



Universidade Comunitária da Região de Chapecó - UNOCHAPECÓ
Curso direcionado de Especialização UNIEDU/FUMDES
Em Desenvolvimento Regional Sustentável
Área de Ciências Sociais Aplicadas

PROJETO:
**Marketing Verde e Sustentabilidade no Município de
São Lourenço Do Oeste-SC - Concurso e premiação
para as melhores ações sustentáveis**

ACADÊMICA: Michele Ponzoni

ORIENTADOR: Prof. Dr. Leonel Piovezana

**São Lourenço do Oeste-SC
2018**

Responsável: Michele Ponzoni

Nome: Marketing Verde e Sustentabilidade no Município de São Lourenço do Oeste (SC) - Concurso e premiação para as melhores ações sustentáveis

Descrição: Realização de campanha de Marketing Verde e Sustentabilidade com concurso e premiação para as melhores ações sustentáveis desenvolvidas pelas empresas e organizações do município.

Valor mínimo: 37.083,85

Valor máximo: 38.147,60

Total do financiamento: 38.147,60

Título do projeto

Marketing Verde e Sustentabilidade no Município de São Lourenço do Oeste (SC) - Concurso e premiação para as melhores ações sustentáveis

Palavras-chave: Marketing Verde. Sustentabilidade. Ações sustentáveis.

Principal município catarinense de realização da pesquisa

São Lourenço do Oeste (SC)

Secretaria de desenvolvimento regional

ADR - Agência de Desenvolvimento Regional de São Lourenço do Oeste (SC)

Área do conhecimento: Marketing verde e sustentabilidade

Setor CNAE

7490-1/99 / Consultoria em questões de sustentabilidade do meio ambiente.

Público-alvo

Empresas privadas e organizações sem fins lucrativos da cidade de São Lourenço do Oeste-SC, munícipes e moradores da região.

Resumo publicável

Marketing Verde e Sustentabilidade é um estudo que tem como objetivo realizar campanha de Marketing Verde no município de São Lourenço do Oeste (SC) com premiação para as melhores ações sustentáveis desenvolvidas pelas empresas e organizações do município. O marketing verde trará benefícios para as empresas, orientando as pessoas para a reciclagem e reaproveitamento de materiais, economia de água e energia, entre outras ações, possibilitando aos cidadãos visões de sustentabilidade e de preocupações interativas para cuidados com o meio ambiente, com o reaproveitamento de recursos e conseqüentemente de renda. Serão realizadas campanhas para divulgação dos benefícios do Marketing Verde visando conscientização sustentável nos lourencianos; estímulo e disseminação de práticas, valores e princípios de sustentabilidade; promoção de concurso de ações sustentáveis com as empresas e organizações do município, com edital, premiação e divulgação das melhores ações; desenvolvimento de parcerias com a Prefeitura Municipal, Instituições Públicas e Privadas para a realização do concurso. Todo o processo de estudo e de aplicações serão desenvolvidos através da intervenção, ou seja, da participação dos envolvidos, observando as normas e a legislação ambiental. O resultado esperado é o de melhorar a qualidade de vida das pessoas do município e da vida, sem exceção, rumo à sustentabilidade e ao Bem-Viver.

Objetivo geral

Realizar campanha de Marketing Verde e Sustentabilidade no município de São Lourenço do Oeste-SC com concurso e premiação para as melhores ações sustentáveis desenvolvidas pelas empresas e organizações do município.

Objetivos específicos

- Realizar uma campanha para divulgação dos benefícios do Marketing Verde visando conscientização sustentável nos lourencianos;
- Estimular e disseminar a prática de valores e princípios de sustentabilidade;
- Promover um concurso de ações sustentáveis com as empresas e organizações do município, com edital, premiação e divulgação das melhores ações;
- Buscar parceria da Prefeitura Municipal e de outras instituições públicas e privadas para a realização do concurso;
- Motivar a Prefeitura Municipal para premiar as melhores ações sustentáveis desenvolvidas pelas empresas e organizações do município.

Descrição da problemática

Sustentabilidade é a capacidade de a atual geração suprir as suas necessidades sem prejudicar a capacidade de as próximas gerações suprirem as suas necessidades, para tal se faz necessário pensar em alternativas para a manutenção dos recursos naturais, para isso é preciso economizar água, ação que pode ser feita através da reutilização da água da máquina de lavar roupas na descarga ou para lavagem de pisos, economia de energia sempre desligando as luzes ao sair do ambiente, reciclagem e reutilização de materiais como: potes, sacolas, entre outros e destinação correta do lixo.

Justificativa

Até meados da década de 1980 havia uma crença de que os recursos naturais eram inesgotáveis e ações voltadas ao meio ambiente eram desconsideradas pelas empresas, que priorizavam atender outras necessidades dos clientes.

No decênio seguinte aconteceu a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (Cnumad), que ficou conhecida como Rio-92, Eco-92 ou Cúpula da Terra e foi realizada em junho de 1992 no Rio de Janeiro, essa conferência marcou a forma como a humanidade encara sua relação com o planeta. Foi a partir deste momento que a comunidade admitiu a necessidade de conciliar desenvolvimento econômico com a correta utilização dos recursos da natureza. (Site Senado Federal, 2018)

Estas e outras ações a respeito das questões ambientais chamaram a atenção dos consumidores, governos, empresas e organizações não governamentais para o cuidado com o meio ambiente e a partir de então as empresas promoveram melhorias em suas linhas de produção para atender tal demanda, o marketing passou a ter um importante papel neste processo, pois está diretamente envolvido com o produto, desde a aquisição de matéria-prima até a sua venda.

