

**UNIVERSIDADE TIRADENTES
ADMINISTRAÇÃO**

BEATRIZ SOUZA SANTOS

FARIZA ALVES

PATRÍCIA CAVALCANTE SERRA

RENATO BARROS RIBEIRO

TAYNAH MELO REIS

**RELATÓRIO
PRÁTICAS DE EXTENSÃO NA ÁREA DE NEGÓCIOS**

**Aracaju
2018**

BEATRIZ SOUZA SANTOS
FARIZA ALVES
PATRÍCIA CAVALCANTE SERRA
RENATO BARROS RIBEIRO
TAYNAH MELO REIS

ADASFA
PRÁTICAS DE EXTENSÃO NA ÁREA DE NEGÓCIOS

Relatório de Extensão apresentado ao Curso de Administração, sob orientação da Prof.^a. Fábiana Verônica dos Santos, como um dos pré-requisitos para avaliação da disciplina de Práticas de Extensão na área de negócios.

Aracaju
2018
SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	04
1.1	Histórico da Empresa	04
1.2	Objetivos	05
1.3	Metodologia	05
1.3.1	Mapa Mental	05
1.4	Justificativa	07
2	REFERENCIAL TEÓRICO	08
2.1	Administração do Terceiro setor	08
2.2	Pesquisa de marketing	10
2.3	Gestão administrativa	11
2.4	Gestão estratégica	12
3	PLANEJAMENTO	13
3.1	Fluxograma	13
3.2	Plano de Ação	15
4	EXECUÇÃO DA EXTENSÃO	16
4.1	Diagnóstico	16
4.2	Variáveis utilizadas para medir o impacto da extensão	17
4.3	Relatos da atividade	19
4.4	Registro de atividade	21
5	CONCLUSÃO	31
6	REFERÊNCIAS	32

1 INTRODUÇÃO

De acordo com Jazine, em seu artigo publicado no ano de 2004, onde aborda sobre o conceito de prática extensionista:

“[...] A prestação de serviços como uma das atividades próprias da extensão que pretende promover a integração universidade sociedade é incluída como uma função da universidade, constituindo um espaço em que se agregam diversas e diferentes ações, criando a ideia de multiversidade, que inclui variedade de ações, desenvolvimento da ciência aplicada e participação nos problemas regionais, de modo que as raízes da extensão ainda fertilizam a prática atual extensionista, em que se estabelece como prioridade, a busca de solução para os problemas sociais e a relação universidade e sociedade tende a ser unívoca, girando em torno do “atendimento de necessidades sociais emergentes”, [...]”

É interessante elencar que se faz necessário a prática de ações de extensão durante a vida acadêmica como meio de pôr em prática assuntos trabalhados durante a graduação e de ajudar, uma contraprestação de serviços à comunidade.

Com esse objetivo, damos início a esse trabalho onde será possível a prática de conteúdos e de valores associados à prestação de serviço para a comunidade como abordaremos no restante do projeto.

1.1 HISTÓRICO DA EMPRESA

A ADASFA, Associação Defensora dos Animais São Francisco de Assis, é uma entidade sem fins lucrativos, reconhecida como de Utilidade Pública Municipal e Estadual,

fundada no ano de 2004 em Aracaju, com o propósito de prestar à comunidade, dentro das suas possibilidades administrativas, serviços de abrigo, alimentação e tratamento veterinário a animais abandonados e/ou doentes, com prioridade para cães e gatos rejeitados e soltos pelas ruas da capital e em estado deplorável de saúde e nutrição.

A ONG também luta pelos direitos dos animais, realizando diversos projetos educativos. Além disso, a instituição fiscaliza maus tratos e denuncia as contravenções e crimes praticados contra esses animais. É uma Associação Humanitária sem fins lucrativos em busca de minimizar o flagelo dos animais abandonados. A instituição sem fins lucrativos possui atualmente quatro funcionários: 2 homens e 2 mulheres que auxiliam na limpeza no ambiente, nos banhos e/ou cuidado daqueles animais que chegam no abrigo machucados e na parte do cozimento e distribuição dos alimentos, mas também contam com a ajuda de alguns voluntários que disponibilizam o seu tempo para ajudar na causa. O ambiente está localizado na Rua Canal Santa Maria, 446, Santa Maria, em um imóvel próprio com capacidade para 300 cães e 200 gatos, mas atualmente o local abriga cerca de 400 cães e 250 gatos. A divulgação e publicidade da associação é feita somente por redes sociais como Facebook e Instagram, e o controle de estocagem dos alimentos que são arrecadados são por anotações em caderno.

1.2 OBJETIVOS

O presente trabalho tem como objetivo geral identificar as necessidades da ADASFA (Associação defensora dos animais Francisco de Assis) para acessória administrativa. Com objetivos específicos de verificar se a ONG possui planejamento de marketing para publicidade e doação definidos e analisar quais são as estratégias de estocagem adotadas para a conservação e manuseio de arroz e rações dos cães e gatos.

1.3 METODOLOGIA

A metodologia corresponde a um conjunto de procedimentos a serem utilizados na obtenção do conhecimento. É a aplicação do método através de técnicas que garantem a legitimidade do saber obtido (BRITTO).

Para Cerro, Bervian e da Silva (2007, p.62), esta pesquisa pode ser definida como descritiva onde assume:

■ **Estudos descritivos:** estuda e descreve características, propriedades ou relações existentes na comunidade, grupo ou realidade pesquisada;

Para esse trabalho, utilizamos o método de coleta de dados através da aplicação de um questionário semiestruturado aplicado in loco, como o responsável pela instituição. A realização do projeto conta com fases, as quais estão disponíveis no mapa mental dividido em etapas.

1.3.1 MAPA MENTAL

A fim de gerenciar melhor o projeto de extensão realizado na ADASFA, utilizamos uma ferramenta bastante conhecida que é o Mapa Mental. Este objeto tem como principal função auxiliar tanto na organização de ideias acerca de um tema, como também na apresentação ordenada de etapas para determinado projeto, como foi o caso deste trabalho.

O ponto inicial para a realização do nosso projeto na ADASFA, foi entrar em **contato** com o responsável da ONG (via WhatsApp) para solicitar a permissão e, se possível, agendar uma visita ao local.

Em seguida, após a autorização do responsável, foi realizada a **visita** na ONG, com o objetivo de conhecê-la melhor e tentar encontrar possíveis problemas/necessidades que pudessem ser o foco do nosso projeto.

Após a realização da visita, foram **definidos os principais pontos que a serem discutidos**. Entre eles estão: Marketing Digital (divulgação dos animais, incentivos para doações etc.), Logística (Organização de Estoque) e Estratégia (Planejamento Estratégico).

