

junho/2021

ARTIGO POR FABIO MESTRINER

“El Chapo” não entendia nada de embalagem

Às vezes fica difícil para quem é do ramo lidar com o desconhecimento que o público leigo em geral manifesta sobre este item tão importante e presente em suas vidas.

Tomar banho, lavar os cabelos, escovar os dentes, tomar um yogurte, comer um macarrão a bolonhesa, isto sem falar na cervejinha, na água mineral, no leite, no café e tantas outras coisas corriqueiras em nosso dia a dia que contam com a participação sempre presente e indispensável de uma embalagem.

Outro dia, assistindo uma série de TV sobre o notório traficante mexicano “*El Chapo*” atualmente preso numa penitenciária dos Estados Unidos, me deparei com uma cena onde o bandido perseguido por seus inimigos vai resgatar uma fortuna que havia enterrado numa área rural.

No episódio em questão, seus capangas cavam o chão e retiram o que parece ser tambores ou barricas repletas de notas de dinheiro apodrecidas pelo efeito da umidade. O desespero do personagem diante desta tragédia me chamou a atenção para o fato de haver gente como ele que não entende que a proteção e a conservação do conteúdo constituem funções básicas que toda embalagem precisa atender.

El Chapo perdeu uma fortuna porque não entendia nada de embalagem. O professor Cabral da Mauá costuma ensinar a seus alunos que ao se projetar uma embalagem precisamos responder a duas perguntas fundamentais: “1- O que o consumidor deseja e 2- Como o produto estraga”.

O triste nesta história é que o mesmo que aconteceu com o bandido traficante, ocorre com muitas empresas que ainda utilizam embalagens inadequadas, pobres e fracas que não ajudam seus produtos a competir num mercado que a cada dia se torna mais

competitivo, resultando por isso em grandes perdas que não são percebidas nem calculadas.

Enterram dinheiro em embalagens ruins e somam prejuízos continuados pois deixam de lucrar com a contribuição que embalagens melhores poderiam lhes trazer.

Estou me referindo aquelas empresas que não entendem que as funções da embalagem vão muito além de evitar que o produto estrague, pois, devido ao custo que representam para a empresa precisam gerar retorno para o negócio ajudando o produto a ter maior valor percebido e ser mais competitivo no ponto de venda.

Já escrevi muitas vezes que a embalagem não pode mais ser usada apenas para carregar o produto. Por se tratar de uma poderosa ferramenta de marketing ela deve ser utilizada em todo o seu potencial pois só assim estará cumprindo integralmente suas funções.

Portanto, fica aqui o meu conselho para todas as empresas que utilizam embalagens e atuam no segmento de consumo.

Fica aqui meu conselho, não façam como *“El Chapo”*, não enterrem dinheiro em embalagens ruins, que não valorizam seus produtos nem são utilizadas como ferramenta de marketing, veículo de comunicação da Marca e elo de conexão com a WEB.

Ofereçam a seus produtos sempre as melhores embalagens possíveis e as utilizem em todo seu potencial para ajudar o negócio e não apenas para *“carregar”* o tem dentro.

Fabio Mestriner

Designer – Professor - Escritor

Professor Coordenador do Núcleo de Estudos da Embalagem ESPM

Autor dos livros: Inovação na Embalagem – Método Prático e Gestão Estratégica de Embalagem.