



Gind 2019_Aula 03

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

Um novo tempo e o
(RE)pensar de Marketing





[As Lições do Pequeno Príncipe](http://ensinamentos-pequenoprincipe.blogspot.com/2016/06/a-licao-sobre-o-chapeu-o-elefante-e.html)

<http://ensinamentos-pequenoprincipe.blogspot.com/2016/06/a-licao-sobre-o-chapeu-o-elefante-e.html>

Projeto Soft Skills: **CRIATIVIDADE** como foi a experiência?

You've Got A Friend In Me - Randy Newman (Toy Story Edition)

<https://www.youtube.com/watch?v=nMN4JZ8crVY>

James Taylor - You ve Got A Friend

<https://www.youtube.com/watch?v=Hl0valqclHo>

Criatividade e Inovação: melhores amigos!
Muito além de 'apenas' P&D. Profissional
contemporâneo, profissional CRIATIVO

Vejamos caso Food tech Hub Brasil – presentes no Workshop do dia 31/08 aqui na FZEA

FZEA/USP passa a constituir equipe de universidades parceiras! E estamos em buscas de profissionais inovadores!

Quatro Pilares estratégicos do FTH

Food Tech Hub br: Objetivo

As mudanças no estilo de vida e novas demandas na forma de consumer alimentos mais saudáveis irão promover uma nova revolução na cadeia alimentícia.

O **Food Tech Hub Brasil** tem a ambição de formar um amalgama unindo todos os atores da Cadeira visando atender os consumidores.



Projeto soft skills_CRIATIVIDADE

Como foi a experiência?!



Alimentando capacidade, familiaridade de criação e comunicação: **Vamos jogar?**

<https://www.youtube.com/watch?v=nMN4JZ8crVY>

<https://www.youtube.com/watch?v=wmilUN-7qhE>

O que os filmes de animação podem nos ensinar sobre 'criatividade' e inovação?!



Search the web to plant trees...



63,579,622

Trees planted by Ecosia users



Let's plant some trees!

Make Ecosia your new search engine and plant trees with your searches - for free!

[Add Ecosia to Chrome](#)



LER MUDA O MUNDO



- [🏠](#)
- ESCOLHA POR:**
- [TIPO DE PRODUTO ▾](#)
- [PROJETO ▾](#)
- [INSTITUIÇÃO BENEFICIADA ▾](#)
- O QUE É**
- QUEM AJUDAMOS**
- BLOG DO BEM**



BRINCA COMIGO?

52 cartas com atividades simples e divertidas que as crianças vão adorar

R\$ 7,90

Este livro em formato de baralho traz, em cada carta, uma sugestão de brincadeira que usa apenas a imaginação. São ideias perfeitas para qualquer hora - incluindo momentos como fila de espera, ida e volta de viagens longas ou tardes chuvosas de férias. A família inteira pode brincar. E, enquanto as crianças se divertem, desenvolvem importantes habilidades, como memória, criatividade e comunicação.

Uma ótima maneira de reforçar laços familiares entre adultos e crianças!



[+ Mais informações](#) [★ Confira outros produtos da coleção](#)

Próximo desafio_Projeto Soft Skills

COMUNICAÇÃO



Desafio

- Reinventar-se / Permitir-se COMUNICAR
(diário de bordo: ação e observação)
- +
• Influenciar no Mundo VUCA (e moodle usp):
o melhor vídeo de todos, quem traz?!

we live in a **VUCA** World



VUCA

+

¿Hasta que punto puedes predecir los resultados de tu acciones?--

Complexity (Complejidad)
Múltiples factores clave de decisión

Volatility (Volatilidad)
Tasa del cambio

Ambiguity (Ambigüedad)
Falta de claridad sobre el significado de los eventos

Uncertainty (Incertidumbre)
Presente poco claro

O mundo fala sobre o **MUNDO VUCA**

-

¿Cuánto sabes sobre la situación?