A figura a seguir mostra a elaboração do mapa mental inicial do projeto que iremos realizar na ADASFA:

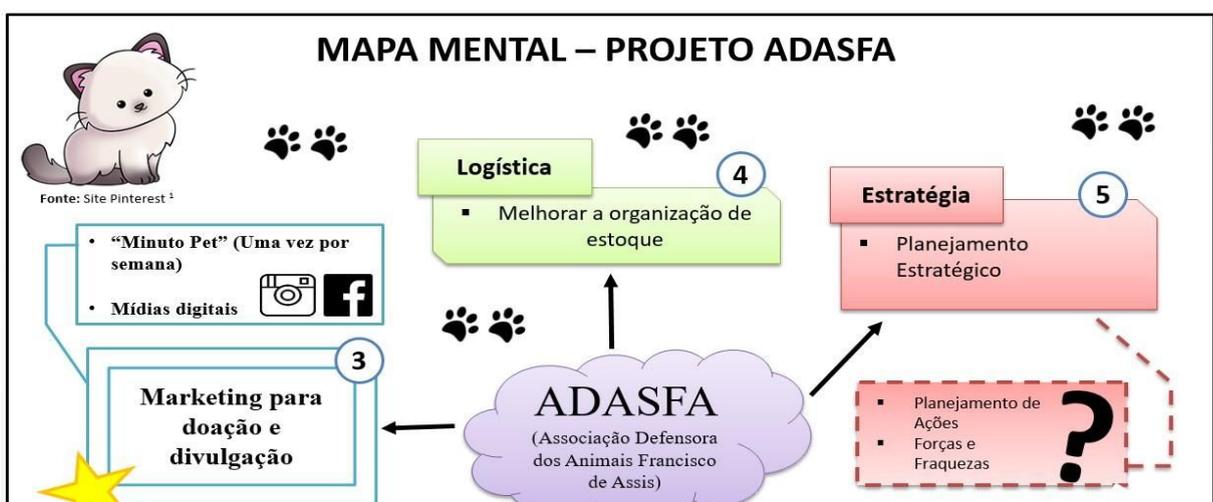


Figura 5.1- Mapa Mental

Vale ressaltar que este mapa mental apresentado acima, refere-se a um mapa mental inicial do nosso projeto, uma vez que ele apresenta vários pontos que podem ser trabalhados em nosso projeto de extensão, e que será escolhido o mais relevante para nosso aprendizado e o que terá impacto maior no desenvolvimento da ADASFA.

1.4 JUSTIFICATIVA

Como cita Jazine:

Outra concepção ideológica tem se constituído frente às novas exigências da sociedade globalizada, acentua-se a dimensão exterior à universidade, bem como os aspectos econômicos e de parcerias com outras instituições, deixa-se de privilegiar o atendimento aos grupos excluídos e passa a tratar a todos como consumidores. Dessa forma, o produto da universidade transforma-se em mercadoria a ser comercializada e a extensão passa a ser um dos principais canais de divulgação e articulação comercial.

Este projeto justifica-se pela relevância do tema tanto quanto ao desenvolvimento de ações extensivas durante o curso como sua aplicabilidade em prol do bem comum, sair do ambiente acadêmico e colaborar com ações que beneficiem o público em geral, desenvolvendo não somente competências como valores. Desmistificando o que Jazine cita, sobre a extensão universitária servir de comercial para a instituição privada e sim, uma oportunidade de vivenciar o conteúdo ministrado. Com esse objetivo, foram desenvolvidos alguns tópicos a serem abordados durante o projeto:

- a) Comunidade
 - Expandir divulgação da organização com o objetivo de interagir adquirindo parcerias e doações.
- b) Formação profissional
 - Serão trabalhados os conceitos de: Logística; Planejamento Estratégico e Marketing, sob a forma de consultoria a ser realizada na instituição.
- c) Valores:

- Consciência
- Solidariedade
- Respeito aos animais
- Trabalho em equipe

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 ADMINISTRAÇÃO DO TERCEIRO SETOR

O terceiro setor é composto por associações e fundações que geram bens e serviços públicos, mas sem fins lucrativos, que suprem as falhas deixadas pelo Estado. É uma junção do setor público com o setor privado, ou seja, dinheiro privado para fins públicos. Mas isso não significa que o poder público não possa, nem precise destinar verbas ao Terceiro Setor, afinal sua função é promover a solidariedade social.

As organizações que fazem parte desse setor são criadas pela participação voluntária, realizando práticas de caridade, filantropia, proteção à natureza e diversos trabalhos com o intuito de alcançar objetivos sociais e públicos, como atendimento médico, campanhas educacionais, eventos culturais e muitas outras atividades que melhorem a qualidade de vida da população. Porém Terceiro Setor não pode ser substituto da função do Estado: ele é apenas uma complementação e um auxílio na resolução de tantos problemas presentes na sociedade. É uma alternativa eficiente e democrática e toda essa parceria com a sociedade permite a ampliação e mobilização de recursos, para iniciativas de interesse público.

Segundo Salmom & Anheier, cinco características estruturais diferenciam as organizações do terceiro setor das demais instituições:

- Formalmente constituídas;
- Estrutura básica não governamental;
- Gestão própria;
- Sem fins lucrativos;
- Uso significativo de mão de obra voluntária.

Do ponto de vista jurídico as entidades sem fins lucrativos serão sempre constituídas sob a forma de Associação ou Fundação.

No Brasil, o Terceiro setor começou ainda no século XVI, com a fundação da Santa Casa de Misericórdia de Santos no ano de 15 a sua criação até os dias hoje, a instituição presta apoio assistencial e hospitalar, sendo assim a primeira referência histórica de entidade do Terceiro Setor no Brasil.

Ainda no período da colonização portuguesa e também durante o império brasileiro, as principais instituições e associações que forneciam assistência social tanto no âmbito da saúde como na educação, eram aquelas ligadas à Igreja Católica, o que traduz noções de caridade e filantrópica da época, ambas geralmente fomentadas pelos valores cristãos e religiosos. Essas associações voluntárias e consistiam em colégios católicos, asilos e hospitais arcaicos, chamados de “Santa Casa”.

Com a chegada no século XX, outras religiões começaram a ganhar força no Brasil, passando a dividir com a Igreja Católica o d sobre as organizações e entidades sociais sem fins lucrativos. Nesse período, o país enfrentava inúmeras mudanças, tanto no a político, em razão da transição do Império para a República, como também nos aspectos estruturais relativos a crescente industrialização das cidades brasileiras. Essas mudanças acabaram criando demandas sociais por parte da população e, modo, as antigas instituições e entidades filantrópicas patrocinadas pelas igrejas precisariam ser modernizadas para continuar as novas necessidades que surgiam.

Esse processo de modernização começou a ganhar forma na década de 30, com a criação do chamado Estado Novo. Durante o governo do então presidente Getúlio Vargas, as entidades do Terceiro Setor da época foram regulamentadas por uma nova lei que declarava a utilidade pública dessas instituições e pela formação do Conselho Nacional de Serviço Social (CNSS) em 1 estabeleceu que as organizações associadas a ele teriam o direito de receber subsídios e auxílios estatais.

Algumas décadas depois, a implantação do regime militar no Brasil acabou contribuindo para uma consolidação cada vez maio o terceiro setor no brasil. Nesse período, a crescente insatisfação com a política interna do país fez com que os movimentos só ganhassem força, sendo que estes eram, na maioria dos casos, ligados à instituições e organizações de caráter social e assiste. Com o fim da ditadura militar e a retomada da democracia, o governo brasileiro optou pela adoção de práticas neoliberais, que consistiram,

entre outras medidas, na diminuição da intervenção do Estado nos aspectos sociais. Como resultado, as instituições 3º Setor passou a ter um papel cada vez mais importante nos assuntos que envolvem a temática social, pois o fato do governo ter reduzido seus investimentos no segmento fez com que as organizações e entidades sem fins lucrativos tivessem que assumir praticamente por conta própria a todas as demandas sociais do país.

