"INOVAÇÃO E TECNOLOGIA INFLUENCIANDO A INDÚSTRIA DA CARNE"

CAMPO GRANDE, MAIO 2018









Missão

"Incentivar, através de todos os meios apropriados, o uso de suplementos para nutrição animal, demonstrando a importância de sua utilização correta, visando a melhoria dos níveis da produção agropecuária e a qualidade de seus produtos, de forma ética e profissional".

Pilares

- > Desenvolvimento sustentável da pecuária
- > Alta competição presente no setor
- Crescente nível de exigências da cadeia do alimento
- > Tendências de futuro
- > Boas práticas de fabricação, rastreabilidade e sustentabilidade
- > Promover o uso correto da suplementação
- Estimular a pesquisa e geração de alternativas para a produção de carne de forma eficiente
- > Contribuir decisivamente para o desenvolvimento do agronegócio e do Brasil.

Qual o mercado de vocês?

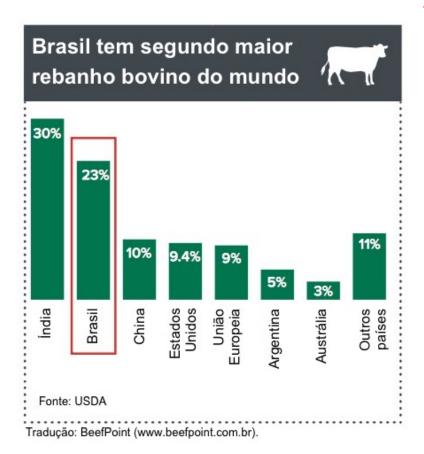




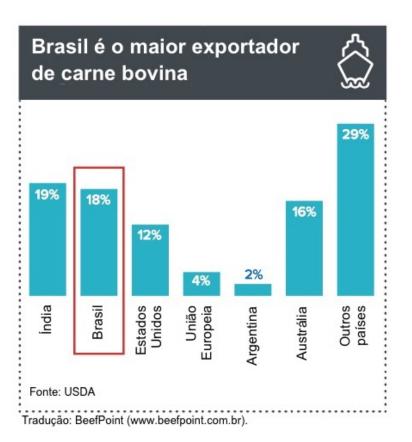




A carne é forte







Mas....



A carne segundo o Google...

Como funciona e como acabar com a indústria da carne - YouTube



https://www.youtube.com/watch?v=VpC89piDVCc ▼

May 2, 2016 - Uploaded by Mercy For Animals (Brasil)
Toda crueldade e insustentabilidade da indústria da carne pode acabar. Só depende de nós.

O VÍDEO QUE A INDÚSTRIA DE CARNE NÃO QUER QUE VC VEJA ...



https://www.youtube.com/watch?v=EAPyPcFjKk4

Dec 11, 2017 - Uploaded by JOHN BTV Nosso Site https://www.johnbtv.net/

Porque devemos destruir a indústria da carne – TRENDR

https://trendr.com.br/porque-devemos-destruir-a-indústria-da-carne... ▼ Translate this page Mar 21, 2017 - Desde o dia 17 (sexta-feira), com a deflagração da operação Carne Fraca, vieram a tona uma série de denúncias a respeito da qualidade da ...

A revelação da crueldade por trás da indústria da carne aumenta a ...

https://voyager1.net → Política ▼ Translate this page

Um modo de produção alternativo, que não necessariamente explore os animais para a extração de todo tipo de mercadoria, só é possível fora do capitalismo.

Documentário revela relação entre a indústria da carne, do leite e do ... https://www.anda.jor.br/.../documentario-revela-relacao-entre-a-ind... ▼ Translate this page Jan 5, 2018 - O documentário Deadly Dairy, que estreou recentemente na Índia, tem o objetivo de mostrar aos cidadãos que se abster do consumo da carne ...

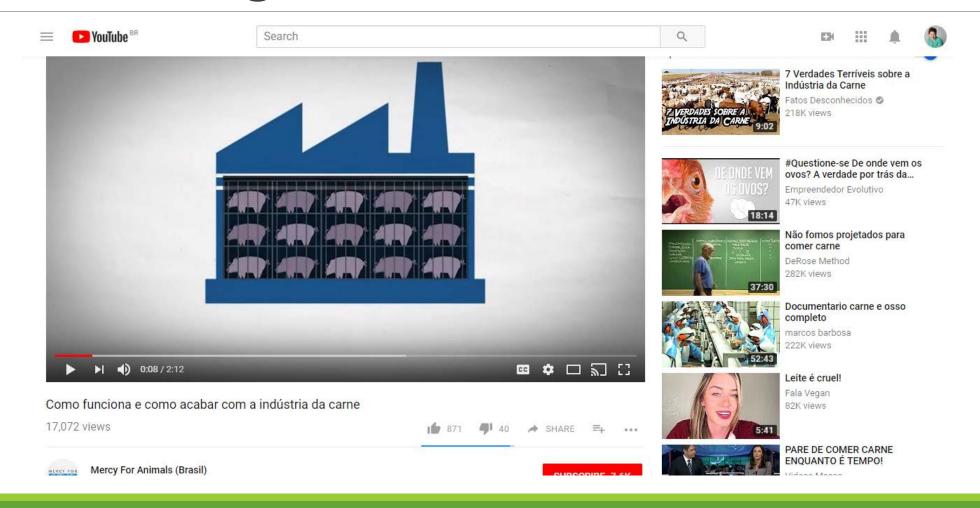
exploração animal e escravidão humana na indústria da carne

justificando.cartacapital.com.br/.../para-alem-da-carne-fraca-explor... ▼ Translate this page Mar 29, 2017 - A pecuária é uma das principais atividades econômicas do país, sendo o Brasil o segundo maior produtor mundial de carne bovina e o maior ...

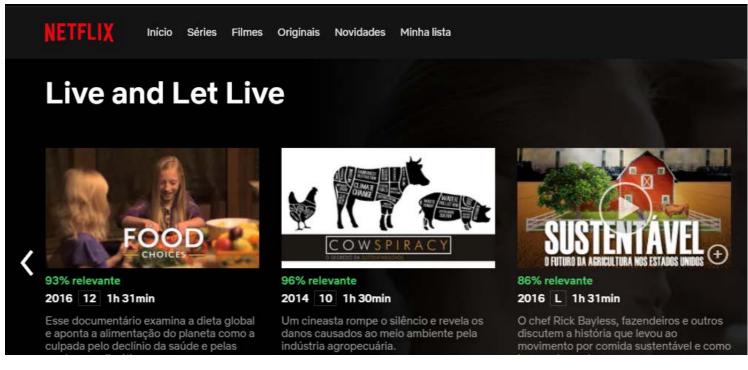
Indústria da Carne: poucos campeões, muitos perdedores | - Fase

https://fase.org.br/.../industria-da-carne-poucos-campeoes-muitos-p... ▼ Translate this page Indústria da Carne: poucos campeões, muitos perdedores. Este artigo, de Sérgio Schlesinger, aborda

A carne segundo o Youtube...



A carne segundo o Netflix...





E ainda tem a "Carne Fraca"...



Marketing tradicional é suficiente?

O Marketing no Agronegócio

Cinco tipos de estratégia podem ser implementadas com objetivo de ganhar visibilidade, ampliar relevância e, consequentemente, aumentar o número de clientes



Dois tipos de marketing são muito comuns entre as empresas de agronegócio: o sazonal e o de eventos. O marketing sazonal engloba as ações realizadas em determinadas épocas do ano e está, muitas vezes, associado ao ciclo produtivo da agricultura e da pecuária. Já o marketing de eventos prevê palestras locais e estande da empresa em grandes feiras, entre outras possibilidades.

Apesar de ainda contribuírem para as empresas de agronegócio atingirem as metas, estes dois tipos de marketing perdem, ano a ano, a sua eficácia, uma vez que são utilizados por quase todas as indústrias do segmento. Diante deste cenário, outros cinco tipos de marketing podem ser implementados, com objetivo de a empresa ganhar visibilidade, ampliar sua relevância e, consequentemente, aumentar o número de clientes.

