

Embalagens para exportação

considerações importantes

Por Assunta Napolitano Camilo



Diversas empresas desejam melhorar suas embalagens para competir melhor no mercado internacional. Nesta empreitada é fundamental adequá-las para o novo cenário. Com este objetivo preparamos este artigo com algumas observações importantes.

De início devemos verificar o nome do produto e da empresa em outras línguas e países: é importante saber se há algum significado do nome da marca no idioma do país de destino e se isso pode ser pejorativo.

Verificar também se o nome é pronunciável nesse idioma e se é de fácil assimilação. Caso seja necessário, considerar adequar o nome para facilitar a inserção no cotidiano dos novos consumidores. Lembrando que o “ç” e fonemas nasais (“nh” e “til”) não existem em várias línguas.

Em relação à arquitetura do design da embalagem e hierarquia de informações: verificar sempre qual é a ordem de importância das mensagens que se pretende passar ao consumidor, considerando que a marca pode ser desconhecida lá fora.

Observar que todas as embalagens exibem informações na face frontal em maior ou menor grau. Entre elas, estão a marca do produto e a da empresa, as diferentes versões, os atributos de diferenciação, os benefícios e outras características importantes, como peso, conteúdo etc. É fundamental estabelecer um critério na hierarquia das informações que responda aos propósitos da marca e impacte positivamente o consumidor. Definidas as informações mais relevantes que influenciarão no momento da compra, devem-se estabelecer as mensagens principais e secundárias.

Além disso, o design deve ser revisto para a nova situação. Assim é preciso estudar bem o briefing, documento que é o mapa ou roteiro ao qual se deve dar muita atenção, uma vez que nele estão reunidas todas as informações acerca do projeto. A partir dele, pode-se iniciar o trabalho.

É necessário também investigar os hábitos e costumes dos consumidores desses novos países para os quais se deseja exportar, bem como conhecer os códigos da categoria nos quais o produto está inserido, respeitando o novo contexto.

Um dos códigos é a cor. A escolha correta pode ser definitiva para o sucesso do produto. Por isso é importante consultar as informações sobre a percepção de cores no país de destino.

Lembre-se que o código de cores, ou o

significado das cores: é algo que deve ser estudado em cada cultura. Na China, por exemplo, o branco significa luto; no Irã, é o azul-marinho; na Tailândia, o roxo.

Outro exemplo é o laranja. Nos Estados Unidos, a cor significa o início do outono, em setembro, junto com o começo das aulas. Também é associado com o calor e frutas cítricas.

Na Holanda, é a cor nacional, estando associada com a realeza. Já o amarelo é associado com calor (do Sol), verão e hospitalidade.

As variações douradas são associadas com dinheiro, qualidade e sucesso na maioria das culturas do mundo. Verde é a cor dos irlandeses e representa boa sorte em grande parte do mundo ocidental. Também é relacionado com a natureza, o meio ambiente e causas ambientais.

É preciso atenção especial ao usar o vermelho, que possui associações negativas e positivas - perigo, sangue, paixão, amor, além de ser usado em conexão com o bloco do Leste Europeu, representando o comunismo. A cor também está associada com o poder e tem alguns significados religiosos.

Procure fazer referências ao Brasil, conferindo brasilidade a embalagem: fazer menção à origem é essencial e conta pontos, já que o Brasil é bem-visto e querido na maior parte do mundo.

Há exemplos de embalagens de produtos com excelentes referências, com o mapa do Brasil indicando o local de origem, bem como elementos culturais famosos, com os ícones turísticos ou as cores brasileiras. Lembrando que usar bandeira nacional e selo da República não é permitido.

Com todas as informações recolhidas, é só seguir uma metodologia (por exemplo, a do livro Design de Embalagem - Do Marketing à Produção, dos professores Celso Negrão e Eleida Camargo, citado nas Referências) e criar um design para a embalagem no novo cenário, sem perder a essência e a identidade do produto.

Do ponto de vista técnico a estrutura das embalagens ou a barreira física que o material confere é algo fundamental, uma vez que o produto viajará um bom período até chegar ao destino.

Além disso, é preciso garantir um shelf life estendido para evitar devoluções e que

o produto tenha suas características organolépticas (sabor, crocância, odor) e aspectos preservados. No caso de um produto sensível à luz, observar se há janelas (ou se a embalagem é transparente) que possam comprometê-lo.

