

**Evento:** XXV Seminário de Iniciação Científica

**EMBALAGEM PROMOCIONAL SUSTENTÁVEL: CAPPUCCINO GOURMET  
NESCAFÉ E NINHO<sup>1</sup>  
SUSTAINABLE PROMOTIONAL PACKAGING: GOURMET CAPPUCCINO  
NESCAFÉ AND NINHO**

**Yasmim Emília Zangerolami<sup>2</sup>, Carla Gabriela Oliveira Mafalda<sup>3</sup>, Gabrielle  
Dos Santos Wiebbelling<sup>4</sup>, Carlos Alexandre Alves Colomé<sup>5</sup>**

<sup>1</sup> Trabalho realizado na disciplina de Ecodesign e Sustentabilidade do curso de Design da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul - UNIJUI

<sup>2</sup> Aluna do Curso de Design da Unijuí

<sup>3</sup> Aluna do Curso de Design da Unijuí

<sup>4</sup> Aluna do Curso de Design da Unijuí

<sup>5</sup> Professor orientador

## **1 INTRODUÇÃO**

O projeto desenvolvido foi sugerido aos alunos das disciplinas de Projeto de Embalagem e Ecodesign e Sustentabilidade. A proposta tratou-se da criação de uma embalagem de produto promocional, sustentável e reutilizável e, para isso, usou-se os conhecimentos obtidos em aula sobre os processos realizados para o desenvolvimento da embalagem e, também, de metodologias projetuais. Tendo em vista tais quesitos, optou-se pelo segmento alimentício.

Hoje, o uso de embalagens não é importante apenas para manter a qualidade e acomodar os produtos. Aliada à estética e à funcionalidade, também é utilizada pelas empresas como ferramenta de marketing, que ajuda a persuadir o cliente na hora da compra. Com o decorrer do tempo fez-se necessário que estas embalagens fossem recriadas de forma inovadora e, isso muda dia após dia devido à variedade de materiais e novas tecnologias existentes. O consumidor torna-se cada vez mais exigente e seletivo, e com isso, destaca-se no mercado quem investe em um design diferenciado.

A boa funcionalidade, o sistema de produção e o consumidor são os principais elementos que o designer deve considerar na elaboração de seu projeto. A embalagem é o primeiro contato visual que o consumidor tem com a empresa e, é através dela que desenvolvem-se ligações emocionais com a marca. Se esta for positiva e agir como fator decisivo, a empresa aumenta a venda de seus produtos e recebe clientes fiéis à sua marca. Um bom exemplo disto são os produtos da Nestlé, que investe na inovação e preocupa-se com a questão ambiental, gerando vínculos com seus consumidores.

A partir disso, desenvolveu-se uma nova proposta de embalagem e produto para a Nescafé. Criou-se uma linha de cafés gourmet e, dentro dela incluiu-se uma edição especial de cappuccino que une duas grandes marcas da Nestlé: Nescafé e Ninho. A embalagem traz conceito de reuso, é limitada e junta-se a tradicional caneca vermelha da Nescafé como um item único para os apreciadores e colecionadores.

## **2 METODOLOGIA**

O presente trabalho apresentou uma metodologia própria baseada nos estudos projetuais

**Evento:** XXV Seminário de Iniciação Científica

desenvolvidos por Elizabeth Regina Platcheck. A autora divide a sua metodologia em quatro etapas principais, as fases da: proposta, de desenvolvimento, de detalhamento e, de comunicação. Já a metodologia deste trabalho se desenvolveu em cinco etapas: a análise I (geral), a análise II (específica), a criação de sketches, a análise III (projeto) e o projeto final. A primeira etapa equivale-se a fase da proposta definida por Platcheck. Visa identificar o cliente, bem como o problema, e contextualizar de forma geral o projeto. A análise II, leva em consideração os pontos específicos necessários para o projeto, como o levantamento da paleta de cores usuais, formas utilizadas pela empresa, materiais, entre outros.

A etapa de criação de sketches sintetiza e materializa os dados levantados e analisados nas duas primeiras etapas. A análise III, por sua vez, é responsável pelo detalhamento de questões passíveis de pesquisa que surgem eventualmente dos sketches realizados até então. Nesta fase, são analisados novamente os materiais que serão utilizados.

