

PORTFÓLIO

2021



Integrantes

Raquel de Queiroz	Amanda Lara	Gabriel Genovesi	Lorenzo Chiaretti
André Carlin	Ana Chaves	Gabriela Hibner	Lucas Lugan
Beatriz Marinho	Anna Romano	Gabriela Davanso	Luiza Piellusch
Gabriela Gondo	Aron Davidovici	Grazielle Strobio	Maria Eduarda Ewbank
Guilherme Franzim	Arthur Gagliardi	Henrique Bortolotti	Max Maia
João Cláudio Leal	Augusto Uehara	Kauê El Chihimi	Pedro Gorini
Laura Fabbro	Beatriz Vieira	Larissa Lima	Rodrigo Lopes
Leonardo Teruya	Camila Rocha	Letícia Magalhães	Vitória de Christo
Mariana Santana			

Nosso trabalho

Nós prestamos consultoria gratuita para instituições do setor social. Em 2021, trabalhamos com 6 projetos, 4 Organizações Não Governamentais e 2 Negócios de Impacto Socioambiental. A nossa metodologia é constituída por quatro principais fases durante o projeto. A primeira consiste nas análises interna e externa, mapeando, por meio de ferramentas administrativas, pontos fortes e fracos de cada organização. Depois, definimos nossos campos de atuação, levando em consideração as necessidades de cada instituição. Por fim, implementamos aquilo programado durante o planejamento, em um processo de cocriação com os gestores das organizações. Além disso, mantemos um acompanhamento contínuo do nosso trabalho, colhendo feedbacks constantes com os nossos parceiros.

CONSULTORIA: ETAPAS DE UM PROJETO

Com nossa metodologia, passamos por quatro principais fases durante o projeto.

1. Diagnóstico

A primeira consiste na análise interna e externa, mapeando, por meio de ferramentas administrativas, pontos fortes e fracos de cada organização.

2. Planejamento

Definição de quais serão os campos de atuação durante o projeto, levando em consideração as necessidades de cada instituição.

3. Implementação

Por fim, é aplicado aquilo que foi programado durante o planejamento, em um processo de cocriação junto aos gestores das organizações.

4. Acompanhamento

Além disso, mantemos um acompanhamento contínuo do nosso trabalho, colhendo feedbacks constantes com os nossos parceiros.

Caité Engenharia e Meio-Ambiente

A Caité Engenharia e Meio-Ambiente é um negócio de impacto social nascido em 2020 voltado para a confecção de relatórios ambientais, além de realizar projetos de obras hidrossanitárias sustentáveis e de captação de água para todo o Brasil.

Disfunções principais encontradas

As principais disfunções encontradas na instituição envolviam as áreas de captação de clientes, administrativo e comunicação externa.

Como foi a nossa atuação

Para cada área de atuação buscamos entregas que fossem alavancar as perspectivas da Caité. Na área de comunicação externa, foi realizada uma entrega que visava uma melhor compreensão aos clientes e parceiros do que se tratava a empresa, por meio de uma nova apresentação institucional. Na área de captação de clientes, visando uma prospecção ativa mais eficiente, foi realizada uma definição dos diferenciais da empresa para um maior know-how na hora de se comunicar com clientes e um mapeamento de diversas empresas e profissionais que poderiam oferecer parcerias. Na área administrativa, foi entregue uma planilha modelo de Planejamento Estratégico anual, para auxiliar na organização e na mensuração de metas e objetivos da empresa, além de uma mentoria de precificação. Por fim, também nesta seção, foi entregue uma planilha financeira, com o intuito de organizar os gastos e as receitas mensais e anuais.



