



Laboratório de Inovação em  
Desenvolvimento Regional e  
Empreendedorismo

# BRAND



## 1 Bases da empresa

- 1.1 Histórico
- 1.2 Razão de ser (porque existimos)
- 1.3 Missão
- 1.4 Valores
- 1.5 Visão de futuro

## 2 Bases do produto

- 2.1 Mercado
- 2.2 Diferenciais
- 2.3 Segmentação
  - 2.3.1 Demográfico
  - 2.3.2 Geográfico
  - 2.3.3 Estilo de vida
  - 2.3.4 Pessoa Física
  - 2.3.5 Pessoa Jurídica:
- 2.4 Posicionamento

## 3 Essência da marca

- 3.1 Mensagem-chave
- 3.2 Personalidade / Persona

## 4 Marca gráfica

- 4.1 Assinatura
- 4.2 Padrão Cromático
- 4.3 Símbolo da Marca
- 4.4 A Marca

## 5 Aplicação da marca

- 5.1 A marca nos Rótulos
- 5.2 Rótulos nas Embalagens
- 5.3 Embalagens Premium
- 5.4 A Marca nas Redes Sociais
- 5.5 Proposta de Papelaria
- 5.6 Adesivação no Carro

## 6 Reprodução da marca

- 6.1 Versão Monocromática
- 6.2 Formas Incorretas de Uso

## 7 Registro da marca

- 7.1 Registro.br
- 7.2 INPI

## 8 Autoria

- 8.1 O Projeto LIDERE Brand
- 8.2 O LIDERE

## 1.1 Histórico

A Lingmone Defumados é uma empresa do ramo alimentício atua no segmento de embutidos e defumados. Instalada há quatro anos no mercado, na cidade de Correia Pinto, Santa Catarina. Atualmente, sua linha de produção é composta por nove produtos.

Sua fundação surgiu por meio de uma amizade entre a administradora Jaqueline Bastos e Simone de Sousa Andrade.

E foi a junção dos nomes de ambas que deu origem à marca da empresa.

Recentemente Simone se desligou da empresa, e Jaqueline firmou nova parceria com o esposo Sílvio Madruga, incrementando o empreendimento com projeto de expansão em atingir novas fronteiras, inclusive, no âmbito interestadual. Hoje a Lingmone é uma empresa da agroindústria artesanal e familiar, feliz em realizar e compartilhar sonhos.

## 1.2 Razão de ser (porque existimos)

Propósito é algo que dá orgulho tanto à empresa, quanto a quem usufrui de seu serviço ou produto.

O propósito da Lingmone é desenvolver produtos de excelência gastronômica, usando ingredientes típicos da Serra Catarinense, e ainda proporcionar opções de alimentação mais saudável no ramo de embutidos.

## 1 1.3 Missão

A missão da Lingmone Defumados é proporcionar opções de alimentação mais saudáveis no ramo de defumados, e que possam promover momentos saborosos para estreitar laços com familiares e amigos.

## 1.4 Valores

Os valores constantemente ressaltados pelas lideranças da Lingmone Defumados são:

- Qualidade: é o compromisso e dever que a empresa tem com seu cliente;
- Sabor: uma experiência gastronômica para ser compartilhada com familiares e amigos;
- Saúde: oferecer aos clientes produtos de qualidade que respeitem a saúde do consumidor.
- Confiança: seguir rígidos padrões de qualidade. Desenvolvendo produtos diferenciados, fidelizando clientes e conquistando novos mercados
- Responsabilidade: compromissos com os clientes excelência com os produtos produzidos.
- Diferenciação: nosso objetivo é superar a expectativa do cliente, com produtos diferenciados.

## 1.5 Visão de futuro

Ser uma empresa certificada e credenciada para comercializar seus produtos em todo território nacional. Com uma linha ampla e diversificada de produtos com excelência gastronômica em seu portfólio. Usando ingredientes regionais para agregar valor e sabor, o que tornará sua marca única e conhecida pelo Brasil.



## 2.1 Mercado para Lingmone

Identificar e conhecer melhor seu cliente. Para que possa apresentar os benefícios de uma alimentação mais saudável e equilibrada, com menos com menor aporte de calorias, adição de sódio e conservantes.

