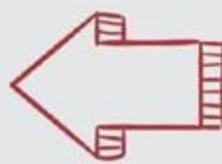


4ª JIIC

JORNADA DE INTEGRAÇÃO
E INICIAÇÃO CIENTÍFICA



FACULDADE
CESUSC
Muito além do diploma

RELATO DE EXPERIÊNCIA: CESUSC SOCIAL

Ana Flávia Gorges Faucz 1
Leandro Berka 2
Rafaela Weckerle 3
Tânia Sutil 4
Monique Wagner de Souza 5

INTRODUÇÃO

Este documento deriva-se do trabalho interdisciplinar do segundo semestre do ano de 2017, onde realizamos um evento chamado Cesusc Social, que teve como objetivo a divulgação da causa da Casa Lar Emaús e angariar fundos para o projeto. Com o trabalho interdisciplinar buscou-se por em prática a teoria que nos foi passada pelos docentes em sala de aula, como forma de desenvolver um trabalho de integração de conteúdos e de interação entre os alunos e os docentes. O presente trabalho envolveu as disciplinas que abordam os 4 Ps do marketing, também conhecido como Mix de marketing. Os 4 Ps são representados por: preço, praça, produto e promoção, e são os pilares necessários e básicos para se planejar e realizar toda e qualquer estratégia de marketing. Uma das premissas levantadas pelos professores foi a de que o trabalho tivesse como foco aplicar em uma instituição social o composto de marketing para a resolução de possíveis problemas previamente diagnosticados pelos alunos. Tendo em vista o foco da atividade, definiu-se a Casa Lar Emaús como a organização que poderíamos executar o projeto interdisciplinar.

OBJETIVO

O objetivo desse pôster é relatar a experiência vivenciada com o trabalho interdisciplinar Cesusc Social realizado na segunda fase do curso de Marketing.

METODOLOGIA

Por meio de um relato de experiência, será exposto a nossa vivência com o trabalho Cesusc Social, desenvolvido para apoiar a causa social da casa lar Emaús, no qual aplicamos as principais ferramentas do Mix de Marketing.

DESENVOLVIMENTO

Neste trabalho foram utilizadas as principais ferramentas do Marketing : Golden Circle, 5W2H, Mapa da Empatia, Canvas de Valor e Funil de Vendas. Ferramentas essas utilizadas para um maior conhecimento sobre os desejos e necessidades do caso.

O Golden Circle (ou, em português, Círculo Dourado) é um conceito criado pelo especialista em liderança Simon Sinek, que tem como objetivo criar e desenvolver o valor de uma nova ideia, negócio ou campanha em três simples níveis: Why, How e What (O que você faz, como você faz e por que você faz).

A técnica 5W2H (Quadro 1) é uma ferramenta prática que possibilita identificar quem é quem dentro da organização, o que faz e porque realiza tais atividades. São realizados questionamentos: Oque? Quem? Onde? Por que? Quando? Como? Quanto?

O Mapa de Empatia (Empathy Map), criado por Dave Gray é uma ferramenta que permite compreender cada segmento de clientes de uma forma visual, estabelecendo hipóteses claras a respeito das necessidades, comportamentos e outros atributos das pessoas e/ou organizações atendidas por um determinado modelo de negócio.

Canvas da Proposta de Valor se mostra como um caminho para identificar, validar e constituir valores para os seus produtos e serviços.

Obra de Alexander Osterwalder, mesmo autor do Canvas do Modelo de Negócio, ele pode ser considerado um adendo que enfoca ainda mais a proposta de valor e segmentos dos clientes.

Já o Funil de Vendas é o processo que consiste em conduzir/acompanhar seu cliente desde o momento em que ele toma conhecimento de seu produto ou serviço até a efetivação do negócio.

Quadro 1 – Descrição financeira (gastos e arrecadações)

Financeiro - #CesuscSocial CasaLar			
Item	Entrada	Saida	Total
Venda de 307 bilhetes da Ação Entre Amigos	3070		3070
Patrocínio Massa Viva Cesusc	1000		1000
Vendas do Carrinho de Pipoca	50		50
Vendas do Carrinho de Churros	80		80
Vendas de combo no Anna's Café com parte doada para o evento	18		18
30 Camisetas feitas para o evento por R\$21,50 cada		645	0
Patrocínio Cesusc 50% valor das camisetas	322,5		322,5
Pagamento de 50% das camisetas		322,5	-322,5
Pagamento de 5 camisetas pelos professores da turma	110		110
Valor Final	4650,5	967,5	4328

Fonte: Elaborado pelos próprios autores

Figura 1 – Foto Alunos e Participantes do Cesusc Social



Fonte: Foto/Vídeo do Cesusc

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a elaboração do trabalho interdisciplinar, tivemos a oportunidade de aplicar na prática a teoria e os conceitos abordados em sala de aula, sendo observado e aprimorados os métodos que neste foram utilizados. Espera-se que no futuro possamos aplicá-los no âmbito profissional. Com essa experiência, além de ajudar uma instituição social, nos tornamos profissionais melhores capacitados para a atuação na área de Marketing com o objetivo de suprir as necessidades e desejos dos clientes de forma lucrativa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COLISÕES – STARTADORA <http://colisoes.com.br/2015/09/canvas-da-proposta-de-valor-o-que-e-e-como-usar/> >Acessado em: 12.05.2018
 KALÁS, D. Inovação em modelos de negócios: forma e conteúdo. <http://www.scielo.br/pdf/rae/v52n6/v52n6a11.pdf> Acessado em: 12.05.2018
 QUAISER, P. Canvas Academy <http://canvasacademy.com.br/mapa-de-empatia-2/> >Acessado em: 12.05.2018
 VIEIRA, D. StartUp Sorocaba <http://startupsorocaba.com/golden-circle-o-que-e-e-como-aplicar-no-seu-negocio/> >Acessado em: 12.05.2018
 WATSON, A. E-commerce Brasil. <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/o-mapa-de-empatia-para-desenvolvimento-de-solucoes-efetivas/> >Acessado em: 12.05.2018

1 Graduanda em Marketing: Faculdade Cesusc / ana.gfmarketing@hotmail.com
 2 Graduando em Marketing: Faculdade Cesusc / lsberka@gmail.com
 3 Graduanda em Marketing: Faculdade Cesusc / rafaelaweckerle@gmail.com
 4 Graduanda em Marketing: Faculdade Cesusc / taniaspb@gmail.com
 5 Doutoranda em Administração: Faculdade Cesusc / moniquewagner@gmail.com