Integrantes: André Carlin, Ana Chaves, Gabriela Hibner e Max Maia

Círculo Laranja

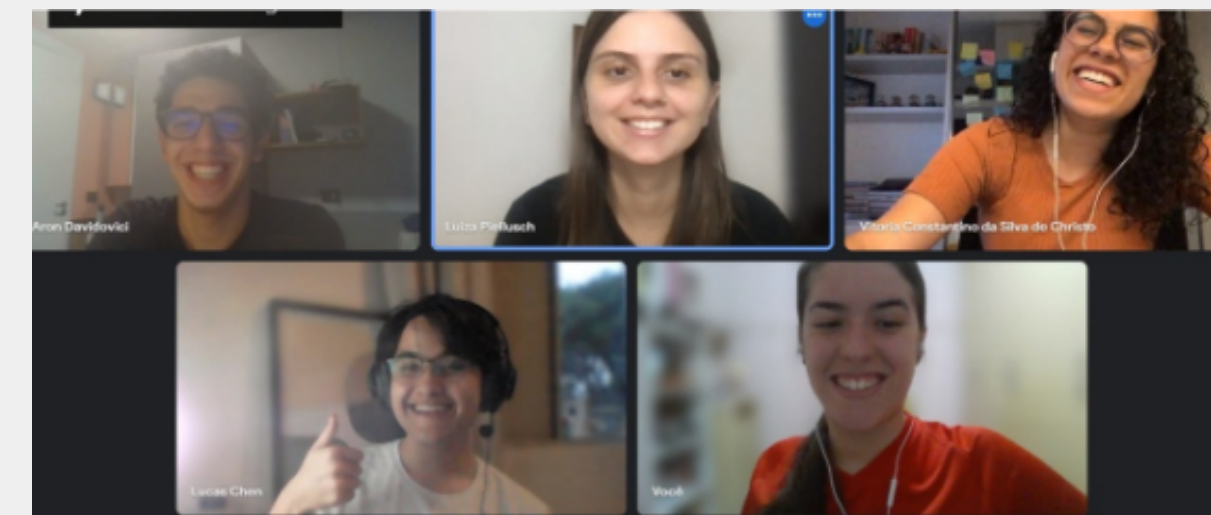
O Círculo Laranja é uma organização sem fins lucrativos que nasceu em 2015 como resultado da luta por direitos trabalhistas dos garis em 2014 que teve amplo apoio popular na reivindicação de melhorias para a categoria junto ao poder público. Hoje o Círculo trabalha com diversas ações voltadas ao incentivo da cidadania e mobilização popular, incluindo áreas de educação, saúde, sustentabilidade, cultura e outros.

Disfunções principais encontradas

As principais disfunções encontradas na instituição envolviam as áreas de comunicação interna, planejamento estratégico e captação de recursos.

Como foi a nossa atuação

Para cada área de atuação que decidimos trabalhar foram estruturadas algumas entregas para solucionar as principais disfunções encontradas. Na área de comunicação interna foram desenvolvidas entregas com objetivo de melhorar o alinhamento da equipe e garantir gestão de conhecimento por meio de uma comunicação mais eficiente e, para isso, fizemos uma pesquisa de clima organizacional, newsletters mensais, manual de ferramentas de contato e do Google. Já a área de captação de recursos tinha como objetivo garantir que a organização atinja sustentabilidade financeira no longo prazo e, para isso, estruturamos uma aba de doações para o site do Círculo, fizemos uma apresentação institucional, um manual de parcerias e realizamos uma campanha de doação para pessoas físicas. Por fim, a área de planejamento estratégico focou na definição dos objetivos para a organização, entregamos uma planilha de definição de objetivos e revisamos o funcionograma e o organograma da organização.



Integrantes: Vitória Constantino, Aron Davidovici, Mariana Santana, Luiza Piellusch e Lucas Lugan

Clínica Preta

A Clínica Preta é um negócio de impacto social voltado em prover assistência psicossocial para a população preta do Brasil, psicólogos pretos para clientes pretos.

Disfunções principais encontradas

Falta de planejamento de longo prazo, comunicação estruturada e uma capacitação de vendas bem estruturada.

Como foi a nossa atuação

Atuamos em 4 grandes frentes: Comunicação, financeiro, parcerias e vendas. Dentro de comunicação priorizamos criar um manual da marca e um planejamento de postagens para que a CP possa padronizar sua identidade visual. A parte financeira foi focada em capacitar os gestores sobre os principais demonstrativos financeiros como DRE, Balanço, DFC... Também mapeamos potenciais parceiros para a instituição, criamos uma apresentação institucional para facilitar a comunicação da Clínica Preta com seus principais Stakeholders. Por último, criamos uma Landing Page para que o tráfego de clientes fosse centralizado em um endereço eletrônico, visto que anteriormente a CP utilizava somente as redes sociais.