+



Gestão Industrial

PRÁTICA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA
FORMAÇÃO EM ENGENHARIA DE ALIMENTOS



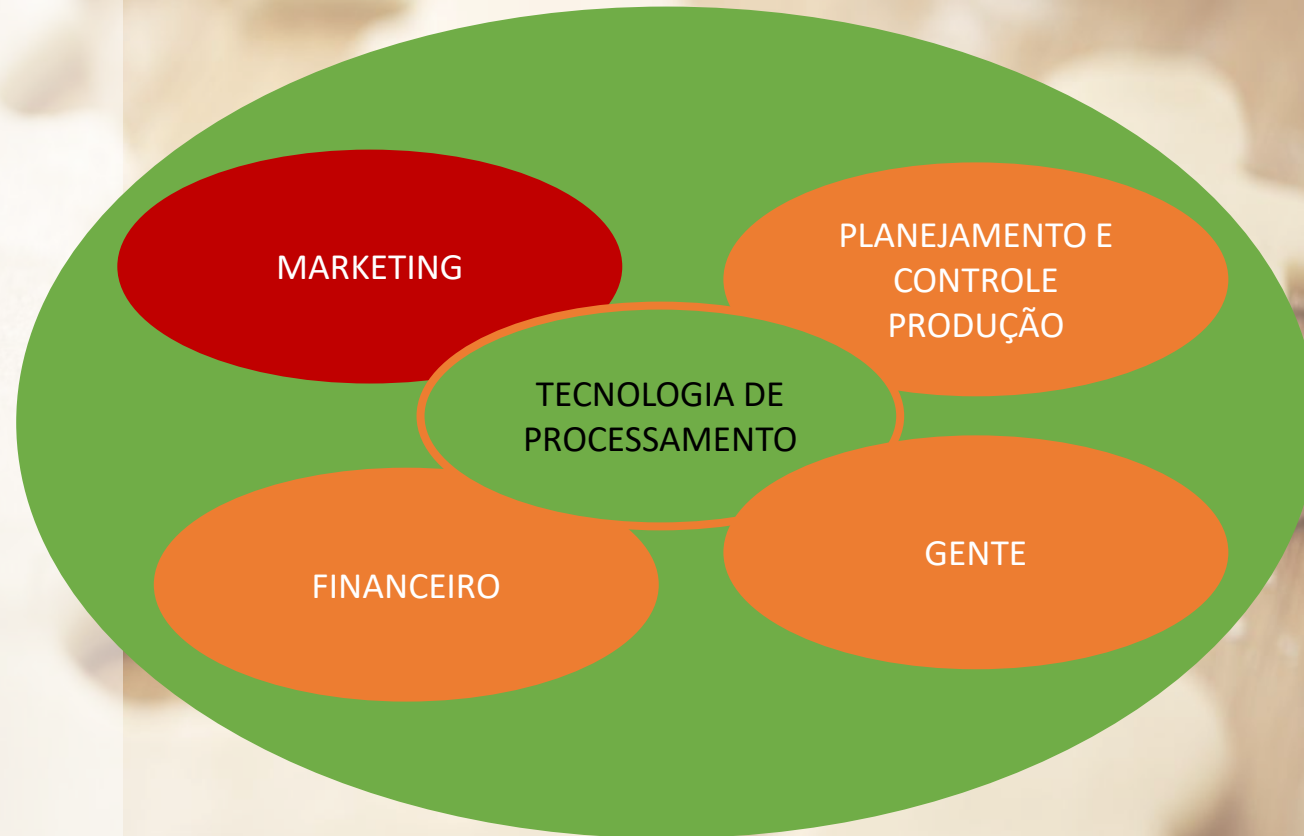
Profa. Dra. Vivian Lara S. Silva

2019



Gestão Industrial

