

# EMBALAGEM: FATOR IMPORTANTE NA CONQUISTA DO MERCADO INTERNACIONAL

Eng<sup>o</sup> José Geraldo Vantine  
Vice-Presidente do IMAM – Instituto de  
Movimentação e Armazenagem de Materiais

## Resumo

O artigo salienta a importância da embalagem na exportação de manufaturados, examinando suas duas funções principais: proteção e marketing.

## Abstract

The article points out the importance of packaging on manufactured goods export, making some remarks on its two main aims: protection and marketing.

A considerar algumas estatísticas realizadas em 1982 pelo ITC UNCTAD/GATT e pela "Insurance Company of North America", o fator econômico da embalagem é de capital importância para os países em desenvolvimento, tanto para o equilíbrio da balança de pagamento, como para a conquista dos mercados externos.

Essas estatísticas revelam que, de todas as importações realizadas pelos EUA em 1982, 30% foram perdidas por causa de embalagens inadequadas, considerando apenas os produtos originários de países em desenvolvimento. Segundo conclusão da maior companhia de seguros do mundo, após classificação das causas das avarias, 65% dessas perdas foram consideradas evitáveis, ou seja, cerca de 20% do total poderia ter sido evitado, dos quais, a mesma estatística mostra, quase 50% seguramente são causadas por embalagens e acondicionamento mal projetados. Disso finalmente redundam que 10% do total das exportações são perdidos por avarias dos produtos causadas por embalagens ineficientes e que poderiam ser evitadas.

Extrapolando esses valores para a realidade brasileira, verificamos que, em 1983, o volume total das exportações foi de aproximadamente 26 bilhões de dólares, e, portanto, a perda total foi de 2,6 bilhões de dólares. A julgar que o saldo positivo da balança comercial foi de 6 bilhões de dólares, logo o equivalente a 43% desse valor poderia ter sido incrementado. E para o ano de 1984, mantidos os valores estatísticos e a previsão de 9 bilhões de dólares no balanço positivo das exportações, cerca de 3,8 bilhões de dólares estarão perdidos, dos quais pouco mais de 20% serão repostos pelas companhias de seguros.

A maioria dos profissionais que militam nos setores comercial, industrial e

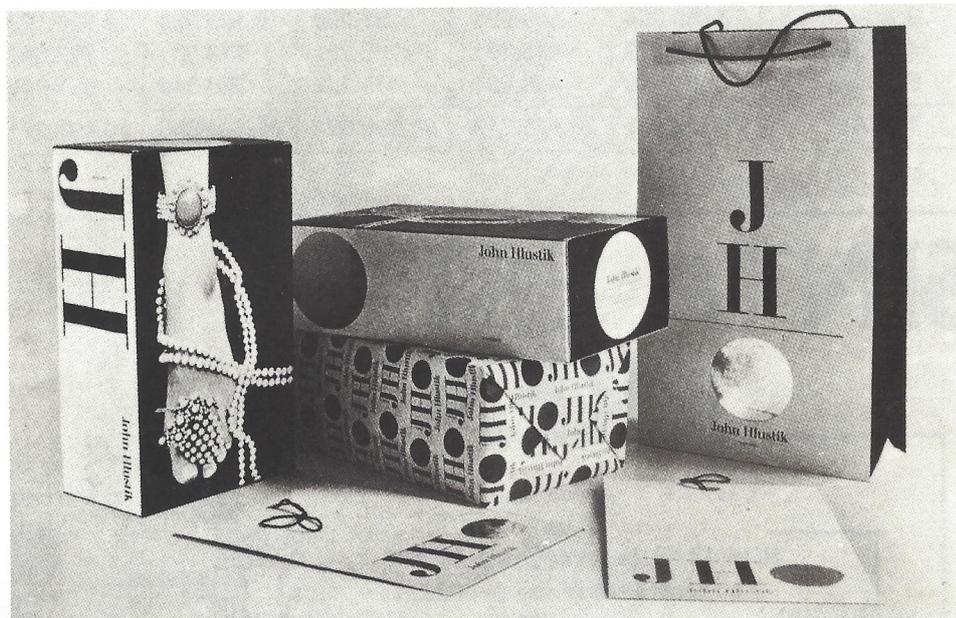


Fig. 1 – À embalagem primária ou de consumo do calçado – as caixinhas individuais – cabe desempenhar a função de marketing

de prestação de serviços desconhece a importância da embalagem no contexto econômico e técnico. Daí os elevados índices de avarias de mercadorias causadas por embalagem inadequada.

Por outro lado, para os produtos de consumo manufaturados, o índice aceitável de incidência do custo de embalagem sobre o do produto está por volta de 5%, sendo que, de acordo com informações da Cacex, esse índice se eleva a 30% para os produtos brasileiros exportados. Isto nos leva a concluir que o Brasil poderia ter maior saldo na balança comercial e, ao mesmo tempo, elevar sua participação no comércio internacional, conquistando novos mercados, se as embalagens fossem enquadradas nos conceitos técnicos adequados.

Embalagem é integração de arte, ciência e tecnologia.

"A embalagem deve proteger o que vende além de vender o que protege." Es-

ta 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. No caso da 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. Isso parece não ser compreendido pelo exportador brasileiro.