Estes tipos de marketing são: guerrilha, exclusividade, dados, recompensa e resultado. A seguir, detalho cada um deles:

- Marketing de Guerrilha: ideal para causar impacto e despertar emoções, uma vez que introduz elementos novos ao ambiente. Em um evento, uma empresa de saúde animal pode colocar atores fantasiados de vermes dentro de uma jaula para reforçar que os medicamentos fabricados por ela tiram os vermes de circulação.
- Marketing de Exclusividade: tem como foco disponibilizar produtos e serviços personalizados para clientes especiais. Uma empresa de nutrição animal pode lançar um suplemento com tecnologia exclusiva para agropecuaristas que são clientes há mais de 05 anos da empresa ou para os clientes que compram um grande volume mensal de produtos.
- Marketing de Dados: o objetivo é contribuir para que o cliente da empresa de agronegócio tenha um rico material disponível. Uma empresa de nutrição vegetal pode criar um canal online com um acervo completo, incluindo vídeos educativos e material técnico.
- Marketing de Recompensa: criação de programas muito bem estruturados para recompensar clientes engajados. Uma fabricante de máquinas agrícolas pode oferecer gratuitamente uma nova tecnologia a um cliente que contribuir para a empresa gerar novos negócios.
- Marketing de Resultados: divulgação de resultados de longo prazo, não focados em safras. Uma empresa de sementes pode desenvolver um vídeo mostrando, ano a ano, quais os resultados obtidos por um determinado cliente.

Watson – Big Data



Blockchain

Blockchain e dispositivos inteligentes contra as fraudes no Agronegócio brasileiro

📫 13 de May de 2018 🌲 Nathália Nicoletti 🗁 Administração / Últimas

Blockchain e dispositivos inteligentes contra as fraudes no Agronegócio brasileiro

A tecnologia permite acompanhar e registrar, em um banco de dados distribuído, seguro e imutável, todas as etapas de um produto

Existem diferentes tipos de fraudes no setor de Agronegicio não só no Brasil, mas em todo o mundo. Um dos mais emblemáticos casos brasileiros foi descoberto recentemente pela operação Carne Fraca, da Folicia Federal. A instituição desvendou um esquema de corrupção entre fiscais e frigorificos para burlar controles sanitários. Mas ele não foi o único. Em 2017, o Ministério da Agricultura retirou 800 mil litros de azeite de oliva do mercado com indicios de fraude, envolvendo 84 empresas brasileiras. Também em 2017, as fraudes no comércio do café geraram um rombo de R\$100 milhões ao Espírito Santo.

Problemas como estes podem causar enormes prejuízos para toda a cadeia e gerar perdas, inclusive, para a economia brasileira. Afinal, o setor representa cerca de 23% do PIB do pais, segundo a Confederação da Agricultura e Pecuária.

A blockehain pode ajudar a solucionar essas questões. A tecnologia permite acompanhar e registrar, em um banco de dados distribuido, seguro e imutável, todas as etapas de um produto - desde o plantio de uma safra de milho até a chegada ao supermercado, por exemplo. Outra forma de solidificar essas cadeias de distribuição é registrar na blockehain todas as certificações socioambientais dos fornecedores diretos e indiretos. Isso evita a participação de companhias em situação irregular, com casos de desmatamento, trabalho escravo e falta de certificados sanitános, entre outras.

Essa tecnología também trabalha com o conceito de contratos inteligentes, os smart contracts, que são acordos programados em código e auto executáveis. Ou seja, se, no momento do recebimento do produto, algo estiver errado com a nota fiscal, com as quantidades ou com as certificações socioambientais, por exemplo, a própria rede impede o recebimento. A ideia é que toda a cadeia do agronegócio esteja envolvida nesses processos, mas ainda há um caminho árduo – e que depende de uma infinidade de envolvidos – para chegarmos a esse ponto.

Quando atrelada a dispositivos inteligentes, a blockehain fica ainda mais à prova de fraude, porque deixa de depender de um ser humano para inserir as informações. Para exemplificar: easo um caminhão frigorifico com um termômetro inteligente fique com a temperatura abaixo da indicada, a blockehain registra essa informação automaticamente e bloqueia a continuidade do processo. Por isso, dizemos que a Internet das Coisas (ou IoT, na sigla em inglês) casa perfeitamente com a blockehain. São sensores, leitores, drones e outros equipamentos capazes de apoiar a transparência e confiabilidade dos dados.

Ao ter todo o caminho do produto registrado, com informações confiáveis e provenientes de loT, é possível, ainda, disponibilizar para o consumidor informações sobre a origem de determinada leguminosa, se houve uso de agrotóxicos, se as sementes são transgênicas, entre outras informações. Isso garante muito mais transparencia a todo o processo e faz com que o cliente sinta segurança no que ele consome e nos locais onde ele compra seus alimentos.

No fim das contas, blockehain e dispositivos inteligentes atrelados ao Agronegócio podem transformar a maneira como toda a cadeia se relaciona – do produtor ao supermercadista – assim como garantir a confiança do consumidor nos produtos e marcas que adquire.

Nathália Nieoletti - Sócia na Smartchains.

Startups - 2016





19/12/2014 | Assuntos econômicos, Cereais, Fibras e Oleaginosas, E A -)n(A+)s Familiares Rurais

Startups criam sistemas para monitorar o campo

A força do agronegócio brasileiro está atraindo o interesse de startups inovadoras do Brasil e até do exterior. A Strider lançou um sistema de monitoramento e controle de pragas que combina o uso de mapas, mobilidade, Big Data e computação na nuvem. O software identifica focos de infestação de pragas e permite que o agricultor antecipe a tomada de decisão, que pode resultar em redução de até 15% no uso de defensivos ao garantir a intervenção imediata e evitando a evolução das pragas.

A empresa recebeu um investimento de R\$ 5 milhões da Barn Investimentos, e a solução já está sendo utilizada em 200 mil hectares de fazendas de 30 clientes em culturas de soja, algodão, café, cana e laranja. A meta é cobrir território de 2 milhões de hectares até o final de 2015, em todo Brasil.

"Uma fazenda de 5 mil hectares gera 10 milhões de eventos de informações georefenciadas que são coletadas em dispositivos móveis. O sistema reduz os custos com defensivos, uma vez que a identificação geolocalizada de áreas afetadas permite a aplicação no local específico e a identificação do produto a utilizar, além de comprovar sua eficácia", diz Luiz Tangari, sócio fundador e CEO da Strider.

A Agria é uma startup franco-brasileira, fruto da associação dos brasileiros Paulo de Sá e Rodrigo Almeida Gonçalves com os franceses Pierre Deram e Abder Seridji, esse último trabalhando em Paris. Paulo e Pierre trabalharam por mais de 15 anos nas grandes trades multinacionais de commodities agrícolas. Rodrigo havia criado a Nitrix, especializada em tecnologia de otimização de fluxos em rede, aplicada a setores logísticos.

