

# Marketing no Setor Alimentício

Flávia Mori Sarti

Docente do Curso de Graduação em Gestão de Políticas Públicas  
Vice-Coordenadora da Pós-Graduação em Modelagem de Sistemas Complexos  
Escola de Artes, Ciências e Humanidades (USP)

# Marketing

---

**“Marketing é um processo social e administrativo pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que **necessitam** e o que **desejam**, através da criação de troca de produtos e valor com outras pessoas.”**

**Kotler, 2000**



# Marketing

---

**“Marketing é o processo de estabelecer e manter relações de troca mutuamente benéficas com clientes e outros grupos de interesse.”**

**Nickels & Wood, 1999**



# Marketing

---

**Área do conhecimento inserida no contexto da Administração**

**Estudo de técnicas de pesquisa e formas de comunicação relativas ao consumidor de bens e serviços**



# Composto de Marketing

---

**4 P's**

**Produto**

**Preço**

**Praça**

**Promoção**



# Marketing

---

## Consumidor



**Necessidades,  
Desejos e  
Demandas**



# Marketing

---

## Consumidor



**Necessidades,  
Desejos e  
Demandas**

## Empresa



**Valor,  
Satisfação e  
Qualidade**



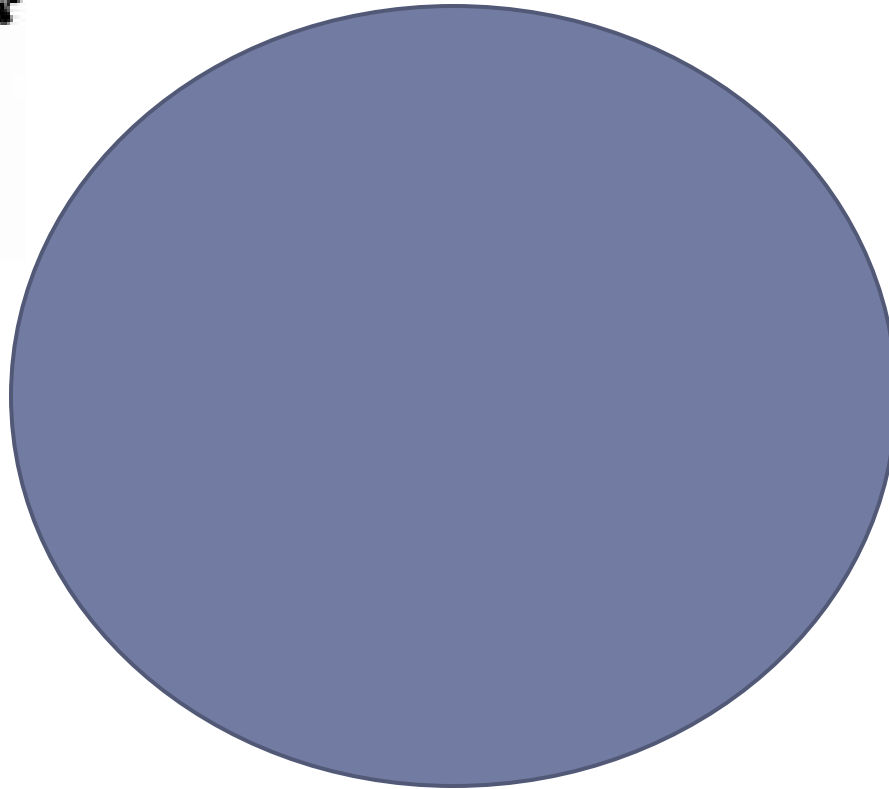
# Marketing

---

## Consumidor



**Necessidades,  
Desejos e  
Demandas**



## Empresa



**Valor,  
Satisfação e  
Qualidade**



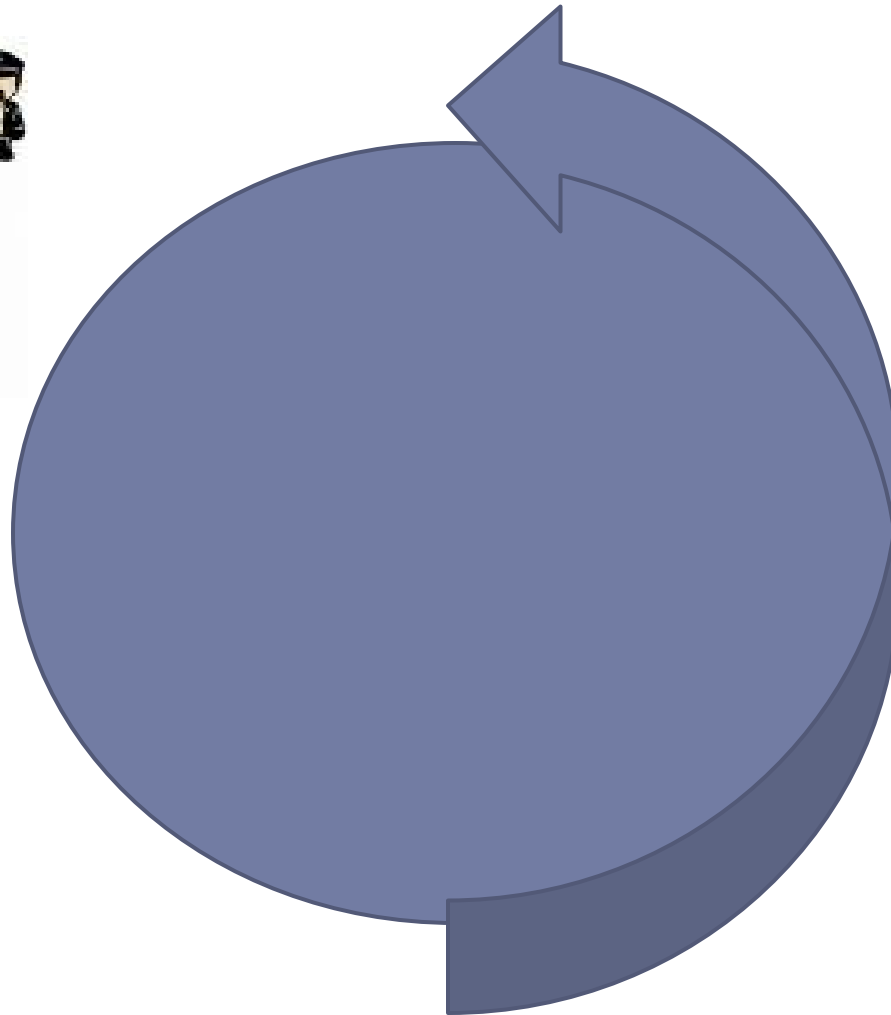
# Marketing

---

## Consumidor



**Necessidades,  
Desejos e  
Demandas**



## Empresa



**Valor,  
Satisfação e  
Qualidade**



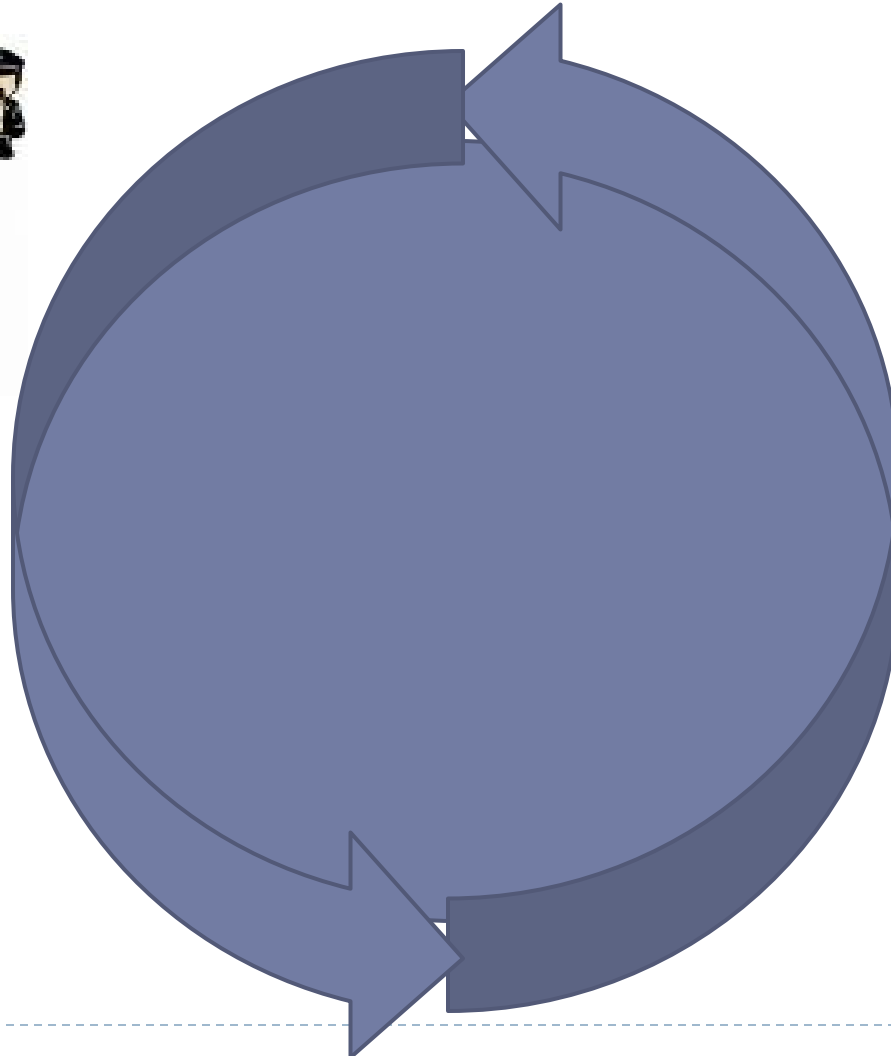
# Marketing

---

## Consumidor



**Necessidades,  
Desejos e  
Demandas**



## Empresa



**Valor,  
Satisfação e  
Qualidade**



# Conceitos Centrais

---

## Necessidade

Estado de privação de alguma condição básica: biológica, física, social, etc.

## Desejo

Necessidades humanas moldadas pela cultura e características individuais.

## Demanda

Desejos e necessidades de produtos específicos, apoiados na vontade de comprá-los. Desejos e necessidades tornam-se demandas quando apoiados pelo poder de compra.

## Produto

Qualquer bem que satisfaça necessidades ou desejos.



# Necessidades *versus* Desejos

---

- ▶ **Necessidade é a sensação de privação relativa à ausência de alimento, vestimentas, abrigo ou outra necessidade básica de sobrevivência.**
- ▶ **Desejo diz respeito à satisfação de uma necessidade de determinada maneira específica, de acordo com histórico e cultura do indivíduo.**

**NECESSIDADE**  **Alimento para saciar a fome.**

**DESEJO**  **Chocolate, refrigerante, etc.**



# Determinantes

---

↪ **FATORES CULTURAIS**

↪ **FATORES SOCIAIS**

↪ **FATORES ECONÔMICOS**

↪ **FATORES PSICOLÓGICOS**



# Marketing Nutricional

---

- ▶ **Elementos de atração do consumidor:**
  - ▶ Diferenciação de produtos (sabor, cor, textura, valor nutricional, etc.);
  - ▶ Papel das informações nutricionais sobre a escolha de alimentos (estilo de vida);
  - ▶ Outros fatores: embalagem, preço, propaganda, forma de distribuição, etc.



