

**CENTRO UNIVERSITÁRIO BARÃO DE MAUÁ  
DESIGN GRÁFICO**

**BEATRIZ ARAUJO DANTAS  
BEATRIZ DE OLIVEIRA COELHO  
CLARA FELIPE ASPIROT  
MELISSA SOARES NUNES DA SILVA  
VINÍCIUS CRESCENCIO BRUNELLI**

**PROJETO INTEGRADOR DO PRIMEIRO MÓDULO DE DESIGN GRÁFICO – EIXO  
TEMÁTICO: CRIATIVIDADE SALVA RP**

**Ribeirão Preto**

**2021**

**BEATRIZ ARAUJO DANTAS  
BEATRIZ DE OLIVEIRA COELHO  
CLARA FELIPE ASPIROT  
MELISSA SOARES NUNES DA SILVA  
VINÍCIUS CRESCENCIO BRUNELLI**

**PROJETO INTEGRADOR DO PRIMEIRO MÓDULO DE DESIGN GRÁFICO – EIXO  
TEMÁTICO: CRIATIVIDADE SALVA RP**

Trabalho escrito do Projeto Integrador com o tema de criatividade do curso técnico de Design Gráfico do Centro Universitário Barão de Mauá para a conclusão do primeiro semestre na matéria.

Orientador: Esp. Paulo Eduardo Canedo Nabas

**Ribeirão Preto**

**2021**

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

P958

Projeto Integrador do primeiro módulo de Design Gráfico - eixo temático: criatividade Salva RP/ Beatriz Araujo Dantas; Beatriz de Oliveira Coelho; Clara Felipe Aspirot; Melissa Soares Nunes da Silva; Vinícius Crescencio Brunelli - Ribeirão Preto, 2021.

26p.il

Trabalho de conclusão do curso de Design Gráfico do Centro Universitário Barão de Mauá

Orientador: Paulo Eduardo Canedo Nabas

1. Ambiente 2. Limpeza 3. Qualidade I. Dantas, Beatriz Araujo II. Coelho, Beatriz de Oliveira III. Aspirot, Clara Felipe IV. Silva, Melissa Soares Nunes da V. Brunelli, Vinícius Crescencio VI. Nabas, Paulo Eduardo Canedo VII. Título

CDU 7.05

Bibliotecária Responsável: Iandra M. H. Fernandes CRB<sup>8</sup> 9878

**BEATRIZ ARAUJO DANTAS**  
**BEATRIZ DE OLIVEIRA COELHO**  
**CLARA FELIPE ASPIROT**  
**MELISSA SOARES NUNES DA SILVA**  
**VINÍCIUS CRESCENCIO BRUNELLI**

**PROJETO INTEGRADOR DO PRIMEIRO MÓDULO DE DESIGN GRÁFICO – EIXO  
TEMÁTICO: CRIATIVIDADE SALVA RP**

Trabalho escrito do Projeto Integrador com o tema de criatividade do curso técnico de Design Gráfico do Centro Universitário Barão de Mauá para a conclusão do primeiro semestre na matéria.

Data de aprovação: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Paulo Eduardo Canedo Nabas  
Centro Universitário Barão de Mauá – Ribeirão Preto

---

Prof. Gilberto Pereira Salgado Junior  
Centro Universitário Barão de Mauá – Ribeirão Preto

---

Luana Montovanini  
Centro Universitário Barão de Mauá – Ribeirão Preto

**Ribeirão Preto**

**2021**

## RESUMO

Conforme é possível observar todos os dias ao andar pela cidade, melhorias devem ser feitas para uma qualidade de vida melhor em relação ao cenário atual e para que isso aconteça é necessária a ajuda e intervenção da população juntamente a prefeitura e uma organização com esse objetivo. Por isso o aplicativo Salva RP desenvolvido pela SPUMF - Salvadores Para Um Futuro Melhor, oferece a oportunidade de que os usuários possam denunciar e discutirem sobre o áreas afetadas, buscando intervir da melhor maneira possível, e ainda terem benefícios em serviços alternativos pois, junto de ações governamentais e investimentos de empresas externas todos juntos podemos entregar uma cidade mais organizada, limpa e de maior acessibilidade para seus moradores e com qualidade de vida.

**Palavras-chave:** Ambiente. Limpeza. Discutir. Qualidade.

## **ABSTRACT**

As it is possible to observe every day when walking around the city, improvements must be made for a better quality of life in relation to the current scenario and for this to happen, the help and intervention of the population together with the city hall and an organization with this objective is necessary. For this reason, the application Salva RP developed by SPUMF - Salvadores Para Um Futuro Melhor, offers the opportunity for users to report and discuss the affected areas, seeking to intervene in the best possible way, and still have benefits in alternative services because, together with government actions and investments by external companies all together we can deliver a more organized, clean and more accessible city for its residents and with quality of life.

