



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

ESPM60



Realizado pelo Núcleo de Estudos da Embalagem da ESPM, em parceria com a realização deste estudo de pesquisa 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

AGENDA



4º Fórum Nacional de Gestão Estratégica de Embalagem

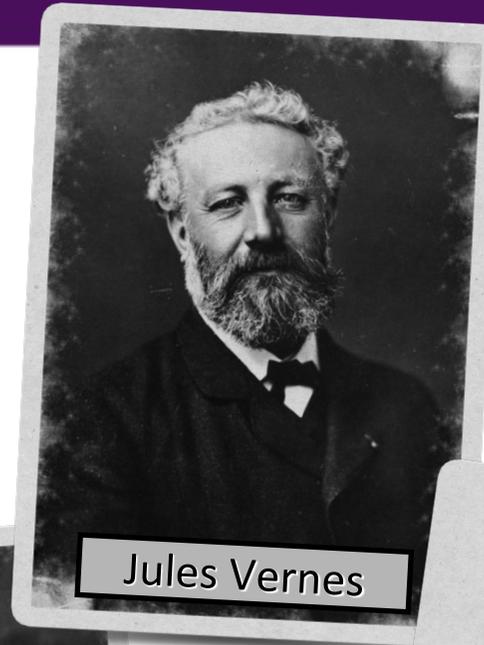
- Apresentação do estudo
Quem contribuiu com este estudo?
- Olhando para o futuro
- Como stakeholders do setor de embalagem percebem o Brasil em 2025
- E como percebem a vida do brasileiro em 2025
- Indústria de embalagem está preparada para o futuro?
- Futuro da embalagem para indústria usuária e fabricante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

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

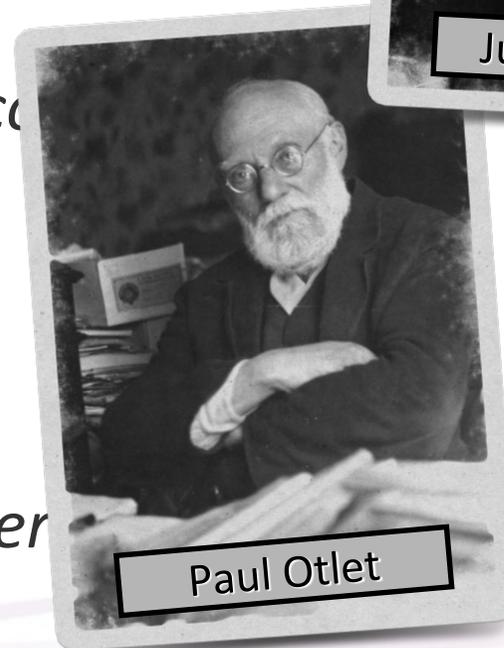
- **Jules Verne** não conseguiu imaginar Paris no século XX com precisão

- **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.



Atividade física, alimentação saudável,
gestos, calor do corpo ou voz

Busca por maior harmonia
e integração com a
natureza

Uso de tecnologias limpas e
fontes de energia naturais



Como, onde, quando

Mundo totalmente
conectado e
transcendendo
barreiras geográficas

Acompanhando o ritmo do consumidor
e sabendo entender seus desejos

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.

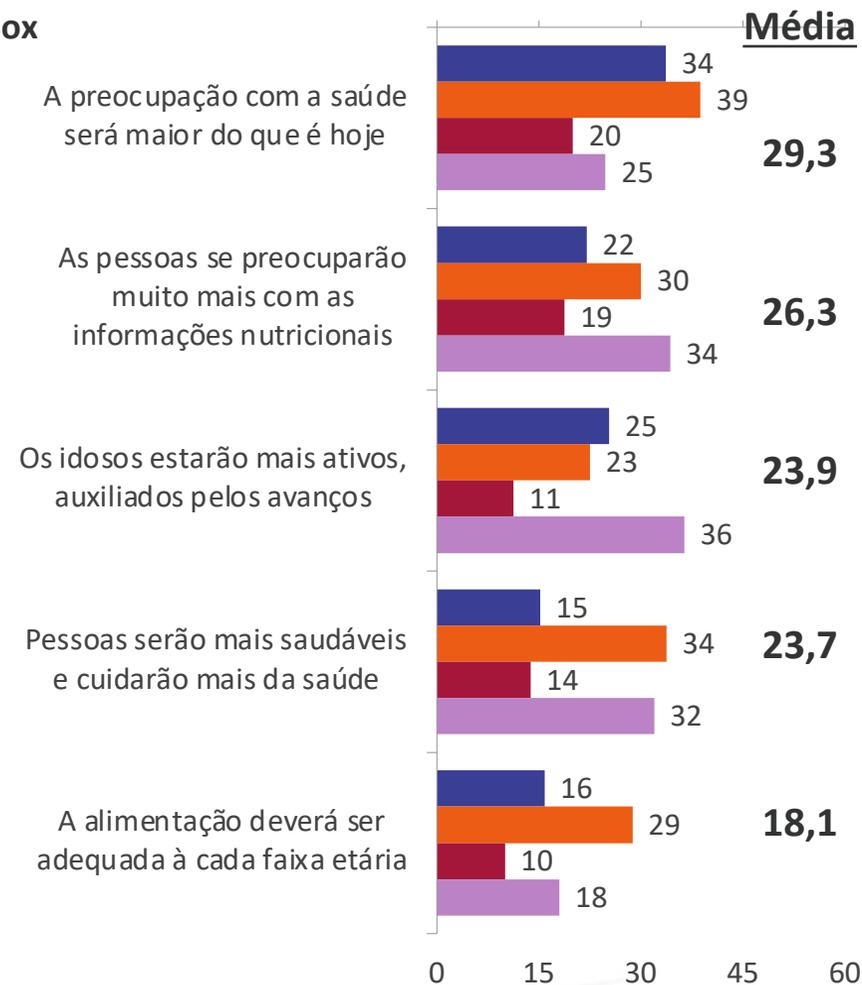
Indústria fabricante de embalagens é menos convicta sobre preocupação com saúde no futuro