O marketing verde pode trazer incontáveis benefícios para as empresas do município de São Lourenço do Oeste (SC), a reciclagem e reaproveitamento de materiais, práticas de economia de água e energia, entre outras ações, podem possibilitar que os clientes vejam a empresa como sustentável e preocupada com o meio ambiente, conseqüentemente aumentando seus lucros.

Importância, impactos e resultados

É possível observar no município a necessidade de se trabalhar a conscientização sustentável nos munícipes estimulando práticas de sustentabilidade como economia de água; separação e reciclagem do lixo, economia de energia; entre outras. E é para atingir este objetivo que será desenvolvida uma Campanha de Marketing Verde e Sustentabilidade com concurso e premiação para as melhores ações sustentáveis desenvolvidas por empresas e organizações do município.

Será elaborado um edital com regras para participação e inscrição no

concurso com premiação para as melhores ações de acordo com as categorias previstas no edital, a Prefeitura de São Lourenço do Oeste, organizações públicas e empresas privadas do município serão procuradas para possíveis parcerias.

A presente campanha tem por objetivo resultar na maior consciência da população quanto à necessidade de se economizar água e energia, reciclagem e reaproveitamento de lixo e outros materiais, entre outras ações, pois para podermos ser uma cidade sustentável é preciso pensar em alternativas para garantir que as necessidades da geração atual sejam supridas sem prejudicar a capacidade de as próximas gerações suprirem as suas necessidades e as novas gerações são o futuro da cidade, estado e país, portanto precisamos pensar no bem-estar de nossos filhos e netos.

Estado da arte / Referencial teórico

Introdução ao marketing

Para Dias (2010), marketing é uma palavra inglesa que deriva de *market*, que tem como significado mercado e tem este como o foco de suas ações, o marketing foi impulsionado pela industrialização pós segunda guerra mundial que acirrou a competição entre as empresas na busca por mercados para seus produtos e serviços. Com o passar dos anos as empresas passaram a ver a importância real do marketing e que seu objetivo não é apenas levar um produto ao mercado, mas sim levar ao mercado o produto que o cliente procura gerando lucro para a empresa.

Kotler traz a seguinte definição de marketing, “O marketing envolve a identificação e a satisfação das necessidades humanas e sociais. Uma das mais sucintas e melhores definições de marketing é a de suprir necessidades gerando lucro”. (KOTLER, 2012, p. 3). O marketing é um dos setores mais importantes de uma empresa, é ele o responsável pela imagem que a empresa passa aos clientes a respeito de seus produtos e serviços prestados.

Ainda para Kotler (2012), o marketing também objetiva satisfazer desejos e necessidades dos consumidores, e esta satisfação se dá mediante a compra de produtos ou serviços que podem acontecer para suprir uma necessidade (fome, frio) ou ainda por diversão ou status.

O marketing é o conjunto dos métodos e dos meios que uma organização

dispõe para promover, nos públicos pelos quais se interessa, os comportamentos favoráveis à realização dos seus próprios objetivos. Para Ferreira (2010), o marketing é de extrema importância para o empreendedor desde a criação da empresa, que existe para os clientes sendo preciso criar mecanismos para chegar até eles e lhes fornecer seus produtos e serviços.

De acordo com Kotler, “Vemos, portanto, a administração de marketing como a arte e a ciência de selecionar mercados-alvo e captar, manter e fidelizar clientes por meio da criação, entrega e comunicação de um valor superior para o cliente.” (KOTLER, 2012, p. 3). O marketing precisa agregar valor aos produtos e serviços ofertados para que estes venham a ser consumidos por seus clientes, para isso o administrador de marketing precisa buscar meios para que os clientes vejam como necessário e imprescindível consumir tal produto ou serviço.

Os profissionais de marketing são responsáveis também por estimular e gerenciar a demanda de produtos na empresa, e caso a demanda seja negativa, criar um plano de ação para torná-la positiva.

Para definir o preço dos produtos e serviços da empresa, o marketing precisa estar de olho nos seus concorrentes diretos para que seu preço, quando muito diferente dos concorrentes, não deixe a empresa fora do mercado. O marketing tem um papel fundamental para a sobrevivência da empresa, principalmente em tempos de crise econômica. Para Kotler,

O marketing tem desempenhado um papel fundamental no enfrentamento desses desafios, uma vez que finanças, operações, contabilidade e outras funções não terão sentido se não houver uma demanda por produtos (bens e serviços) que seja suficiente para que a empresa obtenha lucro. (KOTLER, 2012, p. 2).

Sem vendas os resultados não acontecem e o setor de marketing precisa trabalhar muito e fazer com que suas ações tragam bons resultados financeiros à empresa para que esta obtenha sucesso e rentabilidade aos acionistas. Para Ferreira (2010), infelizmente, muitos empresários não dão a devida importância ao marketing, porém o marketing é fundamental para o sucesso de qualquer empresa, grande ou pequena, nova ou já com história no mercado.

