

# Proposta de embalagem retornável para sabão em pó

## Proposed returnable packaging for soap in powder

Nayara Vargas Witcel FIDÉLIS [1](#); Maria Luiza PIAIA [2](#); Jeferson PASINI [3](#); Silvana Ligia VINCENZI [4](#)

Recibido: 10/02/2017 • Aprobado: 15/03/2017

### Conteúdo

- [1. Introdução](#)
  - [2. Revisão de literatura](#)
  - [3. Metodologia](#)
  - [4. Resultados](#)
  - [5. Considerações finais](#)
- [Referências](#)

#### RESUMO:

A preocupação em desenvolver embalagens que demonstrem a identidade do produto intensifica-se a cada dia, pela exigência dos consumidores. Para a criação das embalagens são utilizados alguns artifícios como: atendimento do desejo do consumidor, aliado a praticidade na utilização do produto e também a produção a favor do meio ambiente. Neste contexto, este trabalho tem como objetivo criar uma proposta de comercialização de sabão em pó sabão com embalagem retornável e apresentar suas principais vantagens em relação a outras disponíveis no mercado. Para isto, foi utilizado pesquisa bibliográfica e questionários online, que comprovaram a aceitação do produto pelos clientes.

**Palavras-chave:** identidade do produto; embalagem para sabão em pó; retornável

#### ABSTRACT:

The concern to develop packaging that demonstrates the identity of the product intensifies every day, by the demand of the consumers. For the creation of the packaging are used some devices such as: meeting the desire of the consumer, combined with the practicality in the use of the product and also the production in favor of the environment. In this context, this work aims to create a proposal for the commercialization of soap soap powder with returnable packaging and present its main advantages in relation to others available in the market. For this, we used bibliographic research and online questionnaires, which proved the acceptance of the product by the clients.

**Keywords:** Product identity; Packaging for soap powder; returnable

## 1. Introdução

A evolução das embalagens, contou principalmente com o aprimoramento, da indústria gráfica, que refletiu na forma de apresentação dos produtos e ainda permanece refletindo quando a indústria de embalagens absorve espontaneamente as novas tendências fundamentadas em pesquisas de matérias-primas (MARIANO, 2004). De acordo com Fuck *et al.* (2011), é admissível dizer que a embalagem está diretamente relacionada com a identidade do produto,

com a sua aparência e como o consumidor o visualiza no mercado. Uma embalagem adequada com referências reais e direcionada ao público correto pode acrescentar valor à marca e aumentar a sua participação de mercado. Neste sentido, a adequação das embalagens está se tornando um hábito rotineiro dos fabricantes e de sua produção, a proporção em que as questões ambientais atingiram maiores extensões e tem exigido a procura por processos, e produtos sustentáveis. Existe uma boa aceitação dos consumidores em busca de produtos sustentáveis e isto incentiva significativamente a produção em prol do meio ambiente (OLIVEIRA e MORAES, 2011).

Neste contexto, em relação à importância das embalagens a P&G (1999), confirma que o mercado brasileiro de sabão em pó, movimentada, cerca de R\$ 1,5 bilhão por ano. E tem potencialidade de desenvolvimento significativo. No Brasil o consumo per capita anual é uma média de 3,65 kg, ao passo que, a média da América Latina é de 4,26kg.

Oliveira e Moraes (2011) fazem a ressalva de que, apesar dos inúmeros benefícios proporcionados pelas embalagens, como armazenamento, conservação, transporte, estas estão associadas ao impacto ambiental através de um grande volume de resíduos sólidos e uso desordenado de matérias primas. Pode-se dizer que, com o aumento do descarte de produtos de utilidade após seu primeiro uso o lixo urbano é considerado um dos mais graves problemas ambientais, visto que geralmente ocorrem por não haver uma cadeia de distribuição reversa estruturada e organizada (PAOLESCHI, 2009). Este trabalho tem como objetivo desenvolver uma proposta de embalagem para sabão em pó, apontando as principais vantagens quanto à redução de custos, impacto ambiental e também à maior satisfação dos clientes quanto à qualidade da conservação do produto contido.

---

## 2. Revisão de literatura

### 2.1. Embalagens

Por embalagem, entende-se como aquilo que serve para conter algo, e dentre as mais diversas funcionalidades atribuídas a ela, o dicionário Aurélio a define como "ato de empacotar ou enfardar". Pode-se dizer que "Embalagem é uma forma prática, financeiramente viável e principalmente, segura de proteger, conter e apresentar mercadorias para a sociedade" (COJOP RIO 2016TM, 2013, p. 02). De acordo com Negrão e Camargo (2008, p.23), "O embalar, como ato de proteger e carregar, com o cuidado que se aconchega um bebê, ilustra bem as funções primárias da embalagem: proteger e transportar".

Neste cenário é possível destacar os seguintes tópicos:

#### 2.1.1 Classificação das Embalagens:

Conforme COJOP Rio 2016TM:

- Quanto ao seu uso:
- Embalagem primária (aquela que contém o produto, entrando em contato direto com o mesmo);
- Embalagem secundária (contém normalmente várias embalagens primárias, objetivando agrupá-las);
- Embalagem terciária (visa facilitar o transporte das embalagens secundárias e/ou primárias, evitando danos nas movimentações).
- Quanto à destinação temporária:
- Embalagem descartável (descartada após a primeira utilização);
- Embalagem reutilizável (poderá ser utilizada novamente para o mesmo fim ou para outro fim);
- Embalagem retornável (Retornará ao processo de fabricação do produto para novo envase, até que sua vida útil indique que seja necessária a reciclagem).
- Quanto à destinação final:
- Embalagem reciclável (sua matéria prima pode ser reaproveitada após sofrer transformação química ou física);
- Embalagem biodegradável não compostável (se degrada facilmente no ambiente, mas não pode ser

utilizada como adubo orgânico);

- Embalagem biodegradável compostável (se degrada facilmente no ambiente e pode ser utilizada como adubo orgânico);
- Embalagem não biodegradável (não se degrada naturalmente).

