

18ª EDIÇÃO
SET/OUT

REVISTA MD



NOSSO GRUPO
NOSSA COMUNICAÇÃO

PALAVRAS DA EQUIPE
NOSSOS PRODUTOS

Editorial

Fundada no Brasil em 2016, o Grupo MD é formado por Empresas que reúnem executivos dos mais variados setores de atuação em busca de fortalecer a livre iniciativa do desenvolvimento econômico e social, assim como a defesa dos princípios éticos de governança corporativa nas esferas pública e privada.

Presente em diversos Estados Brasileiros e com várias frentes de atuação através de seus Líderes Sociais, o Grupo MD tem como propósito, potencializar a atuação do empresariado de Instituições com e sem fins além de atores públicos na construção de uma sociedade ética, desenvolvida e competitiva globalmente.

Somos focados em melhorar os resultados de nossos clientes e parceiros, isso significa que os desafios de nossos clientes e parceiros se tornem oportunidades.

Em cada um dos nossos serviços e áreas de atuação, trazemos conhecimento e experiência que nos permitem enxergar e solucionar os desafios de maneira fundamentada e que impulse o crescimento.

Todos Juntos e Sempre em Frente...



MD

PROJETOS SOCIAIS

ASSESSORIA E CONSULTORIA

- ELABORAÇÃO DE PROJETOS
- CAPTAÇÃO DE RECURSOS
- ASSESSORIA JURÍDICA E CONTÁBIL
- ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS
- IMPLANTAÇÃO DE PROJETOS
- ASSESSORIA PÚBLICA
- CONSULTORIA PRIVADA

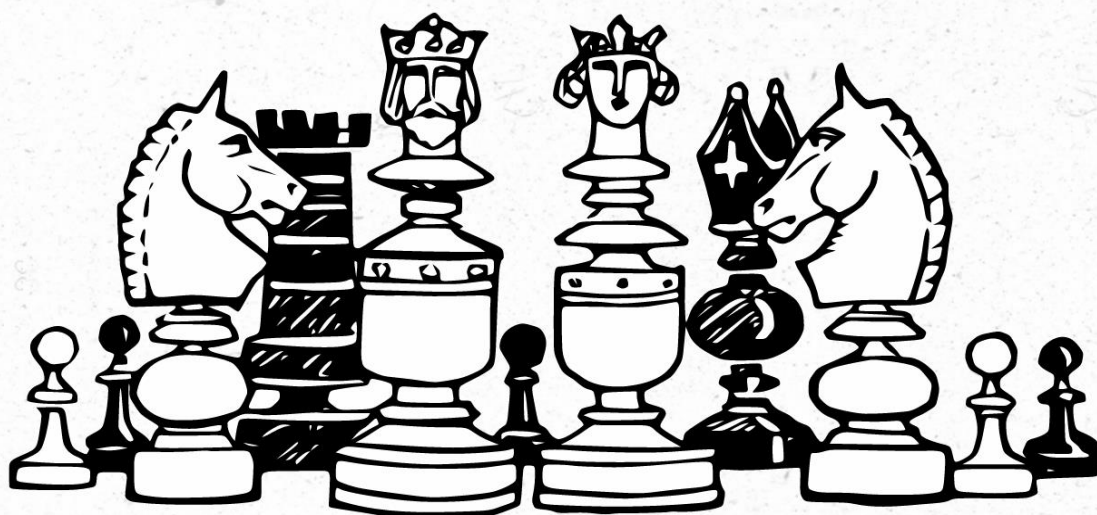


Assessoria e Consultoria
de Projetos Sociais



AXP

BRASIL



ACADEMIA DE XADREZ PEDAGÓGICO

www.axpbrasilxp.wixsite.com/xadrezpedagogico





INSTITUTO DRD

**NOSSA MISSÃO É FORMAR PESSOAS
NAS ÁREAS ESPORTIVAS E CULTURAIS
PREPARADOS PARA A SOCIEDADE
CONTEMPORÂNEA, REPLETA DE
DESAFIOS E MUDANÇAS**



www.mdprojetossociais.org



CÂMARA DE NEGÓCIOS BRASIL CHINA

- CURSOS & WORKSHOPS
- INTERCÂMBIOS ESPORTIVOS E CULTURAIS
- MISSÕES EXCLUSIVAS À CHINA
- RELACIONAMENTO PARA NEGÓCIOS
- RECEPÇÃO DE COMITIVA CHINESA

www.cnbrasilchina.wixsite.com/cearabrazil



IBMS

Instituto Business de Marketing Social

- **DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS NAS ÁREAS DE NEGÓCIOS SOCIAIS**
- **ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS NAS ÁREAS DO ESPORTE E DA CULTURA**
- **IMPLANTAÇÃO DE PROJETOS SOCIAIS NAS ÁREAS DO ESPORTE E DA CULTURA**
- **INTERCÂMBIOS ESPORTIVOS E CULTURAIS**
- **PALESTRAS, SEMINÁRIOS E FEIRAS NOS SEGMENTOS ESPORTIVOS, CULTURAIS E SOCIAIS**