Nos dias atuais, segunda década do século XXI, em que a conexão com a internet está cada vez mais presente nas empresas e na sociedade, os profissionais de marketing precisam tomar decisões de praça, preço e promoção dos seus produtos e serviços em ambientes conectados com a tecnologia.

Para Kotler (2012), é na internet que os consumidores, concorrência e forças econômicas mudam rapidamente seus preços e novas ações devem ser pensadas imediatamente, quando for necessário. Percebe-se o desenvolvimento do setor de marketing nas empresas e também a consciência dos empresários em sua importância.

Nas palavras de Kotler, “Essa importância abrangente do marketing se estende à sociedade como um todo, pois foi por meio dele que novos produtos foram introduzidos no mercado e apresentados aos consumidores.” (KOTLER, 2012, p. 2).

Ainda para Kotler (2012), o marketing também é o responsável pela aceitação dos produtos e serviços pelos consumidores e com uma maior demanda mais postos de trabalho são criados nas empresas, gerando emprego e renda.

O marketing verde

O conceito de marketing verde consiste no conjunto das atividades concebidas para produzir e facilitar a comercialização de qualquer produto ou serviço com a intenção de satisfazer necessidades e desejos humanos, causando, porém, um impacto mínimo ao meio ambiente. Envolve, pois, modificação de produtos e embalagens, bem como mudanças em processos de produção e publicidade. (POLONSKY, 1994, apud DALMORO, 2008, p. 40).

O marketing ambiental, ou marketing verde, é uma estratégia voltada à venda de produtos e serviços tendo por base seus benefícios ao meio ambiente, vinculando a marca, produto ou serviço a uma imagem ecologicamente consciente.

O marketing verde consiste basicamente em: “atividades de marketing destinadas a minimizar os efeitos negativos sobre o ambiente físico ou melhorar a sua qualidade”. (CHURCHILL JR. E PETER, 2000, apud DALMORO, 2008, p. 42).

Para Kotler (2012), o marketing verde surge quando as empresas responderam às preocupações ambientais da população por meio do desenvolvimento de produtos ecologicamente mais seguros, embalagens recicláveis e biodegradáveis, maior controle da poluição e operações mais emergenciais e eficientes. Completando, o autor afirma que o avanço do marketing ecológico foi desencadeado pela nova dimensão que o meio ambiente

passou a ocupar, como fator de condicionamento mercadológico de negócios.

Nos últimos anos a humanidade começou a refletir sobre os impactos ambientais que o progresso industrial e social desencadeou. A escassez de recursos naturais e a imensa quantidade de lixo incorretamente descartado despertaram a atenção para a responsabilidade ambiental, em todas as áreas desde o uso consciente da água, reciclagem e reaproveitamento, até o movimento de preservação do meio ambiente. (SOUZA e ARMADA, 2015).

Nas palavras de Ottman (1994), em poucos anos os valores ambientais passaram a ter grande importância para a nação, as pessoas estão direcionando suas compras para os produtos considerados ambientalmente saudáveis e rejeitando os que não são. Em poucos anos muitas mudanças aconteceram na visão dos consumidores, houve um tempo em que as toalhas de papel feitas com material reciclado eram rejeitadas e vistas como suja, diversas embalagens eram consideradas um charme ao produto, atualmente, porém, cada vez mais o olhar do consumidor na hora da escolha do produto está voltado ao impacto que este causará ao meio ambiente.

Segundo Ottman (1994), foi nos anos de 1970 que vieram a tona as questões ambientais, descobriu-se o buraco na camada de ozônio que protege a Terra, que o lixo hospitalar causa erosão nas praias, que a poluição causa sérios danos a saúde das pessoas e a partir de então o meio ambiente passou a ser preocupação da sociedade civil e dos governos, estando em suas prioridades em políticas públicas. Todos têm sua parcela de responsabilidade, o governo com a implantação de uma legislação e fiscalização efetiva, a sociedade com seu poder de cobrança e as empresas com adequar-se a essa legislação e principalmente serem mais proativos em relação ao meio ambiente, buscando assim diferenciarem-se perante os consumidores.

Marketing Verde demonstra que o marketing está mudando: vem se tornando mais amplo, mais importante, e potencialmente muito mais excitante. Além de desafios mais difíceis, essas mudanças oferecem grandes oportunidades aos profissionais de marketing. (MACKENZIE, apud OTTMAN, 1994).

Com a disseminação do marketing verde, as pessoas e as empresas começaram a se preocupar com a associação da sua imagem a desastres ecológicos e ameaças ambientais, pois agora existia uma força tarefa na luta pela natureza.

Para Souza e Armada, (2015) O marketing ambiental passa a ser uma

ferramenta de apoio e controle, desde o processo de desenvolvimento, produção, entrega, até o descarte do produto, buscando atender as necessidades e desejos dos consumidores e sugerindo as empresas à busca pelo lucro com responsabilidade ambiental.

Johr (1994), traz em seu livro “O verde é negócio” os sete pilares de um gerenciamento ecológico: eficiência, enquadramento, engajamento, economia, educação, excelência e ética; o mundo dos negócios precisa ser cada vez menos poluído, as empresas sofrem muitas pressões ambientalistas para o comércio internacional e por parte dos consumidores.