Atualmente, o cenário político, econômico e social do Brasil enfrenta os efeitos da crise econômica de 2008, que tem causado contínua desaceleração na economia, desemprego e outros problemas sociais, não só em nosso país, mas em vários lugares. Outra questão importante é a que se refere a globalização, movimento que tem superado as fronteiras econômicas dos Estado contribuído para o crescimento do setor privado, porém, tudo isso às custas do aumento do desemprego e da diminuição de m intervencionistas pelo Estado. Esse conjunto de fatores evidenciam a falta de capacidade do Primeiro e do Segundo Setor em demandas sociais da atualidade, dando ainda mais sentido ao que significa o terceiro setor no Brasil. Sendo assim, o 3º Setor se destaca como um ator essencial para conseguir superar a crise e continuar mantendo social dos últimos anos. Porém, para que isso aconteça, é importante que o Terceiro Setor alcance um novo patamar de atuação sociedade civil como um todo também precisará trabalhar em conjunto com as entidades e organizações sem fins lucrativos para que os objetivos como a redução da desigualdade social sejam finalmente alcançados.

2.2 PESQUISA DE MARKETING

Segundo Naresh Malhotra (2012) apud Kotler e Keller (2006) a pesquisa de marketing é a função que conecta o consumidor, cliente e o público ao profissional de marketing por intermédio de informações usadas para identificar, definir oportunidades e problemas de marketing, refinar e avaliar ações de marketing, monitorar o desempenho do marketing e para melhorar a compreensão do marketing com o processo. Nesta pesquisa irá incluir a identificação, coleta e análise, disseminação e o uso das informações, cada fase deste processo é de grande relevância.

Caio Santângelo (2009) diz que através das informações coletadas pelas empresas, pode-se gerenciar os problemas encontrados na pesquisa transformando os dados encontrados em oportunidades para a empresa. A pesquisa de marketing faz parte do sistema de

informação da empresa e visa coletar dados pertinentes e transformá-los em informações que venham a ajudar os executivos na solução de problemas.

Rodolfo Vieira, et al. (2012) relatam que a pesquisa de marketing é uma ferramenta que aproxima o consumidor real ou potencial ao cliente que a utiliza, usando de informações qualitativas ou quantitativas para traçar perfis, preferências, gostos, necessidades, receios, entre outras especificações. São as informações coletadas na pesquisa de marketing que a empresa vai verificar quais são as suas ameaças e oportunidades que o mercado irá proporcionar e quais são suas principais falhas e montar um plano de marketing que priorize a melhora destas fraquezas.

Naresh Malhotra (2012) ainda fala que o processo de pesquisa de marketing possui seis etapas distintas: A definição do problema, o pesquisador deverá levar em conta a finalidade do estudo e as informações relevantes sobre o histórico do problema. Desenvolvimento de uma abordagem, nesta etapa ocorre a formulação de uma estrutura objetiva, perguntas de pesquisa e hipóteses. Formulação da concepção de pesquisa, nesta etapa detalha os procedimentos necessários para a obtenção as informações requeridas e sua finalidade é criar um estudo que teste as hipóteses de interesse e determinando as possíveis respostas as perguntas da pesquisa, como a análise dos dados secundários, método de coleta de dados quantitativos, procedimentos de mensuração de escalonamento, elaboração de questionário e etc. A próxima etapa é o trabalho de campo ou coleta de dados, nessa coleta envolve uma força ou equipe de campo que opere no campo, como no caso das entrevistas pessoais. A quinta etapa é a preparação e análise dos dados, a preparação dos dados inclui a edição, codificação, transcrição e verificação. E o sexto ponto é a preparação e apresentação do relatório, nesse último tópico o projeto inteiro deverá ser comentado em um relatório escrito que cubra as perguntas específicas identificadas e que descreva a abordagem, a concepção da pesquisa, a coleta de dados e os procedimentos de análise de dados adotados.

2.3 GESTÃO ADMINISTRATIVA

Partindo da premissa do conceito de gestão que significa gerenciamento, a gestão administrativa que se parte da técnica em administrar algo. Vem também do conceito de organização que é a base para todos os processos gerenciais dentro de uma empresa. Nela

também se põe em prática facilitando a tomada de decisões e alcance de metas do ciclo PDCA, divididos a seguir:

- **P:** do verbo “Plan”, ou planejar;
- **D:** do verbo “Do”, fazer ou executar;
- **C:** do verbo “Check”, checar, analisar ou verificar;
- **A:** do verbo “Action”, agir de forma a corrigir eventuais erros ou falhas.

Mas ao falar sobre as funções da administração, cabe distinguir as funções da administração. Trewarth (1979), Gilbert, Allen (1974) e Sheldon, seguindo a escola de Taylor, fazem de suas obras, *Management* no original, esclarecedores sobre os elementos da administração (planejamento, controle, direção e organização). Porém, trazem, também, entrelaças a outras funções corporativas, tais como comercial e financeira, deixando evidente que estas fazem parte do dia a dia da gestão.

Um dos principais primordiais para a gestão administrativa é o planejamento que é um fator primordial para colocarmos as ideias não só da gerencia, mas também dos funcionários do operacional em pauta, pois assim levamos em consideração todas as possíveis ideias para melhorar os sistemas da empresa. Na execução, como se diz na palavra, executamos tudo aquilo que foi planejado. Na análise e verificação é analisado as possíveis falhas do planejamento e da execução coletando dados e mapeando os processos ao final da execução. Na ação, última etapa, é aplicado as correções de um modo em que sempre esteja aperfeiçoando todo o projeto e levando em consideração as etapas do mesmo. Com isso, na gestão administrativa é uma abordagem aplicável em diversas situações, adaptando de forma que também resolva problemas específicos.

2.4 GESTÃO ESTRATÉGICA

Há várias definições para Gestão Estratégica ou Administração Estratégica, segundo Oliveira (1999, p. 49) considera-se tal conceito como:

[...] “Administração Estratégica é uma administração do futuro que, de forma estruturada, sistêmica e intuitiva, consolida um conjunto de princípios, normas e

funções para alavancar harmoniosamente o processo de planejamento da situação futura desejada da empresa como um todo e seu posterior controle perante os fatores ambientais, bem como a organização e direção dos recursos empresariais de forma otimizada com a realidade ambiental, como a maximização das relações interpessoais”

Sendo assim podemos concluir que a gestão estratégica está intimamente ligada com o ambiente em que a organização atua e, por isso mesmo, com as constantes mudanças na conjuntura econômica mundial, o “modelo” passou a ter tanta evidência. Para Fahey (1999) a Gestão Estratégica se caracteriza por vários pelos princípios, nos quais podemos citar: induzir a busca otimizada de oportunidades; reconhecer que as oportunidades surgem do ambiente, pressupor que é fundamental encontrar, servir e satisfazer. Com isso podemos entender que independentemente a sua natureza ou ramo de atuação, uma a organização quer seja pública ou privada, com fins lucrativos ou não, atuam em um cenário competitivo e mutável, e precisam demonstrar eficácia e excelência em sua gestão, que mensurem resultados e indicadores na sua atuação.

É evidente que, pelas próprias especificidades do terceiro setor, existe uma série de dificuldades para a plena implementação da gestão estratégica nessas organizações. No entanto, é importante alinhar esforços no sentido de encontrar soluções para essas dificuldades. Portanto as organizações do terceiro setor, mesmo que não tenham como foco o lucro e rentabilidade, podem usar a gestão estratégica como uma ferramenta para analisar seu ambiente, formular sua missão, objetivos gerais e específicos; desenvolver estratégias adequadas, implementar seus ideais e controlar sua orientação estratégica. Correlacionando adequadamente, seus pontos fortes e fracos com seu ambiente, permitindo criar uma competência distinta. WRIGHT (2001, pag. 85-98).