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



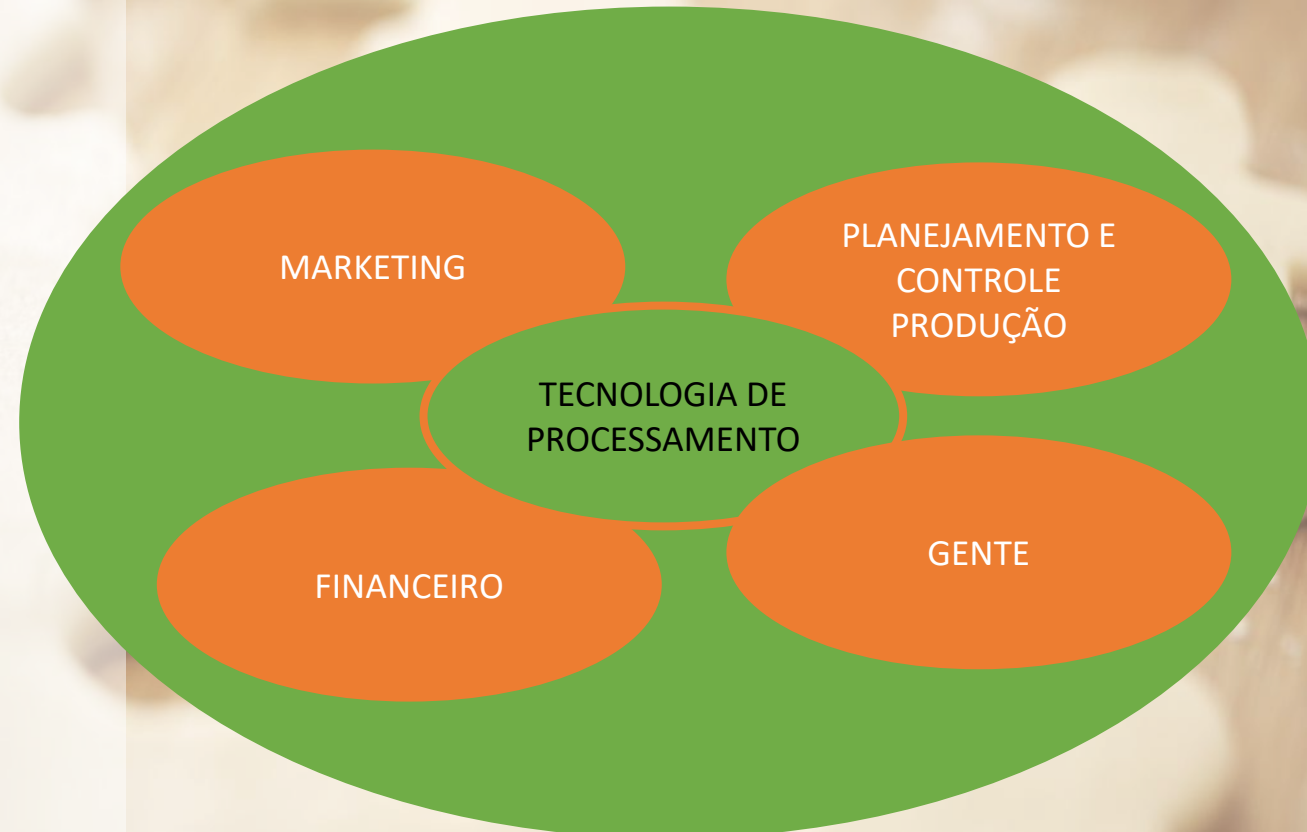


Gestão Industrial

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**
- **Negócios de impacto social (NIS).**





