

Por Daniela Coelho (*)



Com a rotina retornando após a pandemia, temos visto a volta dos eventos presenciais. São feiras, conferências e congressos que estavam represados e voltaram a marcar presença na agenda do mundo corporativo. É inegável a vantagem que o contato pessoal tem: estimula o networking e as interações, além de promover um clima que nenhuma versão on-line consegue traduzir.

Como consequência, alguns hábitos foram retomados nesses eventos. Percebe-se que os velhos brindes ainda existem! Sacolinha, folders, imãs, adesivos... É uma enxurrada de coisas e, às vezes, sem muita utilidade. As pessoas saem carregadas de objetos que possivelmente irão jogar fora assim que chegarem em casa. Claro que existem os que possuem alguma serventia, como as canetas e os caderninhos. Mas, esse tipo de brinde é algo que possivelmente já temos em casa. E, certamente, será suficiente para usar por muitos e muitos anos.

Será que não existem alternativas? Da pandemia para cá, os temas relacionados ao ESG (em português, Meio Ambiente, Social e Governança) explodiram e, conseqüentemente, as organizações voltaram suas ações para se adaptarem a esta nova demanda de investidores e outros stakeholders. Então, por que não aproveitar essa agenda para também pensar em brindes mais sustentáveis e úteis?

Pior ainda é quando o próprio evento possui alguma palestra sobre ESG, sendo que a água e o cafezinho são servidos em copos plásticos. É uma desconexão entre o discurso e a prática que deveria envergonhar os organizadores mais atentos. Algumas pessoas podem pensar: mas esses copinhos não serão reciclados?

As taxas de reciclagem ainda precisam evoluir. Os dados variam bastante. Segundo a Abiplast (Associação Brasileira da Indústria do Plástico), apenas 23,1% dos resíduos plásticos pós-consumo

foram reciclados em 2020 no Brasil. Já a WWF Brasil indica que foram geradas 11,3 milhões de toneladas de plástico em 2019, mas apenas 145 mil foram recicladas em território nacional, ou seja, 1,3%. Independente de qual seja o melhor dado, temos ao menos que 77% do plástico gerado não é reciclado. Ou seja, estará por décadas e décadas nos aterros sanitários, lixões, oceanos e rios.

Talvez um ponto difícil de resolver nessa história toda seja que as pessoas gostam dos brindes. Temos que reconhecer esse fato. E esse é um dos motivos pelas quais as empresas seguem com tal estratégia de divulgação. É uma forma de fixar a marca e o cliente se sente valorizado. Embora não seja incomum encontrar os que vão atrás dos stands somente pelos mimos dados pelas empresas, ou seja, pouco interessados, de fato, nos produtos e serviços que elas têm a oferecer, não sendo, então, um cliente em potencial. Mesmo com essa situação, o brinde ainda segue como uma forma da marca de se destacar.

Obviamente não se espera que as empresas deixem de usar os brindes e as pessoas deixam de pegá-los. Porém, as organizações precisam ser mais criativas ao pensarem em como se promoverem nos eventos. Há uma infinidade de opções além das tradicionais sacolinhas. Não ir por um caminho mais sustentável é jogar a marca literalmente no lixo, piorando a situação dos resíduos no planeta.

(*) **Daniela Coelho** é diretora de Gestão de Riscos e ESG da Protiviti, empresa especializada em soluções para gestão de riscos, compliance, ESG, auditoria interna, investigação e proteção e privacidade de dados.

Fonte: IMAGE, em 23.11.2022