



**Inova Brasil**  
Consultoria

Projeto Social Profissional de Jovens e Adultos

E-BOOK

**A importância da cultura regional nos negócios**

# A importância da cultura regional nos negócios



Prof. Ms. Valdec Romero Castelo Branco

# ASPECTOS BÁSICOS DA SOCIEDADE E DA CULTURA

- ✓ Cultura como “formas de viver”;
- ✓ Valores conscientes e inconscientes, ideias, atitudes e símbolos que formam o comportamento humano;
- ✓ A cultura não é inata, é aprendida;
- ✓ A cultura define as fronteiras entre grupos diferentes;
- ✓ Todos os aspectos da cultura são inter-relacionados.



# O PONTO DE VISTA DO ANTROPÓLOGO



- ✓ É preciso compreender a experiência humana do ponto de vista local e tornar-se adepto da empatia cultural.
- ✓ Combinação necessária de disciplina intelectual e generosidade:
  - Disciplina intelectual: estar seguro de suas próprias convicções e tradições.
  - Generosidade: apreciar a integridade e o valor de outros modos de vida e pontos de vista.

# LIDANDO COM A DIVERSIDADE CULTURAL

- ✓ O impacto dos ambientes social e cultural no marketing de bens e serviços.
- ✓ Os bens e serviços podem apresentar:
  - Baixos níveis de sensibilidade ao ambiente.
  - Maiores níveis de sensibilidade ao ambiente.

# LIDANDO COM A DIVERSIDADE CULTURAL

- ✓ O impacto dos ambientes social e cultural no marketing de produtos de consumo.
- ✓ Os bens de consumo geralmente são mais sensíveis à diversidade cultural do que os bens industriais.
- ✓ A cultura está mudando tão rapidamente que formas inovadoras de marketing podem ser necessárias para alterar padrões preestabelecidos de consumo em diferentes culturas.

# LIDANDO COM A DIVERSIDADE CULTURAL

**Exemplo: consumo de refrigerantes (C)**

**$C = f(A, B, C, D, E, F, G)$**

A = influências dos preços relativos, qualidade e gosto de outras bebidas.

B = gastos com propaganda e eficácia, de todas as categorias de bebidas.

C = disponibilidade de produtos nos canais de distribuição.

D = elementos culturais, tradição, costumes, hábitos.

E = disponibilidade de matérias-primas.

F = condições climáticas, temperatura e umidade relativa.

G = níveis de renda.



## LIDANDO COM A DIVERSIDADE CULTURAL

- ✓ A cultura tem sido, com frequência, o principal fator gerador de desentendimentos e desacordos.
- ✓ Complicações multiculturais podem levar a erros onerosos.
- ✓ As empresas estão investindo no treinamento de seus funcionários para que aprimorem sua percepção cultural.



# Diversidade cultural



Por que as pessoas não respeitam a diversidade?

Orientação etnocêntrica\*\*;


Ignorância;

Arrogância;

Etnia.

\*\* Etnocêntrico: Pessoas que têm os mesmos hábitos e caráter social, e apesar disso discriminam o outro, julgando-se melhor ou pior, seja por causa de sua condição social, pelos diferentes hábitos ou manias, por sua forma de se vestir, ou até mesmo pela sua cultura.

# A importância da Cultura Regional nos Negócios

- 
- Análise Global
  - Análise Regional
  - Análise local
  - Análise da Empresa

# A IMPORTÂNCIA DA CULTURA REGIONAL PARA OS NEGÓCIOS

Depois da era da Globalização, estamos na era **GLOCAL**, ou seja, empresas globais se adaptando aos mercados locais.

Exemplos Mc Donalds:

Alemanha único país onde vende cerveja.

Índia vende hamburger vegetariano.



# A IMPORTÂNCIA DA CULTURA REGIONAL PARA OS NEGÓCIOS

Há duas questões que precisam ser levadas em conta na hora de posicionar um produto ou empresa regionalmente.

