

## CRIAÇÃO DE PROPOSTA DE MARCA E EMBALAGEM

Daiane Carolini Reisner<sup>1</sup>, Lidiane Camiloti<sup>2</sup>, Daniela Bernardi<sup>3</sup>, Sabrina Simionatto Lazarotto<sup>4</sup>, Eduardo Cipriani Schwengber<sup>5</sup>

1. Discente do curso de graduação em Design, Unoesc, Pinhalzinho, SC
2. Discente do curso de graduação em Design, Unoesc, Pinhalzinho, SC
3. Discente do curso de graduação em Design, Unoesc, Pinhalzinho, SC
4. Discente do curso de graduação em Design, Unoesc, Pinhalzinho, SC
5. Docente do curso de graduação em Design, Unoesc, Pinhalzinho, SC

**Autor correspondente:** Daiane Carolini Reisner, daianereisner8@gmail.com

**Área:** Ciências Sociais

**Introdução:** O desenvolvimento da proposta de marca e embalagem envolveu diversos pontos essenciais, como análise de mercado, briefing com o cliente, tendências e compreensão dos objetivos da marca e da embalagem, fatores fundamentais para definir o conceito. Este projeto teve como foco a empresa Zwirtes, que trabalha com produtos coloniais, como melado, açúcar mascavo e cachaça. **Objetivo:** Criar uma nova marca para uma linha de cachaças, incluindo o desenvolvimento de um novo nome, a criação de uma embalagem inovadora e a escolha de um recipiente adequado para o produto. A proposta é introduzir o produto no mercado de forma diferenciada, atendendo tanto os consumidores já fidelizados quanto atraindo novos públicos, aumentando a percepção da cachaça nos mercados em que a empresa atua. **Método:** O projeto seguiu a metodologia de Mestriner (2004), que abrange cinco etapas essenciais: briefing, estudo de campo, estratégia de design, desenho e implantação. Iniciou-se com o briefing, onde foram coletadas informações sobre o produto, o consumidor e os objetivos da marca. Em seguida, foi realizado o estudo de campo, com análise do ponto de venda para identificar oportunidades de diferenciação. A partir disso, foi desenvolvida a estratégia de design, organizando as informações para criar o conceito da embalagem. **Resultados:** O desenvolvimento da proposta de marca e produto resultou em uma linha de cachaças com uma identidade visual marcante, que alia funcionalidade e estética, refletindo claramente a autenticidade do que a empresa oferece. A criação da embalagem e a escolha do novo recipiente levaram em conta a valorização da cana-de-açúcar, um elemento essencial já associado à marca, facilitando o reconhecimento e a conexão com o produto. Além disso, o novo nome, Pura Zwirtes, foi inspirado no sobrenome da família, carregando a história e tradição da empresa, o que reforça a origem da cachaça. O projeto, dessa forma, se alinha aos valores e ao propósito da empresa, criando uma forte identidade para o produto no mercado. **Conclusão:** O projeto atingiu seus objetivos ao criar uma nova proposta de marca e embalagem que se conecta de forma eficaz com o propósito da empresa. A integração da história da marca, modernidade e o conceito proposto resultaram em um design que equilibra estética e funcionalidade. As embalagens foram desenvolvidas com foco não apenas na beleza visual, mas também na praticidade para o ponto de venda e na eficiência da distribuição, tornando o produto mais acessível ao público-alvo e alinhado com as necessidades do mercado.

**Palavras-chave:** Proposta de Marca; Embalagem; Identidade Visual.