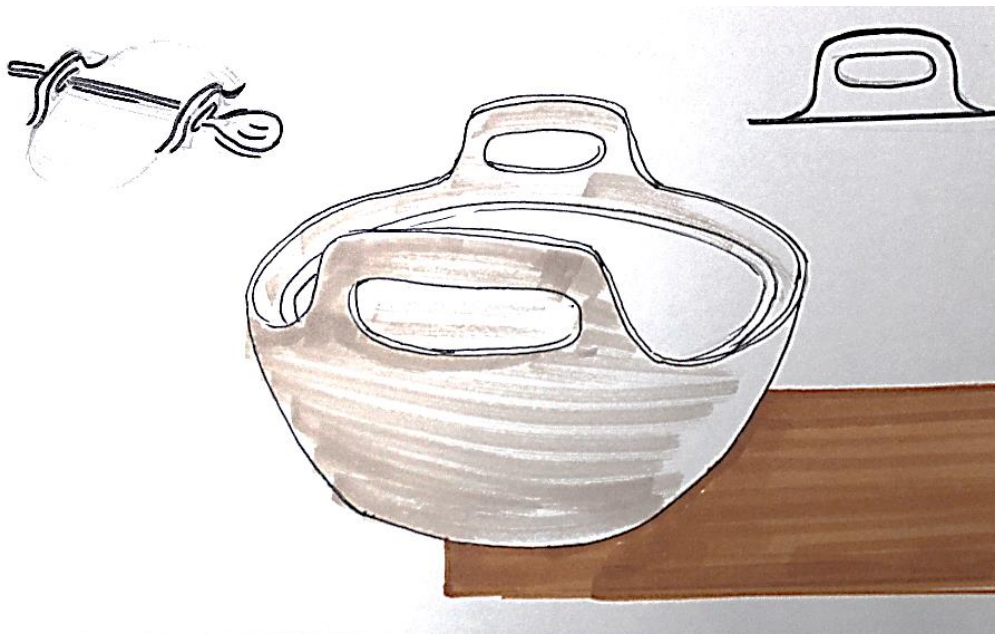


Figura 4.61 - Esboço do Conceito II: detalhe da pega

Após a apresentação dos 2 conceitos foi feita uma escolha, optando pelo conceito II por seguir a coerência da linguagem existente na coleção Belé, destacando a linhas arredondadas e sendo esteticamente mais simples. Este projeto é denominado por “Caçarola Portuguesa”, sinónimo de panela e por conter uma ligação direta com a tradição portuguesa relembrando os utensílios usados antigamente.

### 4.1.4.3 Modelação 3D e Renders



Figura 4.62 - Render do conceito “Caçarola Portuguesa”



Figura 4.63 - Render do conceito “Caçarola Portuguesa” vista através das pegas



Figura 4.64 - Render do conceito “Caçarola Portuguesa” vista de frente



Figura 4.65 - Render do conceito “Caçarola Portuguesa” vista de cima



Figura 4.66 - Render do conceito “Caçarola Portuguesa” sem tampa



Figura 4.67 - Render do conceito “Caçarola Portuguesa” sem tampa com o detalhe da pega

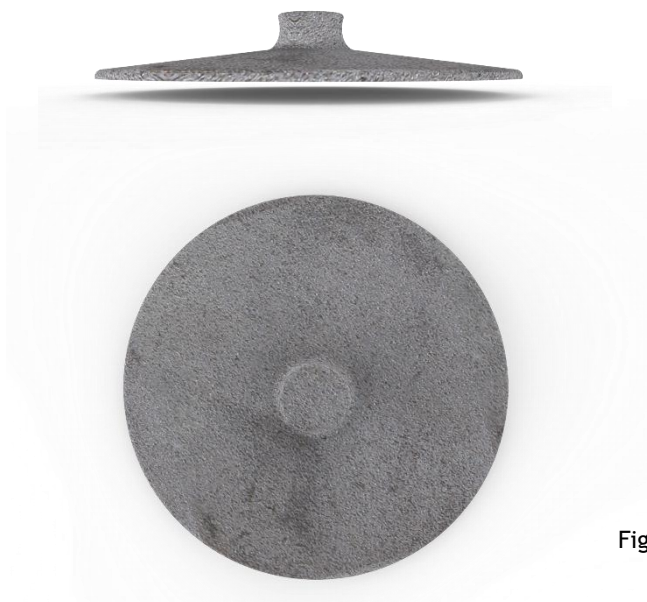


Figura 4.68 e 4.69 - Render da tampa vista de frente e de cima



Figura 4.70 - Render da Caçarola Portuguesa com a colher de pau



Figura 4.71 - Render da Caçarola Portuguesa com a colher de pau vista pelas pegas



Figura 4.72 - Render da Caçarola Portuguesa com a colher de pau com o detalhe das pegas



Figura 4.73 - Render da Caçarola Portuguesa com a colher de pau vista de cima

#### 4.1.4.3.1 Desenho Técnico

As dimensões da “Caçarola Portuguesa” foram determinadas através de panelas existentes no mercado, destacando a panela número 18 com cerca de 12,50 centímetros de altura e com 23 centímetros de diâmetro.