E conseqüentemente desmistificando o consumo de defumados e embutido. Uma verdadeira iguaria da gastronomia, o que tem tornado o mercado de embutidos promissor para quem deseja produzir de maneira artesanal.

## 2.2 Diferenciais

Diferenciação por produto, com uma linha de defumados artesanal. Contendo maior quantidade de carne, e manualmente selecionada. Não contém vísceras nem nervos. Com menor adição de sal, gordura e aditivos químicos. Atendendo aos mais altos padrões de qualidade exigido pelos clientes e órgãos reguladores. Uma verdadeira experiência gastronômica.



## 2 2.3 Segmentação

### 2.3.1 Geográfica:

Primeira etapa: cidades da Amures e região da Serra Catarinense.

Segunda Etapa: Alto Vale de Santa Catarina.

2.3.2 Demográfica: Consumidor final, de alto poder aquisitivo com perfil de classe B, A-. Seguidos de consumidores da classe C+ (Sabores da Serra).

2.3.3 Estilo de Vida: Público preocupado com alimentação de maior qualidade, que busca produtos com sabor diferenciado, para momentos de lazer e confraternização.

2.3.4 Pessoa Física: consumidor final que buscam opções para serem harmonizados com bebidas, como cervejas artesanais e os vinhos de altitude. Proporcionando uma completa experiência gastronômica.

2.3.5 Pessoa Jurídica: Locais diferenciados como hotéis de alto padrão, restaurantes, empórios e delicatessen.

## 2.4 Posicionamento

O posicionamento defendido pela Lingmone:

Artesanal mas com sofisticação;

Diferenciado;

Refinado;

Feito com carinho;

Sabor de verdade.



## 3

### 3.1 Mensagem-chave

“Lingmone Defumados, feito com carinho, com sabor de verdade”.

### 3.2 Personalidade / Persona

A marca LINGMONE é ousada e imaginativa.

Esta personalidade é empolgada e espirituosa e embarca em aventuras com facilidade porque gosta de experimentar novas sensações e estímulos.



## 4 4.1 Assinatura

Para a criação da assinatura, foi realizada uma pesquisa em suas redes sociais e no mercado de DEFUMADOS no Brasil. Assim assinatura da MARCA, foram utilizadas as fontes em dois estilos.

Sendo a escrita LINGMONE na fonte COMMONS, de fácil leitura.

# Lingmone

Para a descrição DEFUMADOS, foi utilizada a fonte COMFORTAA, moderna no seu conceito.

# defumados

## 4.2 Padrão Cromático

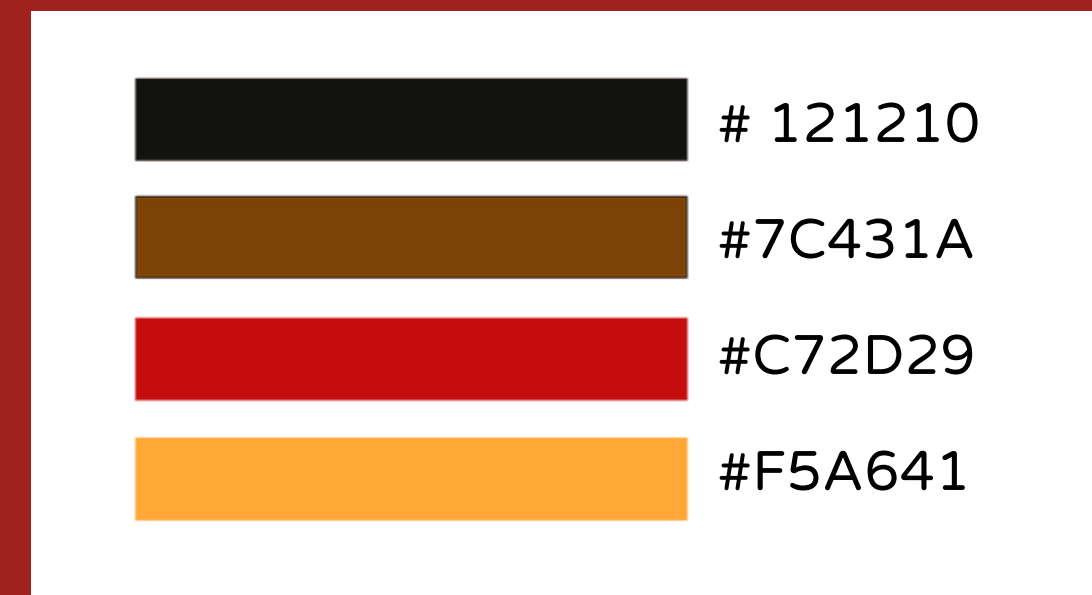
A escolha da cor não é uma questão de gosto pessoal. Nem de modismo. É uma questão de branding estratégico, pelo menos no que se refere à construção de uma marca expressiva, coesa, impactante.