### 2.1.1.1 Embalagens retornáveis

Certos produtos, normalmente de alto valor agregado e de alto consumo (com consequente geração extrema de resíduos sólidos), possuem como alternativa o uso de uma embalagem que possa ser reutilizada. No entanto, este termo não é apropriado, visto que o consumidor não poderia continuar a utilizar a embalagem por conta própria, sem que esta retorne para a indústria. A embalagem deve voltar para processo industrial, para que passe por análises e seja envasada novamente, e por fim, o cliente possa utilizá-la, pagando apenas pelo produto contido. (MARAEVISKI *et al.* 2008).

O termo correto neste caso, para tal tipo de embalagem é "retornável", e não "reutilizável". De fato, se conhece a embalagem retornável da [Coca-Cola®](#). O consumidor paga em um primeiro momento pela embalagem e o conteúdo. Em seguida, após o consumo, se dirige a um ponto de venda substituindo sua garrafa vazia por uma cheia, pagando apenas pela bebida. O que se frisa é: normalmente o consumidor não realiza o envase por conta própria em sua residência, por exemplo. A embalagem retorna, de fato para a indústria. (OLIVEIRA; SANTANA; SILVA, 2009).

Desta forma, COJOP Rio 2016TM (2016, p. 03) define embalagem retornável como aquela que "retornará ao processo de fabricação do produto para reenvasamento, passando pelos processos de lavagem e esterilização, bem como pelas etapas de transporte da logística reversa". De acordo com Carvalho (2008), a razão para se utilizar embalagem retornável e o que se deve levar em consideração para projetá-las, são (Quadro 1):

<b>Razões para se utilizar embalagem retornável</b>	<b>O que levar em conta ao projetar este tipo de embalagem</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Produtos distribuídos para lojas a partir de centros de distribuição;</li><li>• Produtos com grande distribuição, com quantidade pequena de distribuidores;</li><li>• Produtos com alto valor agregado;</li><li>• Produtos distribuídos pela própria empresa fabricante, com frota própria, ou contato exclusivo com uma transportadora;</li><li>• Quando é usado operador logístico.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Quantidade de retornos e reutilizações;</li><li>• Material para possibilitar limpeza e reutilização;</li><li>• Superfície externa adequada para colocação de etiquetas ou marcações de identificação do conteúdo da embalagem vazia;</li><li>• Fechamento adequado para utilização;</li><li>• Possibilidade de redução de volume para retorno da embalagem vazia.</li></ul>

**Quadro 1** - Razões e considerações sobre embalagem retornável  
Fonte: Adaptado de Carvalho (2008).

Para possibilitar que este tipo de embalagem passe novamente pelos procedimentos industriais, se faz necessário um bom planejamento e controle rigoroso sobre a logística dos produtos. A logística reversa surge como importante ferramenta em nível de engenharia, na garantia de que o procedimento de retorno das embalagens aconteça de maneira efetiva. Segundo Paoleschi (2009) a logística reversa é a área da logística que trata dos aspectos de retorno de produtos, embalagens ou materiais ao seu centro produtivo. Planeja, opera e controla o fluxo e as informações correspondentes.

## 2.2 Marketing das embalagens

Em matéria de embalagens, pode-se dizer que o marketing é capaz de transformar o produto, tornando-o ainda mais atrativo ao consumidor. Seu objetivo principal é induzir o consumidor a comprar, reduzindo cada vez mais a necessidade de uma pessoa física vendendo o produto, ou

estimulando o consumidor a respeito das qualidades e características do mesmo. “Com o advento do marketing, as empresas perceberam que a embalagem tinha um potencial muito grande e inexplorado para os negócios e a comunicação” (YOSHIHARA; CASSIANO, 2010, p.01) Ou seja, além das funções principais de proteger, armazenar, transportar, identificar e informar sobre o conteúdo, a embalagem tem outra função importante, o de viabilizar a venda do produto. Para Alcade *et al.* (2013), o enfoque principal do marketing é atender e satisfazer as necessidades do consumidor, estratégia para vencer a concorrência e deixar o cliente no centro das atenções, sendo o ativo mais importante da organização. Gerando resultados financeiros para a organização.

Uma boa embalagem deve conter uma série de decisões técnicas, que dão suporte na hora da compra. O designer leva o cliente a se interessar pelo produto, e o levará a conhecer suas qualidades.

## 2.3 Embalagem para sabão em pó

A ANVISA, em sua normativa nº 1/78, define o sabão como produto formado pela saponificação ou neutralização de óleos, gorduras, ceras, breus, ou seus ácidos com bases orgânicas ou inorgânicas. Com o apelo de modernidade, segundo Veiga, Centofani e Cazzamatta (2010), o primeiro sabão em pó no Brasil foi o chamado “Rinso”, e começou a ser fabricado em 1953 na Vila Anastácio, em São Paulo. As donas de casa não acreditavam no poder de limpeza do sabão em pó, sendo este mais caro que o sabão em pedra. Os Irmãos Lever, utilizaram uma estratégia para impulsionar suas vendas: batiam de porta em porta oferecendo demonstrações no tanque das consumidoras.

