

ARTIGO POR FABIO MESTRINER

# A Nova Fronteira da Embalagem

Como a Embalagem está mudando o Mind Set do Setor de Custo para Valor para o Negócio



O termo “*A Nova Fronteira da Embalagem*” foi criado em 2008 no Núcleo de Estudos da Embalagem da ESPM para se referir às transformações que começamos a perceber depois que a utilização da embalagem como Ferramenta de Marketing entrou na pauta dos estudos que o Núcleo vinha empreendendo na elaboração de seu programa de cursos, nos estudos e pesquisas realizados para subsidiar o conteúdo desses cursos.

Tratava-se de avaliar a contribuição da embalagem em todos os seus aspectos para o esforço de marketing das empresas, especialmente sua utilização como “*Ferramenta Estratégica de Competitividade*”.

A pesquisa que fizemos com os profissionais de embalagem das empresas que as utilizavam, revelou que a maioria desses profissionais estava alocada nas áreas de produção, não tinham muito contato com a área de marketing e suas atividades se concentravam em gerir a operação de embalagem na linha e conduzir projetos de redução de Custos das embalagens sob sua gestão.

Essas constatações nos indicaram a necessidade de realizar outra pesquisa, desta vez com os profissionais de marketing, para avaliar como esses profissionais lidavam com embalagem.

As respostas não foram muito animadoras pois mostraram que esses profissionais não sabiam utilizar todo o potencial que a embalagem poderia oferecer para suas ações de marketing. Esse recurso estava ali a disposição, mas muitas vezes não era utilizado.

O salto inicial que foi dado no Início do Curso de Pós-Graduação que lançamos com o Objetivo de formar profissionais capazes de unir essas duas importantes áreas da empresa numa ação conjunta onde os profissionais de embalagem ofereciam aos de marketing os recursos do sistema de embalagem da empresa e estes criavam ações para utilizar estes recursos com o apoio do pessoal de embalagem. Existe um livro que explica bem essa proposta que foi publicado para expor o conceito de "*Gestão Estratégica de Embalagem*" nome do curso e do livro.

O Grande salto que foi dado nesse tema ocorreu em outubro de 2010 quando Philip Kotler (*ele mesmo, em pessoa*) fez uma palestra para os professores da ESPM onde revelou para nossa surpresa que o "*Marketing estava se tornando menos efetivo*".

As Razões que o mestre relacionou se encontram no slide abaixo que ele nos forneceu nesse dia:

# MARKETING'S LOSS OF EFFECTIVENESS



A flexa vermelha é minha...

Ficou claro para nós nessa apresentação que “os marketeiros *capazes de fazer mais com menos*” apontados por Philip Kotler seriam aqueles capazes de utilizar todos os recursos de marketing disponíveis na empresa sem ter verbas expressivas para gastar.

Essa revelação vinda de quem veio nos animou a avançar no tema que estávamos estudando pois já sabíamos desde o começo que a Embalagem é uma poderosa ferramenta de marketing a custo praticamente zero, pois seu custo já está embutido no custo final do produto!

Existem centenas de ações de marketing catalogadas que podem ser realizadas tendo a embalagem como suporte e basta percorrer com atenção os corredores dos hipermercados para encontrar embalagens promocionais onde algo diferente da embalagem original foi acrescentado para chamar a atenção dos consumidores e promover as compras por impulso!

Hoje o conceito da “*nova fronteira da embalagem*” evoluiu para patamares mais elevados pois todos já estão cientes que a embalagem tem CUSTO e que esse custo não pode mais ser utilizado apenas para CARREGAR o produto. A embalagem atual precisa cada vez mais agregar valor para o produto a marca e o negócio da empresa pois se assim ela não for utilizada, a empresa estará DESPEDIÇANDO um poderoso recurso estratégico de competitividade que tem dentro de casa e passando para seu departamento de compras arcar com esse custo.

A “INTELIGÊNCIA DE EMBALAGEM” é um conceito criado em 2008, que assumiu o lugar da “*Nova Fronteira da Embalagem*” e veio sendo aplicado desde então em grandes empresas do setor, evoluindo até assumir sua forma atual e entrar na luta contra o desperdício de recursos tão escassos como nos mostrou o mestre Philip Kotler.

A Inteligência de Embalagem propõe que todos os recursos potenciais da embalagem sejam aplicados de forma integrada e inteligente para gerar VALOR para o negócio da empresa. Utilizar tudo que ela pode oferecer para o esforço de marketing, para a

conquista do consumidor, para a conexão com suas vidas e para tornar a marca mais relevante e valiosa.

Sim a embalagem pode fazer tudo isso e muito mais, só não pode ser tratada apenas como custo, um insumo de produção como outro qualquer que a empresa paga por ele sem receber como retorno o VALOR que uma boa embalagem utilizada em todo o seu potencial pode trazer de volta. Isso não é nada inteligente e um enorme desperdício de recursos.

Saiba mais: <https://inteligenciadeembalagem.com.br/site/>

## **Fabio Mestriner**

Designer – Professor – Escritor

*Seus livros didáticos sobre embalagem são adotados pelas universidades no Brasil e como Designer conquistou os principais prêmios internacionais do setor*