



CRICTE 2017

XXVIII Congresso Regional de Iniciação Científica e Tecnológica em Engenharia



ANÁLISE DO PONTO DE VISTA DO DESIGN: ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES FEIRANTES DE IJUÍ

Laura Allebrandt

Acadêmica do curso de Design – Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul
lahalleb@hotmail.com

Damáris Siegert

Acadêmico do curso de Design – Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul
siegerdamaris@gmail.com

Diane Meri Weiller Johann

Professora do curso de Design – Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul
diane.johann@unijui.edu.br

Resumo. Este trabalho foi desenvolvido na disciplina de Projeto Integrado II, do curso de Design da UNIJUÍ, e tem como objetivo realizar, a partir do ponto de vista do Design, a análise dos problemas da Associação dos Produtores Feirantes de Ijuí (Aprofeira). Como metodologia foram usados o estudo de caso, estudo de campo e pesquisa bibliográfica. Os principais aspectos analisados são: sinalização e divulgação; embalagens e marca; estrutura e ambiente geral. Através desse trabalho foi possível gerar soluções de infraestrutura e identidade visual que permitirão o melhor aproveitamento de cada espaço dentro da Aprofeira, comunicação e satisfação dos colaboradores e clientes.

Palavras-chave: Diagnóstico. Projeto integrado. Design.

1. INTRODUÇÃO

A tendência da sociedade nos dias atuais é buscar cada vez mais uma alimentação saudável, o que leva um grande número de consumidores a se voltarem para as tradicionais feiras de produtos naturais e

caseiros. A Associação dos Produtores Feirantes De Ijuí (Aprofeira), localiza-se no centro da cidade de Ijuí/RS, foi fundada em 1992 e atualmente conta com 44 associados, sob a presidência de Lenir Maria Raduns.

A Aprofeira oferece aos moradores da região a venda de hortigranjeiros, doces, panificados, embutidos, entre outros tantos alimentos produzidos com toda dedicação para seus consumidores, e, eventualmente, venda de artesanato, flores e peixes.

O espaço é frequentado por variados tipos de clientes (como público geral, mercados e restaurantes), e exige que sejam feitas adequações aos mesmos, bem como melhorias que afetam direta e indiretamente nas suas decisões de compra. Um ambiente de trabalho que tenha um fluxo de negócios produtivo e satisfatório exige planejamento e pequenos cuidados que fazem toda a diferença.

Tendo isto em vista, o objetivo deste trabalho, feito na disciplina de Projeto Integrado II do Curso de Design da UNIJUÍ, foi realizar uma análise de problema com base metodológica em estudo de caso, estudo de campo e pesquisa bibliográfica, com o intuito de diagnosticar as questões

apontadas através do levantamento e análise de dados. Buscando soluções do ponto de vista do design, sugerindo melhorias na marca, nas embalagens, sinalização e também na estrutura do local de atendimento. Com a intenção de aplicar esta proposta de forma que o objetivo possa ser alcançado da melhor maneira possível, dentro dos requisitos e limitações da Aproveira.

2. METODOLOGIA

Este trabalho foi desenvolvido a partir de pesquisa exploratória, visto que possibilita a reflexão dos mais variados aspectos referentes ao fato estudado. A pesquisa exploratória possui menor rigidez de planejamento, é realizada especialmente quando o tema abordado é pouco explorado e, geralmente, envolve levantamento bibliográfico, entrevistas e estudos de caso. Portanto, foi utilizada a modalidade de estudo de caso, estudo de campo e pesquisa bibliográfica.

O estudo de caso viabiliza um estudo “profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento” [1], bem como um “delineamento mais adequado para a investigação de um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto real” [1].

O estudo de campo caracteriza-se pela busca de informações e conhecimentos sobre um problema que requer uma resposta. A coleta e análise de dados fundamenta-se na observação de fatos no próprio local em que ocorrem. Investiga um grupo ou comunidade e a interação entre seus componentes, através de, além da observação, análise de documentos, entrevistas, filmagem, fotografias, etc.

A pesquisa bibliográfica é feita a partir de materiais já elaborados, de preferência compostos por livros e artigos científicos. E permite ao pesquisador “a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente” [2]. A partir desse método,

pode-se buscar referências que ajudarão a diagnosticar a Aproveira com maior profundidade, unindo o conhecimento adquirido na vida acadêmica com estudos já realizados acerca dos pontos estabelecidos como principais para tal diagnóstico e, conseqüentemente, obter a melhor solução para os problemas analisados.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Inicialmente foi feito um briefing (reunião com representantes da Aproveira e alunos da disciplina para coleta de informações referentes ao projeto) para elencar os problemas apresentados pelos feirantes. A turma foi dividida em 3 grandes grupos para focarem nos seguintes tópicos: 1) Grupo de sinalização e divulgação; 2) Grupo de embalagens e marca; 3) Grupo de produto, para melhorias nos estandes e ambiente geral.