Quintanilha (2007), afirma que a Unilever, apesar de ter sua caixa vertical de sabão em pó como líder de vendas há 50 anos, no ano de 2006, teve uma ideia simples que poupou 2.000 árvores: 31% do papel cartão das embalagens e 5% do papelão das caixas de transporte foram reduzidos. Desta forma as embalagens tomaram forma horizontal, facilitando o transporte, reduzindo custos e mantendo ainda a porção de 1 kg do conteúdo.

SEBRAE/PR (2010) ressalta que alguns fabricantes de embalagens, passaram a perceber que as donas de casa deixavam as caixas de sabão em pó próximas ao tanque, onde poderiam umedecê-las e molhá-las, fazendo com que estas caixas se desintegrassem e o sabão contido empedrasse. Na busca por uma alternativa de solução, passaram a desenvolver embalagens plásticas para venderem o produto. No Quadro 2 estão descritas algumas características das embalagens, comparando “Papel Cartão” e “Plásticas” utilizadas para embalar sabão em pó atualmente.

Características das embalagens de Papel Cartão e Plásticas Flexíveis	
Embalagens de papel cartão	Embalagens plásticas flexíveis
Produzido a partir da combinação de duas ou mais camadas de papel, normalmente aparas recicladas. A camada superior do papel cartão é parcialmente revestida ou acetinada. Incluem posteriormente a impressão, se caracterizando pelo seu fácil manuseio e transporte.	São as embalagens cujo formato depende da forma física do produto acondicionado e cuja espessura é inferior a micra. Existem inúmeros materiais que se enquadram em plásticas flexíveis e ainda podem incluir, selos, fechamento, rótulos e etiquetas plásticas.

**Quadro 2** - Características das embalagens cartão e plásticas flexíveis.  
Fonte: Robert (2007) e Abre (2015).

## 3. Metodologia

Na realização da presente pesquisa utilizou-se de levantamentos bibliográficos e análise de exemplos de metodologias que facilitam a compreensão. Como levantamento bibliográfico entende-se que, “é uma etapa fundamental em todo trabalho científico que influenciará todas

as etapas de uma pesquisa, na medida em que der o embasamento teórico em que se baseará o trabalho. Consistem no levantamento, seleção, fichamento e arquivamento de informações relacionadas à pesquisa” (AMARAL, 2007 p. 01).

Neste contexto, a pesquisa divide-se em duas etapas. A primeira etapa compreende a coleta de dados em fontes secundárias, isto é, em artigos científicos, livros, teses, dissertações e documentos relativos ao estudo proposto. Na segunda etapa são tratadas as informações levantadas com base nas entrevistas e análise de dados dos questionários para desenvolver o artigo. Para o desenvolvimento da segunda etapa da pesquisa, escolheu-se a aplicação de um formulário *online*, com questões de múltipla escolha e também dicotômica (são as que apresentam duas opções de resposta, no caso, sim/não) objetivando verificar a necessidade da utilização de embalagens de sabão em pó e a aceitação da implementação de uma nova embalagem. O questionário possuía onze perguntas, nas quais abordavam itens que incluíam os hábitos referentes a compra de sabão em pó, marcas preferenciais, a aceitação do novo modelo de embalagem proposto e entre outras. Para saber o número necessário para amostra, Barbetta (2002), propõe o tamanho mínimo de uma amostra aleatória simples, conforme segue:

Primeiramente se escolhe um erro amostral tolerável. Na presente pesquisa, deseja-se um erro máximo de 10%, a seguir, calcula uma primeira aproximação para o tamanho da amostra pela Figura 1.

$$n_0 = 1/E_0^2$$

Onde:

$n_0$  - Tamanho aproximado da amostra;

$E_0$  - Erro amostral tolerável.

Logo, o tamanho da amostra aproximado é:

$$n_0 = 1/0,1^2$$
$$n_0 = 100$$

**Figura 1** – Tamanho mínimo de amostra aleatória simples  
Fonte: Adaptado Barbetta (2002).

Existe um segundo passo, para o cálculo de tamanho de amostra, quando se conhece o tamanho da população. No entanto, quando este número é desconhecido no presente caso, por se tratar de uma população infinita de consumidores de sabão em pó, toma-se o próprio  $n_0$ , o tamanho mínimo da amostra  $n$ . Portanto conhecendo-se  $n$ , o número de pessoas que devem responder ao questionário, no presente estudo deve ser de, no mínimo, cem pessoas. Após a aplicação do questionário e da análise dos dados, será verificada a aceitação por partes dos clientes, e caso seja positiva a reação frente ao novo produto, será realizada a implementação do mesmo.

---

## 4. Resultados

### 4.1. Formulário de pesquisa

Buscando uma problemática do cotidiano de muitas donas de casa e demais usuários de sabão em pó, procurou-se uma alternativa para alguns problemas enfrentados no uso de tal produto, como: empedramento do sabão em pó dentro da embalagem ao decorrer do seu uso, dificuldade na abertura de caixas de sabão em pó, dificuldade de armazenamento de sacos plásticos de sabão em pó, e também os problemas ambientais derivados da geração de resíduos sólidos devido ao descarte de embalagens.