3 PLANEJAMENTO

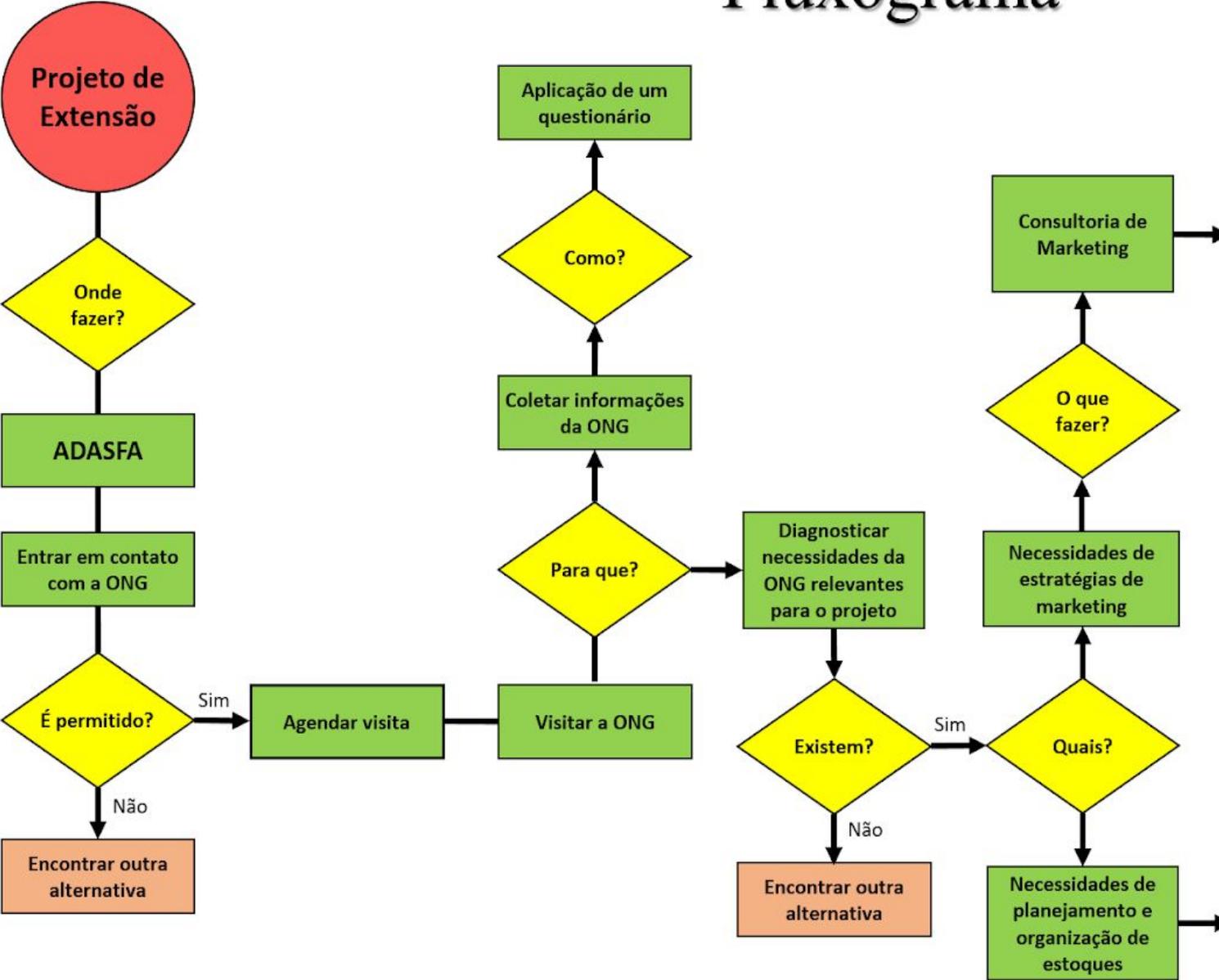
3.1 FLUXOGRAMA

Para uma melhor organização de etapas, foi utilizado um fluxograma, por ser uma ferramenta que serve como um mapa de atividades, onde são utilizados símbolos apropriados

com a finalidade de estabelecer princípio, meio e fim do processo, como também decisões que são tomadas ao longo do projeto.

O fluxograma a seguir mostra como foi feito nosso projeto de extensão na ADASFA e todos os processos e decisões realizadas durante o projeto.

Fluxograma



3.2 PLANO DE AÇÃO (5W2H)

PLANO DE AÇÃO – 5W2H				
Título: Consultoria - ADASFA	Objetivo: Melhorar a organização e marketing da ADASFA	Responsável: Consultoria na ADASFA		
Projeto	Consultoria na ADASFA			
O que?	Por que?	Quem?	Quando?	
			Início	Fim
Realizar visita na ONG (Reconhecimento)	Para definir as ações que serão executadas no local	Renato	05/abr	05/abr
Desenvolver planejamento do trabalho	Para realizar o projeto de forma clara e objetiva	Grupo	06/abr	09/abr
Reformar armários de medicamentos	Para melhorar a organização	Fariza e Patrícia	23/abr	27/abr
Elaborar Planner - Controle de Estoque	Para melhorar no gerenciamento de mercadorias	Beatriz	24/abr	27/abr
Marketing - Redes Sociais	Para melhorar a divulgação da ONG	Grupo	23/abr	25/abr
Planejamento do "Minuto Pet"	Para definir como será realizado o "Minuto Pet"	Grupo	24/abr	26/abr
Visita oficial a ONG	Para entregar armários reformados e planner impresso e introduzir o "Minuto Pet"	Grupo	28/abr	28/abr
Gravação inicial do "Minuto Pet"	Para divulgar nas redes sociais	Taynah e Mariana	28/abr	28/abr
Consultoria para o "Minuto Pet"	Para auxiliar os funcionários responsáveis pelo marketing da ONG	Grupo	02/mai	13/jun
Atualização das redes sociais	Para informar aos seguidores das novidades	Mariana	02/mai	-
Elaboração do Ficha de Cadastro dos Animais solicitado pela ONG	Para controle de entrada dos animais, ficha de lesões e medicações usadas etc. (Laudo Técnico)	Fariza	28/abr	30/abr
Checklist do projeto	Para verificar se a execução do projeto está sendo realizada pela ONG e entregar Ficha de Cadastro dos Animais	Renato	09/jun	09/jun