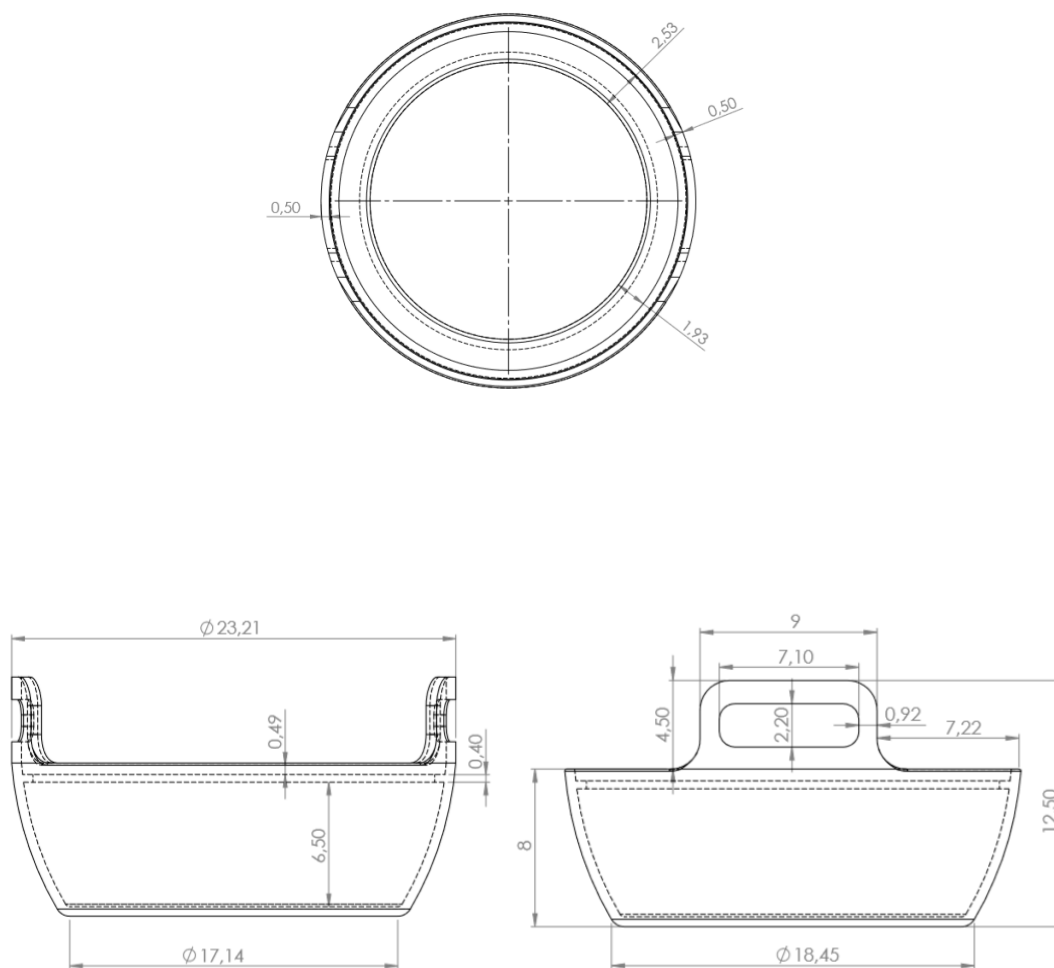


Figura 4.74, 4.75 e 4.76 - Desenho Técnico da “Caçarola Portuguesa”, vista de cima, frente e lateral

#### 4.1.4.4 Pré-Produção: Fundição em Areia Verde



Figura 4.77 - Símbolo da empresa Dose & Rinne Portuguesa [57]

A empresa que produziu a fundição da “Caçarola” foi Dose & Rinne Portuguesa Lda. situada no distrito de Braga na cidade de Guimarães, fundada em 1998 distinguida com a sua extensa experiência em fundição em areia verde de peças em diferentes materiais: alumínio, bronze e latão.

A fundição em areia é um dos métodos para obtenção de peças fundidas muito utilizado devido ao seu custo baixo e de manufatura simples. É um projeto com necessidade de ser testado com os clientes, surgindo esta alternativa em fundir com areia verde.

Esta fundição necessita:

- Modelo da peça a ser fundida
- Isolante para o modelo
- Caixas para a areia verde
- Machos
- Alumínio

O **modelo** foi construído em CNC em madeira de pinho a partir do 3D da “Caçarola”. Esta impressão necessitou de alguns acabamentos para o modelo pretendido usando massa para madeiras e lixas. As dimensões consideradas contam com uma previsão de uma contração do metal após se solidificar bem.



Figura 4.78 e 4.79 - Acabamentos do modelo da “Caçarola Portuguesa”



Figura 4.80 - Modelo da “Caçarola Portuguesa”

O **isolante para o modelo** é necessário devido a areia verde não se agarrar e apenas moldar a forma pretendida.

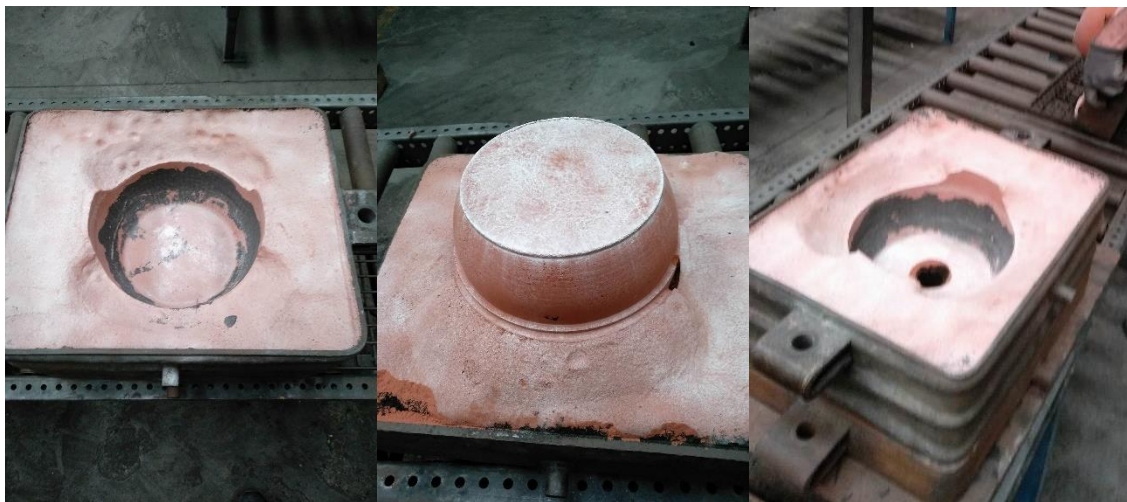


Figura 4.81 - Modelo com isolante

As caixas em metal são usadas para a introdução da areia verde ajudando a que a peça não crie movimento depois de moldada na areia. Foram fundidas 2 peças: a tampa e a panela, sendo necessárias 2 caixas para cada peça. 1 caixa é para o exterior da peça e a outra caixa para o interior da peça.



Figuras 4.82 e 4.83 - Caixas em metal com o modelo de uma peça



Figuras 4.84, 4.85 e 4.86 - Modelo moldado nas caixas em metal

Os machos são usados para a entrada do alumínio no molde. São dispositivos feitos em areia que têm como finalidade formar vazios, furos e reentrâncias da peça sendo colocados antes de os moldes serem fechados.



Figura 4.87 - Introdução do macho no molde



Figura 4.88 - Saída da peça fundida com o macho



Figura 4.89 - Peça fundida na caixa



Figura 4.90 - Saída da peça fundida com o macho

Figura 4.91 - “Caçarola Portuguesa” e tampa fundida



Figura 4.92 - Detalhe da pega



Figura 4.93 - Interior da panela fundida





Figura 4.94 - Tampa da panela fundida



Figura 4.95 - Conjunto “Caçarola Portuguesa”



Figura 4.96 - “Caçarola Portuguesa” com a colher de pau



Figura 4.97 - Utilizador no transporte da “Caçarola Portuguesa”

A “Caçarola Portuguesa” necessitou de ser polida, processo esse explicado no capítulo 3, devido ao alumínio não envolver-se futuramente na confeção de alimentos.