Preto : força, Elegância e sofisticação

Marrom: referência à terra e a natureza, sensação de confiança e estabilidade.

Vermelho: estimula a alimentação, e o apetite.

Amarelo: estimula a alegria, vitalidade e a criatividade.



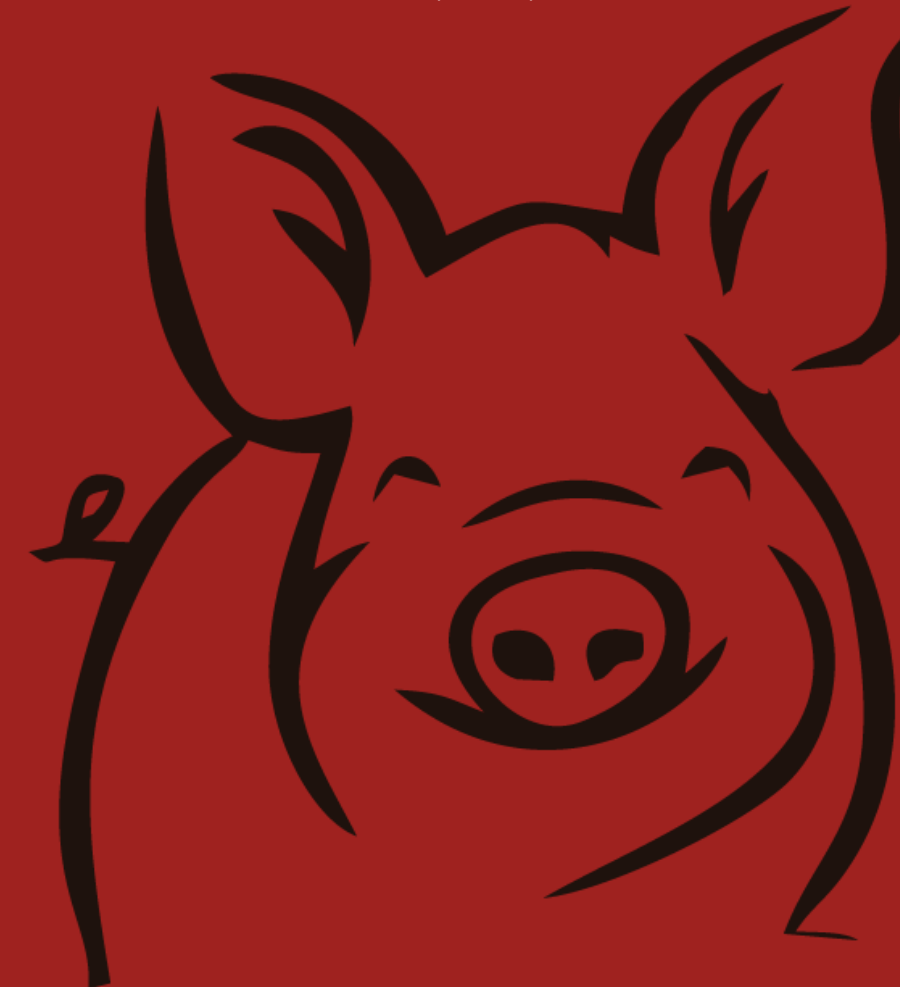
## 4 4.3 Símbolo da Marca

O símbolo é a figura ou desenho da marca, que pode ser abstrato ou figurativo, ou também expressar exatamente o significado ou serviço ofertado.

