



## UNIVERSIDADE EM TRANSFORMAÇÃO: INTEGRALIZANDO SABERES E EXPERIÊNCIAS

2 A 6 DE SETEMBRO/2019



Marque a opção do tipo de trabalho que está inscrevendo:

Resumo       Relato de Experiência       Relato de Caso

### DESENVOLVIMENTO DE UMA EMBALAGEM SUSTENTÁVEL PARA O SETOR VINÍCOLA POR MEIO DE UMA METODOLOGIA SEMIESTRUTURADA COM FOCO EM ECODESIGN

**AUTOR PRINCIPAL:** Igor Bosa

**CO-AUTORES:** Leomar Vanzo, Janine Fleith de Medeiros, Cassiana Maris Lima Cruz

**ORIENTADOR:** Janine Fleith de Medeiros

**UNIVERSIDADE:** Universidade de Passo Fundo

#### INTRODUÇÃO

A embalagem desempenha um importante papel, pois além de servir como proteção contra danos e influências externas, preservando a segurança e a qualidade do produto ao longo de toda a cadeia de distribuição, essa também funciona como ferramenta de marketing, que se bem trabalhada pode alterar a percepção do cliente em relação ao produto (RUNDH, 2005; KARMAUS, OSBORN, KRISHAN, 2018). Em função disso e da crescente demanda dos consumidores por produtos mais sustentáveis, buscou-se por meio da metodologia do design thinking compreender e converter as necessidades dos clientes em atributos a serem integrados ao produto, os quais foram posteriormente avaliados por meio da metodologia do Eco-Re-Design (BOVEA e WANG, 2007), no intuito de estabelecer um equilíbrio entre as demandas ambientais e as demandas dos clientes, assim possibilitando o desenvolvimento de um produto ambientalmente correto e com uma boa capacidade competitiva.

#### DESENVOLVIMENTO:



## UNIVERSIDADE EM TRANSFORMAÇÃO: INTEGRALIZANDO SABERES E EXPERIÊNCIAS

2 A 6 DE SETEMBRO/2019



A metodologia desenvolvida neste trabalho teve sua efetividade posta à prova por meio de aplicação em um caso real de desenvolvimento de produtos, no qual buscou-se desenvolver uma embalagem ecologicamente correta para atender ao setor vinícola estabelecido na região do Vale dos Vinhedos, a qual consistem em uma das mais importantes produtoras de vinhos do país. Ao realizar-se a coleta de informação com os consumidores de produtos provenientes deste setor foi possível constatar uma grande demanda, da parte dos mesmos, por produtos acondicionados em embalagens menos agressivas ao meio ambiente. Além disso, constatou-se por meio desta pesquisa que a maioria das indústrias vinícolas vão totalmente na contramão das demandas de seus clientes, ofertando seus produtos acondicionados em embalagens constituídas por uma série de materiais considerados ambientalmente agressivos. Visto isso, para que fosse possível desenvolver uma embalagem capaz de atender as necessidades dos clientes, e ao mesmo tempo integrar atributos sustentáveis ao desenvolvimento de produtos, elaborou-se uma metodologia semi-estruturada de desenvolvimento de produtos, a qual constrói uma relação entre a abordagem do design thinking, (não estruturada), a qual justifica-se pelo fato de que muitos dos produtos de maior sucesso de mercado originaram-se a partir de um profundo entendimento dos consumidores, utilizando estes insights para inovar e criar valor para o cliente (BROWN, 2008), com metodologias voltadas ao eco design (estruturada), permitindo assim a identificação da melhoria ambiental por meio da aplicação de um índice baseado em análises de valor e de impactos causados nas características do produto. Dessa forma, a metodologia desenvolvida apresenta características de ambas as abordagens em suas etapas. Esta metodologia possibilita, de forma estruturada, identificar e quantificar a relevância para o consumidor de cada um dos atributos do produto, abrangendo completamente o espectro da inovação voltada ao cliente, propiciando o completo entendimento das demandas dos consumidores. Tais demandas são quantificadas e convertidas em insights para o processo de ideação, possibilitando assim a redução das incertezas inerentes ao processo de desenvolvimento de produtos. Dessa forma, a metodologia aqui apresentada possibilita o desenvolvimento de produtos com um profundo embasamento no estudo das demandas dos clientes e direcionado pelo estudo dos impactos ambientais da atual configuração do produto. Dessa forma, essa metodologia permite o desenvolvimento de produtos que atendam às necessidades dos consumidores e que ao mesmo tempo apresentem uma menor carga ambiental, de forma a possibilitar à empresa manter seus atuais clientes por meio da oferta de produtos que atendam às suas necessidades, e além disso, possibilitar o aumento da cartela de clientes por meio da oferta de produtos ecologicamente corretos.



## UNIVERSIDADE EM TRANSFORMAÇÃO: INTEGRALIZANDO SABERES E EXPERIÊNCIAS

2 A 6 DE SETEMBRO/2019



### CONSIDERAÇÕES FINAIS:

A metodologia desenvolvida possibilita o desenvolvimento de produtos com base no estudo das demandas dos clientes e dos impactos ambientais. Dessa forma, permitindo o desenvolvimento de produtos que atendam às necessidades dos consumidores e que ao mesmo tempo apresentem uma menor carga ambiental, possibilitando à empresa a oferta de produtos que atendam às necessidades de seus consumidores.

### REFERÊNCIAS

RUNDH, B. The multi-faceted dimension of packaging: Marketing logistic or marketing tool?. *British Food Journal*, v. 107, n. 1, p. 670–684, 2005.

KARMAUS, A. L. et al. Scientific advances and challenges in safety evaluation of food packaging materials: Workshop proceedings. *Journal International Society of Regulatory Toxicology and Pharmacology*, v. 98, p. 80–87, 2018.

BOVEA, M. D., WANG, B. Redesign methodology for developing environmentally conscious products. *International Journal of Production Research*, v. 45, p. 4057–4072, 2007.

BROWN, T. Design thinking. *Harvard Business Review*, June 2008, p. 84–92, 2008.

**NÚMERO DA APROVAÇÃO CEP OU CEUA (para trabalhos de pesquisa):** Número da aprovação. SOMENTE TRABALHOS DE PESQUISA

### ANEXOS

Aqui poderá ser apresentada **somente UMA página com anexos** (figuras e/ou tabelas), se necessário.