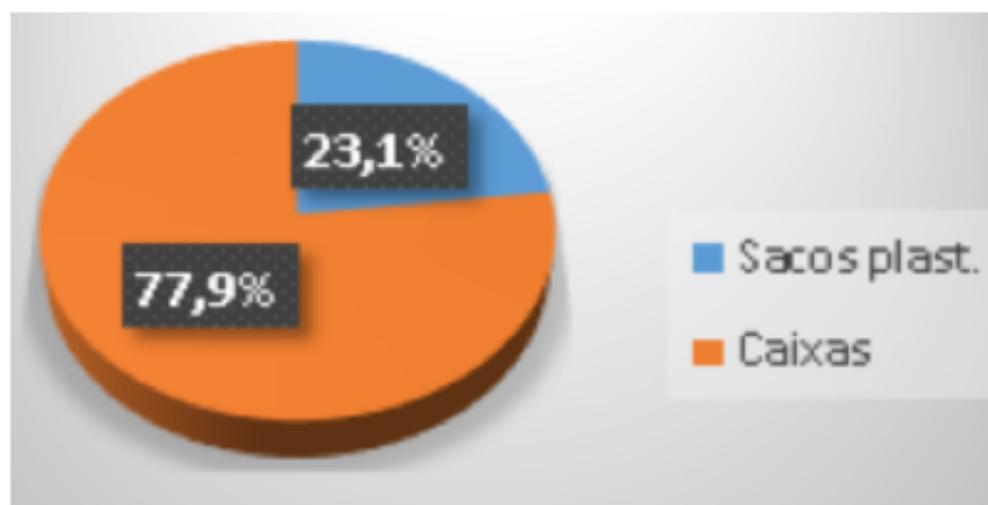
Alternativamente, alguns consumidores optam por comprar um recipiente para armazenagem do referido produto (Figura 2), normalmente encontrado em lojas de utilitários, ao preço que varia entre R\$ 15,00 e R\$ 20,00.



**Figura 2** - Utilitária para armazenagem de sabão em pó  
Fonte: Sanremo (2015).

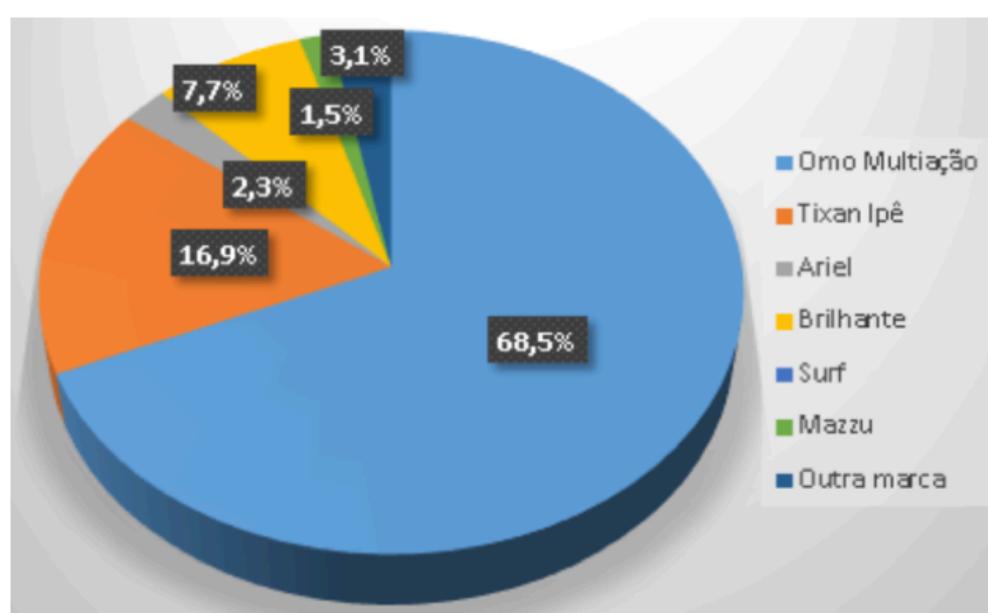
Inspirando-se na tamanha utilidade deste tipo de embalagem, desenvolveu-se um questionário, aplicado aleatoriamente para um total de cento e trinta pessoas, conforme o cálculo sugerido na metodologia desta pesquisa. Sendo desta amostra, noventa e cinco mulheres e trinta e cinco homens, 66,9% das pessoas tinham idades entre 18 a 25 anos. 16,9% da amostra foram representadas por aqueles com idades entre 26 a 32 anos, com mais de 32 foram 12,3%, e menores de 18, a minoria representada por 3,8%.

É possível observar que 77,9% da população observada adquire sabão em pó em embalagens do tipo caixa, enquanto 23,1% preferem os sacos plásticos (Figura 3).



**Figura 3** - Tipo de embalagem comprada pela amostra  
Fonte: Autoria própria.

Buscou-se em seguida, saber quais as marcas de preferência dos consumidores (Figura 4). Para esta amostra o resultado não foi surpreendente, 68,5% das pessoas preferem a marca OMO Multiação, seguindo da Tixan Ipê, com 16,5% da preferência.



**Figura 4** - Marca de sabão em pó de preferência no ato da compra  
Fonte: Autoria própria.

Diante desta avaliação, não apenas a marca pode ser decisiva no ato da compra, como também outras características do produto, por esta razão, buscaram-se avaliar os requisitos estabelecidos no Quadro 3.

