

União de cervejarias é o caminho para a diferenciação das embalagens a bons preços

🕒 26 de junho de 2020 👤 por [guiadacerveja](https://guiadacerveja.com/author/guiadacerveja/) (<https://guiadacerveja.com/author/guiadacerveja/>)

🔗 0 (<https://guiadacerveja.com/abre-embalagens-diferenciacao-vidro/#respond>)



Em tempos de ascensão do delivery, a embalagem passa a ter grande influência na experiência de consumo

Com a reconfiguração do consumo de cerveja durante a pandemia, a demanda e o modo de se enxergar as embalagens e suas funções também passam por uma transformação profunda. Ao trazer o consumo para dentro de casa, o consumidor passa a valorizar outras características da embalagem e, assim, na visão da diretora executiva da Associação Brasileira de Embalagem (Abre (<https://www.abre.org.br/>)), Luciana Pellegrino, impõe às marcas um novo desafio.



Assim como a maioria dos mercados, a indústria de embalagens sente impactos da paralisa das atividades econômicas por conta da pandemia. Depois de um primeiro trimestre relativamente estável, a produção de embalagens, como um todo, teve queda de 11% no volume de produção no mês de abril de 2020, se comparado ao mesmo mês do ano passado. Já as embalagens de vidro começaram a apresentar queda desde março (15,6% em março e 20% em abril), enquanto a produção de embalagens de metal teve queda de 3,6% e 32,2% nesses meses.

Os números, no entanto, poderiam ser piores se as embalagens não estivessem ligadas também a setores e produtos considerados essenciais. “Grande parte dela atende a produtos essenciais, que estão mantidos. Mas tem uma parte que é de itens não essenciais e outras mais sensíveis à diminuição da circulação de pessoas e da atividade do comércio”, afirma Luciana. A indústria de bebidas, diz ela, está no segundo grupo, e demandou volume 4,3% menor de embalagens no primeiro trimestre, em relação ao mesmo período do ano anterior.



(<https://abracerva.com.br/>)

Publicidade

Luciana vê, na troca do barril pelas garrafas, latas e growlers, um dilema para as cervejarias de pequeno porte. Por um lado, se não estão vendendo grandes volumes com o apoio de embalagens retornáveis para bares e restaurantes, por outro as cervejarias se veem obrigadas a investir em diferenciação para o consumidor que está comprando latas, garrafas e pedindo cerveja em casa. “São empresas pequenas, mas que buscam embalagens exclusivas, e que enfrentam o desafio da escala”, afirma ela.



Isso acontece pois a produção de uma garrafa exclusiva requer o desenvolvimento de um molde específico. “É um investimento alto, que só se justifica com uma produção em larga escala”, afirma Luciana, lembrando que a produção das artesanais não é considerada grande para as dimensões de fabricantes de vidros.

Um caminho para que cervejarias de pequeno porte consigam condições interessantes na busca por certa exclusividade nas embalagens, segundo ela, é o da união: diversas marcas concordam em usar e comprar coletivamente um formato que ajude a posicionar seus produtos, conseguindo bons preços junto aos fabricantes. “A diferenciação acaba mesmo acontecendo pelo rótulo”, afirma.

Luciana lembra que a dificuldade é ainda maior quando o delivery entra em cena como parte inevitável da estratégia das cervejarias. Em sua avaliação, a entrega hoje não se limita ao transporte de um produto, mas se configura, em muitos casos, como a principal ferramenta de adaptação da experiência antes restrita aos bares e restaurantes ao ambiente da casa.

 Tags:

Teresa Cristina fala sobre necropolítica e relação entre samba, cerveja, mulher e

 25 de junho de 2020  0

VOCÊ TAMBÉM PODE GOSTAR



PASSE O MOUSE E SAIBA MAIS

