



## 4º Fórum Nacional de Gestão Estratégica de Embalagem



**ESPM**

Núcleo de Estudos  
da Embalagem



# FUTURO DA EMBALAGEM

Mais amplo estudo feito no Brasil sobre futuro da embalagem

Realizado pelo Núcleo de Estudos da Embalagem da ESPM,  
em parceria com os institutos de pesquisa GfK e Indigo



**ESPM**  
Núcleo de Estudos  
da Embalagem

**ESPM**60





# Realizado pelo Núcleo de Estudos da Embalagem da ESPM, em parceria com a realização deste projeto GfK e Indigo



**ESPM**

Núcleo de Estudos  
da Embalagem

**ESPM** 60



## AGENDA



### 4º Fórum Nacional de Gestão Estratégica de Embalagem

- Apresentação do estudo
- Quem contribuiu com este estudo?
- Olhando para o futuro
- Como stakeholders do setor de embalagem percebem Brasil em 2025
- E como percebem vida do brasileiro em 2025
- Indústria de embalagem está preparada para o futuro?
- Futuro da embalagem para indústria usuária e fabricante
- Recomendações para um futuro da embalagem brilhante



# Estudo considera o ponto de vista da cadeia de embalagem, que é a responsável por tornar este futuro realidade



ESPM  
Núcleo de Estudos  
da Embalagem



Concepção  
do estudo

Pesquisas qualitativas  
e quantitativas com  
diversos segmentos

Análise e consolidação dos  
resultados pelos Professores  
da ESPM, GfK e Indigo



Coleta e análise de  
dados secundários

Workshop com  
Especialistas  
de toda a cadeia  
da embalagem



Pesquisa com  
profissionais  
na **Indústria  
fabricante de  
embalagens**

Pesquisa com  
profissionais de  
embalagem na  
**Indústria usuária  
de embalagens**



Pesquisa com  
Gerentes de loja  
no **Varejo** -  
Super e Hiper  
mercados e  
varejo tradicional



Pesquisa com  
**Consumidores**  
entrevistados nos  
maiores mercados  
do Brasil



Vamos falar de futuro da embalagem. Qual futuro?



**ESPM**  
Núcleo de Estudos  
da Embalagem



2025





**COMO SERÁ O  
BRASIL EM 2025?**

**COMO SERÁ A VIDA  
DO BRASILEIRO EM 2025?**

**QUAL O PAPEL DA  
EMBALAGEM NA VIDA  
DESTE BRASILEIRO?**

## AGENDA



### 4º Fórum Nacional de Gestão Estratégica de Embalagem

- Apresentação do estudo
- Quem contribuiu com este estudo?
- Olhando para o futuro
- Como stakeholders do setor de embalagem percebem o Brasil em 2025
- E como percebem a vida do brasileiro em 2025
- Indústria de embalagem está preparada para o futuro?
- Futuro da embalagem para indústria usuária e fabricante
- Recomendações para um futuro da embalagem brilhante



# Quem contribuiu com este estudo



ESPM  
Núcleo de Estudos  
da Embalagem



12

**Workshop com especialistas**  
de toda a cadeia da embalagem



450

**Consumidores**  
entrevistados nos maiores mercados do Brasil – QL e QT



80

**Profissionais**  
da Indústria fabricante de embalagens



80

**Profissionais**  
da Indústria usuária de embalagens



80

**Gerentes de loja**  
em Super/Hipermercados e varejo tradicional

+700

Colaboradores no total

# Entrevistamos Consumidores de todo o Brasil, responsáveis por pelo menos metade das compras no domicílio



ESPM  
Núcleo de Estudos  
da Embalagem



51%

Feminino

54%

Casados

43%

Filhos em casa

79%

Com ocupação



## Demográficos

13%

Classe A

50%

Classe B

37%

Classe C

22%

18 a 25 anos

45%

26 a 35 anos

25%

36 a 45 anos

8%

46 anos ou +



# Na Indústria Fabricante = Especialistas indicados pela ABRE

## Na Indústria Usuária = Gestores de Embalagem



ESPM  
Núcleo de Estudos  
da Embalagem



**Indústria  
Fabricante de  
Embalagens**

**12%**

Pequenas

**29%**

Médias

**59%**

Grandes

**39%**

Mais de 1.000 funcionários

**8%**

Vidro

**24%**

Plástico

**26%**

Aço/Alumínio

**42%**

Papel



**Indústria  
Usuária de  
Embalagens**

**21%**

Pequenas

**46%**

Médias

**36%**

Grandes

**23%**

Mais de 1.000 funcionários

**9%**

Bebidas

**10%**

Produtos de Limpeza

**14%**

Higiene Pessoal

**67%**

Alimentos

# No varejo = Gerentes/Diretores/Proprietários de lojas



ESPM  
Núcleo de Estudos  
da Embalagem



Varejo

**16%**  
1 a 4 checkout

**67%**  
5 a 9 checkout

**17%**  
10 a 20 checkout

**91%**  
São Paulo

**177**  
Skus em média

Fonte: F5a, F6d, F7, F9, F10, F13

## AGENDA



### 4º Fórum Nacional de Gestão Estratégica de Embalagem

- Apresentação do estudo  
Quem contribuiu com este estudo?
- Olhando para o futuro
- Como stakeholders do setor de embalagem percebem o Brasil em 2025
- E como percebem a vida do brasileiro em 2025
- Indústria de embalagem está preparada para o futuro?
- Futuro da embalagem para indústria usuária e fabricante
- Recomendações para um futuro da embalagem brilhante

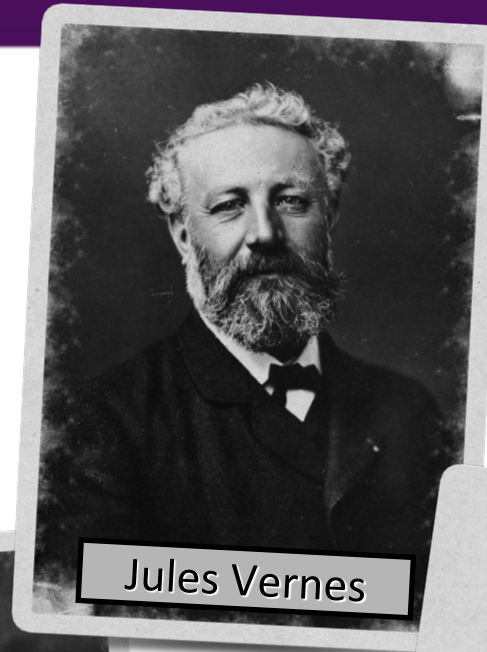


*Projeções futurísticas geralmente são feitas tendo por base padrões do presente:*

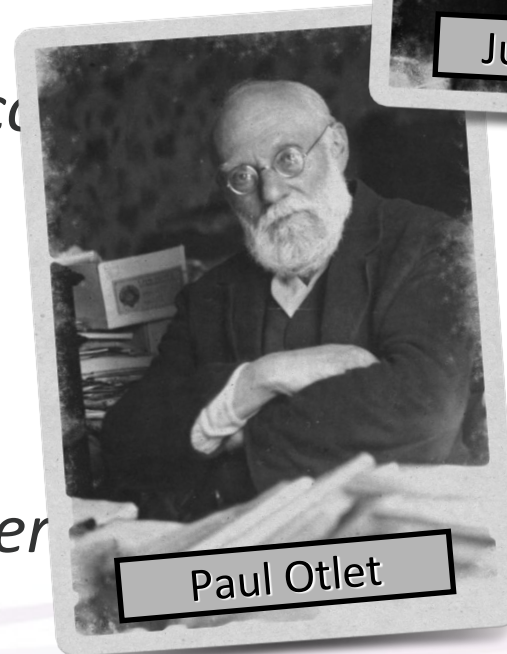
- **Jules Verne** não conseguiu imaginar Paris no século XX com precisão

- **Paul Otlet** imaginou a web e uma rede interconectada por telefones e televisores

- **George Orwell** pintou um cenário catastrófico onde até os pensamentos eram controlados.



Jules Vernes



Paul Otlet



George Orwell



Em 2 de setembro de 1998 saía uma matéria na VEJA sobre o futuro da telefonia móvel

## A telefonia móvel do futuro seria:

- Digital
- Voz teria mais nitidez, a ligação cairia menos e com menos “linhas cruzadas”
- Serviços de mensagem de texto e “pager” seriam grandes diferenciais
- Baterias menores e durando mais
- Formato “clam shell” era o mais desejado
- Startac digital era o lançamento mais inovador, um celular digital “do mesmo tamanho e peso do analógico” e era vendido por R\$ 1.100,00
- Anatel estimava 9 milhões de linhas móveis até 2003



## Futuro chegou, como ele é?

- Velocidade de tráfego de dados (3G, 4G, etc.) e não voz é o que define performance
- SMS substituído por aplicativos como MSN, BBM e Whatsapp
- Formato “clam shell” limitado a poucos modelos de aparelhos low tier
- iPhone 5 é a definição da inovação no setor
- Em 2003 já existiam mais de 43 milhões de usuários e hoje há mais linhas de celular do que pessoas no Brasil: 258 milhões de linhas até Ago/2012 – 3 em cada 10 pessoas possuem mais de uma linha



## AGENDA



### 4º Fórum Nacional de Gestão Estratégica de Embalagem

- Apresentação do estudo
- Quem contribuiu com este estudo?
- Olhando para o futuro
- Como stakeholders do setor de embalagem percebem o Brasil em 2025
- E como percebemos a vida do brasileiro em 2025
- Indústria de embalagem está preparada para o futuro?
- Futuro da embalagem para indústria usuária e fabricante
- Recomendações para um futuro da embalagem brilhante

Pessoas mais saudáveis

Maior preocupação com

Olhar feminino com maior

Preservação, sustentabilidade  
serão questões de prioridade



A família ainda será a base dos  
valores e da educação



***Todos os stakeholders estão  
alinhados com esta visão?***

Estética e beleza  
serão mais valorizados.



Uso de tecnologias limpas e  
fontes de energia naturais

Menos desperdício, menos  
gestos, calor do corpo ou voz

Busca por maior harmonia  
e integração com a  
natureza



Acompanhando o ritmo do consumidor  
e sabendo entender seus desejos

Mundo totalmente  
conectado e  
transcendendo  
barreiras geográficas

## *Todos os stakeholders estão alinhados com esta visão?*

Em 2025 população brasileira será mais saudável, desde os mais jovens até os mais velhos, graças aos avanços na medicina e nutrição. Mulheres e olhar feminino terão cada vez mais influência.