4 EXECUÇÃO DA EXTENSÃO

4.1 DIAGNÓSTICO

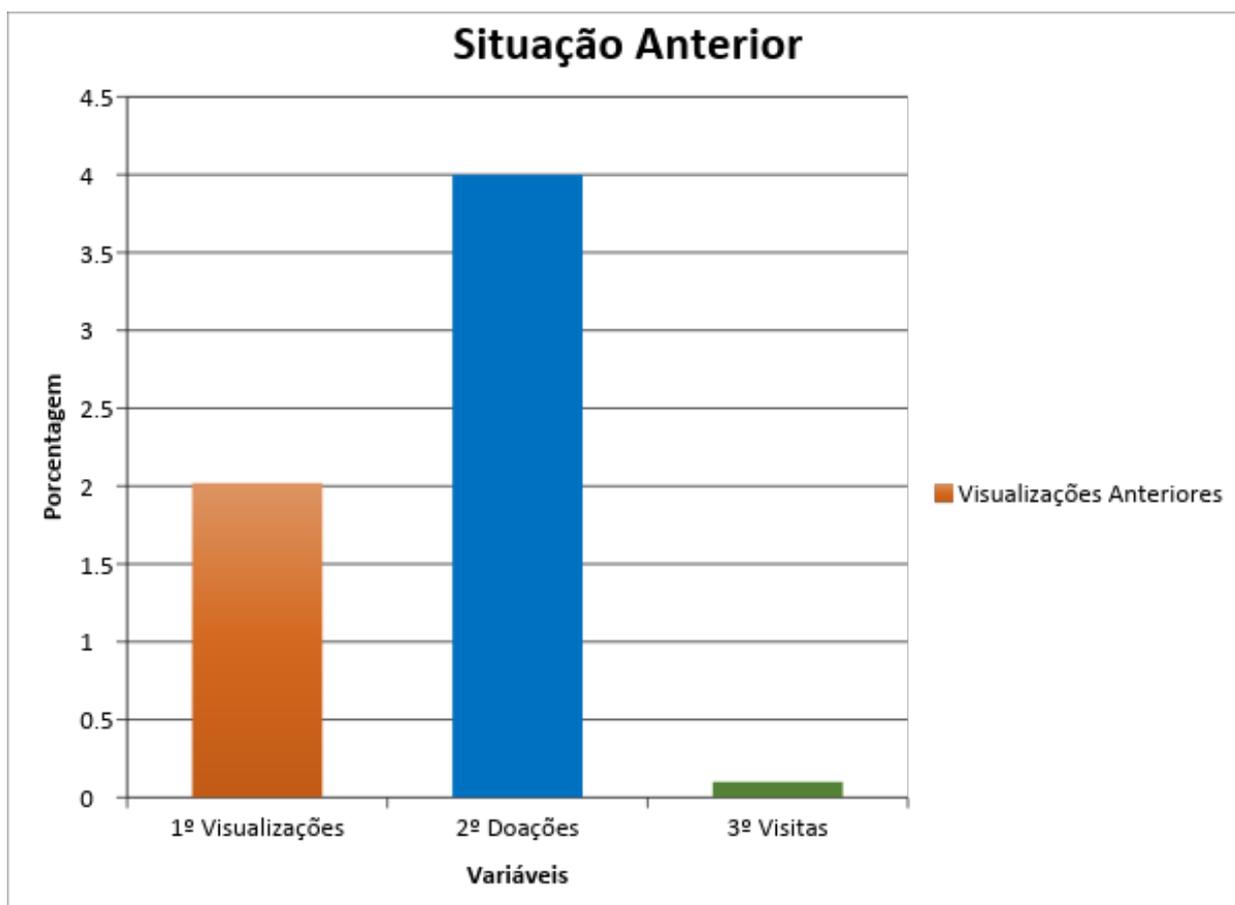
A ADASFA - Associação Defensora dos Animais São Francisco de Assis, é uma entidade sem fins lucrativos, reconhecida como de utilidade pública municipal e estadual, fundada no ano de 2004 em Aracaju, com o propósito de prestar à comunidade, dentro das suas possibilidades administrativas, serviços de abrigo, alimentação e tratamento veterinário a animais abandonados e/ou doentes, com prioridade para cães e gatos rejeitados e soltos pelas ruas da capital e em estado deplorável de saúde e nutrição. Também luta pelos direitos dos animais, realizando diversos projetos educativos. Além disso, a instituição fiscaliza maus tratos e denuncia as contravenções e crimes praticados contra esses animais. É uma associação humanitária sem fins lucrativos em busca de minimizar o flagelo dos animais abandonados.

Ao se iniciar esse projeto foi realizada uma visita técnica a fim de conhecer as instalações da associação e coletar dados de suas maiores necessidades. Em conversa com dona Antônia, atual administradora da sede em Aracaju, detectamos a carência nas doações de medicamentos, apoio voluntário, doações financeiras, além de maior espaço para abrigar os mais de quatrocentos animais que hoje em dia residem no local. Tal aglomeração tem dificultado o tratamento de doenças infectuosas como a gripe dos gatos, carrapatos, e febre. A ADASFA conta com um quadro de colaboradores composto de: uma administradora, 2 auxiliares fixas, e uma veterinária. Para que possam custear essas despesas dependem totalmente das doações de terceiros e das feiras de animais, que usam como canal de arrecadar mais fundos.

Diante dos problemas propostos o grupo focou em áreas estratégicas que pudessem dar maior visibilidade e autonomia a ADASFA. Com isso, sugerimos um projeto voltado para a área Marketing digital, frente a elaboração de vídeos com depoimentos das adoções realizadas, eventos que foram realizados, antes e depois dos animais. Para tal, nomeamos tais ações como “Minuto PET” no qual, a ideia é postar uma vez por semana um vídeo que mostre o cotidiano da associação, os tratamentos, dicas e afins. O intuito desse projeto é aproximar as pessoas as causas da ADASFA, estimulando uma maior participação da comunidade com a causa.

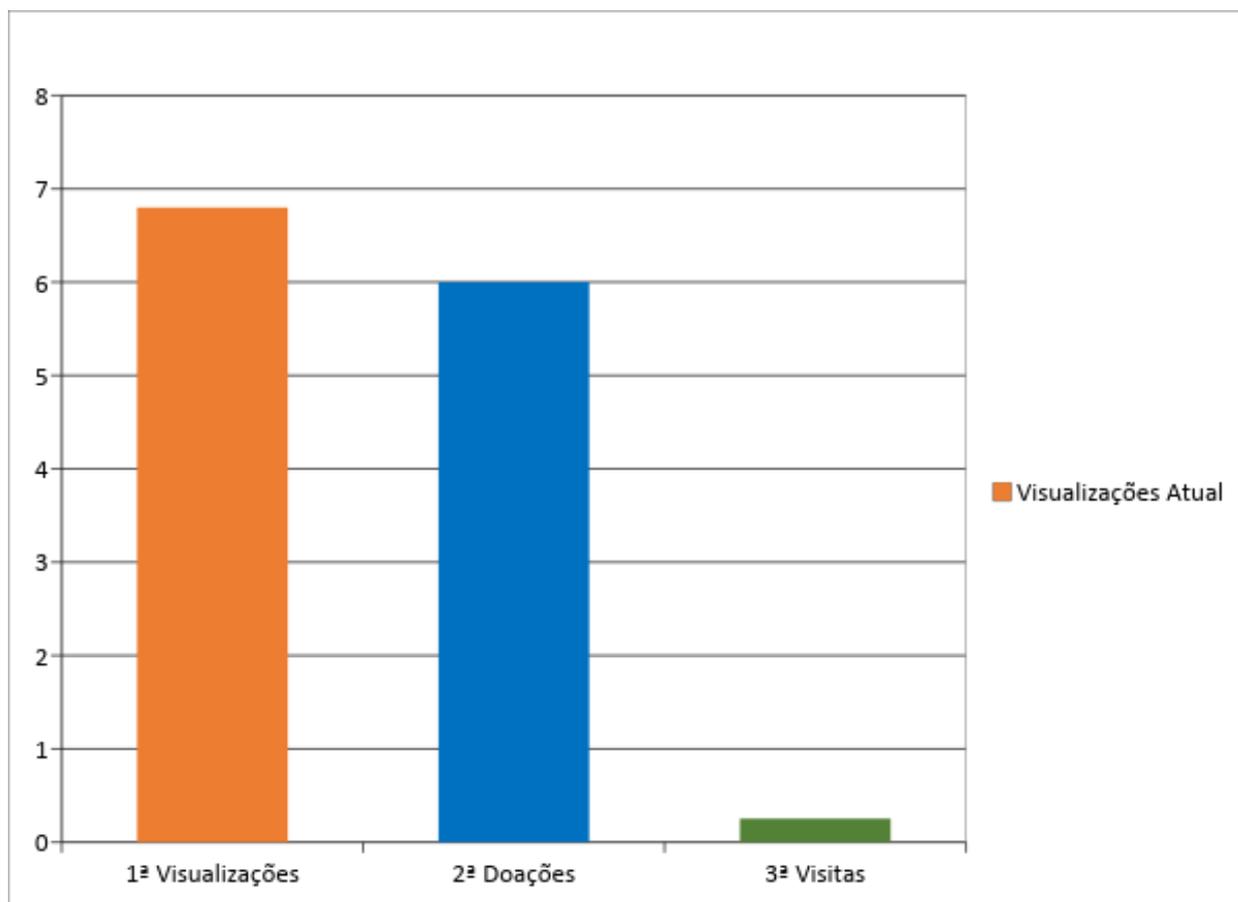
4.2 VARIÁVEIS UTILIZADAS PARA MEDIR O IMPACTO DA EXTENSÃO

As variáveis utilizadas para medir o impacto da extensão foram: Visualizações nas redes sociais, doações e visitas.



