



## PRINCIPAIS TEMAS DO DESIGN

### Design Gráfico

Soluções de comunicação visual. Compreende as noções de projeto gráfico, identidade visual, projetos de sinalização, design editorial etc.

### Design de Produto

Soluções estéticas formais, de funcionalidade, de tecnologias, de âmbito emocional, de uso, de processos e soluções de produção aplicadas a um produto ou a um sistema ou conjunto de produtos.

### Design de Ambientes

Soluções estéticas, técnicas e funcionais voltadas à experiência do usuário, aplicadas em qualquer ambiente.

### Design de Serviços

Soluções de experiências de uso, de funcionalidade, de âmbito emocional e soluções de processos aplicadas a um serviço ou sistemas de serviços.

### Design Digital

Elementos visuais desenvolvidos para interfaces e plataformas digitais com foco na interação e usabilidade.

### Design Estratégico

Aplicação dos princípios do design para apoiar processos de tomada de decisão, a fim de aumentar as qualidades inovadoras e competitivas de uma organização.

Fonte: **ABNT NBR16516**.

## SEBRAETEC

O Sebraetec viabiliza aos pequenos negócios o acesso a serviços tecnológicos e de inovação. Visa a melhoria de processos, produtos e serviços, e a introdução de inovações nas empresas e mercados. Uma das áreas atendidas é o Design.

Para saber mais acesse:  
[www.sebrae.com.br/sebraetec](http://www.sebrae.com.br/sebraetec).

## O sucesso da Marithimu's (SC)

#designgrafico #comunicacaovisual #designdeproduto

A Marithimu's Especialidade do Mar foi idealizada em 2006, pelos biotecnólogos Marcelo Wippel da Silva, Muriel Deon do Amaral e Cristhiane Leite Krueger. A ideia do negócio era focada no beneficiamento de frutos mar da região de Garuva (SC). Em 2008, a atuação da Marithimu's era limitada a apenas um produto: ostras defumadas, distribuídas no mercado local.

Apesar do potencial, o produto não tinha muita saída, pois os consumidores achavam caro. O desafio era, então: **como fazer para que o cliente percebesse o alto valor que o produto possuía?**

Em 2009, iniciou-se a identificação de uma série de problemas. A embalagem não agregava valor ao produto, nem mesmo comunicavam suas possíveis formas de consumo. Os consumidores não entendiam o preço e, com isso, o produto não tinha saída. Ademais, a visibilidade do conteúdo era comprometida pelo rótulo, e não havia dispositivos de segurança na embalagem – ques-

tões esperadas pelo consumidor quando o assunto é frutos do mar.

Para reverter esta situação, os sócios contrataram os serviços de um profissional de design, que também iria propor uma nova marca. A pedido dos sócios, o desenho deveria ter traços mais finos e elegantes, que transmitissem a ideia de um produto refinado e de qualidade. Após algumas alternativas, testes ergonômicos e estudos de viabilidade, o novo design foi escolhido. Com ele, os produtos chamam mais atenção e o cliente consegue fazer a correta associação de valor entre promessa e entrega. Por conta de seu formato, o empilhamento também foi melhorado, tornando a exposição no ponto de venda mais fácil.

Com a mudança, houve um aumento de 60% nas vendas e 20% no número de clientes conquistados. As novas embalagens também trouxeram à empresa o Prêmio ABRE de Embalagem Brasileira, na categoria Embalagem de MPes.



ANTES



DEPOIS