Figura 4.98 - “Caçarola Portuguesa” e a colher de pau



Figura 4.99 - Caçarola, a tampa e a colher de pau

## Capítulo 5

### Conclusão

A autora sempre teve um particular interesse ligado á vertente da cozinha moderna, sendo o aspeto fundamental na procura de uma empresa neste ramo para o estágio. As opções de empresas para este estágio eram diversas mas por motivos de deslocação as restantes foram descartadas. Após uma breve pesquisa sobre a empresa, a autora concluiu que era a empresa que detinha os objetivos para o estágio. Os aspetos positivos deste estágio foram a aquisição de novos conhecimentos sobre os produtos ligados à empresa, desde a fundição do produto até à venda, outro aspeto interessante era o ambiente familiar que levou a autora a se integrar facilmente com os funcionários, assim como com a responsável da empresa. Um dos maiores desafios vividos neste estágio foi a ligação ao mundo do trabalho, desafiando a capacidade de resolução de problemas que surgiam de imprevistos. A empresa durante o tempo de estágio, assim como durante a elaboração deste relatório sempre se manteve prestável e agradecida pela prestação da estagiária. A responsável da empresa sempre deteve confiança e fazia questão que a autora estivesse presente em todas as deslocações a empresas clientes da marca para que a autora ganhasse conhecimentos e vivesse de perto os problemas diários que a empresa se deparava. Por outro lado, como aspetos menos positivos a autora deparou-se com a falta de conhecimento sobre o Design Industrial, assim como a sua função de um designer numa empresa, mas esta sempre se mostrou disposta a conhecer e a querer saber mais acerca do ramo do Design Industrial, assim como a vantagem de ter uma designer na empresa. Com o projeto “Caçarola Portuguesa” surgiram algumas dificuldades na sua continuação e finalização, alargando o tempo necessário para a sua conclusão após o estágio, tendo a estagiária criado uma insistência para com a empresa no desfecho deste projeto. Esta insistência deve-se ao facto de a autora quer ver um projeto seu inserido no mercado e conter a opinião de um possível sucesso deste projeto pela marca Belé.

O estágio foi um desafio á autonomia da autora, assim como a organização do trabalho devido á empresa não estar preparada para receber um designer, nem saber quais as tarefas que lhe atribuir. A estagiária acabou por não cumprir nada referente ao plano previsional elaborado inicialmente, a pedido da empresa para não alterar os produtos que eram característicos e detinham uma caracterização antiga, não alterando assim o orçamento que continha mensalmente com os seus produtos. A empresa deu a liberdade á autora para a criação de um produto que respeita-se os valores tradicionais e o material que a empresa produzia.

Todos os projetos elaborados pela estagiária tiveram um impacto positivo para a empresa, assim como o destaque da marca no mercado de vendas. A autora elaborou duas embalagens desde raiz conseguindo que entrassem no mercado das embalagens. O projeto que se destacou e mais dedicação conteve foi a elaboração da “Caçarola” que a qualquer momento a empresa pode começar a produzir.

No geral a experiência do estágio foi muito boa para o crescimento pessoal da autora, apesar ainda não ser reconhecida como designer já conseguiu exercer a sua função entrando com projetos no mundo do design.

## Referências Bibliográficas

Burdek, B. (*edição traduzida - 2006*), História, Teoria e Prática do Design de Produtos, Editor *Edgard Blucher*.

Mozota, B. (*edição traduzida - 2010*), Gestão do Design, Editor Bookman

Norman, D. 2006, O Design do Dia a dia, Editora rocco

Dias, A. 2014, O Design Possível, 50 anos de profissão

Munari, B. (*edição traduzida- 1971*), Design As Art, Editora Penguin Books

Sudjic, D. (*edição traduzida 2009*), The Language Of Things, Editora Penguin Books´

Ribeiro, A. 2016, O design como mudança social



## Webgrafia

- [1] Artigo: Conceito de desenho industrial [Online]. Disponível em: <https://conceito.de/desenho-industrial> [Acedido em Fevereiro de 2018].
- [2] Artigo: O Design como mudança social [Online]. Disponível em: <https://acontradicao.wordpress.com/2016/03/11/o-design-como-mudanca-social/> [Acedido em Fevereiro de 2018].
- [3] Artigo: O que é Design? Quando Surgiu? Qual seu Objetivo? [Online]. Disponível em: <https://pt.linkedin.com/pulse/o-que-é-design-quando-surgiu-qual-seu-objetivo-leandro-almeida> [Acedido em Fevereiro de 2018].
- [4] Artigo: Joonsuh Kim: "O design não é só sobre fazer coisas bonitas mas sobretudo funcionais" [Online]. Disponível em: <https://tek.sapo.pt/opiniao/artigos/joonsuh-kim-o-design-nao-e-so-sobre-fazer-coisas-bonitas-mas-sobretudo-funcionais> [Acedido em Março de 2018].
- [5] Artigo: Como o design influencia no processo de decisão de compra? " [Online]. Disponível em: <https://pt.linkedin.com/pulse/como-o-design-influencia-processo-de-decisão-compra-andre-cruz> [Acedido em Março de 2018].
- [6] Wikipédia [Online]. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Cozinha> [Acedido em Março de 2018].
- [7] Artigo: A Brief History of the Kitchen [Online]. Disponível em: <http://porch.com/advice/brief-history-kitchen/> [Acedido em Março de 2018].
- [8] Artigo: Valdineira "A Casa Grega e Romana" [Online]. Disponível em: <http://desenharounao.blogspot.pt/2007/07/casa-grega-e-romana.html> [Acedido em Março de 2018].
- [9] Artigo: Margaret Imbroisi "Era uma casa...Romana" [Online]. Disponível em: <https://www.historiadasartes.com/sala-dos-professores/era-uma-casa-romana/> [Acedido em Março de 2018].
- [10] Artigo : Carolina Torres "Introdução à culinária - Conceitos básicos" [Online]. Disponível em: <https://itssugartime.wordpress.com/2014/01/06/introducao-a-culinaria-conceitos-basicos-2/> [Acedido em Março de 2018].

[11] Artigo : Design Milk Digest “Kitchen Trends for 2018 and Beyond” [Online]. Disponível em: [https://designmilk.com/kitchentrendsfor2018andbeyond/?utm\\_source=dlvr.it&utm\\_medium=facebook](https://designmilk.com/kitchentrendsfor2018andbeyond/?utm_source=dlvr.it&utm_medium=facebook) [Acedido em Março de 2018].

[12] Página Oficial da Fabuwood [Online]. Disponível em: <https://www.fabuwood.com/> [Acedido em Março de 2018].

[13] Página Oficial da Tizzoni Cucine [Online]. Disponível em: <http://tizzonicucine.com/> [Acedido em Março de 2018].

[14] Página Oficial da LaurierMax [Online]. Disponível em: <http://lauriermax.com/en/career/> [Acedido em Março de 2018].

[15] Artigo: Natalia Spinace “Um novo livro mostra a evolução dos utensílios de cozinha” [Online]. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Sociedade/noticia/2012/12/um-novo-livro-mostra-evolucao-dos-utensilios-de-cozinha.html> [Acedido em Março de 2018].

[16] Página Oficial da Alessi [Online]. Disponível em: [https://www.alessi.com/us\\_en/product/kitchen/kettles.html](https://www.alessi.com/us_en/product/kitchen/kettles.html) [Acedido em Março de 2018].

[17] Página Oficial DEZEEN [Online]. Disponível em: <https://www.dezeen.com/2017/12/26/philippe-starck-design-tableware-cutlery-degrene/> [Acedido em Março de 2018].

[18] Página Oficial da Bosch Home [Online]. Disponível em: <http://www.bosch-home.pt/catalogo/preparacao-de-alimentos/batedeiras> [Acedido em Março de 2018].

