

# GInd\_2019 | Aula #2

Profa. Vivian Lara SILVA (vivianlara@usp.br)





▶ ⏪ 🔊 0:16 / 4:46

<https://www.youtube.com/watch?v=tgbNymZ7vqY>



# 'Inovação é TAMBÉM fazer a mesma coisa, mas de uma forma diferente.'



**TRY THE IMPOSSIBLE BURGER.**  
MEAT FROM PLANTS. WHOA!

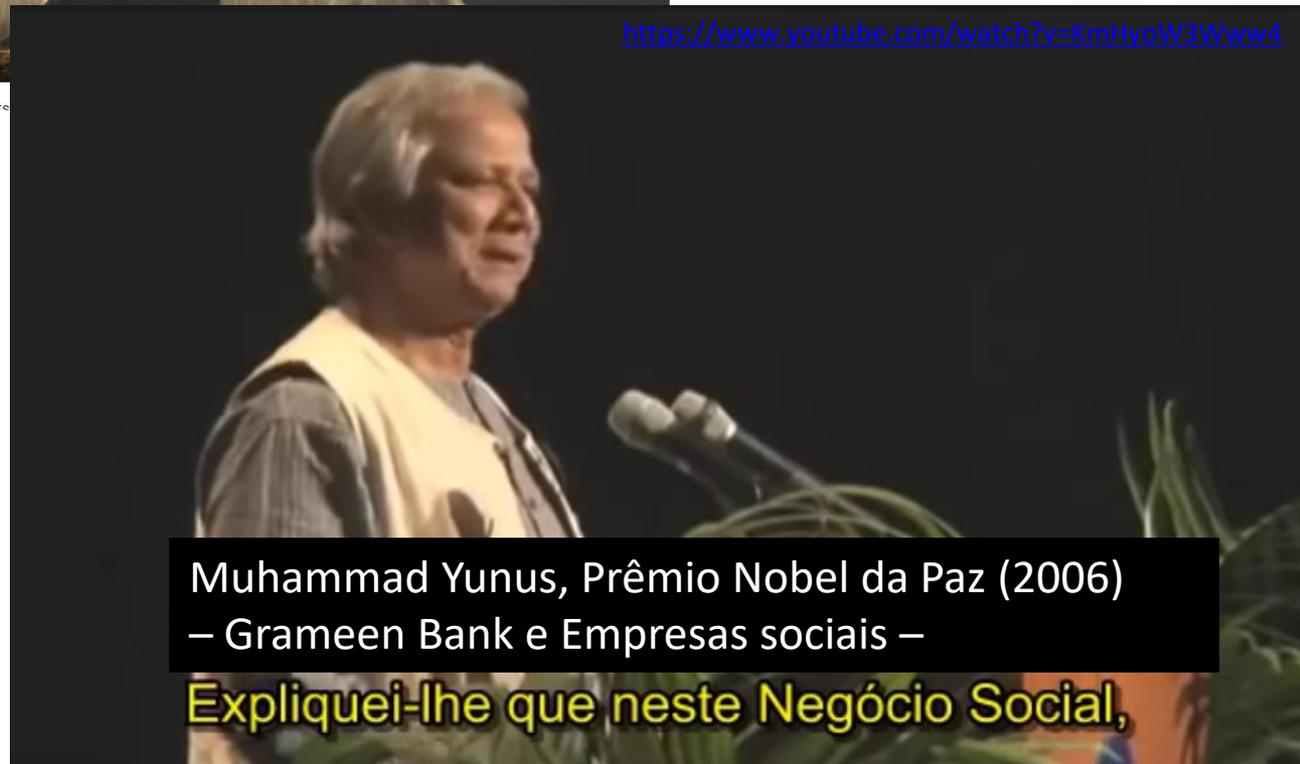




Bohemian Rhapsody | Muppet Music Video | The Muppets

## Bem vindos a bordo! GIInd\_2019 | Aula #2

<https://www.youtube.com/watch?v=KmHyoW3Vww4>



Muhammad Yunus, Prêmio Nobel da Paz (2006)  
– Grameen Bank e Empresas sociais –  
**Expliquei-lhe que neste Negócio Social,**



“ Levar **saúde, por meio de alimentos**, ao maior número de pessoas possível, ..., requer ações para **diminuir o impacto negativo no meio ambiente.**”







**I'm green**

ACTIVIA  
I'm green  
morango

FEITO COM 100% DE LACTOSE E 99% DE LACTOSE NATURAL. SEM ADIÇÃO DE AÇÚCAR.

