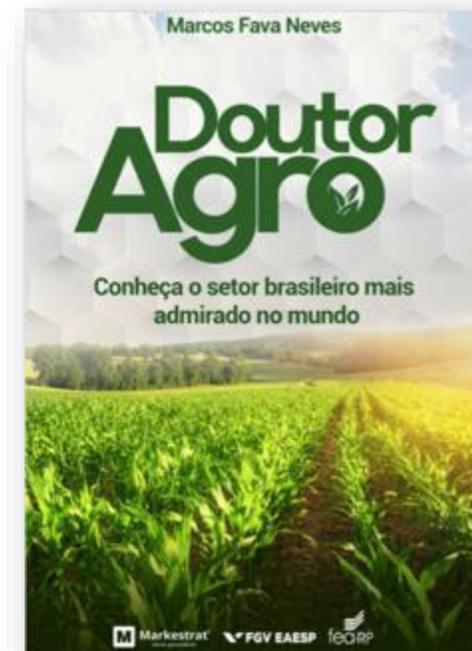


Modelo de Oportunidades no Marketing de Alimentos

Prof. Dr. Marcos Fava Neves

Faculdade de Administração (FEA/RP) – Universidade de São Paulo, desde 1995
Escola de Administração de Empresas (EAESP/FGV), desde 2018
Center for Agricultural Business - Purdue University (Indiana/USA), desde 2013
PAA – FAUBA – Universidade de Buenos Aires, desde 2006
Criador da Markestrat (www.markestrat.com.br) em 2004
Especialista em planejamento estratégico no agronegócio

www.doutoragro.com



**Doutor
Agro**

Modelo de Oportunidades no Marketing de Alimentos

Argumentos/Tendências/Oportunidades

1. Consumidor aventureiro/em atividade/fazendo a diferença/autônomo
2. Fontes alternativas de ingredientes (“*plant based*”, insetos, algas, flores)
3. Produtos verdes e sustentabilidade - desperdício/poluição/*foot print*
4. Em movimento (“*on the go*”) - snacks saudáveis
5. Atenção às dietas/sentir-se bem/nutrição/fibras
6. Inclusão, pequenas empresas/marcas insurgentes
7. Consumidor conectado ao prato, ao conhecimento, ao cozinhar (experiência)
8. Produtos livres de...(lactose, glúten, etc)...restrições alimentares
9. Indulgência/“meu presente”/produtos premium
10. Sabores e aspectos sensoriais (texturas, cores)/ alimentos frescos, orgânicos e saudáveis
11. Origem dos produtos e rastreabilidade
12. Autenticidade, simplicidade, transparência, ética, respeito aos valores
13. Família/tradição
14. Marcas de varejo ganham peso (*private label*)
15. Valorização dos produtos locais, da minha comunidade e local (“*buy local*”)
16. Feito à mão, artesanal, *gourmet*, receitas
17. Agricultura urbana
18. Fazer o seu próprio alimento
19. Desejo por experiência, contar histórias e trocar avaliações entre os usuários
20. Fazer seus próprios produtos com misturas de ingredientes
21. Propensão ao granel/produtos concentrados/redução de embalagens
22. Movimentos de redução parcial (“*flexitarian*”)
23. *Loner living* – praticidade, porções pequenas
24. Prazer no momento de se desconectar (“*JOMO*”)
25. Valorização do respeito e bem-estar animal (*free range pasture*)

Fontes de Informação

- ✓ Consumidores
- ✓ Relatórios
- ✓ Eventos/cursos
- ✓ Canais
- ✓ Web e plataformas compartilhadas
- ✓ Influenciadores
- ✓ Concorrentes
- ✓ Outros stakeholders

Onde Aplicar

- ✓ Portfólio
- ✓ Comunicações
- ✓ Marcas e linhas
- ✓ Rótulos
- ✓ Embalagens
- ✓ Multicanais
- ✓ Vendedores
- ✓ Outros stakeholders
- ✓ Relacionamentos (clube, sociedade)

Argumentos/Tendências/Oportunidades

1. Consumidor aventureiro/em atividade/fazendo a diferença/autônomo
2. Fontes alternativas de ingredientes (“*plant based*”, insetos, algas, flores)
3. Produtos verdes e sustentabilidade - desperdício/poluição/*foot print*
4. Em movimento (“*on the go*”) - snacks saudáveis
5. Atenção às dietas/sentir-se bem/nutrição/fibras
6. Inclusão, pequenas empresas/marcas insurgentes
7. Consumidor conectado ao prato, ao conhecimento, ao cozinhar (experiência)
8. Produtos livres de...(lactose, glúten, etc)...restrições alimentares
9. Indulgência/“meu presente”/produtos *premium*
10. Sabores e aspectos sensoriais (texturas, cores)/ alimentos frescos e saudáveis
11. Origem dos produtos e rastreabilidade
12. Autenticidade, simplicidade, transparência, ética, respeito aos valores
13. Família/tradição

