

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXVI Seminário de Iniciação Científica

**DESENVOLVIMENTO DE EMBALAGEM PROMOCIONAL SUSTENTÁVEL:
ESTUDO DE CASO DA STARBUCKS¹
DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE PROMOTIONAL PACKAGING:
STARBUCKS CASE STUDY**

Angela Costella Bertei², Eduardo Cristiano Siqueira Da Silva³

¹ Ensaio Teórico Desenvolvido no Componente Curricular de Ecodesign e Sustentabilidade no Curso de Design da Unijuí

² Acadêmica do Sétimo Semestre do Curso de Design do DCEEng (Departamento de Ciências Exatas e Engenharias) / UNIJUI, angelacostelladesign@gmail.com

³ Acadêmico do Sétimo Semestre do Curso de Design do DCEEng (Departamento de Ciências Exatas e Engenharias) / UNIJUI, csdasilva.eduardo@gmail.com

INTRODUÇÃO

De acordo com Manzini e Vezzoli (2002), a embalagem/produto deve atender à alguns requisitos ambientais para ser considerada sustentável, como: economizar os recursos não-renováveis, evitar o acúmulo de lixo que não seja biodegradável e pensar em um ciclo finito, assim como a própria natureza pensa. Essa propriedade deve estar ainda presente em todas as etapas da concepção de um produto, desde a coleta da matéria-prima à distribuição e descarte da mercadoria. Assim, é dever do designer procurar adequá-las da melhor forma possível, reduzindo impactos e atendendo às necessidades do consumidor. Felizmente, podem ser buscadas alternativas como a redução do consumo de materiais não-recicláveis e também de recursos como reduzir, reutilizar e reciclar, os famosos 3 R's. Para Negrão e Camargo (2008, p.284): "[...] Embora hoje já existam no Brasil estudos avançados sobre embalagens comestíveis, precisamos evoluir muito e seguir exemplos de países que, há muito tempo estão reduzindo o consumo de materiais não-recicláveis, fazendo uso, inclusive de leis [...]." Ainda os mesmos autores (2008, p. 285) defendem os 3 R's, explicando sua relevância: "[...] Tais medidas não tem impacto apenas no meio ambiente, também promovem reflexos na economia e na qualidade de vida das populações que estão próximas aos centros produtivos ou se relacionam à ele de maneira indireta [...]."

Através desse contexto específico, foi desenvolvida uma embalagem funcional, sustentável e promocional. Dessa forma, foi projetado um kit em comemoração ao "mês do café", utilizando-se a marca Starbucks como estudo de caso. O mesmo tem o papel de, além de acomodar, acondicionar e transportar 2 xícaras colecionáveis e 20 sachês de café solúvel, ser prático, versátil e ainda reutilizável, já que a caixa externa acaba se transformando em "sacola", o que dispensa o uso de sacolinha plástica adicional.

METODOLOGIA

Em conformidade com os objetivos propostos nas disciplinas de Ecodesign e Sustentabilidade

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXVI Seminário de Iniciação Científica

e Projeto de Embalagem, as metodologias utilizadas foram Platcheck (2012), Manzini e Vezzoli (2002), Negrão e Camargo (2008) e Mestriner (2001 e 2002), já que são pertinentes ao tema abordado. Por meio da última metodologia também realizou-se pesquisa de mercado a fim de descobrir/entender como a embalagem se comportaria na gôndola, já que a Starbucks é conhecida apenas por vender o seu produto em cafeterias, ou seja, fora da gôndola comum. Para que isso acontecesse, também se fez necessário conhecer seus concorrentes diretos e indiretos. Além disso, para a criação foram utilizados os momentos práticos em aula. Nesse intervalo de tempo surgiram esboços (rafes) que serviram para a concretização da ideia final da embalagem.