Para mais informações, acesse [www.braskem.com.br/plasticoverde](http://www.braskem.com.br/plasticoverde)



Activia com selo I'm green.  
Assim, o verde não fica só na embalagem.

A parceria entre a Danone e a Braskem permitiu o desenvolvimento da primeira embalagem de iogurte feita de plástico verde no Brasil. Uma tecnologia que utiliza matéria-prima de fonte renovável, a cana-de-açúcar, e contribui para a redução dos gases de efeito estufa.

Um diferencial de produto que faz a diferença para a natureza.

Para mais informações, acesse [www.braskem.com.br/plasticoverde](http://www.braskem.com.br/plasticoverde)



## Caso: Danone em Bangladesh



A **Danone** é uma das maiores empresas da França, com faturamento de US\$21 bilhões, e uma das maiores fabricantes mundiais de iogurte. Um encontro entre seu CEO, **Franck Riboud** e **Muhammad Yunus** (fundador do banco de micro-crédito **Grameen Bank**), foi a inspiração para a criação da fábrica de Bogra em Bangladesh e uma parceria entre as duas organizações a Grameen Danone.

Desde 2005 Bogra produz o iogurte Shakti Doi (enriquecido com 4 vitaminas e minerais e cujo nome significa energia em bengali), que proporciona 30% das necessidades diárias de

Fontes: [Sustentabilidade e resultados \(2010\)](#) apresentam déficits destes nutrientes. O iogurte é produzido com leite de pequenas fazendas locais (muitas clientes do banco Grameen), garantindo a colocação da produção diária; é vendido porta-a-porta por senhoras de vilas da região e custa menos de R\$0,20 por copo dependendo do tamanho e sabor.

# Evolução do modelo



HOME NÓS ▾ COMPARTILHE UMA HISTÓRIA CONTATO

Pesquise aqui



<https://mudatudo.com.br/projeto-brasileiro-de-trabalho-para-mulheres-e-case-em-nova-york/>

“Sustainable development is not a virtue or a good deed, it is business sense.”

Franck Riboud,  
Diretor Executivo (CEO), Danone



[https://danone.at/wp-content/uploads/Annual\\_Report\\_Danone\\_2014\\_ENG\\_02.pdf](https://danone.at/wp-content/uploads/Annual_Report_Danone_2014_ENG_02.pdf)

# Sustentabilidade\_Triple Bottom Line



<https://viridis.energy/pt/blog/triple-bottom-line-sustentabilidade-e-eficiencia-energetica>

## Meio ambiente entre os objetivos do milênio

ONU aprovou, em 2001, a Declaração do Milênio, com oito compromissos. Propostas hoje defendem adoção, a partir da Rio+20, de metas semelhantes para a sustentabilidade



<https://www.senado.gov.br/noticias/Jornal/emdiscussao/rio20/a-rio20/metad-desenvolvimento-sustentavel-para-os-paises-inspiradas-nos-objetivos-do-milenio-da-onu-sao-propostas-para-o-documento-final-da-rio20.aspx>

# Conheça os 17 objetivos do desenvolvimento sustentável da ONU

6 de outubro de 2015 / WayCarbon / Gestão da Sustentabilidade / Tempo de Leitura: 5 minutos



A Agenda 2030, ex-Agenda de Desenvolvimento Sustentável Pós-2015, foi oficialmente adotada pelos 193 estados-membros das Nações Unidas, incluindo o Brasil, durante a “Cúpula das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável 2015”, em Setembro de 2015. Trata-se de um documento ambicioso que propõe 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) e 169 metas que reúnem programas, ações e diretrizes que orientarão a agenda da sustentabilidade até o ano de 2030.

Tais ODS e suas metas são aplicáveis a todos os estados-membros. Para promover o desenvolvimento sustentável em suas três dimensões – social, ambiental e econômica – todos os países possuem desafios a serem superados. Além disso, a Agenda 2030 também trata de questões sobre financiamento para o desenvolvimento, transferência de tecnologia, capacitação técnica e comércio internacional. O vídeo abaixo apresenta a nova agenda global de desenvolvimento sustentável.

