

Edição Bens
de Consumo
Embalados

2025

Relatório do Estado da Produção Inteligente

10ª EDIÇÃO



expanding human possibility™

Bem-vindo(a)!

Descubra como a indústria de Bens de Consumo Embalados (CPG) está **aproveitando a produção inteligente e tecnologias emergentes** para impulsionar resultados de longo prazo, melhorar a qualidade, reduzir riscos, aumentar a capacidade e enfrentar os desafios relacionados à força de trabalho.

Diante de um mercado em rápida transformação, os fabricantes de Bens de Consumo Embalados enfrentam uma pressão intensa para **melhorar a qualidade, reduzir os riscos de cibersegurança e otimizar seus processos.**

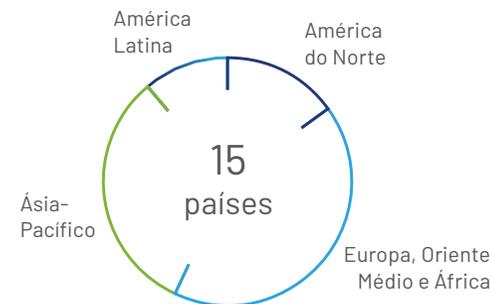
Embora fatores externos como a concorrência, a inflação, a incerteza econômica e as contínuas interrupções na cadeia de fornecimento continuem desafiando o crescimento, questões relacionadas à força de trabalho permanecem uma preocupação relevante, embora secundária, para muitos desses fabricantes.

Sobre esta pesquisa

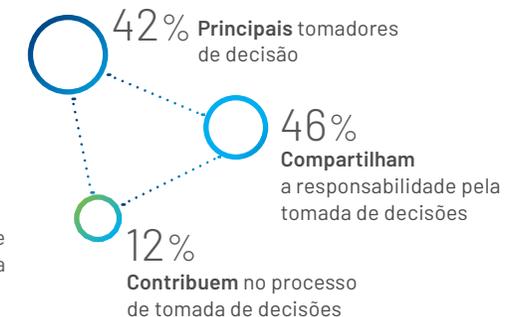
Este relatório se baseia nas respostas de 174 gerentes e executivos de fabricantes de Bens de Consumo Embalados (CPG), Fabricantes de Equipamentos Originais (OEMs), integradores de sistemas e empresas de Engenharia, Aquisições e Construção (EPCs) em 15 países.

Ele faz parte do [10º Relatório Anual do Estado da Produção Inteligente da Rockwell Automation](#), que pesquisou mais de 1.500 tomadores de decisão em vários setores.

Divisão geográfica



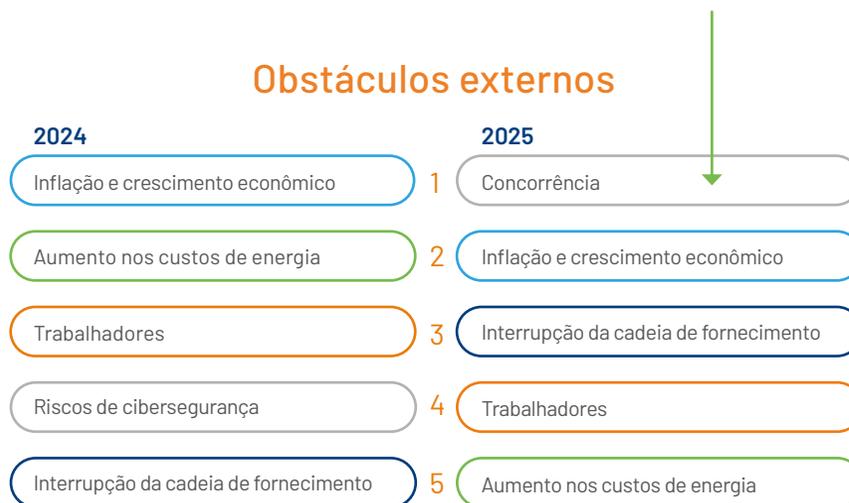
Funções dos entrevistados



Obstáculos e perspectivas para o setor de CPG

Líderes do **setor de CPG relataram uma mudança nos desafios externos**, com a concorrência assumindo o protagonismo, à frente da inflação e das dificuldades relacionadas ao crescimento econômico.