**Keywords:** Environment. Cleanliness. Discuss. Quality.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>8</b>
<b>2</b>	<b>PLANO DE PROJETO.....</b>	<b>9</b>
<b>3</b>	<b>BRIEFING .....</b>	<b>11</b>
<b>3.1</b>	<b>Identificação da empresa .....</b>	<b>11</b>
<b>3.2</b>	<b>O produto .....</b>	<b>11</b>
<b>3.2.1</b>	<b>O que é o produto?.....</b>	<b>11</b>
<b>3.2.2</b>	<b>Para que serve?.....</b>	<b>11</b>
<b>3.2.3</b>	<b>Se falasse, o que o produto diria de si? .....</b>	<b>11</b>
<b>3.2.4</b>	<b>Qual o tempo de vida previsto?.....</b>	<b>12</b>
<b>3.2.5</b>	<b>Quais as melhorias que serão acrescentadas ao produto e em que período? .....</b>	<b>12</b>
<b>3.2.6</b>	<b>Que necessidade objetivas o produto vai satisfazer?.....</b>	<b>12</b>
<b>3.2.7</b>	<b>Por que foi produzido?.....</b>	<b>12</b>
<b>3.2.8</b>	<b>É rentabil? .....</b>	<b>12</b>
<b>3.2.9</b>	<b>O que se deve acrescentar ao produto para sua compreensão pelo consumidor? Necessita instruções para seu uso?.....</b>	<b>13</b>
<b>3.2.10</b>	<b>A que faixa do mercado se dirige? .....</b>	<b>13</b>
<b>3.2.11</b>	<b>Há necessidade evidente e clara do produto? .....</b>	<b>13</b>
<b>3.2.12</b>	<b>Ou há apenas necessidade latente que deve ser despertada?.....</b>	<b>13</b>
<b>3.2.13</b>	<b>Há concorrentes? Quais são os produtos concorrentes? .....</b>	<b>13</b>
<b>3.2.14</b>	<b>Em que este produto se diferencia dos concorrentes?.....</b>	<b>13</b>
<b>3.2.15</b>	<b>Existe data prevista para lançamento do produto? .....</b>	<b>14</b>
<b>3.3</b>	<b>Estratégia criativa .....</b>	<b>14</b>
<b>3.3.1</b>	<b>Descrição do mercado .....</b>	<b>14</b>
<b>3.3.2</b>	<b>Público-alvo .....</b>	<b>14</b>
<b>3.3.3</b>	<b>Persona.....</b>	<b>14</b>
<b>3.3.4</b>	<b>Suporte .....</b>	<b>15</b>
<b>3.3.5</b>	<b>Personalidade da marca.....</b>	<b>15</b>
<b>3.4</b>	<b>Reação desejada do consumidor .....</b>	<b>15</b>
<b>3.4.1</b>	<b>Comportamento .....</b>	<b>15</b>
<b>3.4.2</b>	<b>Atitude .....</b>	<b>16</b>
<b>3.5</b>	<b>Requisitos indispensáveis para a execução .....</b>	<b>16</b>

3.5.1 Aspectos visuais.....	16
3.5.2 Ideias norteadas.....	16
3.5.3 Budget de produção.....	16
4 ESCOPO .....	17
4.1 Escopo do produto .....	17
4.1.1 Criação do nome da empresa.....	17
4.1.2 Aplicativo.....	17
4.1.3 Criação do nome do aplicativo .....	18
4.1.4 Logotipo do aplicativo.....	18
4.1.5 Redes sociais.....	18
4.1.6 Layout do aplicativo .....	21
4.2 Escopo do projeto .....	23
4.3 Requisitos de alto nível.....	23
4.4 Plano de implementação .....	23
4.5 Cronograma de algo nível.....	23
5 CONCLUSÃO .....	25
REFERÊNCIA .....	26

## 1 INTRODUÇÃO

Pensando no meio e cenário em que vivemos, diariamente enfrentamos buracos nas ruas, redes de fio elétrico mal instalados, falta de acessibilidade em parques e praças, descarte de lixo a céu aberto, entre outros problemas. Com o intuito de intervir nessa situação, foi pensado e desenvolvido o aplicativo e redes sociais Salva RP pela SPUMF, para a população que deseja ajudar e intervir para que possamos passar a ter um município com uma infraestrutura cada vez melhor, através dele é possível fazer denúncias, publicações e discussões que juntamente da prefeitura e parcerias externas de empresas também interessadas na ação possamos melhorar a qualidade de vida tornando o ambiente mais agradável e acessível para todos.

O aplicativo e redes sociais, apresentam uma interface amigável com o intuito de facilitar a sua experiência, com ações simples no feed, reagir a publicações, mensagens diretas com outros usuários, fácil configuração do perfil e acesso aos cupons liberados através da participação e conseqüentemente maior quantidade de “Ribacoins” que podem ser trocadas por cupons e promoções em aplicativos e empresas parceiras.

## 2 PLANO DE PROJETO

O plano de projeto visa mostrar de forma clara todo o percurso durante a execução de uma ideia, pontuando os objetivos, o motivo por trás de tudo e o tempo de produção utilizado.