Todos se preocuparão muito mais com saúde, sempre atentos a composição de tudo o que consomem e estética e beleza serão cada vez mais valorizados.

Pessoas buscarão mais harmonia e integração com a natureza, utilizando tecnologias limpas e fontes de energia naturais. Preservação sustentável do

**Mais ou menos! Apesar de concordarem na maior parte, os stakeholders, especialmente a Indústria fabricante de embalagens, divergem quanto a intensidade de parte dessas suposições.**

Produtos, projetados para caberem em espaços cada vez menores, terão consciência maior dos desejos do consumidor, controlados por toque, gestos, calor do corpo ou voz e acompanhando o seu ritmo, podendo ser consumidos a qualquer hora ou lugar.





***Todos os stakeholders estão alinhados com esta visão?***

***Indústria usuária tem mais convicção em algumas características desta descrição do futuro do que aqueles que representam os fabricantes de embalagens.***

Em 2025 população brasileira será mais saudável, desde os mais jovens até os mais velhos, graças aos avanços na medicina e nutrição. Mulheres e olhar feminino terão cada vez mais influência.

Todos se preocuparão muito mais com saúde, sempre atentos a composição de tudo o que consomem e estética e beleza serão cada vez mais valorizados.

Pessoas buscarão mais harmonia e integração com a natureza, utilizando tecnologias limpas e fontes de energia naturais. Preservação sustentável do

**Mais ou menos! Apesar de concordarem na maior parte, os stakeholders, especialmente a Indústria fabricante de embalagens, divergem quanto a intensidade de parte dessas suposições.**

Produtos, projetados para caberem em espaços cada vez menores, terão consciência maior dos desejos do consumidor, controlados por toque, gestos, calor do corpo ou voz e acompanhando o seu ritmo, podendo ser consumidos a qualquer hora ou lugar.

***Consumidores esperam produtos mais atentos de suas necessidades, porém esta expectativa não está alinhada com fabricantes e usuários de embalagens.***

Em 2025 população brasileira será mais saudável, desde os mais jovens até os mais velhos, graças aos avanços na medicina e nutrição. Mulheres e olhar feminino terão cada vez mais influência.

Todos se preocuparão muito mais com saúde, sempre atentos a composição de tudo o que consomem e estética e beleza serão cada vez mais valorizados.

Pessoas buscarão mais harmonia e integração com a natureza, utilizando tecnologias limpas e fontes de energia naturais. Preservação, sustentabilidade e reciclagem serão questões de primeira importância para todos.

Apesar de que dependeremos ainda mais da tecnologia, em um mundo que estará totalmente conectado e transcendendo barreiras geográficas, a família ainda será a base dos valores para a sociedade.

Produtos, projetados para caberem em espaços cada vez menores, terão consciência maior dos desejos do consumidor, controlados por toque, gestos, calor do corpo ou voz e acompanhando o seu ritmo, podendo ser consumidos a qualquer hora ou lugar.

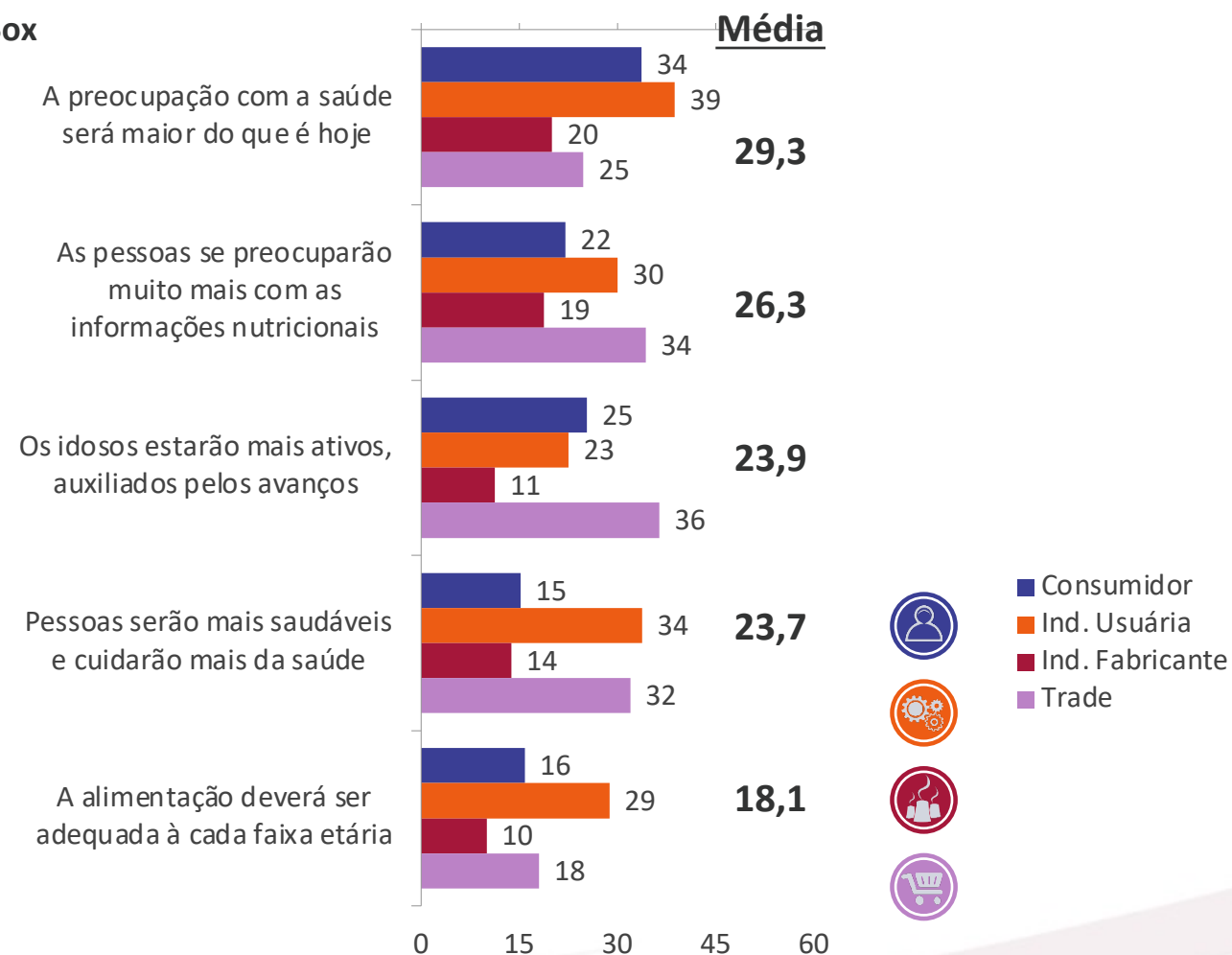
# Indústria fabricante de embalagens é menos convicta sobre preocupação com saúde no futuro



ESPM  
Núcleo de Estudos  
da Embalagem



## Top Box



Fonte Q.1 Queremos entender como os brasileiros pensam que será o futuro e, por isso, peço que pense no futuro como o ano de 2025, daqui a 13 anos, com relação à saúde, tecnologia, alimentação, aparência, relações humanas, etc.

Bases: 80 | Consumidor: 400



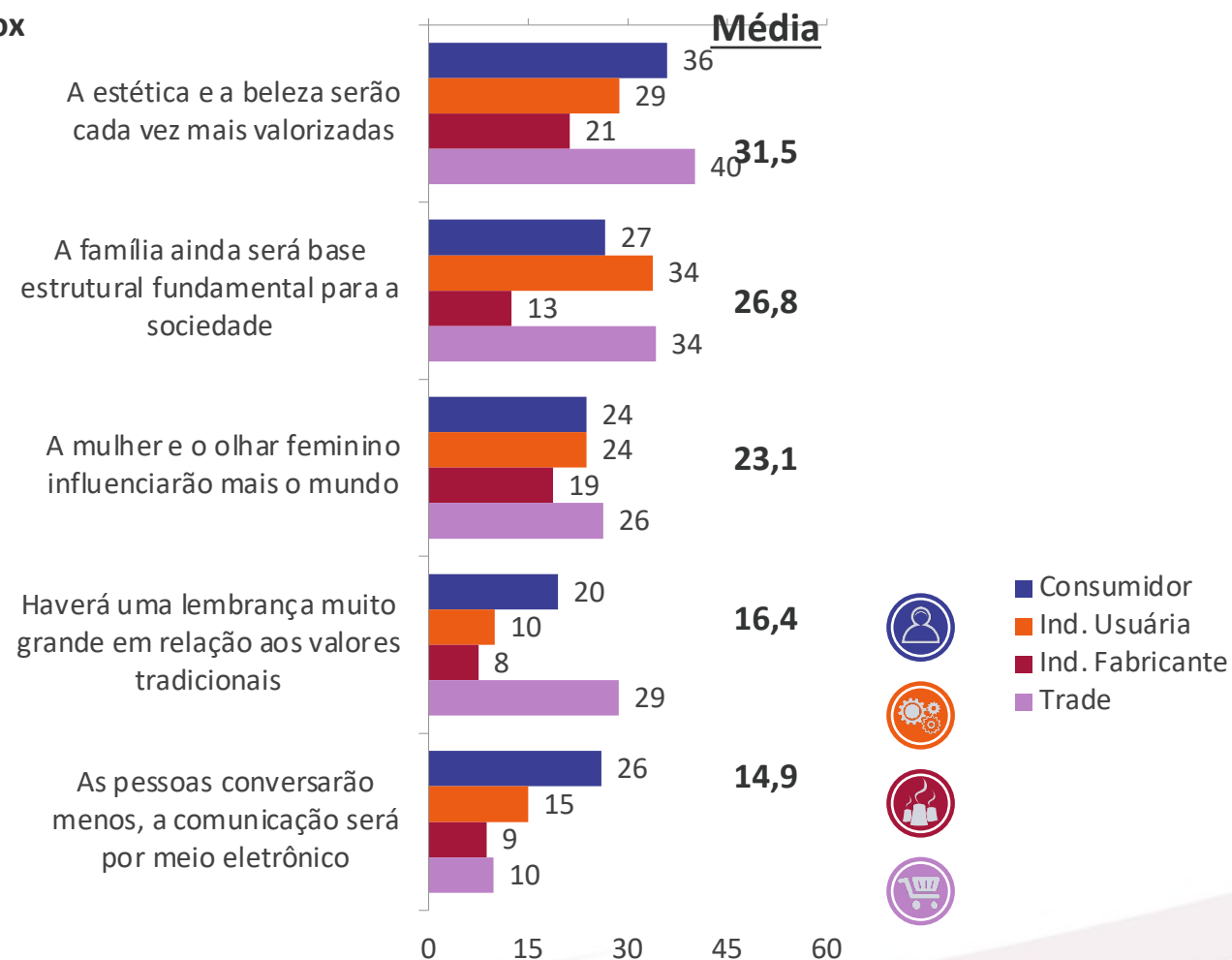
# Indústria fabricante de embalagens não percebe influência da estética e da família na mesma intensidade que os demais



ESPM  
Núcleo de Estudos  
da Embalagem



## Top Box



Fonte Q.1 Queremos entender como os brasileiros pensam que será o futuro e, por isso, peço que pense no futuro como o ano de 2025, daqui a 13 anos, com relação à saúde, tecnologia, alimentação, aparência, relações humanas, etc.