Em 2024, a concorrência não estava entre as cinco principais preocupações dos fabricantes de CPG. Sua ascensão reflete mudanças no comportamento do consumidor, a crescente influência das marcas próprias e um mercado cada vez mais orientado por preço e valor.



Internamente, o setor vem enfrentando uma série de desafios.

O principal deles é a dificuldade em encontrar e implementar tecnologias que os colaboradores consigam utilizar de forma eficaz. Considerando sua participação significativa no total de empregos industriais, essa preocupação é particularmente crítica para os fabricantes de Bens de Consumo Embalados em comparação a outros setores. Isso evidencia uma questão mais ampla: o desalinhamento entre a tecnologia que está sendo introduzida e as capacidades atuais da força de trabalho.

35% dos fabricantes de CPG estão adotando **tecnologias de produção inteligente** para reduzir riscos internos

A indústria de CPG se concentra na transformação digital

A urgência pela transformação digital na indústria de CPG está se intensificando. A grande maioria dos líderes do setor reconhece que as pressões internas e externas **impulsionam a necessidade de operações mais inteligentes e resilientes.**

Como resultado, os fabricantes estão se concentrando em recursos como inteligência artificial (IA) e aprendizado de máquina (ML), visibilidade de ativos em tempo real, monitoração de qualidade em linha e infraestrutura expansível. Essas tecnologias são vistas como as que têm maior potencial para gerar resultados significativos para os negócios.

Os principais resultados de negócios que os líderes do setor de CPG buscam alcançar com seus investimentos em produção inteligente incluem:

- Melhoria de qualidade (45%)
- Redução de custos (44%)
- Aumento da receita (43%)
- Redução de riscos (40%)
- Eficiência geral dos equipamentos (OEE)(40%)



IA desponta como principal tecnologia

Software de simulação e Inteligência artificial estão posicionados para liderar os investimentos em tecnologia dos fabricantes de CPG.

40% dos fabricantes de CPG planejam investir em gêmeos digitais, simulação e emulação nos próximos 5 anos

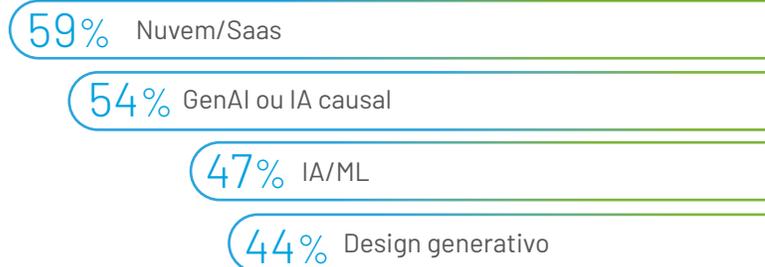
Em 2025, os fabricantes de CPG estão destinando uma parcela maior dos seus orçamentos à transformação digital.

A indústria de CPG reconheceu o valor estratégico dos dados e lançou as bases ao desenvolver infraestrutura de nuvem. A urgência em adotar soluções baseadas na nuvem acelerou durante a pandemia de COVID, já que os fabricantes buscavam maior resiliência e agilidade diante das interrupções.

O panorama de investimentos pode ser analisado sob duas principais perspectivas: plataformas habilitadoras, como nuvem e cibersegurança, e tecnologias avançadas voltadas para casos de uso específicos, com a Inteligência artificial despontando como principal destaque.



Tecnologias nas quais os fabricantes de CPG já investiram



O impacto de longo prazo nos negócios se tornou o principal motivador

No centro das decisões de investimento em tecnologia está uma mudança de mentalidade.

