

• EMBALAGEM •
Matéria O ESTADO DE SÃO PAULO / 06-05-86

O Planejamento da Embalagem Para Exportação

* J. G. Vantine*

"A Embalagem deve proteger o que vende, além de vender o que protege." Esta máxima evidencia duas das mais importantes funções da embalagem: Proteção e Marketing.

A função proteção diz respeito principalmente aos aspectos relativos a fatores mecânicos, físico-químicos e roubos, sendo enfocada a embalagem para exportação, que é por definição uma embalagem de transporte, a função protetiva contra fatores físico-químicos quase sempre deixa de existir uma vez que ela já se encontra na embalagem primária que contém o produto. Por outro lado, a função protetiva contra roubos não afeta diretamente a engenharia ou a logística, mas simplesmente está relacionada com as identificações externas ou seja, diminui-se grandemente a possibilidade de roubos de produtos cujas embalagens de exportação não identifiquem a marca do fabricante, o nome do produto ou a propaganda da empresa. Aliás esse ponto é errôneo e largamente utilizado pelo exportador brasileiro.

Afinal, a embalagem de transporte para exportação é apenas o elemento que assegura as qualidades iniciais dos produtos até o destino, ficando o aspecto promocional vinculado à função marketing que deve estar agregada à embalagem de consumo e não à embalagem de transporte.

O planejamento sistêmico da embalagem para exportação deve se preocupar principalmente com a função proteção contra fatores mecânicos, aliada a condição de logística. Despreende-se daí que é mais um problema de "Design".

Ao projeto de "Design" deve estar a função marketing, e apenas para a embalagem de consumo ou embalagem de venda, essa sim, envolvendo os conhecimentos específicos de materiais, processos de fabricação, comunicação visual, comportamento humano, reação psicodinâmica, e especialmente para a exportação, as tradições, costumes e exigências do país exportador.

Quase sempre, a função proteção-mecânica também está agregada a embalagem de venda ou primária, não evidentemente com o mesmo enfoque da embalagem de transporte que tem suas características próprias, mas principalmente, levando-se em conta a distribuição a partir do importador até o consumidor.

Após uma análise mais profunda da história das exportações brasileiras, observa-se uma acentuada tendência para a solução dos problemas da embalagem considerando-se apenas a função marketing, ignorando-se quase que totalmente a função proteção mecânica e raras vezes os aspectos geométricos e di-

mensionais em função do sistema logístico.

Essa distorção evidencia a urgente tomada de consciência do exportador brasileiro no que diz respeito ao adequado planejamento da embalagem para exportação, devido principalmente a duas condições básicas: 1. Perdas de divisas e prejuízo da imagem, causadas por avarias nos modos de transporte (vide dados da matéria anterior); 2. Incidência dos valores de fretes, e tarifas portuárias em função do dimensionamento fora dos padrões que oferecem taxas preferenciais, e decorrente ainda desses fatores, está o seguro, cujas taxas estão diretamente vinculadas a maior ou menor proteção que a embalagem confere ao produto.

Em conclusão, não seria exagero afirmar que o Brasil poderia conquistar novos mercados e aumentar sua agressividade comercial oferecendo preços competitivos se houvesse maior preocupação com a embalagem para exportação através de um planejamento sistêmico ligado aos conhecimentos de engenharia e logística.

Em outras palavras: O Brasil perde muitas concorrências internacionais para outros concorrentes, não pela qualidade do produto que é competitiva, mas devido ao preço que muitas vezes não está vinculado ao custo agregado da embalagem, do frete e do sistema logístico.

Eng^o J. G. Vantine, engenheiro industrial, professor e consultor especializado em movimentação, armazenagem, embalagem e distribuição física, com trabalhos realizados nos EUA e Noruega. É diretor do Instituto de Movimentação e Armazenagem de Materiais.