

Gestão estratégica de embalagem,

uma nova ferramenta de competitividade



Fábio Mestriner

No mês de setembro passado, o Conselho da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) aprovou o programa de trabalho de seu recém-criado Núcleo de Estudos da Embalagem. Essa decisão abre caminho para um novo salto qualitativo na inserção da embalagem nos meios acadêmicos. Agora, essa poderosa ferramenta de marketing ganhou um espaço altamente qualificado, destinado a ampliar o conhecimento sobre suas práticas e abrir novos horizontes para suas aplicações.

Para se ter uma ideia da dimensão dessa iniciativa, basta lembrar que a ESPM está completando 55 anos e foi a responsável pela formação de várias gerações de profissionais que colocaram a propaganda brasileira entre as melhores do mundo, ajudando essa atividade a se firmar como uma das disciplinas acadêmicas mais desenvolvidas no País.

Ao acolher a embalagem entre suas áreas de interesse, dando a ela o status de Núcleo de Estudos e criando um curso de pós-graduação em Gestão Estratégica de Embalagem, a escola sinaliza para o mercado a importância que está atribuindo ao assunto. A atividade do Núcleo vai além do ensino propriamente dito e da realização de cursos intensivos, como está em seu programa de trabalho, estendendo sua atuação para pesquisa acadêmica e realização de eventos de conteúdo pertinente a seus objetivos educacionais e teóricos.

A gestão da embalagem nas empresas é um assunto pouco estudado no Brasil. Existe escassa literatura sobre o tema, a despeito da reconhecida importância que a embalagem tem para as empresas que atuam no segmento de consumo e, por isso, este será um dos objetos iniciais de estudo do Núcleo. Sua programação inicial prevê a realização de uma pesquisa diagnóstica sobre a gestão da embalagem em 200 empresas de diversos segmentos, visando extrair um retrato da situação em que se encontra hoje essa atividade nas empresas brasileiras.

A partir desse diagnóstico, especialistas nacionais e internacionais discutirão num fórum de alto nível, que será realizado no primeiro semestre de 2007, as melhores formas de atuação para alcançar o principal objetivo desse trabalho, ou seja, como levar a embalagem a ocupar um espaço mais estratégico na gestão das empresas que a utilizam, fazendo com que esse importante recurso seja utilizado em todo o seu potencial.

O Núcleo de Estudos da Embalagem da ESPM reúne profissionais de reconhecido expertise na área que juntos estão trabalhando para levar a embalagem a ocupar

patamares mais estratégicos nas empresas, condizentes com o papel decisivo que ela representa na cadeia produtiva e na relação com o consumidor.

É incrível como empresas de expressão no mercado, que têm inventários mensais superiores à dezena de milhão de reais ainda não atribuem em seu planejamento estratégico a importância que a embalagem tem para seus negócios. Muitas vezes, encontramos a embalagem gerida pela área de compras, suprimentos, produção e em outras áreas que não são afeitas às questões estratégicas e mercadológicas da empresa. Isso faz com que essas empresas deixem de aproveitar as grandes contribuições que a embalagem pode dar ao marketing dos produtos, uma vez que ela pode ser utilizada como uma poderosa ferramenta estratégica e, até mesmo, como veículo de comunicação. Esse cenário tem levado a predominância do fator custo nas discussões sobre o tema, como se a redução de custos das embalagens fosse a única saída existente. O resultado dessas práticas é que as margens vão ficando cada vez mais estreitas e não se consegue mais capturar valor para o produto. Já está claro para onde essa situação vai levar as empresas que têm essa visão. Em breve, elas estarão tentando ter custos menores do que os da China.

A gestão estratégica de embalagem proposta pelo curso de pós-graduação da ESPM pretende romper essa abordagem estreita, abrindo novas perspectivas para a utilização da embalagem nas empresas. Uma nova metodologia e um novo profissional estão sendo criados para imprimir nova condução a essa disciplina. Já existem duas turmas em andamento, e a terceira será montada para o início do próximo ano.

Ao assumir desafios tão grandes, escolas e profissionais procuram se colocar à altura das exigências de seu tempo, pois o Brasil precisa de boas embalagens para agregar valor e melhorar a competitividade de seus produtos aqui e lá fora. E não conseguiremos isso sem formar novos profissionais que possam assumir a responsabilidade de tomar para si a missão de fazer da embalagem algo realmente importante e decisivo para as empresas que as utilizam.

Fábio Mestriner

Professor Coordenador do Núcleo de Estudos da Embalagem da ESPM Escola Superior de Propaganda e Marketing
Professor do Curso de Pós-graduação em Engenharia de Embalagem do Instituto de Tecnologia Mauá
Autor dos livros *Design de Embalagem Curso Básico* e *Design de Embalagem Curso Avançado*