ESPM
Núcleo de Estudos
da Embalagem



Top Box



■ Consumidor
■ Ind. Usuária
■ Ind. Fabricante
■ Trade

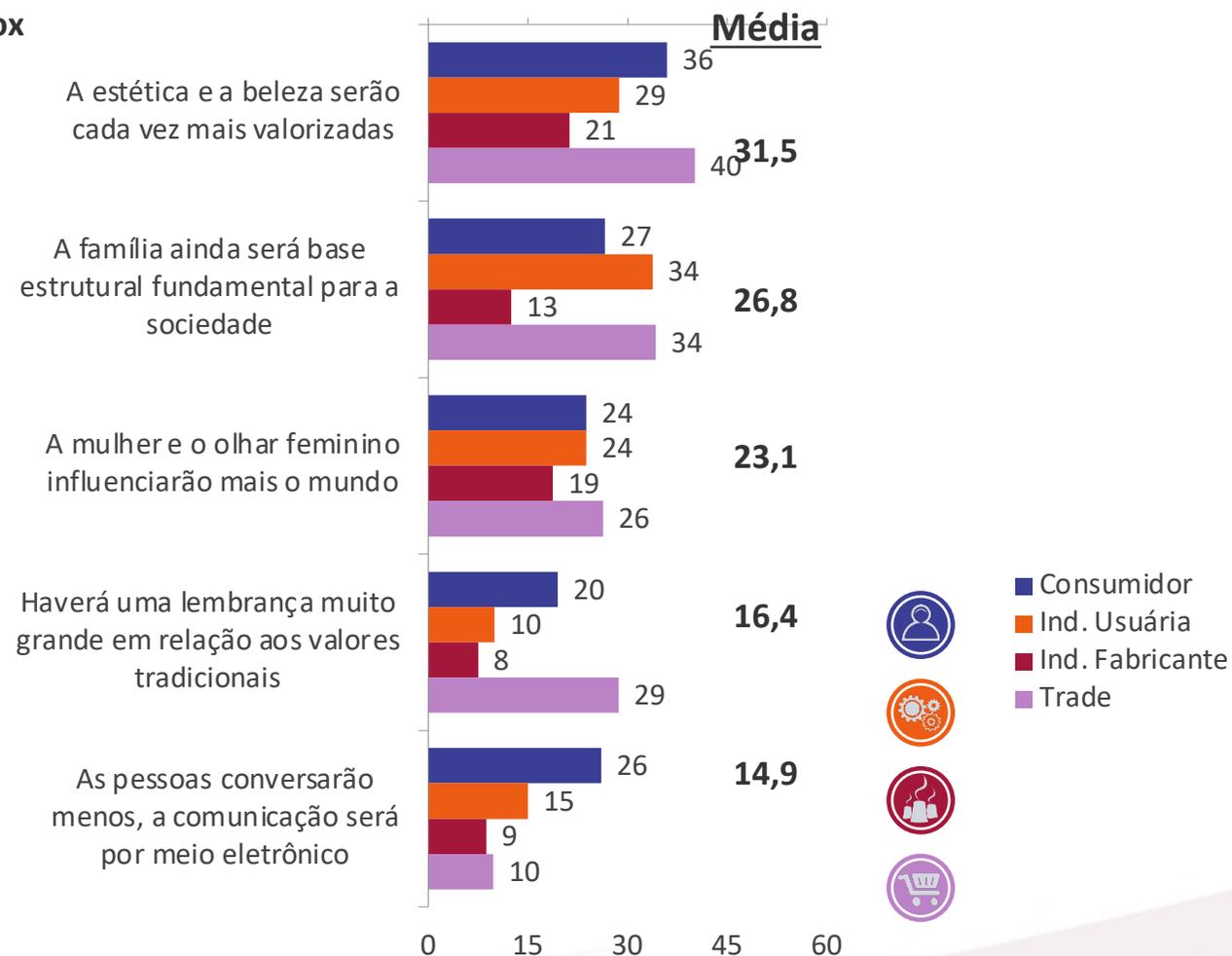
Indústria fabricante de embalagens não percebe influência da estética e da família na mesma intensidade que os demais



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

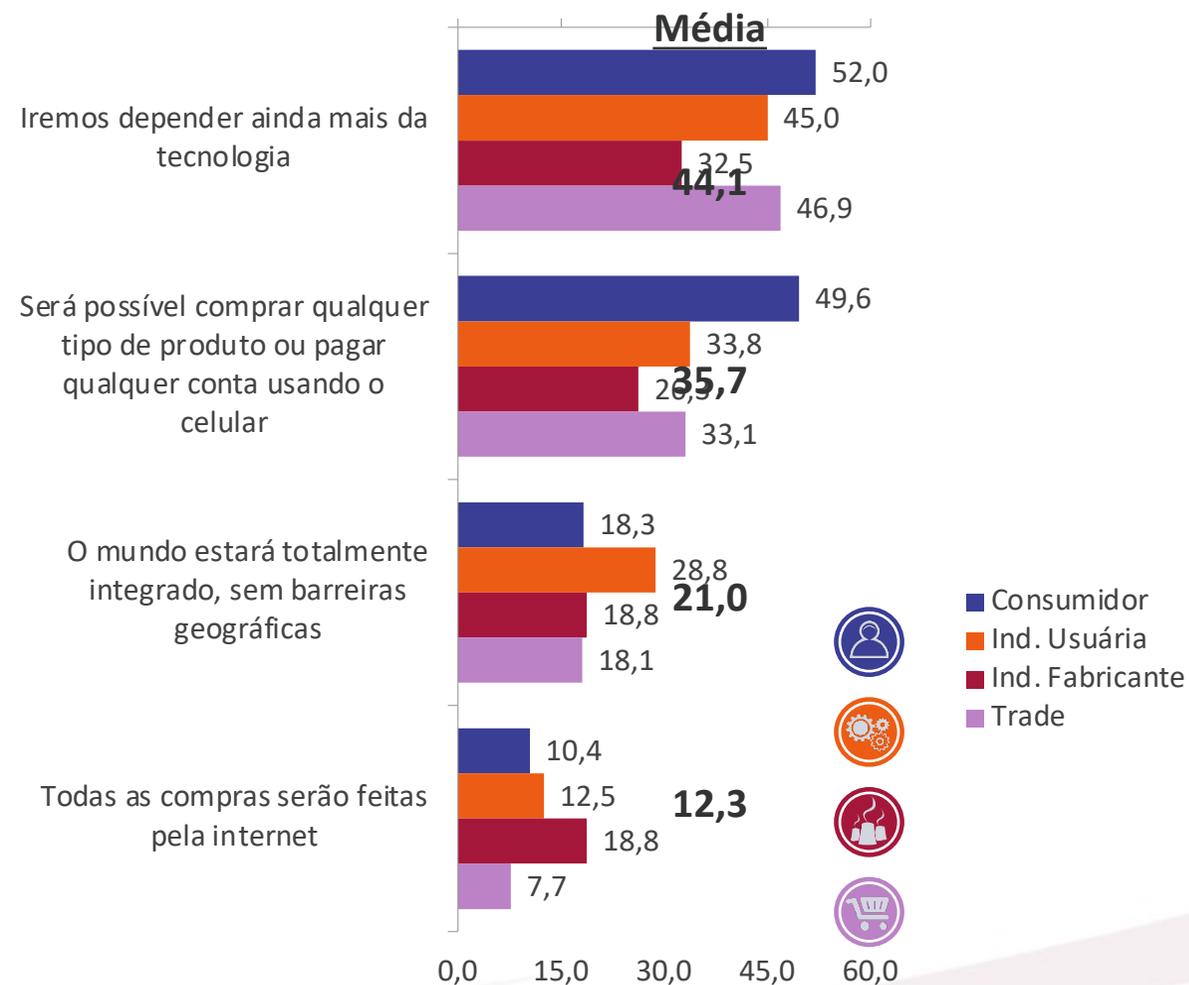
Consumidores acreditam mais na ampliação do papel do celular