Requisitos avaliados na compra do sabão em pó		
Requisito	%	Nº de escolhas
Marca de confiança/ reconhecida no mercado	33,8%	44
Qualidade	59,2%	77
Preço baixo/promoção	18,5%	24
Preço adequado/melhor custo-benefício	46,9%	61
Prazo de validade	0,8%	1
Aroma agradável	13,1%	17
Não tenho requisito, compro qualquer um	2,3%	3

**Quadro 3** - Requisitos avaliados na escolha do sabão em pó  
Fonte: Autoria própria.

Nesta questão, poderiam escolher até dois requisitos dentre os itens avaliados (Quadro 3), uma vez que, se pode ter mais de uma exigência na hora da compra. Na amostra avaliada verificou-se que a qualidade (59,2%) e o preço adequado, ou melhor, custo-benefício (46,9%) foram os requisitos que mais se destacaram, inclusive da marca de confiança (33,8%), e demais itens avaliados. Sobre a dificuldade na abertura da embalagem de sabão em pó, 51,5% das pessoas sentem certa dificuldade. Em relação ao empedramento do sabão em pó 87,7% da amostra, afirmam perceber essa ocorrência com o passar dos dias após aberto, devido à umidade.

Apresentou-se em seguida, a embalagem da figura 2, com a seguinte pergunta: "A embalagem abaixo, de plástico, normalmente comprada em lojas de utilitários, é usada para armazenar sabão em pó. Você conhece, ou já viu, este tipo de embalagem?". 68,3% da amostra afirmaram não conhecer esta embalagem.

A seguir, desejava-se saber quantas pessoas da amostra tinham a embalagem mostrada na figura 2, em sua casa. Do total, 23,8 % afirmaram ter, enquanto 76,2% afirmaram não ter. Esta última parcela, passou para uma página específica antes da pergunta final, com a seguinte questão: "Você tem interesse em uma embalagem como esta de plástico, para armazenamento do seu sabão em pó?". Das 130 pessoas, 66,66% gostariam de comprar o utilitário, enquanto o restante (33,33%) não gostariam.

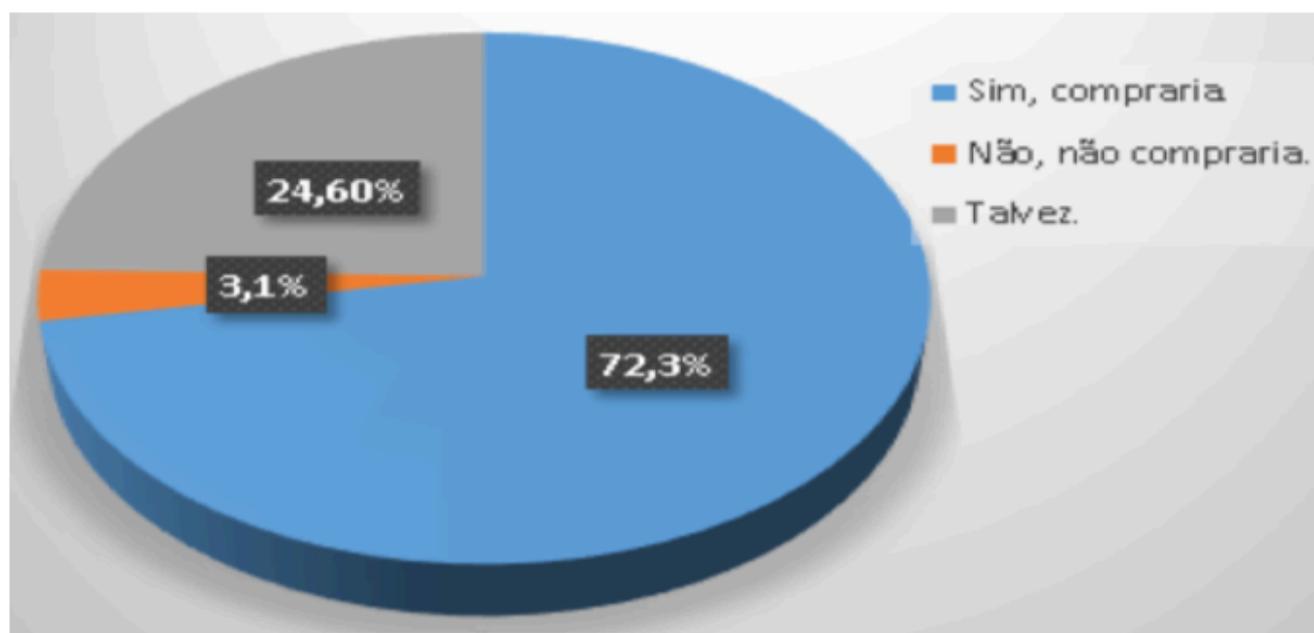
Para finalizar o questionário, apresentou-se a proposta da embalagem que se desejava desenvolver nesta pesquisa, buscando entender o nível de aceitação do público.

Um pequeno texto explicativo foi inserido junto à Figura 5:



**Figura 5** - Imagem ilustrativa da ideia de embalagem retornável para sabão em pó  
Fonte: Autoria própria.

Ao se perguntar, por fim, se comprariam o produto, 72,3% da amostra mostraram: interesse pelo produto com a proposta de embalagem, enquanto 24,6% talvez comprassem e outros 3,1% não comprariam (Figura 6).



**Figura 6** - Interesse de compra do sabão com embalagem retornável  
Fonte: Autoria própria.

## 4.2. Desenvolvimento de uma embalagem retornável para sabão em pó

A embalagem sugerida no presente trabalho inspirou-se na funcionalidade do utilitário anteriormente citado, no entanto, adaptado para que seja retornável. O sabão em pó, envasado em uma embalagem exatamente igual àquela apresentada no questionário, jamais poderia funcionar como embalagem retornável, por um motivo evidente: é de fácil envase doméstico. O cliente compraria o produto, talvez pela embalagem interessante, levaria para casa, e

posteriormente compraria apenas o produto em sacos ou caixas, envasando em sua residência. Este, por mais que, talvez seja um nicho de mercado (como por exemplo, "edição limitada"), não resolveria um dos objetivos desta pesquisa: a redução de lixo, resíduos sólidos gerados pela disposição final das embalagens.