Atual



Nova proposta



Entre os elementos mais importantes que está a marca é a referência da própria empresa: FELIZ



## 4.4 A Marca

Marca, logomarca ou logotipo são nomenclaturas utilizadas para identificar o conjunto de símbolos, ícones e tipografia que representam uma empresa.

A criação de marca, envolve sempre uma solução gráfica que represente o que a empresa faz ou transmitir alguns de seus valores.



## 5 5.1 A Marca nos Rótulos

Valor ao seu produto por meio do rótulo

Muito se tem dito a respeito da geração de valor para agregar aos produtos que sua marca oferece. E, nesse processo, é indiscutível o peso do rótulo.

Afinal de contas, a percepção de marca se dá por meio da afinidade e identificação gerada entre as empresas e os seus consumidores.



LINGMONE AGRO-INDUSTRIA E  
COM. DE DEFUMADOS

Registro na SMA/SIM nº 002/002

CNPJ: 31.191.419/0001-00  
Fazenda Tributos, SN - Interior  
Correia Pinto-SC

Fone(s): (49) 99917-6174 / 99166-6484

Ing. Retalho suíno, toucinho, queijo mussarela, sal  
chimichuín, sal de cura (sal-94%, nitrito de sódio -4%  
nitrito de sódio -2%, noz moscada.

Manter sob temperatura min. de -8° C

NÃO CONTÉM GLÚTEN NÃO CONTÉM LACTOSE

Informações Nutricionais Porção de 50g (4 fatias)	%VD (%)
Valor Calórico 106kcal=449kJ	5
Carboidratos 0,6g	0
Proteínas 6,5g	9
Gorduras Totais 8,5g	16
Gorduras Saturadas 2,5g	11
Gorduras Trans 0g	**
Fibras Alimentar 0g	0
Sódio 505g	21

(\*) Valores diários de referência com base  
em uma dieta de 2.000 kcal ou 8400kJ. Seus  
valores diários podem ser maiores ou menores  
dependendo de suas necessidades energéticas.  
(\*\*) VD não estabelecido

DEVE SER PESADO NA PRESENÇA DO CONSUMIDOR

FABRILOTE:  
VAL:



789425620491



LINGMONE AGRO-INDUSTRIA E  
COM. DE DEFUMADOS

Registro na SMA/SIM nº 002/002

CNPJ: 31.191.419/0001-00  
Fazenda Tributos, SN - Interior  
Correia Pinto-SC

Fone(s): (49) 99917-6174 / 99166-6484

Ing. Retalho suíno, toucinho, queijo mussarela, sal  
chimichuín, sal de cura (sal-94%, nitrito de sódio -4%  
nitrito de sódio -2%, noz moscada.

Manter sob temperatura min. de -8° C

NÃO CONTÉM GLÚTEN NÃO CONTÉM LACTOSE

Informações Nutricionais Porção de 50g (4 fatias)	%VD (%)
Valor Calórico 106kcal=449kJ	5
Carboidratos 0,6g	0
Proteínas 6,5g	9
Gorduras Totais 8,5g	16
Gorduras Saturadas 2,5g	11
Gorduras Trans 0g	**
Fibras Alimentar 0g	0
Sódio 505g	21

(\*) Valores diários de referência com base  
em uma dieta de 2.000 kcal ou 8400kJ. Seus  
valores diários podem ser maiores ou menores  
dependendo de suas necessidades energéticas.  
(\*\*) VD não estabelecido

DEVE SER PESADO NA PRESENÇA DO CONSUMIDOR

FABRILOTE:  
VAL:



789425620491



## 5 5.2 Rótulos nas Embalagens

A embalagem pode agregar valor através da identificação da marca. Os consumidores ativos de hoje gastam muito menos tempo para escolher um produto nas prateleiras. Mas quando uma marca é conhecida pela sua qualidade, o consumidor confia nela toda vez que precisa do produto.