**Quadro 1 - Plano de projeto**

<p><b>Nome do(s) Aluno(s):</b> Beatriz Araujo Dantas Beatriz de Oliveira Coelho Clara Felipe Aspirot Melissa Soares Nunes da Silva Vinícius Crescencio Brunelli</p>	<p><b>Curso:</b> Curso técnico de Design Gráfico</p>
<p><b>Título Inicial do Projeto:</b> Salva RP</p>	
<p><b>Contextualização/Motivação/Justificativa:</b> Conforme os anos passam, a estrutura de nossa cidade, assim como em qualquer outro lugar, vai envelhecendo e isso acarreta muitas vezes a coisas como buracos em ruas, terrenos cada vez mais abandonados e que se tornam um ponto de descarte de lixo aos moradores próximos, lugares que antes poderiam ser considerados até de lazer, com a falta de cuidado, ficam inacessíveis e entre outras diversas situações possíveis. Tendo em vista o cenário atual de diversas paisagens da cidade, torna-se necessário a intervenção da população juntamente com a prefeitura e organizações de limpeza ambiental para a resolução desse problema.</p>	
<p><b>Objetivos:</b> O aplicativo tem como um de seus principais objetivos tornar a cidade onde moramos em um lugar mais agradável e trazer para a população uma boa vivência. Tendo isso em mente, o aplicativo desenvolvido traz de forma simples e prática, um sistema totalmente voltado a receber as reclamações da população diante os cenários de descuido ao redor da cidade, atraindo pessoas interessadas em resolver esses problemas e tornar cada vez mais visível esse assunto e como devemos preservar o nosso entorno. Com o engajamento das pessoas, será possível o reconhecimento do projeto e assim mais efetivo, melhorando de pouco em pouco a cidade.</p>	
<p><b>Metodologia:</b> Desenvolvimento da ideia por todos envolvidos através de uma sessão de <i>brainstorming</i>: Beatriz Araujo, Beatriz Coelho, Clara Aspirot, Melissa Soares e Vinícius Brunelli; Desenvolvimento de nomes para funcionalidades, através de uma sessão de <i>brainstorming</i>: Vinícius Brunelli e Clara Aspirot; Desenvolvimento da identidade visual, através de pesquisas e preferências: Beatriz Araujo, Beatriz Coelho, Clara Aspirot e Melissa Soares.</p>	

**Cronograma detalhado:** 25/02: formação dos grupos.

25/02: conversa entre participantes para nos conhecermos e descobrir nossas habilidades, acompanhada de uma sessão de *brainstorm*.

18/03: entrega do tema escolhido.

04/03: apresentação da ideia inicial do nosso projeto para o orientador.

25/03: início do desenvolvimento do *briefing* e texto do pré-projeto.

30/03: finalização do *briefing* e pré-projeto.

01/04: entrega do *briefing* e pré-projeto.

12/04: início do desenvolvimento gráfico do projeto.

15/04: entrega do projeto no tema do PI.

24/04: feedback recebido em relação aos documentos até então entregues.

24/04: debate a respeito das ilustrações que estarão presentes no projeto.

03/05: início da formatação do trabalho escrito seguindo as normas da ABNT.

06/05: conversa com o orientador a respeito do que já criamos até o momento e o que devemos melhorar.

24-28/05: data de entrega do produto final e trabalho escrito.

27/05: apresentação pré-banca.

28/05 a 09/06: correção dos pontos ditos pelo orientador durante a pré-banca.

10/06: entrega de tudo o que foi produzido.

14-18/06: semana de apresentação da banca final.

Data	Assinatura(s)

### **3 BRIEFING**

Facilitando a transferência de informações de cliente à empresa, o briefing traz um roteiro simplificado, e que foi seguido para a criação do Salva RP, explicando melhor o produto e para quem ele está direcionado.

#### **3.1 Identificação da empresa**

**Nome da empresa:** SPUMF (Salvadores Para Um Futuro Melhor)

**Produto/Serviço:** Salva RP

#### **3.2 O produto**

Para apresentar o produto, foram selecionadas perguntas que para o início de todo o processo de criação, serviram como um guia.

##### **3.2.1 O que é o produto?**

Um aplicativo, junto com suas páginas em redes sociais, que visam ter um contato mais direto com a população para coletar suas queixas diante de situações (citadas abaixo) que podem afetar a todos em um município.

##### **3.2.2 Para que serve?**

O produto tem como objetivo receber as reclamações da população sobre áreas com maus cuidados e que merecem devida atenção para além de apenas resolver o problema, também tornar a cidade em um ambiente mais agradável. Algumas das situações em que o serviço poderá ser usado: terrenos abandonados, lixo jogado em lugar indevido, problemas elétricos em ruas, entre outras complicações que podem acontecer em uma cidade.

##### **3.2.3 Se falasse, o que o produto diria de si?**

Fui criado com a intenção de ajudar pessoas de todas as classes a morar em um lugar bem estruturado e limpo.

### **3.2.4 Qual o tempo de vida previsto?**

Cerca de 3 a 7 anos, levando em consideração que será útil enquanto for necessário o reconhecimento de tal problema.

### **3.2.5 Quais as melhorias que serão acrescentadas ao produto e em que período?**

Após o produto ser lançado ao mercado, a ideia é implementar uma forma em que os usuários consigam recompensas ao ajudar com a melhoria da cidade. Juntamente com a parceria de alguns estabelecimentos, através do aplicativo você poderá arrecadar moedas, intituladas como “Ribacoins”, que com o acúmulo delas será possível trocar por produtos disponíveis em tais estabelecimentos propondo então cada vez mais a participação presente de todos nessa jornada.

