



DESIGN DÁ ASAS

Projeto de design e inovação de embalagem mira a competitividade do setor apícola brasileiro para as exportações

Elizabeth Keiko Sinzato

O design e a inovação podem se transformar em armas poderosas na conquista de competitividade das empresas brasileiras nas exportações. É o que está descobrindo o setor apícola brasileiro, representado pela Abemel – Associação Brasileira dos Exportadores de Mel, que está para lançar no início do próximo ano uma série de embalagens exclusivas, para os seus produtos voltados ao mercado internacional. A ação deverá re-

sultar em um novo posicionamento para o mel e própolis brasileiros.

O setor apícola está entre os 10 segmentos econômicos que participam do Design Export, um programa da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos -Apex-Brasil, coordenado pelo Centro Brasil Design (CBD), para incrementar o valor das exportações. Segundo o gerente de inovação e design da Apex-Brasil, Marco Aurélio Lobo, o programa se torna muito importante, pois o

empresário brasileiro não tinha a percepção do potencial do design para aumentar a competitividade do negócio no mercado internacional. “Hoje, já são 100 empresas que se beneficiam do programa, e trabalham na geração de produtos inovadores a partir do design”, afirma. “O diferencial do projeto da Abemel é que foi o único desenvolvido para um setor inteiro, e não para uma empresa apenas”, diz Lobo.

O mel e própolis brasileiros vêm ganhando espaço no mercado inter-

nacional com a queda na produção mundial. Segundo a gerente executiva da Abemel, Flávia Salustiano, as condições climáticas, o uso excessivo de defensivos agrícolas, as doenças estão afetando a produção de mel nos Estados Unidos e países da Europa. Em consequência, o produto brasileiro está aumentando as suas exportações, que atingiram US\$ 65,8 milhões no primeiro semestre deste ano, e movimentou 17 mil toneladas em volume, segundo dados da Abemel. “No primeiro semestre, as exportações já bateram o valor obtido em todo o ano de 2013”, afirma Flávia. Os produtos são reconhecidos por sua elevada qualidade, pois as abelhas brasileiras são de espécies mais resistentes a doenças, e não necessitam de medicamentos, o que a torna livre de resíduos e contaminantes.

No entanto, hoje o mel brasileiro é exportado em tambores de 200 litros, e então, é embalado com a marca do país de destino. O Design Export detectou ali uma oportunidade para elevar o valor agregado do produto no mercado externo, e propôs à Abemel criar uma nova série de embalagens e uma identidade de marca para que as empresas do setor comecem a disputar o mercado no ponto de venda. O Design Export presta consultoria e apoio financeiro às empresas e, através de uma metodologia criada pelo Centro Brasil Design, orienta as empresas em toda a gestão do projeto desde a escolha do escritório de design até o final do processo.

De acordo com a consultora do CBD, Katiane Gouvêa, a entidade atua hoje com o Design Export em projetos para 14 associações, que têm no design a principal ferramenta para a competitividade. “Em nosso trabalho com o Design Export, buscamos mostrar que o design não é uma questão estética, mas um pensamento lógico-industrial, que parte de uma pesquisa aprofundada de toda a cadeia, para conhecer o comportamento do mercado, quem usa o produto, como usa, com qual finalidade, e a partir dessa percepção busca desenvolver soluções alternativas”, explicou Katiane.

Fotos: Divulgação



Flávia Salustiano, gerente executiva da Abemel

Embalagens fazem toda a diferença

A agência selecionada foi a Müller Camacho, que este ano completa 25 anos de atividades e desenvolveu as embalagens para os produtos. Num primeiro momento, o foco foi o design estrutural das embalagens. A primeira embalagem apresentada foi o pote octaedro, em vidro, de 400 gramas, com duas soluções de tampas, standard ou com stick acoplado, para ajudar a servir o mel. “Nos inspiramos nos chamados sólidos de Arquimedes, figuras geométricas perfeitas, que tem o hexágono como elemento central, e remete ao favo do mel; é uma linguagem universal”, disse Manoel Müller, CEO da Müller Camacho. “O desafio da Müller foi perceber como a forma atendia as aspirações de todos e adaptá-la para a embalagem. Já fizemos simulações de gôndola, comparando com outros potes do mercado internacional e ela se destaca completamente. Temos muito orgulho dessa embalagem”.

