

---

## **Desenvolvimento de Marca e Manual de Identidade Visual para a Empresa Sofia Rieger**

Érika Giovana Cornelius, estudante do curso técnico de Designer gráfico da Sociedade Educacional Três de Maio. Endereço de E-mail: [erikacorneliuss@gmail.com](mailto:erikacorneliuss@gmail.com)

Kelly Gabriela Poersch, professora orientadora, Sociedade Educacional Três de maio.

Endereço de E-mail: [kelly.poersch@setrem.com.br](mailto:kelly.poersch@setrem.com.br)

O presente trabalho apresenta o desenvolvimento de um manual de identidade visual aplicado à empresa Sofia Rieger, do segmento de design de cílios e sobrancelhas, elaborado com o intuito de fortalecer a imagem corporativa e conferir maior profissionalismo à sua comunicação institucional. Negócios locais, em sua maioria, encontram dificuldades em estruturar uma identidade visual consistente, o que prejudica sua percepção no mercado e compromete a credibilidade. Nesse contexto, o problema que guiou a pesquisa foi: como auxiliar empreendimentos locais a criarem uma marca e uma identidade visual que reflitam sua essência e melhorem a conexão com seus clientes? O objetivo geral consistiu em desenvolver e implementar uma marca e um manual de identidade visual completos e integrados, abrangendo tanto plataformas digitais quanto materiais impressos, a fim de profissionalizar a comunicação corporativa de negócios locais. Se um negócio local investe na criação de uma marca sólida e na elaboração de um manual de identidade visual, é muito provável que sua comunicação se torne mais consistente e profissional. A metodologia adotada fundamentou-se em pesquisa bibliográfica e em atividades práticas. Para a elaboração do manual, utilizaram-se softwares da Adobe, como Illustrator e InDesign, associados ao processo de criação de uma Identidade Visual. O grupo recorreu ao método dedutivo, articulando procedimentos de análise e replicação sustentados por referências acadêmicas das áreas de design, marketing e comunicação. Os resultados contemplaram a criação de um manual de identidade visual estruturado, incluindo logotipo, paleta cromática e tipografia, além do desenvolvimento de cartões de visita, elaborou-se um portfólio publicado no Behance, ampliando a difusão dos resultados. Conclui-se que a implementação de um manual de identidade visual representa uma ferramenta estratégica para a consolidação da imagem de negócios locais, promovendo reconhecimento, profissionalismo e maior conexão com clientes. Os resultados confirmam a hipótese inicial de que uma identidade

---

visual bem estruturada potencializa a competitividade e reforça o posicionamento da marca no mercado.

**Palavras-chave:** identidade visual; manual de identidade visual; design gráfico; comunicação corporativa; branding.

#### **REFERÊNCIAS:**

SANTOS, Jeferson Rodrigues. **O desafio de branding nas empresas**. 2018. 21p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Anhanguera de Santo André, Santo André, 2018.

RALLO, Rafael. **Tipografia: como usar um dos pilares do Design Gráfico a seu favor**. Rockcontent. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/tipografia/>>. Acesso em: 04 de setembro de 2024.

PIRES, Alexa da Cunha. **O briefing como ferramenta do desenvolvimento de produtos e serviços digitais**. 2021. Dissertação de Mestrado. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/489518105.pdf>>

FERREIRA, Kellison. **4 coisas que não podem faltar na sua campanha de marketing**. Rockcontent. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/campanha-de-marketing/>>. Acesso em: 04 de setembro de 2024.