De acordo com o que se pode visualizar acima, é possível observar que o número de visitas ao abrigo, doações e visualizações em suas páginas oficiais nas redes sociais, não estava tendo o rendimento suficiente para suprir com as necessidades da ONG, tendo em vista que a mesma depende não só das divulgações nas redes sociais para obter sua lucratividade necessária para pagar seus funcionários, mas também, para ter uma visibilidade maior para com suas doações.

Os cálculos foram feitos com uma simples equação de porcentagem, trazendo uma melhor visualização quanto a forma de dados apresentada.



Percebe-se no gráfico acima que houve um aumento participativo da comunidade no período de 2018. Com a implantação do “Minuto Pet”, é possível enxergar melhor as melhorias propostas por este projeto de extensão, trazendo não só um auxílio ainda maior para a ADASFA quanto ao marketing digital, mas também, aumentando suas doações e visitas. Além disso, depois da assessoria do grupo houve um alinhamento da manutenção, acompanhamento e fiscalização do projeto pela administração atual dos seguintes dados:

- **Cadastro de animais** – formulário de histórico dos bichos e tratamentos realizados

- **Controle de Estoque de medicamentos** – entrada dos produtos em cadastro único, assim como registro de sua saída. Intuito de maior controle do periódico de utilização dos materiais.
- **Acondicionamento de medicamentos** – manutenção setorizada por finalidade e controle do FIFO dos remédios administrados na associação.
- **Minuto Pet** – manutenção dos registros digitais semanais para maior integração da comunidade.

A equipe da ADASFA em Aracaju entendeu o conceito e importância de manter sempre as redes sociais alimentadas como um canal de divulgação de suas campanhas, doações de animais, denúncias, arrecadação financeira, apoio voluntários e afins. Com isso, é possível notar que mais do que assessorar uma causa tão importante a ADASFA agora possui e aprendeu a ministrar ferramentas administrativas que serão importantes para sua demanda.

4.3 RELATOS DA ATIVIDADE

Após o grupo decidir em consenso a instituição para realizar a extensão, a primeira ação foi pesquisar o telefone da instituição em plataformas digitais e em seguida entrar em contato com ela e agendar a primeira visita. No dia 28 de março do ano corrente, um dos componentes do grupo entrou em contato com a ADASFA e agendou a visita para o dia 05 de abril de 2018 às 15:30 hrs, com o intuito de conhecer melhor a ONG e verificar quais seriam as suas necessidades.

Chegado o dia da visita, o grupo foi recepcionado pela fundadora da instituição, dona Antônia, que apresentou todos os cômodos da casa de apoio em especial: o canil, gatil, a cozinha, dispensa de alimentos, a sala de medicamentos, a área dos filhotes e área dos deficientes, tudo muito improvisado e humilde. Por se tratar de uma instituição sem fins lucrativos, todos os móveis e materiais de trabalho são doados ou arrecadados com o dinheiro das doações. No momento da visita além de determinarmos quais foram os problemas/necessidades da ADASFA, foi possível também aplicar um questionário que continha informações básicas sobre a organização e registrar em fotos todas as imagens que eram relevantes para o estudo. Este questionário foi o método de maior praticidade para obter informações básicas, como: quando a ONG foi fundada, como arrecadam as doações, se possui funcionários e entre outros.

Após a visita e diagnosticar as necessidades da ADASFA, utilizamos uma ferramenta familiar para os administradores, o mapa mental, este objeto foi de suma importância para organizar as ideias iniciais. Neste mapa mental foi possível elencar quais seriam as próximas ações da consultoria, auxiliando tanto na organização de ideias acerca do tema, como também na apresentação ordenada de etapas para determinado projeto, como foi o caso deste trabalho. As ideias que foram expostas no mapa mental, somente os dois primeiros pontos foi possível realizar antes da primeira apresentação oral em sala de aula: o contato e a visita a ADASFA, as demais ações foram executadas após o seminário. Lembrando que, para a elaboração do trabalho escrito e slides da apresentação da 1ª parte da extensão, foi necessário elaborar uma planilha com a divisão das tarefas e os prazos de entrega do conteúdo, e todos os integrantes do grupo sem exceção, entregou as tarefas no prazo estipulado.

As aulas após a primeira apresentação foram essenciais para unir o grupo e desenvolver juntos o plano de ação para as semanas seguintes. No dia 23 ao dia 27 de abril, ficou acordado que dois componentes do grupo ficariam responsáveis em reformar o armário que posteriormente seria doado à ONG para armazenar os diversos medicamentos utilizados nos tratamentos de cães e gatos doentes e machucados. Nos dias 23 ao dia 25 de Abril, os demais componentes ficarão responsáveis em acessar as redes sociais da ONG para verificar se esta tinha o hábito de divulgar as ações da instituição e quais foram as estratégias de marketing usadas para atrair novos seguidores. No dia 24 ao dia 27 de abril, outro componente ficou responsável em elaborar um planner para auxiliar no controle do estoque das mercadorias, melhorando o gerenciamento das doações que chegam na instituição. Nos dias 24 a 26 de abril foram de grande relevância para impulsionar a extensão, foi possível planejar como iríamos desenvolver o minuto pet na ADASFA.

O dia 28 de abril foi o dia “D” para a execução das atividades até então planejadas. Neste dia, entregamos o armário reformado para armazenar os medicamentos e o planner (impresso e encapado), além apresentar aos responsáveis da ONG a ideia do minuto pet, que de imediato foi aceito por todos os presentes. Ainda no dia 28 de abril, a dona Antônia nos informou que a ADASFA tinha algumas redes sociais de divulgação (Instagram e Facebook) porém um deles estava quase desativado por falta de uso e o outro mal fazia publicações, inclusive não tinha uma pessoa em específico para fazer as publicações. Em conversa com estes responsáveis, orientamos que fosse definido um único responsável para

alimentar as principais redes sociais da ONG, e para ter um maior controle do quantitativo de animais que moram no local e quais deles já tinham sido castrados e medicados, informamos aos responsáveis que iríamos elaborar uma ficha técnica do animal, essas fichas são cadastros individuais que contém as informações básicas do animalzinho como: nome, tamanho, peso, tipo de lesão, medicação e se aquele animal é castrado, essas informações que iríamos desenvolver posteriormente a visita, ajudará bastante os funcionários do abrigo no momento da aplicação dos remédios e até mesmo no momento da adoção do animal, visto que, um dos pontos essenciais na adoção é a dosagem de vermifugação em dias e a castração do animal.