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

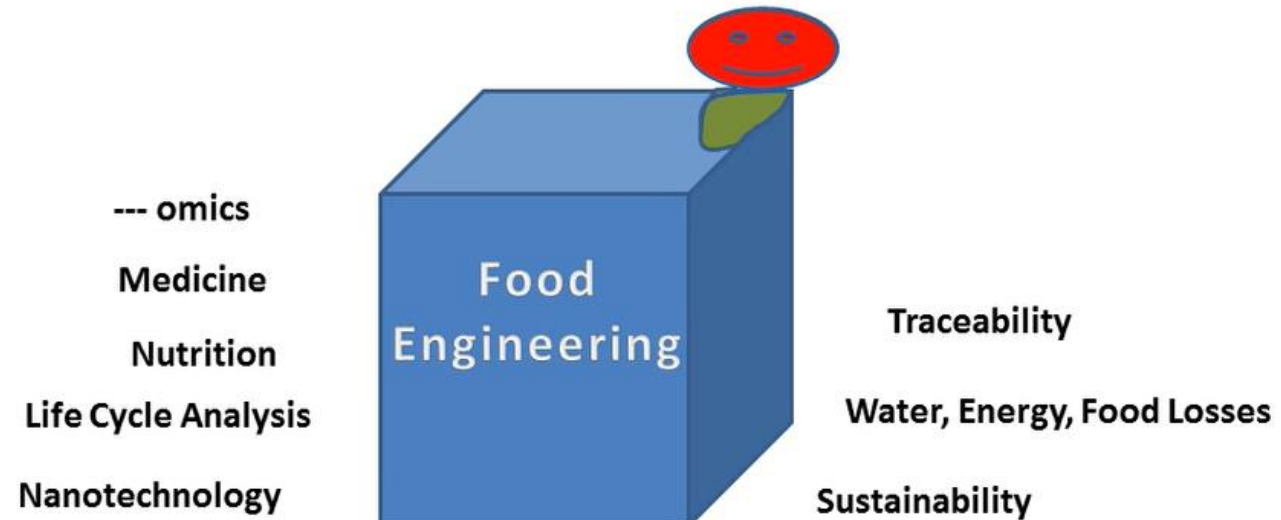
R. Paul Singh
Professor of Food Engineering
University of California, Davis

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



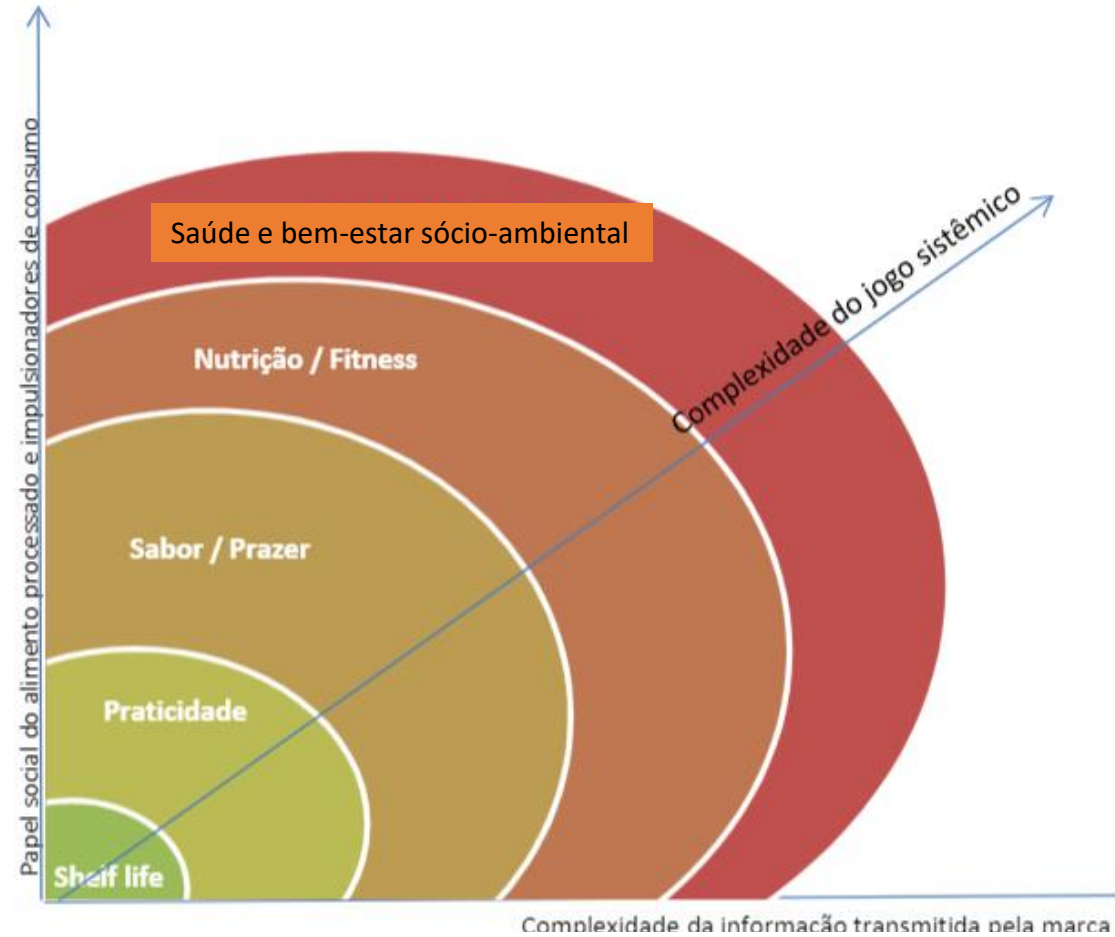
Alimentem-se:
Vídeo base_aula 2

Look outside the box!