Eficiência significa que novas tecnologias podem ser implantadas na produção para minimizar o uso de recursos não renováveis; o enquadramento é necessário para adaptar seu negócio as novas regras jurídicas, políticas e institucionais; economia é o novo patamar nas relações empresa e consumidor, que gera resultado econômico; educação é a exigência de um esclarecimento constante para os funcionários da empresa sobre as políticas ambientais adotadas. (SOUZA e ARMADA, 2015).

Engajamento significa que a educação tem consequências naturais nas questões ambientais na empresa, mantendo uma relação aberta com seus clientes, sem nada esconder; excelência é a preocupação da empresa com todo o ciclo do produto, para que seja integralmente sustentável e ética é a preocupação ambiental transparente nas relações com a comunidade. (JOHR, 1994, p. 38-40). As empresas precisam compreender que as questões ecológicas que envolvem os negócios podem colaborar com seus lucros, ser mais verde não é apenas inventar embalagens descartáveis, mas sim, compreende todo o processo, desde a fabricação do produto até este chegar ao consumidor final, funcionários da empresa e toda a comunidade onde o produto está inserido, de forma integrada.

Sustentabilidade

As cidades produzem uma quantidade imensa de lixo diariamente, muitas prefeituras possuem contratos com empresas para recolhimento do lixo comum, bem como do lixo hospitalar e industrial, porém estas ações nem sempre são totalmente eficazes e muito do lixo produzido pela população é descartado indevidamente. (IPEA, 2010)

Os lixões são uma forma inadequada de descarte do lixo, pois produzem

odor e proliferação de animais que podem transmitir doenças e bactérias, além de contaminar a água do subsolo, o lixo tóxico das empresas pode causar envenenamento e o lixo hospitalar pode transmitir doenças graves. (IPEA, 2010)

Muitas são as ações sustentáveis, por vezes muito simples, que podem ajudar a minimizar a agressão ao meio ambiente:

- usar lâmpadas fluorescentes, estas duram 10 vezes mais e economizam até um terço de energia;
- levar sacola de tecido para fazer compras, evitando o uso de sacolas plásticas;
- usar papel reciclado, pois uma tonelada de papel reciclado poupa que novas árvores sejam derrubadas;
- reutilizar o que for possível, papel, garrafas, vidros, embalagens, caixas, etc.

Á água é um recurso natural escasso, é preciso economizar e manter a água dos rios e lagos limpa para que as futuras gerações não sofram com a falta deste recurso indispensável para a nossa saúde, hábitos simples também podem auxiliar neste processo, por exemplo: fechando o registro enquanto se ensaboa no banho, em um banho de 15 minutos, é possível economizar 90 litros de água; é possível escovar os dentes com 0,5 litro de água, se manter a torneira fechada, porém se a torneira ficar aberta serão gastos aproximadamente 37,5 litros de água em apenas uma escovação.

É preciso ter cuidado com as torneiras pingando e com os vazamentos em canos, que podem desperdiçar uma grande quantidade de água limpa, para lavagem de carros e calçadas é importante reutilizar a água do enxágue das roupas, sendo possível assim realizar uma grande economia com pequenas ações diárias.

As definições de sustentabilidade mudaram muito desde seu surgimento, suprir as necessidades humanas atuais sem que sejam afetadas as habilidades das gerações futuras de suprir suas necessidades é sustentabilidade.

Sustentabilidade é a capacidade de durar. Na natureza, um sistema sustentável é aquele que se mantém durável durante um período infinito de tempo. Qualquer atividade que modifique um ambiente continuamente de modo irreversível não é sustentável. Uma atividade sustentável é aquela que no seu ciclo use um determinado recurso e renove a capacidade deste recurso ser utilizado novamente. Skiba (2018, p. 18)

O conceito de sustentabilidade está ligado aos aspectos sociais, econômicos, ambientais e culturais da sociedade e tem por objetivo a continuidade do desenvolvimento sem que sejam reduzidos ou esgotados os recursos do planeta.

De acordo com Ipea, 2010, a sustentabilidade pode estar nas nossas casas, nossas empresas e em qualquer ambiente, independente de seu tamanho não podendo o crescimento econômico ser superior, ou se opor, aos pilares da sustentabilidade. As organizações precisam realizar práticas sustentáveis em suas ações, priorizando e protegendo a sociedade e o meio ambiente.

Metodologia

A pesquisa será participante, que segundo Raupp e Beuren, apud (GIL, 1999) se caracteriza pelo envolvimento dos pesquisadores e dos pesquisados no processo, sendo importante promover a participação de todos, mergulhando profundamente na cultura e no mundo dos sujeitos da pesquisa, ou seja, um estudo participativo e de intervenção.

Quanto à abordagem do problema, será classificada como quanti-qualitativa, que, para Günther (2006), são características desta modalidade de pesquisa sua grande flexibilidade e adaptabilidade, a pesquisa quali-quantitativa é aquela que envolve métodos quantitativos e qualitativos para a obtenção de uma análise mais profunda do assunto da pesquisa.

Será elaborado no decorrer da pesquisa um Edital de participação para a Campanha de Marketing verde e Sustentabilidade pautado nas regras de elaboração respeitando as normas de execução do concurso e com eleição de foro de comarca para solução de possíveis ocorrências.

Com a intenção de se tornar referência em Marketing Verde e Sustentabilidade, o município divulgará as ações realizadas para os municípios da região convidando lideranças destes respectivos municípios para participação do evento de premiação das ações sustentáveis premiadas no concurso.

