

Tá na mão!

Práticos, baratos, convenientes e positivos até sob o ponto de vista ecológico, os sachês evoluem dentro do conceito de embalagem na indústria de cosméticos. A dose única é o motor desse sucesso.

a tendência parece irreversível: os sachês, antes utilizados quase que exclusivamente como embalagens secundárias para promoção de produtos – as famosas ações de sampling – estão, gradativamente, ganhando um novo status na indústria brasileira de cosméticos: o de embalagens primárias.

Não que as amostras acondicionadas nesse tipo de contêiner estejam com os dias contados – longe disso. Porém, de forma crescente, mais e mais empresas do setor não escondem seu interesse pelas propaladas “soluções monodose”, que é o nome bonito para produtos em dose única efetivamente vendidos no mercado (e não distribuídos gratuitamente, como é o caso das amostras), para atender a demandas bastante específicas dos consumidores.



Cada vez mais, a indústria de cosméticos se dá conta das vantagens apresentadas pelas embalagens do tipo sachê como solução mercadológica.

Que motivos são esses? Bem, podemos começar falando de dois entre os mais eloqüentes: preço e praticidade. “Com a aceitação de que o sachê é um item de venda, as empresas, cada vez mais têm apostado na proposta de custo reduzido, além de menor espaço na gôndola e na bolsa/nécessaire do consumidor. Em 2007 houve um crescimento de 15% em relação ao ano anterior e acreditamos que esse ano também haja excelentes perspectivas, principalmente porque poderemos oferecer aos clientes também a fabricação e o envase, tantos dos produtos para acondicionar sachês, quanto dos itens regulares de linha das empresas”, diz Maurício Marques, gerente técnico da Mappel, uma das principais players desse mercado.

Outra vantagem, que muita gente ainda não se deu conta, é a questão da portabilidade. Produtos como shampoos, condicionadores e enxaguatórios bucais, por exemplo, sempre costumam dar problema na hora que o consumidor vai viajar. Além da questão do volume, já virou meio cena reprisada de novela ver os agentes da Polícia Federal nos aeroportos internacionais pedindo para os passageiros se desfazerem de todos os itens cosméticos cujo volume supere os 100ml permitidos pela lei de transporte de bagagem de mão na esteira de admissão à sala de embarque. Alguns, mais condescendentes, simplesmente deixam o produto fechado por lá; já outros, mais irritados com a proibição, fazem questão de despejar os conteúdos dos frascos na lixeira mais próxima, que, muitas vezes, não é à prova de líquidos e vazas. Mas essa é outra história.

Sachês em doses únicas, representam a solução ideal para o viajante que quer evitar situações constrangedoras como essas e, é claro, jogar dinheiro fora comprando um produto que não vai poder carregar em sua nécessaire. Como os hotéis andam se esmerando cada vez mais em oferecer aos seus hóspedes apresentações personalizadas de shampoos, condicionadores e espumas de banho, entre outros itens, a pessoa que viaja pode se sentir livre para levar em sua bagagem de mão apenas alguns sachês de produtos de sua preferência, e, assim mesmo, só para uma emergência.

CUSTO X BENEFÍCIO

A cultura sobre as vantagens de se ter um produto com menor custo e em doses unitárias, que ocupa menor espaço nas embalagens de embarque como também quando expostos contribuiu muito para o crescimento das inúmeras

“Em 2007, o segmento de sachês foi marcado por um aumento significativo nas vendas, alavancado pela necessidade de se implantar novas estratégias para a manutenção e conquista de novos pontos-de-venda, devido à concorrência acirrada de novos produtos por espaços cada vez mais diminutos nas gôndolas e prateleiras de todo o País.”

Carlos Signei de Souza, diretor da Artpack Sachês Especiais.



possibilidades de embalagens em sachês. A tendência desse tipo de apresentação se iniciou, no setor cosmético, com empresas que comercializam produtos capilares há cerca de três ou quatro anos atrás. Itens como tratamento capilar do tipo S.O.S. para os cabelos deram um impulso a esse tipo de embalagem.

“Em 2007, o segmento de sachês foi marcado por um aumento significativo nas vendas, alavancado pela necessidade de se implantar novas estratégias para a manutenção e conquista de novos pontos-de-venda, devido à concorrência acirrada de novos produtos por espaços cada vez mais diminutos nas gôndolas e prateleiras de todo o País”, revela Carlos Signei de Souza, diretor da Artpack Sachês Especiais, outra grande empresa do setor.

No ano passado, a Artpack realizou uma pesquisa em oito países da Europa, além de China, Taiwan, Hong Kong e vislumbrou um mercado gigantesco aberto ao uso de sachês para venda de doses únicas para produtos

específicos, entre os quais protetores solares, loções repelentes de mosquitos, loções hidratantes pós-sol, e outros produtos cosméticos para tratamentos combinados como limpeza, hidratação e rejuvenescimento. “O sachê não é mais uma possibilidade nas estratégias de divulgação de novos produtos, mas, sim, uma necessidade com excelente custo x benefício e retorno de vendas mais rápido”, assinala o diretor da empresa.

EMBALAGENS “ORGÂNICAS”

Do ponto de vista técnico, a grande maioria de produtos comercializados no mercado pode ser apresentada na forma de sachê. “O que deve ser observado é o material adequado do sachê para o envase de cada item, para que as características originais dos produtos permaneçam inalteradas”, pondera Maurício, da Mappel.

A questão da inalterabilidade do conteúdo, aliás, também se revela favorável aos sachês por um outro aspecto. Muitos produtos –