Outra ação de grande relevância na visita do dia 28 de abril de 2018 foi a gravação do primeiro vídeo do minuto pet, aproveitamos que naquela tarde conhecemos a Mariana, pessoa de confiança da dona Antônia que ficou responsável a partir daquele dia para alimentar o Instagram e Facebook da ONG, e ensinamos a ela alguns truques de como gravar vídeos de pouca duração e com teor de atratividade, relatando a história de alguns animais que moram na associação. Alguns dos vídeos que reproduzimos na ONG foram divulgados nas redes sociais da ADASFA com a #minutopet.

Posteriormente a visita do dia 28 de abril, fizemos um grupo no aplicativo WhatsApp e adicionamos o contato telefônico da Mariana, o intuito desse grupo foi auxiliá-la nas postagens que ela iria começar a publicar desde então. Infelizmente a Mariana não tinha a habilidade de fazer postagens ou formatar os vídeos que eram produzidos, o grupo do WhatsApp por sua vez, foi uma ferramenta essencial para intermediar a assessoria nas semanas seguintes. É importante ressaltar que as assessorias de marketing aplicadas na ADASFA foram realizadas pelo aplicativo WhatsApp, como também pessoalmente. Em relação as postagens no Instagram e Facebook postadas no momento da assessoria foram acompanhadas por todos do grupo, caso houvesse alguns erros na postagem ou dificuldade na edição das fotos ou vídeos, utilizávamos a ferramenta de bate papo para trocar mensagens de orientações à responsável do marketing da instituição.

Com o intuito de fazer o checklist da extensão, no dia 09 de junho iremos a ADASFA para verificar se as execuções e projetos que foram implantados trouxeram benefícios para a instituição e entregar as fichas técnicas que foram elaborados após a visita do dia 28 de abril do ano corrente.

4.4 REGISTRO DA ATIVIDADE

Durante nosso projeto de extensão na ADASFA foram registradas algumas atividades tais como:

- Questionário de Entrevista Inicial;
- Fotos da visita inicial a ADASFA;
- Ficha Técnica elaborada para o Cadastro Dos Animais;
- Planilha elaborada para o Controle de Estoque;
- Fotos Do Instagram durante o desenvolvimento do Minuto Pet;
- Grupo no Whatsapp para desenvolvimento do projeto com responsável;
- Visita Realizada Para Aplicação Do Projeto De Extensão.

4.4.1 - Questionário de Entrevista inicial

1) Como surgiu a ideia da criação da ADASFA?

R = Através de uma parceria entre amigas com o intuito de abrigar cães e gatos desamparados e maltratados pelas ruas de Aracaju.

2) Possui funcionários? Sim Não

Se sim, quantos?

R = 4 funcionários, sendo 2 mulheres e 2 homens.

3) Quais os valores da ADASFA?

R = Recolher das ruas cães e gatos desamparados pelas ruas de Aracaju. “Onde muitos veem o abandono, vemos a esperança”.

4) Possui parceiros? Sim Não

Se sim:

-- Quais?

R = Pessoas voluntárias que contribuem para ajudar esta causa.

- Como contribuem? Doação Contribuição Monetária

Voluntariedade

5) O local da ONG é: Próprio Alugado

6) Qual a capacidade de locação do local?

R = 300 cães e 200 gatos

7) Quantos animais têm atualmente?

R = 400 cães e 250 gatos

8) Por quais meios os animais chegam a ONG?

E-mail Telefone WhatsApp Recolhimento

9) Como vocês divulgam a ADASFA?

Jornal Panfletos Redes Sociais Site

10) Como é realizada a organização do estoque (com detalhes):

Entradas: Planilhas Software Anotações

Saídas: Planilhas Software Anotações

11) Quais são as principais necessidades da ONG?

R = Comida e utensílios para distribuição de comida.

4.4.2 - Fotos da visita Inicial a ADASFA



Figura 1 - Alojamento dos gatos





Figura 3 - Cozinha



Figura 4 - Alojamento dos cães



Figura 5 - Alojamento dos cães



Figura 6 - Filhotes

4.4.3 - Ficha Técnica elaborada para o Cadastro Dos Animais

 <h3 style="text-align: center;">Ficha Técnica</h3> <p style="text-align: right;">Data: __/__/__</p> <p>Animal: _____</p> <p>Tamanho: _____</p> <p>Peso: _____</p> <p>Habitat: _____</p> <p>Alimentação: _____</p> <p>Lesões: _____</p> <p>Medicação: _____</p> <p>Obs: _____</p>	Foto
--	-------------

Figura 7 – Ficha técnica

4.4.4 - Planilha elaborada para o Controle de Estoque

CONTROLE DE ESTOQUE					
MÊS:	ANO:				
Dia	DESCRIÇÃO	ENTRADA	SAÍDA	ESTOQUE ATUAL	Obs.
01					
02					
03					
04					
05					
06					
07					
08					
09					
10					
11					
11					
13					
13					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31					
TOTAL					

Figura 8 – Controle de estoque

4.4.5 - Fotos Do Instagram durante o desenvolvimento do Minuto Pet

adasfa.sergipe PARA ADOÇÃO 🐾🐱🐾
 Quem lembra do nosso gatinho que foi deixado na #Adasfa com a carinha tomada por sarna?! Role para o lado e veja como ele está depois de muitos cuidados e dedicação! Ele está para adoção e pronto para mudar a história de vida dele. Macho, castrado e muito dócil 🐾🐱🐾
 Interessados entra em contato com o número abaixo:
 Antonia: 99867-3222 📞

#Adasfa #MinutoPet #AdoteUmGatinho

Figura 9 - Fotos para adoção

Como prometido, toda sexta tera um vídeo de pessoas que adotaram animais com nosco, um pouco da historia de cada bichinho adotado!! Essa moça adotou duas cadelas com a gente, mãe e filha. Eram de um morador de rua que infelizmente não pode continuar com elas duas e mais um filhote , o filhote macho foi adotado em uma das nossas feirinhas e a mamãe e a outra bebe voltaram para o abrigo! Até então essa moça se interessou pela mamãe e viu que a cadelinha ficava um pouco triste e decidi entra em contato com nosco para adotar a outra bebe! Segue o exemplo dela pessoal adotem um adulto e chega de preconceito com raça ou até o sexo dos cães, SRD também merece amor, fêmeas também merecem amor, não é so para se reproduzirem não!!!! Nina e belinha adotadas e felizes 🐾🐾🐾 Quem tive animais adotado com nosco, gato ou cachorro nos mande seu video também, mostrando como vocês estão felizes enterem adotado um animal, eviem para o número 79998108852 (Mariana) 📞 #MinutoPet



Figura 10 - Relatos de Adotantes



308 visualizações

adasfa.sergipe #MINUTOPET 🐾🐾🐾 Folk tem 4 meses e foi adotado em uma das nossas feirinhas de adoções, porém foi devolvido por motivos pessoais da sua tutora. Ele chegou no nosso abrigo cheio de fungos, mas já está bem e curado! 🙌🙌🙌 Agora Folk está disponível p/ adoção mais uma vez. Ele é porte pequeno e bem peludo. Quem tiver interesse em adotá-lo, entre em contato com os números abaixo ou vai lá na #adasfa e o leva para casa ❤️🐾🐾 Antonia: 99867-3222

Figura 11 - Fotos para adoção



480 visualizações

adasfa.sergipe RELATOS DE ADOTANTES ❤️

🐾 Mais uma das nossas CADELAS ADULTAS, adotada e vive muito bem com seus novos tutores e ainda ganhou um irmãozinho. Faça igual ao senhor Francisco adote! Se você tem um animal adotado na #adasfa (cão ou gato), mande seu vídeo para nós que postaremos em nossas redes sociais 🐾❤️ Contatos:
Mariana 998108852
Jéssica 988321008