O pote de própolis, em vidro, de 40 ml, foi desenvolvido a partir do octaedro, munido de tampa com acionador por bulbo. “Eu diria que é inimitável”, disse Müller. “Neste caso a inspiração foi a indústria da perfumaria, pois



Marco Aurélio Lobo, gerente de inovação e design da Apex-Brasil

“Hoje, já são 100 empresas que se beneficiam do programa, e trabalham na geração de produtos inovadores a partir do design”

queríamos transmitir o alto valor do produto, que em países como o Japão, alcança um preço bastante elevado”.

Além disso, foram criadas as bispnagas de 300 g, que se posicionam tanto em pé, como top down, em PET ou PP clarificado, e que também seguem o código visual da família.

Para concretizar o projeto, foi feita uma grande parceria com a indústria brasileira de embalagem, que segundo Müller, foi fundamental para o sucesso do projeto. “A indústria hoje está bem mais preparada para atender desenvolvimentos de inovação”, disse, entre os parceiros estão a Wheaton, para o frasco de própolis; a Nadir Figueiredo, para o pote octaedro; a Bristol Pivaudan e a Silgan Whitecap, para as tampas; a Congraf para os cartuchos do frasco de própolis; a Novelprint para o sistema autoadesivo; a Plásticos Jucitiba

para as bisnagas e a Aptar para as tampas das bisnagas.

“Foi importante entender o estágio do desenvolvimento da indústria do mel, a tecnologia disponível, para obter custos reduzidos e bons produtos. Esse é o desafio do design”, disse Müller.

De acordo com Katiane Gouvêa, o projeto da Abemel também se diferencia pela proposta de uma central única de compras para baratear o custo de compra dos insumos, como frascos, tampas e rótulos, e possibilitar uma embalagem competitiva com identidade e custos menores.

O projeto vai atender a 30 empresas associada à Abemel, o que representa 80% do valor exportado de mel brasileiro, segundo Flávia Salustiano. “O principal mercado comprador são os Estados Unidos, com 81% do total, e o de própolis, são Japão e China”, disse. “O lançamento das novas embalagens está previsto para o ano que vem, com expectativas bastante positivas, o que deve impulsionar a abertura de novos mercados, entre eles o mercado árabe, de grande potencial”.

O projeto agora está em fase de implementação e criação do design gráfico, com o apoio da Apex. “As empresas irão compartilhar a identidade de origem Brasil e manter também sua própria identidade”, disse Flávia. Também será criado um selo de qualidade setorial que está em fase de consulta com todos os parceiros do setor. “O Programa de Certificação Abemel- PCA surgiu da necessidade de qualificar a cadeia produtiva do mel e de produtos da abelha, e é um sistema de garantia da qualidade, a partir dos princípios de melhoria contínua, conceitos organizacionais (associativos), de qualidade e responsabilidade ambiental.”

Para Manoel Müller, este é um exemplo de plano setorial de exportação que pode ser replicado para outros setores. “O design brasileiro e o design de embalagem em particular são ferramentas de alto retorno com baixo investimento, que a empresa nacional precisa descobrir e utilizar para melhorar sua

Fotos: Divulgação



Manoel Müller, CEO da Müller Camacho

“O valor desse case é mostrar a capacidade do setor de embalagem como agente de transformação e da inovação dos produtos brasileiros”

competitividade”, disse. “O valor desse case é mostrar a capacidade do setor de embalagem como agente



Katiane Gouvêa, consultora do Centro Brasil Design

de transformação e da inovação dos produtos brasileiros. É um trabalho que integra toda a cadeia produtiva e para a agência foi importante para mostrar que temos estrutura interna para fazer projetos dessa envergadura. São 9 tipos de embalagem, 3 criações originais, envolvendo todos os tipos de materiais e reflete a evolução do nosso trabalho, que completa 25 anos este ano”, afirmou Müller.



Pote inspirado no octaedro teve parceria da Nadir Figueiredo e é munido de tampa standard ou stick acoplado



Bisnagas produzidas pela Plásticos Jucitiba se posicionam tanto em pé, como top down, em PET ou PP clarificado