## 5 5.2 Rótulos nas Embalagens

Os rótulos nas embalagens dos produtos são de extrema importância para o consumidor final. É através deles que muitos decidem a compra.





## 5 5.3 Embalagem Premium

Muitos são os atributos decisivos em estratégias e como a embalagem pode contribuir nas compras no ponto de venda e corresponder às novas expectativas, oferecendo tecnologia, design, informação, relacionamento nos locais de exposições.



## 5 5.3 Embalagem Premium

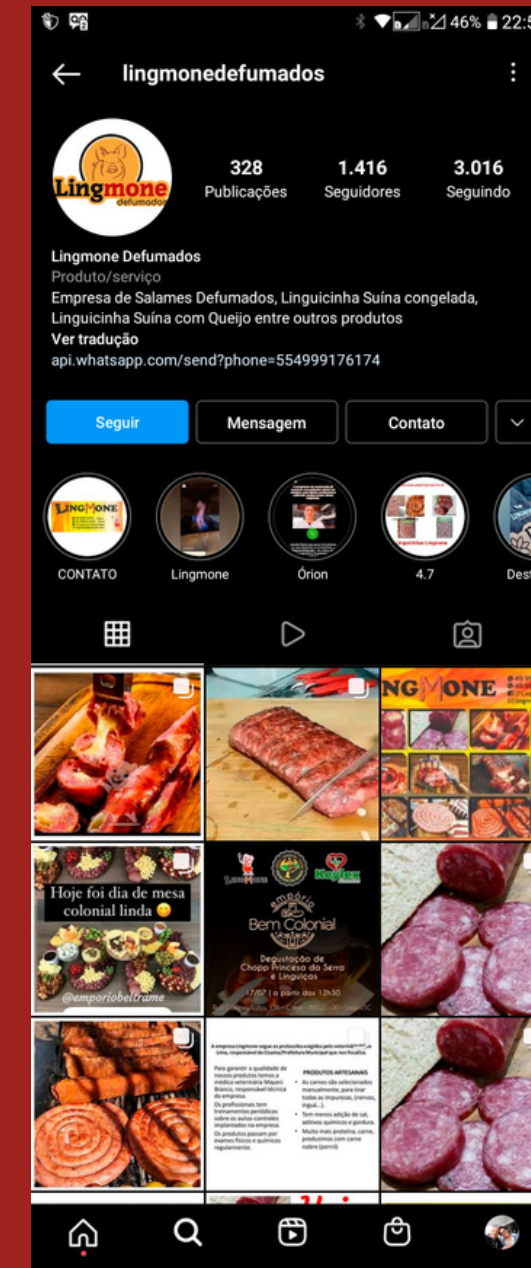
A embalagem premium é o principal elemento de comunicação entre o consumidor, o produto e a marca.





## 5 5.4 A Marca nas Redes Sociais

O reconhecimento da marca nas redes sociais acontece a partir do momento que uma marca consegue transmitir ao consumidor uma experiência que vai além de um produto.





## 5 5.5 Proposta de Papelaria

Os materiais corporativos seguem a identidade visual e garantem que sua marca seja lembrada.



**Lingmone Defumados,  
feito com carinho,  
com sabor de verdade**



Salame puro com  
ou sem recheio



Linguiças com  
queijo coalho



Manta recheada

FAÇA O SEU PEDIDO AGORA!  
☎ (49) 99917-6174  
99166-6484  
✉ [lingmonedefumados@hotmail.com](mailto:lingmonedefumados@hotmail.com)  
🌐 [www.lingmone.com.br](http://www.lingmone.com.br)

As carnes são selecionadas manualmente,  
para tirar todas as impurezas;  
Tem menos adição de sal, aditivos químicos e gorduras;  
Muito mais proteínas, produzimos com carnes nobres.

**OS MELHORES PRODUTOS  
DEFUMADOS ARTESANAIS**



**Lingmone**  
defumados  
Agro-Industria e Com. de Defumados  
Jaqueline Bastos

☎ (49) 99917-6174  
99166-6484

✉ [lingmonedefumados@hotmail.com](mailto:lingmonedefumados@hotmail.com)  
🌐 [www.lingmone.com.br](http://www.lingmone.com.br)

## 5 5.6 Adesivação no Carro

A comunicação visual gerada através da adesivagem de veículos é um meio de divulgação potente e suficiente para proporcionar boa visibilidade.