Para tanto, pensou-se em uma embalagem simples, porém ergonômica e atrativa, que contenha o produto e todas as informações básicas necessárias. A arte da embalagem foi elaborada com auxílio do software Solidworks® (Figura 7). A sugestão é que se façam rótulos com materiais semelhantes aos de garrafas PET, utilizando-se, por exemplo, o polietileno de baixa densidade, por apresentar baixo custo, não se deteriora facilmente com o uso doméstico, e no ato do re-envase, a substituição do rótulo será facilitada.



**Figura 7** - Arte da embalagem  
Fonte: Autoria própria.

Apesar de possuir uma finalidade diferente, elaborou-se um comparativo entre a embalagem de sabão em pó proposta e a embalagem, normalmente comprada para envase doméstico do produto (Quadro 4).

<b>Comparativo entre embalagens</b>		
		
<b>Transporte</b>	Menos otimizado devido ao formato robusto, dificulta empilhamento	Facilitado devido ao formato
<b>Armazenamento e disposição</b>	Dificultado pelo formato robusto	Fácil exposição em supermercados e demais armazenagens

<b>Rotulagem</b>	Dificultada devido ao formato, porém, adaptável	Fácil rotulagem. Sugestão de uso: rótulos semelhantes aos de garrafas pet
<b>Envase doméstico</b>	Facilitado, devido à abertura prática de rosca com diâmetro aproximado de 75 mm (sendo este o fim ao qual se destina esta embalagem)	Dificultado, incentivando assim o retorno da embalagem para envase apenas pela indústria
<b>Número de retornos</b>	Não retorna à indústria para envase	Indefinido. O recipiente deve passar por uma inspeção, se seus componentes estão em perfeito estado, podem ser retornados aos processos para envase.
<b>Número de reciclagens</b>	Até cinco reciclagens	Até cinco reciclagens, quando consideradas inutilizável pela indústria, em seu retorno.

**Quadro 4** - Comparativo entre embalagens  
Fonte: Autoria própria.

### 4.3 Exigências legais e textos para a embalagem desenvolvida

Tratando-se de sabão em pó, um produto químico que apresenta alguns riscos ao usuário, dependendo do fim ao qual se destina, o rótulo deverá apresentar algumas informações legalmente exigidas pela ANVISA em sua normativa 1/78. As informações mínimas estabelecidas para detergentes em pó, em barra, líquidos para lavagens de tecidos, que deverão estar contidas na embalagem são: "ATENÇÃO":

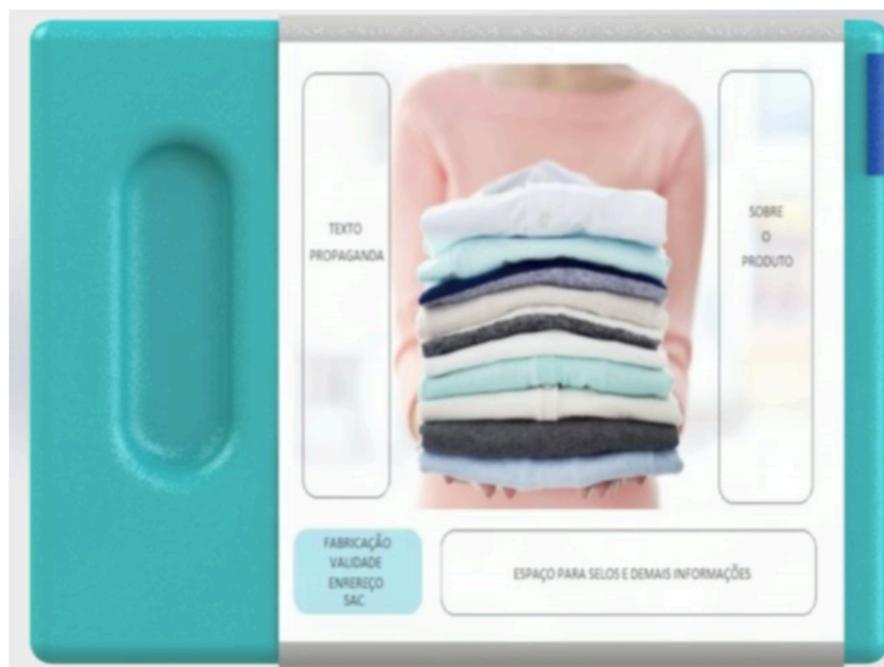
- Manter afastado de crianças;
- Se ingerido, beber vagarosamente água ou leite;
- Em caso de contato com os olhos, lave-os com água em abundância;
- Persistindo a irritação consulte um médico.

A Figura 8 a seguir, apresenta a vista superior e inferior da embalagem, apresentando espaços para informações como: Instruções de uso e composição (Vista superior) e fases de recomendações e atenção (Vista inferior).



**Figura 8** - Vista superior e inferior da embalagem proposta  
 Fonte: Autoria própria.

Informações como marca, slogan e peso, podem ser observadas na arte da embalagem, observada na Figura 7. Contrária à vista da logomarca pode-se observar a vista lateral da Figura 9, onde informações sobre o lote e validade, fabricante e endereço são expostas, mas também são disponibilizados textos sobre o produto contido, propaganda e também selos de qualidade, selos ecológicos e código de barras.