# Marketing Nutricional

---

## ▶ Aspectos éticos:

- ▶ Propagandas que buscam enfatizar somente aspectos benéficos dos produtos;
- ▶ Informações enganosas em propagandas de alimentos:
  - ▶ Prejuízo a campanhas de educação alimentar;
  - ▶ Criação de crenças sobre propriedades de alimentos;
  - ▶ Atraso na busca por cuidados médicos;
  - ▶ Lesão moral e financeira ao consumidor, além de prejuízos à saúde.
- ▶ Denominação imprópria de alimentos:
  - ▶ Equívoco na compreensão da natureza ou composição do alimento.



# Marketing Nutricional

---

**Desequilíbrio entre segmentos do setor alimentício**

**Alimentos industrializados**

**Alimentos *in natura***



# Marketing Nutricional

---

## Desequilíbrio entre segmentos do setor alimentício

### **Alimentos industrializados**

- ▶ Praticidade
- ▶ Durabilidade
- ▶ Saciedade a baixo custo
  - ▶ Alta densidade calórica
  - ▶ Baixo preço por caloria
- ▶ Imagem do produto
- ▶ Marca
- ▶ Empresas grande porte

### **Alimentos *in natura***

- ▶ Tempo de preparo
- ▶ Perecibilidade
- ▶ Comprometimento de renda
  - ▶ Baixa densidade calórica
  - ▶ Alto preço por caloria
- ▶ Preconceito sobre consumo
- ▶ *Commodity*
- ▶ Pequenos produtores