- ✓ O primeiro passo é avaliar se a ação envolve uma empresa localizada em uma determinada região ou se é uma marca global.
  - ✓ Por ser local, os costumes e as crenças regionais já podem fazer parte da essência da companhia ou do produto.
-



Um exemplo que representa claramente este cenário seria o Guaraná Jesus. Adquirido pela Coca-Cola, trata-se de um refrigerante típico do Maranhão, com posicionamento exclusivamente regional.



Água Mineral 100% Jesus procura novos investidores para aumentar abrangência da marca (empresa de Santa Catarina)

“hidrata o corpo e a alma”



É preciso entender os costumes, a culturas e os hábitos locais. Somente assim é possível criar peças e campanhas publicitárias que, de fato, conversem com o consumidor local.



Depois do boom dos sucos verdes detox, está na hora de conhecer os alimentos que chegam com tudo em 2015. As tendências foram apresentadas pela Baum + Whiteman, principal consultoria de restaurantes e comida internacional, instalada no Brooklyn, em Nova York.





Priorizar e valorizar eventos culturais são outras questões importantes.

A Coca-Cola, por exemplo, há 15 anos desenvolve uma comunicação específica para regiões que possuem grande tradição com alguns eventos.

Parintins, no Amazonas, Festa de São João, em todo o Nordeste, são alguns exemplos de ações regionais tradicionais que recebem atenção especial da empresa.



As ações regionais possuem um grande poder de fidelização.

Cada vez mais, as empresas precisam conhecer os costumes e culturas regionais para aprimorar a sua comunicação com os diferentes públicos que possuímos no nosso País.

A regionalização é a forma mais eficaz para se ir cada vez mais longe.

### A importância do Trade Marketing na regionalização das marcas

É o profissional de Trade Marketing está por trás deste resultado, fechando as metas regionais para que a empresa alcance o retorno esperado para aquele período.





# Comitê de Negócios Criativos Linhas de Ação

- Empreendedorismo Criativo;
- Articulações Institucionais;
- Difusão e Circulação de Produtos e Serviços Criativos;
- Geração e Disseminação de conhecimentos.



<http://consultoriainovabrasil.weebly.com/>



### VALDEC ROMERO CASTELO BRANCO

Professor universitário há 26 anos, formado em administração de empresas; mestre em administração de empresas; mestre em educação, administração e comunicação (multidisciplinar); pós-graduação Lato Sensu em Docência do Ensino Superior.

Atua como consultor sênior na INOVA BRASIL consultoria empresarial.

Ministra, desde 1995, palestras, cursos, treinamentos, seminários, workshops, cursos in company etc.

Ex-sócio da Lume Recursos Humanos, empresa especializada em mão de obra temporária e efetiva, terceirização, cursos, palestras etc. Leciona disciplinas ligadas as áreas de Administração (RH; Marketing; Logística), Ciências Contábeis; Ciências Econômicas: Gestão de Negócios; Plano de Negócios; Empreendedorismo; TGA; Gestão de Pessoas; Gestão Por Competência; Consultoria Interna de RH; Estratégia Corporativa; Fundamentos de Comunicação e Marketing; Introdução à Economia; Macro e Microeconomia, Economia Brasileira; entre outras.

Autor dos livros: Inteligência Empresarial / Empresa eficaz, gestão por competências e humanização nas empresas / Educação em foco: pedagogia na visão de um administrador / Inteligência de Mercado (coautor) / Aprendizagem organizacional: da pedagogia a gestão estratégica de recursos humanos / Rumo ao Sucesso: aprenda como transformar sua vida profissional em uma carreira de sucesso / Comida, Sexo & Administração (ensaios sobre liderança) / Emprego, educação e família no Brasil: os efeitos da globalização na economia brasileira / O Brasil do Desemprego

Responsabilidade Social: Desenvolve trabalhos junto à comunidade, oferecendo cursos gratuitos, voltados à capacitação profissional de jovens e adultos.