Integrantes: Lorenzo Chiaretti, Maria Eduarda Ewbank, Beatriz Marinho, Grazielle Strobio e Anna Romano

Instituto Nova Visão

O Instituto Nova Visão (INV) é uma ONG que atua oferecendo a prática de futebol de cinco para deficientes visuais, tendo também um time competitivo. Além disso, o INV tem projetos que visam a inclusão de deficientes visuais no acesso à educação e cultura.

Disfunções principais encontradas

O INV apresentou disfunções na área de marketing, mídias sociais e capacitação de recursos.

Como foi a nossa atuação

A partir das disfunções encontradas, o grupo de projetos montou um Manual da Marca do zero, redefinindo a paleta de cores, logotipo e tipografia usada pelo INV. Foi feita também uma Capacitação de Marketing para os gestores e a disponibilização de alguns templates prontos. Para captação de recursos, o grupo realizou uma Mensuração de Impacto da instituição, com o fim de tangibilizar o impacto causado pelo INV. Foi remodelado a Plataforma de Doações do site, inserindo os dados da mensuração de impacto, assim como a possibilidade de doação mensal regular. Por fim, o site foi remodelado respeitando as novas informações do Manual da Marca, além de ser estruturada uma Apresentação Institucional, facilitando a prospecção de parcerias, tanto de pessoas físicas para doações, quanto instituições para a Lei do Incentivo ao Esporte.



Integrantes: João Cláudio, Kauê Chihimi, Amanda Lara, Arthur Saldys e Larissa Lima

Instituto São Paulo Antiga

O Instituto São Paulo Antiga é uma OSC residente em SP que realiza atividades como a documentação da história, arquitetura e indústria de São Paulo, além disso eles possuem uma biblioteca com um acervo de livros relacionados a São Paulo, alguns raríssimos e únicos nessa coleção. Por fim, produzem artigos, textos acadêmicos e curiosidades sobre São Paulo, divulgando no site do Instituto para público junto a notícias e eventos que acontecem na cidade de São Paulo.

Disfunções principais encontradas

Apesar de já ser uma OSC bem consolidada, o ISPA ainda possuía algumas disfunções como a falta de planejamento financeiro, a pouca captação de recursos e a falta de equipe para realizar as tarefas operacionais do instituto.

Como foi a nossa atuação

Tivemos como foco principal na nossa consultoria a busca por entregas que suprissem as disfunções do ISPA, a atuação no planejamento financeiro teve como entrega a criação de uma Planilha Financeira automatizada de fácil manuseio para os gestores, a planilha contava com lançamentos automáticos das contas do Instituto, além de possuir um controle do caixa e das despesas e receitas. As soluções para captação de recursos nas nossas entregas tiveram como enfoque à manutenção e à prospecção de doadores, criamos um Mapeamento de Parcerias e também uma Campanha de Doação no Instagram, além de disseminar a cultura de doação no instituto que não pedia auxílio ao público antes. No que tange a falta de equipe do ISPA, focamos em procurar voluntários através da plataforma Atados. Além disso, em complemento a consultoria prestada a OSC, reformulamos em marketing a apresentação institucional, com o intuito de promover a visibilidade da organização perante possíveis parceiros.



Integrantes: Laura Fabbro, Beatriz Vieira, Rodrigo Sousa, Henrique Bortolotti e Letícia Moraes

Matemática em Movimento

O Matemática em Movimento é uma ONG de São Paulo - SP, atua no campo da educação, fornecendo aulas de reforço de matemática e redação para alunos de escolas públicas do 9º ano do Ensino Fundamental ao 3º ano do Ensino Médio.

Disfunções principais encontradas

As suas principais disfunções eram nas áreas de captação de recursos, gestão de pessoas e administrativa

Como foi a nossa atuação

No setor administrativo, foi identificado que era necessário estruturar o processo interno de mapeamento de processos, para isso, mapeamos um dos seus processos como exemplo, demonstramos o passo a passo e fizemos um manual que servisse como forma de capacitação para a gestão. Quanto à área de gestão de pessoas, elaboramos uma pesquisa de pulso e estruturamos um formulário de feedback, além de disponibilizarmos materiais para a capacitação da gestão quanto a ambas ferramentas. Por fim, na área de captação de recursos, foi elaborada uma extensa pesquisa e capacitação da gestão sobre o tema de captação de recursos para ONGs, o que culminou na elaboração de um manual e novas diretrizes de captação.