### **3.2.6 Que necessidade objetivas o produto vai satisfazer?**

A necessidade de reconhecer e possivelmente agir em relação às paisagens da cidade para sua melhoria.

### **3.2.7 Por que foi produzido?**

O produto foi produzido com o objetivo de dar voz à população sobre as dificuldades que enfrentam perante a falta de estrutura ou cuidados a onde vivem.

### **3.2.8 É rentabil?**

Sim, com o uso de propagandas de outras marcas e produtos externos e depende do patrocínio para suas campanhas e ações.

### **3.2.9 O que se deve acrescentar ao produto para sua compreensão pelo consumidor? Necessita instruções para seu uso?**

Por ser um aplicativo simples, na primeira vez utilizando-o, ele irá orientar qual a utilidade de cada ferramenta, junto também a uma aba sobre dúvidas.

### **3.2.10 A que faixa do mercado se dirige?**

Pessoas a partir de 27 anos.

### **3.2.11 Há necessidade evidente e clara do produto?**

Sim, levando em consideração os problemas presentes em uma cidade hoje em dia, é necessário um canal para melhor comunicação entre cidadão o trabalhador que soluciona esses infortúnios.

### **3.2.12 Ou há apenas necessidade latente que deve ser despertada?**

Também há a necessidade latente, pois algumas pessoas não percebem a importância de investir na melhoria da cidade e por isso esse interesse deve ser despertado nelas.

### **3.2.13 Há concorrentes? Quais são os produtos concorrentes?**

Portal 156, SP156, Colab, etc. Todos esses também com aplicativos, mas alguns com muitas críticas ou sem os descontos que podem ser obtidos se houver a cooperação do usuário.

### **3.2.14 Em que este produto se diferencia dos concorrentes?**

Além de ser um aplicativo muito mais prático para uso, o Salva RP vem com a opção de poder juntar-se à equipe que estará ajudando a cidade em coisas básicas

e acessíveis, podendo assim acumular a nossa própria moeda que servirá para trocar por produtos em estabelecimentos parceiros.

### **3.2.15 Existe data prevista para lançamento do produto?**

A data prevista para lançamento do aplicativo estaria planejada para o ano de 2022.

## **3.3 Estratégia criativa**

Entende-se por estratégia criativa o mapeamento de onde se deseja atingir com um produto, analisando tanto o mercado em que será inserido, como a delimitação do público em foco.

### **3.3.1 Descrição do mercado**

O mercado atual de aplicativos é bastante desenvolvido, com a praticidade de se ter tudo o que precisa em um celular, na palma da mão, aplicativos vem se tornando cada vez mais uma opção para as empresas e através de pesquisas é possível ver o aumento disso, como por exemplo no ano de 2020, que teve um crescimento de 54%. A tendência é continuar crescendo, se tornando sempre mais útil e funcional no dia a dia das pessoas.

### **3.3.2 Público-alvo**

O público ideal são pessoas acima de 27 anos de idade, que gostam e se interessam pela estética e funcionalidade de um determinado lugar e não gostam quando estes se encontram com a aparência destruída e ambientalmente problemáticos, assim sendo pessoas determinadas a agirem contra tal situação.

### **3.3.3 Persona**

Criar uma persona é fundamental para conseguir ter resultados e sucesso com qualquer projeto. A delimitação do tipo de pessoa que deseja atingir ajuda a ter mais precisão de para onde a ideia deve seguir e quais pontos são necessários colocar em prática, tendo então, os resultados esperados no final.

A persona da empresa é Amanda, trabalha como caixa no supermercado Savegnago, tem 25 anos de idade e possui ensino técnico. Usa Instagram, Twitter e TikTok nas horas vagas. Tem como objetivos não ter mais custos de reparos para seu carro e não se preocupar com doenças que animais peçonhentos podem causar, para assim focar no seu trabalho e buscar gastar seu tempo com estudos para mudar de carreira. Os problemas de asfalto no caminho para seu trabalho, junto ao abandono de terrenos na esquina de sua casa, acabam trazendo baratas, ratos e escorpiões, sendo seus desafios diários.

#### **3.3.4 Suporte**

O suporte acontece através de um e-mail ou em situações mais simples, pelas próprias redes sociais.

#### **3.3.5 Personalidade da marca**

A marca apresenta uma personalidade divertida, fazendo uso das ilustrações em sua identidade visual para entreter, chamar atenção e trazer foco ao aplicativo. Seguindo uma comunicação informal, levando o cliente mais próximo da marca.

### **3.4 Reação desejada do consumidor**

Ao criar um produto, expectativas são colocadas em cima a fim de querer suprir as necessidades e vontades dos consumidores, portanto algumas reações são esperadas.

#### **3.4.1 Comportamento**

Espera-se que o consumidor se sinta inspirado e desperte a vontade e interesse de tornar real a intenção do aplicativo.

### **3.4.2 Atitude**

Que ele tome iniciativas que ajudem a melhorar a nossa cidade.