As etapas serão: captação de parcerias para realização do concurso, elaboração do edital de inscrição e premiação, divulgação e comunicação, através da instalação de outdoors de divulgação de dicas sustentáveis e de divulgação do concurso em diversos pontos do município, realização do evento para apresentação e premiação das ações, com comissão julgadora e aberto ao

público e a imprensa.

Pesquisas correlatas

No estado de Santa Catarina são muitas e pontuais por regiões, municípios e comunidades que realizam ações de marketing verde e sustentabilidade, que vão se somando e acreditamos serem importantes para a melhoria e sustentabilidade ambiental da vida no planeta Terra, podendo citar:

Projeto Brotei: A Brotei é uma empresa local de Florianópolis que traz para o meio urbano o conceito da vermicompostagem, utilizando minhocas para acelerar o processo de decomposição dos resíduos. Todo o material orgânico gerado em empresas, residências e condomínios se torna insumos para cultivo de verduras, frutas, legumes e minhocas. Assim, os excedentes são reaproveitados e não se perdem em lixões e aterros sanitários.

Destino Certo: Localizado no bairro Campeche, no Sul da Ilha de Santa Catarina, o projeto ajuda a dar destino adequado aos resíduos orgânicos. Além disso, são promovidas ações de educação ambiental e mobilização da comunidade através de trocas e voluntariado. São organizadas oficinas de compostagem e de quintais produtivos, que ensinam a plantar, colher e comer da própria horta. (Clic RBS, 2018)

Pousada Green: é um hotel sustentável localizado em Florianópolis-SC que realiza as seguintes práticas: empréstimo de bicicletas para hóspedes, confecção de pranchas com garrafa pet, separação de resíduos sólidos, utilização de lâmpadas econômicas, telhas feitas com Tetrapack reciclado, campanha antitabagismo, coletor de pilhas, entre outros. (Portal ecohospedagem, 2018)

Produção bibliográfica

Resultado	Quantidade
Publicação de artigo em revistas da área.	1
Apresentação do trabalho em congressos da área.	2

Responsável pela gestão técnica do projeto: Michele Ponzoni

Instituição interveniente de vínculo funcional/empregatício

Nome da instituição: Prefeitura Municipal de São Lourenço do Oeste	
Sigla: PMSLO	CNPJ: 83.021.873/0001-08
Natureza jurídica:	
Endereço: Rua Duque de Caxias, 789, Centro	
Cidade: São Lourenço do Oeste	Estado: SC
CEP: 89.990-000	País: Brasil
Data de constituição:	Telefone: (49) 3344 8500
E-mail:	
Nome do representante: Michele Ponzoni	
CPF: 064.418.029-37	
Identidade: 5.227.331	Órgão / Estado emissor: SSPSC
Nacionalidade: brasileira	Estado civil: solteira
Cargo: técnico de apoio administrativo	
Residência: Rua Jarbas Mendes, 64	
Cidade: São Lourenço do Oeste	Estado: SC
CEP: 89.990-000	País: Brasil
Telefone: 49 99805 8324	
E-mail:..mponzoni@saolourenco.sc.gov.br	

Equipe

Nome	Função	Instituição de vínculo	Horas mensais	Meses de dedicação
MICHELE PONZONI	Facilitadora	PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO LOURENÇO DO OESTE-SC	20	12
CAROLINE AP. LAZARIN	Facilitadora	PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO LOURENÇO DO OESTE-SC	10	12

Detalhamento da equipe

Dados pessoais: MICHELE PONZONI

Titulação máxima ADMINISTRADORA	CPF 064.418.029-37	Estado civil SOLTEIRA	Profissão TÉCNICO DE APOIO ADMINISTRATIVO
RG	Órgão emissor	UF do órgão	Data de emissão

5227331	SSP	emissor Santa Catarina	16/11/2011
País de nascimento BRASIL	UF de nascimento SC	Cidade de nascimento SÃO LOURENÇO DO OESTE	Data de nascimento 12/04/1989

Endereço pessoal

Logradouro RUA JARBAS MENDES	Número 64	Complemento CASA
Bairro BRASILIA	Cidade SÃO LOURENÇO DO OESTE	UF SC
CEP 89.990-000	País BRASIL	Reside há dois ou mais anos em SC? SIM

Contatos

Telefone residencial	Telefone celular (49) 99805 8324
E-mail principal micheleponzoni@unochapeco.edu.br	E-mail alternativo mponzoni@salourenco.sc.gov.br
Website: www.saolourenco.sc.gov.br	

Dados pessoais: CAROLINE APARECIDA LAZARIN

Titulação máxima GRADUAÇÃO EM NUTRIÇÃO	CPF 082.997.649-39	Estado civil SOLTEIRA	Profissão NUTRICIONISTA
RG 5583684	Órgão emissor SSPSC	UF do órgão emissor Santa Catarina	Data de emissão
País de nascimento BRASIL	UF de nascimento SC	Cidade de nascimento SÃO LOURENÇO DO OESTE	Data de nascimento 15/07/1993

Endereço pessoal

Logradouro RUA ERNESTO BEUTER	Número 611	Complemento APARTAMENTO
---	----------------------	-----------------------------------

Bairro CENTRO	Cidade SÃO LOURENÇO DO OESTE	UF SC
CEP 89990-000	País BRASIL	Reside há dois ou mais anos em SC? SIM

Contatos

Telefone residencial	Telefone celular (49) 99823 5360
E-mail principal caroline_lazarin@hotmail.com	E-mail alternativo clazarin@salourenco.sc.gov.br
Website: www.saolourenco.sc.gov.br	

Atividades que serão desenvolvidas pelos membros da equipe:

Michele Ponzoni: Contratação das consultorias necessárias para elaboração da arte elaboração do edital, aquisição em geral e contratação da empresa responsável para instalação dos Outdoors, busca de parceria com a Prefeitura Municipal e outras empresas e instituições, organização e realização do concurso, entre outras atividades.