Bases: 80 | Consumidor: 400

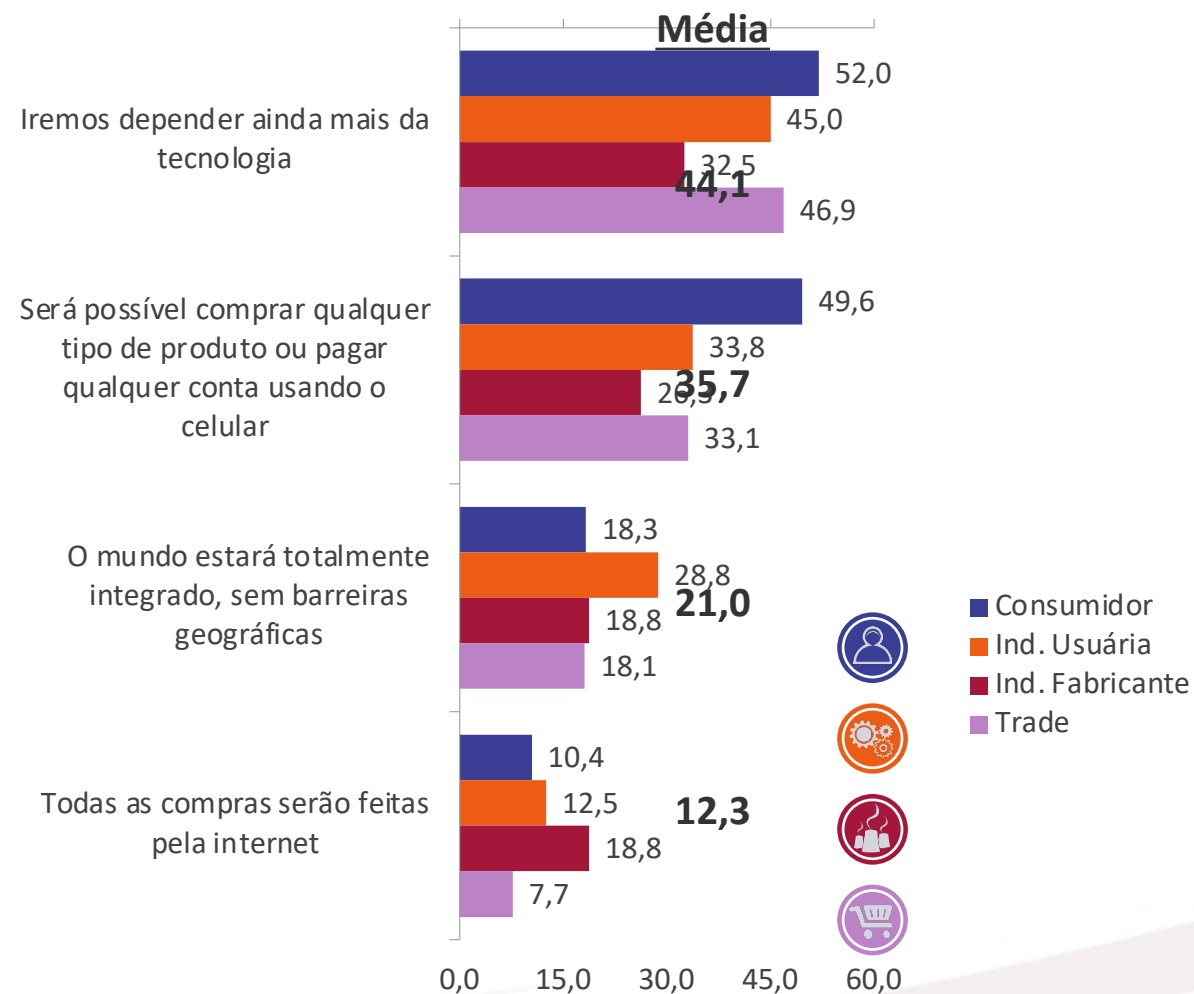
# Consumidores acreditam mais na ampliação do papel do celular



ESPM  
Núcleo de Estudos  
da Embalagem



## Top Box



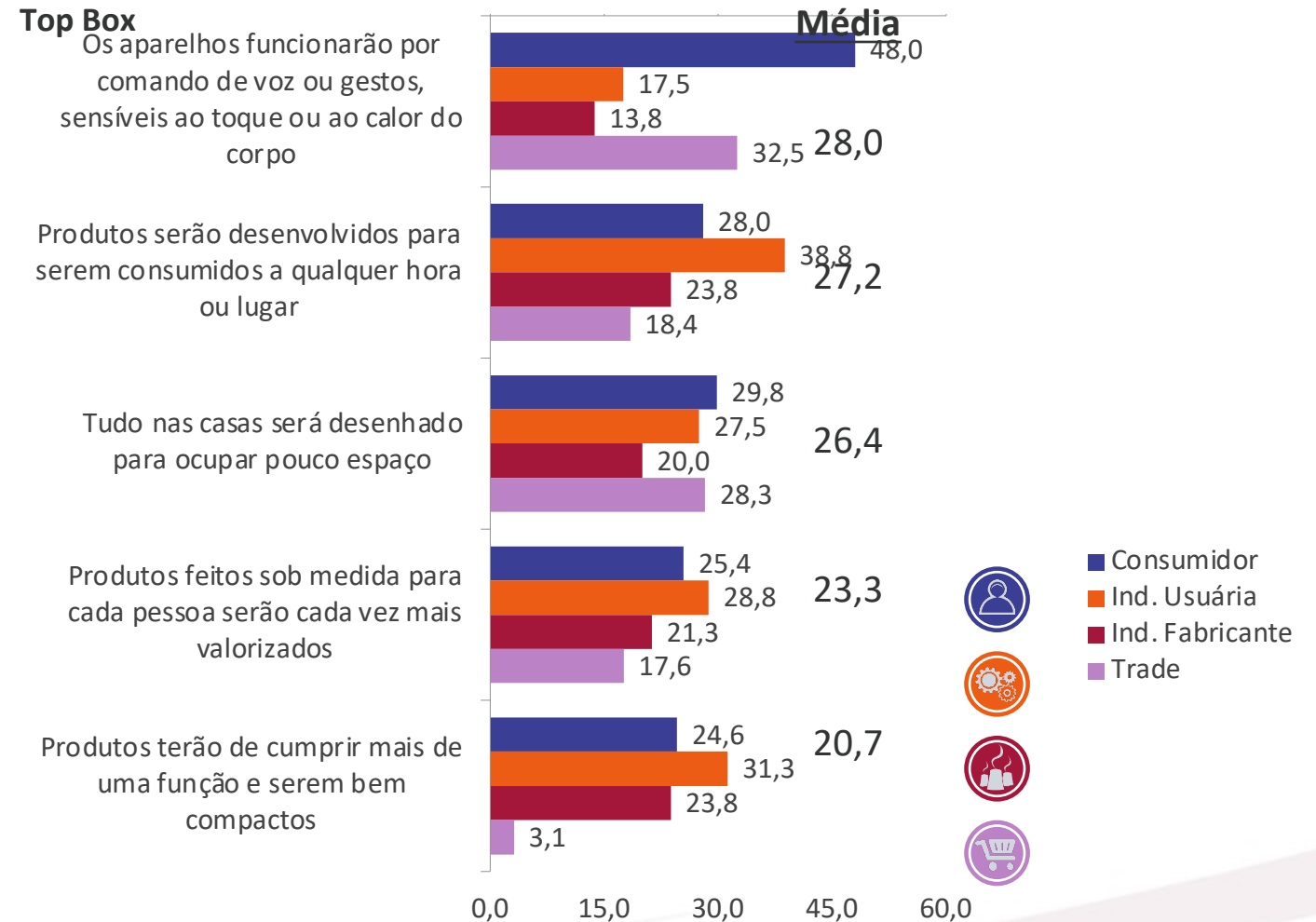
Fonte Q.1 Queremos entender como os brasileiros pensam que será o futuro e, por isso, peço que pense no futuro como o ano de 2025, daqui a 13 anos, com relação à saúde, tecnologia, alimentação, aparência, relações humanas, etc.