<https://www.youtube.com/watch?v=23eqfw2aal8>

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>

A aula de hoje é sobre marketing

Projeto Soft skills_**COMUNIQUE-SE**

Comunicação pessoal e corporativa



Quem não se comunica,
se trumbica...



TeuControle.com

MARKETING

05 Ferramentas & 01 Norte

B2...Business x Consumer

4P's

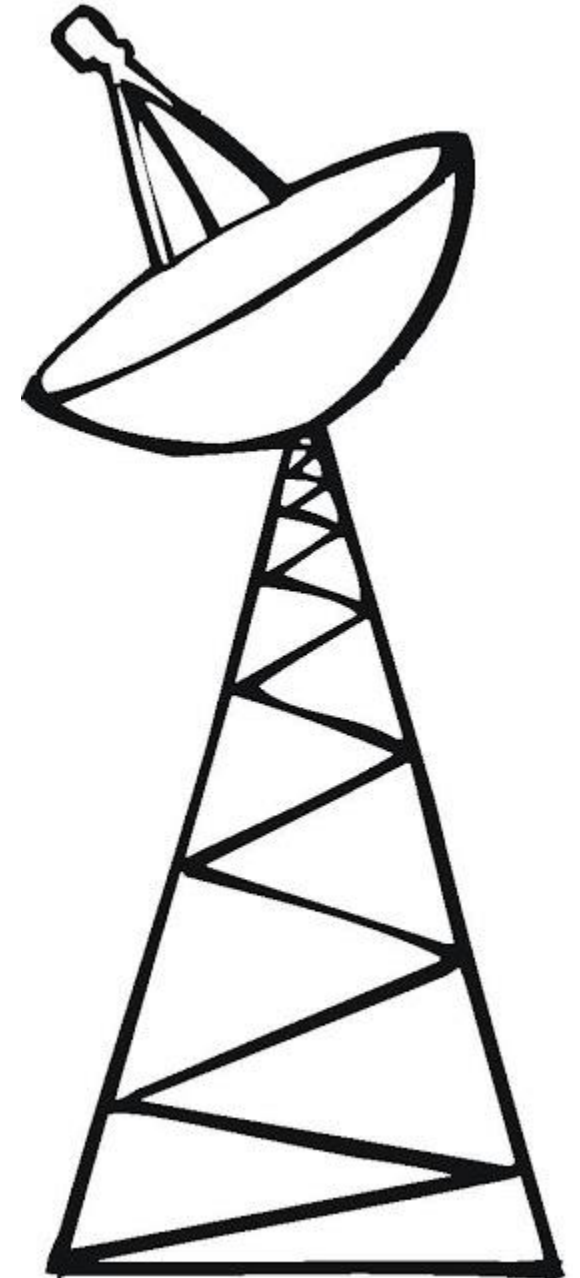
Ambientes de marketing

Processo de decisão de compra

Perguntas essenciais de MKT

&

Tendências em alimentação



4P's

PRODUTO

- O que o cliente quer do produto?
- Quais atributos ele precisa ter?
- Como ele será usado?
- Qual a sua aparência?
- Qual seu nome?

PREÇO

- Qual valor oferecido pelo seu produto?
- Já existem referências na sua área?
- O cliente é sensível ao preço?
- Como você será comparado?

**Mercado
alvo**

PRAÇA

- Onde o cliente procura pelo seu produto?
- Como você pode acessar canais de distribuição?
- Qual tipo de esforço de venda?
- Onde seus concorrentes estão?

PROMOÇÃO

- Onde você vai anunciar seu produto?
- Qual o melhor momento para promover?
- Qual o padrão de mercado para esse tipo de produto?