## **3.5 Requisitos indispensáveis para a execução**

Os requisitos indispensáveis para a execução de um projeto podem ser considerados a base necessária para que a ideia saia do papel, são os pontos principais que rodeiam a mente quando se pensa no que deseja criar e também o valor disponível para que tais coisas consigam acontecer.

### **3.5.1 Aspectos visuais**

A marca é responsiva, atuando na maioria das áreas de comunicação, tanto digitais quanto editoriais. Refletindo a personalidade da marca através de cores, ícones, ilustrações e layouts.

### **3.5.2 Ideias norteadas**

As ideias sempre tiveram um foco em se inspirar em paisagens ambientais, tanto natural quanto artificial, e com a finalização do produto, ficou evidente estes aspectos.

### **3.5.3 Budget de produção**

Para a produção deste aplicativo, pensando juntamente com a negociação com os estabelecimentos parceiros, foi disponibilizado um *budget* de R\$100.000,00.

## 4 ESCOPO

A fim de deixar explícita a finalidade de um projeto, o escopo traz de uma forma detalhada todos os pontos que devem ser focados para então conseguir os resultados desejados.

### 4.1 Escopo do produto

Para o escopo do produto, são reunidas as características que dizem como o resultado final do projeto ficou e o processo até isso.

#### 4.1.1 Criação do nome da empresa

Salvadores Para Um Futuro Melhor (SPUFM) traz o propósito de tudo o que o produto gira em torno. A fim de conseguir resolver muitos dos problemas visíveis que serão coletados através do aplicativo, o nome se deu quando imaginamos como será o futuro de nossa cidade e a forma pelo qual a queremos preservada.

Figura 1 - Logotipo da empresa



Fonte: Desenvolvido por Beatriz de Oliveira Coelho

#### 4.1.2 Aplicativo

O aplicativo em si como qualquer outro tem o objetivo de conectar pessoas com o mesmo interesse, nesse caso a boa causa em relação ao cenário da cidade de Ribeirão Preto, com um layout intuitivo e desenvolvido para melhor engajamento do usuário.

### 4.1.3 Criação do nome do aplicativo

Salva RP surgiu quando em reuniões da equipe, após ser discutido sobre todo o projeto, se tornou evidente tudo o que buscamos através dele. O aplicativo terá como base de uso a cidade de Ribeirão Preto, portanto, foi escolhido a abreviação de seu nome, juntando então um de nossos propósitos (Salva) com o nosso local em foco (RP).

### 4.1.4 Logotipo do aplicativo

A logo do produto tem o objetivo de expressar a funcionalidade do aplicativo e em qual área do mercado ele atua. Utilizando cores, tipografias e conceitos adequados.