<https://blog.waycarbon.com/2015/10/conheca-os-17-objetivos-do-desenvolvimento-sustentavel-da-onu/>



Projeto brasileiro de trabalho para mulheres é case de sucesso em Nova York

24 DE JANEIRO DE 2019

# Estratégia de gestão de múltiplos canais de distribuição: um estudo na indústria brasileira de alimentos

Vivian-Lara dos Santos Silva<sup>a\*</sup>, Roberta de Castro Souza<sup>b</sup>,  
Anne Aparecida Porto da Silva<sup>c</sup>, Maria Sylvia Macchione Saes<sup>d</sup>

<sup>a\*</sup>vivianlara@usp.br, FZEA/USP, Brasil

<sup>b</sup>robertacsouza@usp.br, POLI/USP, Brasil

<sup>c</sup>anne.porto@gmail.com, FZEA/USP, Brasil

<sup>d</sup>ssaes@usp.br, FEA/USP, Brasil

## Resumo

Este artigo tem como objetivo investigar a gestão de canais múltiplos de distribuição realizada por relevantes indústrias brasileiras de alimentos. Para tal, foi conduzido estudo exploratório em dois estágios: referindo-se à condução de entrevistas a distância com gestores da área de suprimentos (junto a seis empresas), seguidas de entrevistas presenciais (em duas empresas selecionadas da amostra inicial). Independentemente do porte ou segmento de atuação, o estudo evidencia a busca por parte do elo processador de distribuir seus produtos por meio da combinação de dois formatos de varejo (grande e pequeno/médio) com, ao menos, mais um canal, com tendência positiva ao emprego de formatos alternativos, entre os quais o *marketing* direto. Corroborando a premissa central do estudo, a percepção dos entrevistados é que a gestão de múltiplos canais revela-se estratégica para o elo processador ao permitir atenuar o maior poder comparativo do grande varejo, dada a possibilidade de maior cobertura de mercado, customização nas vendas e melhor atendimento dos anseios dos consumidores.

## Palavras-chave

Estratégia. Canal de distribuição. Poder. Varejo. Indústria de alimentos.

## 1. Introdução

Nos anos 80, pouco sentido fazia falar em poder do varejo. O comerciante tinha que aceitar a política de venda do fornecedor (segmento processador). Condições de pagamento e de como, onde e quando a mercadoria seria entregue não costumavam ser negociadas, mas previamente estabelecidas pela firma processadora e "acatadas" pelo segmento varejista. A partir de meados da década de 1990, porém, a

totais, enquanto as dez principais firmas de bens de consumo detinham 14% das vendas no continente (Gurdjian et al., 2000).

A inversão no controle dos canais de distribuição passando o elo varejista a desfrutar de uma situação comparativamente mais confortável com relação ao segmento processador também seguiu-se no Brasil. Inversão no setor varejista brasileiro que,