**Figura 9** - Vista lateral  
 Fonte: Autoria própria.

#### 4.3.1 Cores e Ilustrações

Sabe-se que a cor, tem função importante na decisão de compra do produto. As cores sempre estiveram presentes, seja através de seus mistérios, simbologia, ou como funciona a expressão (GONÇALVES, 2008). A cor escolhida para a embalagem foi a azul, e para o rótulo a cor branca. A explicação de suas utilizações na publicidade é que, são favoráveis para detergentes e demais produtos deste gênero, conforme Battistella, Segundo Colombo e Abreu (2010), a combinação azul e branco, gera uma sensação de paz. A cor azul, além de lembrar limpeza, higiene, é considerada a cor da paz e lembra também o fundo do mar, estimula e a tranquilidade, conforme PORTAL EDUCAÇÃO (2012).

Segundo Gonçalves (2008), se uma pessoa está feliz, alegre, ela optará por produtos com embalagens em tons de azul. Se estiver deprimida, optará por tons de marrom. Logo, a marrom será uma das cores restritas para este produto. Outra cor que poderia ser restrita é a vermelha. De acordo com Battistella, Colombo e Abreu (2010), apesar de se destacar facilmente diante dos olhos, normalmente representa perigo, fogo e isto representa mais do que o produto precisa passar ao consumidor, mesmo se tratando de um produto químico. As

informações de segurança devem estar contidas no rótulo. No entanto, o produto não pode parecer perigoso na hora da compra.

O uso de ilustrações, em especial indicativas de uso do produto de limpeza neste caso, é importante também para atrair o cliente. Sugere-se o uso de imagens como: toalhas, roupas limpas dobradas, roupas estendidas em um varal, ou outras imagens ilustrativas que tornem o produto ainda mais atrativo.

## 4.4 Concorrência

Sobre a concorrência, esta proposta de embalagem não possui atualmente no mercado, concorrentes diretos, ou seja, se o consumidor tiver de escolher no ato da compra, será entre embalagens, e não entre marcas. Quanto a concorrência indireta, pode-se citar as embalagens de papel cartão, plásticas e também a reutilizável aliada à compra de uma das anteriores.

### 4.4.1 Nível De Preço x Concorrência e Demais Custos Envolvidos

A embalagem em questão deverá ser feita através de um molde, que pode ser por sopro ou injeção. Os moldes por sopro são mais indicados para garrafas pet, e os de injeção se utilizam para potes, baldes, e demais utensílios, sendo então a escolha para este trabalho. Segundo orçamentos feitos pelos pesquisadores, um molde de injeção pode custar de 30 a 150 mil reais, com tempo de ciclo variando entre 20 a 25 segundos. Orçamentos específicos poderão feitos em trabalhos futuros, com possível estudo de viabilidade econômica do investimento.

Para fazer um breve comparativo de custos para aquisição do produto com as embalagens acima sugeridas, elaborou-se o Quadro 5. O custo para aquisição por parte do consumidor, de uma embalagem feita de polietileno de alta densidade poderá variar, ficando limitada neste estudo apenas à uma estimativa baseada em embalagens de outros produtos e também no valor da embalagem retornável.

Comparativo de custos para consumo de produto + embalagem (1kg)				
	Embalagem Retornável	Embalagem P. Cartão	Embalagem Plástica	Embalagem Reutilizável
<b>Custo inicial 1ª compra</b>	De R\$ 24,00 a R\$ 30,00	De R\$ 6,00 a R\$ 9,00	De R\$ 4,00 a R\$ 8,00	De R\$ 10,00 a R\$ 15,00 (Embalagem) + Valor do produto com embalagem de papel cartão ou plástica de R\$ 4,00 a R\$ 9,00. Total = De R\$ 14,00 a R\$ 24,00
<b>Demais compras</b>	Apenas conteúdo, preço máximo de R\$ 6,00	De R\$ 6,00 a R\$ 9,00	De R\$ 4,00 a R\$ 8,00	Valor do produto com embalagem de papel cartão ou plástica de R\$ 4,00 a R\$ 9,00.

**Quadro 5** - Comparativo de custos para consumo de produto + embalagem (1kg)  
Fonte: Autoria própria.

## 4.5 Estratégias de marketing

As principais formas de divulgação do produto sugeridas, no presente caso são: Propagandas em intervalos entre programas de televisão e rádio, preferencialmente envolvendo atores reconhecidos, Outdoors; Anúncios em sites mais acessados, entre outras opções de divulgação. De acordo com os resultados do formulário de pesquisa, a principal marca adquirida pelos

consumidores de produtos de limpeza é a marca OMO, seguido da Tixan Ipê, e demais marcas respectivamente. E levando-se em conta que a marca é um dos requisitos de grande importância no ato da compra, conforme com a mesma pesquisa, seria de grande impulso para divulgação da nova embalagem, que uma marca reconhecida no mercado optasse pela embalagem. A marca possui grande influência e pode ser forte impulsionadora quando se trata de novidades em produtos e também embalagens.

---

## 5. Considerações finais

O presente trabalho teve por objetivo o desenvolvimento de uma proposta de embalagem para sabão em pó, apresentando suas principais vantagens com relação a outras disponíveis no mercado. Tendo em vista sua funcionalidade com relação a problemática que se deseja resolver a partir desta proposta, a embalagem se insere nas prateleiras cumprindo com o esperado. Entre as principais vantagens desta, com relação a outras formas de se conter sabão em pó, pode-se citar a proteção contra umidade, evitando empedramento do produto, e também redução de resíduos sólidos expostos, muitas vezes de maneira inadequada, na natureza. Com relação aos custos, realizaram-se estimativas comparando-se com outros tipos de embalagens presentes no cotidiano doméstico. Um estudo futuro aprofundado pode ser realizado, agregando ainda mais informações sobre a viabilidade de fabricação por parte da indústria, e também de compra desta sugestão de embalagem pelo consumidor final.