Fazer a interligação da embalagem com o impacto ambiental, econômico, social e cultural por ela provocado e ainda tratar de assuntos relevantes e pertinentes como as análises do produto, (estrutural, funcional, ergonômica, morfológica, sincrônica, diacrônica e técnica) também se fez necessário.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para atender aos requisitos já comentados anteriormente e manter o foco no estudo detalhado da embalagem promocional criada, tratou-se de responder às questões que diziam respeito aos conceitos - chave do projeto, que são: versatilidade, praticidade, conforto, custo-benefício, estética-funcional, ergonomia, análise sincrônica e diacrônica, estrutural, funcional, ergonômica, morfológica, e técnica, bem como pontos extremamente relevantes do ciclo de vida do produto e em sua repercussão enquanto gerador de lixo para o meio ambiente, de modo a evitar ou procurar diminuir esses impactos ao mínimo. Em conformidade à isso, pensou-se não só no impacto a nível nacional, mas também internacional. O design de embalagem também é responsável por ser um impactante nos âmbitos sociocultural, econômico e ambiental, o que também foi trazido com a devida relevância e aplicabilidade para este trabalho. Com base nessas informações, tanto a embalagem quanto o produto em si passaram pelas análises acima mencionadas.

A análise histórica de similares ou análise diacrônica é aplicada de modo a sabermos como o produto evoluiu ao longo do tempo de existência ou mesmo como ele vem se comportando nesse período. Segundo Platcheck (2012, p. 34): “[...] É sempre relevante tomarmos conhecimento de como o produto em questão evolui, transmuta no transcurso do tempo, caso essa evolução seja aplicável. É uma análise diacrônica do desenvolvimento histórico [...]”. Tomando esses dados como referência e também pesquisas sobre evolução das embalagens da marca escolhida (Starbucks), podemos observar que por se tratar de uma cafeteria, onde os produtos são vendidos apenas no local em questão, ou seja, fora das gôndolas comuns do supermercado, estamos falando de um produto exclusivo e diferenciado, já que o mesmo parte para outro núcleo de atividade e com mais uma especificidade: é vendido em pó e em sachês, o que o faz ser mais prático e versátil. Vale ressaltar que a embalagem da empresa escolhida não teve grandes modificações ao longo de um período significativo, mas sua incorporação gráfica (símbolo) sim, o que, contudo, para o objeto de estudo não se apresenta como um fator de muita importância. Atualmente, e no modelo fictício da

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXVI Seminário de Iniciação Científica

embalagem da Starbucks no Brasil, seus principais concorrentes diretos são os concorrentes de gôndola e os indiretos são outras cafeterias locais ou ambientes que sirvam café.

Com o intuito de fazer um levantamento de similares, Platcheck (2012, p.35) ainda nos diz que: “[...] A ideia aqui é buscar informações sobre soluções existentes para detectar vantagens e desvantagens que estas apresentam e, dessa forma, poder superá-las [...]”. Em consequência disso, a embalagem passou por análises detalhadas, que são: sua complexidade, custos, produção (materiais, processo de fabricação etc.), ergonomia, segurança, estrutura, estética, manutenção, ciclo de vida e também estudos de cores e sua percepção pelo público-alvo por meio dela. Parte extremamente relevante (senão a mais) para uma embalagem é a sua estrutura. Isso, segundo a autora (2012), se resume básica e obviamente à estrutura do produto como um todo. Intrínseco à isso estão atrelados fatores como sistemas de união, ordem e similaridades das partes, matérias-primas e o ciclo de vida do todo e de suas partes. O kit promocional da Starbucks está estruturado por duas caixas (externa e interna) com papel reciclável unido por cola à base de água, e que, quando montado comporta 2 canecas promocionais que trazem curiosidades sobre a bebida. Além disso, o kit também conta com 20 sachês de café, que ficam em um compartimento separado, dentro da caixa interna. A outra, embalagem secundária, protege e transporta o produto. Atrás são colocadas informações obrigatórias por lei, como o peso da embalagem/quantidade, a data de validade do produto, SAC (serviço de atendimento ao consumidor), contatos específicos, e outros.

Com referência à Mestriner (2005, p.53), a embalagem foi desenvolvida em busca de estabelecer conexão visual e coerência gráfica entre seus elementos, fazendo com que todas as partes “conversem” entre si: “[...] Já a cor, embora não seja exclusiva, constitui-se no principal elemento da comunicação, provocando estímulo visual como nenhum outro [...]”. Falando sobre tipografia e composição, o autor (2005, p.58 e p.62), respectivamente, afirma que: “[...] O que o designer de embalagem precisa saber desse assunto é que o tipo de letra escolhida tem influência sobre a maneira como a mensagem é percebida como um todo [...]”. “[...] A diagramação é a arte de dispor os elementos visuais compondo unidades informativas e significantes [...]”. Posteriormente à isso, uma padronagem ou “*Rapport*” foi criada para fazer parte da composição e auxiliar em um bom layout, assim como a tipografia utilizada, com efeito manuscrito, que proporciona exclusividade à embalagem. Por fim, o logotipo “Starbucks” tem o papel de identificar a empresa responsável pelo produto.