Figura 2 - Logotipo do aplicativo

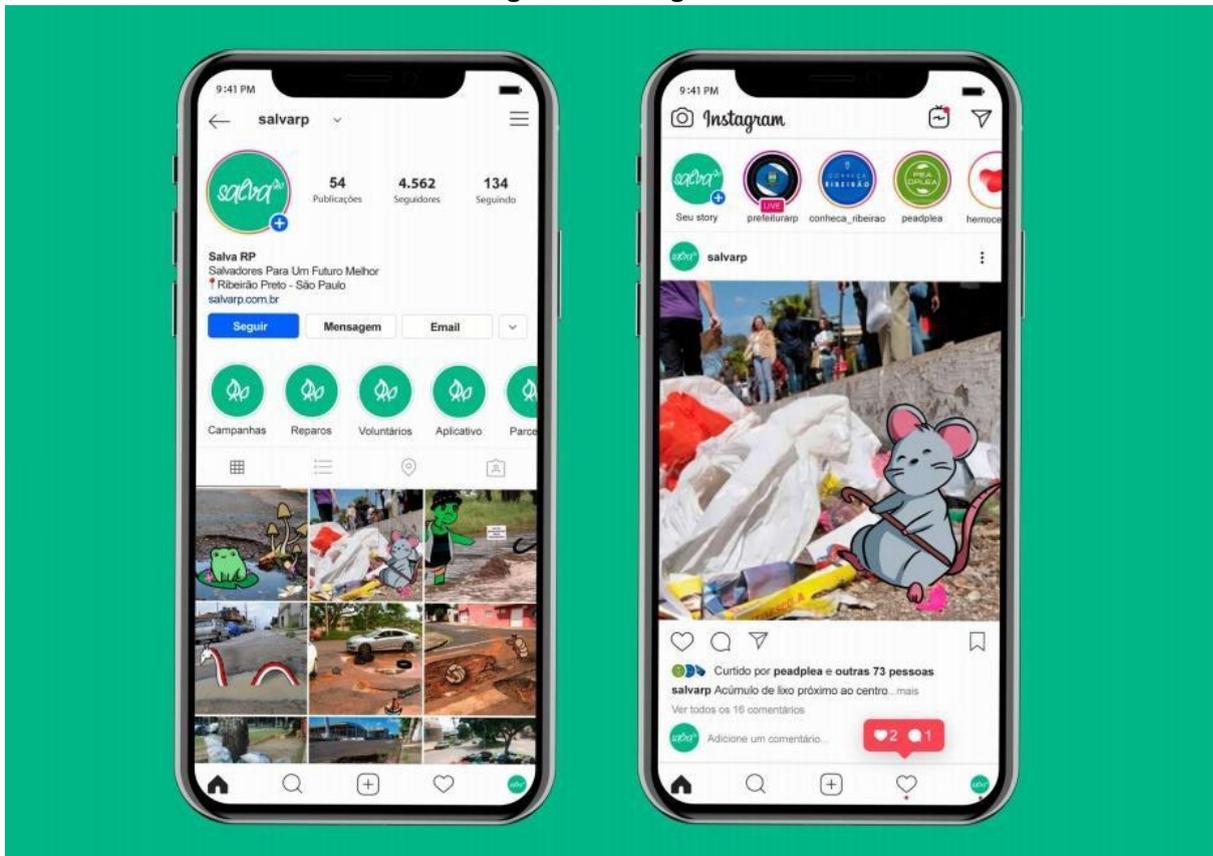


Fonte: Desenvolvido por Beatriz de Oliveira Coelho

### 4.1.5 Redes sociais

Tendo em vista a forma como o uso de redes sociais cresce a cada dia e a forma como elas ajudam na divulgação de ideias, o Salva RP contará com suas páginas no *Instagram*, *Facebook* e *Twitter*, trazendo informações sobre como andam os reparos de alguns locais, interações com a população e também ilustrações em cima de imagens publicadas no aplicativo com o propósito de trazer uma atenção maior para o problema porém de forma humorada com o que for ilustrado.

Figura 3 - Instagram



Fonte: Desenvolvido por Melissa Soares Nunes da Silva

Figura 4 - Ilustração postada no Instagram



Fonte: Ilustração desenvolvida por Melissa Soares Nunes da Silva

Figura 5 - Ilustração postada no Instagram (1)



Fonte: Ilustração desenvolvida por Clara Felipe Aspirot

Figura 6 - Ilustração postada no Instagram (2)



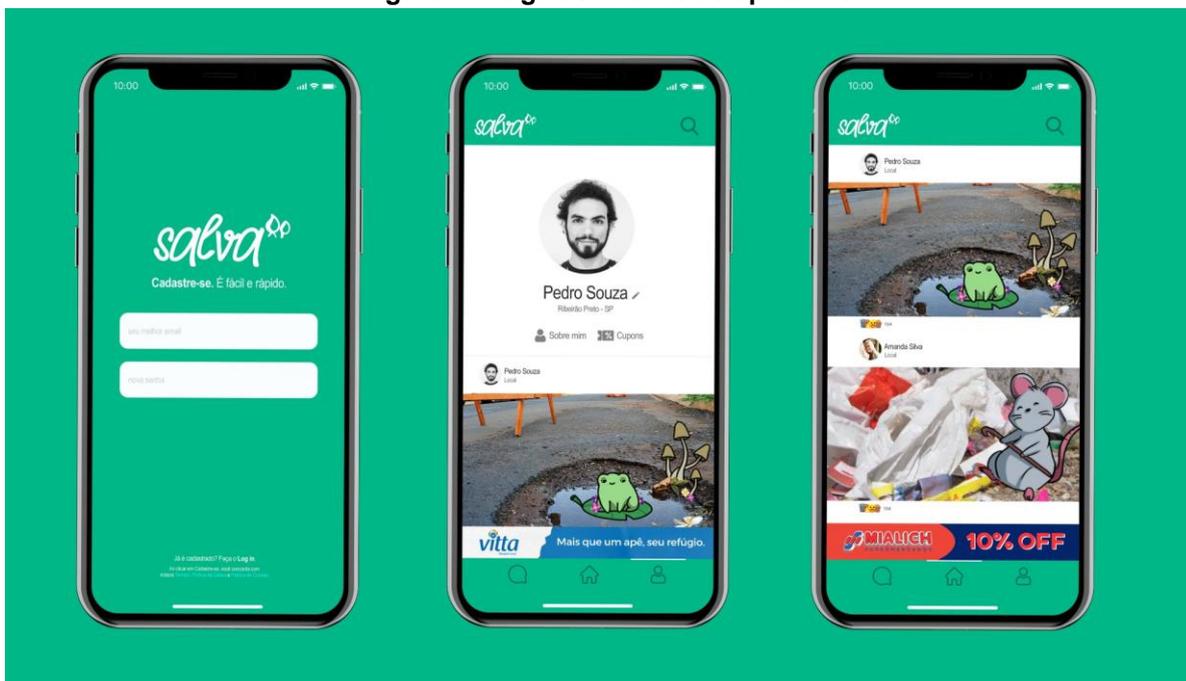
Fonte: Ilustração desenvolvida por Beatriz Araujo Dantas

#### 4.1.6 Layout do aplicativo

O aplicativo conta com um design moderno e simples que facilita o entendimento de uso e uma interface amigável. Podendo ver logo de cara algumas publicações dos usuários, sendo elas as que tiveram mais destaque e engajamento pela população determinando quais problemas serão resolvidos primeiro. Contando com diferentes formas dos usuários interagirem com as publicações.