Bases: 80 | Consumidor: 400

# Indústria e varejo não estão alinhados com expectativas do consumidor em relação a interação com produtos

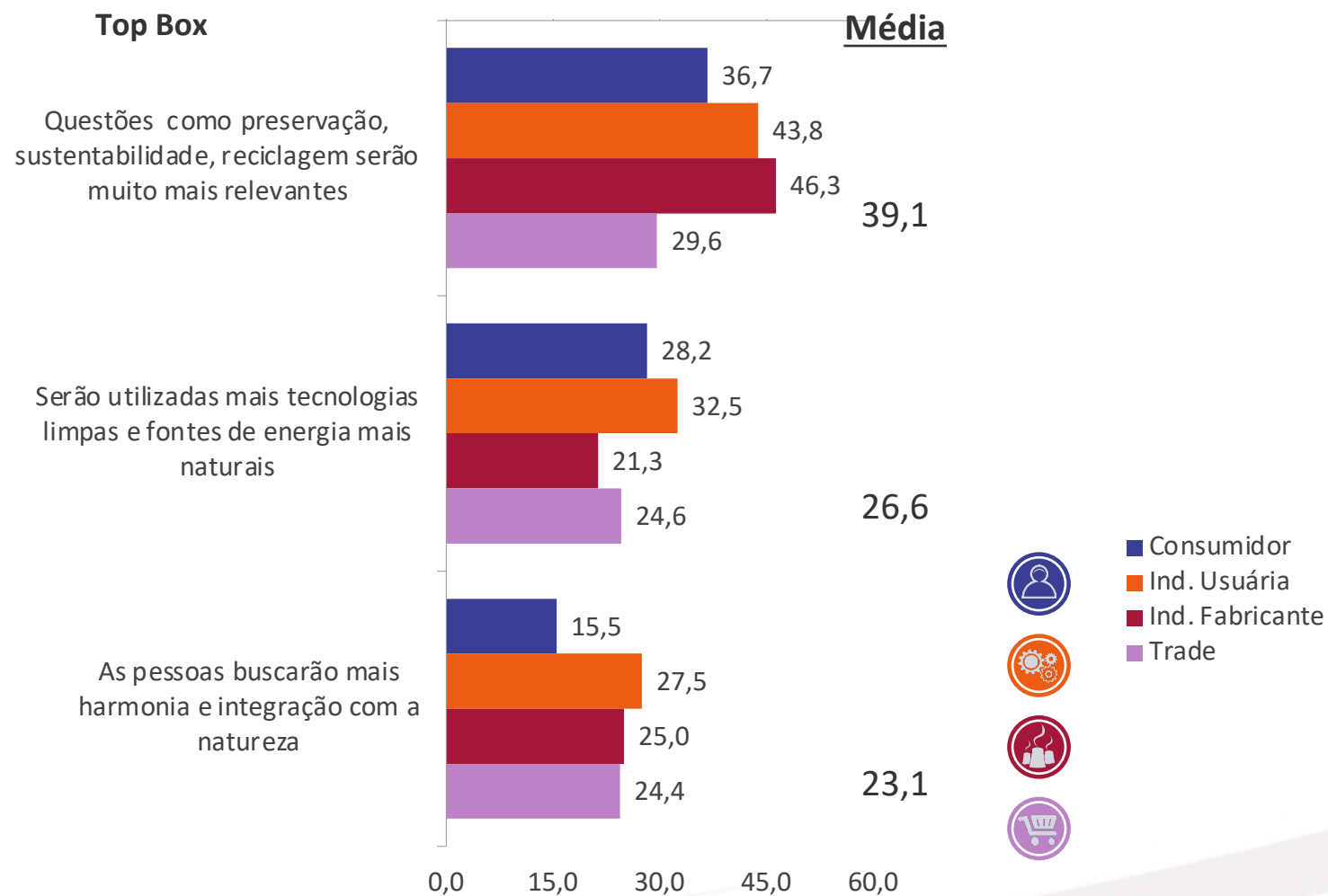


ESPM  
Núcleo de Estudos  
da Embalagem



Fonte Q.1 Queremos entender como os brasileiros pensam que será o futuro e, por isso, peço que pense no futuro como o ano de 2025, daqui a 13 anos, com relação à saúde, tecnologia, alimentação, aparência, relações humanas, etc.  
Bases: 80 | Consumidor: 400

# Stakeholders compartilham mesma visão sobre o futuro da sustentabilidade



Fonte Q.1 Queremos entender como os brasileiros pensam que será o futuro e, por isso, peço que pense no futuro como o ano de 2025, daqui a 13 anos, com relação à saúde, tecnologia, alimentação, aparência, relações humanas, etc.

Bases: 80 | Consumidor: 400



## AGENDA



### 4º Fórum Nacional de Gestão Estratégica de Embalagem

- Apresentação do estudo
- Quem contribuiu com este estudo?
- Olhando para o futuro
- Como stakeholders do setor de embalagem percebem o Brasil em 2025
- E como percebem a vida do brasileiro em 2025
- Indústria de embalagem está preparada para o futuro?
- Futuro da embalagem para indústria usuária e fabricante
- Recomendações para um futuro da embalagem brilhante

*Todos os stakeholders estão alinhados com esta visão?*

O Brasileiro não imagina sua vida desconectada e estará sempre na internet, por computador ou celular, substituindo cada vez mais as compras pessoais por compras pela internet.

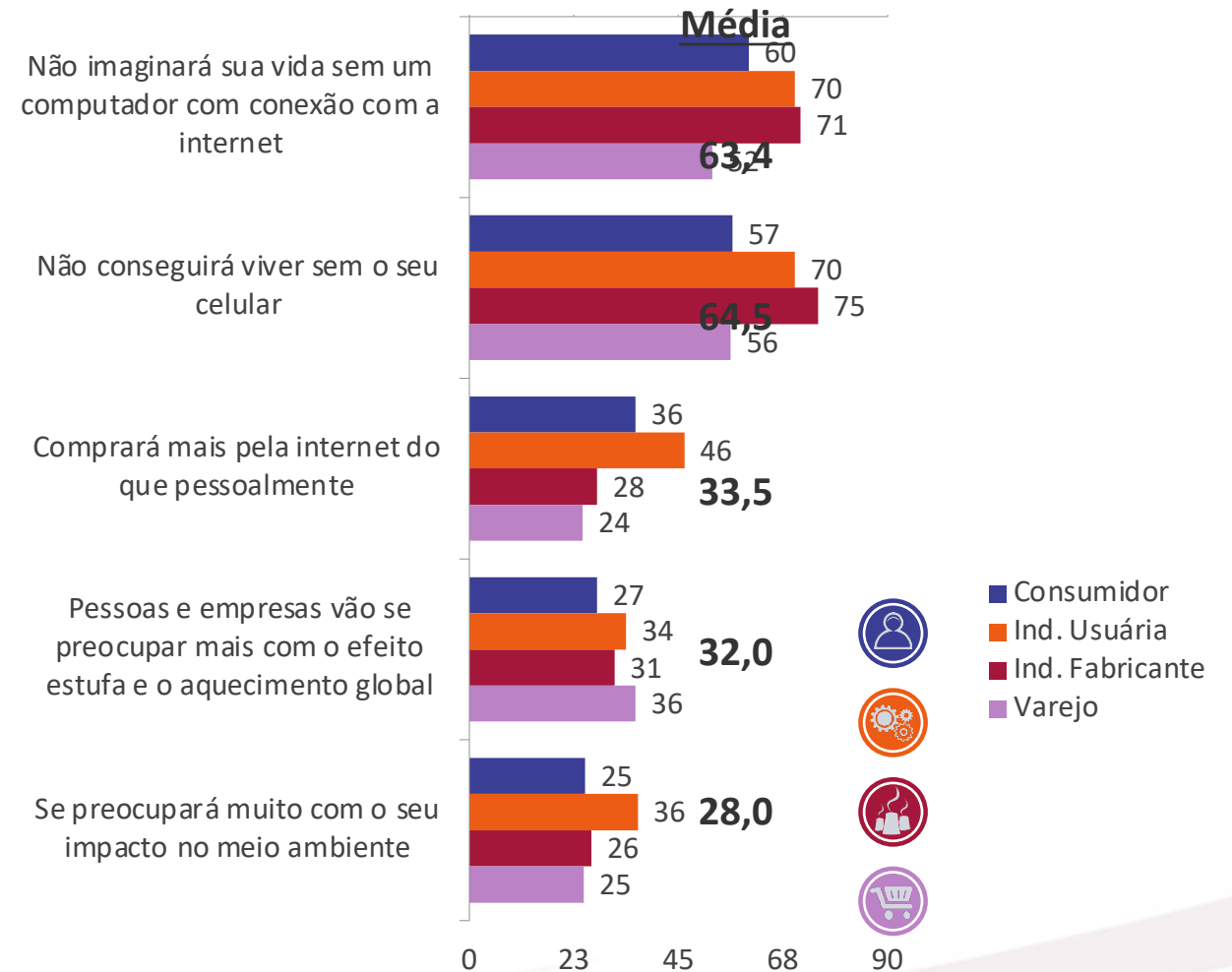
Este brasileiro estará muito atento a sua saúde e ao seu impacto no meio ambiente.

Sim, de maneira geral todos os stakeholders da cadeia de embalagem estão de acordo que esta visão representa bem como será a vida do Brasileiro em 2025.

# Todos concordam que ninguém conseguirá viver desconectado, sem celular ou computador



## Top Box



Fonte Q.3 Por favor, dê sua opinião novamente na forma de uma nota de 0 até 10, porém agora 10 significa que concorda totalmente com a afirmação e 0 que discorda totalmente. Por favor, atribua apenas uma nota para cada frase.

Bases: 80 | Consumidor: 400



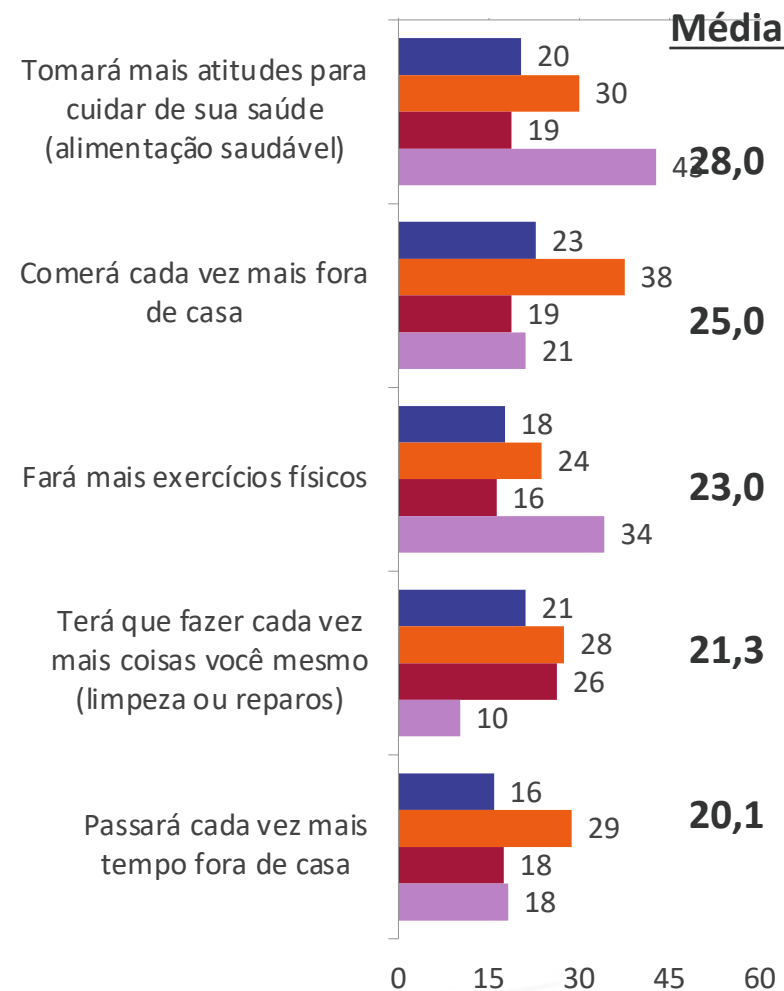
# Indústria usuária de embalagens aposta alto em um brasileiro em movimento, cada vez mais tempo fora de casa, porém sem descuidar da saúde



ESPM  
Núcleo de Estudos  
da Embalagem



## Top Box



■ Consumidor  
■ Ind. Usuária  
■ Ind. Fabricante  
■ Varejo



## AGENDA



### 4º Fórum Nacional de Gestão Estratégica de Embalagem

- Apresentação do estudo
- Quem contribuiu com este estudo?
- Olhando para o futuro
- Como stakeholders do setor de embalagem percebem Brasil em 2025  
E como percebem vida do brasileiro em 2025
- Indústria de embalagem está preparada para o futuro?
- Futuro da embalagem para indústria usuária e fabricante
- Recomendações para um futuro da embalagem brilhante

O Futuro é a inovação do presente e as indústrias mais inovadoras terão sucesso. Mas a indústria de embalagem está preparada para o futuro?