A complexidade da embalagem sustentável desenvolvida está automaticamente ligada com a sua estrutura. Negrão e Camargo (2008, p. 266) afirmam que “[...] O papel também deve ter resistência ao rasgo (ensaio elmdorf tear test) e a absorção de água (ensaio cobb test) [...]”. Também é importante ressaltar que, ainda segundo eles, uma propriedade importante desse material é a sua rigidez e ainda que essa característica varia bastante de acordo com a sua espessura (Negrão e Camargo, 2008, p. 267). Por conseguinte, a embalagem promocional foi planejada para utilizar papel reciclável de 250 gramas, para suportar o peso das duas canecas sem comprometer a estrutura da embalagem durante o manuseio/transporte. Junto à isso, o processo produtivo e o ciclo de vida dos materiais giram em torno da sustentabilidade, desde a coleta da

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXVI Seminário de Iniciação Científica

matéria-prima ao descarte do produto. As canecas, por sua vez, apresentam uma vida útil muito mais longa do que o restante da embalagem.

Para Negrão e Camargo (2008, p. 101-102) o preço ou custo “[...] não é só o valor final cobrado do consumidor; é preciso considerar os níveis de preço ao longo de todo o canal de distribuição [...].” Levando-se em consideração de que se trata de uma embalagem promocional, a ideia principal é vender o produto, mesmo que a um custo um pouco elevado. Contudo, esse custo está atrelado ao fato de que o consumidor estará levando para casa duas canecas comemorativas com uma vida útil muito longa, além do produto em si que é o café. Além do mais, também espera-se que a pessoa que o compre, pague e receba pela qualidade e reutilize a embalagem (caixa externa/embalagem secundária) após a compra.

Por fim, os estudos detalhados da embalagem mostram que houve um planejamento na escolha das cores, tipografias e estrutura da parte gráfica em geral, a fim de convencer o consumidor de que este produto é melhor do que os outros que estão na gôndola. O projeto da embalagem foi desenvolvido com ênfase na sustentabilidade pela escolha de materiais que visam não agredir o meio ambiente e/ou são pensados para serem reutilizados. Isso se comprova na escolha do papel reciclado e nas tintas e cola a base d’água. Conforme figura 1 é possível observar o resultado final do *Mock Up* do kit promocional Starbucks.

Figura 1 - *Mock Up* do kit promocional



Fonte: dos autores

CONSIDERAÇÕES FINAIS

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXVI Seminário de Iniciação Científica

O *Mock Up* proposto atende aos requisitos necessários enquanto for essa a categoria, o que significa dizer que se o mesmo se transformar em protótipo deverão ser avaliados alguns parâmetros, tais como a estrutura da embalagem como um todo devido à gramatura do papel ser muito fina. Isso aconteceu porque na localidade de Ijuí - RS não foi encontrado o papel adequado para suportar o peso das duas canecas (no mínimo 250 g). O mesmo acontece com as tintas, ou seja, o *Mock Up* atende às especificações da proposta. Contudo, para um protótipo a tinta deveria ser melhor selecionada. A cola utilizada é à base d'água, atingindo também aos requisitos básicos. A embalagem como um todo cumpre com o seu papel para com as necessidades do cliente, que são: ser ecologicamente correta e também biodegradável, funcional e estar de acordo com todos os itens atendidos quantos às mais variadas análises que foram feitas, e, além de tudo, é esteticamente agradável, instigando o consumidor para a compra do produto.

Palavras-chave:

Função; Promoção; Produto; Natureza; Análises.

Keywords:

Function; Promotion; Product; Nature; Reviews.

REFERÊNCIAS

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais**. São Paulo: Edusp, 2002.

MESTRINER, Fabio. **Design de embalagem: curso básico**. São Paulo: Makron Books, 2001.

_____. **Design de embalagem: curso avançado**. São Paulo: Makron Books, 2002.

NEGRÃO, C; CAMARGO, E. P. **Design de embalagem: do marketing à produção**. São Paulo: Novatec, 2008.

PLATCHECK, E. R. **Design Industrial: metodologia de ecodesign para o desenvolvimento de produtos sustentáveis**. São Paulo: Atlas, 2012.

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXVI Seminário de Iniciação Científica