Em seguida, realizamos o primeiro estudo de campo, analisando o local vazio, ou seja, sem os feirantes, os produtos e o público. Nessa primeira visita foi possível realizar medições dos espaços e prospectar mudanças no ambiente. Enquanto na segunda visita, podemos observar o funcionamento da feira, a disposição dos produtos, o comportamento dos clientes e a relação feirante-cliente. A partir da coleta desses dados e dos apontamentos realizados por cada um dos grupos, orientados pela professora da disciplina, iniciamos a análise dos problemas e suas possíveis soluções.

Grande parte dos problemas apontados são relativos a falta de estratégia, outros por não representarem de forma correta a idealização do cliente com relação aos seus serviços, e também há os problemas relacionados a ergonomia de local de trabalho. Foram, então, identificadas as seguintes necessidades, acompanhadas das soluções propostas por cada grupo:

- a) Sinalização: Nota-se que há poucos lugares com sinalização adequada, cuja falta acarreta, principalmente, na dificuldade por parte dos clientes em se

localizarem no ambiente e obterem informações claras sem depender dos feirantes. Para resolver essa questão, o grupo 1 propõe uma sinalização padronizada das entradas, estacionamento, banheiros, museu, identificação dos estandes, área do artesanato, e peixaria. (Fig. 1)

Figura 1 –Placas de sinalização.



Fonte: grupo 1.

b) Falta de divulgação da Aproveira: tal problema pode ser resolvido com o uso de mídias sociais (além de rádios e jornais) para a divulgação dos serviços, como sugerido pelo grupo 1, pois é uma ferramenta acessível e de fácil utilização, que pode resolver estrategicamente a divulgação de conteúdo, trazendo uma maior visualização no mercado competitivo.

c) Redesign do logotipo: o posicionamento da Aproveira deve ser traduzido em todos os pontos de contato entre a marca e o consumidor. O logotipo é a representação de todos os valores idealizados, porém, em alguns momentos, o logotipo pode ficar desatualizado e o posicionamento da marca ou o próprio mercado podem mudar. O redesign proposto pelo grupo 2 (pode ser visto na fig. 1) auxilia futuramente a aplicação da marca e seu reconhecimento dentro do mercado.

d) Embalagens: percebe-se que a maioria dos produtos não possui embalagem ou rótulo, identificação do feirante (ou da Aproveira) e nem padronização. Para tanto, foram feitas etiquetas, adesivos e fitas para os produtos (pães, cucas, bolachas, verduras, legumes, frutas, geleias, embutidos, garrafas de leite e sucos). O conceito que o grupo 2 apresenta (Fig. 2) é que as embalagens continuem parecendo “coloniais”, porém, padronizadas para que haja uma apresentação adequada ao cliente.

Figura 2 –Etiquetas.



Fonte: grupo 2.

e) Estandes: identificou-se a necessidade do uso de banquetas para os expositores por questões ergonômicas; modificações no material da bancada de produtos para uma apresentação mais higiênica e profissional; espaço para guardar objetos pessoais; e formas de usar o espaço vertical do estande que é pouco explorado. Assim, o grupo 3 traz como opções banquetas que podem ser guardadas embaixo do balcão; reforma, pintura e acabamento na bancada; gaveta com chave; a substituição do quadro verde por nichos e expositor vertical feito de paletes. (Fig. 3)

Figura 3 – Propostas de modificações nos estandes.



Fonte: grupo 3.

f) Ambiente geral: a partir do ponto de vista dos clientes e das demandas dos associados, foi sugerido uma melhoria no espaço do artesanato; um museu/exposição contendo objetos antigos representando cada família associada, para valorizar a história dos mesmos; espaço de convivência (mesas, bancos e reservatórios de água quente e fria); um local específico para os carrinhos de supermercado, para uma melhor organização e fácil identificação para os clientes; reforma da pia do espaço destinado à peixaria; e uma lixeira seletiva pela posição de responsabilidade ecológica. (Fig. 4)

Figura 4 – Proposta dos ambientes gerais.



Fonte: grupo 3.

4. REFERÊNCIAS

[1] GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. - São Paulo: Atlas, 2002, p. 54.

[2] GIL, Antônio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. São Paulo: Atlas, 1998, p. 50.

[3] MUNARI, Bruno. Das coisas nascem coisas. 1ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998. 372 p.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao finalizar o processo de criação verificou-se um leque de possibilidades para cada necessidade apontada, buscando a satisfação dos colaboradores da Aproveira.

Concluímos que o método de criação e geração de ideias foi um aprendizado importante no decorrer da disciplina de Projeto Integrado II, tendo em vista a utilização dos conhecimentos adquiridos durante os semestres anteriores, buscando aplicar da melhor forma uma solução para os problemas do ponto de vista do Design.

Ao final do desenvolvimento de cada etapa, foi possível gerar soluções que permitirão o melhor aproveitamento de cada espaço dentro da Aproveira, satisfação dos colaboradores e clientes, sendo possível transformar este local de forma completa trazendo melhorias de infraestrutura e melhorias gráficas derivadas da marca aplicadas diretamente aos produtos. Pôde-se perceber como o Design é um aliado positivo quando aplicado da forma correta em um ambiente comercial.