ESPM  
Núcleo de Estudos  
da Embalagem



## O QUE PENSA O CONSUMIDOR?

*“Treze anos é pouco tempo. Eu acho que não vai mudar muita coisa nas embalagens.”*

(consumidor)



## SERÁ QUE ELE ESTÁ CERTO?



## Mercado de cerveja em números:

- Crescimento no volume entre 2010 e 2011 foi de 3,37%
- Justificativa é o aumento no imposto sobre bebidas e pelo salário mínimo não ter crescimento real
- Porém, no mesmo período o crescimento no número de linhas de telefone celular foi de 20%, em um mercado com densidade já superior a 100



# Produto diferente e embalagem igual?



ESPM  
Núcleo de Estudos  
da Embalagem





# Então, indústria da embalagem é inovadora?



ESPM  
Núcleo de Estudos  
da Embalagem



# SIM!

Mas não de forma consistente, por isso não há percepção do consumidor.



4º Fórum  
Nacional de  
Gestão Estratégica  
de Embalagem



## Inovação consistente em todo mercado de cerveja:

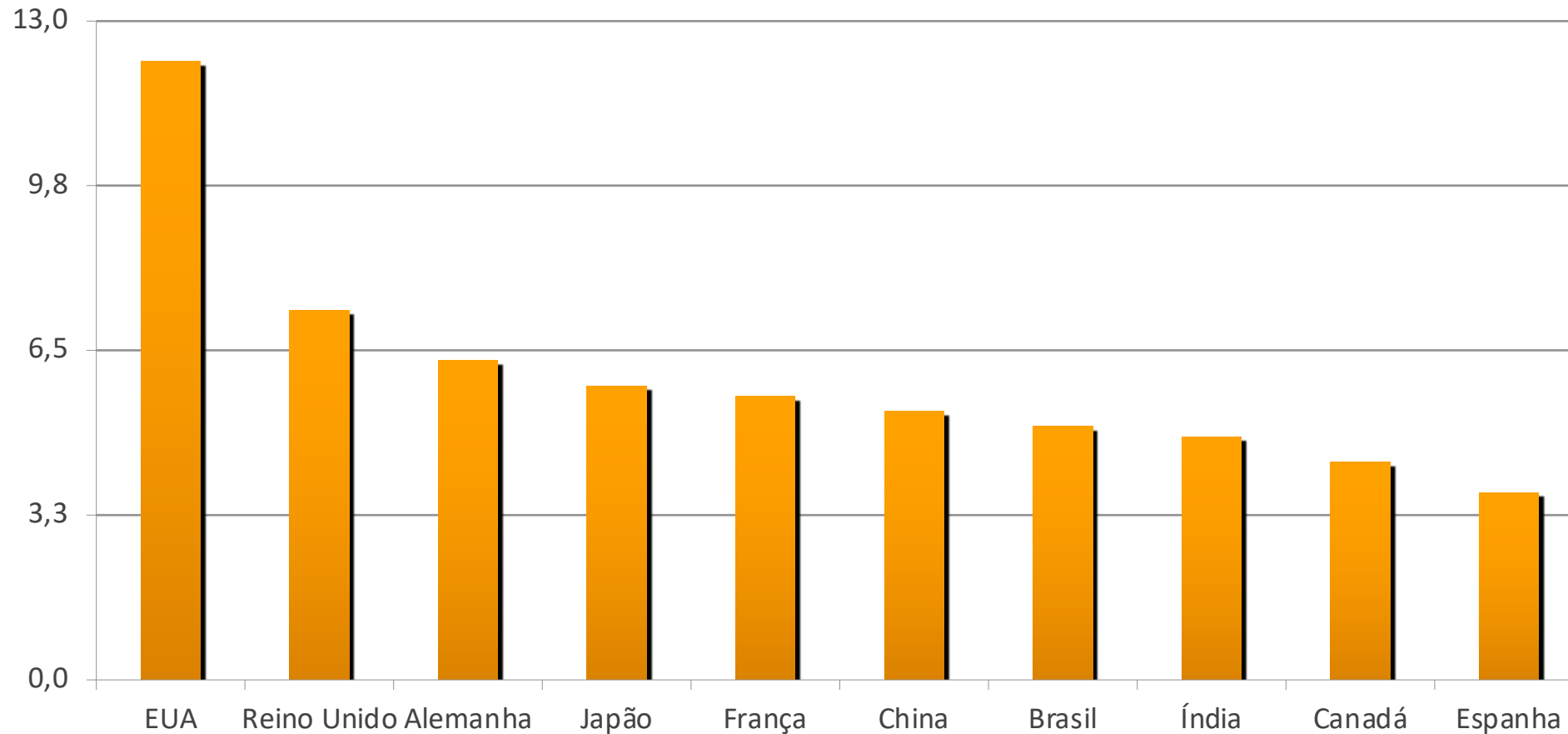
- Cervejas especiais, no entanto, inovam mais e, com isso, crescem mais
- As cervejas especiais, segundo especialistas, foram as responsáveis por “salvar o ano.”

**DIFERENCIAL DE EMBALAGEM  
CONSISTENTE COM  
DIFERENCIAL DO PRODUTO**

# Brasil foi o sétimo colocado no ranking mundial em lançamentos de embalagem.



## Número de Variantes (%) por País



## Histórico do Brasil no Ranking:

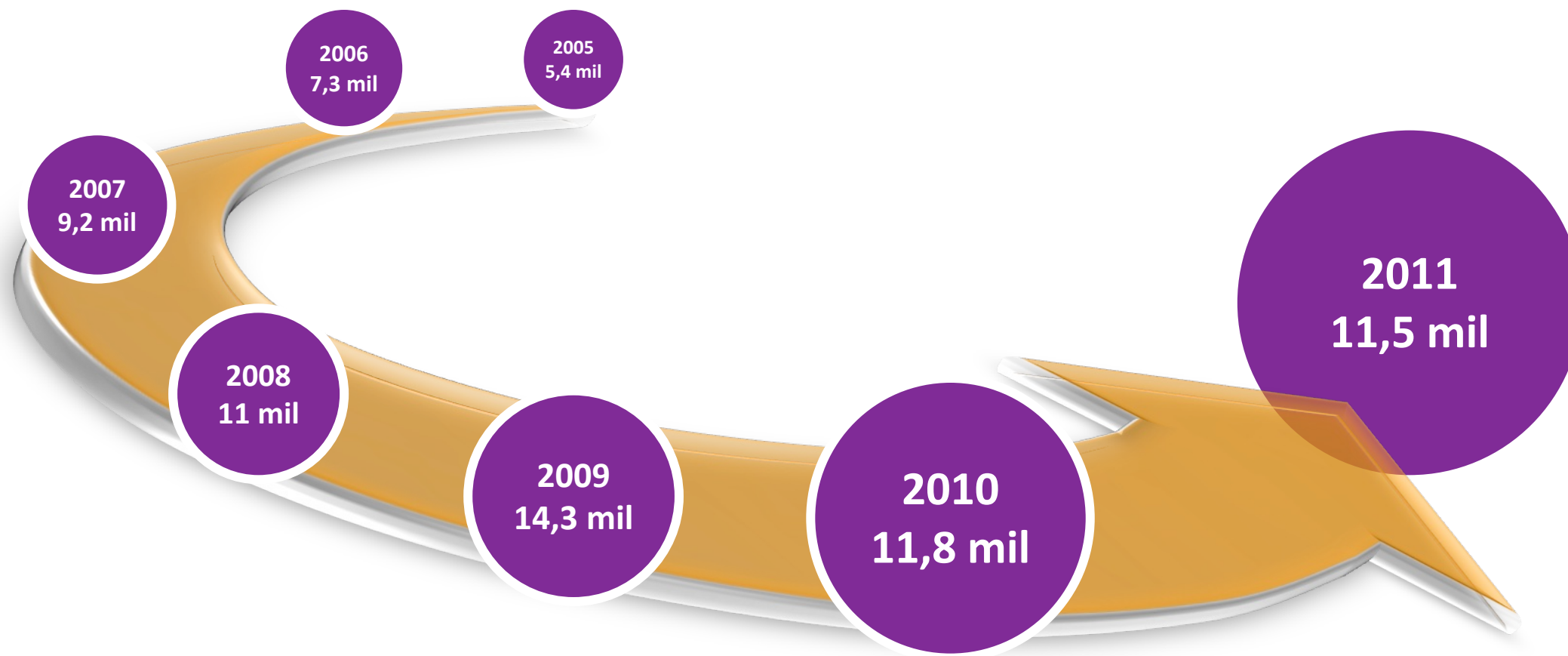
- 2011: 7ª
- 2010: 5ª
- 2009: 4ª
- 2008: 6ª
- 2007: 7ª
- 2006: 8ª
- 2005: 9ª