Produto

Qualidade
Design
Variedade
Características
Nome da Marca
Embalagem
Tamanhos
Serviços
Garantias
devoluções

Preço

- Preço de lista
- Descontos
- Concessões
- Prazo de pagamento
- Formas
- Termos de crédito

Praça

- Canais
- Cobertura
- Sortimentos
- Locais
- Estoque
- Transporte

Promoção

- Promoção de vendas
- Propaganda
- Força de Vendas
- Relações Públicas
- Marketing Direto

Understanding the Differences Between B2B and B2C Marketing



<https://www.thebalancesmb.com/b2b-vs-b2c-marketing-2295828>

B2B

Business-to-business promotion



Logic-driven



Focuses on time, money & resources saved



Favors in-depth promotion

B2C

Business-to-consumer promotion



Favors simple, easy messaging



Appeals to emotion



Focuses on benefits and solving problems

Processo de Decisão de Compra



Ambientes de marketing e as 5 Forças de Porter

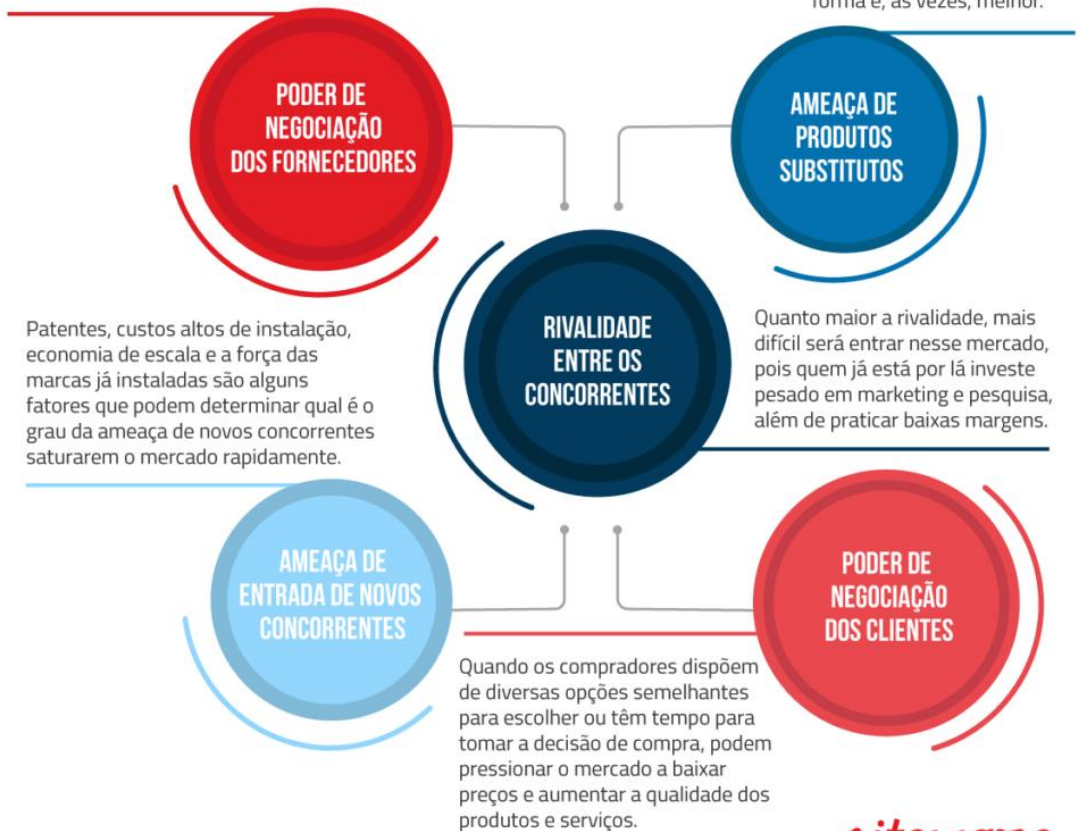


<https://image.slidesharecdn.com/ambientesdemkt-140930142926-phpapp01/95/ambientes-de-marketing-macro-e-micro-3-638.jpg?cb=1425308497>

Existem alguns fatores que podem aumentar ou diminuir o poder de negociação dos fornecedores, como o grau de diferenciação entre eles, o custo de produção e até a possibilidade de um fornecedor resolver se tornar seu concorrente.