Entre as soluções da Agria, está a ferramenta de otimização de fluxo por meio de recursos de inteligência artificial. Pierre Deram explica que um produto como a soja apresenta diversas opções de escoamento da produção como a armazenagem, processamento industrial e a exportação. "São muitos pontos de armazenagem e recebimento, e opções de produção que chegam a movimentar 130 milhões de toneladas", explica Gonçalves. "Boa parte disso ainda é controlada por Excell. O software permite identificar qual o melhor local para enviar a produção



Startups criam movimento para levur tecnologia ao agronegócio

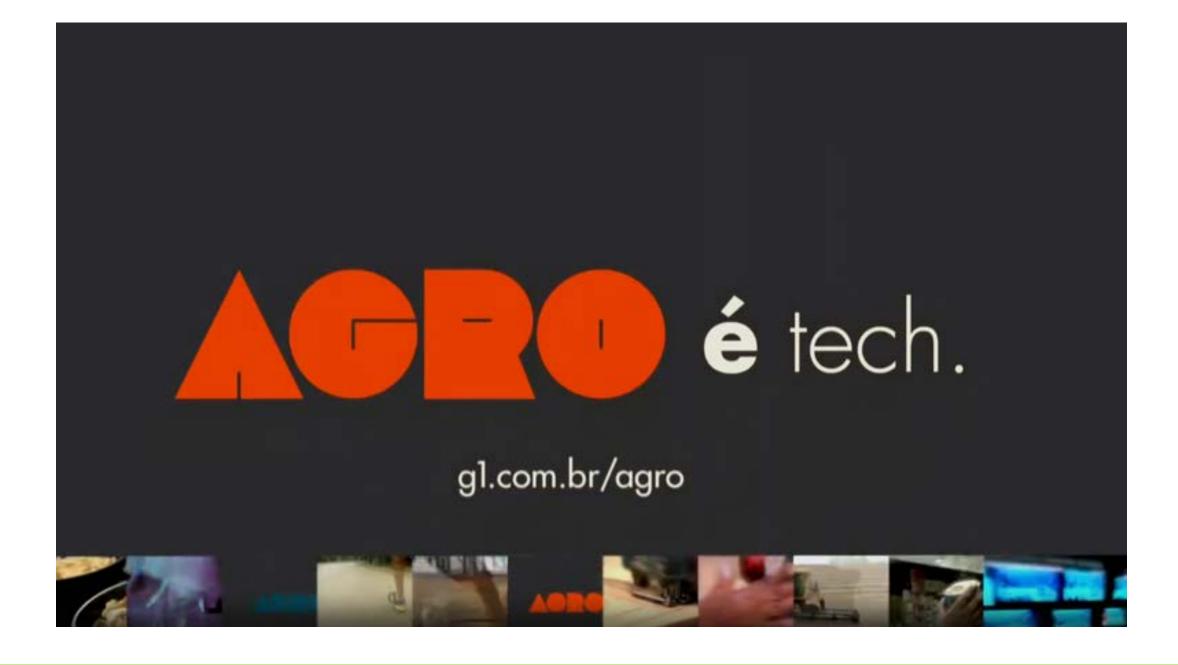
Empresas de agricultura e pecuária se juntaram durante a Campus Party para fortalecer os

Por Adriano Lira, da revista Pequenas empresas, grande negócios

07/02/2014 - A agricultura e a pecuária respondem por quase 25% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional e fazem do agronegócio, há alguns anos, o único setor da economia com crescimento significativo. Nas últimas décadas, o setor se modernizou, com a mecanização de boa parte das lavouras e o uso de insumos para aumentar a produtividade. Apesar disso, é dificil encontrar startups ligadas ao campo. Mas um grupo de empreendedores do agronegócio quer mudar esse cenário. Para isso, criou o Circuito Tecnológico do Agronegócio, uma iniciativa para auxiliar agricultores e pecuaristas brasileiros a solucionar problemas e prosperar.

O movimento das startups começou a tomar forma com a eGado, empresa que organiza leilões de bovinos, caprinos e ovinos pela internet. De acordo com Gabriel Rissoni, paulista de 25 anos e cofundador da empresa, os produtores ainda são resistentes à tecnologia e o Circuito é uma maneira de reunir empresas do setor e fortalecer ainda mais o agronegácio nacional.

A eGado esteve presente na Campus Party, evento de tecnologia que terminou no dia 2 de fevereiro em São Paulo. Durante a Campus, Rissoni conheceu os fundadores de outras duas empresas, a Pastar e a Agricultec, que adeirram ao Circuito.



POOL AGROTECH

TECNOLOGIAS PARA TRANSFORMAR O MERCADO DE AGRO



Participante do nosso 1º grupo de startups, a Trees For Planet, engloba todas as etapas na gestão de cadeias produtivas e verticalização de florestas.



Misto de Fintech com Agrotech, a **Bart Digital** faz a gestão padronizada e automática de documentos para o barterting em Agro.



Direto da horta para cidade. A **Noocity** vende equipamentos para estimular a agricultura urbana.



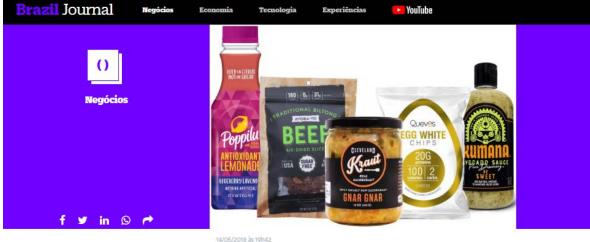
Através de inteligência em geolocalização, propõe uma economia compartilhada de equipamentos agrícolas.



Primeira solução 100% nacional em detecção automática e inteligente de focos de incêndio.

Foodtechs - 2018





Kraft Heinz cria incubadora para 'comida disruptiva'

Natalia Viri

Numa corrida para romper a estagnação das vendas, a Kraft Heinz vai testar

Foodtechs



O impacto das foodtechs no marketing e consumo

O impacto das foodtechs no marketing e consumo

Startups focadas na indústria de alimentos ultrapassam US\$ 6 bi em capital investido e surgem como alternativa para o desafio da saudabilidade







Luiz Gustavo Pacete 17 de maio de 2018 - **7h01**



As foodtechs, ou startups voltadas à soluções relacionadas a alimentação já receberam US\$ 6,5 bilhões de investimentos nos Estados Unidos, valor que deve triplicar nos próximos dois anos.

De acordo com a consultoria Builders, no Brasil, existem 53 foodtechs espalhadas em várias regiões e a tendência é que esse ecossistema se fortaleça ainda mais indo diretamente de encontro a novos hábitos de consumo e, sobretudo, às dinâmicas das grandes empresas em lidarem com os desafios atuais da indústria.

"Estamos falando de uma revolução que está ai e, em questão de vinte anos muitas empresas de alimentos atualmente não estarão mais aqui para responder a essas perguntas. Sobreviverão aquelas capazes de se desprendem da lógica de produção atual e encontrarem novas dinâmicas", diz Carolina Bajarunas, sócia da consultoria Builders.

Foodtechs



SEM MATAR ANIMAIS

CARNE DE LABORATÓRIO OU SIMULAÇÃO DE CARNE — AS OPÇÕES CRUELTY-FREE

RIPPLE FOODS

Produz leite e iogurte feitos com ervilhas e óleo de girassol (Emeryville, EUA) Captou US\$ 108,6 milhões, Goldman Sachs e Khosla Ventures estão entre os investidores

PERFECT DAY

Por meio de leveduras, recria as proteínas do leite para aplicação em laticínios veganos (São Francisco, EUA) Já captou US\$ 26,8 milhões em quatro rodadas

- CLARA FOODS

Usa técnicas de fermentação para criar clara de ovo sem precisar de galinhas (São Francisco, EUA) Captou US\$ 3,5 milhões em cinco rodados

IMPOSSIBLE FOODS

Fabrica o hamburguer vegetal que "sangra" (Redwood City, EUA) (leia mais na página 76) Captou US\$ 250 milhões. Bill Gates, Temasek e Khosla Ventures estão entre as investidores.