Por fim a etapa do projeto final trata-se de uma síntese do projeto, formada pelo conjunto de ficha técnica dos materiais aplicados, desenho técnico da embalagem, rótulo final, e outros documentos que eventualmente poderão ser anexados a fim de complementar a apresentação do projeto final. Vale destacar que, a principal contribuição de Platcheck para o presente trabalho deu-se através de conceitos sustentáveis que a autora apresenta em sua obra, tais como o ciclo de vida das matérias-primas, os tópicos relacionados a restrição e a questões legais (em especial por tratar-se de produto alimentício), bem como o conceito de design orientado a manutenção.

### **3 RESULTADOS E DISCUSSÕES**

O Brasil é o país com a maior produção de café do mundo, sendo o segundo que mais o consome. Entre seus diversos tipos, o preferido para uso no lar ainda é o coado puro, utilizando o coador de pano ou o filtro de papel e, é tomado em qualquer momento tanto por seus benefícios a saúde quanto apenas pela apreciação de seu sabor.

Diferente de antigamente quando o café era consumido em sua grande parte pelo público mais velho, hoje em dia é possível notar que ele vem conquistando os jovens. Tomar um “cafézinho” após acordar, depois do almoço ou da janta torna-se indispensável pela maioria dos indivíduos e, sua grande variedade de grãos, com sabores e intensidades diferentes possibilita ainda mais o crescimento de sua produção e consumo. Consequentemente, com o aumento, a fabricação de embalagens voltadas à esse público tende a desenvolver-se e modificar-se com grande frequência, pois na hora da compra o design da embalagem, tanto no formato do produto quanto em sua arte gráfica, é um aspecto decisivo muito bem avaliado pelo cliente que busca por informações como o tipo de café, quantidade, composição e outros que antes não eram observados. Dessa forma, optou-se pela Nescafé, que é uma das marcas mais conhecidas e apreciadas por sua qualidade.

Sendo a primeira marca de café instantâneo a aparecer no mercado, garantindo praticidade e qualidade no preparo da bebida, Nescafé traz como um de seus conceitos o café como o início de novas conexões, boas amizades e relacionamentos, criando um mundo de grandes experiências. Além de tudo, a Nescafé tem a consciência das ameaças que ocorrem devido a alterações climáticas, doenças na lavoura e tantas outras. Se importam com os impactos ambientais e trabalham para reduzi-lo, usando para tanto refrigeradores limpos e naturais, convertendo resíduos e utilizando fontes de energia limpa.

A marca reinventa-se, torna-se moderna e lança regularmente promoções que trazem junto à seus produtos uma caneca. Até agora todas apresentam simplicidade em seu formato, porém a mais

**Evento:** XXV Seminário de Iniciação Científica

famosa delas é a vermelha, que tornou-se ícone da Nescafé.

Liderando a categoria de leite em pó integral, Ninho é conhecido por ser sinônimo de segurança e tranquilidade no desenvolvimento das crianças. Também destaca-se por ser referência em nutrição, bem-estar e saúde e, com isso, carrega consigo conceitos de carinho e amor materno. Embora o leite em pó esteja ligado com a alimentação infantil, ainda há público de faixa etária elevada que possui preferência por ele, e não pelo instantâneo que assemelha-se ao leite fresco e é indicado aos adultos.

A empresa optou por unir a Nescafé ao leite em pó Ninho para criar um cappuccino com sabor inigualável e alta qualidade que só a Nestlé oferece, em uma edição especial para o inverno 2017. Para adquirir a cremosidade do tradicional cappuccino, na hora do preparo indica-se bater uma colher de chá de água com o conteúdo disponível.

A ideia para a criação da embalagem deu-se a partir da inspiração na caneca ícone da Nescafé. Sendo uma linha gourmet sofisticada, desenvolveu-se uma embalagem para abrigar apenas um sachê com o composto, como forma de degustação e apreciação do produto. Diferente das outras promoções que traziam a xícara juntamente com o vidro de café, esta apresenta seu conteúdo dentro da própria xícara. Tem como foco preparar a bebida dentro dela, após saborear pode ser reutilizada para o preparo de outros cafés e, principalmente, o consumidor adquire um item exclusivo e colecionável para juntar-se as outras variadas canecas Nescafé.

