

Em busca de novas perspectivas: um projeto de reformulação da identidade visual de uma entidade sem fins lucrativos da cidade de Feliz – RS

Adilson Luiz Neitzel Crist¹, Michelle Thums¹, Rafael Pires da Silva¹, Carin Maribel Koetz¹,
Paula Biegelmeier Leão¹, Ricardo Sampaio¹ e Cristina Ceribola Crespam^{1*}
*Orientador

¹Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) -
Campus Feliz. Feliz, RS, Brasil.

O processo de planejamento estratégico inclui em seu desenvolvimento a formação das estratégias que deverão ser seguidas a fim de atingir aos objetivos organizacionais, de modo que o projeto “IFRS Soluciona – desenvolvendo consultorias organizacionais”, em sua segunda edição, emana de um processo de administração estratégica, ocorrido na primeira edição desenvolvida no ano de 2016. A entidade beneficiada na primeira edição apresentou interesse em desenvolver no ano de 2017 com maior profundidade uma das estratégias apresentadas, relacionada à área de *marketing* e com foco na identidade visual. Assim, o presente projeto tem por objetivo prestar consultoria organizacional para uma entidade sem fins lucrativos de cunho social atuante na área de abrangência do IFRS - *Campus Feliz*, possibilitando a aplicação do conhecimento acadêmico construído nos cursos da instituição em prol do desenvolvimento técnico, científico e social da região. No que diz respeito à realização da estratégia escolhida pela entidade para a renovação de sua identidade visual, utilizou-se como metodologia uma ferramenta estratégica, conhecida como branding, que se refere à gestão da marca. O branding desenvolve-se a partir de um conjunto de práticas e técnicas para consolidar e agregar valor a marca e todos aspectos relacionados à identidade visual. Para isso buscou-se entender os objetivos da entidade, através de reuniões com a equipe gestora da entidade e de entrevistas semiestruturadas com os alunos, consolidando-se os principais valores por eles destacados. Desenvolveu-se ainda o processo de criação de slogan, por meio dos valores percebidos, bem como a proposta de *naming*, que figura no processo de criação de nomes para marcas e produtos. A partir destas etapas, buscar-se-á ainda desenvolver estratégias internas e externas de comunicar a nova marca para seu público interno e externo envolvidos direta e indiretamente, também chamados de *stakeholders*. Com o desenvolvimento da consultoria, espera-se auxiliar a entidade beneficiada, no que se refere à reformulação da sua identidade visual. Já como resultado para a instituição, espera-se promover uma maior aproximação com a comunidade, pois a mesma participa desse projeto desde a sua concepção, bem como diretamente no processo decisório.

Palavras-chave: Entidades sem fins lucrativos. Consultoria organizacional. *Marketing*. Identidade visual.

Trabalho executado com recursos do Edital PROEX/IFRS nº 42/2016 - Bolsas de Extensão 2017/Programa Institucional de Bolsas de Extensão (PIBEX) do IFRS.