



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 subsidiar 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.

O sucesso da Campo Largo Sucos (PR)

#designdeproduto

A Campo Largo Sucos faz parte do Grupo Família Zanlorenzi, que possui 70 anos de história e vasto portfólio com mais de 80 produtos, com destaque para o vinho. Apesar da força da marca, em 2007, a Campo Largo Sucos enfrentou o seguinte dilema: **como reverter o baixo faturamento dos sucos de uva?**

Por meio de pesquisas realizadas por escritório de design, constatou-se que investimento em suco livre de conservantes era oportunidade para a empresa. Para o novo produto, uma nova embalagem foi desenvolvida, com formato mais elegante e o conceito “uva e nada mais”. Com a nova proposta, o produto teve um aumento de 65% nas vendas e 89% no faturamento em apenas quatro meses.

Com os bons resultados, a Campo Largo Sucos investiu em outros tipos de suco – e em novo projeto de embalagem. No novo rótulo, cores fortes e traços simples e retos. A palavra “puro” foi acrescentada para

ênfasis o fato de o suco não ter adição de água, açúcar ou conservantes. Pela praticidade e conveniência, as embalagens também foram projetadas para diferentes tamanhos, de 200 ml a 1,5 litro.

A Campo Largo Sucos quer se tornar referência em sucos para a família. A empresa lançou uma embalagem em versão bag in box (BIB), com 3 litros, que é divertida para as crianças (transforma-se em brinquedo) e prática para os adultos (com informações sobre as propriedades do produto e o manuseio da embalagem). A presença do BIB ainda é muito tímida no Brasil. Assim, o processo de desenvolvimento envolveu pesquisas do consumidor, de mercado e de fornecedores; além de testes com o consumidor. A aproximação com o público infantil tornou-se estratégica à marca do grupo.

Com o design presente em toda a sua história, a Campo Largo Sucos segue forte no mercado do Paraná.



AUTORIA

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

EQUIPE TÉCNICA

Hyrly Marianna Silva
Tajla Medeiros

SOBRE A EMPRESA

Campo Largo Sucos
<http://www.meupurosuco.com.br/sucos-integrais/uva/>