5 FORÇAS DE PORTER

Produtos substitutos atendem às mesmas necessidades de seus clientes, só que de outra forma e, às vezes, melhor.



siteware

<https://www.siteware.com.br/metodologias/analise-das-5-forcas-de-porter/>

Empatia: colocando-se no lugar do 'outro'

As perguntas essenciais de MKT



O que?
Quando?
Quanto?
Como?
Onde?
AND
Porque?!
(não nessa ordem!)

Em síntese



Pipocando_Vamos jogar 2

Pipoca_diferencial de qualidade
(*premiun / seleção*)



Pipoca_venda para atacado



Boa santa semana da pátria!

COMUNIQUEM-SE
e Tragam para próxima aula embalagens!

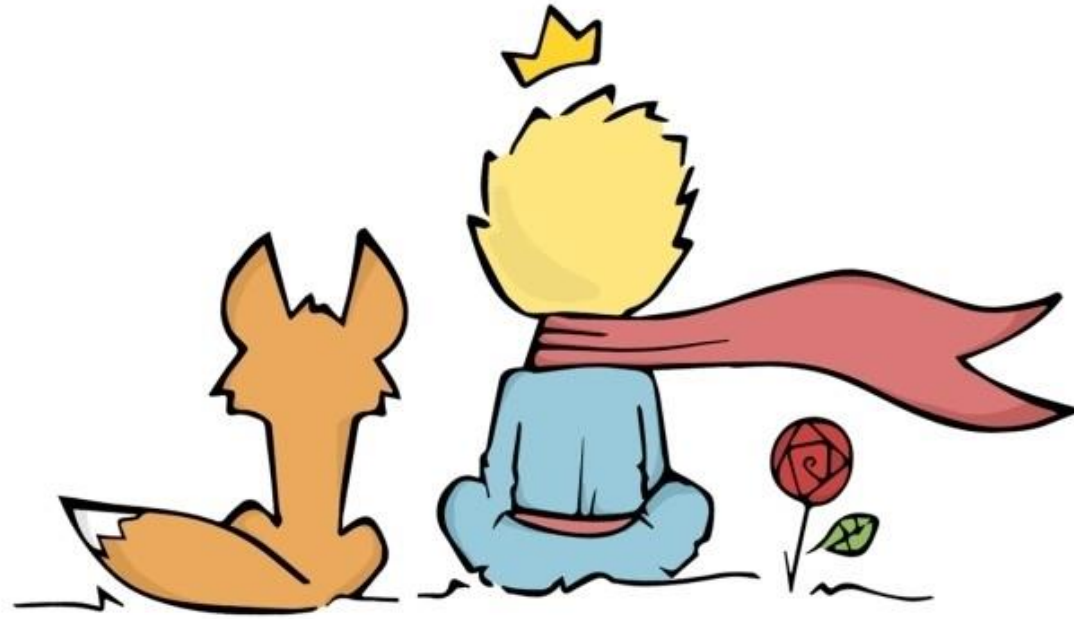
Mas, espero por vcs no **WORKSHOP** do dia **31/08!**