BEYOND MEAT

Usa soja, ervilha e levedura para fazer carne moida, hamburguer e tiras de "frango" (Los Angeles, EUA) Captou US\$ 72 milhões. Entre os investidores está a produtora de carne Tyson Foods

THE NOT COMPANY (NOTCO)

Usa inteligência artificial para pesquisar, no reino vegetal, moléculas que simulem o sabor de produtos de origem animal (Santiago, Chile) Recebeu US\$ 250 mil da IndieBio

MEMPHIS MEATS

Apresentou ao mundo, em 2017, a primeira porção de carne de frango cultivada em laboratório (São Francisco, EUA) Levantou US\$ 20,1 milhões. Um investidor é a Tyson Ventures

- MOSAMEAT

Anunciou o primeiro hambúrguer de laboratório do mundo em 2013. Custou US\$ 300 mil e foi financiado por Sergey Brin, do Google (Maastricht, Holanda) Tem o Blue Horizon entre os Investidores

FINLESS FOODS

A partir de células, cultiva em laboratório filés de peixe (Berkeley, EUA) Um investidor é a IndieBio, a mesma que aposta na NotCo

Me engana que eu gosto

HAMBURGUER SEM BOLOVO SEM GALINHA, LEITE SEM VACA. STARTUPS E FOODTECHS, COMO A IMPOSSIBLE FOODS. USAM ALTA TECNOLOGIA, CRIATIVIDADE E MUITA DUSADIA PARA DESENHARIUM FUTURO SEM PROTEÍNA ANIMAL

nere as increações no merciado de alimentagire, made term despertado tuota enciosidade - a sumeguide production the surpressi-Jennes - quanto a bipica por alternativas pera è promina animal. Exqueça aquela innipida e especijona curtor dei neja, que nó descre com tendro modes a amor are buckets. As series oppose cruelty-free querem ser melhores do que seus concernentes de reino primal. Não são percados pora agradar ao público vegetachance of most currenteering good section du selban.

profess contribute gues a motorcabilidade do planeta for not dos positos altos do Fattera Food-Toch 2018, eventa que reunte abiomérica de cresiete de alimentação aes-Kio Francisco, no final do más pasendo. Bifes e filós de peter desenvolvidos em laboratório a partir de cálulastronco, insionese sent evo, clara de evo que dispessa a participação de galisha e hite vegano tétido por statade fermentação tiram algumas das alexas, já em curso, incorporaram o hundringuer regetal no cardigio, blus so

Die des palestrames de Rivant foi e CEO da faudoth Improvible Fords, Fatech Street, Etc. 2014, Scown ... de Improvible Freds, For telefone, Halls converges press

que a reredo de errilha a sua criada pela Beyond Mest, a senseglet das false mests and earthe o Jespessible Burger. "sanges". A fuguelus à penninel graçon à sena totolòcista chiameda herre. An proprint per que a curse sem gratis de s actor, formers charges; a cone molécula - a mesona presenta ant present hereacher - a serificon que ala também profit ner encuentada ne rais da seja. Combinando impredientes como diso de poco, proteína resturizada de trigo, proteíno de Varata, possa cantana e a molécula mágica, a supripe description are bandwigner toper system que, segundo O patrell subre proteinas abtenutivos e como elas - a empresa, demanda ten rigitaturo da terra, sen quarto da Agua e cestre um uitero da quantidade de guers do efecto. autofa, em comparação à versão de currar da bes-

Est not de se lançar su varejo, cuesto a concurrente Second Mest, conveniencela pela redo Whole Poods, 4 antennigle de Empossible Burger foi chegur aus cutominishown por mote de restaurantes — caspo cylebradies, como a Montoloka Nobi, de chaf (swed Chang, etc Nova York, readers warmjustons are the readers the flowed-species, assesses commercial mercudo mistios, actos bick Stalls, Chief Strategy Offices. броса NIGOCION в сониц это рівно рога в упертил.





A Impossible Foods, criada nos Estados Unidos, desenvolveu um hambúrguer a base de vegetais

equilíbrio e saúde

Hambúrguer sem carne para carnívoros é lançado nos EUA

Fonte: Folha de SP

Primeiro "hambúrguer impossível" é produzido pela Fatburger



Experimentamos o 'hambúrguer impossível', feito com carne de planta

Ele tem a forma, a cor, a textura e até o cheiro de um hambúrguer tradicional - só que é feito à base de componentes vegetais

Fonte: olhar digital

Você ouviu falar do Hambúrguer Impossível?

Fonte: Superinteressante

Se você pensou que este lanche nasceu de alguma grande rede de fast food, está completamente enganado.

É um hambúrguer feito com plantas, mas destinado aos carnívoros...

Doido isso, não é?

Ele é fruto da biotecnologia aplicada ao agronegócio.

Possui todos os nutrientes de um hambúrguer normal, mas eles só não são extraídos da carne bovina.

A proteína sai da batata e do trigo...

A gordura é do óleo de coco e grãos de soja...

A **textura** da carne é feita com liga vegetal...

Ou seja, tudo que a carne possui... sem precisar de carne.

A DEBETTI APOSTA EM CONHECIMENTO E NA PREPARAÇÃO PARA INOVAR NO TRADICIONAL MERCADO DE AÇOUGUES

Guilherme Maciel - 27 de novembro de 2015

Rogério Betti vem de uma família de açougueiros e teve vários outros negócios antes voltar às origens, mas de maneira transformada: hoje ele é um símbolo da nova geração de açougueiros do Brasil.









Açougue vegano



No Bones

www.nobones.life/ ▼ Translate this page

Delivery App - Sistema completo para delivery com aplicativo exclusivo do seu estabelecimento.

No Bones - The Vegan Butcher Shop - Home | Facebook

https://www.facebook.com > Places > São Paulo, Brazil > Butcher ▼

Vídeo criado pela equipe carinhosa do Tastemade Brasil, sobre o açougue vegano No Bones. Mais de 500 mil pessoas iá assistiram. O vídeo, vai ser traduzido ...

No Bones, o açougue vegano, chega no mercado municipal - SPVeg ...

https://www.spveg.com/blog/no-bones-no-mercado-municipal/ ▼ Translate this page
O sucesso do No Bones se dá pela novidade, mas principalmente pelas deliciosas criações que agora
acaba de chegar no Mercado Municipal de São Paulo.

Inauguração do "No Bones", o primeiro açougue vegano de São ...

rotaveg.com/inauguracao-no-bones-primeiro-acougue-vegano-de-s... ▼ Translate this page Dec 6, 2016 - No próximo sábado (10/12) acontecerá o evento de inauguração do No Bones - The Vegan Butcher Shop, o primeiro açougue vegano de São ... You visited this page on 5/22/18.

Açougue Vegano No Bones lança aplicativo de Delivery para São Paulo https://www.terra.com.br > Notícias > DINO ▼ Translate this page

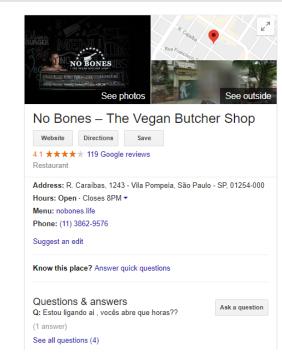
Oct 25, 2017 - O açougue vegano No Bones - The Vegan Butcher Shop, acaba de lançar o aplicativo mobile-only "No Bones Express". Disponível para a ...

Aqui, inovar é ter um "açougue" 100% vegetal. O No Bones investe na ...

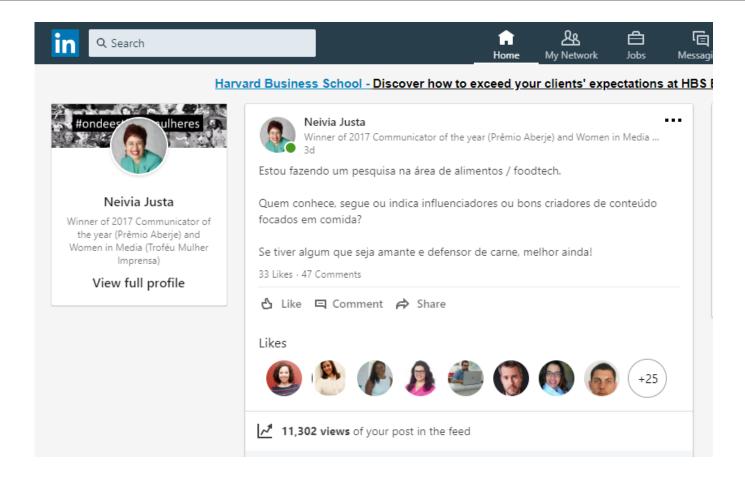
https://projetodraft.com/aqui-inovar-e-ter-um-acougue-100-vegetal...