Atente-se também para a adequação da rotulagem ambiental: há regras internacionais para isso. É recomendável consultar a norma ISO14000. Informe-se, pois cada país tem regras próprias. Lembrando que o “Ponto Verde” é um programa que alguns países usam e que tal selo é pago. Cuidado também com o uso indiscriminado de ícones ou selos: verifique se são entendidos no mercado de destino e se fazem sentido.

O selo de Fair Trade (comércio justo), por exemplo, é um dos mais reconhecidos internacionalmente, porém necessita de autorização e atendimento a uma série de requisitos.

Os específicos para produtos orgânicos, da mesma forma, devem ser autorizados e pagos. É preciso cuidado para não dar conotação de green washing (a adoção de alterações que dão a entender que a empresa é ambientalmente correta, porém sem base real).

A funcionalidade da embalagem é outro requisito que deve ter no mínimo o mesmo nível dos concorrentes do país de destino.

Se os demais possuem, por exemplo, um sistema abre-fácil ou zíper para refeitamento, ou, para aumentar a praticidade, inserem na embalagem talheres ou outros acessórios para facilitar o consumo on the go (em trânsito), essa é a base para iniciar o desenvolvimento de proposta de embalagem. O ideal é ir além, e assim encantar e surpreender o consumidor.

Insira as informações nutricionais: os consumidores são preocupados em alimentar-se bem e afastam quaisquer produtos que possam sugerir possíveis problemas (alergias).

Assim, é recomendável comunicar claramente os benefícios do produto, por exemplo, se é livre de glúten, de açúcar ou de sódio e se contém fibras, ômega etc. Além disso, a tabela nutricional deve seguir a legislação do país de destino, ser clara, completa e no idioma desse país.

Vale comentar que verter ao idioma do



país é uma questão de respeito e proximidade com o novo consumidor. Há vários recursos para isso, mas o melhor é ter uma embalagem especial, pois rótulos autoadesivos em etiquetas brancas coladas não são bem-vistos.

É preciso tomar cuidado para evitar um aspecto ruim ou pouco profissional. Um bom exemplo é o da espanhola Ferrer®, que vende no Brasil a sopa “Creme de legumes”.

A empresa teve a preocupação de desenvolver um rótulo especialmente para o país. Da mesma forma, a portuguesa Gallo® adequou a embalagem de azeitonas fatiadas para o português do Brasil.

Para isso é importante também adequar a decoração.

Algumas soluções possíveis são:

- usar rótulos autoadesivos no lugar de serigrafia;
- usar rótulos termoencolhíveis ao invés de decoração de litografia em latas.

Com esses cuidados, a embalagem será uma poderosa ferramenta de marketing para uma marca de sucesso também no exterior.

Aspectos essenciais da Embalagem para exportação

- Trazer informações adequadas do produto;
- Linguagem e idioma do país-alvo, ou no mínimo, em inglês;
- Conformidade à legislação e normas específicas do país de destino;
- Respeito à cultura local em design, cores, imagens;
- Adequação às condições de logística internacional e armazenagem;
- Atributos de Sustentabilidade;
- Atendimento às normas de segurança ao país de destino.



Embalagem melhor promove exportação e um mundo melhor! Se quiser mais informações e fotos dos produtos, é possível obtê-las no site: www.clubedaembalagem.com.br

Créditos:
 *Assunta Napolitano Camilo:
 Diretora da FuturePack - Consultoria de Embalagens e do Instituto de Embalagens - Ensino & Pesquisa.
 Articulista, professora e palestrante internacional de embalagens. Recebeu diversos prêmios, entre eles o de Profissional do Ano e o de Melhor Embalagem do Ano.

Coordenadora dos livros:
 Embalagens Flexíveis; Embalagens de Papelcartão; Guia de embalagens para produtos orgânicos; Embalagens: Design, Materiais, Processos, Máquinas & Sustentabilidade, entre outros.
 Diretora do Kit de Referências de Embalagens e da obra Better Packaging. Better World.



MARCAR - DATAR - CODIFICAR

Agora ficou fácil e barato marcar em seus produtos textos, datas, lotes, turno, contadores, códigos de barra e logotipos.

CODIFICADORES INKJET

Limitronic

CODIFICADORES INKJET E MARCADORES LASER

Panasonic ideas for life

ESTAMOS CADASTRANDO REPRESENTANTES

DATADORES INKJET MANUAIS

IDEAL PARA PEQUENAS PRODUÇÕES

jetStamp 790MP/792 MP

speed-i-Marker 940

speed-i-Jet 798

auto pilot