

Agosto/2021

ARTIGO POR FABIO MESTRINER

## As novas missões das embalagens do e-commerce



*“A embalagem existe para atender as necessidades e os anseios da sociedade e com ela vem evoluindo!”*

Desde que surgiu com as funções básicas de conter e proteger as colheitas da umidade, dos insetos e roedores e, posteriormente transportar os produtos agrícolas do campo para a cidades que evoluíram a partir da primitivas agrovilas, a embalagem nunca parou de incorporar novas funções, pois conforme o comércio se expandiu, as mercadorias que circulavam para além de seus locais

de origem, muitas vezes transportadas em navios para outras cidades e regiões distantes, precisaram ser identificadas para que seu conteúdo fosse externado nos contêdores que as embalavam. Com a colonização do mediterrâneo por volta do ano mil antes de Cristo, os fenícios, grandes navegadores, colonizadores e comerciantes eméritos, criaram o alfabeto para registrar suas negociações e identificar seus produtos num processo que nos levou ao desenvolvimento do conceito de rotulagem e da especialização das formas das embalagens que passaram a ser diferentes e identificadas com o tipo de produto que continham. Esta introdução serve para lembrar que conforme a civilização, o modo de vida e a evolução do comércio foram exigindo mudanças e adaptações nas embalagens que se conformaram às novas exigências que foram surgindo.

Esta evolução contínua da sociedade, o progresso material e o desenvolvimentos de novas tecnologias como a fabricação do papel, da impressão, o domínio da técnica de sopro para a produção do vidro e posteriormente com a patente da lata de aço nos primórdios da revolução industrial, tudo isso fez com que a embalagem ingressasse no mundo moderno como um item amplamente utilizado, abrindo caminho para a sua própria revolução, que ocorreu quando a nascente indústria percebeu que embelezar seus produtos com embalagens coloridas e bonitas, tornava-os mais atraentes de desejados.

Esta percepção fez com que uma nova função se incorporasse às originais conter, proteger e transportar...

O uso da embalagem como ferramenta de marketing, veículo de comunicação e elo de conexão com a web vieram se incorporando rapidamente às funções da embalagem e ganharam velocidade a partir do surgimento dos supermercados, da televisão dos computadores e da internet.

E agora, nos dias atuais, com a disparada do e-commerce e das vendas online, surgem novas funções que as empresas que atuam nestas áreas começam a descobrir.

No e-commerce as embalagens ganharam uma relevância ainda maior que a que elas tinham nas compras físicas porque dois novos ingredientes passaram a impactar a *“experiência do consumidor”*.

São elas, “A ESPERA!” e o “*ato de desembalar o produto*” ou a “DESEMBALAGEM” a operação imediata de acesso ao produto que foi “esperado” e acaba de chegar! Neste momento, entra em ação nas embalagens do e-commerce as novas funções características deste tipo de comércio, ou seja:

*1- A embalagem do e-commerce precisa promover um final feliz para o processo de compra virtual*

*2- Precisa promover uma boa “experiência de desembalagem” ( em pesquisa os consumidores se queixam muito da dificuldade de abrir estas embalagens, da necessidade de utilizar facas e tesouras e do uso abusivo de fitas adesivas e complementos improvisados)*

*3- A embalagem do e-commerce precisa iniciar uma nova venda!!!!*

*(A oportunidade do contato físico com o consumidor no mundo onde ele vive não pode ser desperdiçada pois representa uma das melhores oportunidade de manter este contato)*

Como demonstram as pesquisas e estudos recentes, sabemos que no futuro haverá mais embalagens pois ela existe para apoiar a evolução da sociedade e viabilizar a vida humana. Quem pensa que a embalagem existe apenas para o consumo nunca viu uma embalagem de vacina na vida nem tomou um medicamento. Segundo meu querido mestre, o Professor Francisco Gracioso da ESPM: “*Se me pedissem para resumir em uma frase o papel e a importância da embalagem no marketing de hoje, eu diria simplesmente que sem ela o marketing moderno não seria possível*”.

*Fabio Mestriner*

*Professor Coordenador do Núcleo de Estudos da Embalagem ESPM*