ESPM
Núcleo de Estudos
da Embalagem



Top Box



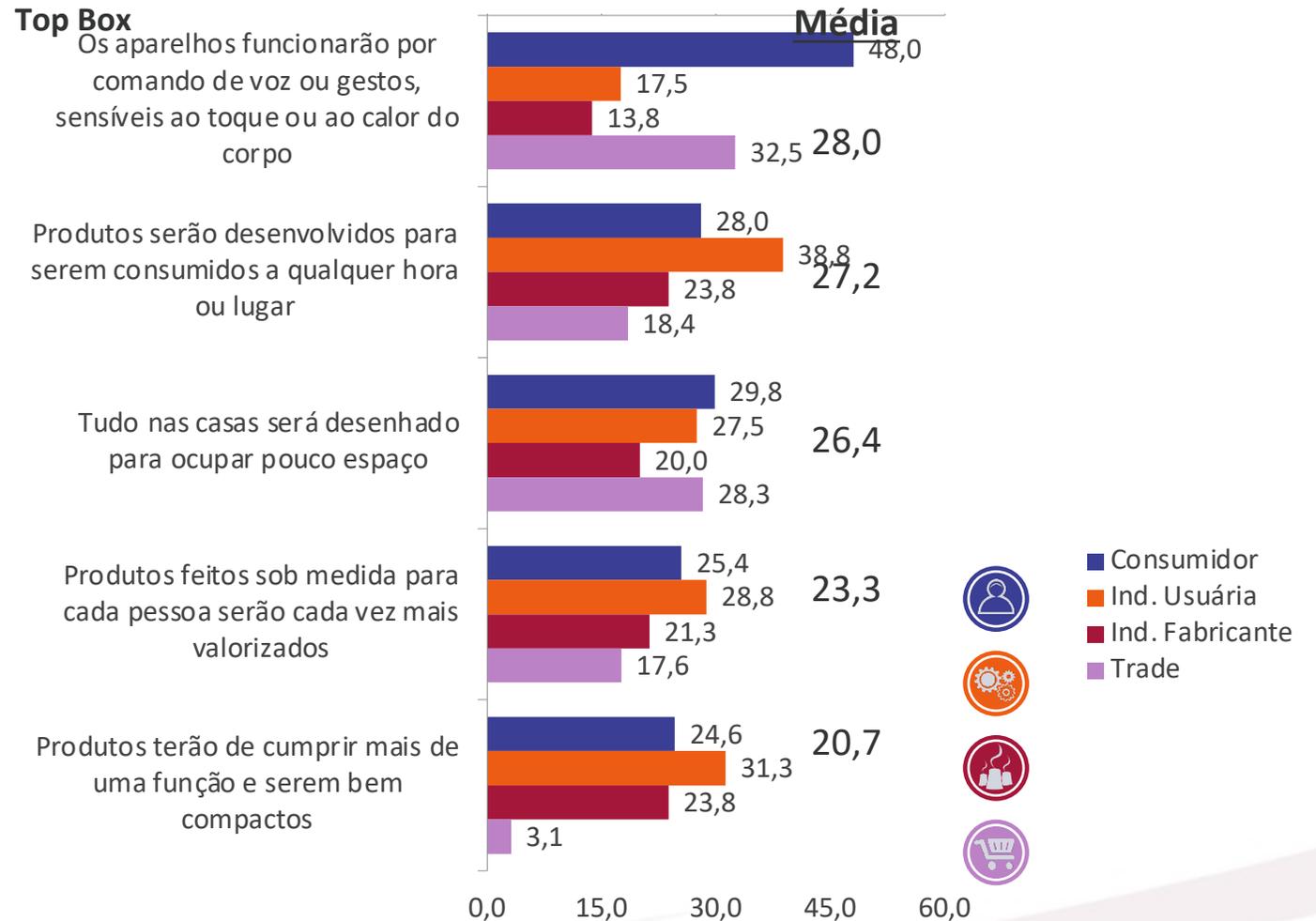
Fonte Q.1 Queremos entender como os brasileiros pensam que será o futuro e, por isso, peço que pense no futuro como o ano de 2025, daqui a 13 anos, com relação à saúde, tecnologia, alimentação, aparência, relações humanas, etc.

Bases: 80 | Consumidor: 400

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

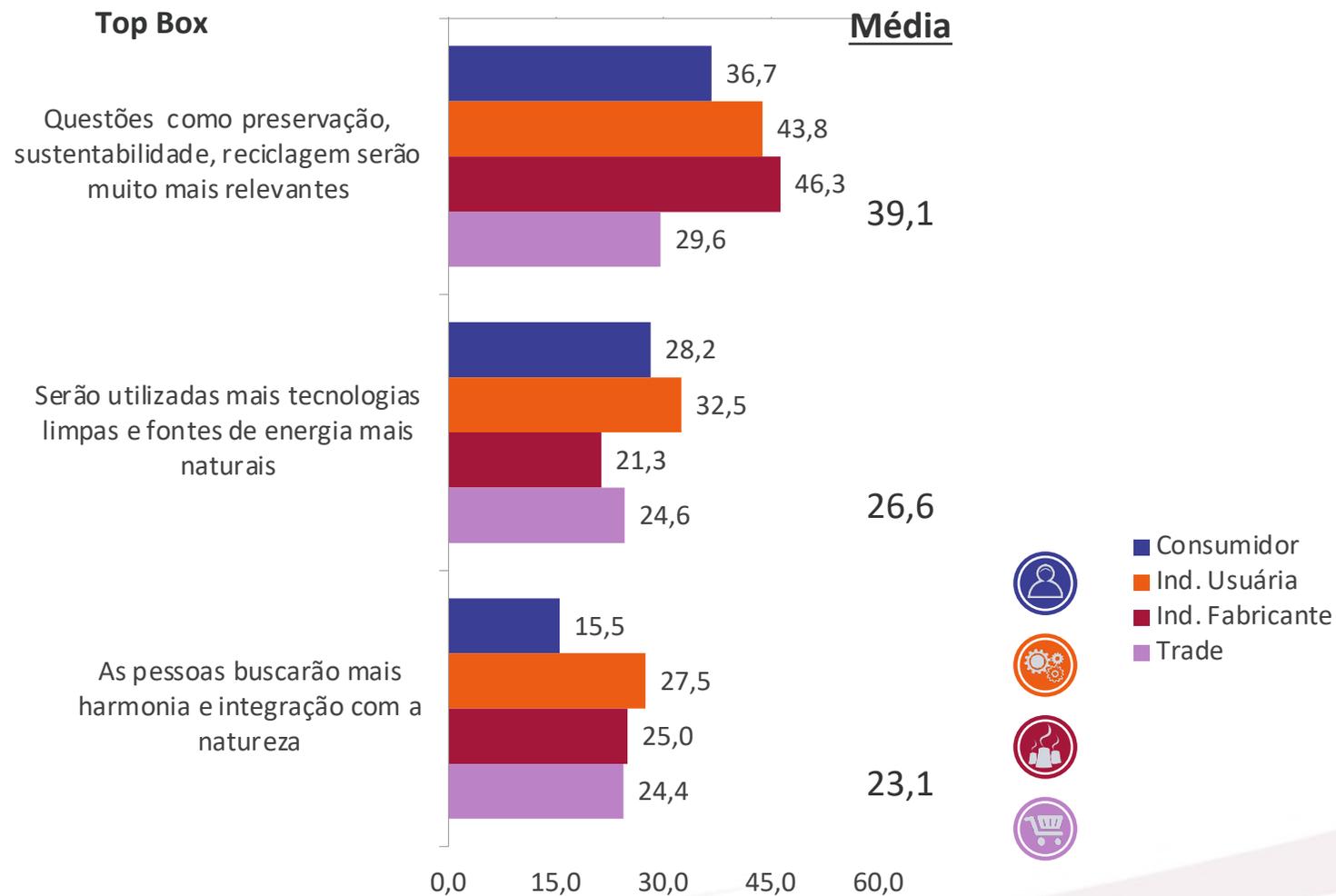


ESPM
Núcleo de Estudos
da Embalagem



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?

