



EMBALAGENS DE ALIMENTOS VEGANOS NO BRASIL: UMA ANÁLISE DE SEUS ATRIBUTOS VISUAIS

Crislei de Abreu Pfeifer (PIBIC-CNPq), Gustavo Conte Rodrigues, Fernanda Lazzari (Orientador(a))

Com o crescimento de adeptos ao veganismo, é necessário que as marcas de alimentos veganos desenvolvam embalagens de acordo com a mensagem que desejam comunicar ao consumidor, a fim de atrair e reter tal público-alvo. Em vista disso, o objetivo deste estudo é identificar marcas brasileiras de alimentos veganos industrializados, classificar os produtos e analisar os atributos visuais de suas embalagens.

O estudo parte de uma pesquisa qualitativa exploratória, com a coleta de imagens de 363 embalagens de alimentos veganos brasileiros, seguida de uma pesquisa quantitativa descritiva, caracterizada pela análise dos atributos certificação, informação nutricional e cor, presentes nas faces frontais das embalagens. Segundo os resultados obtidos referentes à certificação, foi observada a prevalência do selo vegano emitido pela Sociedade Vegetariana Brasileira, o que pode estar associado ao reconhecimento superior desta organização pelas empresas e pelos consumidores. Ademais, foi percebido que uma parte das embalagens não apresentava o selo em sua face frontal, o que se deve ao processo gradual de aplicação do selo por parte das empresas.

No atributo informação nutricional, apresentou-se frequente uso de propaganda nutricional, porém baixa utilização de descrições nutricionais. Com relação ao atributo cor da embalagem, verificou-se que a cor branca é a mais utilizada, geralmente em embalagens de alimentos de uso diário. O verde mostrou-se bastante presente, tanto na embalagem, quanto nos rótulos e selos. Percebeu-se também a associação entre as cores empregadas na embalagem e o sabor do alimento.

Com base nos resultados obtidos, nota-se a constante adaptação das marcas às exigências do mercado, oferecendo ferramentas que comprovam a veracidade do apelo vegano. Também se constata a importância de as certificadoras investirem em canais de comunicação para divulgar a marca e aumentar o conhecimento sobre o selo vegano. Por fim, o estudo aponta a importância de realizar uma pesquisa de mercado para o desenvolvimento da embalagem, a fim de selecionar atributos visuais que estejam alinhados às características do mercado alvo.

Espera-se que este estudo forneça às marcas do setor alimentício, e aos seus respectivos *marketers*, informações acerca do movimento vegano, bem como informações que ampliem a consciência do mercado sobre o impacto das embalagens na decisão de compra.

Palavras-chave: Veganismo, Embalagem, Alimentos Veganos

Apoio: UCS, CNPq