[19] Artigo: Ciências dos Materiais: POLÍMEROS [Online]. Disponível em: <https://sites.google.com/site/cmtotalufscar/home> [Acedido em Março de 2018].

[20] Artigo: “Dicas e ideias- As vantagens do aço inoxidável” [Online]. Disponível em: <http://ferneto.com/novidades/dicas-e-ideias/as-vantagens-do-aco-inoxidavel> [Acedido em Março de 2018].

[21] Página Oficial da Varandão, Lda [Online]. Disponível em: <http://www.ovarandao.pt/catalogo/automatic-and-manual-kitchen-machines/maquina-de-cortar-caldo-verde-com-motor-nº4> [Acedido em Março de 2018].

[22] Página Oficial Silampos Shop [Online]. Disponível em: <http://shop.silampos.pt/> [Acedido em Abril de 2018].

[23] Página Oficial do IKEA [Online]. Disponível em <https://www.ikea.com/pt/pt/catalog/products/20152158/> [Acedido em Abril de 2018].

[24] Página Oficial Tescoma [Online]. Disponível em <https://www.tescomaonline.pt/formas-p--filhoses-delicia-4-pcs> [Acedido em Abril de 2018].

[25] Página Oficial PlenoHotel [Online]. Disponível em [https://shop.plenohotel.pt/index.php?id\\_product=824&controller=product](https://shop.plenohotel.pt/index.php?id_product=824&controller=product) [Acedido em Abril de 2018].

[26] Página Oficial Braun Portugal [Online]. Disponível em: <https://www2.braunhousehold.com/pt-pt> [Acedido em Abril de 2018].

[27] Página Oficial SMEG [Online]. Disponível em: <http://www.smeg.pt/> [Acedido em Abril de 2018].

[28] Página Oficial da Alessi [Online]. Disponível em: [https://www.alessi.com/us\\_en/product/kitchen/kettles/kettle-9091-9091-fm.html](https://www.alessi.com/us_en/product/kitchen/kettles/kettle-9091-9091-fm.html) [Acedido em Abril de 2018]

[29] Página Oficial PontoFrio [Online]. Disponível em: <https://www.pontofrio.com.br/utilidadesdomesticas/panelas/chaleiraseleiteiras/chaleira-richwell-em-aco-inox-com-apito-22-l-434521.html> [Acedido em Abril de 2018]

[30] Página Oficial do Jumbo [Online]. Disponível em: [https://www.jumbo.pt/Frontoffice/artigos\\_de\\_cozinha\\_e\\_mesa/utensilios\\_de\\_cozinha/cortardescascarralar/esmaga\\_de\\_batataactuelnylon\\_com\\_cabo\\_colorido882824/2642119/Auchan\\_Amadora](https://www.jumbo.pt/Frontoffice/artigos_de_cozinha_e_mesa/utensilios_de_cozinha/cortardescascarralar/esmaga_de_batataactuelnylon_com_cabo_colorido882824/2642119/Auchan_Amadora) [Acedido em Abril de 2018]

[31] Página Oficial Silampos Shop [Online]. Disponível em: [http://www.silampos2.pt/catalogo/detalhes\\_produto\\_s2.php?bt=D&cat=834&tp=R27&id=751&sessao=1](http://www.silampos2.pt/catalogo/detalhes_produto_s2.php?bt=D&cat=834&tp=R27&id=751&sessao=1) [Acedido em Abril de 2018].

[32] Página Oficial da Alessi [Online]. Disponível em: [https://www.alessi.com/us\\_en/designers/from-a-to-b/andrea-branzi/nutcracker-scoiattolo-ab13.html](https://www.alessi.com/us_en/designers/from-a-to-b/andrea-branzi/nutcracker-scoiattolo-ab13.html) [Acedido em Abril de 2018].

[33] Página Oficial da Dezeen [Online]. Disponível em: <https://www.dezeen.com/2014/09/16/roger-arquer-nut-hammer-nutcracker-menu/> [Acedido em Abril de 2018].

[34] Página Oficial da Dezeen [Online]. Disponível em: <https://www.dezeen.com/2018/01/05/joseph-joseph-goavocado-tool-help-prevent-avocado-hand-injuries/> [Acedido em Abril de 2018].

[35] Página Oficial El Corte Inglés [Online]. Disponível em: <https://www.elcorteingles.pt/casa-e-decoracao/A11146354-descascador-de-abacates-3-em-1-oxo-good-grips/> [Acedido em Abril de 2018].

[36] Página Oficial da Empresa Fundiviana [Online]. Disponível em:  
<http://www.fundiviana.com> [Acedido em Abril de 2018].

[37] Página Oficial da Empresa Fundiarte [Online]. Disponível em: <http://www.fundiarte.pt/>  
[Acedido em Abril de 2018].

[38] Página Oficial da Empresa Firmago [Online]. Disponível em: <http://www.firmago.pt/>  
[Acedido em Abril de 2018].

[39] Página Oficial da F. Carvalho, Lda [Online]. Disponível em:  
[http://www.sabemais.pt/informacao\\_foto2.asp?tipo=2&cod=25417&pic=101](http://www.sabemais.pt/informacao_foto2.asp?tipo=2&cod=25417&pic=101) [Acedido em  
Abril de 2018].

[40] Página Oficial da TAPCAMP, Soluções Industriais [Online]. Disponível em:  
[https://www.tapcamp.com.br/Cadinho\\_Refratario\\_450mL/prod-4649661/](https://www.tapcamp.com.br/Cadinho_Refratario_450mL/prod-4649661/) [Acedido em Abril  
de 2018].

[41] Página Oficial Packaging of the World [Online]. Disponível em:  
<https://www.packagingoftheworld.com/2013/01/quarter-bag.html> [Acedido em Abril de  
2018].

[42] Página Oficial The Dieline [Online]. Disponível em:  
<http://www.thedieline.com/blog/2012/4/9/greenhouse.html> [Acedido em Abril de 2018].

[43] Página Oficial do Behance [Online]. Disponível em:  
<https://www.behance.net/gallery/2985851/Zing> [Acedido em Abril de 2018].

[44] Página Oficial do Behance [Online]. Disponível em:  
<https://www.behance.net/gallery/23131571/COOK-ENSALADAS> [Acedido em Abril de 2018].

[45] Página Oficial do Trend Hunter [Online]. Disponível em:  
<https://www.trendhunter.com/trends/willow-sage-organic-gelato-packaging> [Acedido em  
Abril de 2018].

[46] Página Oficial The Dieline [Online]. Disponível em:  
<http://www.thedieline.com/blog/2013/1/12/student-vlasta-kitchenware.html> [Acedido em  
Abril de 2018].

[47] Página Oficial Behance [Online]. Disponível em:  
<https://www.behance.net/gallery/3103501/Ovenlove> [Acedido em Abril de 2018].

[48] Página Oficial Take Over Time [Online]. Disponível em:  
<http://takeovertime.co/post/51172888169> [Acedido em Abril de 2018].