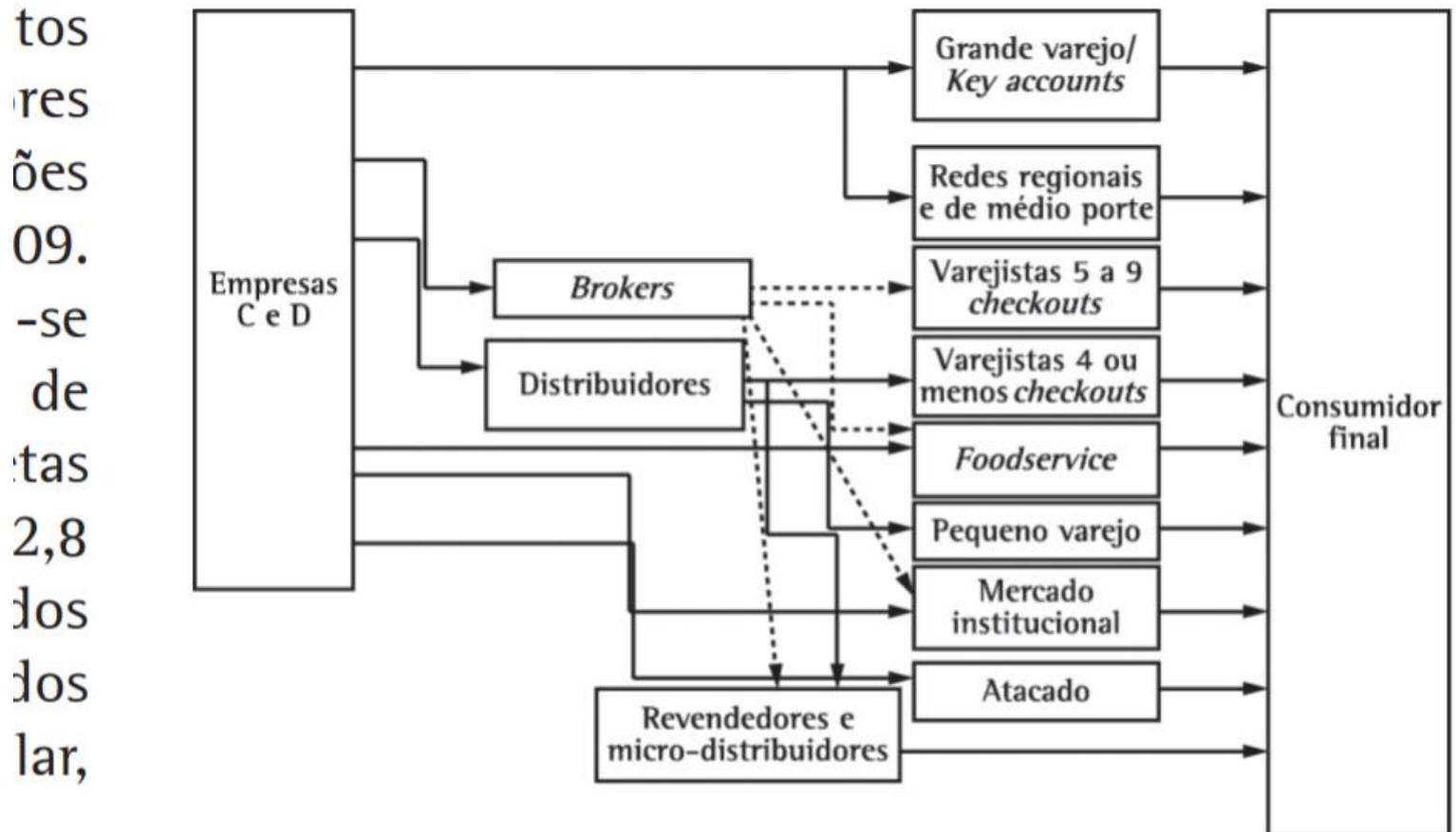


Figura 1. Estrutura dos canais de distribuição das empresas analisadas.



**LOOK OUTSIDE THE BOX!**

## Responsabilidade Social Corporativa

As empresas buscam **alinhar suas atividades de negócio aos objetivos e valores da sociedade na qual estão inseridas** (BOWEN;1953).

**Dupla responsabilidade da Indústria de alimentos:**

- **Saúde física** de seus consumidores e
- da **sociedade e meio ambiente** em que se insere



“Oferecer ao consumidor brasileiro produtos reconhecidamente líderes em **qualidade** e **valor nutritivo**, que contribuam para uma alimentação **mais saudável e agradável**, gerando sempre oportunidades de negócios para a empresa e **valor compartilhado com a sociedade** brasileira.”  
(NESTLÉ BRASIL)

“A responsabilidade da PepsiCo é melhorar continuamente os aspectos **ambientais, sociais e econômicos** das comunidades onde operamos, criando um amanhã melhor que hoje.”  
(PEPSICO)

“**Alimentar o mundo de forma responsável**, reduzindo o nosso impacto **ambiental** e melhorando as **comunidades** em que vivemos e trabalhamos.”  
(CARGILL )



qualidade e valor nutritivo

mais saudável e agradável

sustentabilidade

ética

inclusão

sociedade

“Levar saúde  
pessoas poss  
negativ

capacitação

bem-e

**RSC**

equidade

segurança alimentar

ambientais, sociais e econômicos

Alimentar o mundo de forma responsável

ambiental

comunidades

Oportunidade é sugestiva para muito além da Responsabilidade Social Corporativa.  
Oportunidade para a geração de negócios genuinamente voltados à transformar o mundo.