70% dos entrevistados da indústria de CPG apontaram o **impacto de longo prazo nos negócios** como o principal motivador para o investimento em tecnologia, seguido pela expansão ou aumento de capacidade, com 62%

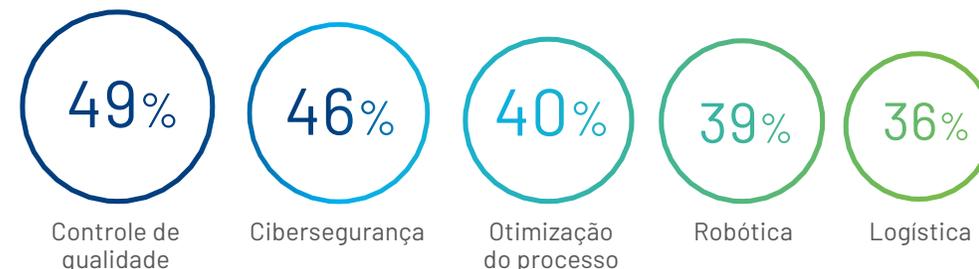
Os líderes de CPG demonstram crescente frustração com pilotos de curto prazo que oferecem expansibilidade ou impacto limitados. Agora, o foco está em tecnologias de produção inteligente que comprovam benefícios reais, soluções que são não apenas eficazes, mas também mais fáceis de integrar e expandir em toda a operação. Essa mudança reflete uma abordagem mais madura em inovação, em que a ênfase está no crescimento sustentável e em resultados transformadores, em vez de ganhos rápidos.

Não surpreende que os fabricantes estejam buscando melhorar a qualidade por meio da tecnologia inteligente, especialmente em um mercado tão competitivo, no qual os consumidores podem rapidamente migrar para marcas alternativas se perceberem maior valor. Em resposta, grandes marcas estão reforçando o investimento em qualidade, revitalizando seus produtos principais para se destacar e manter a fidelidade do consumidor.

Seguido da qualidade, o custo continua sendo uma preocupação crítica. Os fabricantes de CPG, em busca de alavancas inovadoras para reduzir custos e atender às demandas de consumidores e investidores, estão apostando em estratégias de economia de longo prazo oferecidas pela automação para proteger a competitividade e a lucratividade.

A redução de riscos tem uma característica diferente para os fabricantes de CPG, para quem a proteção das formulações exclusivas é essencial. A equidade da marca é tudo na indústria de CPG, já que a confiança do consumidor pode levar anos para ser construída, mas pode ser perdida em um instante. Juntas, as prioridades de qualidade, custo e redução de riscos refletem uma abordagem voltada para o futuro sobre como os fabricantes de CPG estão investindo para se manter competitivos.

Principais usos de IA/ML nos próximos 12 meses



A indústria de CPG aposta na IA para superar o desafio da análise de dados

O aumento da disponibilidade de dados está diretamente relacionado ao crescimento do uso de inteligência artificial entre os fabricantes de CPG.

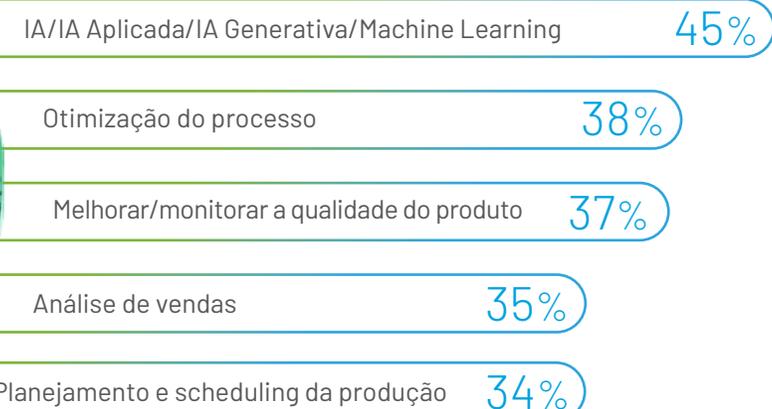
À medida que a coleta de dados se expande em todo setor, os fabricantes recorrem cada vez mais à IA para interpretar essas informações, buscando obter vantagem competitiva, otimizar a força de trabalho e gerar impacto sustentável a longo prazo.

44% afirmam que os dados são usados de forma eficaz

Esses resultados refletem os dados do nosso relatório consolidado, embora a indústria de CPG demonstre ainda mais interesse em utilizar esses dados para viabilizar a IA, com uma pontuação 5% acima da média geral. Embora reforce o forte foco do setor em IA e o valor percebido dessa tecnologia para vantagem competitiva, esses dados indicam uma lacuna entre as capacidades dos fabricantes de coletar dados e sua habilidade de aproveitá-los para a tomada de decisões e melhorias operacionais.