#adote #adoteumgatinho #adoteumcao
#adotarévida #adotarébom #adotenãocompre
#adoteumviralata #maedepettbmémae
#viralatatbmmereceamor #minutopet

Figura 12 - Relatos de Adotantes

4.4.6 - Grupo no WhatsApp para desenvolvimento do projeto com responsável

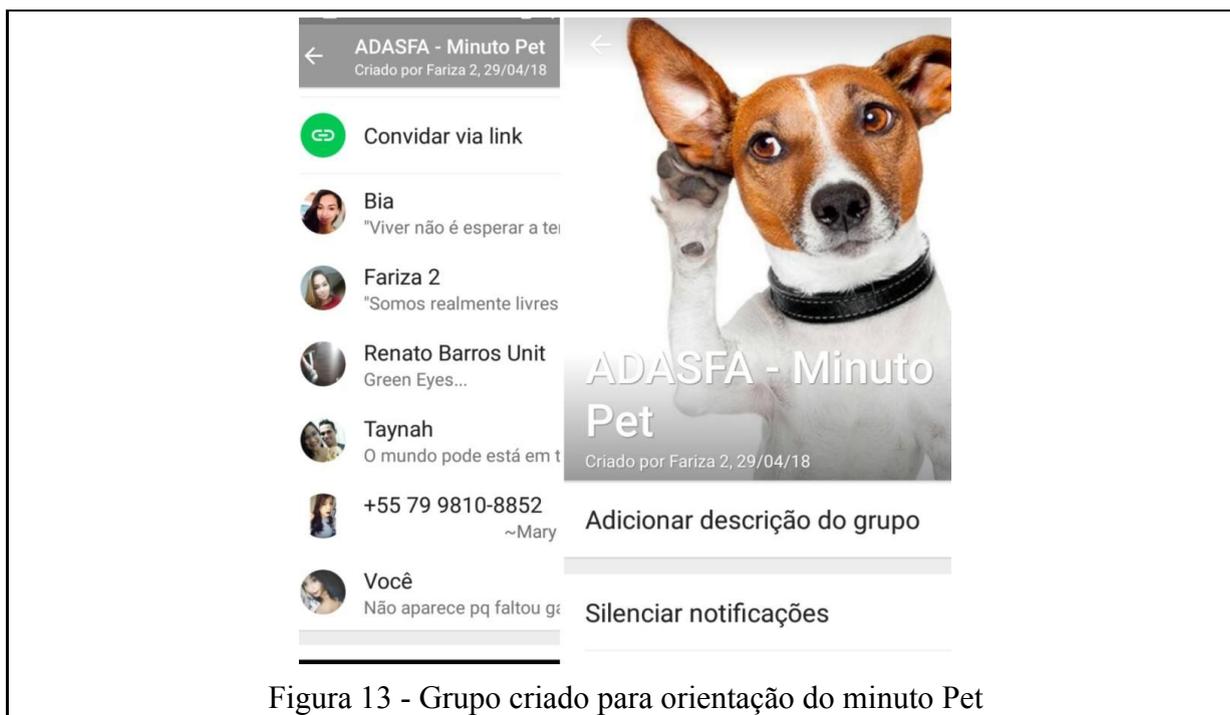


Figura 13 - Grupo criado para orientação do minuto Pet

4.4.7 - Visita Realizada Para Aplicação Do Projeto De Extensão



5 CONCLUSÃO

Diante do trabalho presente, é possível concluir que para a ADASFA, que é objeto de estudo deste trabalho e uma organização do terceiro setor, conseguir alcançar seus objetivos, é necessário ter planejamento para desenvolver projetos tecnicamente estruturados. Para isso, é fundamental que a divulgação desses projetos seja realizada para que a sociedade esteja ciente da situação e, se possível, ajude de alguma forma a organização a conseguir recursos suficientes para o investimento social. Por se tratar de uma instituição que abriga animais necessitados, onde muitos destes precisam passar por tratamentos prolongados que muitas vezes, ultrapassam o orçamento ONG, uma possível solução para a ADASFA seria criar estratégias de marketing que aumentem essas adoções por parte das pessoas, e assim os custos sejam reduzidos.

Outra questão a ser observada, é a questão do planejamento e controle de estoque de rações e medicamentos dos animais. É preciso que os responsáveis pelo gerenciamento dessa área se organize para assim conseguir suprir as necessidades de cada animal da melhor

forma possível, para assim ter um trabalho eficiente e, conseqüentemente, chegue a um resultado eficaz.

6 REFERÊNCIAS

Caio Santangêlo, Disponível em:
<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/aimportancia-da-pesquisa-de-marketing/31419/>. Acesso em: 14/04/2018.

MAHOTRA, Naresh. **Pesquisa de Marketing**: Uma orientação aplicada. 6.ed.São Paulo: Bookman, 2012.

VIEIRA, Rodolfo. **A importância da pesquisa de marketing através de um estudo de caso para uma empresa no ramo de açaí**. Rio Grande do Norte.2012.Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Simpósio de excelência de gestão e tecnologia.

BRITTO, Alceu. **PUCPR Mestrado Informática Aplicada (Metodologia Científica)**.<http://www.ppgia.pucpr.br/~alceu/mestrado/MC/MCIC_01_v3.pdf>. Acesso em 14 de abril de 2018.

JEZINE, Edineide. **As Práticas Curriculares e a Extensão**. Disponível em: <
 Universitária <http://br.monografias.com/trabalhos-pdf901/as-praticas-curriculares/aspraticas-curriculares.pdf>>. Acesso em 14 de abril de 2018.

Cervo, Amado Luiz / Silva, Roberto da / Bervian, Pedro A. **Metodologia Científica** - 6ª Ed. 2007. Pearson.

Gestão pública. Disponível em: <http://www.e-gestaopublica.com.br/mudanca-de-setorescomo-a-gestao-administrativa-se-organiza/>. Acesso em: 14/04/2018.

Ciclo PDCA. Disponível em: <http://www.venki.com.br/blog/o-que-e-ciclo-pdca/>

Gestão. Disponível em: <https://www.significados.com.br/gestao/>. Acesso em: 14/04/2018.

Gestão Administrativa e financeira. Disponível em: <https://blog.contaazul.com/gestaoadministrativa-e-financeira-o-que-falta-para-o-sucesso-de-sua-empresa>. Acesso em: 14/04/2018.

BLOG BHBIT. **O que é Terceiro Setor – Significado e sua história no Brasil**. Disponível em: <<https://www.bhbit.com.br/terceiro-setor/o-que-e-terceiro-setor-significado>>. Acesso em 14 abr. 2018.

FAHEY, Liam; RANDALL, Robert M. **MBA curso prático: estratégia**. 4 ed. Rio de Janeiro: Campus. 1999.

OLIVERIA, Djalma Pinho Rebouças. **Excelência na administração estratégica**. São Paulo: Atlas, 1999.

SALAMON, L. and ANHEIER, H. “In search of non profit-sector: in search of definitions”, *Voluntas*, v. 13 , n. 2, p.125- 152, 1992. WRIGHT, Peter; KROL J. Mark; PARNEL, John. **Administração estratégica: conceitos**. São Paulo: Atlas, 2001.

WRIGHT, Peter; KROL J. Mark; PARNEL, John. **Administração estratégica: conceitos**. São Paulo: Atlas, 2001.