**N.I.S.**  
**NEGÓCIO**  
**DE**  
**IMPACTO**  
**SOCIAL**

# Alimentos e NIS



[https://www.freepik.com/free-vector/concept-about-teamwork-bulb\\_1261400.htm](https://www.freepik.com/free-vector/concept-about-teamwork-bulb_1261400.htm)



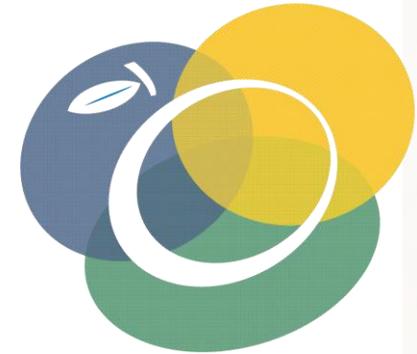
# Gestão Industrial

PRÁTICA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA  
FORMAÇÃO EM ENGENHARIA DE ALIMENTOS:

Aprendizagem por meio da Extensão

Profa. Dra. Vivian Lara S. Silva

2019





# Gestão Industrial

Trata do universo da produção (tecnologia de procesamento), considerando-se sua interface com as demais **áreas funcionais** da organização.



Trata do universo da produção (tecnologia de processamento), considerando-se sua interface com as demais áreas funcionais da organização.

No contexto contemporâneo de 'empresas sociais'

- **Responsabilidade social colaborativa (RSC)**
- **Negócios de impacto social (NIS).**





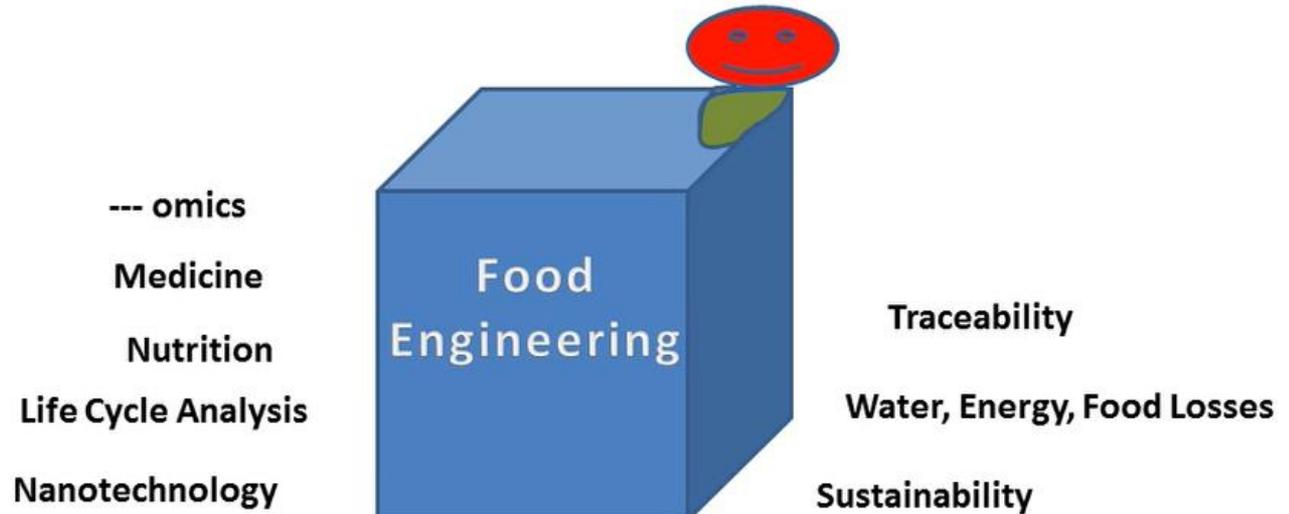
## Romancing with Food Engineering-- a life-long second partner

R. Paul Singh  
Professor of Food Engineering  
University of California, Davis

An invited talk given at the Joint FED-NPD Networking Social & Reception as a Food Engineering Division Lecture, Annual Meeting of the Institute of Food Technologists, Las Vegas. June 27, 2012