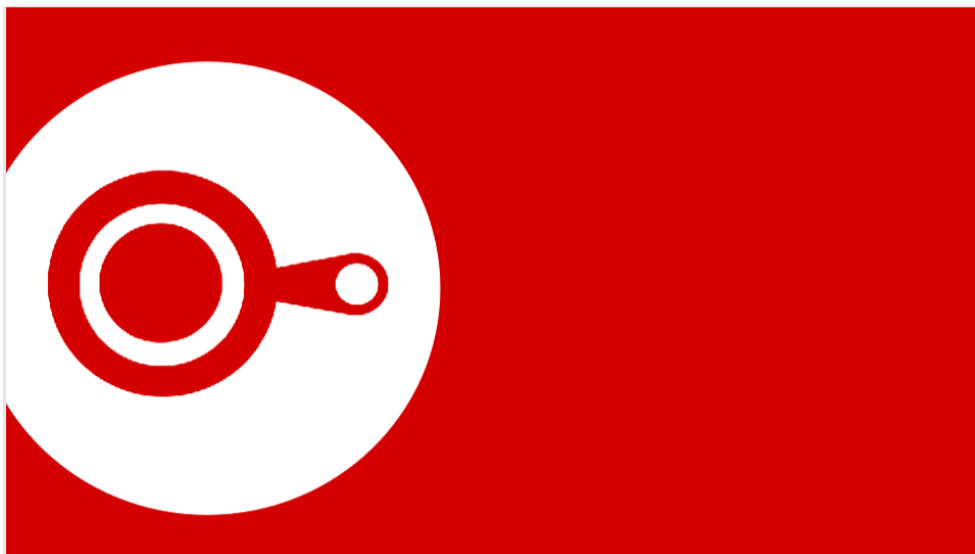
[49] Página Oficial Tuan Bui Design [Online]. Disponível em:  
<http://www.thedieline.com/blog/2013/1/12/student-vlasta-kitchenware.html> [Acedido em  
Abril de 2018].

- [50] Página Oficial The Dieline [Online]. Disponível em:  
<http://www.thedieline.com/blog/2013/1/10/waitrose-love-life-prep-portion.html> [Acedido em Abril de 2018].
- [51] Página Oficial da Alessi [Online]. Disponível em:  
[https://www.alessi.com/us\\_en/saucepan-lid-spoon-trivet-pasta-pot-pj01s.html](https://www.alessi.com/us_en/saucepan-lid-spoon-trivet-pasta-pot-pj01s.html) [Acedido em Abril de 2018].
- [52] Página Oficial Iittala [Online]. Disponível em:  
<https://www.iittala.com/collections/iittala/sarpaneva/c/sarpaneva/intro> [Acedido em Abril de 2018].
- [53] Página Oficial Yanko Design [Online]. Disponível em:  
<http://www.yankodesign.com/category/productdesign/> [Acedido em Abril de 2018].
- [54] Página Oficial da Alessi [Online]. Disponível em:  
[https://www.alessi.com/cz\\_en/stockpot-pots-pans-pc-ajm100.html](https://www.alessi.com/cz_en/stockpot-pots-pans-pc-ajm100.html) [Acedido em Abril de 2018].
- [55] Página Oficial da Rikumo [Online]. Disponível em: <https://rikumo.com/products/iron-grill-pan-with-lid-handle> [Acedido em Abril de 2018].
- [56] Página Oficial da DANSK DESIGNS [Online]. Disponível em: <https://www.dansk-designs.com/nl/> [Acedido em Abril de 2018].
- [57] Página Oficial da Dose & Rinne Portuguesa, Lda [Online]. Disponível em:  
<https://www.facebook.com/Dose-Rinne-Portuguesa-1910066299259710/> [Acedido em Maio de 2018].
- [58] Artigo: Paulo Camargos “Fundição em Areia” [Online]. Disponível em:  
<http://www.ebah.pt/content/ABAAE-j0AJ/fundicao-areia> [Acedido em Maio de 2018].



## Apêndice

### Manual de Normas Gráficas da marca Belé



## MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS

Este manual contém as regras básicas de utilização dos elementos da marca **Belé - Utensílios de Cozinha** e o modo como se aplicam de forma a manter a mesma Imagem Corporativa.

Os elementos básicos da identidade da marca são as formas, as cores, o tipo de letra, que depois de aliado, torna a marca mais poderosa e aliciante no mundo do mercado.

O uso correto das orientações dadas neste manual é uma mais valia para uma contínua apresentação por igual da marca **Belé- Utensílios de Cozinha**.

## FICHA TÉCNICA

### Título

Manual de Normas Gráficas

### Edição e Propriedade

Designer Industrial Ana Sofia da F.Carvalho, Lda

### F.Carvalho, Lda- Belé - Utensílios de Cozinha

Rua do Mem Gundar 1479

4600-642 AMARANTE

Distrito: Porto

Concelho: Amarante

Freguesia: Gondar-Amarante

Telefone: 255441623

Telemóvel: 912450205

Fax: 255441623

Email: fcarvalholda@gmail.com

### Ano

2018

## ÍNDICE

Belé - Utensílios de cozinha.....	7
Marca Belé.....	8
Margem de Segurança.....	9
Dimensão Mínima.....	10
A Cor.....	11
Versões.....	12
Fundos de Cor.....	13
Fundos Fotográficos.....	14
Utilizações Incorretas.....	15
Tipografia.....	16



---

7

**MARCA**

**belé**<sup>®</sup>  
Utensílios de Cozinha

Existem várias versões da marca **belé-Utensílios de cozinha**. Estas versões foram desenvolvidas para se tomarem coerentes na adaptação a diversos ambientes de imagem.



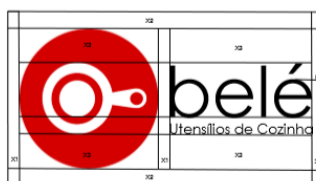
---

8

## MARGEM DE SEGURANÇA

Para uma boa leitura do logótipo foi definida uma área de segurança em torno do mesmo. Essa área é designada por "X", de forma, a ser bastante visível.

Todas as versões deve respeitar o espaço mínimo entre o logotipo e qualquer outro elemento que esteja próximo da marca.



9

## DIMENSÃO

Para uma melhor leitura da marca, recomenda-se que as dimensões estudadas sejam respeitadas, de forma a, quer digital e em papel, haja uma visibilidade satisfatória da marca.

Quanto à aplicações em canetas, t-shirts, entre outros, deve ser ajustado, se necessário devido à dimensão do produto escolhido.



10

## COR

As cores da marca Belé são o Vermelho, o Preto e o Branco.

● PANTONE 485 M  
C>0 M>93 Y>100 K>3  
R>212 G>0 B>0

● PANTONE Process Black M  
C>95 M>95 Y>45 K>95  
R>31 G>27 B>32

○ PANTONE Trans. White  
C>1 M>0 Y>0 K>0  
R>253 G>254 B>254

11

## VERSÕES

O logótipo tem 3 versões formais: a cores e a preto e branco.