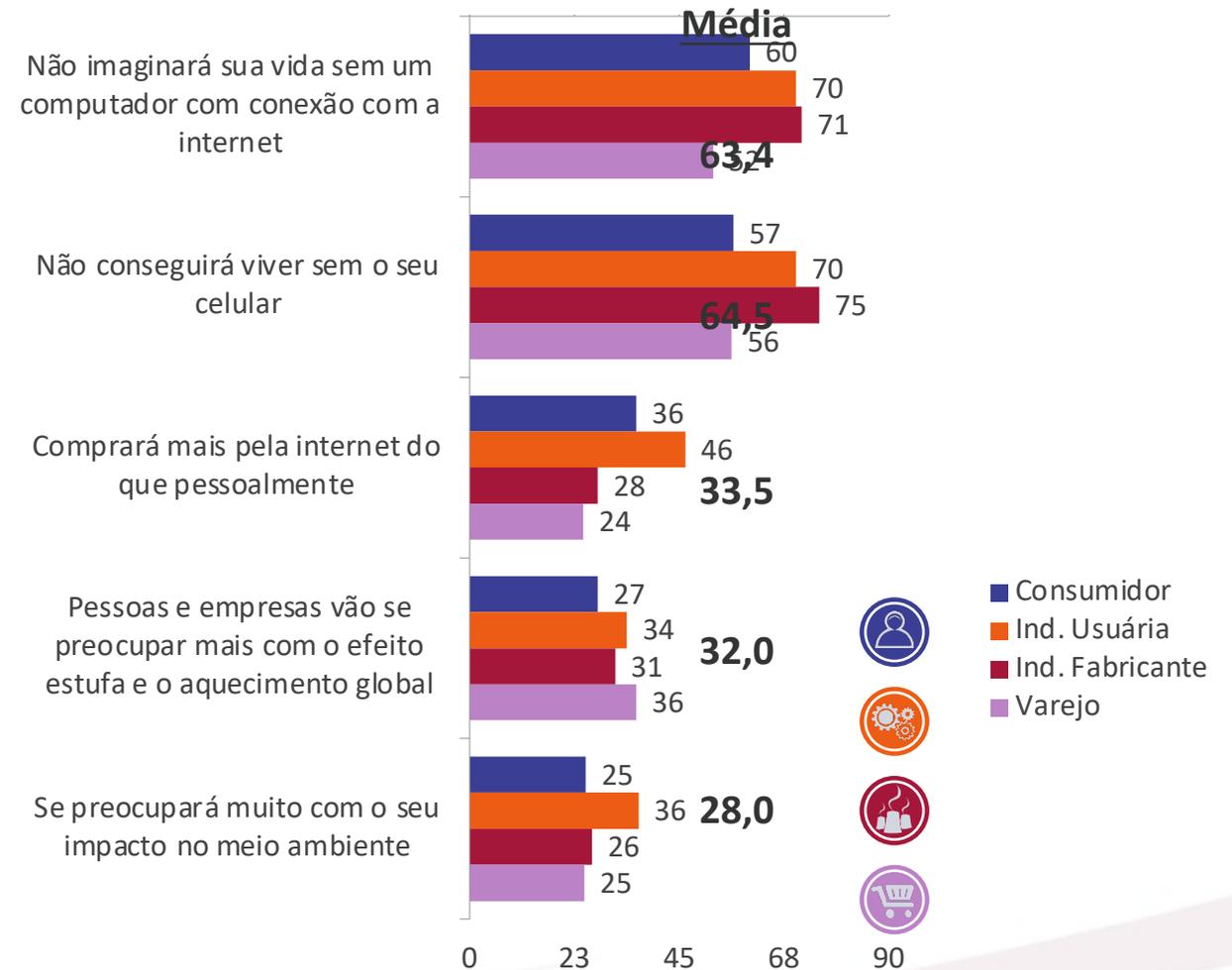
O Brasileiro não imagina sua vida desconectada e estará sempre na internet, por computador ou celular, substituindo cada vez mais as compras pessoais por compras pela internet. Este brasileiro estará muito atento a sua saúde e ao seu impacto no meio ambiente.

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

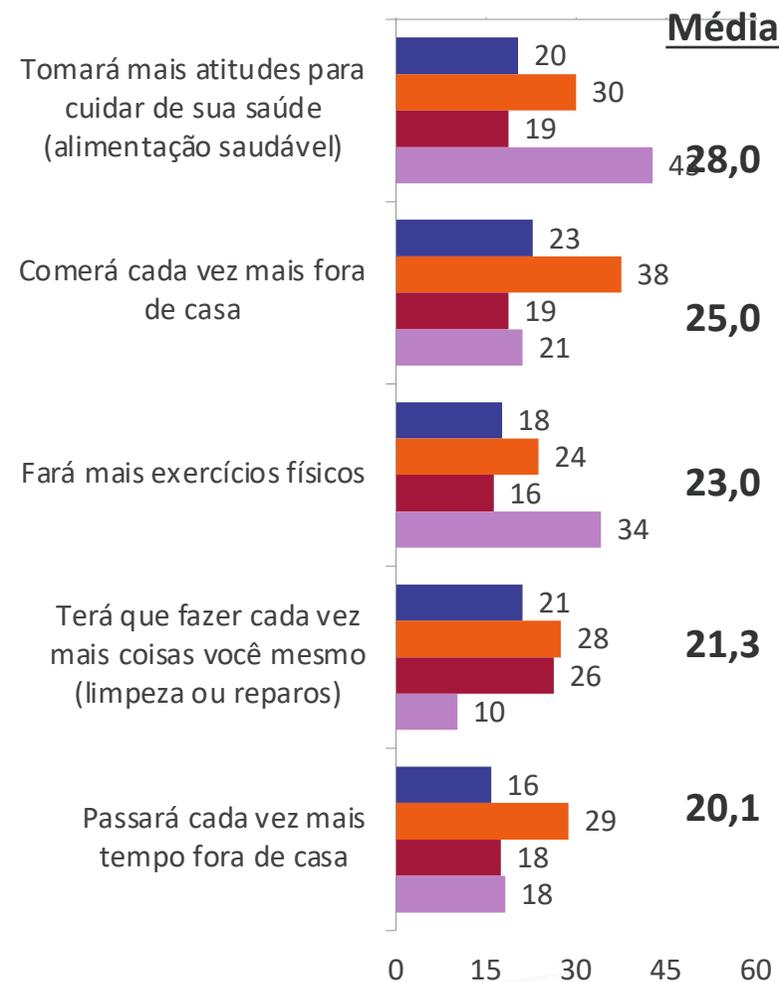
Indústria usuária de embalagens aposta alto em um brasileiro em movimento, cada vez mais tempo fora de casa, porém sem descuidar da saúde



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?

Grandes cervejarias inovaram pouco nos últimos treze anos



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.