# Evolução da quantidade de lançamentos de embalagem no Brasil



ESPM  
Núcleo de Estudos  
da Embalagem

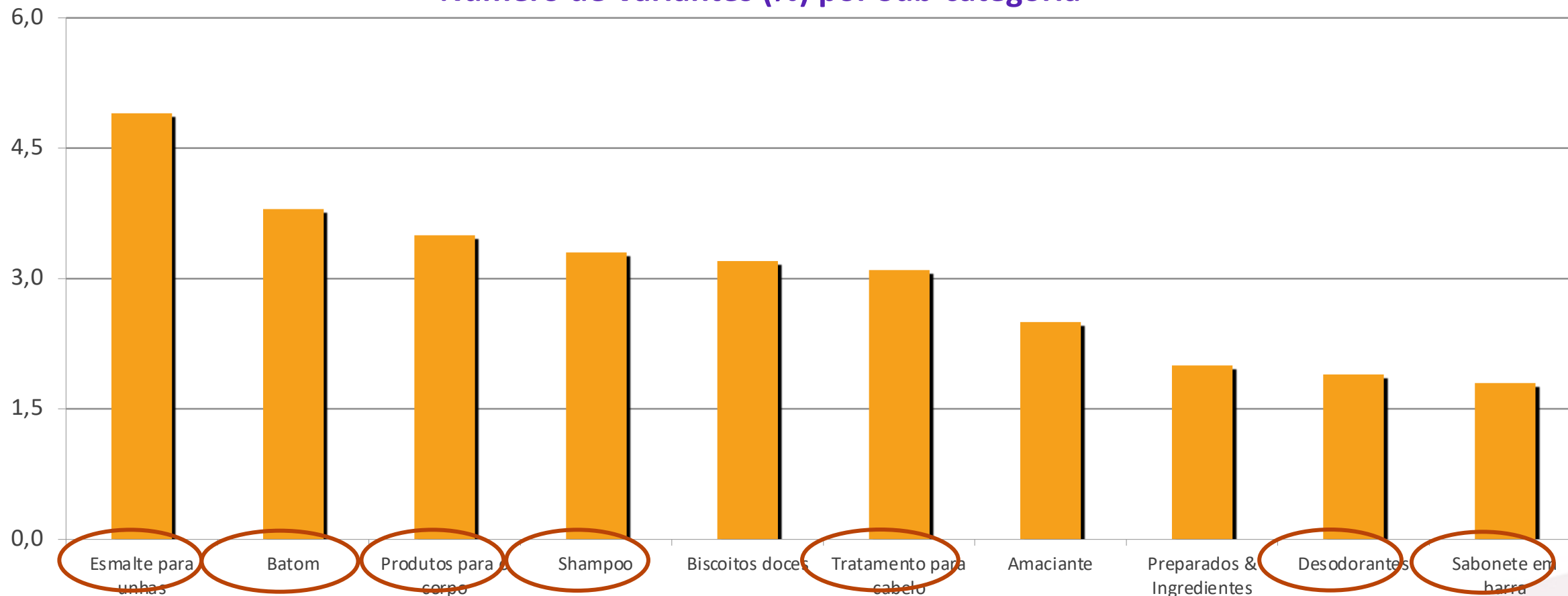




# Cuidados pessoais foi a categoria que mais lançou embalagens no Brasil em 2011



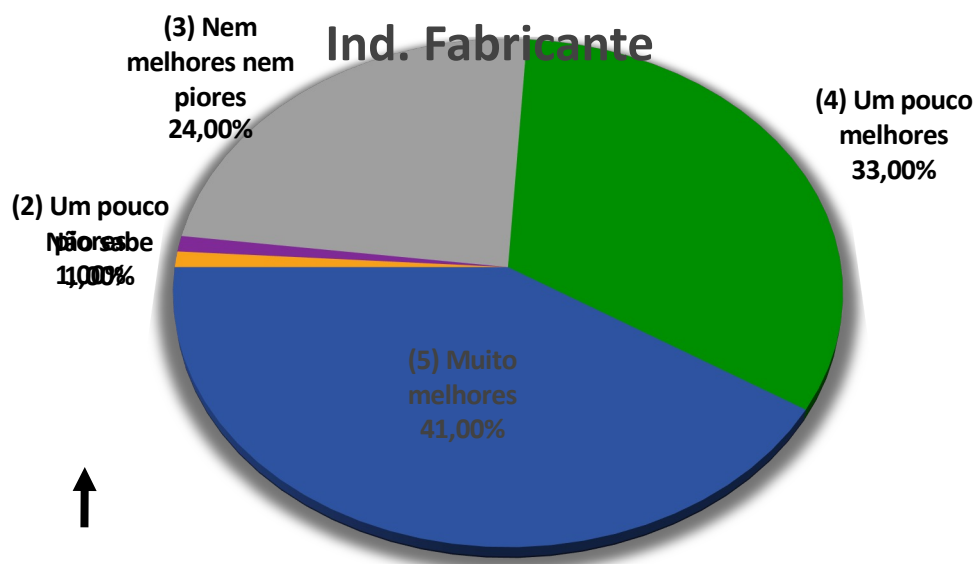
## Número de Variantes (%) por Sub-categoria



# Percepção de superioridade de suas embalagens da indústria fabricante não é compartilhada pelos usuários de embalagens

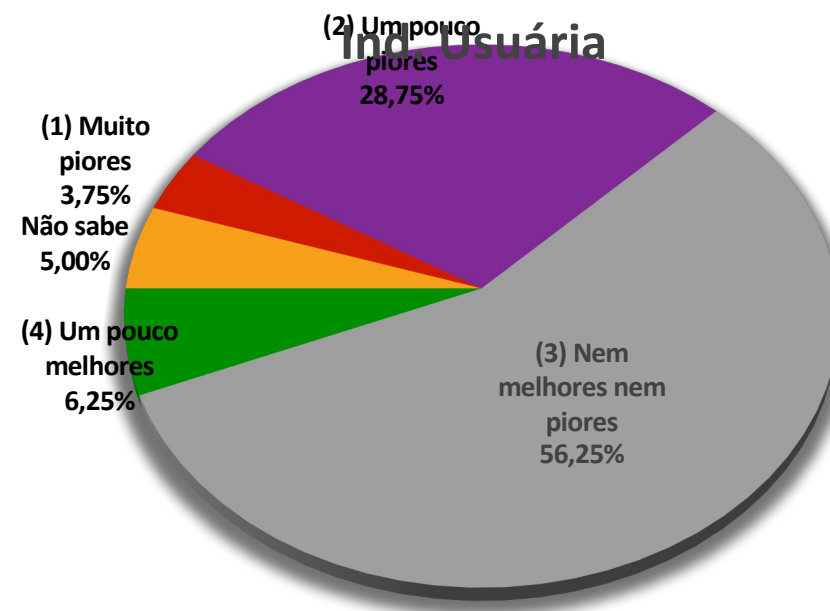
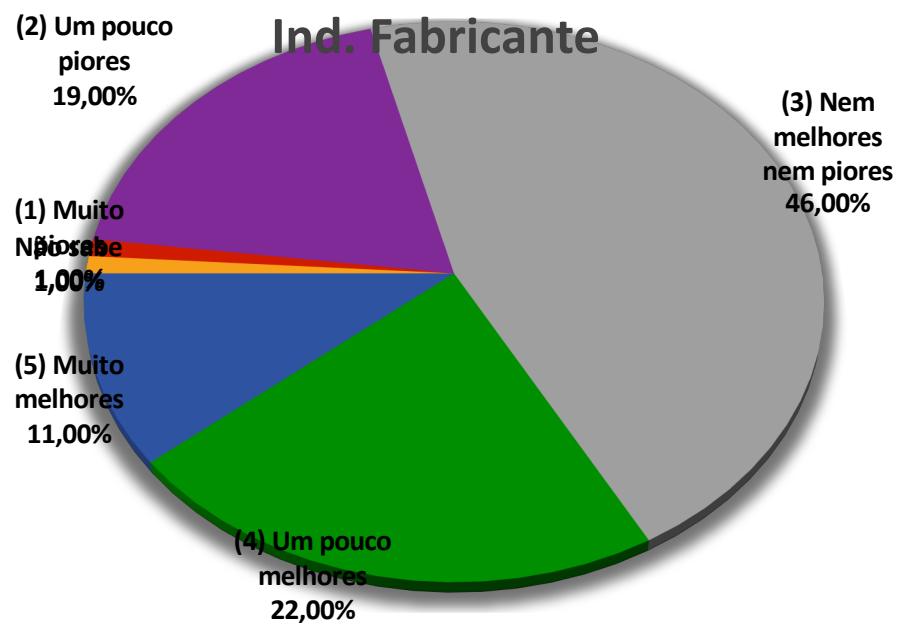


ESPM  
Núcleo de Estudos  
da Embalagem



Usuária Q.30, Pensando de uma forma geral no desenvolvimento de embalagens da sua empresa em comparação com as embalagens das empresas concorrentes no mercado nacional, você diria que as embalagens da sua empresa são: | Produtora Q.17 Pensando de uma forma geral, atualmente a produção de embalagens da sua empresa em comparação com as embalagens das empresas concorrentes no mercado nacional, você diria que as embalagens da sua empresa são: | Bases: 80

# Cenário semelhante na comparação com embalagens “de fora”



## AGENDA



### 4º Fórum Nacional de Gestão Estratégica de Embalagem

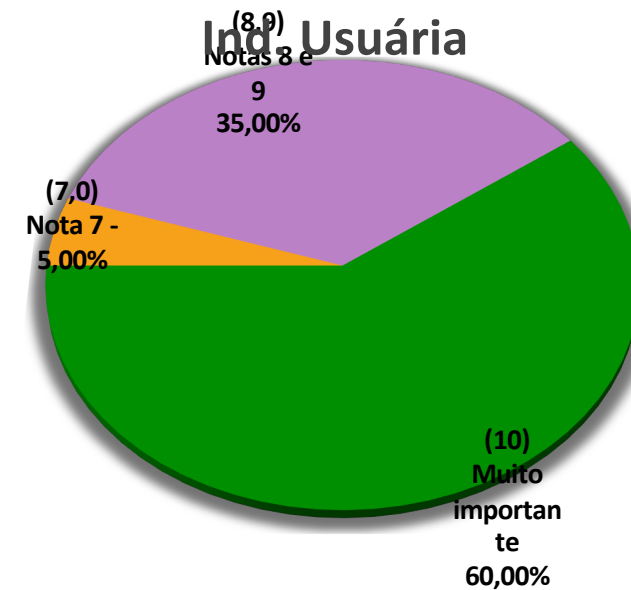
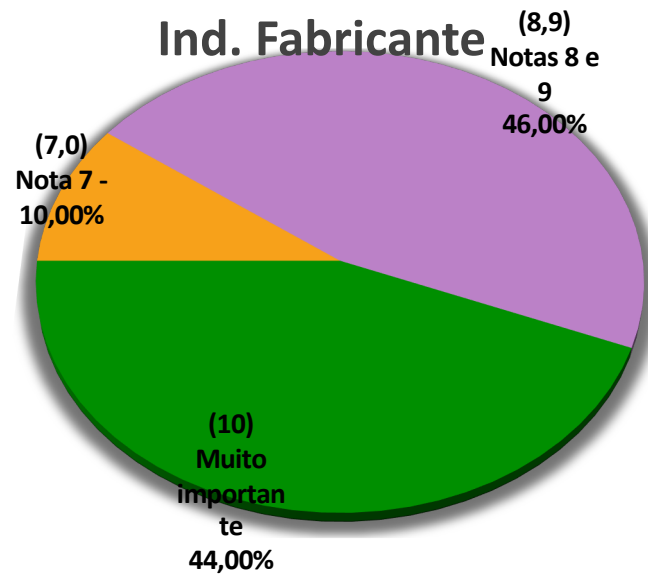
- Apresentação do estudo
- Quem contribuiu com este estudo?
- Olhando para o futuro
- Como stakeholders do setor de embalagem percebem Brasil em 2025
- E como percebem vida do brasileiro em 2025
- Indústria de embalagem está preparada para o futuro?
- Futuro da embalagem para indústria usuária e fabricante
- Recomendações para um futuro da embalagem brilhante