Caroline Ap. Lazarin: auxílio da elaboração do edital da campanha, jurada do concurso, auxiliar na organização e realização do concurso, responsável pelo cooffe breack, entre outras atividades.

Etapas do projeto

1ª etapa: Parcerias

Título: Captação de parcerias

Meses de execução: 2 meses

Descrição: Visitação e conversa com autoridades, lideranças, organizações e empresários do município com o intuito de buscar parcerias para a realização da campanha. Entrega de cópia do projeto e reuniões em entidades como CDL, Acislo e AM Noroeste.

Metas e resultados mensuráveis: Captação de parceiros para realização do concurso.

2ª etapa: Edital

Título: Elaboração do edital do concurso

Meses de execução: 2 meses

Descrição: elaborar, de acordo com as regras estabelecidas e assessoria jurídica, o edital de realização e premiação do concurso, definição das categorias que serão premiadas e do valor da premiação para 1º, 2º e 3º lugar em cada categoria.

Metas e resultados mensuráveis: Elaboração do edital, para posterior inscrições e realização do concurso.

3ª etapa: Divulgação e Comunicação

Título: Marketing e comunicação para conscientização sustentável no município

Meses de execução: 3 meses

Descrição: 5 outdoors expostos na cidade, 4 deles com divulgação de dicas sustentáveis para cuidado do meio ambiente e 1 com divulgação do concurso sendo 2 no Centro; 1 no Bairro São Francisco e 2 no Bairro Cruzeiro no período total de 60 dias, divulgação em jornal e rádio, redes sociais e e-mail marketing, reuniões com empresários e associações.

Metas e resultados mensuráveis: Conscientização da população quanto à importância de realizar ações sustentáveis e divulgação do concurso.

4ª etapa: Realização do Evento

Título: Evento de apresentação e premiação das ações inscritas no concurso

Meses de execução: 2 meses

Descrição: O evento será realizado no Centro de Eventos em São Lourenço do Oeste, as ações sustentáveis inscritas serão apresentadas, haverá uma comissão julgadora para votação e entrega das premiações em dinheiro para o 1º, 2º e 3º lugar em cada categoria que será definida pelo edital.

Metas e resultados mensuráveis: Valorizar as ações sustentáveis desenvolvidas.

5ª etapa: Divulgação das ações premiadas

Título: Divulgação das ações premiadas através de vídeo institucional, banners e reportagens em jornais, rádio e TV local

Meses de execução: 2 meses

Descrição: Realização de vídeos das empresas responsáveis pelas ações

premiadas contando sua história, divulgação em banners, reportagens em jornais, rádio e TV local.

Metas e resultados mensuráveis: Valorizar as ações sustentáveis premiadas.

Detalhamento das despesas:

O desenvolvimento do projeto será dividido em 5 etapas, conforme tabelas abaixo:

Tabela 1 - Etapas do projeto:

EAP	FLUXO DE OPERACIONALIZAÇÃO DO PROJETO (Baseado no Escopo do Projeto)
1	Captação de parcerias para realização do concurso
2	Elaboração do edital do concurso
3	Marketing e comunicação para conscientização sustentável no município
4	Evento de apresentação e premiação das ações inscritas no concurso
5	Divulgação das ações premiadas

Tabela 2 - Detalhamento das despesas:

EAP 1: Captação de parcerias para realização do concurso

Item	Descrição	Unidade	Quant	Custo Unitário	Custo Aplicado
1	Combustível	litro	50	R\$ 4,34	R\$ 217,00
2	Horas de trabalho das responsáveis	hora	30	R\$ 9,25	R\$ 277,50
3	Impressão de cópia do projeto para entrega nas visitas	unidade	210	R\$ 0,25	R\$ 52,50

4	Telefone	minuto	60	R\$ 1,55	R\$ 93,00
5	Pastas para entrega dos projetos	Unidade	30	R\$ 1,95	R\$ 58,50
Total					R\$ 698,50

EAP 2: Elaboração do edital do concurso

Item	Descrição	Unidade	Quant.	Custo Unitário	Custo Aplicado
1	Consultoria Jurídica	hora	10	R\$ 100,00	R\$ 1.000,00
2	Horas de trabalho das responsáveis	hora	20	R\$ 9,25	R\$ 185,00
3	Material de expediente	kit	3	R\$ 100,00	R\$ 300,00
Total					R\$ 1.485,00

