

LOWKO – O DESAFIO DE INOVAÇÃO EM SORVETES

LOWKO – THE ICE CREAM INNOVATION CHALLENGE

MARINA ATSUKO UTIDA
INSTITUTO J&F (ESCOLA GERMINARE)

SIDNEY MATOS MENDES
INSTITUTO GERMINARE

Nota de esclarecimento:

O X SINGEP e a 10ª Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) foram realizados de forma remota, nos dias 26, 27 e 28 de outubro de 2022.



ANOS
SINGEP

LOWKO – O DESAFIO DE INOVAÇÃO EM SORVETES

Resumo

Este caso de ensino contextualiza a Marca Lowko no mercado de sorvetes, tendo como objetivo ofertar aos estudantes uma reflexão sobre um panorama da sua criação, dentro de algumas especificidades deste mercado. O objetivo é ofertar aos alunos o contato com reflexões teóricas acerca dos conceitos de inovação e jobs to be done, a partir da produção científica de Christensen (1992). A metodologia caso de ensino visa aproximar os estudantes da prática gerencial. Para isso, leva a realidade do negócio à sala de aula, e permite o desenvolvimento das competências necessárias para o futuro exercício da profissão (Rocha; Galetti; Motta, 2021). É dividido em duas partes: (i) contextualização em que se descreve o negócio, bem como o desafio que enfrenta; e (ii) notas de ensino, que orientam o professor na aplicação do caso (Alberton; Silva, 2018).

Palavras-chave: Inovação, Mercado de Sorvete, Lowko



ANOS
SINGEP

LOWKO – THE ICE CREAM INNOVATION CHALLENGE

Abstract

This teaching case contextualizes the Lowko Brand in the ice cream market, aiming to offer students a reflection on an overview of its creation, within some specificities of this market. The objective is to offer students contact with theoretical reflections about the concepts of innovation and jobs to be done, based on the scientific production of Christensen (1992). The teaching case methodology aims to bring students closer to managerial practice. For this, it takes the reality of the business to the classroom, and allows the development of the necessary skills for the future exercise of the profession (Rocha; Galetti; Motta, 2021). It is divided into two parts: (i) contextualization in which the business is described, as well as the challenge it faces; and (ii) teaching notes, which guide the teacher in the application of the case (Alberton; Silva, 2018).

Keywords: Innovation, ice cream market, Lowko



ANOS
SINGEP

LOWKO – O DESAFIO DE INOVAÇÃO EM SORVETES

Contextualização:

O caso de ensino contextualiza a chegada da marca Lowko no mercado de sorvetes, trazendo um panorama da sua criação, dentro de algumas especificidades deste mercado. Perpassando pela história da Lowko, enfatiza a importância que o elemento marca assume diante do diferencial de inovação que a Lowko traz ao mercado, e apresenta os diferenciais que fizeram (e ainda fazem) a marca ter êxito dentro de um mercado complexo como o de sorvetes.

Objetivos:

O Caso de Ensino tem como objetivo ofertar aos estudantes uma oportunidade para que reflitam, a partir da trajetória da Lowko, considerando as especificidades do mercado de sorvetes e com aporte das teorias exploradas, quais os caminhos para fazer frente ao desafio de se manter como uma marca relevante e atrativa, e, ainda, como aproveitar esse crescimento, a partir do seu grande diferencial que é a sua capacidade constante de inovação?

Fundamentação Teórica:

Este caso de ensino incentiva que os estudantes entrem em contato com reflexões teóricas acerca dos conceitos de inovação e *jobs to be done*, a partir da produção científica de Christensen (1992; 2016; 2018; 2019) a fim de que entendam qual é o percurso da Lowko enquanto marca inovadora que entende a “real” necessidade do consumidor, antes de definir como deve ser o produto

Metodologia:

A metodologia caso de ensino visa aproximar os estudantes da prática gerencial. Para isso, leva a realidade do negócio à sala de aula, e permite o desenvolvimento das competências necessárias para o futuro exercício da profissão (Rocha; Galetti; Motta, 2021). É dividido em duas partes: (i) contextualização em que se descreve o negócio, bem como o desafio que enfrenta; e (ii) notas de ensino, que orientam o professor na aplicação do caso (Alberton; Silva, 2018).

Resultados e Análises:

Após a aplicação deste caso de ensino, espera-se que os alunos compreendam as diferentes ocasiões de consumo e as oportunidades que podem surgir quando observadas a necessidade e tarefa que dão ensejo à cada uma delas. É esperado que os estudantes percebam a importância da inovação alinhada com a correta execução nos canais de venda adequados, e com uma comunicação de marca assertiva.

