

Gestão de embalagem para pequena empresa

Fábio Mestriner

Sabemos que mais de 90% dos produtos vendidos nos supermercados não tem qualquer apoio de marketing ou comunicação, dependendo exclusivamente da embalagem para competir. Esta situação representa uma ótima oportunidade para as pequenas empresas reduzirem sua distância em relação as empresas grandes e utilizarem suas embalagens para competir com mais eficiência. Afinal, através da embalagem a pequena empresa pode ser grande aos olhos de seus consumidores.

O convênio Sebrae/Abre para o desenvolvimento de design de embalagem para a pequena empresa tem demonstrado com números superlativos que a boa embalagem tem um impacto muito grande no desempenho dos produtos no mercado.

Aumentos nas vendas de 150%, 200% e até superiores a 300% foram alcançados e estão registrados entre os quase 100 projetos já realizados.

Estes resultados não deixam dúvida sobre a importância da boa embalagem para empresas de todos os tamanhos, mas são justamente as pequenas que mais podem se beneficiar deste recurso uma vez que não dispõe de outros meios para competir num mercado cada vez mais seletivo como o nosso.

Pesquisas do Comitê de estudos estratégicos da ABRE confirmam a oportunidade existente para as pequenas empresas ao demonstrar que o consumidor não separa a embalagem de seu conteúdo. Para ele, os dois constituem uma única entidade indivisível. Isto quer dizer que para o consumidor não importa o tamanho da empresa que está por traz do produto, exceção feita aos 10% das grandes marcas que investem no marketing e na comunicação de seus produtos. Nos demais 90%, é a embalagem que faz toda a diferença.

Aprendemos com os projetos deste convênio que não existem mais obstáculos para que as pequenas empresas tenham boas embalagens nem desculpas para achar que porque uma empresa é pequena, sua embalagem tenha que ser necessariamente pior que a das grandes.

Agora falta dar o passo seguinte: precisamos ensinar as pequenas empresas a utilizarem suas embalagens como ferramenta de marketing e a desenvolver programas de gestão deste importante instrumento de competitividade. A geração e difusão de conhecimento nesta área está sendo desenvolvida pelo recém criado Núcleo de Estudos da Embalagem da ESPM que incluiu em seu programa de trabalho a utilização da embalagem como recurso estratégico tanto para as grandes como para as pequenas empresas.

A Abre criou recentemente um comitê de trabalho voltado exclusivamente para as pequenas empresas cujo objetivo é tornar acessível o acesso destas empresas as indústrias de embalagem que tem condições para atendê-las pois as pequenas tiragens demandadas pelas empresas de menor porte são um obstáculo a ser vencido e a reunião de indústrias que se disponham a fornecer em pequena escala e prestar um atendimento diferenciado a pequena empresa é mais um importante avanço no setor.

Iniciativas como estas apontam para um novo horizonte de desenvolvimento pois já existia a consciência e agora as ações estão acontecendo. As oportunidades estão aí para aqueles que desejam atuar junto a este enorme mercado representado pelas pequenas empresas. Os designers que se dedicarem a elas, não só verão seus negócios prosperarem mas também contribuirão de forma decisiva para o progresso de seus clientes pois as empresas que hoje são grandes, já foram pequenas um dia.

Disponível em: <<http://www.designbrasil.org.br>>. Acesso em: 3 jul. 2009.