EAP 3: Marketing e comunicação para conscientização sustentável no município

Item	Descrição	Unidade	Quant	Custo Unitário	Custo Aplicado
1	Consultoria em design	hora	10	R\$ 50,00	R\$ 500,00
2	Confecção e instalação dos 5 outdoors	hora	24	R\$ 20,00	R\$ 480,00
3	Aluguel do espaço de instalação	dia	60	R\$ 50,00	R\$ 3.000,00
4	Divulgação do concurso em jornal (1/4 de página)	Unidade	10	R\$ 84,60	R\$ 846,00
5	Divulgação do edital do concurso em jornal (página inteira)	Unidade	4	R\$ 172,60	R\$ 690,40

6	Divulgação do concurso em rádio	inserções	157	R\$ 10,35	R\$ 1.624,95
7	Horas de trabalho das responsáveis	hora	10	R\$ 9,25	R\$ 92,50
8	Telefone	minuto	30	R\$ 1,55	R\$ 46,50
9	Combustível	litro	25	R\$ 4,34	R\$ 108,50
Total					R\$ 7.388,85

EAP 4: Evento de apresentação e premiação das ações inscritas no concurso

Item	Descrição	Unidade	Quant.	Custo Unitário	Custo Aplicado
1	Aluguel do Centro de Eventos	diária	1	R\$ 4.500,00	R\$ 4.500,00
2	Decoração	kit	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
3	Cerimonialista para realização do protocolo	diária	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
4	Premiação do concurso	Unidade	1	R\$10.000,00	R\$ 10.000,00
5	Troféus para ações participantes	unidade	50	R\$ 10,00	R\$ 500,00
6	Palestrante	hora	1	R\$ 5.000,00	R\$ 5.000,00
7	Horas de trabalho das responsáveis	hora	50	R\$ 9,25	R\$ 462,50
8	Convites	Unidade	100	R\$ 1,20	R\$ 120,00
9	Locação de equipamentos de audio e video	hora	4	R\$ 250,00	R\$ 1.000,00

10	Contratação de	hora	4	R\$ 200,00	R\$ 800,00
11	Cooffe Breack	Unidade	2000	R\$ 0,60	R\$ 1.200,00
12	Água mineral	Unidade	20	R\$ 1,00	R\$ 20,00
Total					R\$ 24.902,50

EAP 5: Divulgação das ações premiadas

Item	Descrição	Unidade	Quant.	Custo Unitário	Custo Aplicado
1	Contratação de	horas	4	R\$ 200,00	R\$ 800,00
2	Contratação de filmagem e edição de vídeo	hora	6	R\$ 300,00	R\$ 1.800,00
3	Divulgação dos premiados em jornal (1/4 de página)	Unidade	5	R\$ 84,60	R\$ 423,00
4	Divulgação dos premiados em rádio	Inserções	10	R\$ 10,35	R\$ 103,50
5	Horas de trabalho das responsáveis	hora	5	R\$ 9,25	R\$ 46,25
6	Divulgação em TV local	hora	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
Total					R\$ 3.672,75

Total Geral					R\$ 38.147,60
--------------------	--	--	--	--	----------------------

Será realizado um grande evento no Centro de Eventos em São Lourenço do Oeste, haverá palestra e posterior apresentação e votação das ações sustentáveis inscritas no concurso, haverá uma comissão julgadora composta de 3 pessoas para votação e entrega da premiação que será um total de R\$ 10.000,00 em prêmios, de acordo com as definições das categorias que serão premiadas e do valor da premiação para 1º, 2º e 3º lugar em cada categoria, previstas no edital.

As demais despesas serão em material de expediente, telefonemas, consultorias, horas de trabalho, despesas com outdoors, combustível para visitação de parceiros e empresas, aluguel e decoração do Centro de Eventos, divulgação em rádio e jornal, contratação de foto e vídeo, cerimonialista e aquisição de troféus para entrega aos participantes do concurso.

Na etapa 3 em que serão realizadas ações no município de São Lourenço do Oeste para conscientização da importância do cuidado com o meio ambiente, economia de água e energia, reciclagem e reutilização serão espalhados Outdoors no município com mensagens de orientação e divulgação do concurso conforme modelo abaixo:

Outdoor 1 - Apresentação do concurso:



Fonte: a autora

Outdoor 2 - Economia ao escovar os dentes:



Fonte: a autora

Outdoor 3 - Economizando energia:



Fonte: a autora

Outdoor 4 - O lixo:



Fonte: a autora

Outdoor 5 - Economizando água no banho:



Fonte: a autora

Tabela 3 - Resumo das despesas e percentual de custo aplicado:

ORÇAMENTO			
Item	Descrição	Custo Unitário	% Custo Aplicado
01	Captação de parcerias para realização do concurso	R\$ 698,50	2%
02	Elaboração do edital do concurso	R\$ 1.485,00	4%
03	Marketing e comunicação para conscientização sustentável no município	R\$ 7.388,85	19%
04	Evento de apresentação e premiação das ações inscritas no concurso	R\$ 24.902,50	65%
05	Divulgação das ações premiadas	R\$ 3.672,75	10%
	TOTAL	R\$ 38.147,60	100%

Tabela 4 - Descrição dos recursos:

FONTE DE RECURSOS		
Item	Descrição	Custo Unitário
01	Recursos Próprios	R\$ 1.063,75
02	Recursos de Terceiros	-
03	Subvenções	R\$ 37.083,85
04	Doações	-
05	Outros	-
	TOTAL	R\$ 38.147,60

Tabela 5 - Cronograma de execução:

CRONOGRAMA FISICO-FINANCEIRO

OR D	EAP	CUSTO TOTAL	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06
01	Captação de parcerias para realização do concurso	R\$ 698,50	R\$ 349,25	R\$ 349,25				
02	Elaboração do edital do concurso	R\$ 1.485,00		R\$ 742,50	R\$ 742,50			
03	Marketing e comunicação para conscientização sustentável no município	R\$ 7.388,85		R\$ 2.462,95	R\$ 2.462,95	R\$ 2.462,95		
04	Evento de apresentação e premiação das ações inscritas no concurso	R\$ 24.902,50				R\$ 12.451,25	R\$ 12.451,25	
05	Divulgação das ações premiadas	R\$ 3.672,75					R\$ 1.836,38	R\$ 1.836,38
		TOTAL:	R\$ 349,25	R\$ 3.554,70	R\$ 3.205,45	R\$ 14.914,20	R\$ 14.287,63	R\$ 1.836,38

Considerações Finais

O desenvolvimento da presente proposta de captação de recursos contribuiu para aquisição de conhecimento sobre as possibilidades existentes, com seus respectivos editais, de captação de recursos para realização de ações benéficas ao meio ambiente e as pessoas, através de projetos desenvolvidos por acadêmicos.

Percebe-se a necessidade de desenvolver ações com o intuito de orientar e conscientizar as pessoas quanto ao cuidado com o meio ambiente, ações de sustentabilidade e marketing verde, para que a geração atual possa suprir suas necessidades sem comprometer a capacidade de as próximas gerações suprirem as suas necessidades.

O objetivo da presente proposta consiste na realização de campanha de Marketing Verde e Sustentabilidade no município de São Lourenço do Oeste (SC) com concurso e premiação para as melhores ações sustentáveis desenvolvidas pelas empresas e organizações do município, quanto aos objetivos específicos pretende-se realizar uma campanha para divulgação dos benefícios do Marketing Verde visando conscientização sustentável nos lourencianos; estimular e disseminar a prática de valores e princípios de sustentabilidade; promover um concurso de ações sustentáveis com as empresas e organizações do município, com edital, premiação e divulgação das melhores ações; buscar parceria da Prefeitura Municipal e de outras instituições públicas e privadas para a realização do concurso e motivar a Prefeitura Municipal para premiar as melhores ações sustentáveis desenvolvidas pelas empresas e organizações do município.

Para finalizar, o desenvolvimento da presente proposta possibilitou a associação de teoria, obtida durante as aulas, e a prática, realizada através de pesquisa e execução contribuindo para aquisição de conhecimento e para meu crescimento profissional.

Referências bibliográficas

CLIC RBS Santa Catarina, 2018. Disponível em: <http://dc.clicrbs.com.br/sc/estilo-de-vida/noticia/2017/08/conheca-5-iniciativas-de-sustentabilidade-consideradas-exemplos-em-florianopolis-9864676.html>. Acesso em: 01 set. 2018.

COBRA, Marcos Henrique Nogueira. Marketing básico: uma perspectiva brasileira. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1997.

DIAS, Sergio Roberto. Gestão de Marketing. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

FERREIRA, Manuel Portugal. Ser empreendedor: pensar, criar e moldar a nova empresa: exemplos e casos brasileiros. São Paulo: Saraiva, 2010.

DALMORO, Marlon, CARDONA VENTURINI, Jonas, DINIZ PEREIRA, Breno Augusto, Marketing verde: responsabilidade social e ambiental integradas na envolvente de marketing. Revista Brasileira de Gestão de Negócios - 2009, Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94711209003>> Acesso em: 26 abr. 2018.

GÜNTHER, Hartmut. Pesquisa qualitativa versus pesquisa quantitativa: Esta é a questão? Psicologia: teoria e pesquisa: Universidade de Brasília, Mai-Ago 2006.

JOHR, Hans. O verde é negócio. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 1994.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing. 14 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

OTTOMAN, Jacquelyn A. Marketing verde: desafios e oportunidades para a nova era do marketing. São Paulo: Makron Books, 1994.

PORTAL EcoHospedagem, 2018. Disponível em: <https://ecohospedagem.com/pousada-green-florianopolis-santa-catarina/>. Acesso em 01 set. 2018.

RAUPP, Fabiano Maury; BEUREN, Ilse Maria. Metodologia da Pesquisa Aplicável às Ciências Sociais. In: BEUREN, Ilse Maria (Org.) Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade: Teoria e Prática. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

SENADO FEDERAL - Praça dos Três Poderes - DF, 2018. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/noticias/Jornal/emdiscussao/rio20/a-rio20/conferencia-rio-92-sobre-o-meio-ambiente-do-planeta-desenvolvimento-sustentavel-dos-paises.aspx>>. Acesso em: 26 abr. 2018.

SKIBA, Alvaro. Caderno Pedagógico Fonte do Saber. Ano XIII - Edição nº 133. Planalto-PR: Maxi Gráfica Editora, 2018.

SOUZA, Maria Cláudia da Silva Antunes; ARMADA, Charles Alexandre de. Sustentabilidade meio ambiente e sociedade: reflexões e perspectivas. Umuarama : Universidade Paranaense – UNIPAR, 2015. E-book.

Sustentabilidade ambiental no Brasil: biodiversidade, economia e bem-estar humano / Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. – Brasília : Ipea, 2010.