Essa nova proposta traz um formato específico, distinguindo-se das outras canecas, pois optou-se por um modelo exclusivo e moderno. Sua forma curvilínea segue o padrão de inclinação do acento utilizado no novo logotipo da Nescafé que, também é utilizado na forma da “alça” da caneca ícone. Para a nova “alça” criou-se um design mais alongado com base no acento; para o bocal buscou-se inspiração na forma dos grãos de café e, ainda, manteve-se a inclinação utilizada; na parte inferior da xícara colocou-se o logotipo da Nescafé em alto relevo para manter sua identidade; o conteúdo vem acondicionado em um sachê dentro da xícara. Além da xícara, a tampa de fechamento da embalagem, que segue o padrão do bocal, transforma-se em um pires para ser usado na base da xícara. Sua aparência jovial e ousada também traz a sofisticação, elegância e requinte que o consumidor apaixonado por cafés de qualidade e apreciador de cozinhas gourmet procuram.



**Figura 1 - Formato final da xícara (simulação de imagem publicitária)**

Para a fabricação da embalagem fez-se uso de vidro temperado por possuir resistência mecânica

**Evento:** XXV Seminário de Iniciação Científica

superior ao vidro comum e resistência à altas temperaturas. Se quebrado, fragmenta-se em pedaços pequenos e menos cortantes; para o sachê interno (9,5cm de altura e 3,5cm de largura) utilizou-se folha de alumínio, sendo ele um material muito indicado para embalar alimentos por preservar suas propriedades, aumentar a vida útil, possuir boa resistência, maleabilidade e leveza. O alumínio utilizado em embalagens é 100% reciclável, e utiliza 95% a menos de energia em relação à produção do alumínio primário; para o lacre preferiu-se usar o bioplástico por ser derivados de produtos vegetais e animais, tais como a celulose, amido e outros. Sendo assim degrada-se sob condições comuns no meio ambiente ao ser descartado para o lixo, sendo que os fragmentos resultantes são digeridos com maior facilidade por bactérias e fungos da natureza; por fim, para a criação do rótulo o papel reciclado destaca-se pelo seu aumento do tempo de vida e maximização do valor extraído das matérias-primas, diminuição de resíduos depositados em aterros e economia de energia na fabricação.

Para o rótulo buscou-se seguir um padrão de arte que não fugisse dos conceitos normalmente utilizados pela Nescafé. Contém informações nutricionais, modo de preparo, o conceito da embalagem promocional e outras informações obrigatórias. O mesmo terá impressão offset em papel reciclado seguindo as exigências de diminuição de impactos e resíduos à natureza. Na frente e verso, reuniram-se os logotipos da Nestlé, Nescafé e Leite Ninho, que representam a promoção. Dentro foram distribuídas as demais informações citadas acima.

Para todos os começos,  
**NESCAFÉ**  
*Cappuccino*

Agora com  
Leite Ninho

**Nestlé**

50g

Nescafé+Ninho - Cappuccino é uma edição especial e limitada que juntou dois dos maiores sucessos da Nestlé em uma embalagem promocional que visa ser sustentável diminuindo seus impactos na natureza.

**Modo de Preparo**  
Despeje o conteúdo do sachê na xícara, adicione 1 colher de chá de água e bata até ficar cremoso.  
Complete com água quente e aproveite o sabor inigualável da edição especial Nescafé+Ninho - Cappuccino. Já vem adoçado.

**Ingredientes:** Açúcar, Leite em Pó Integral, Leite em Pó Desnatado, Café Solúvel, Soro de Leite em Pó, Carbonato de Cálcio, Aromatizante, Espessante Goma Xantana e Emulsificante Lecitina de Soja.