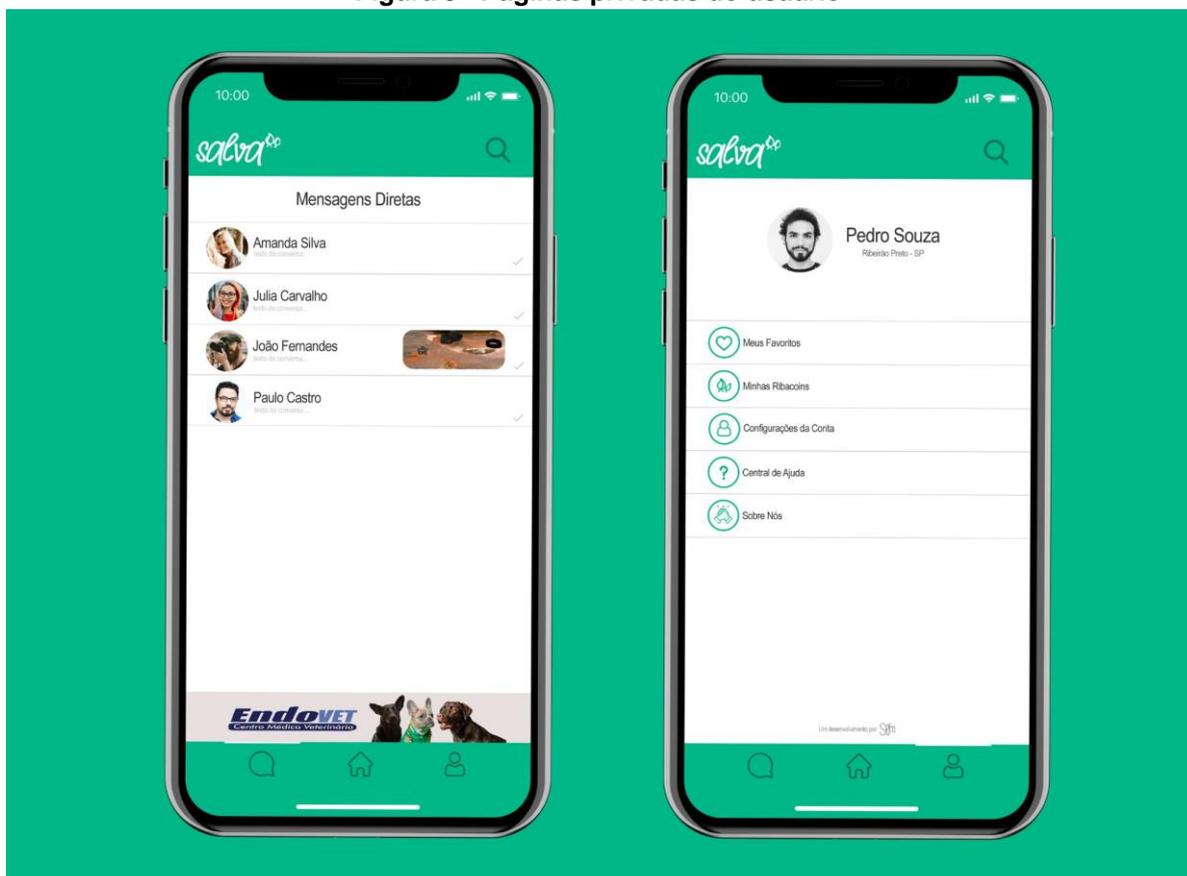
O menu irá contar com informações básicas sobre o usuário, a quantidade de ribacoins, a moeda que é usada para adquirir descontos ou itens, sendo mostrado as possíveis trocas na mesma aba, saber mais sobre o funcionamento do aplicativo, instruções de uso caso seja necessário, local reservado para dúvidas tendo em destaque algumas dúvidas frequentes de usuários e também uma área que prediz como é possível fazer parte da equipe de ajudantes e um formulário para quem se dispôr.