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**

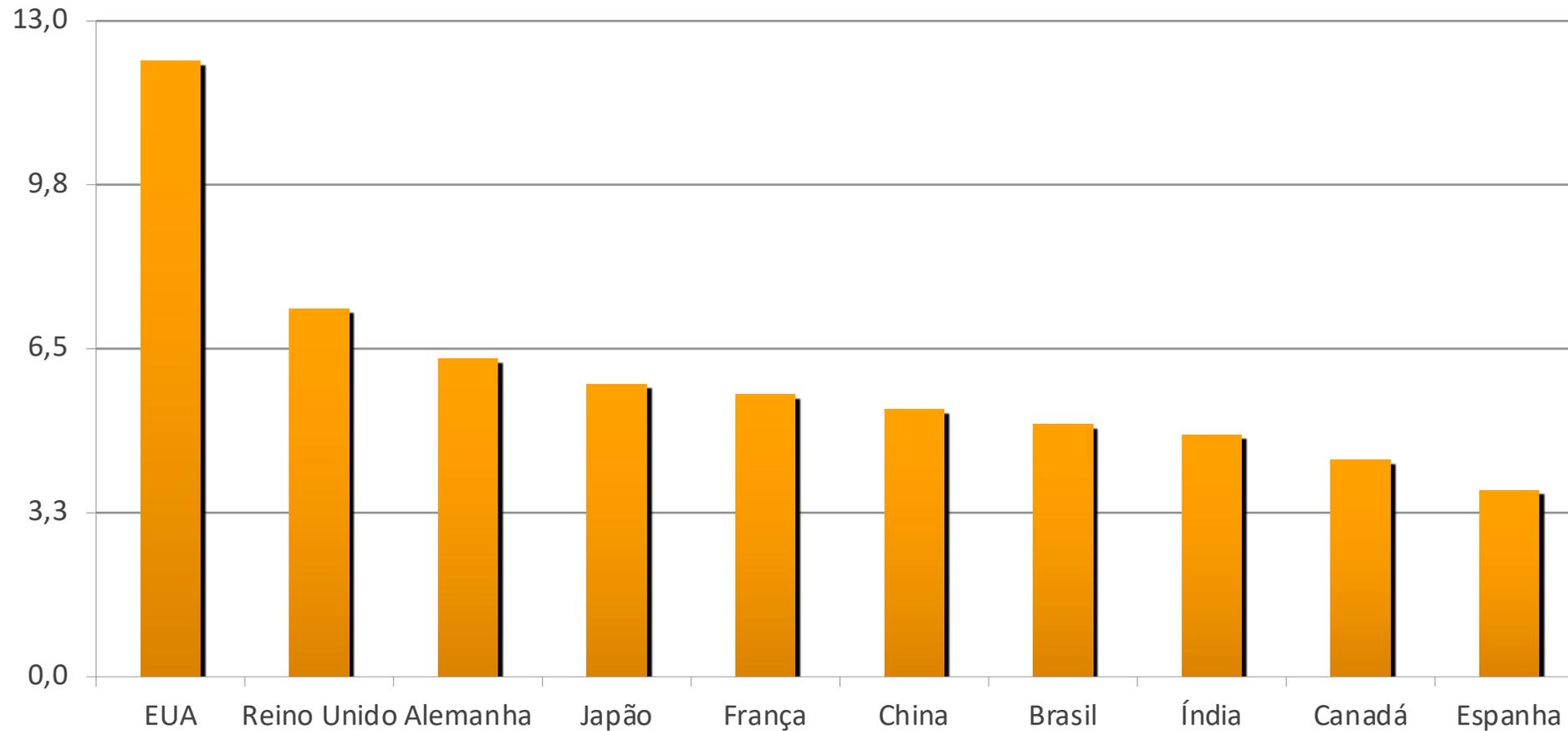
Brasil foi o sétimo colocado no ranking mundial em lançamentos de embalagem.



ESPM
Núcleo de Estudos
da Embalagem



Número de Variantes (%) por País



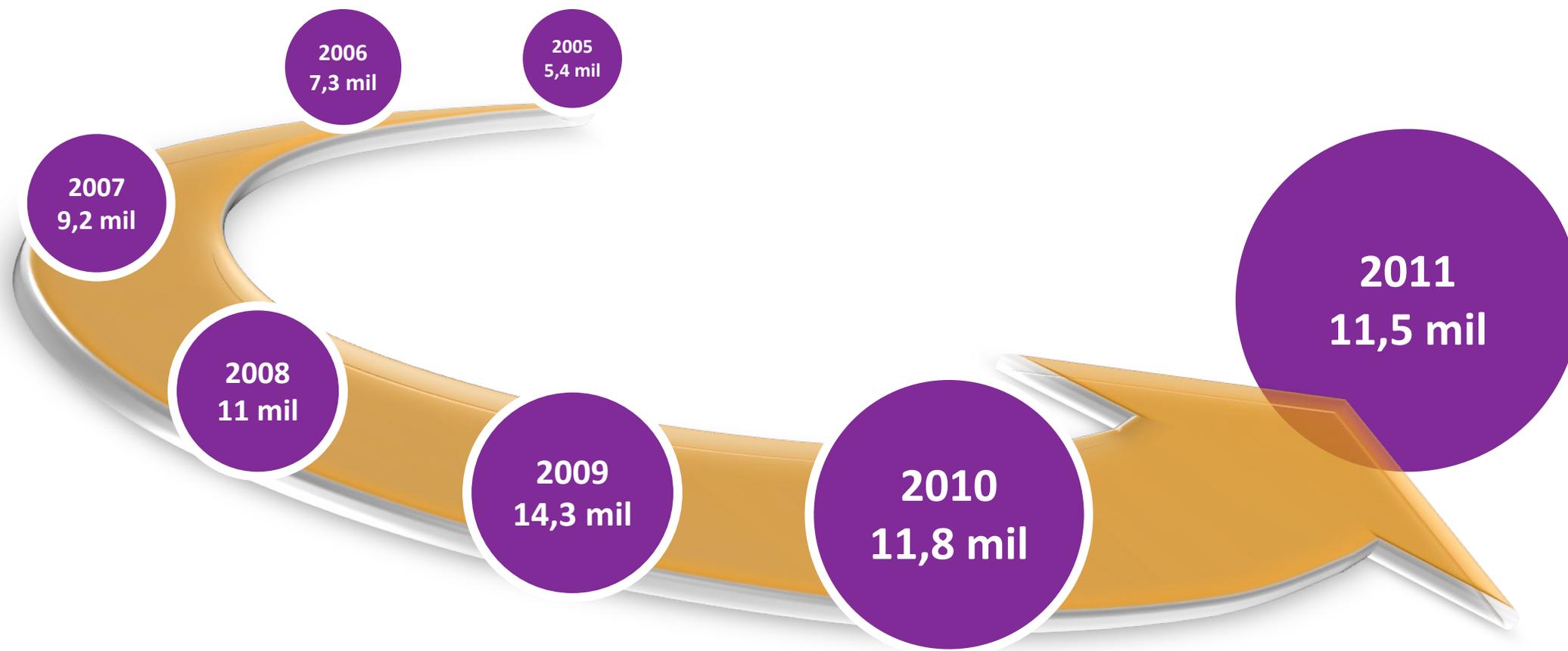
Histórico do Brasil no Ranking:

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

Evolução da quantidade de lançamentos de embalagem no Brasil



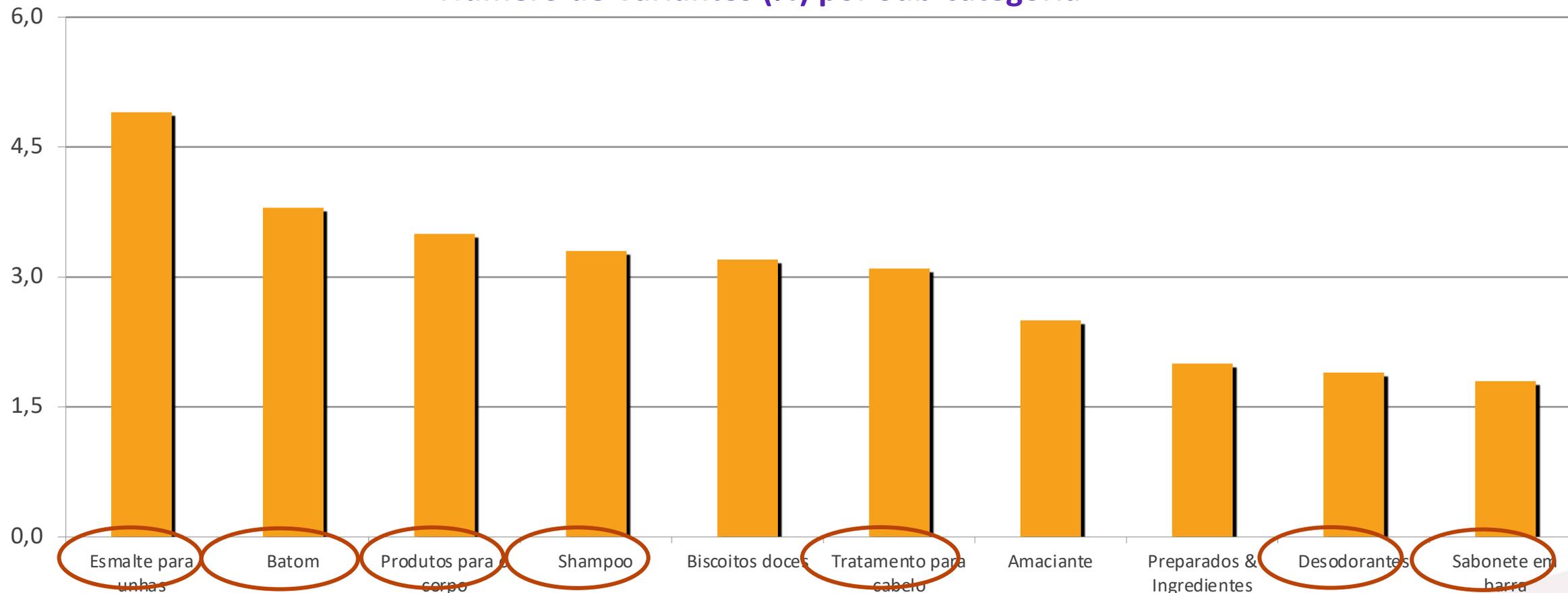
ESPM
Núcleo de Estudos
da Embalagem



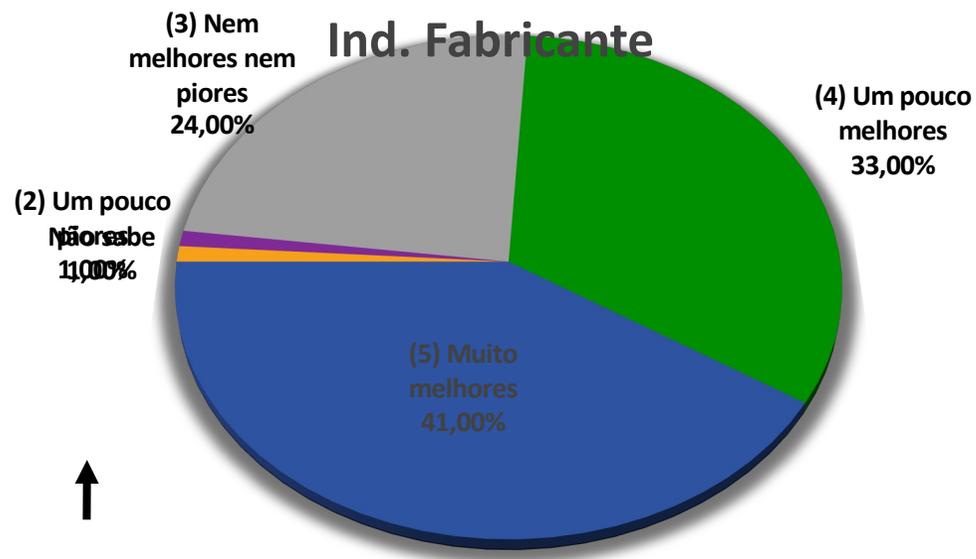
Cuidados pessoais foi a categoria que mais lançou embalagens no Brasil em 2011



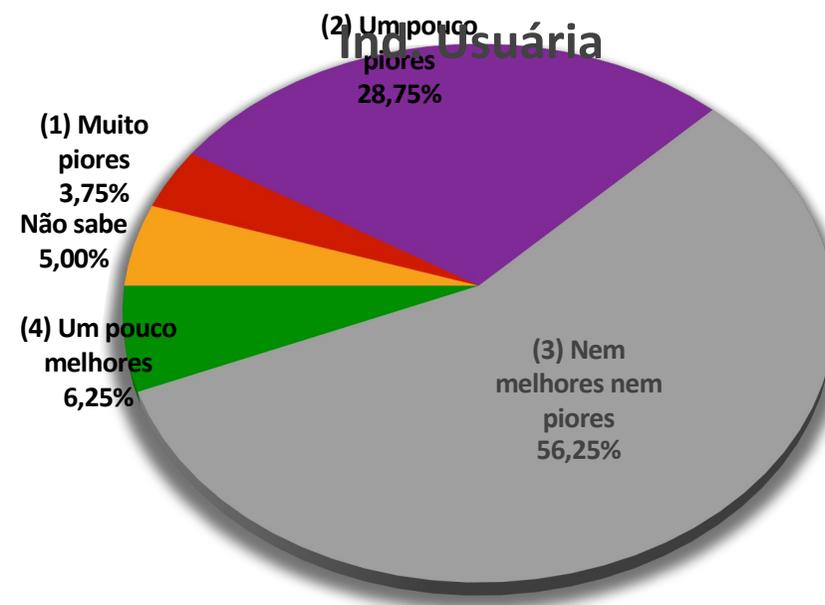
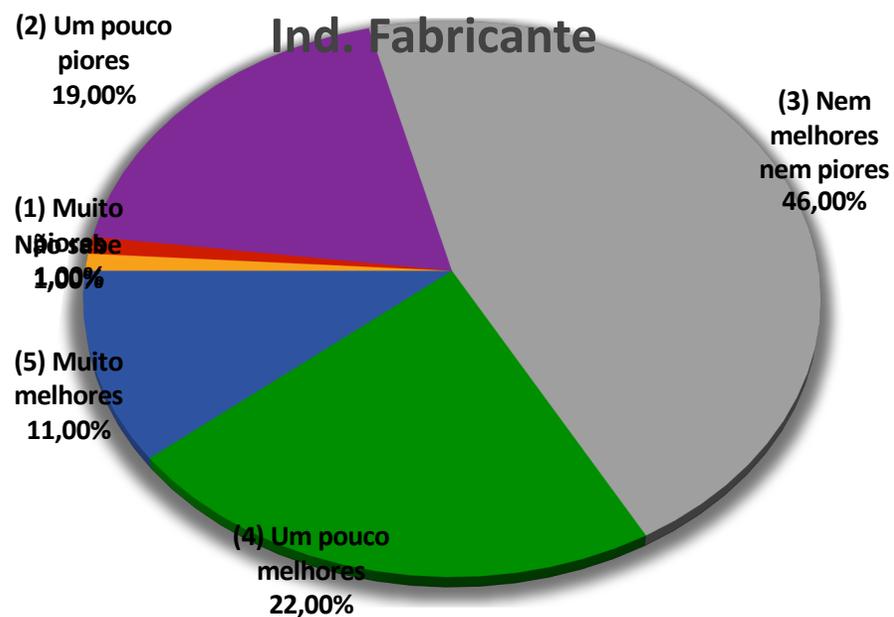
Número de Variantes (%) por Sub-categoria



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



Cenário semelhante na comparação com embalagens “de fora”