Contém Glúten

| Tabela Nutricional                                     |                       |                    |
|--------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------|
| Informação Nutricional Porção 20g (2 colheres de sopa) | Quantidade por porção | %VD <sup>(*)</sup> |
| Valor Energético                                       | 75 kcal - 315 kJ      | 0,04               |
| Carboidratos                                           | 15 g                  | 0,05               |
| Proteínas                                              | 2,5 g                 | 0,03               |
| Gorduras totais                                        | 0,7 g                 | 0,01               |
| Gorduras saturadas                                     | 0,4 g                 | 0,01               |
| Gorduras Trans                                         | 0 g                   | **                 |
| Fibra alimentar                                        | 0,2 g                 | 0,01               |
| Sódio                                                  | 41 mg                 | 0,02               |

(\*) Valores diários de referência com base em uma dieta de 2.000 kcal ou 8.400 kJ. Seus valores diários podem ser maiores ou menores dependendo de suas necessidades energéticas. (\*\*) VD não estabelecido.

**Figura 2 - Rótulo frente e verso**

Quanto a escolha das tipografias, foram utilizadas duas para os textos. A fonte Lie To Me, com um traço mais cursivo, lembrando um manuscrito, foi utilizada justamente por lembrar algo feito à mão, com carinho. Ela transmite leveza, e de fácil leitura e compreensão e possui um peso médio o que equilibra o contraste entre os demais elementos de escrita. E a Franklin Gothic Book apresenta linhas limpas por não possuir serifa, o que também facilita sua legibilidade e foi utilizada para os demais textos e informações contidas no interior do rótulo.

As cores incorporadas ao projeto aplicam-se ao rótulo e sachê, pois o vidro e lacre externo são transparentes. Foram preferencialmente escolhidas as cores vermelho, preto, branco, prata e um toque de amarelo; fez-se uso do vermelho juntamente com o preto para criar um degradê harmonioso para o fundo do rótulo, mantendo a cor usual e as características da marca Nescafé; o branco encontra-se na tipografia, no logo da Nestlé e Nescafé, na xícara utilizada como marcador

**Evento:** XXV Seminário de Iniciação Científica

indicando o modo de preparo e no selo indicativo de quantidade de produto para criar contraste e clareza junto com a organização; o amarelo é apresentado apenas para identificação do logotipo do leite em pó Ninho, que prende a atenção do consumidor neste ponto específico do layout com o intuito de mostrar que a edição gourmet e limitada do Cappuccino agora conta com a excelência de Ninho; o prata obteve-se através da folha de alumínio para o sachê, que não interfere no visual externo, portanto, decidiu-se mantê-lo assim para eliminar maiores usos de matéria-prima diferenciada; ao vidro não foi atribuído cores, prefere-se utilizar sua transparência como fator positivo à embalagem, remete à sofisticação, modernidade e elegância, além de agregar valor ao produto por estar relacionado à qualidade.

#### **4 CONCLUSÕES**

Desta forma, buscou-se realizar uma embalagem inovadora, sofisticada e elegante que após o consumo do produto possa ainda ser reutilizada. Atendeu-se as exigências quanto redução de impactos ambientais e diminuição na produção e descarte de resíduos na natureza, estimulando os consumidores a criar uma consciência ambiental através de uma ação promocional.

Ainda dentro do conceito de inovação, o projeto reuniu duas grandes marcas de qualidade em uma promoção limitada. O qual resulta em um produto inovador que estará disponível durante a temporada de inverno, o que sugere uma ótima degustação para os amantes do bom café.

A xícara em sua versão final conseguiu atender às expectativas de design e funcionalidade, trazendo ao mercado um novo viés de produto moderno e sofisticado, focado no público jovem. Esse que é a porta de entrada para a fidelização de novos consumidores à marca, representando novas possibilidades de mercado para a empresa.

A partir desse projeto colocou-se em prática os conceitos estudados em aula, possibilitando ao acadêmico uma visão do mercado de trabalho. Fato esse que contribui para a formação profissional de um designer, principalmente pela demanda de embalagem focar na questão sustentável.

**5 PALAVRAS-CHAVE:** Design; Ecodesign e Sustentabilidade; Projeto de Embalagem; Café; Metodologia Projetual.

#### **6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

PLATCHECK, Elizabeth Regina. **Metodologia de Ecodesign para o desenvolvimento de produtos sustentáveis**. 2003. 110 f. Dissertação (Mestrado Profissionalizante em Engenharia com ênfase em Engenharia Ambiental e Tecnologias Limpas) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Disponível em . Acesso em 14.05.17.