Translate this page
Jun 14, 2017 - Pode parecer piada, mas esta é a proposta do No Bones, "The Vegan Butcher Shop".
Em seis meses de existência, a casa já recuperou os ...

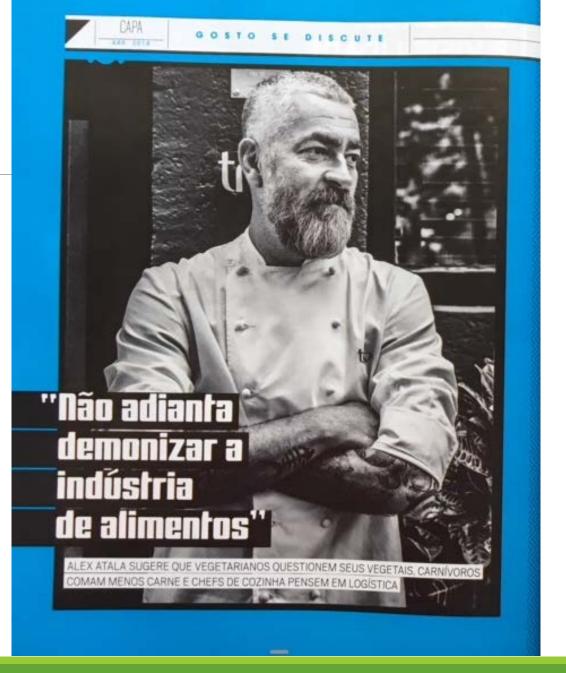
You visited this page on 5/22/18.



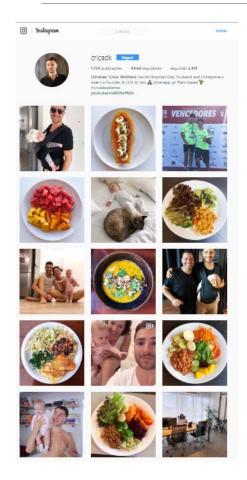
Colaboração

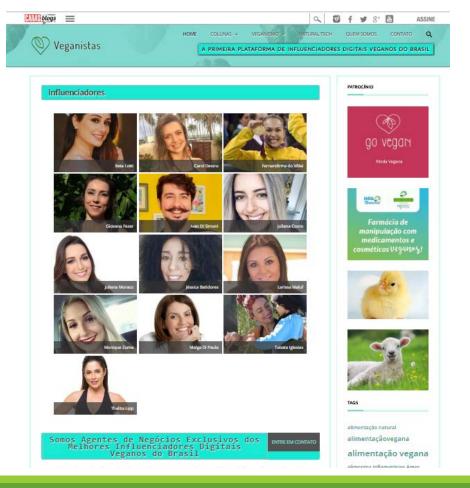


O Influenciador



Influenciadores veganos







Influenciadores "carnívoros"







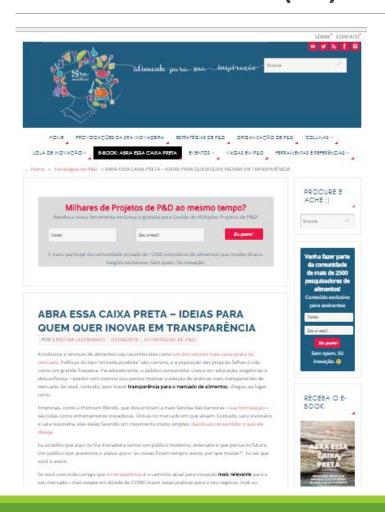
4.4
Referência em processos de maturação de carnes, Daniel Lee, primeiro brasileiro juiz e membro da Kansas City Barbeque Society, dos Estados Unidos, dará aula sobre carnes Dry Aged no espaço Brastemp Experience, em São Paulo.

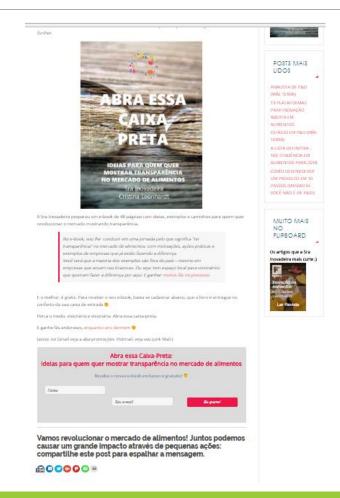
Imprensa





Conteúdo (+)





Conteúdo (+)



MC NOTÍCIAS MC EXPLICA SOBRE MC PLANNER LANGUA



Assine já

CONSUMO

Rite Kerem - 14/09/2017

COMIDA DE BOTECO VEGANA NO MERCADÃO

Cardápio do bar em São Paulo passa a incluir x-burger de grão de bico, costelinha de cogumelo, carne louca de jaca.

Inaugurado em dezembro do ano passado na capital paulista para atender o público vegano, o açougue No Bones comercializa diferentes opções de hambúrgueres, costelinha, coxinhas, entre outros itens em versão sem carne que agora passam a fazer parte do cardápio também do Bar do Quina, aberto este ano no Mercado Municipal de São Paulo, o Mercadão da Cantareira, na região central da capital paulista.

O Bar do Quina manteve as opções tradicionais, com carnes, e acrescentou as veganas. Para tanto, foi montada uma estrutura separada com chapas e fritadeiras para o preparo dos lanches que não levam carne, conta o sócio do No Bones, Bruno Barbosa.

No cardápio estão porções veganas como shimeji, costelinha de cogumelo, carne louca de jaca, coxinha de espinafre ou de jaca. Nos lanches há opções de hambúrgueres de grão de bico, de feijão azuki, de lentilha. Um dos destaques é o hambúrguer de grão de bico, com especiarias, queijo tipo cheddar e bacon de coco. A equipe do Bar do Quina recebeu treinamento para o preparo das receitas.



ACOUGUE SEM CARNE

O menu do No Bones foi desenvolvido pela chef Marcella Izzo e tem, por exemplo, hambúrguer de quinoa com ervas finas, BBQ on the ribs e salsicha de tomate seco. Atualmente são 20 produtos de fabricação própria, além de cerca de 130 itens de outros fornecedores como queijos, bacon, molhos, temperos, salgadinhos, refrigerantes, sucos, chás e cerveja vegana.

Barbosa esclarece que, para ser considerada vegana, a marca de cerveja não pode patrocinar eventos como rodeios nem usar produtos à base de peixe no processo de clarificação, o que ocorre muitas vezes. A lista de itens do No Bones conta ainda com doces, cookies, geléias e mesmo equipamentos para churrasco. Os planos são para ter no bar também um ponto de vendas dos produtos congelados.

O Bar do Quina é o primeiro food service a oferecer os produtos do No Bones, mas congelados eles já são vendidos em alguns empórios de outros municípios de São Paulo, como Guarulhos, Sorocaba e Lençõis Paulista, informa Barbosa.

Conteúdo (-)

AVÔVÓ -

SAÚDE & BEM-ESTAR ▼

ALIMENTAÇÃO ▼

ESTILO DE VIDA ▼

TURISMO -

VARIEDADES -

Para evitar os malefícios da carne, deve-se preferir consumir peixes e carnes brancas, utilizando a carne vermelha apenas 2 vezes por semana. Também é importante restringir ao máximo o consumo de bacon, linguiça, salsicha e salame, pois são as carnes mais prejudiciais à saúde. Além disso, deve-se preferir o consumo de carnes orgânicas, em que os animais são criados livres e sem uso de remédios, sendo também importante aumentar a ingestão de <u>frutas, legumes</u> e grãos integrais, que são alimentos ricos em antioxidantes e protegem o organismo contra câncer e doencas cardiovasculares.