Integrantes: Leonardo Teruya, Camila Rocha, Gabriel Genovesi, Gabriela Davanso e Pedro Gorini

Integrantes

João May	Amanda Pavan	Guilherme Lopes
Luana Villares	Anna Karydi	Julia Ricci
Lucas Silveira	Beatriz Okyama	Mariana Vianna
Sakuko Tsujihana	Bruna Mussoi	Marília Falcão
Tamy Beatriz Miyano	Davi Bueno	Rayane Santos
Vitor Canuto		

Nosso trabalho

Nós prestamos consultoria gratuita para instituições do setor social. Em 2021, trabalhamos com 6 projetos, 4 Organizações Não Governamentais e 2 Negócios de Impacto Socioambiental. A nossa metodologia é constituída por quatro principais fases durante o projeto. A primeira consiste nas análises interna e externa, mapeando, por meio de ferramentas administrativas, pontos fortes e fracos de cada organização. Depois, definimos nossos campos de atuação, levando em consideração as necessidades de cada instituição. Por fim, implementamos aquilo programado durante o planejamento, em um processo de cocriação com os gestores das organizações. Além disso, mantemos um acompanhamento contínuo do nosso trabalho, colhendo feedbacks constantes com os nossos parceiros.

INCUBADORA: ETAPAS DE UM PROJETO

Com nossa metodologia, passamos por cinco principais fases durante o projeto.

1. Diagnóstico

Entender o que o empreendedor fez até agora, esboçar possibilidades de produtos e planejar a imersão.

2. Imersão

Se aprofundar no mercado, analisar concorrentes, conhecer o beneficiário, encontrar o cliente.

3. Definição

Síntese de informações, definição da proposta de valor e diferenciais

4. Prototipação

Elaborar ideias de produtos e serviços, testar protótipos e verificar validação do público-alvo.

5. Divulgação

Escolher canais de comunicação, estruturar discurso de venda e de impacto (pitch).

Do Talo à Casca

Integrantes: Luana Villares, Amanda Pavan, Bruna Mussoi e Mariana Vianna

Do Talo à Casca é um negócio social do Rio de Janeiro que possui o objetivo de promover e conscientizar a população sobre o aproveitamento total do alimento. Ele tem o intuito de apresentar estratégias práticas e sustentáveis para evitar o desperdício de comida, combatendo a insegurança alimentar e o descaso com os recursos naturais, por meio de cursos gastronômicos. Também busca a promoção de uma dieta mais saudável e nutritiva ao incentivar o consumo de cascas, flores, sementes e talos, partes do alimento que são comumente descartadas, mas que contém nutrientes ricos e diversos.

ODS abrangidas

Fome zero e agricultura sustentável; Saúde e bem-estar; Trabalho decente e crescimento econômico; e Consumo e produção sustentáveis

Como foi a nossa atuação

O Do Talo à Casca chegou até a etapa de prototipação, na qual realizou um MVP e fez a preparação de um segundo. Nesse primeiro MVP, foi organizada uma oficina para a validação da organização dos futuros cursos do projeto, do planejamento financeiro e da demanda por esse tipo de curso alimentar na comunidade da empreendedora no Rio de Janeiro. Assim, as empreendedoras conseguiram fazer uma etapa de teste e realizaram sua primeira oficina, recebendo um feedback positivo dos participantes.

Chamacria

Integrantes: Tamy Beatriz Miyano, Pedro Figueiredo, Marília Falcão, Guilherme Lopes e Rayane Santos

Um negócio social do Rio de Janeiro que nasceu nas favelas do Fallet e Fogueteiro e tem como lema o “Nós por nós”. Partindo do senso de comunidade dentro da favela o Chamacria é uma solução para o serviço precário de delivery dentro das comunidades, a ideia é conectar negócios periféricos com os moradores da favela e ser uma opção extra de renda para entregadores. A arrecadação vem de uma parcela, do valor cobrado do cliente, e o impacto é gerado a partir da renda extra para negócios periféricos e entregadores, além da dignidade e inovação para os moradores da favela.

ODS abrangidas

Trabalho decente e crescimento econômico; Indústria, inovação e infraestrutura; e redução das desigualdades.