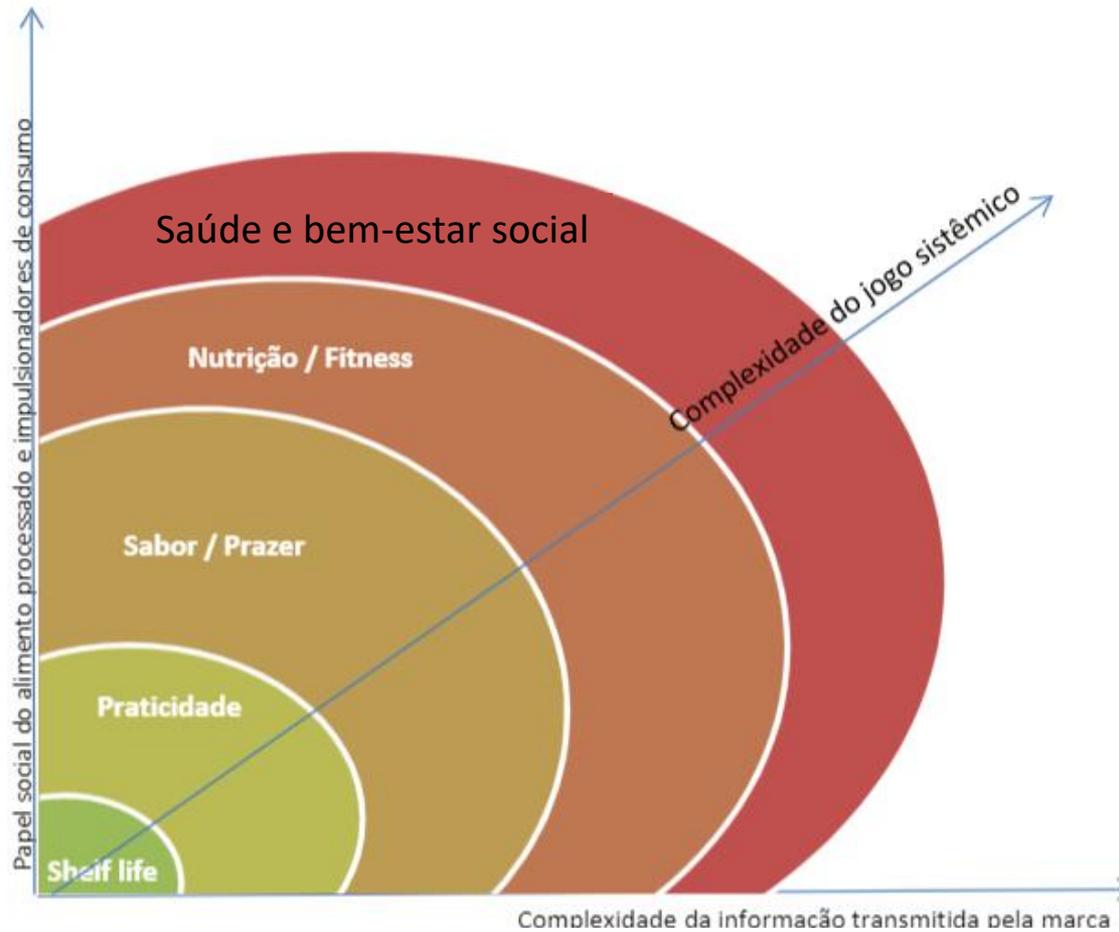
Alimentem-se:  
Vídeo base\_aula 2

# Look outside the box!



<https://www.youtube.com/watch?v=23eqfw2aa18>

**Figura 5.1.** Impulsionadores de consumo e a complexidade da informação transmitida pela marca de alimentos processados.



Silva (2017). Olhando fora da caixa: estratégia de Diferenciação e governança de relacionamentos na indústria de alimentos. Disponível em: <http://www.livrosabertos.sibi.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/view/138/120/609-1>



# Gestão Industrial:

Um novo olhar à tecnologia de processamento de alimentos

e uma proposta diferenciada de trabalho



Home > Vol 7, No 2 (2018) > Silva

[Download this PDF file](#)

Alimentem-se:  
Texto base\_aula 2

International Journal of Food Studies | **IJFS**

October 2018 | Volume 7 | pages 1–16

## Are We Doing Our Homework? An Analysis of Food Engineering Education in Brazil

VIVIAN-LARA SILVA<sup>a\*</sup>, FAUSTO MAKISHI<sup>b</sup>, MARCUS MAGOSSO<sup>a</sup>, IZABEL CRISTINA FREITAS MORAES<sup>a</sup>, CARMEN SILVIA FÁVARO TRINDADE<sup>a</sup>, AND PAULO JOSÉ DO AMARAL SOBRAL<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Food Engineering Dept., University of São Paulo, 225 Duque de Caxias Norte Avenue, Zip code: 13635-900, Pirassununga (SP), Brazil

<sup>b</sup> Institute of Agricultural Sciences, Federal University of Minas Gerais, 1000 University Avenue, Zip code: 39.404-547, Montes Claros (MG), Brazil