Matérias

Reduzir consumo de carne vermelha é mais efetivo contra gases-estufa do que deixar de andar de carro, dizem especialistas



Você já pensou em deixar de comer carne? Ou pelo menos em diminuir a ingestão?



Consumidores conscientes são aqueles que se preocupam se seus alimentos tiveram uma produção limpa, causando o minimo de impacto ao meio ambiente - é o caso de muitos dos nossos leitores. Você já colocou a mão na consciência e pensou a respeito do hambürguer ou do bife que você come todo dia no almoço? Além da came vermelha não fazer muito bem à saúde, há problemas ambientais importantes envolvidos; mas antes, vamos entender o ciclo de vida do produto.

Veganismo

OPORTUNIDADE

ADMIRÁVEL MERCADO NOVO

e consumidores em busca de uma vida mais saudável. e sustentável Por Donyso Godoy

depembers de 2016. formar. O casal — ele, publicitário e espaço para instalar uma cozinha jornalista, ela, arquiteta — havia di-maior — de 100 metros quadrados, número crescente de empreende ulgado na impresosa que inauguraria ante os 60 da anterior. Do local saio No Bones, em São Dado, mas o inrão os produtos que abastecem tannegícios que oferecem itens sem teresse superou a expectativa. "O mais — to a loja original quanto a primeira — insumos de origem animal de rou-Bens que cada um pedia", diz Bruno. no Rio de Janeiro, no final de 2017. a artigos de limpera. Em três anos,

de jaca harria na geladeira e comprou to das por 5,90 reals cada uma. Logo depeak, outro levou 30 hamburgueres vego tais (feitos de grão--de-bico, fejilo preto

s, de 29 anos, e Margués significa "sem ossos") fatura investimento inicial entre 130000 e cerca de 40 000 reais por més -- 100000 reais, dependendo da cidade, como a procura desde o começo tem e esperam que as receitas cresçam estacionou. Para conseguir ampliar tencial do mercado vegano, que, se ram familiares para ajudar com o ne- getariana Brasileira (SVB), já possui Uma fila correctiva a se giccio e acubam de alugar um novo

Glossário

ando Brunno Barbo- Hoje, a No Bones (que em portu- tudam novas lejas, que devem exigir O ritmo-de expansão indica o po

Para atender esse público, há um Agora, os "açougueiros verdes" es- a SVB atestou 200 produtos de em-

às exigências dos veganos, inclusive a Essa, alido, é uma

uma década o número de vegunos su para 542 000, de



Consumo com propósito

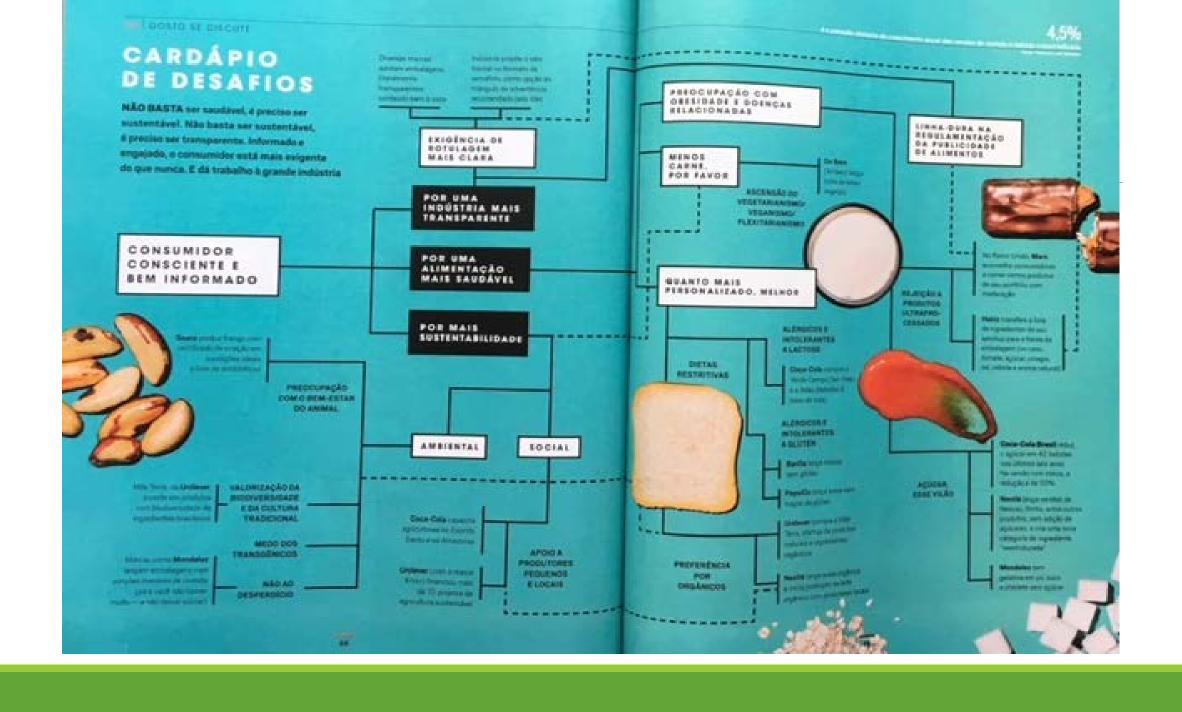
Para se dar bem no segmento

Escalada vegana

Mercado de trabalho

tamanho do setor



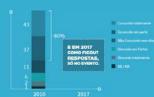


Eventos



TRANSFORMAÇÕES

"Procuro
comprar
alimentos com
desconto ou
promoção"



9H - 10H PAINEL I

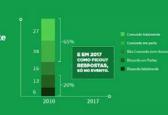
Abordará as principais modificações nos hábitos de consumo nos últimos 7 anos, a partir das transformações econômicas e das mídias sociais.

Debatedores

- Luiz Pretti presidente da Canali Brasil
- Márcia Esteves, presidente da Grey
- Renato Dolci, especialista em data scier

CONFIRMAÇÕES

"A marca é o mais importante na hora de escolher um alimento"



10H - 11H PAINEL II

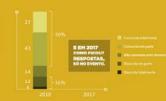
A marca segue como o principal atributo para a esco de um produto. A sua força se mostra ainda mais expressiva em algumas categorias, que serão apresentadas no evento.

Debatedores

- Alexandre Tadeu da Costa, presidente da Cacau
 Shour
- José Eustachio. chairman da Talent Marcel
- Ricardo Fernandez, presidente América Lati General Mills

CONTRADIÇÕES

"Se o alimento for saudável, eu compro, mesmo que seja mais caro"



11H - 12H PAINEL III

A pesquisa aponta para um consumidor atento e preocupado com a alimentação e saúde, além de consciente do que deve ser feito para atingir esses objetivos. Porém, as suas escolhas se mostram, por vex controlitária.