Considerações Finais:

Este caso de ensino aproxima os estudantes com a prática das áreas de marketing e de desenvolvimento de produto, especialmente do segmento de alimentos e congelados. O que se propõe é colocar o estudante a questionar e entender as forças e as fraquezas da marca, assim como, melhorar a visão e o entendimento sobre as oportunidades que existem no mercado e que podem ser atendidas com uma nova oferta de produto ou serviço.

Referências:

ALBERTON, A.; SILVA, A. B. da. Como escrever um bom caso para ensino? Reflexões sobre o método. **RAC**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 5, p. 745-761, 2018.

BERNARDES, Roberto et al. (Ed.). Inovação em mercados emergentes. Editora Senac São Paulo, 2020.

CHRISTENSEN, Clayton M. Exploring the limits of the technology S - curve. Part I: component technologies. *Production and operations management*, v. 1, n. 4, p. 334-357, 1992.

CHRISTENSEN, Clayton. Muito além da sorte: processos inovadores para entender o que os clientes querem. Bookman Editora, 2018.

CHRISTENSEN, Clayton M. O dilema da inovação: quando as novas tecnologias levam empresas ao fracasso. M. Books Editora, 2019.

ECONOMIA UOL. Empresa vence concurso nos EUA e lança no Brasil sorvete com menos calorias. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2018/12/10/sorvete-lowko-chega-mercado-investimento-universidade-chicago>>. Acesso em: 27 abr. 2022

ENDEAVOR. O que é empreendedorismo: da inspiração à prática. Disponível em <<https://endeavor.org.br/desenvolvimento-pessoal/o-que-e-empreendedorismo-da-inspiracao-a-pratica/>>. Acesso em 27 abr. 2022

EXAME. Sorvete todo dia? Lowko aposta em produto de baixa caloria e sem açúcar. Disponível em: <<https://exame.com/pme/sorvete-todo-dia-lowko-aposta-em-produto-de-baixa-caloria-e-sem-acucar>>. Acesso em: 27 abr. 2022

EXAME. Lowko, a startup dos sorvetes, lança picolés em parceria com a Ambev. Disponível em: <<https://exame.com/exame-in/lowko-a-startup-dos-sorvetes-lanca-picoles-em-parceria-com-a-ambev/>>. Acesso em 27 abr. 2022

HBRBR. A reavaliação da inovação incremental. *Harvard Business Review*, São Paulo, set., 2018.

JORNADAS HERÓICAS. Conversa com Rodrigo Studart sobre Estratégia! Vídeo. Disponível em: <<https://youtu.be/ys2F2qCACjU>>. Acesso em: 25 abr. 2022

MENDES, Sidney Matos. Modelo de inovação do processo de desenvolvimento de produto baseado na desagregação do escopo geográfico e proprietário: estudo multi-casos do processo de inovação do setor têxtil e confecção brasileiro. Dissertação (Mestrado em Gestão Internacional) –Escola Superior de Propaganda e Marketing. São Paulo, p.30. 2017.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND.; LAMPEL, J. Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto Alegre: Bookman, 2010.

MOTTA, R. Enova foods: o trade marketing como ferramenta para alavancar receita e rentabilidade. *Brazilian Journal of Development*, Curitiba, v. 5, n. 1, p. 556-570, 2019.

MOTTA, R. G.; LACERDA, L. P. de; WANDERLEY, D. de F. C.; SANTOS, N. M. B. F. dos. Enova foods: o trade marketing como ferramenta para alavancar receita e rentabilidade. *Brazilian Journal of Development*, Curitiba, v. 5, n. 1, p. 556-570, jan. 2019.

PROJETO DRAFT. Ele transformou sua sobremesa favorita em uma versão para comer sem culpa. Conheça os sorvetes da Lowko. Disponível em: < <https://www.projeto draft.com/ele-transformou-sua-sobremesa-favorita-em-uma-versao-para-comer-sem-culpa-conheca-os-sorvetes-da-lowko/>>. Acesso em: 27 abr.2022

ROCHA, C. R. N. C. Sucos do bem e o desafio de desenvolver o mercado de sucos integrais. Revista Repensar, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 7-12, 2021.

ROCHA, C. R. N. C; GALETTI, T. P.; MOTTA, R. G. Sustentabilidade e comportamento de consumo: desafios da marca Omo. **Revista Repensar**, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 30-35, 2021.

Palavras-chave:

Inovação; Mercado de sorvete; Lowko.