Como os dados coletados estão sendo usados



A indústria de CPG busca habilidades tecnológicas avançadas para superar a lacuna de talentos

Até 2030*, a projeção é de que teremos 7,9 milhões de trabalhadores a menos do que o necessário

*Estudo da Korn Ferry

Líderes da indústria de CPG estão apostando em **tecnologias de IA/ML (44%), assim como no aumento da automação (43%)** para suprir essa lacuna.

Os líderes de negócios em CPG também estão considerando:

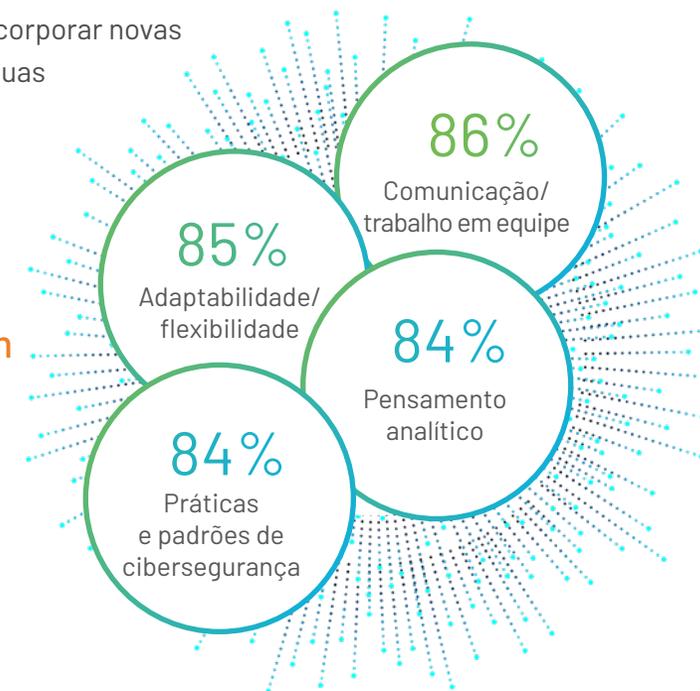
- Introduzir horários flexíveis (39%)
- Incorporar e utilizar tecnologia para tornar os empregos mais atraentes (39%)

Os fabricantes de CPG continuam enfrentando desafios conhecidos na gestão da força de trabalho, como treinamento, gestão de mudanças e retenção, mas suas estratégias para superá-los estão evoluindo.

A qualificação profissional tornou-se um foco crucial, conforme os fabricantes reconhecem que o sucesso da transformação digital depende em grande parte de engajar os funcionários nesse processo. Treinar a equipe em processos atualizados (34%), gerenciar mudanças de forma eficaz entre as equipes e melhorar a retenção de funcionários (ambos com 33%) são os principais desafios para a força de trabalho previstos para 2025.

O setor tem enfrentado dificuldades para atrair e reter funcionários, especialmente após a pandemia de COVID. Os fabricantes de CPG estão enfrentando esses desafios investindo em automação e soluções digitais que reduzem a dependência de tarefas manuais e repetitivas. Essa transformação está impulsionando uma crescente demanda por talentos com habilidades técnicas avançadas em IA, robótica e cibersegurança. Em vez de encarar as lacunas de talento como riscos, os fabricantes de CPG as veem como oportunidades para incorporar novas competências alinhadas às suas ambições digitais.

