

Julho/2019

## É tudo culpa do Cliente?

ARTIGO POR FABIO MESTRINER

*O consumidor é o senhor do fato econômico.  
É ele quem faz tudo acontecer nas gôndolas dos supermercados*

A embalagem só será valorizada de verdade no dia em que as empresas que ainda não perceberam isso, compreenderem que não importa o que elas acham que é o produto, porque o grande equívoco que vemos acontecer constantemente, é o fabricante achar que o produto é aquilo que ele faz na sua fábrica e aquilo que ele coloca dentro da embalagem, um item que para ele é algo feito numa “outra empresa”, em outro lugar, e que acaba entrando em seu estoque pelo mesmo caminho por onde entram as matérias primas, insumos, pó de café... e demais itens que utiliza.

Neste entendimento reside o grande equívoco de considerar o produto algo distinto de sua embalagem.

Demorei muito tempo para chegar neste entendimento, me incomodava perceber que muitas vezes não era dado a embalagem a real importância que ela tem, pois sabemos, graças a uma ampla e importante pesquisa realizada pelo Comitê de Assuntos Estratégicos da ABRE, que nos ensinou que o consumidor não separa a embalagem de seu conteúdo e que para ele, os dois constituem uma única entidade indivisível.

Na hora de escolher entre os muitos produtos oferecidos lado a lado, quem vocês acham que decide o sucesso do escolhido, o consumidor e aquilo que ele está vendo à sua frente ou o que está dentro da embalagem que ele só terá acesso e saberá se atende suas expectativas depois de comprado e consumido?

Na verdade, o consumidor compra uma “entidade” chamada produto, constituída pela embalagem e por seu conteúdo, cabendo a este último confirmar a promessa feita pelo conjunto e assim garantir a recompra e a continuidade do produto na vida do consumidor.

Cabe à embalagem, construir a proposta de valor, algo que o consumidor percebe claramente e aceita pagar ela o preço que está

sendo cobrado, valor que será confirmado apenas no momento em que ele viver a experiência com o produto.

Portanto, cabe aqueles que compreendem esta singularidade da questão, difundir a *“ideia master”* de que produto de consumo, aquele que é oferecido no sistema de auto serviço tendo a seu lado diversas alternativas, é a combinação de embalagem mais o conteúdo e principalmente, a compreensão de que o consumidor é quem decide e precisa ser sempre ouvido e respeitado.

Em pleno século XXI, ainda existem profissionais e empresas que botam a culpa no cliente pelo desentendimento deste conceito fundamental.

Tenho feito e acessado inúmeras pesquisas onde a voz do consumidor se faz ouvir com muita força e passei a creditar no que ele diz, justamente por ver coerência em suas afirmações.

Por mais simples e humilde que seja, o consumidor não é um idiota ignorante como muitos ainda acreditam, ele sabe perfeitamente reconhecer um bom produto daqueles que deixam a desejar, sabem dizer como gostariam que a embalagem fosse para ser ainda melhor e muitas vezes dão aula quando recebem as perguntas certas pois como dizia Aristóteles: *“para se ter uma resposta, primeiro precisamos ter uma pergunta”*.

A embalagem só será respeitada e receberá o valor que merece quando tiver a seu lado aqueles a quem serve, aqueles para quem são úteis e a quem beneficiam.

Cabe aos profissionais de embalagem ouvir com atenção o que dizem as pessoas a quem suas embalagens se destinam e às empresas evoluírem seu entendimento sobre a visão complexa dos consumidores sobre a *“entidade”* que compram.

Os consumidores não tem culpa de desejarem produtos melhores e embalagens que correspondam aquilo que trazem dentro, que atendam seus anseios e expectativas. São anseios e expectativas que eles são capazes de dizer claramente a quem se dispõe a perguntar e deseja realmente saber a resposta.