AGENDA



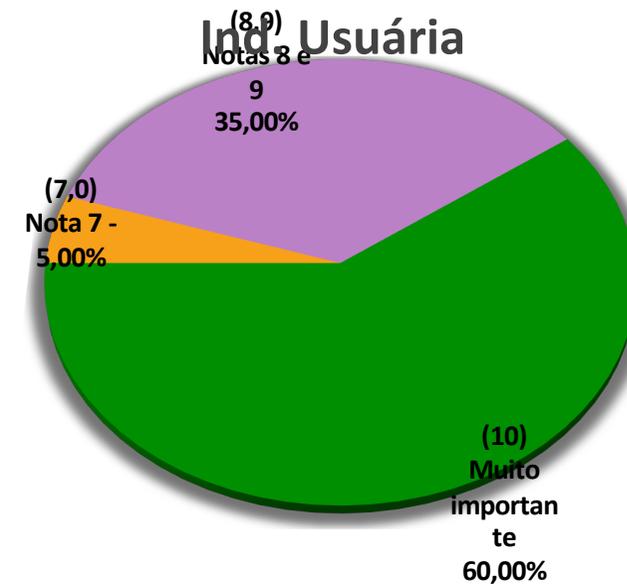
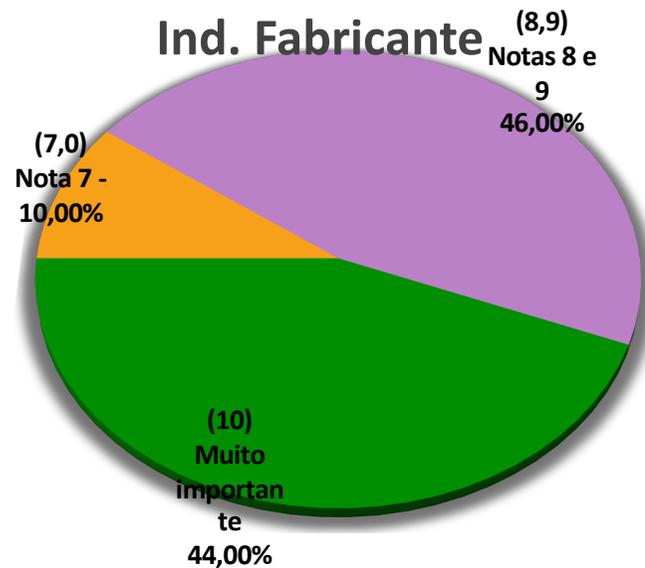
4º Fórum Nacional de Gestão Estratégica de Embalagem

- 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

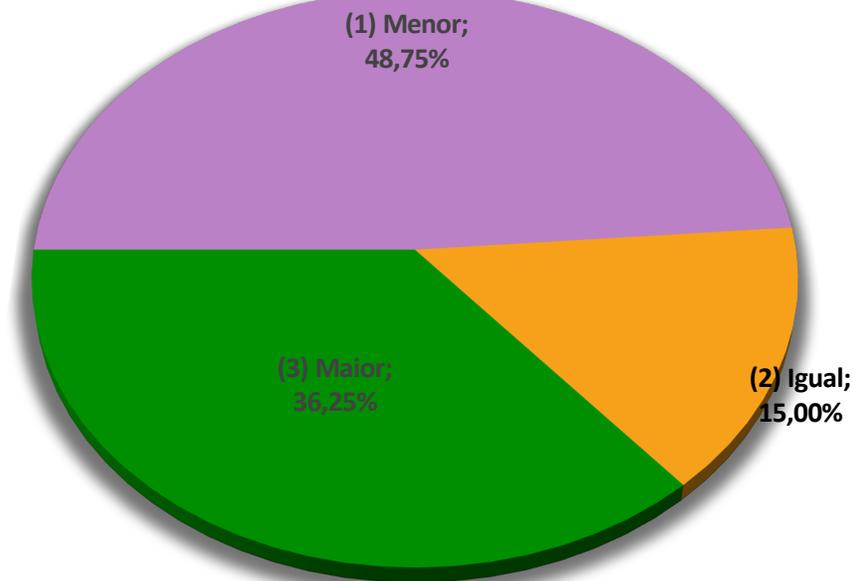
Fabricantes e usuários de embalagem divergem também sobre participação da embalagem no custo do produto



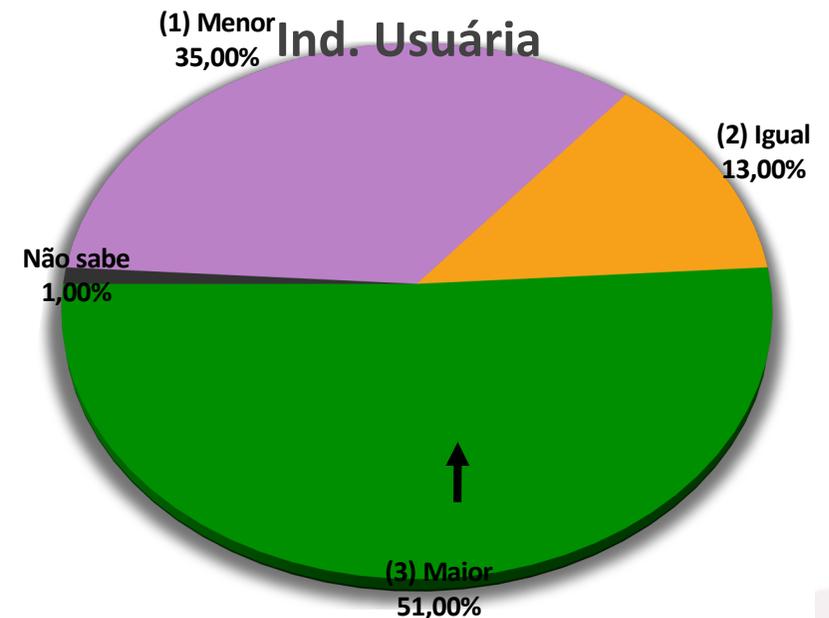
Percentual que embalagem representa no custo dos produtos será maior, menor ou igual no futuro? (%)



Ind. Fabricante



Ind. Usuária

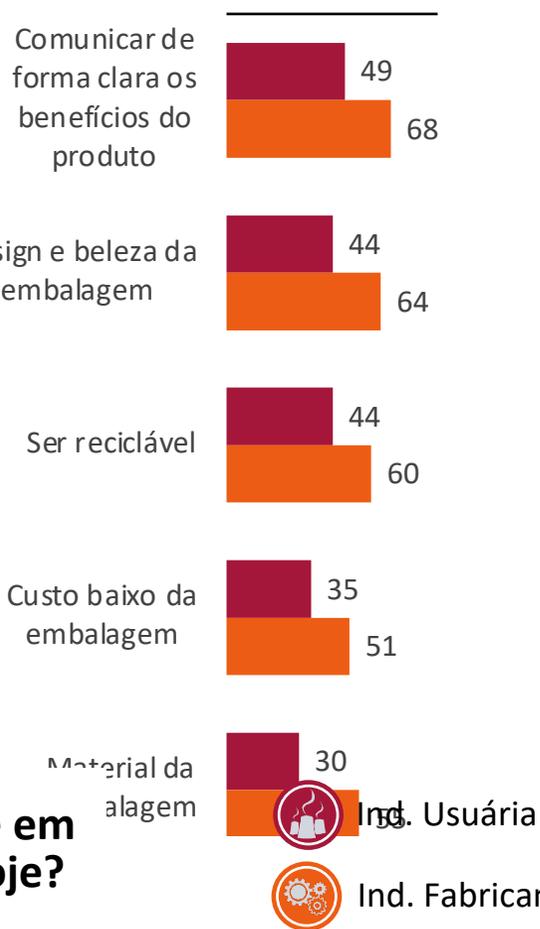


Usuária Q.25: Você acha que em 2025 o percentual que a embalagem representa no custo do produto será igual, maior ou menor que hoje?
Produtora Q.15: Você acha que em 2025 o percentual que a embalagem representa no custo do produto será igual, maior ou menor que hoje?
Bases: 80

Indústria fabricante atribui maior importância hoje e no futuro

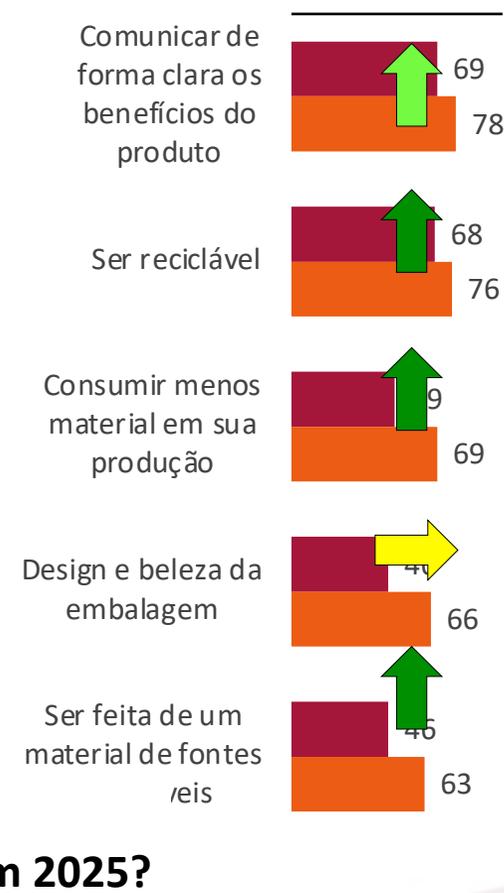


Top Box



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 além de proteger o produto.

