



## 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 Cativa Natureza (PR)

#designgrafico #comunicacaovisual #designdeproduto

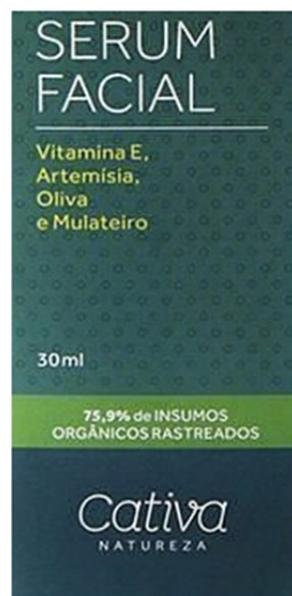
A Cativa Natureza foi a primeira loja nacional especializada na venda de cosméticos com insumos orgânicos rastreados. A proprietária, Rose Bezecry, explica que a empresa define seus produtos dessa forma, pois não existe ainda uma inscrição normativa do que seriam cosméticos orgânicos. Por suas características, os produtos Cativa Natureza não possuem cheiro, forma e cor semelhante aos concorrentes. Mesmo com um bom projeto, a marca não foi bem aceita pelos consumidores no início da empresa. Foi então que a criação de uma marca para o novo negócio se fez necessária e, para superar o desafio, Rose investiu em comunicação. **Como encantar o consumidor e explicar que ele realmente está comprando o verdadeiro cosmético natural, que possui “a alma da planta”?**

Para passar ao cliente a certeza de que as matérias-primas são naturais, a Cativa Natureza possui duas certificações. A primeira delas é a IBD – Certificação a qual atesta que os insumos naturais são de origem orgânica, de extrativismo e de mercado justo. A segunda é o Tecpar – Instituto de

Tecnologia do Paraná, que avalia o processamento dos produtos orgânicos, garantindo que os produtos chegam ao consumidor sem contaminação química.

Na Cativa tudo é trabalhado para apresentação de informação precisa, reforçando os benefícios e qualidade dos produtos: desde o momento que a cliente entra na loja e interage com os produtos expostos, até o seu acesso ao site da marca. Se comparados com uma plantação, diríamos que os produtos da empresa não possuem agrotóxicos. Totalmente naturais, eles não contêm químicas sintéticas. Este é o diferencial da Cativa Natureza.

Depois de ter conquistado os clientes, a Cativa não parou de crescer. A empresa também passou a ter quatro lojas, sendo duas franquias. Além disso, por meio do investimento em design, o público que antes era focado em alérgicos ou quem possui doenças de pele, aumentou: agora a marca também atrai aqueles que possuem consciência ambiental e que apreciam não apenas o produto, mas também o seu conceito.



### AUTORIA

Carolina Pizzato Girardi  
Gisele Raulik Murphy  
Guilherme Hobi  
Sara Sanchez de Christiano

### EQUIPE TÉCNICA

Hyrly Marianna Silva  
Tajla Medeiros

### SOBRE A EMPRESA

Cativa Natureza  
[www.lojacativa.com.br](http://www.lojacativa.com.br)  
[vendas@cativanatureza.com.br](mailto:vendas@cativanatureza.com.br)  
(41) 3088-0421