---

## Referências

- ABRE – Associação Brasileira das Embalagens. **Estudo macroeconômico das embalagens ABRE/FGV**. São Paulo: ABRE, 2015.
- ALCADE, Rosangela de A. et al. **A força do marketing nos produtos como estratégia competitiva**. Conexão Eletrônica. Três lagoas: AEMS-Faculdades Integradas de Três Lagoas. v. 10. 2013
- AMARAL, João J. F. **Como fazer uma pesquisa bibliográfica**. Universidade Federal do Ceará: Ceará, 2007. 21 p. Disponível em: <<http://200.17.137.109:8081/xiscanoe/courses-1/mentoring/tutoring/Como%20fazer%20pesquisa%20bibliografica.pdf>> Acesso em 05 de novembro de 2016.
- BATTISTELLA, Natalie; COLOMBO, Joana R.; ABREU, Karen C. K. **A importância da cor nas embalagens como fator influenciador no momento da compra**. Biblioteca online de ciências da comunicação, 2010.
- CARVALHO, Maria A. **Engenharia de embalagens: uma abordagem técnica do desenvolvimento de projetos de embalagem**. São Paulo: Novatec, 2008.
- COJOP RIO 2016TM - Comitê Olímpico dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016. **Guia de embalagens**. Rio de Janeiro: RIO 2016TM ,2013.
- FUCK, Luís F. B; HANSEN, Jean R.; **XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul**. Sociedade brasileira de estudos Interdisciplinares da comunicação. INTERCOM, 2011.
- MARAEVIESKI, Vinícius C. et al. **Fatores essenciais para implantação da logística reversa de embalagens reutilizáveis: um estudo de caso na indústria de alimentos**. XXVIII ENEGEP Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Rio de Janeiro, 2008.
- MARIANO, M. J. **Considerações sobre a história da embalagem de alimentos: a evolução de uma poderosa ferramenta de marketing**. In: 6º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. 2004, São Paulo, 2004.
- OLIVEIRA, Lorena Gomes Ribeiro; MORAES, Maria Flávia Vanucci de. **O consumo consciente de embalagens sustentáveis**. 4º Congresso Internacional Conferente de Pesquisa on em Design Research Brasil. Rio de Janeiro, 2011. P 1-7.
- OLIVEIRA, Aline D.; SANTANA, Eline M.; SILVA, Simone de C. **XXIX Encontro Nacional de**

**Engenharia de Produção.** Logística reversa das embalagens retornáveis: uma alternativa para redução de custos para o desenvolvimento sustentável. ABEPRO, 2009.

PAOLESCHI, Bruno. **Logística Industrial Integrada:** Do planejamento, produção, custo e qualidade a satisfação do cliente. 2 ed. São Paulo: Érica, 2009.

P&G - Procter & Gamble. Ariel Case Studies. **Revista Brasileira de Management.** 2000. Ano III, n.18. Jan./Fev. de 2000.

PORTAL EDUCAÇÃO. **A importância das cores na embalagem.** 2012. Disponível em: <<https://www.portaleducacao.com.br/nutricao/artigos/18174/a-importancia-das-cores-na-embalagem>> Acesso em: 24 de outubro de 2016.

QUINTANILHA, Leandro. O valor de uma ideia simples. **Planeta sustentável.** 2007. Disponível em: <[http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/desenvolvimento/conteudo\\_265842.shtml](http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/desenvolvimento/conteudo_265842.shtml)> Acesso em: 10 de novembro de 2016.

ROBERT, Noely T. F. **Dossiê técnico - Produção de embalagem de papel:** Celulose e papel. 2012. REDETEC - Rede de Tecnologia e Inovação do Rio de Janeiro: Rio de Janeiro, 2007.

SEBRAE/PR – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná. **Guia para inovação:** Instrumento para orientação de ações para melhorias das dimensões da inovação. Curitiba: SEBRAE, 2010.

VEIGA, Edison; CENTOFANI, Marcela; CAZZAMATTA, Regina. **Primeiro sabão em pó brasileiro foi fabricado na Vila Anastácio.** 2010. Veja São Paulo - Abril. Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/materia/primeiro-sabao-em-po-brasileiro-foi-fabricado-na-vila-anastacio>> acesso em 02 de novembro de 2016.

YOSHIHARA, Filipe G; CASSIANO, Célia M. **A importância das embalagens na comunicação do consumidor.** 2010. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul, 2010.

---

1. Acadêmica de Engenharia de Produção pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná – e-mail: [nayaravargasf@hotmail.com](mailto:nayaravargasf@hotmail.com)

2. Acadêmica de Engenharia de Produção pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná – e-mail: [malu\\_piaia@hotmail.com](mailto:malu_piaia@hotmail.com)

3. Tecnólogo em Manutenção Industrial pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná – e-mail: [jefersonpasini@hotmail.com](mailto:jefersonpasini@hotmail.com)

4. Doutora em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina – e-mail: [sligie@globo.com](mailto:sligie@globo.com)

---

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015  
Vol. 38 (Nº 32) Año 2017

[Índice]

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a [webmaster](mailto:webmaster)]

©2017. revistaESPACIOS.com • Derechos Reservados