\*Corresponding author

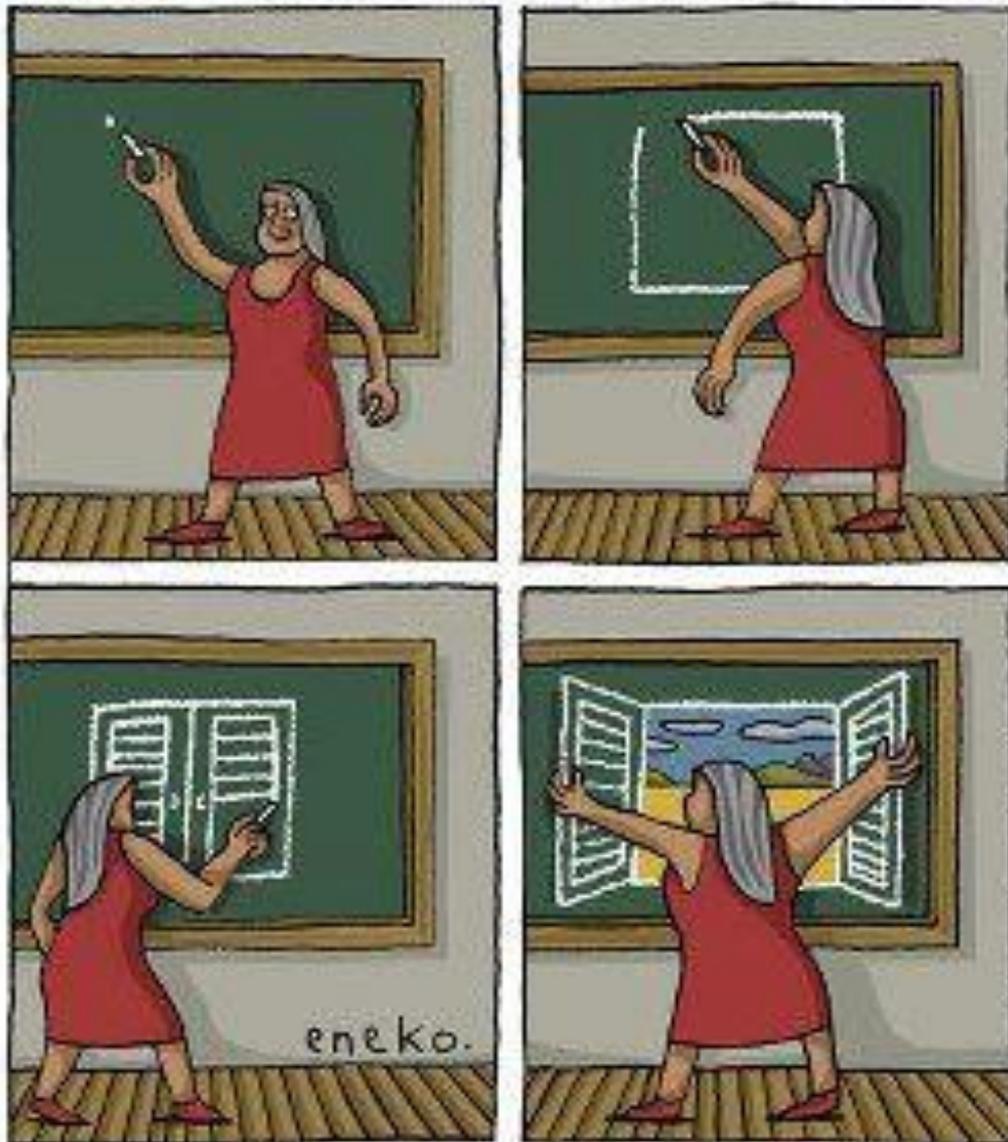
[vivianlara@usp.br](mailto:vivianlara@usp.br)

TEL FAX: (+55 19) 35 65 42 84

Received: 2 November 2016; Published online: 18 October 2018

*Invited paper from the 4th International ISEKI Food Conference - ISEKI Food 2016 - Bridging Training and*

# LA PROFESORA



## Bem vindos a bordo! Gestão Industrial\_2019

Profa. Vivian Lara SILVA (vivianlara@usp.br)

**Até semana que vem!**

**Lembrando:**

**EAD, seg manhã / EAN, seg noite**