Workshop de Inovação em Alimentos: Transformando Ideias em Produtos

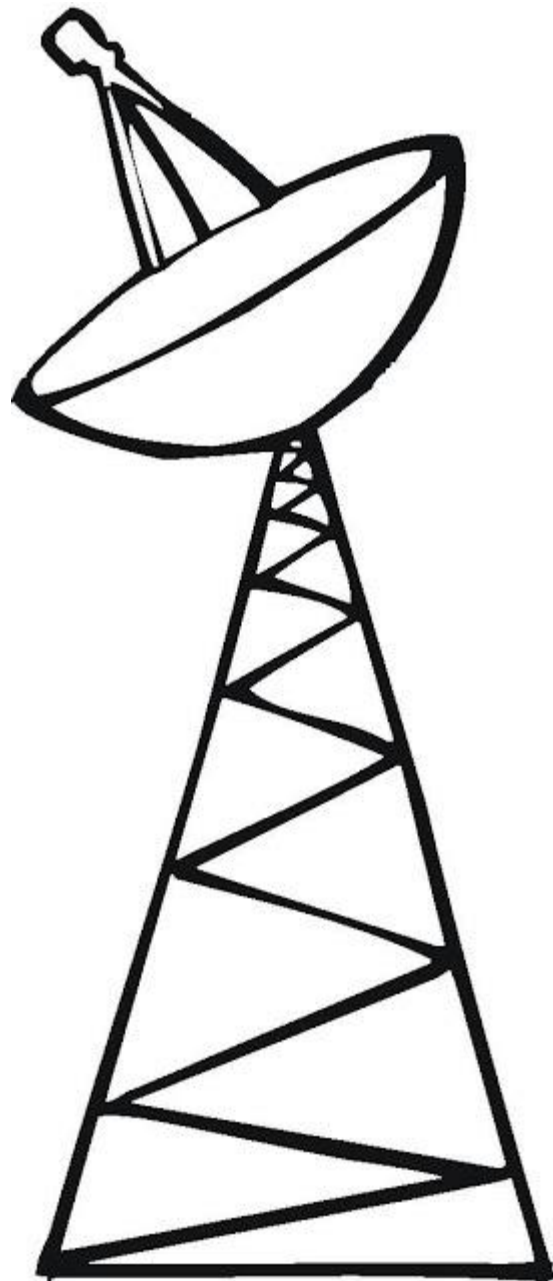
PROGRAMAÇÃO

HORÁRIOS	TEMAS	PALESTRANTES
8:30 - 8:45	Boas - Vindas	
8:45 - 9:30	Criando Soluções a partir de ideias inovadoras	Food Tech Hub Brasil & Ingredion
9:30 - 10:30	Parcerias entre Grandes Empresas e Startups: Aceleração na Inovação	Cargill & Unilever
10:30 - 10:40	PERGUNTAS	
10:40 - 11:00	Coffee Break & Networking	
11:00 - 12:00	Cases de Sucesso - Inovação Disruptiva em Alimentos	Liv Up & Syndeton
12:00 - 12:50	Fomento para a criação de Startups	FADESP & ENACTUS Brasil
12:50 - 13:30	Como aprimorar a relação Universidade-Empresa na aceleração de processos de Inovação Disruptiva	Mesa Redonda com todos os participantes
13:30	Encerramento	

31 DE AGOSTO DE 2019
ANFITEATRO DO PRÉDIO CENTRAL



Só se vê Bem com o Coração.
O essencial é invisível aos olhos.



Gind 2019_Aula 04

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

Um novo tempo e o
(RE)pensar de Marketing e a
COMUNICAÇÃO



Projeto Soft Skills_**Comunicação**

'era manhã' (Clarice Falcão & Silva)

<https://www.youtube.com/watch?v=Dr-qDM4UKOY>

LEITURA AULA 04



+ relatórios:

<http://www.brasilfoodtrends.com.br/>

<https://www.mintel.com/global-food-and-drink-trends/>

Apresentação Paulo Silveira (Food tech Hub) que estará novamente na FZEA, como parte da programação do Workshop de Inovação:

Trend 9. Small player mindset

Start-up companies continue to shake up the food and beverage industry



THE POWER OF LOCAL HOOKS CONSUMERS

ON A SOCIAL MISSION TO INSPIRE FOOD GIANTS

"I prefer small brands because smaller companies are more dedicated to their products and have a **personal story**."

+28% Average annual growth of food & beverage launches tracked with a **social ethical claim** (Global, CAGR 2014-2018)

Source: Innova Trends Survey (2018)



"We want to bring a contemporary, modern-day twist to Indian food. Our products will always be Indian in DNA but can **stand up to any global product**."



"With incredibly tasty chocolate, **we lead by example** to show the world that chocolate can be made differently: **in taste, packaging and the way we treat cocoa farmers**."



Até nosso próximo encontro!

<https://www.ibmec.br/noticias/ineficiencia-em-inovacao-no-brasil>