Figura 7 - Páginas iniciais do aplicativo



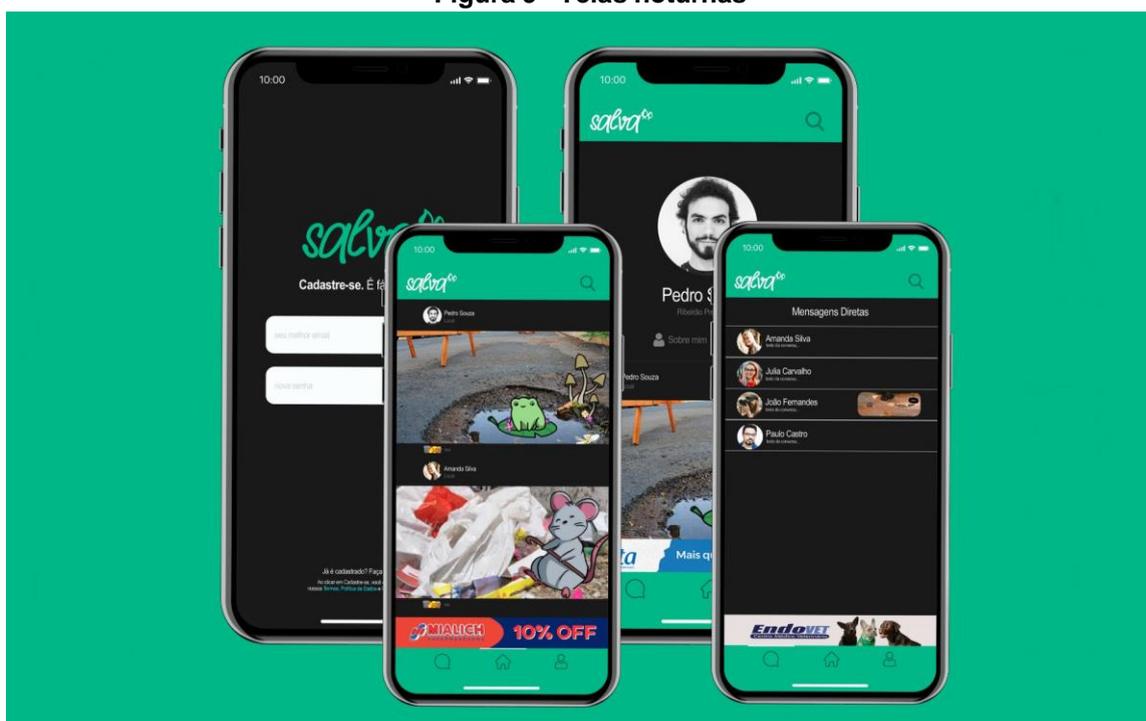
Fonte: Desenvolvido por Beatriz de Oliveira Coelho

Figura 8 - Páginas privadas do usuário



Fonte: Desenvolvido por Beatriz de Oliveira Coelho

Figura 9 - Telas noturnas



Fonte: Desenvolvido por Beatriz de Oliveira Coelho

## **4.2 Escopo do projeto**

Desenvolvimento do nome, desenvolvimento da identidade visual, branding, divulgação, redes sociais, layout do aplicativo e conteúdo/posts das redes sociais.

## **4.3 Requisitos de alto nível**

Ao longo da criação de todo o projeto, diversas entrevistas e consultas com o público alvo foram feitas, servindo para obter alguns requerimentos importantes e que ficou evidente a necessidade deles. Tais como:

- Um aplicativo que seja, de fato, simples para uso, objetivo em suas propostas presentes para fácil entendimento a aqueles que o utilizarem, uma vez que ele pode acabar acarretando uma demanda de usuários com uma idade mais elevada e que não tenham tanto entendimento sobre o uso do aparelho.
- Visar com um pouco mais de atenção bairros carentes onde o descaso da população e governo são evidentes e muitas vezes são ignorados e deixados à beira de situações nada agradáveis para moradia.

## **4.4 Plano de implementação**

A implementação do projeto será realizada aos poucos, como por exemplo novos estabelecimentos parceiros e novas funcionalidades ao aplicativo.

## **4.5 Cronograma de algo nível**

O primeiro semestre de 2021 foi de extrema importância para a elaboração e execução de todo o projeto e a partir de um cronograma é possível ver de forma clara todas as datas em que a empresa visa fazer suas campanhas a fim de alcançar uma maior visibilidade ao aplicativo e aos problemas vistos na cidade.

**Quadro 2 - Cronograma**

<b>MÊS</b>	<b>DATAS</b>
Maio	15 – Lançamento das redes sociais
	16 – Lançamento do aplicativo 16 – Dia do Gari
Junho	01 – Semana do Meio Ambiente 03 – Dia Nacional da Educação Ambiental 05 – Dia da Ecologia Dia do Meio Ambiente Dia da Reciclagem 14 – Dia do Doador de Sangue
Julho	10 – Campanha de Coleta de Lixo
Agosto	28 – Dia Nacional do Voluntário
Setembro	07 – Independência do Brasil 11 – Campanha de coleta de lixo 13 – Dia do Cliente
Outubro	12 – Dia das Crianças 31 – Dias das Bruxas
Novembro	13 – Campanha de coleta de lixo 26 – Black Friday
Dezembro	25 – Natal

## **5 CONCLUSÃO**

Diante do exposto durante a concepção do projeto e a transcrição de tudo elaborado para este documento, se torna evidente a importância da proposta para tornar a cidade um ambiente mais agradável e preservado tendo em vista os diversos pontos conhecidos que possuímos. Com o auxílio da população e do governo, é possível realizar todas as melhorias que nos serão relatadas e também a implementação na rotina de cada um com pequenos gestos que contribuem para a preservação do que está à nossa volta.

## REFERÊNCIA

**EUAX CONSULTING. O que é Escopo de Produto e Escopo de Projeto?** 2018. Disponível em: <https://www.euax.com.br/2018/08/o-que-e-escopo-de-projeto-escopo-do-produto/>. Acesso em: 11 abr. 2021.

**MONDAYPORTUGUES. 6 itens essenciais para uma estratégia criativa eficaz e o que fazemos na monday.com.** 2020. Disponível em: <https://monday.com/blog/pt/6-itens-essenciais-para-uma-estrategia-criativa-eficaz-e-o-que-fazemos-na-monday-com/#:~:text=Exemplo%20de%20estrat%C3%A9gia%20criativa%3A%20monday.com>. Acesso em: 13 maio 2021.