Debatedores

- Daniel Magnon, cardiologi;
- Janeth Arcain, campeă mundial de basquete



SXSWL CONFERENCE

2018 OVERVIEW MAGINE FOOD WASTE &

NUTRITION WITH QUAKER AT SXSW 2018

2018 TRACKS Interactive Film Music Discarding Imp

Brands & Marketing Code & Programming Design Health Intelligent Future Style

Workplace Entertainment Influencers Film & TV Industry Making Film & Episodics

Making & Promoting Music Music Culture & Stories Music Industry

Sync, Stream & License Touring & Live Experience Cities Summit CLE

Experiential Storytelling Food Government News & Journalism Social Impact

Sports Startup & Tech Sectors VR/AR TRANSFORMING VINE, AND

Keynotes | Featured Speakers | Session Formats FOR SXSW

SXSW - South by Southwest

SXSWL SCHEDULE

Q Search everything

SUPER SPONSORS







You Searched for <mark>food</mark>	
★ Food Innovation-Growing a Successful Food Business	Mar 13, 2018 3:30pm – 4:30pm
★ The Era of Camera-First Food	Mar 14, 2018 11:00am – 12:00pm
★ Changing the World Through Food	Mar 12, 2018 3:30pm – 4:30pm
★ Food as a Platform for Neighborhood Revitalization	Mar 12, 2018 5:15pm - 6:00pm
★ Rethinking Food Security	Mar 14, 2018 5:00pm - 6:00pm
★ The Food Effect Presented by Land 0'Lakes	Mar 11, 2018 12:00pm – 6:00pm
Food System Innovations, Session 1	Mar 13, 2018 9:30am – 10:30am

★ Transforming Global Food Supply with Blockchain	Mar 14, 2018 12:30pm – 1:30pm
★ New Mediums to Tell Authentic Food Stories	Mar 13, 2018 2:00pm – 3:00pm
★ Influencing Food Culture & Policy Through Film & TV	Mar 12, 2018 5:00pm – 6:00pm
★ A Progressive Food System Through Gene Editing	Mar 14, 2018 12:30pm – 1:30pm
★ Meet the Kitchen of the Future: Trends in Food Tech	Mar 13, 2018 12:30pm – 1:30pm
★ Displaced Kitchens: Community Empowerment via Food	Mar 13, 2018 3:30pm – 4:30pm
★ Re-Imagining How America Can Reduce Food Waste	Mar 13, 2018 5:00pm – 6:00pm
Food Mktg Claims - The Equivalent of "Fake News"?	Mar 14, 2018 2:00pm - 3:00pm
Organic Hydroponics Impact on Future Food Systems	Mar 10, 2018 11:00am – 12:00pm
★ How Real Food Can Change Your Life and the World	Mar 12, 2018 3:30pm – 4:30pm
SXSW Re-imagining Food Waste: A Taste Experience - Hosted by Ouaker	Mar 13, 2018 6:30pm – 8:30pm

Experiência

Researd Rocks

21 de majo de 2018 - 11h48



O brezileiro Deniel Lee, especialiste na técnica americana de fazer churcasa, comendaré as eventos no Brezil (Crédito: Divulgos Bo/Tricle Vieira) Marca do portfolio de Brown-Forman, o uísque Jack Daniel's inicia este mês aples para tentar aumentar a adesão dos brasileiros ao jeito americano — meis despojado — de consumir a bebida. A marca fará três eventos chamados "Jack Daniel's Barbecue" ou Jack 35Q, em Curitiba (PS), Campines (interior paulista) e o principal deles, dia 27 de maio, no Vista Ibiropuera, restaurante no topo do Museu de Arta Contemporânca (MAC-USF), no Ibiropuera, capital paulista.

Quem capitancará os eventos no Brasil é Daniel Lee, pitmaster em defumação (uma das técnicas de asser a carne, dentro de uma churresqueira fechada, com carvão de lenhas frutiferas), apecialiste em dry aged e fundador de Pitmasters Brasil, entidade que difundo o American BBQ no mescado local. Lee também foi o primeiro juis bessileiro de Kansas City Barbeque Society entidade que organiza a maior

competição de churresco americano do mundo, batizada Daniel's World Championship Invitational Barbecue (The Jack), que acontece na sede da destilaria, no Tennessee.

Luiz Schmidt, diretor de marketing da Brown-Forman para América. do Sul. Central e Caribe conta que a expectativa é de um público de 800 a 1,000 pessoas por evento, que além do churresco terá música e open bar da família Jack - Old No 7, Honey e Fire - em drinks, shots ou 'on the rocks'. Os ingressos têm valores a partir de X\$ 297 e podem ser adquiridos no site Evenbrite. "Toda a história de Jack Daniel's e da marca sempre foi ancorada na cultura norte-americana e barbecue é algo da identidade americana. Eles faxem churrasco antes de assistirem a um jogo de futebol, como a gente. Existe muito mais similaridade do que diferença entre os mercados", destaca Luiz. O executivo lembre que no Brasil, a categoria chegou pela versão escocesa, que é mais purista, enquanto os americanos fazem. colses como o Jack & Coke e outras versões de drinks com a bebida em ocasides de consumo menos solisticados que um evento noturno. um restaurante chique ou algo do tipo. O produto continua sendo premium, dia Luia, mas com mais liberdade de corsumo.

and the state of

Jack Daniel's promove cultura do churrasco com uísque no Brasil

Marca fará três eventos no País e divulga campanha para convencer consumidores sobre um inito mais despoisdo de consumir a bebida

Fara anunciar os eventos e promover o "jeito Jack" de beber uisque, será veiculada a campanha "Meat lovers, meet Jack", cujo conceito foi crisdo pela JWT Poeto Rico, mas que no Brasil será explorada em plotaformas digitala em ações cujo estratégia foi desenhada pela Mutato. As ações bil estão a carro da Front350. Alim de insta



Conceito cristivo de compenha foi crisdo gela JWT Porto Rico, mas no Brasil tembém perticipem de comunicação a Mutato e a Pront 260 (Crédito: Divulgação)

stories, os eventos serão fonte para conteúdos que serão explorados num pós-campanha. A marca também selectionou 40 PDVs das redes Pão de Açücar, Sam's Club e Carrefour para instalar ilhas com displays em formato de churrasqueira e decoração com bandeirolas. Um total de 85 1,7 milhão está sendo investido na campanha, considerando todos os touch points – eventos, ativação, digital e 81.

Lider de mercado no Brasil com 32% de market share, segundo dados Nielsen, Jack Daniel's continuará crescendo, segundo as previsões da Brown-Forman. "Feliamente, tivemos o melhor ano no mercado brasileiro desde a implementação da distribuição direta, a partir de 2010, considerando nosso ano fiscal de maio 2017 a abril de 2018. E cate ano, esperamos crescer 12%", afirma Luiz Schmidt.

No fim do ano, Argentina e Chile também receberão o Jack BBQ, quando as temperaturas estarão mais amenas por esses países, já que se trata de eventos outdoor. Depois do Brasil, os principais mercados para a marca na região são Máxico, Chile e Argentina (esta última a de maior erescimento, após a abertura de mercado promovida recentemente por seu aluai governo).

Experiência



Vinho com mortadela?

oda sexta-feira acontece uma happy hour diferente no escritório da Evino, e-commerce de vinhos, em São Paulo. Após a
reunião de resultados, uma das seis sommeliers da companhia
realiza uma degustação de um dos rótulos comercializados
na plataforma para os 150 funcionários. Além de provarem
as bebidas, há harmonizações com pratos, como carnes, queijos e até
mortadela. "Um dos propósitos da Evino é desmistificar o consumo
de vinho, então trazemos isso para os encontros", diz Ambre Delage, diretora de recursos humanos. O evento, que começou como um
treinamento, quando a empresa tinha dez funcionários, agora é mais
informal. Após a degustação, que dura em media 45 minutos, os empregados continuam no escritório confraternizando com os colegas. "Isso
incentiva a curiosidade e o engajamento dos empregados, o que repercute nas entregas e na inovação no trabalho", afirma a diretora de RH.

E-COMMERCE

Carro a um clique

De acordo com a OLX, site de compra e venda de produtos e serviços, em 2017 foram negociados pela plataforma 3 milhões de veículos, como carros de passeio, caminhões e ônibus, representando um total de 21% das vendas desses itens no país.

Os campeões (em milhdes)

Etetrônicos e cetutares: 8 304 817
Artigos para a casa: 5 039 295
Veícutos e peças: 4 652 271
Moda e beteza: 2 189 126
Artigos infantis: 1 248 182

EMPRESA FAMILIAR

Portas abertas para os pequenos

Na Suba, agência publicitária em São Paulo, crianças são bem-vindas. Há quatro anos a empresa, que tem 40 funcionários, implantou uma política flexível para os pais. Além de poder levar os filhos sempre que quiserem ao escritório, há um espaço para distrair os pequenos, ioga para crianças uma vez por semana e o Dia da Farra uma vez por mês, quando acontecem atividades de recreação para entreter a molecada "A produtividade está ligada com se sentir valorizado, então isso impacto diretamente nos resultados", diz Fabiana Bruno, CEO da agência.