Como foi a nossa atuação

O Chamaria pivotou antes da fase de definição, passou de um delivery de lanchonetes para um delivery mais generalista com foco no abastecimento de produtos de mercearia, muito devido a fase de imersão e os dados levantados em entrevistas com moradores e comerciantes. O primeiro MVP foi montado utilizando um Linktree com as redes sociais e o wpp business, o qual era utilizado para contato com o cliente, inclusive algumas mensagens foram automatizadas. Por fim, o projeto passou pela fase de teste e conseguiu sua primeira venda, sendo ela de produtos de limpeza e papel higiênico.

Integrantes

Pedro Boscayno	Christyan Satoshi	Gustavo Martins
Alice Ahn	Davi Hengles	Marianna Pandolfi
Julia Smith	Debora Ellem	Mariah Oliveira
Luis Felipe	Fabiana Benedetti	Victor Oliveira
Luna Leister-Jönck	Gabriel Nogueira	
Pedro Boscayno		

Nosso trabalho

A área de Eventos se propõe a aproximar o meio universitário de questões socioambientais por meio de ativações, palestras, feiras e produções de conteúdo (IGTV's, artigos, lives e conteúdo de mídias sociais). Nosso objetivo é informar e propor reflexões durante nossas ações, sempre visando a conscientização sobre questões socioambientais e a aproximação do Terceiro Setor e do Setor 2.5 com o meio universitário.

Bixos em Ação

O Bixos em Ação é um projeto que tem como objetivo acolher os caloures e tornar o momento de entrada na faculdade o mais especial possível, proporcionando também o impacto social a partir das ações dos novos alunos da universidade

Como foi a nossa atuação

1. Rifas Cangurus em Ação: Durante a Gincana dos Bixos, a tradicional campanha de arrecadação aconteceu por meio das rifas Cangurus em Ação, que destinou todo o dinheiro arrecadado a ONG's da plataforma Social em Ação, iniciativa da FEA Social que conecta doadores a organizações do terceiro setor. Foram sorteados dois prêmios em dinheiro para compra de roupas e itens de papelaria na loja USPapel. Ao longo dos quase 4 dias de evento, foram vendidas 1028 rifas. Os gastos do evento consistem no voucher da USPapel de 150 reais e as taxas do Mercado Pago. Assim destinamos R\$3091,11 para o Social em Ação.

2. Roda de Conversa: Impacto social na universidade: A roda de conversa teve como objetivo proporcionar um espaço de troca de experiências envolvendo membros e ex-membros da FEA Social e os alunos ingressantes na universidade. Nesse espaço, discutimos a experiência de participar de uma entidade social e ao mesmo tempo as consequências dessa vivência no âmbito pessoal e profissional.

- 9 pessoas fora da FEA Social
- 15 membros da gestão 2021



Integrantes: Alice Ahn, Julia Smith, Luis Felipe, Luna Leister-Jönck e Pedro Boscayno

Impactus

Integrantes: Alice Ahn, Christyan Satoshi, Davi Hengles, Debora Ellem, Fabiana Benedetti, Gabriel Nogueira, Gustavo Martins, Julia Smith, Luis Felipe, Luna Leister-Jönck, Marianna Pandolfi, Mariah Oliveira, Pedro Boscayno e Victor Oliveira

Primeira feira de carreiras de impacto social da USP, Tendo como visão uma sociedade em que o impacto socioambiental seja intrínseco à qualquer atuação profissional, o evento objetiva fomentar o crescimento do campo socioambiental brasileiro, conectando e apresentando profissionais a uma nova perspectiva do mercado de trabalho.

Como foi a nossa atuação

Para a realização da IMPACTUS a área de eventos foi dividida em duas frentes, plataforma e comunicação. O grupo de plataforma possuía 4 projetistas, 1 gerente e 1 assessor, eram responsáveis pela construção da plataforma onde ia ocorrer o evento, definiram e construíram as atividades, palestras, workshops e estandes. O grupo de Comunicação possuía 5 projetistas, 1 gerente e 1 assessor, e teve o papel de comunicar o público interno e externo sobre o evento, suas atividades, escopo e valores, gerenciando as redes sociais (facebook, instagram e linkedin) e a realização dos sorteios de engajamento. A duração do evento foi de 4 dias, das 11h até 19h, e nossas atividades se distribuíram em 2 rodadas de estandes, 3 workshops e 7 palestras.