

MARKETING SOCIAL E CAUSAS SOCIAIS: NOVOS CAMINHOS

Juliana Silva Costa (UFSM); Luiza Poerschke Guarienti (UFSM); Marta Olivia Rovedder de Oliveira (UFSM)

Marketing social é a prática realizada através da utilização dos conhecimentos do marketing tradicional para a venda de ideias e comportamentos em prol do benefício social (KOTLER e LEE, 2008). Diante disso, em 2015 o Grupo de Estudos em Marketing desenvolveu a primeira versão do Projeto de Desenvolvimento de Marketing Social, tendo por objetivo empregar construtos e técnicas de marketing para aprimoramento e expansão das atividades realizadas em uma Organização Não Governamental (ONG), o Centro de Apoio à Criança com Câncer (CACC). A ideia do projeto foi originada a partir de uma atividade de ensino realizada na disciplina de Tópicos de Marketing A, no curso de graduação em Administração da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Atualmente, o nome do projeto foi atualizado para Marketing Social e Causas Sociais: novos caminhos, onde, durante esses 6 anos obteve a participação de diversos discentes de graduação em Administração, proporcionando-lhes a possibilidade de conhecer e trabalhar com uma instituição de cunho social e aplicar de forma prática os conceitos de marketing aprendidos em sala de aula, ação que contribui para a capacitação profissional dos discentes. Para o CACC, a parceria já proporcionou, além do auxílio através da melhoria e implementação de técnicas de marketing, a realização de pesquisas de satisfação, a elaboração de materiais gráficos e o auxílio na divulgação da instituição. O relacionamento entre a ONG e a Universidade, alinha-se com o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 17, que trata sobre parcerias e meios de implementação, ao incentivar uma parceria entre as instituições por meio do compartilhamento de conhecimentos e experiências. Ademais, o projeto proporcionou também a publicação de resumos e artigos, fomentando a realização de pesquisas sobre marketing social e a relação entre pesquisa e extensão. O projeto também conta com algumas ampliações através da realização do evento Saber social - que visa auxiliar diversas ONGs da cidade de Santa Maria através de um evento gratuito sobre conhecimentos em gestão, marketing e finanças – e a Feira do Voluntariado – que visa incentivar a participação de discentes em organizações de cunho social da cidade de Santa Maria, divulgando vagas abertas para voluntários e as atividades dessas instituições. O projeto almeja continuar auxiliando o CACC na melhoria contínua de suas atividades de marketing existentes, prestando apoio também para a implementação de novas ideias e técnicas, com a finalidade de contribuir para a estratégia de comunicação da instituição, estimulando o engajamento da sociedade com a causa. Almeja-se também continuar incentivando discentes a conhecerem e trabalharem com negócios sociais, proporcionando capacitação prática, experiência profissional e sensibilização dos mesmos para as causas sociais, tornando-os agentes para a mudança positiva na sociedade. Espera-se também, a realização de novas edições dos eventos Saber Social e Feira do Voluntariado. Deste modo, bem como a ODS número 17 que salienta a importância da cooperação para atingir resultados, o projeto pretende continuar empregando esforços para estimular as parcerias entre organizações, atuando por meio do ensino e da prática, divulgando negócios sociais em prol da meta, ou seja, de alcançar o maior público disponível para as ONGs e engajar as parcerias com o voluntariado.

KOTLER, P.; LEE, N. **Social Marketing: Influencing Behaviors for Good**. Los Angeles: Sage Publications, 2008.