# Indústria usuária acredita na importância da embalagem para o sucesso de suas marcas



Qual importância da embalagem para o sucesso de uma marca em sua opinião? (%)



Usuária Q.7, Produtora Q.6 E em sua opinião, qual a importância de uma embalagem para o sucesso de uma marca, por favor, dê uma nota de 0 a 10 onde 10 quer dizer Muito importante e 0 nada importante: | Bases: 80

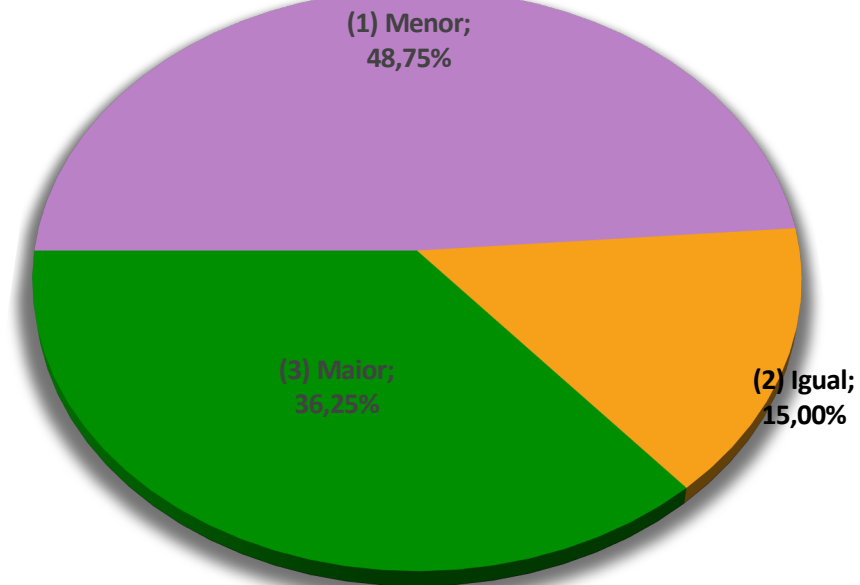
# Fabricantes e usuários de embalagem divergem também sobre participação da embalagem no custo do produto



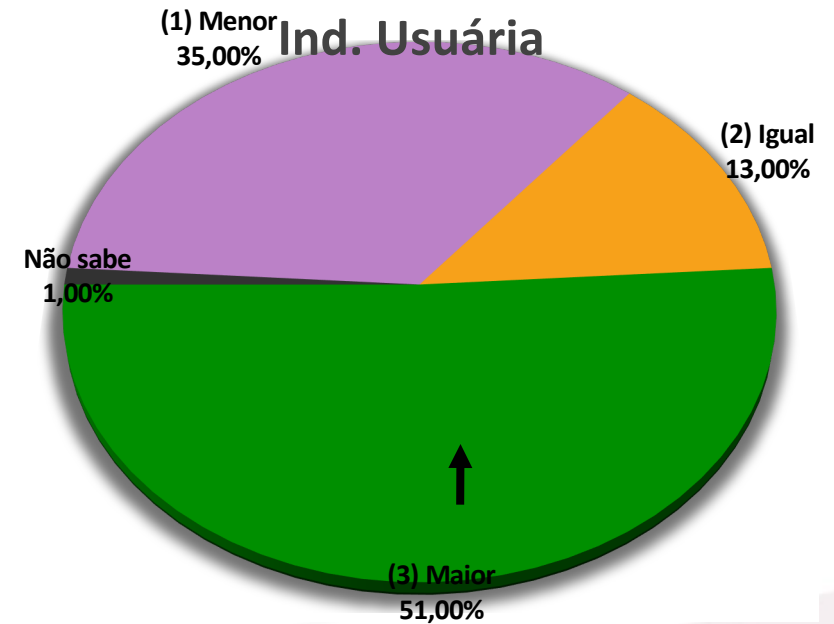
Percentual que embalagem representa no custo dos produtos será maior, menor ou igual no futuro? (%)



## Ind. Fabricante



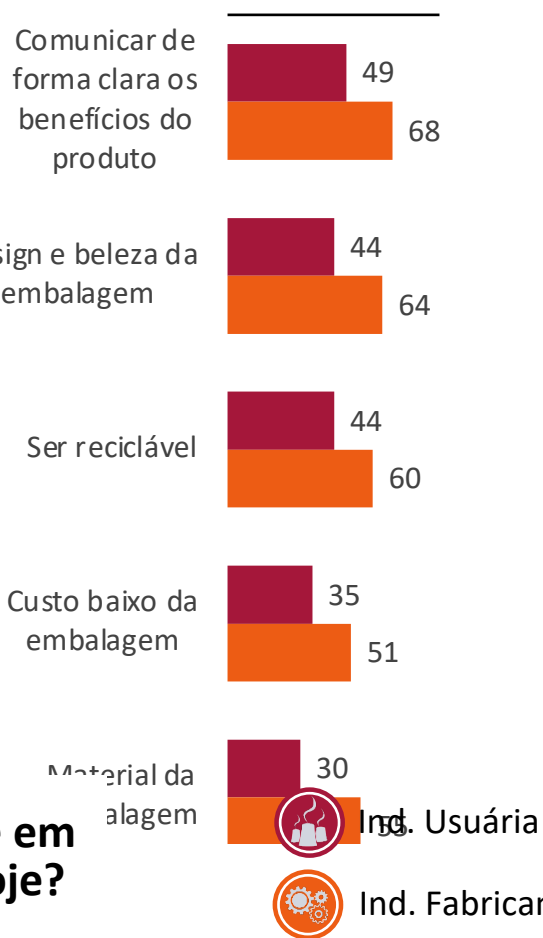
## Ind. Usuária



# Indústria fabricante atribui maior importância hoje e no futuro

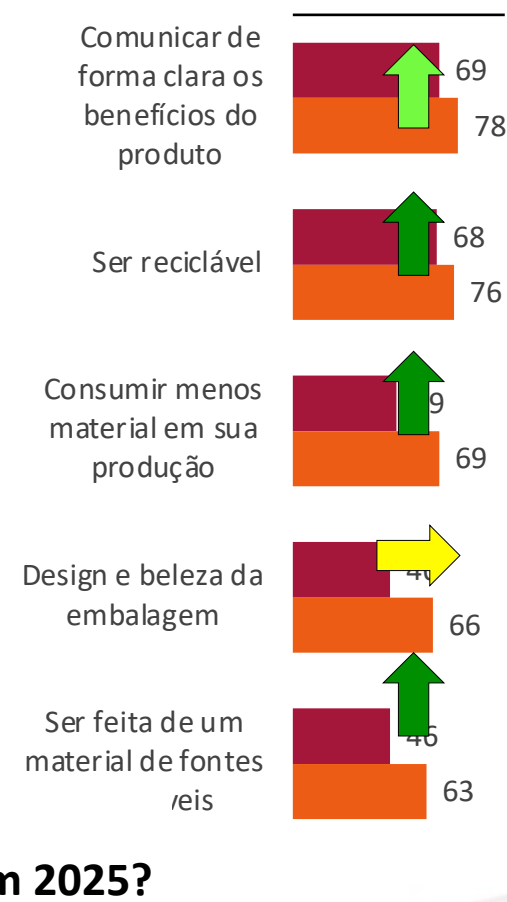


## Top Box



## O que é importante em uma embalagem hoje?

## Top Box



## E o que será importante em 2025?

Fonte Q.4 - Hoje, o quanto você acha que cada um dos seguintes atributos da embalagem é importante para o sucesso de uma marca. Por favor, dê uma nota de 0 a 10, onde 10 é muito importante e 0 nada importante | Fonte Q.5 Hoje, o quanto você acha que cada um dos seguintes atributos da embalagem é importante para o sucesso de uma marca. Por favor, dê uma nota de 0 a 10, onde 10 é muito importante e 0 nada importante | Bases: 80

*Todos os stakeholders estão alinhados com esta visão?*

Serão parte importante da experiência de consumo, integradas com a internet e com múltiplas funções além de proteger o produto. Serão sofisticadas e customizadas com “a cara” do consumidor.

Práticas e portáteis, em porções individuais, manterão os produtos por mais tempo, sem que eles percam suas propriedades naturais e acompanharão o consumidor aonde ele precisar.

Serão privilegiados os designs que apresentam de forma clara as informações sobre o produto e que permitam seu reaproveitamento ou refil, além de um fácil descarte.

Terão impacto cada vez menor no meio ambiente, muitas simplesmente dissolvendo após o uso.



*Todos os stakeholders estão alinhados com esta visão?*

Serão parte importante da experiência de consumo, integradas com a internet e com múltiplas funções além de proteger o produto. Serão sofisticadas e customizadas com “a cara” do consumidor.



**Não! Fabricantes de produtos e embalagens precisam se alinhar e compartilhar uma visão comum para futuro da embalagem.**

Serão privilegiados designs que apresentam de forma clara para o consumidor as informações sobre o produto e que permitam seu reaproveitamento ou refil, além de um fácil descarte.

Terão impacto cada vez menor no meio ambiente, muitas simplesmente dissolvendo após o uso.

*Todos os stakeholders estão alinhados com esta visão?*

Serão parte importante da experiência de consumo, integradas com múltiplas funções além de proteger o produto. Serão sofisticadas e customizadas com “a cara” do consumidor. Serão refinadas e customizadas com “a cara” do consumidor.

**Não! Fabricantes de produtos e embalagens precisam se alinhar e compartilhar uma visão comum para futuro da embalagem.**

Serão privilegiados designs que apresentam de forma clara para o consumidor as informações sobre o produto e que permitam seu reaproveitamento ou refil, além de um fácil descarte. Terão impacto cada vez menor no meio ambiente, muitas simplesmente dissolvendo após o uso.