# Marketing Nutricional

---



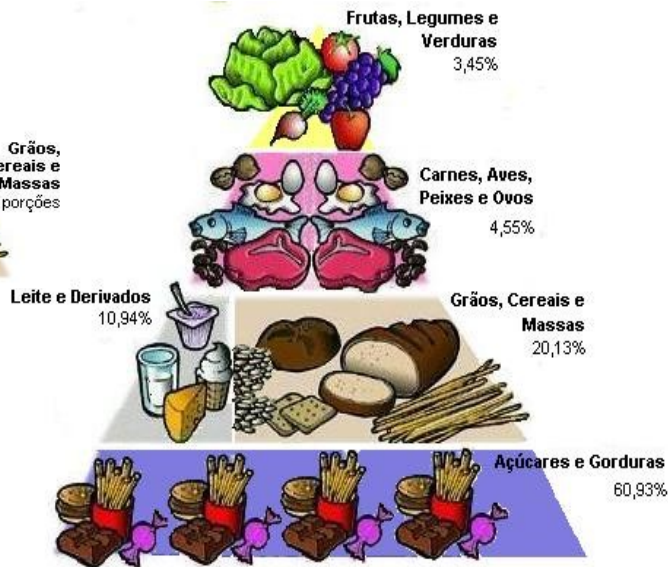
## Pirâmide Nutricional



# Marketing Nutricional



**Pirâmide Nutricional**



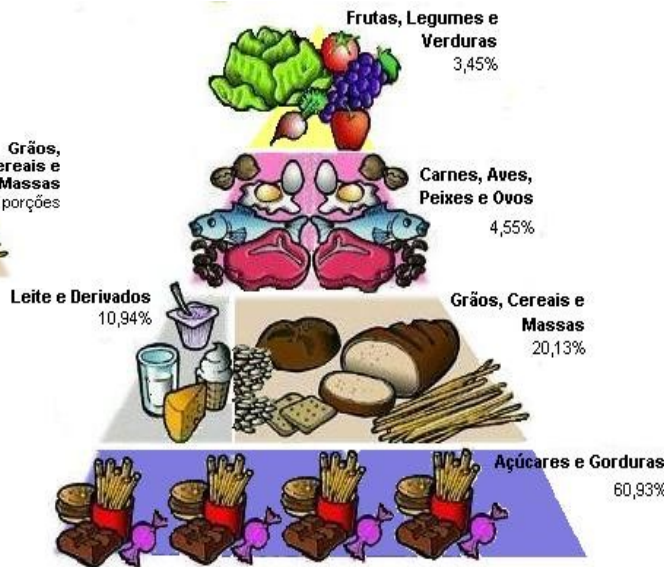
**Pirâmide Publicitária**



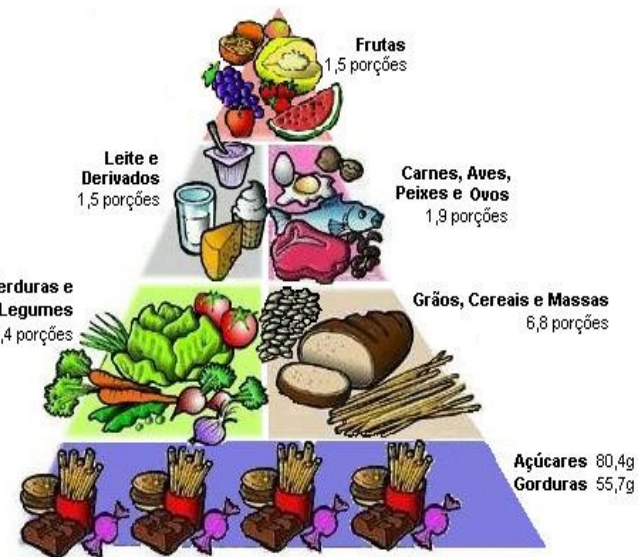
# Marketing Nutricional



**Pirâmide Nutricional**



**Pirâmide Publicitária**



**Pirâmide de Consumo**

Fonte: USDA 1996

Fonte: Kantor 1998

Fonte: Kantor 1998

# Problemas

---

- ▶ **Nome**
  - ▶ Alusão a ingredientes não adicionados
- ▶ **Embalagem**
  - ▶ Desacordo com conteúdo
- ▶ **Definição do Produto**
  - ▶ Modificação de conteúdo
- ▶ **Composição Nutricional**
  - ▶ Nutrientes em quantidade insuficiente ao efeito anunciado
- ▶ **Indicação de Uso**
  - ▶ Público-alvo contra-indicado
- ▶ **Conseqüência do Uso**
  - ▶ Saúde? Obesidade?



# Solução?

---

- ▶ **Indivíduo**
  - ▶ Autonomia & Poder de decisão
  - ▶ Educação?



# Solução?

---

- ▶ **Indivíduo**

- ▶ Autonomia & Poder de decisão
- ▶ Educação?

- ▶ **Indústria**

- ▶ Ética & Responsabilidade
- ▶ Responsabilização?



# Solução?

---

- ▶ **Indivíduo**

- ▶ Autonomia & Poder de decisão
- ▶ Educação?

- ▶ **Indústria**

- ▶ Ética & Responsabilidade
- ▶ Responsabilização?

- ▶ **Governo**

- ▶ Legislação & Fiscalização
- ▶ Limite de censura?



# Solução?

---

## Indivíduo

- ▶ Autonomia & Poder de decisão
- ▶ Educação?

## Indústria

- ▶ Ética & Responsabilidade
- ▶ Responsabilização?

## Governo

- ▶ Legislação & Fiscalização
- ▶ Limite de censura?

**Sociedade**

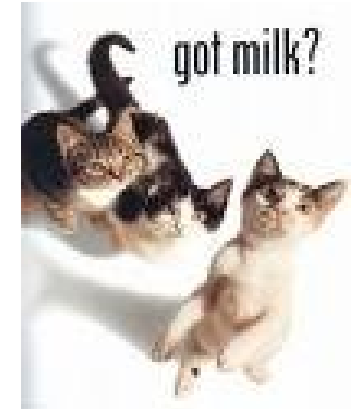


# Marketing Nutricional



got milk?®

© 2003 America's Dairy Farmers and Milk Processors.  
got milk? is a registered trademark of the California Milk Processor Board.  
© 2003 The WB Television Network.



# Marketing Nutricional



Obrigada!

flamori@usp.br