A versão da marca deve ser sempre que possível apresentada a cores, onde reforça visivelmente a imagem corporativa da empresa.

A versão a preto e branco só e apenas só deve ser aplicada quando houver uma necessidade de limitação a cores.



## FUNDOS DE COR

As cores de fundos preferenciais para a marca **Belé - Utensílios de Cozinha** são o branco e o vermelho.

Os exemplos do lado direito são exemplos de como se poderá realçar a marca tirando partido da cor de fundo.

Um dos princípios que se deve respeitar é numa folha realçar a marca ou tornar bastante visível a marca.



## FUNDOS FOTOGRÁFICOS

Sempre que seja necessário a colocação do logótipo sob um fundo de uma Imagem Fotográfica, verificar sempre, se a marca **Belé - Utensílios de Cozinha** é muito visível.

Ter sempre em conta, as várias versões apresentadas para uma escolha final.



### UTILIZAÇÕES INCORRECTAS

Pretende-se que a marca **Belé - Utensílios de Cozinha** tenha sempre, uma coerência entre documentos ou imagens que são apresentadas diariamente.

Aqui são apresentadas algumas utilizações incorretas de forma a evitar uma possibilidade de utilização futura.



15

### TIPOGRAFIA

A tipologia escolhida para a marca **Belé-Utensílios de Cozinha** deve ser sempre respeitada em qualquer utilização da mesma;

Em qualquer comunicação que seja elaborada deve-se utilizar o tipo de letra Century Gothic.

Century GothicRegular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Century GothicItálico

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Century GothicSombradeTexto

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Century GothicRegular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Century GothicItálico

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Century GothicSombradeTexto

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

16





## Tabela de Preços Belé



**belé**<sup>®</sup>  
Utensílios de Cozinha

## Tabela de Preços 2016

	Referência	Preço
<b>Máquina de Caldo Verde</b>		
2 Laminas	MCV2L	9,65 €
3 Laminas	MCV3L	11,65 €
4 Laminas	MCV4L	16,00 €
<b>Grelhadores</b>		
*Grelhador Redondo 20cm	GRD20	1,75 €
*Grelhador Redondo 23cm, N° 1	GRD23	2,20 €
*Grelhador Retangular 20 cm x 15 cm	GRT2015	1,75 €
*Grelhador Retangular 22 cm x 18 cm, N°1	GRT2218	2,20 €
*Grelhador Hotel 29,5 cm x 19,5 cm	GH2919	3,75 €
Grelhador Duplo 20 cm x 18,5 cm	GD2018	10,55 €
Grelhador Industrial 40 cm x 32 cm	GI4032	13,60 €
<b>Máquina de Picar Carne A30</b>	MPCA30	10,30 €
<b>Esmaga Batata</b>		
Esmaga Batata Pequeno	EBP01	6,05 €
Esmaga Batata Grande	EBG02	8,00 €
<b>Pica Alho e Desencaroçador</b>	PAD01	2,20 €
<b>Corta Batata</b>	CB01	2,05 €
<b>Martelo Picar Carne</b>	MPC01	2,60 €
<b>Suportes Tacho</b>		
Suporte Tacho Redondo - 12 uni	STR01	6,70 €
Suporte Tacho Oval - 12 uni	STO01	6,70 €
<b>Formas Filhós</b>		
Forma Filhós Pequenas - 12 Uni	FFP01	8,25€
Forma Filhós Grandes - 12 Uni	FFG02	16,50 €
Pack 3 Formas Filhós Pequena	P3FFP	2,30 €
Pack 3 Formas Filhós Grande	P3FFG	4,30 €



**belé**<sup>®</sup>

Utensílios de Cozinha

## Tabela de Preços 2016

	Referência	Preço
<b>Frigideira Bitoque</b>		
Frigideira Bitoque N.º 1 - 15cm	FB115	6,00 €
Frigideira Bitoque N.º 2 - 19cm	FB219	7,30 €
Frigideira Bitoque N.º 3 - 22cm	FB322	9,30 €
<b>Canoa</b>		
Canoa N.º 1 21,5cm x 12cm	CN01	6,70 €
Canoa N.º 2 24cm x 14,5cm	CN02	8,00 €
Canoa N.º 3 26,5cm x 16,5m	CN03	9,10 €
Canoa N.º 4 33cm x 20cm	CN04	11,00 €

**25% Desconto de Armazém 5% Desconto para pronto pagamento**

**Nota(\*) Artigo sem desconto**

**Preços acrescidos de iva a taxa em vigor**

## Cartões-de-Visita Belé



## Panfletos de Comunicação dos Utensílios de Cozinha da marca Belé





## Diário de Estágio

\_Mês de Janeiro

Dia/horas	Tarefas
2 de Janeiro 9h às 17h	Atualização dos dados dos fornecedores da Empresa; Continuação do Lançamento dos dados dos clientes no programa de faturação; Semana de Balanço;
3 de Janeiro 9h às 17h	Lançamento de artigos produtos no programa e clientes; Melhoramento da tabela de preços e referências da mesma. Semana de Balanço;
4 de Janeiro 9h às 17h	Continuação do lançamento dos dados dos clientes, artigos e fornecedores no programa; Semana de Balanço;
5 de Janeiro 9h às 17h	Conclusão do lançamento dos dados dos clientes, artigos e fornecedores no programa; Semana de Balanço;
8 de Janeiro 9h às 17h	Pesquisa de Utensílios de Cozinha e empresas concorrentes ao mesmo processo de material
9 de Janeiro 9h às 17h	Aulas MIDI
10 de Janeiro 9h às 17h	Aulas MIDI
11 de Janeiro 9h às 17h	Pesquisa de autores de afirmações em Design; Pesquisa de referências de utensílios de cozinha;
12 de Janeiro 9h às 17h	Continuação do desenvolvimento do relatório de estágio;
15 de Janeiro 9h às 17h	Continuação do desenvolvimento do relatório de estágio;
16 de Janeiro 9h às 17h	Ida a Guimarães Alteração da tabela de preços para 2018
17 de Janeiro 9h às 17h	Ida ao porto Continuação da alteração da tabela de preços para 2018

18 de Janeiro 9h às 17h	Elaboração de um cartaz promocional para os pratos de bitoque;
19 de Janeiro 9h às 17h	Elaboração de um cartaz promocional para os pratos de bitoque; Acertos da tabela de preços 2018;
22 de Janeiro 9h às 17h	Manutenção da página da Empresa; Alteração de alguns detalhes da Panela;
23 de Janeiro 9h às 17h	Ida a Guimarães; Elaboração do desenho técnico da panela;
24 de Janeiro 9h às 17h	Elaboração de alguns renders; Investigação de ideias de cartaz para a panela;
25 de Janeiro 9h às 17h	Ida a Guimarães; Organização de documentação da empresa relativamente a 2018;
26 de Janeiro 9h às 17h	Ida a Guimarães; Investigação para uso no relatório sobre “utensílios de cozinha”;
29 de Janeiro 9h às 17h	Investigação de excertos sobre utensílios relatório;
30 de Janeiro 9h às 17h	Continuação da Investigação de excertos sobre utensílios relatório; Ida ao Porto
31 de Janeiro 9h às 17h	Continuação da Investigação de excertos sobre utensílios relatório; Lançamento aos clientes da nova tabela de preços 2018;
1 de Fevereiro 9h às 17h	Encontro de soluções a problemas que foram surgindo com a empresa; Conclusão da exposição da tabela de preços 2018 aos clientes;
2 de Fevereiro 9h às 17h	Ida a Guimarães; Fim do estágio