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

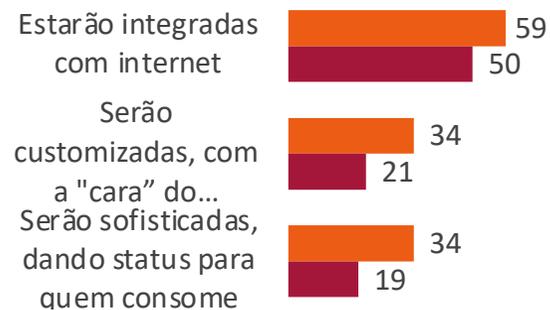


ESPM
Núcleo de Estudos
da Embalagem



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

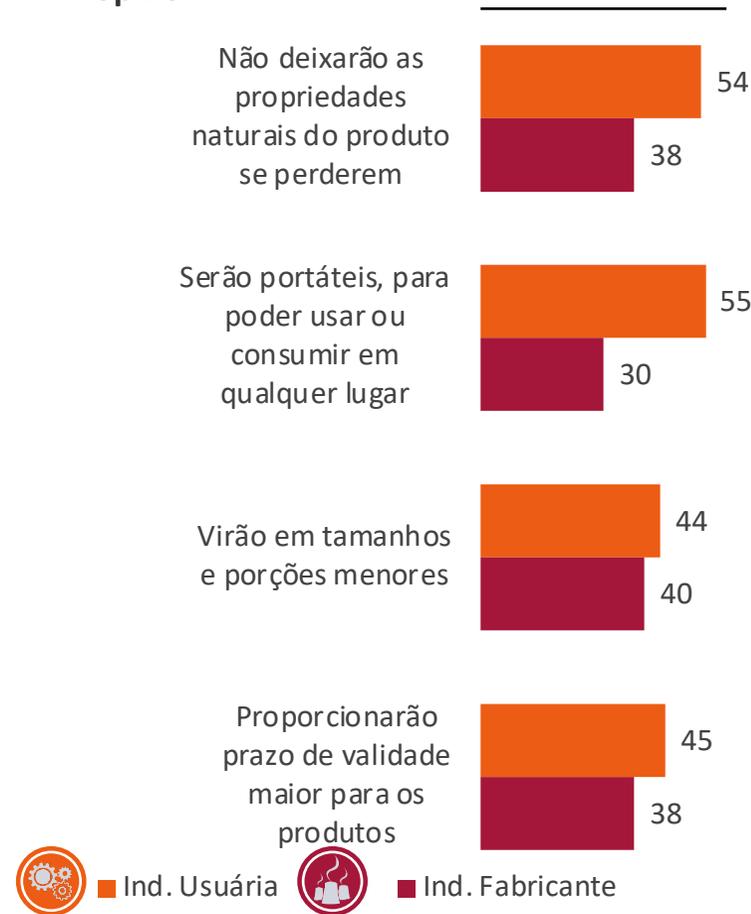


ESPM
Núcleo de Estudos
da Embalagem



Tamanho e propriedades

Top Box

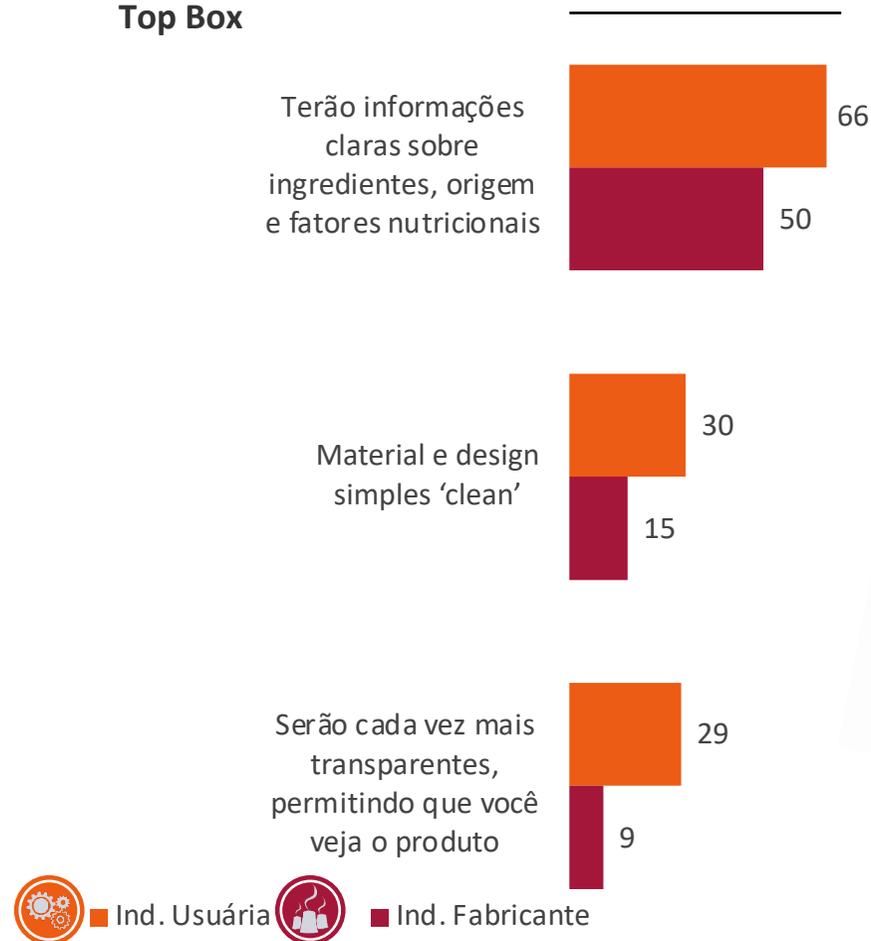


Indústria usuária vê embalagem do futuro com design mais clean e transparente do que Indústria produtora



Design

Top Box



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



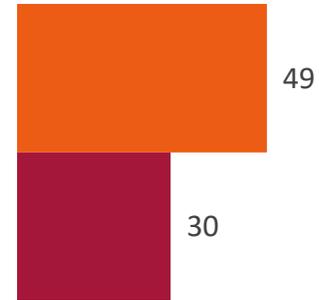
ESPM
Núcleo de Estudos
da Embalagem



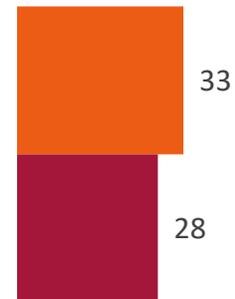
Sustentabilidade

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 na 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: GfK, ESPM Núcleo de Estudos da Embalagem



Design da apresentação:

dumppa | creative and fast solutions

MARCUS VINICIUS MAGGI
marcus@dumppa.com.br

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

ntal goal of
nt Korean.
engineers.
University of

998.

ld.

ervices.
wer

orea.

pal of
ean.
eers.
sity of