Argumentos/Tendências/Oportunidades

14. Marcas de varejo ganham peso (*private label*)
15. Valorização dos produtos locais, da minha comunidade e local ("*buy local*")
16. Feito à mão, artesanal, gourmet, receitas
17. Agricultura urbana
18. Fazer o seu próprio alimento
19. Desejo por experiência, contar histórias e trocar avaliações entre os usuários
20. Fazer seus próprios produtos com misturas de ingredientes
21. Propensão ao granel/produtos concentrados/redução de embalagens
22. Movimentos de redução parcial ("*flexitarian*")
23. *Loner living* – praticidade, porções pequenas
24. Prazer no momento de se desconectar (JOMO)
25. Valorização do respeito e bem-estar animal (*free range pasture*)

Prof. Marcos Fava Neves

favaneves@gmail.com | www.favaneves.org



❖ Marcos Fava Neves, nascido em Lins (SP), é professor em tempo parcial das Faculdades de Administração da Universidade de São Paulo em Ribeirão Preto e da EAESP/FGV em São Paulo. Engenheiro Agrônomo formado pela Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq/USP) em 1991 e fez toda a carreira de pós graduação (mestrado, doutorado e livre-docência) em estratégias empresariais na FEA/USP e chegou a professor titular da USP aos 40 anos, tendo sido Chefe do Departamento de Administração da USP em duas gestões e Vice-Chefe em outras duas gestões.

❖ Complementou sua pós graduação em temas de planejamento e gestão aplicados ao agronegócio na França (1995 – no IGIA) e na Holanda (1998/99 – na Universidade de Wageningen). Fez também cursos de curta duração em Harvard (2008/2009/2010), Purdue (2013/2017), Sevilla (2017) e Florida (2018);

❖ Desde 2006 é Professor Visitante da Universidade de Buenos Aires e desde 2013 da Purdue University, Indiana, EUA, onde lecionou no ano de 2013;

❖ É especializado em planejamento e gestão estratégica, tendo realizado mais de 200 projetos no agronegócio brasileiro e mundial. Trabalhou ou foi membro de Conselhos das seguintes organizações: Botucatu Citrus, Vallée, Lagoa da Serra (CRV); Renk Zanini, Inova, Embrapa, Serviço de Informação da Carne, Associação Mundial de Agronegócios, Cooperativa Coplana, Cooperativa Holambra, Ouro Fino, Canaeste e Orplana (Organização dos Plantadores de Cana). Ajudou a montar e é acionista de 3 empresas, sendo 2 startups;

❖ É autor e organizador de 67 livros publicados no Brasil, Argentina, Estados Unidos, África do Sul, Uruguai, Inglaterra, Cingapura, Holanda e China, por 10 editoras diferentes. Escreveu também dois casos para a Universidade de Harvard (2009/2010) e para a Purdue University (2013);

❖ Publicou mais de 200 artigos em periódicos científicos internacionais e nacionais indexados, tendo recebido 4.000 citações de acordo com o Google Acadêmico, um dos cientistas brasileiros mais citados em sua área; Foi articulista do jornal China Daily de Pequim e da Folha de S. Paulo, além de escrever artigos para O Estado de S. Paulo e Valor Econômico, entre outros, tendo mais de 600 artigos de análises de conjunta publicados em revistas e jornais;

❖ Participou de 335 Congressos no Brasil e no Exterior, tendo organizado também mais de 30 Congressos nacionais e internacionais;

❖ Na *formação de discípulos e de talentos humanos* orientou 29 Teses, sendo 4 de Doutorado e 25 de Mestrado e 133 Monografias. Ajudou, como professor, a formar mais de 1.200 administradores de empresas, tendo oferecido 127 disciplinas de graduação e 22 cursos de Mestrado e Doutorado na USP;

❖ Na *avaliação de cientistas*, participou de 176 Bancas, sendo 52 de Doutorado e 124 de Mestrado no Brasil e exterior;

❖ **Realizou 1.092 palestras em 22 países, sendo um dos brasileiros mais conhecidos no exterior na área de agronegócios.**