

Polêmica Tania Bulhões: entenda o que é white label e como fazer

Após ser questionada sobre a autenticidade dos produtos, empresa responsabilizou fornecedores terceirizados. Especialistas indicam cuidados necessários para adotar modelo de “etiqueta branca”

Por **Luana de Andrade**

12/02/2025 17h04 · Atualizado há 8 horas



Marca Tania Bulhões decidiu descontinuar coleção Marquês, que virou alvo de polêmicas nas redes — Foto: Divulgação

Desde que uma **publicação da influenciadora Izadora Palmeira** despertou questionamentos nas **redes sociais** sobre a autenticidade dos produtos da marca Tania Bulhões, a empresa vem buscando explicar o processo produtivo dos itens. Usuários passaram a investigar se a marca trabalharia com um modelo de negócios chamado white label, em que uma empresa compra produtos ou serviços de outros produtores e os revende com a sua própria marca.

Publicado no dia 14 de janeiro no TikTok, o vídeo de Palmeira mostra a influenciadora sendo servida em um café na Tailândia com uma xícara idêntica a um item da coleção Marquês, da marca Tania Bulhões, mas sem o logotipo da empresa. No site da companhia brasileira, o conjunto de xícara e pires da coleção inspirada em Minas Gerais custa R\$ 210.

Com a repercussão do caso, a empresa se posicionou nas redes sociais e compartilhou o processo criativo da peça. **A marca afirmou que todos os produtos são de criação autoral, mas que a produção é realizada com parceiros externos.** De acordo com a empresa, um dos parceiros comerciais descumpriu os acordos contratuais e vendeu sobras de produção da coleção Marquês sem autorização.

“Temos nossos produtos frequentemente copiados. Nosso design, nossas coleções e até mesmo nossa identidade visual são reproduzidos sem autorização. No caso da [coleção] Marquês, averiguamos que o parceiro descumpriu acordos contratuais, comercializando sobras de produção que não passaram pelo nosso controle de qualidade”, escreveu a empresa em comunicado compartilhado no Instagram.



Em outra publicação, a empresa pediu desculpas aos consumidores e **anunciou a suspensão da fabricação da coleção** envolvida na polêmica até o início das operações da fábrica própria da marca. "Com a aquisição da fábrica Royal Limoges, na França, e a construção da nossa fábrica em Minas Gerais, passaremos a produzir 100% da nossa porcelana em nossas próprias fábricas, garantindo ainda mais controle, qualidade e segurança em cada peça."

O que é e como trabalhar com white label

O modelo de white label corresponde a uma prática em que empresas compram produtos ou serviços de outras companhias para revendê-los com a sua própria marca. Também chamada de "etiqueta branca", a estratégia é comum em diferentes setores, como tecnologia, alimentação, cuidados pessoais e vestuário.

Segundo David Kallás, professor de estratégia do Insper, no Brasil, a prática é frequente em produtos de marcas próprias de supermercados, por exemplo, que costumam contar com um mix de produtos muito amplo, como a Qualitá, do Grupo Pão de Açúcar. "Além disso, empresas de software muitas vezes oferecem plataformas personalizáveis, empresas de cartão de crédito permitem que as marcas tenham os próprios cartões", exemplifica.

O professor destaca que o modelo pode trazer alguns desafios ligados à terceirização, como a garantia de qualidade e dependência em caso de problemas na operação do parceiro. Apesar dos riscos, quando feita com o cuidado necessário, a prática pode beneficiar diferentes tipos de negócio, incluindo empresas de pequeno porte.

De acordo com Marcos Machado, professor da FIA Business School, o uso do white label está mais ligado aos objetivos da empresa do que ao porte. "Pode ser até mais interessante para pequenas empresas pensarem nesse modelo, já que tendem a ser negócios com menor capacidade de investimento para crescer rápido. Assim, podem utilizar a capacidade instalada de um terceiro para crescer", aponta.

Machado destaca que as especificações de produção são de responsabilidade da empresa contratante e devem estar alinhadas com o propósito da marca. Para empreendedores que pensam em adotar o modelo, o professor indica três passos essenciais: definição clara de concepção de produto; seleção rigorosa do fornecedor; e fiscalização, a fim de garantir que todas as especificidades do contrato sejam cumpridas. "No caso da Tania Bulhões, por exemplo, a etapa da fiscalização pode ter falhado", comenta Machado.

Segundo o advogado especialista em propriedade intelectual e sócio do escritório Almeida Advogados Márcio Chaves, quando uma marca opta pela produção white label é importante estabelecer em contrato todas as obrigações do fornecedor. A definições contratuais devem incluir a demonstração dos direitos de propriedade intelectual necessários para a fabricação, como direitos autorais e de designação geográfica.

Os especialistas destacam que, do lado dos consumidores, é importante que as marcas comuniquem o processo de produção com transparência. "Não é nenhum demérito saber que é um parceiro que produz", aponta Kallás, que destaca que a autenticidade pode se apresentar a partir da identidade da marca e personalizações do produto ou serviço.

Siga PEGN:



Quer ter acesso a conteúdos exclusivos da PEGN? É só clicar aqui e assinar!