**\_Mês de Dezembro**

**Dia/horas**

**Tarefas**

4 de Dezembro 9h às 17h	Ajuda na impressão de etiquetas; Envio do Postal de Natal aos clientes; Publicação no Facebook da Empresa uma publicidade ao esmaga alhos c/ desencaroçador; Ida ao Porto na entrega de 2 encomendas;
5 de Dezembro	Aulas MIDI
6 de Dezembro	Aulas MIDI
7 de Dezembro 9h às 17h	- Ida a Guimarães numa entrega de encomenda; - Elaboração de um cartaz novo e coerente do esmaga alhos;
8 de Dezembro 9h às 17h	<b>Feriado</b>
11 de Dezembro 9h às 17h	Continuação da elaboração de um cartaz novo e coerente do esmaga alhos; Elaboração de uma página Facebook para a Belé; Construção de um Manual de Normas Gráficas da Marca Belé;
12 de Dezembro 9h às 17h	Ida a Guimarães; Continuação da construção de um Manual de Normas Gráficas da Marca Belé;
13 de Dezembro 9h às 17h	Conclusão da construção de um Manual de Normas Gráficas da Marca Belé; Ida a Guimarães; Elaboração de um cartaz promocional alusivo ao Natal e as Formas de Filhós;
14 de Dezembro 9h às 17h	Ida ao Porto; Publicação do Cartaz promocional na página da Empresa; Continuação da elaboração do relatório de estágio “Resumo e Palavras-chave/ Abstract and keywords”;
15 de Dezembro 9h às 17h	Elaboração de um cartaz promocional para a máquina de caldo verde;
18 de Dezembro 9h às 17h	Ida a Guimarães; Melhoramento do Manual de Normas Gráficas da Marca Belé; Desenvolvimento de uma lista de produtos em formato PNG (publicidade para o Facebook);
19 de Dezembro 9h às 17h	Elaboração de um cartaz promocional para a máquina de caldo verde;
20 de Dezembro 9h às 17h	Finalização dos detalhes para o cartaz promocional para a máquina de caldo verde;

21 de Dezembro 9h às 17h	Ida a Guimarães; Lançamento dos dados dos clientes no programa de faturação Primavera;
22 de Dezembro 9h às 17h	Ida a Guimarães;
23 de Dezembro a 1 de Janeiro	<b>Férias de Natal da Empresa</b>

### Mês de Novembro

**Dia/horas**

**Tarefas**

1 de Novembro 9h às 17h	<b>Feriado</b>
2 de Novembro 9h às 17h	Ida a Guimarães a um cliente (José Freitas, Lda); Continuação da investigação de produtos para o desenvolvimento de um novo produto;
3 de Novembro 9h às 17h	Continuação da Investigação de produtos; Acertos com a Tipografia da embalagem da colher; Elaboração de desenhos de possíveis produtos para a Empresa; 3 Conceitos e Escolha de 1;
6 de Novembro 9h às 17h	Continuação da Investigação de Produtos; Elaboração de novos desenhos para um possível produto; Desenvolvimento do capítulo 2 “A empresa” do Relatório de estágio; Continuação da elaboração de um blister para a empresa;
7 de Novembro 9h às 17h	Ida a Guimarães para a entrega de encomendas. Continuação do desenvolvimento do blister. Esboços de alguns possíveis detalhes do produto a ser desenvolvido;
8 de Novembro 9h às 17h	Continuação do desenvolvimento do blister; Ida à gráfica buscar as embalagens das formas de filhós; Embalamento de alguns produtos já com as novas embalagens para amostras de vários clientes;
9 de Novembro 9h às 17h	Ida a Barcelos e Guimarães na entrega de encomendas e apresentação de amostras das novas embalagens para os produtos da Empresa; Embalamento de mais amostras para clientes e encomendas;
10 de Novembro 9h às 17h	Descrição do processo utilizado para a elaboração da Embalagem das formas de filhós;
13 de Novembro 9h às 17h	Ida a Guimarães para a entrega de encomendas e amostras da nova embalagem; Reestruturação gráfica da Tabela de Preços da Empresa; Continuação do relatório do processo da embalagem das Filhós;

14 de Novembro 9h às 17h	Finalização da reestruturação gráfica da Tabela de Preços da Empresa; Continuação do relatório do processo da embalagem das Filhós;
15 de Novembro 9h às 17h	Explicação e ajuda no embalamento de encomendas com a nova embalagem; Elaboração de uma “publicidade/apresentação” de um produto da empresa ao mercado;
16 de Novembro 9h às 17h	Continuação e Finalização da “publicidade /apresentação” do produto da empresa no mercado; Ida a Barcelos e Guimarães na entrega de uma encomenda;
17 de Novembro 9h às 17h	Ajuda no embalamento das novas embalagens, explicação aos funcionários do seu funcionamento; Embalamento da nova embalagem da colher; Finalização do cartaz de publicidade da colher; Elaboração do Postal de Natal da Empresa para os seus fornecedores e clientes;
20 de Novembro 9h às 17h	Elaboração de um novo Cartão-de-visita para a empresa; Continuação e Finalização da Elaboração do Postal de Natal da Empresa;
21 de Novembro 9h às 17h	Ida a Valongo e Santo Tirso com a Empresa; Desenvolvimento do primeiro 3D da Panela e experiência no Keyshot com os materiais necessários para o seu desenvolvimento.
22 de Novembro 9h às 17h	Possíveis ajustes no 3D e modificações no KeyShot da panela e Renders; Ida a Guimarães a um cliente;
23 de Novembro 9h às 17h	Continuação de ajustes no 3D e modificações no KeyShot da panela e Renders; Preparação para a construção da panela em Pasta de Moldar que servirá de molde para a fundição em areia.
24 de Novembro 9h às 17h	Ida a Guimarães e Valongo; Continuação de ajustes no 3D; Melhoramento do Postal de Natal; Melhoramento da publicidade da colher;
27 de Novembro 9h às 17h	Continuação dos ajustes do 3D da panela; Elaboração de suportes em cartolina para ajudar na construção do molde da panela em pasta de modelar; Construção do molde da panela em pasta de modelar; Desenvolvimento e conclusão de um cartaz promocional do Pica Alhos com Descaroador;
28 de Novembro 9h às 17h	Continuação dos ajustes do 3D da panela; Publicação do Cartaz Promocional; Renders com detalhe; Ida ao Porto-Rio Tinto;
29 de Novembro 9h às 17h	Ida a Guimarães comprar chapa (Herdmar) Organização de uma Folha A4 dos Packs com a nova embalagem das Formas; Atualização das Fichas dos Clientes e organização das mesmas;