# REPRODUÇÃO DA MARCA

## 6.1 Versão Monocromática



## 6.2 Formas Incorretas de Uso



## 7.1 Registro.br

Um domínio é um como se fosse um endereço que as pessoas utilizam para achar onde o site se encontra na web.



lingmone.com.br  
Domínio **disponível** para registro.

---

R\$ 40,00  
por 1 ano

~~R\$ 80,00~~  
R\$ 76,00  
por 2 anos

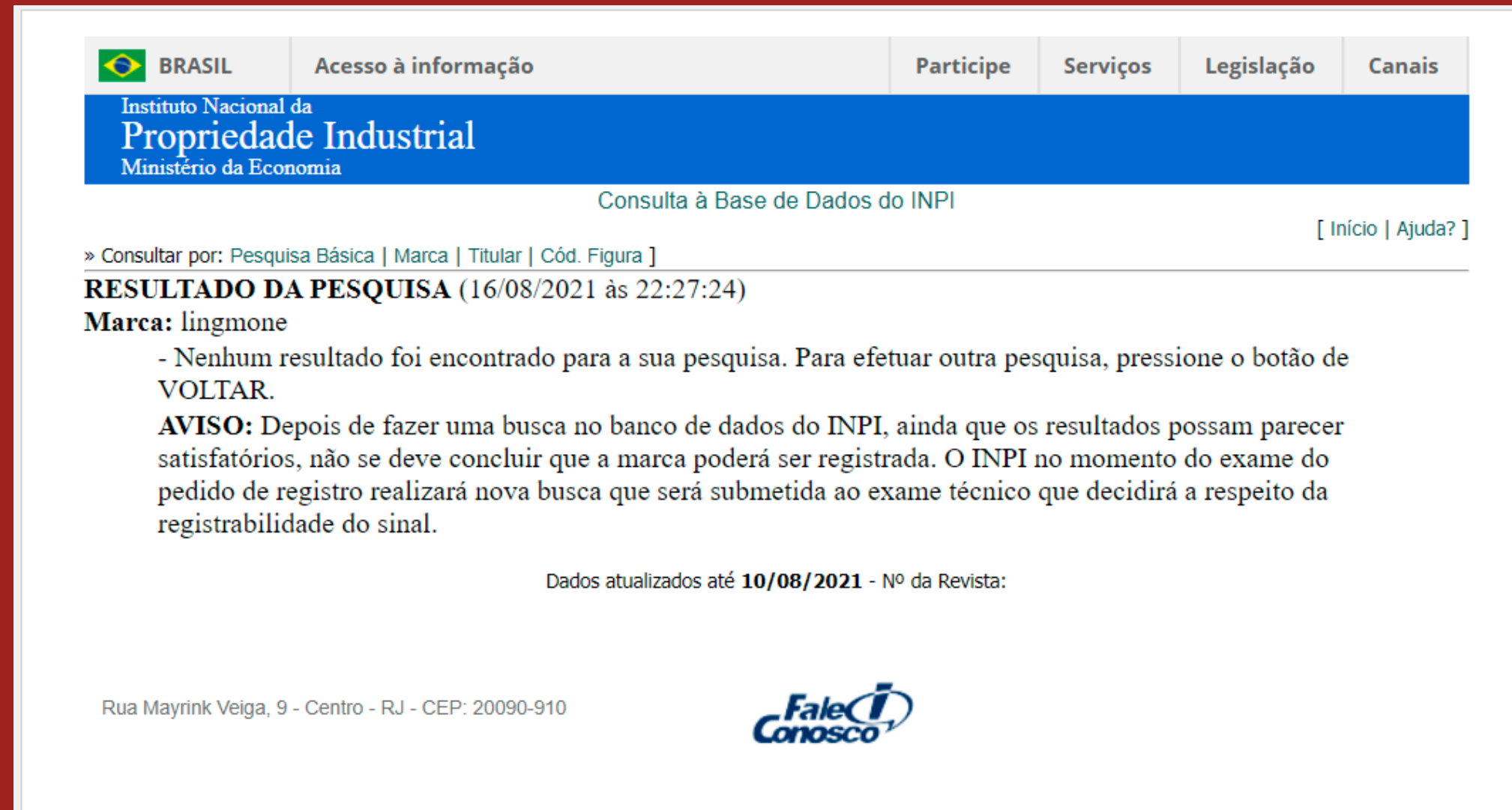
~~R\$ 200,00~~  
R\$ 184,00  
por 5 anos