Habilidades que os empregadores do setor de CPG buscam em sua força de trabalho



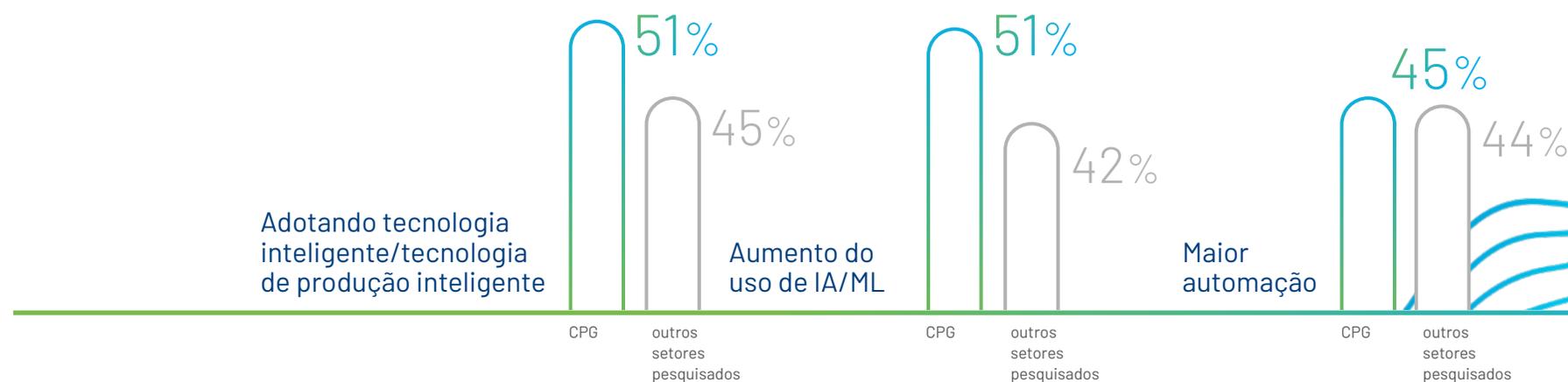
O que o futuro reserva para os fabricantes de CPG

Os fabricantes de CPG estão concentrando seus esforços em **automação de processos, robótica e ferramentas de digitalização** alinhadas à implementação de tecnologia.

Esses insights refletem um setor em profunda transformação. Os fabricantes de CPG reconhecem que o sucesso depende da integração entre pessoas, processos e tecnologia, buscando ativamente maneiras de otimizar investimentos em todos os três pilares para gerar valor sustentável.

Será necessário que os fabricantes de CPG adotem uma visão holística sobre soluções intuitivas e expansíveis que ofereçam impacto de longo prazo para os negócios, ao mesmo tempo em que habilitam e/ou utilizam a IA. Essa abordagem ajudará a promover agilidade e simplificação para que as equipes possam lidar com um maior número de SKUs, atrair e reter talentos, reduzir riscos de cibersegurança e construir uma organização mais orientada por dados e sustentável.

Planos para gerar resultados positivos de negócios nos próximos cinco anos



Conecte-se conosco.    

[rockwellautomation.com](https://www.rockwellautomation.com) — expanding **human possibility**[®]

AMÉRICAS: Rockwell Automation, 1201 South Second Street, Milwaukee, WI 53204-2496 EUA, Tel: (1) 414.382.2000

EUROPA/ORIENTE MÉDIO/ÁFRICA: Rockwell Automation NV, Pegasus Park, De Kleetlaan 12a, 1831 Diegem, Bélgica, Tel: (32) 2 663 0600

ÁSIA-PACÍFICO: Rockwell Automation SEA Pte Ltd, 2 Corporation Road, #04-05, Main Lobby, Corporation Place, Singapore 618494, Tel: (65) 6510 6608

BRASIL: Rockwell Automation do Brasil Ltda., Rua Verbo Divino, 1488 - 1º andar, Chac. Sto Antonio, 04719-904, São Paulo, SP, Tel: (55 11) 5189-9500,
www.rockwellautomation.com.br

PORTUGAL: Rockwell Automação, Lda., Av. Prof. Dr. Cavaco Silva, Edifício Ciência II, n.º 11 - 2ºC, Taguspark, Porto Salvo 2740-120, Tel.: (351) 214 225 500,
www.rockwellautomation.com.pt

Allen-Bradley e expanding human possibility são marcas comerciais da Rockwell Automation, Inc.
As marcas comerciais não pertencentes à Rockwell Automation são propriedade de suas respectivas empresas.

Publicação INFO-BR029C-PT-P - Junho de 2025

Copyright © 2025 Rockwell Automation, Inc. Todos os direitos reservados. Impresso nos EUA.