30 de Novembro 9h às 17h	Elaboração do relatório de todo o processo da embalagem colher; Embalamento de algumas Formas com a nova embalagem; Continuação da elaboração do relatório do processo da embalagem da colher
-----------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Mês de Outubro

**Dia/horas**

**Tarefas**

2 de Outubro 9h às 17h	Acerto do Horário de Trabalho; Visita à Fábrica e explicação de todo o processo; Conversa com a orientadora da Fábrica sobre o planeamento do trabalho a desenvolver; Investigação de Produtos Similares e Concorrentes, relativamente à máquina de caldo verde; Elaboração de possíveis ideias;
3 de Outubro 9h às 17h	Elaboração de uma possível estrutura para o Relatório de Estágio; Desenvolvimento de um capítulo para o Relatório sobre a “Empresa Acolhedora”; Investigação de possíveis ideias para a resolução do problema encontrado na máquina de caldo Verde; Investigação de todo o tipo de embalagens em plástico ou cartão;
4 de Outubro 9h às 17h	Continuação do desenvolvimento de um/dois capítulos para o Relatório sobre “A Empresa Acolhedora” e “A Cidade de Amarante”; Investigação de embalagens para produtos; Visita a fábrica J. Correia (Guimarães);
5 de Outubro	Feriado
6 de Outubro	Dia de Ponto na Empresa
9 de Outubro 9h às 17h	Desenvolvimento de uma embalagem para um produto da Empresa “formas das Filhós”; Parte gráfica da embalagem;
10 de Outubro 9h às 17h	Visita à armazém Alfredo Rodrigues Pereira_ Pedrouços-Porto; Visita ao Ikea (visualização de utensílios de cozinha já existentes);
11 de Outubro 9h às 17h	Desenvolvimento de uma embalagem para um produto da Empresa “forma das filhós”. Planificação de 2 embalagens escolhidas pela Empresa;
12 de Outubro 9h às 17h	Continuação da planificação de 2 embalagens para as “formas de Filhós” Visita à empresa “Esperança, Lda”_Famalicão;
13 de Outubro 9h às 17h	Concluir a planificação da embalagem; Desenvolvimento de várias maquetes à escala real, para acertos de medidas;
16 de Outubro 9h às 17h	Acertos de detalhes com a gráfica perante a embalagem escolhida; Melhoramento textos da empresa que iam juntamente com os seus produtos; Construção de dois protótipos da embalagem;

	Continuação do desenvolvimento do Relatório de estágio; Estruturação e escrita do título “resumo” e o “capítulo 1”;
17 de Outubro 9h às 17h	Acertos de detalhes com a gráfica perante a embalagem escolhida; Construção de dois novos protótipos para a confirmação se estava tudo conforme tinha sido planeado;
18 de Outubro 9h às 17h	Continuação do desenvolvimento do Relatório de estágio; Ida a Guimarães com a Empresa; Reunião com as sócias da empresa para decisão do próximo trabalho a realizar;
19 de Outubro 9h às 17h	Melhoramento dos panfletos que vão no embalamento de todos os produtos da Empresa e impressão e acertos do mesmo. Aprendizagem de como se faz um embalamento na fábrica da Empresa.
20 de Outubro 8h às 16h:30m	Visita a Espanha-Galiza a um cliente;
23 de Outubro 9h às 17h	Desenvolvimento de uma embalagem para uma colher; Pesquisa de embalagens similares e concorrentes;
24 de Outubro 9h às 17h	Ida a um cliente em Guimarães; Reunião com a empresa, para se verificar os custos que estão disponíveis para a embalagem e qual é o objetivo para a utilização da mesma;
25 de Outubro 9h às 17h	Desenvolvimento da embalagem para a colher; Aprovação da Embalagem por parte da Empresa;
26 de Outubro 9h às 17h	Ida a Guimarães com a Empresa a dois clientes; Acertos quanto á embalagem da colher juntamente com a Empresa; Ajuda no Embalamento de alguns produtos;
27 de Outubro 9h às 17h	Continuação de acertos da Embalagem da colher; Impressão da embalagem para testes de cor e de medidas;
30 de Outubro 9h às 17h	Testes da Embalagem; Desenvolvimento de cartaz de Publicidade para um produto da Empresa;
31 de Outubro 9h às 17h	Registo Fotográfico do produto para a publicidade; Conclusão do cartaz e publicação do mesmo;



## Anexos



---

### *Relatório de Desempenho de Estagiário*

---

**Designação da Entidade:** F. Carvalho Lda

**Nome do Orientador:** Paula carvalho

**Nome do Estagiário:** Ana Sofia da Silva Azevedo

**Data de início do Estágio:** 02/10 /2017

**Data de fim do Estágio:** 02/02 /2018

#### *Avaliação do Estágio*

	<i>Fatores</i>	<i>Avaliação</i>			
		1	2	3	4
	<i>Assiduidade</i>				X
	<i>Pontualidade</i>				X
	<i>Interesse</i>				X
	<i>Progressão da Aprendizagem</i>				X
	<i>Conhecimento da Profissão</i>				X
	<i>Relacionamento</i>				X

1	Insuficiente	2	Suficiente	3	Bom	4	Muito Bom
---	--------------	---	------------	---	-----	---	-----------

---

F. Carvalho Lda

Rua de Mem Gundar | 4600-642 Amarante | 255 441623 | [fcarvalholda@gmail.com](mailto:fcarvalholda@gmail.com)



### **Avaliação das Atividades Desenvolvidas**

O estágio iniciou-se com o desenvolvimento de ações com vista à plena integração da estagiária na empresa e junto das pessoas/sectores com que iria desenvolver a sua atividade.

Após esta integração a Estagiária apresentou a sua proposta de intervenção na empresa, no sentido da modernização da sua imagem, focando desde logo, tal como lhe foi solicitado, o desenvolvimento de uma nova embalagem para alguns artigos aqui produzidos.

De realçar que a estagiária revelou grande capacidade de adaptação e perceção das situações e a solicitações que lhe foram sendo feitas quer pela orientadora, quer por outros colaboradores desta empresa.

Demostrou sempre interesse em conhecer todas as fases do processo de criação do produto, acompanhando-o desde a fase de fundição até ao acabamento e embalagem, bem como acompanhou a parte de comercialização do produto, auscultando os interesses e grau de satisfação dos clientes desta empresa.

Esteve sempre atenta á exequibilidade das propostas que apresentou, bem como ao seu custo de implementação, participando muito ativamente nas alterações que foram adotadas, sempre numa perspetiva de entajuda e estimulação dos colaboradores da empresa para a introdução das mudanças, tendo sido este empenho muito importante para o seu sucesso.

Assim, esta Entidade agradece o desempenho e empenho demonstrado pela estagiária, bem como à UBI, Universidade da Beira Interior, pela oportunidade de beneficiar do conhecimento que esta experiência aportou a esta empresa.

Amarante, 18 de Maio de 2018

A Gestora

Dr. Paula Carvalho