» outros valores

REGISTRAR

## 7.2 INPI

O registro da marca é essencial. Quem não registra não é proprietário.



The screenshot shows the INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial) website interface. At the top, there is a navigation bar with the Brazilian flag and the text 'BRASIL', followed by menu items: 'Acesso à informação', 'Participe', 'Serviços', 'Legislação', and 'Canais'. Below this is the INPI logo and the text 'Instituto Nacional da Propriedade Industrial' and 'Ministério da Economia'. The main heading is 'Consulta à Base de Dados do INPI' with a link '[ Início | Ajuda? ]'. Below the heading, there is a search filter: '» Consultar por: Pesquisa Básica | Marca | Titular | Cód. Figura ]'. The search results are titled 'RESULTADO DA PESQUISA (16/08/2021 às 22:27:24)'. The search term is 'Marca: lingmone'. The results show: '- Nenhum resultado foi encontrado para a sua pesquisa. Para efetuar outra pesquisa, pressione o botão de VOLTAR.' Below this is an 'AVISO' (Warning) stating: 'Depois de fazer uma busca no banco de dados do INPI, ainda que os resultados possam parecer satisfatórios, não se deve concluir que a marca poderá ser registrada. O INPI no momento do exame do pedido de registro realizará nova busca que será submetida ao exame técnico que decidirá a respeito da registrabilidade do sinal.' At the bottom, it says 'Dados atualizados até 10/08/2021 - Nº da Revista:'. The footer contains the address 'Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910' and the logo 'Fale Conosco'.



## 8

### 8.1 O Projeto LIDERE Brand

O presente Brand Book refere-se a uma proposta desenvolvida para a empresa Lingmone, durante o Projeto LIDERE Brand que foi desenvolvido pelo Laboratório de Inovação em Desenvolvimento Regional e Empreendedorismo (LIDERE), do Instituto Federal de Santa Catarina – Câmpus Lages, no âmbito do Edital IF Mais Empreendedor, promovido pela SETEC/IF Sul de Minas/FADEMA.

A proposta foi desenvolvida por uma equipe de seis bolsistas vinculados ao Curso de Pós-graduação em Marketing e ao Curso Técnico em Administração sob orientação de quatro professores do IFSC Lages.

O projeto ocorreu entre os meses de junho e novembro de 2021.

### 8.2 O LIDERE

O Laboratório de Inovação em Desenvolvimento Regional e Empreendedorismo - LIDERE é resultado dos esforços de cooperação internacional de suas instituições mantenedoras: Instituto Federal de Santa Catarina - IFSC, Instituto Politécnico de Beja - IPBeja e ORION Parque Tecnológico.

O objetivo geral do LIDERE é realizar pesquisas/investigações científicas e atividades de extensão visando auxiliar no desenvolvimento do arranjo produtivo local das suas regiões de influência (Planalto Catarinense – Brasil e Alentejo – Portugal).

Para mais informações acesse: [www.lidere.pt](http://www.lidere.pt)



## Projeto Lidere Brand

Equipe de autores/bolsistas:

Cláudio Roberto Borragini - Gessica Mendonça Pereira  
Gracielli Azeredo Carvalho - Maria Giullietta Coelho Davila  
Luciano Busato - Rodrigo Schlischting

Orientação:

Prof. Dr. Thiago Meneghel - Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Larisse Kupski  
Prof.<sup>a</sup> M.<sup>a</sup> Marisa Santos Sanson