# Indústria usuária vê claramente futuro com embalagens customizadas e sofisticadas, já indústria produtora não compartilha mesma convicção

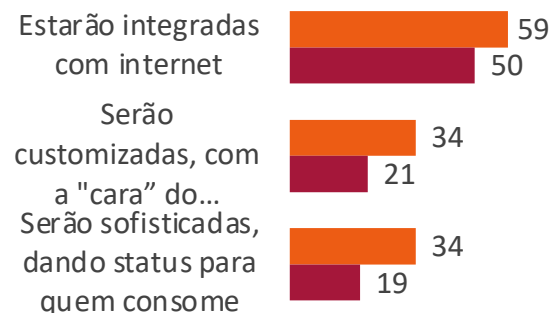


ESPM  
Núcleo de Estudos  
da Embalagem



## Tecnologia

## Top Box



Fonte. Q2 Ainda pensando no futuro, gostaríamos de entender melhor como você imagina que serão as embalagens dos produtos em 2025. Levantamos algumas opiniões sobre como serão as embalagens de alimentos, bebidas, produtos de limpeza e higiene pessoal em 2025 e gostaríamos de saber o quanto você concorda ou discorda delas.

Bases: 80

# Indústria usuária espera futuro com embalagens portáteis e que mantenham propriedades naturais dos produtos

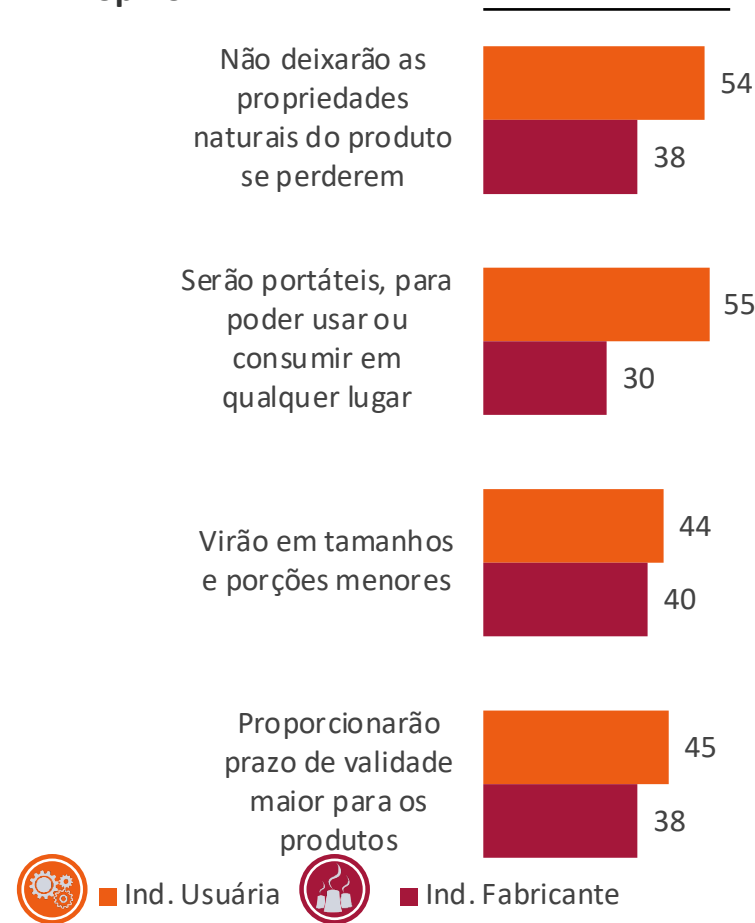


ESPM  
Núcleo de Estudos  
da Embalagem



## Tamanho e propriedades

## Top Box



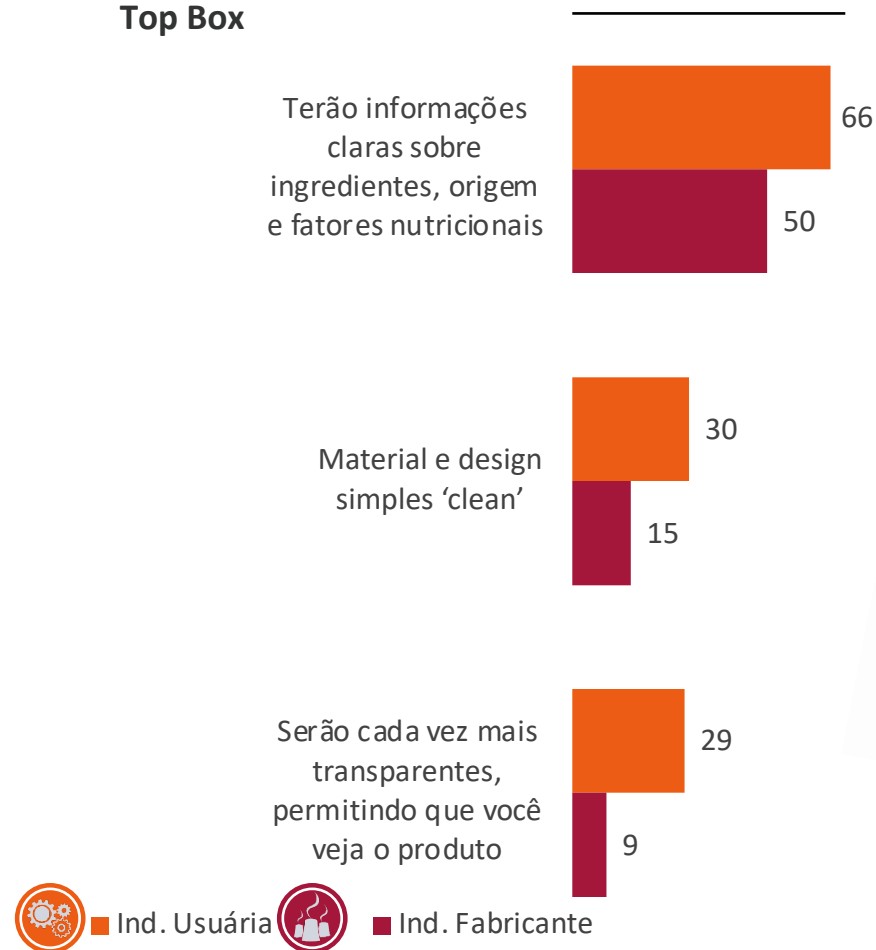


# Indústria usuária vê embalagem do futuro com design mais clean e transparente do que Indústria produtora



## Design

## Top Box



# Importância da facilidade para descarte não é compartilhada na visão de futuro das indústrias produtora e usuária de embalagem



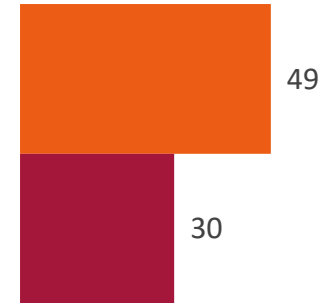
ESPM  
Núcleo de Estudos  
da Embalagem



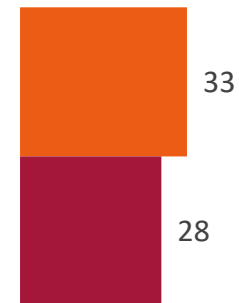
## Sustentabilidade

## Top Box

Facilmente descartáveis, se decompõem, derretem, dissolvem, encolhem ou ficam bem compactas



Reaproveitáveis, reutilizáveis, recarregáveis



Ind. Usu

Ind. Fonte



## AGENDA



### 4º Fórum Nacional de Gestão Estratégica de Embalagem

- Apresentação do estudo
- Quem contribuiu com este estudo?
- Olhando para o futuro
- Como stakeholders do setor de embalagem percebem Brasil em 2025
- E como percebem vida do brasileiro em 2025
- Indústria de embalagem está preparada para o futuro?
- Futuro da embalagem para indústria usuária e produtora
- Recomendações para um futuro da embalagem brilhante



Indústria consistentemente inovadora trabalhando junta para realizar uma visão de futuro comum é chave para futuro da embalagem



ESPM  
Núcleo de Estudos  
da Embalagem



**TODOS ELOS DA CADEIA DEVEM COMPETIR JUNTOS, ESPECIALMENTE FABRICANTES DE PRODUTOS E EMBALAGEM. QUANDO UM PRODUTO TEM SUCESSO, TODA SUA CADEIA GANHA.**

**MENOS COMPETIÇÃO DENTRO DA CADEIA E MAIS "COOPETIÇÃO". CONCORRENTES NO MESMO SETOR DEVEM COOPERAR PARA DESENVOLVIMENTO DE SUA CATEGORIA.**

**MATERIAIS DEVEM SE INTEGRAR PARA GANHAREM COMPETITIVIDADE, APRESENTANDO NOVAS PROPOSIÇÕES.**

**DIÁLOGO CONTÍNUO ENTRE FABRICANTES DE EMBALAGENS E PRODUTOS, BUSCANDO TRANSFORMAR DIVERGÊNCIAS EM CONVERGÊNCIAS, CONSTRUINDO UMA VISÃO COMPARTILHADA DE FUTURO.**



"O PRÊMIO MOTIVA AS EMPRESAS A MELHORAR A QUALIDADE DO ATENDIMENTO"  
Patricia Restack, da GfK

se rela- de Nes- o cada vez ando mon- os canais de ciosus, como a apontam nas ría celular. a integração des- a têm dificuldade ana experiência ao tra muito diferente

por e-mail, chat ou pessoalmente", diz a diretora da GfK.

O estudo mostra que as companhias que se superam no atendimento colocam o cliente no centro de sua estratégia. E mais: contam com a participação ativa da alta direção para realizar os investimentos necessários e motivar a equipe. É dessa maneira que elas melhoram a cada ano o nível de serviço ao cliente.

11 de 2017 CONSUMIDOR MODERNO | 27



**4º Fórum Nacional de Gestão Estratégica de Embalagem**

**FUTURO DA EMBALAGEM**  
Mais amplo estudo feito no Brasil sobre futuro da embalagem

Logos:   Núcleo de Estudos da Embalagem 

Responsável pela Coordenação:



**FABIO MESTRINER**  
Professor coordenador do Núcleo de Estudos da Embalagem da ESPM

Responsáveis pelo Desenvolvimento:



**PAULO CARRAMENHA**  
Managing Director | paulo.carramenha@gfk.com



**SÉRGIO MESSIAS**  
sergio.messias@indigo4.com.br

Design da apresentação:



**MARCUS VINICIUS MAGGI**  
marcus@dumppa.com.br