O Anti-marketing





Publicidado

Anti-marketing: quando as marcas pedem para não ser consumidas

Deixar o próprio apelo comercial de lado em prol de uma causa maior, como fez O Boticário, é extratégia já experimentada por alguns anunciantes



44400

Bárbara Sacchiticllo

11 de abril de 2018 - 14h20

Lançado neste domíngo. S. no intervelo do Tentástico, o neve comercial de linhe Make X. de Soticário, los e ume mensagem ouada. Ao mostere Giatle Bundehen e outras modelos afermando que não precisam usar maquiagem - mas que o desem porque desigim - a marce usa uma estadigia que, ves ou outra, aparece na publicidade: uma espécia de anti-marketing de seu próprio produte em prol de uma espécia de anti-marketing de seu próprio produte em prol de uma especia ou projeto maker.

No caso de Boticário, a menasgem transmitide na campanha de AlmapääDO è focade na outoratima feminina, afirmando que, para as mulheres, amaguiagem deve ast visit como opedo e não como obrigação, conformo a indústria de belicas propagou per décedas. No comunicado de divulgaçõe de campanha, Kirka Morello: o Marcelo Negucia, direteres de crisção de AlmapääDO, cileram que a indústria de abeleza vem teatemunhando a mudança de atitude dos consumidores, que passaram a veloriar a culcostima e o naturalidade. "Concordamos que a beleza netural é válida. Mas, tembém, usar maquiagem ado pode ser um problema. O hido usa maquiagem i pada ser problitivo su impositivo tão quanto o "uas maquiagem", ideia é mostrar cada um pade cacolher e que maquiagem pode ser uma forma de expressão", disem os diestores. Veja:

Um ciclo de palestras com os melhores representantes da nova economia.

-Mieidade

Recentes	Mata lidas	Mala Comentar
1		O publicitário de cada algno: Gêmi
2		Mercado de eSpo ganha consultoria focada em contel
3	1	Os estreantes do Cannes Lions: Patricia Bartuira
4	AA	LB Comunica fortalece equipe



Convider o público a refletir a respeito dos próprios produtos é algr que não fine restrito appena à indistrir da beleze. A Meinelan, per exemplo, vem traballando gibbalmente ume plateforma de consum eraponalvel, que intentiva sa prasoas a moderarem seus hábiltos e, na pedida, consumeram menos 450m.

Zm 2016, a marca de hebidas lançou uma série de comerciais que apresenteve esse electr. The tanviation et raide pela Publicia Feall, classificave armo herbis se pessoa que, nas festas e baladas, conseguiam consumir bebidas moderadamente. Gibalimente, o conscilo foi labalimente, por conscilo foi labalimente esta pessoa pessoa que mostrevam a visão fermienta a respeito de quem sabe – a quem não sabe – a hora esta de para de beber. Rolember.





Pers um canal de TV, quanto mais tempo as pessoas passerem um casa, diante da telinha, melher sené. A rede Telecina, no enfanto, confereir um pouco essa idicia os promover companhas que incentivem as pessoas a frequentar as sales de cinema. A mais recente delas el liançada em jaccine deste nor e mostre que, somente no cinema, as pessoas poderdo entres em confato com universam defician. Vivia:



Em 1014, a fiel tembém convideu o público e refletir a respeito do uso de automótico en uma companho de modelo punto. No comercial, criado pela Leo Surrent Tailer Made, detalho: tembógicos de designi de carre coma presentador salí que, no fim o proprietário deliuno o automótico gazagam o seguio para a rua de hicidest. No cocaliso, membedor declarro que, polo seu papal no mercado heralitico, ticho a missão de loventar a discussão a considir de mosa alternativos de temporatos. Este para de la considir de mosa alternativos de temporatos. Este para por la consideración por la temporato de temporatos alternativos de temporatos alternativos de temporatos alternativos de temporatos alternativos de temporatos de temporatos alternativos de temporatos alternativ



Um dissiste exemple de spie anti-marketing élemènede per quem acompanhou a NTV à mais de des anns. Im 2004, o annsi surprendeu sus audiència ao aubir, em seus intervalos, chamedas que pediam ao especiados. Desligue a TV e vá les um livro ". Embera sugeriase alga que, na prática, prejudicaria a sudiência de canal, a diretierá da NTV, na úpose, considerou o case um sucesso por ajudar a incentivar o pievar a o deterem o hábito de alches.



Portas fechadas e Leão em Cannes

Year de Trasil, uma caba de "setlemaristica" que chumou a sienção conquistro a mais importantes permian internacional de publicidade em 2016 foi de leja de artiga experienza XXI. As videnzas de labora foitigo de nos atentor e date de mater colora de varianza de labora foitigo de nos atentor e date de mater colora de varianza de sua entre a empresa mendos que decharla as portas de todas as asas lejas nos Extendo labora destante o fortado. A propesta esta consider as presenta e aprevilharem o dia no a libora, proficiando experta. O casa conquistro diversas prima in internacionals de publicidade o foi considerados a prando idate de Cannos Libra 2016,





5 - "A carne que vocês usam é Friboi?"



Resposta do McDonald's: "Nossa carne é fornecida pelas empresas JBS e BRF. Obrigado por sua mensagem :)"

8 - "É verdade que as vacas que vocês usam não têm cabeças?"



Resposta do McDonald's: "Não, isso não é verdade."

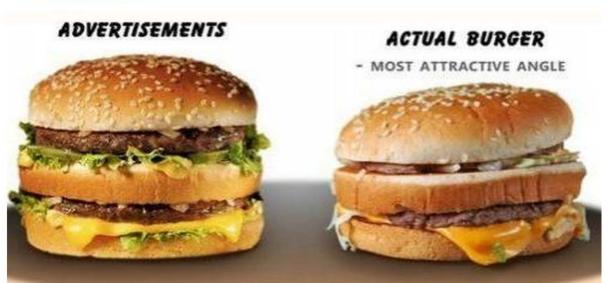
10 perguntas "cabeludas" respondidas pelo McDonald's

13 de Novembro de 2013 15h - Atualizado às 15:13

Por Redação Adnews







10 - "Como vocês 'cuidam' dos animais que são utilizados nos hambúrgueres?"



Resposta do McDonald's: "No McDonald's acreditamos no trato ético de animais e que os animais devem ser criados, transportados e abatidos em um ambiente sem crueldade, abuso ou negligência. Nossos fornecedores são auditados de forma contínua para assegurar que cumpram tais normas. Estas auditorias são exaustivas e reconhecidas mundialmente pelo seu rigor e liderança, sendo o McDonald's o pioneiro e líder neste campo. Todas as fazendas que fornecem aos fornecedores do McDonald's, motoristas e funcionários das instalações devem participar de um treinamento sobre bem-estar animal. Além disso, há auditorias externas anuais que garantem o cumprimento das nossas normas e medidas por parte dos nossos fornecedores. Se não são aprovados na auditoria, pode significar o fim da relação comercial com o fornecedor. Todos os nossos fornecedores de proteínas, devem ser aprovados, sem exceção."

Inovação, Tecnologia e a Rede a seu favor

O seu futuro competitivo depende disso!

Obrigada!

Neivia Justa

(11) 991.251.251

neivia@uol.com.br

www.linkedin.com/in/neiviajusta

www.facebook.com/neiviajusta

Twitter: @Neivia

Instagram: @Neivia

Skype: neiviajusta

Vencedora do Troféu Mulher Imprensa 2017 – Categoria Assessora de Comunicação Corporativa Vencedora do Prêmio Aberje 2017 – Comunicadora do Ano

http://catarinas.info/mulheres-que-nos-inspiraram-em-2017/#5