www.ibmsmarketing.wixsite.com/mktsocial

COMENDADORIA TEMPLÁRIA SANTO GRAAL

www.ctsantograal.wixsite.com/cearabrazil



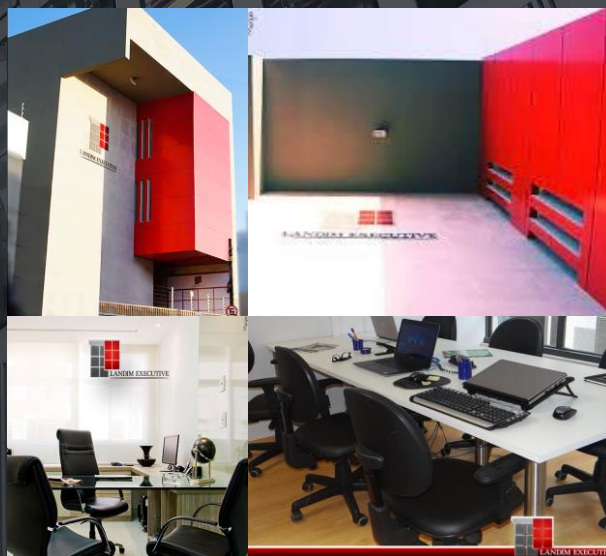
COMENDADORIA TEMPLÁRIA SANTO GRAAL - CE





Alameda Santos, nº 1773,
11º andar, Jardim Paulista,
São Paulo/SP

Landim Executive
Avenida Padre Cícero, nº
781, sala 203, Centro,
Juazeiro do Norte/CE



Nossos escritórios

RÁDIO SOCIAL MD



- 24h tocando as melhores músicas
- Informações educativas
- Conectado o tempo todo
- Muita energia

www.radiomdsocial.wixsite.com/amelhorsocial

TV SOCIAL MD



- 24h de Conteúdo
- Vídeos Inspiradores
- Entrevistas com Parceiros
- Vídeos Educativos

www.amelhortvsocial.wixsite.com/tvmdsocial



- Entrevistas Cavaleiros e Damas Sociais
- Entrevistas Jornada dos Esportes
- Entrevistas Encontro das Nações
- Informativos
- Vídeos Institucionais



Instagram

@grupomdprojeto sociais_

- Informativos diariamente postados
- Conteúdos educativos
- Dicas na área dos Projetos Sociais
- Orientações na área dos Projetos Sociais

COMO DEVERIA SER!

A administração pública precisa apresentar resultados positivos, deixar de ser a estrutura que presta favores públicos e se transformar numa máquina que realiza serviços públicos.

Para que isso ocorra, a população terá que saber escolher seus líderes, entre aqueles que prometem o impossível ou aqueles que se comprometem com o possível.

Via de regra, os problemas da gestão pública estão relacionados à incompetência, à negligência ou à má-fé de agentes que se apoiam na burocracia para explicar a sua incapacidade para legitimar o que a letra fria da legalidade não justifica. O maior problema do Brasil é a qualidade da gestão pública.

Fazer gestão pública com eficiência é declarar amor aos princípios que regem a equidade, a responsabilidade social, espírito comunitário, tendo como desiderato o fomento de uma cultura de rechaço à corrupção.

Na gestão pública é preciso atuar de forma planejada, controlada e organizada para se fazer muito mais com menos recursos e priorizar o bem estar social da população. Sem isso não existe desenvolvimento social e econômico sustentável.

Mayumi Hirata
Presidente
Grupo MD



MUITAS VEZES NÃO É VALORIZADO...

Ser Pedagogo é ter coragem de enfrentar uma sociedade deturpada, equivocada sem valores morais nem princípios. É ser valente, pois sabemos das dificuldades que temos em nossa profissão em nosso dia a dia.

É saber conhecer seu caminho, sua meta, e saber atingir seus objetivos. Saber lidar com o diferente, sem preconceitos, sem distinção de cor, raça, sexo ou religião.

Nas mãos de um Pedagogo concentra-se o futuro de muitos médicos, dentistas, farmacêuticos, engenheiros, advogados, jornalistas, publicitários ou qualquer outra profissão...

É ser responsável pela vida, pelo caminho de cada um destes profissionais que hoje na faculdade e na sociedade nem se quer lembram que um dia passaram pelas mãos de um Pedagogo. É ser mais que profissional, é ser alguém que acredita na sociedade, no mundo, na vida.

Hoje em dia ser Pedagogo em uma sociedade tão competitiva e consumista não torna-se uma profissão muito atraente, e realmente não é. Pois os valores, as crenças, os princípios, os desejos estão aquém do intelecto humano. Hoje a sociedade globalizada está muito voltada para a vida materialista. As pessoas perderam-se no caminho da dignidade e optaram pelo atalho da competitividade, é triste pensar assim, muito triste, pois este é o mundo dos nossos filhos. Crianças que irão crescer e tornar-se adultos. Adultos em um mundo muito poluído de ideias e sentimentos sem razão. Adultos que não sabem o que realmente são. Alienados, com interesses voltados apenas pelo Ter e não pelo Ser.

Ser Pedagogo é ter a missão de mudar não uma Educação retorcida, mas ser capaz de transformar a sociedade que ainda está por vir.

Demóstenes Dantas
CEO
Grupo MD



VIAJANDO PELO MARKETING

Para melhor entendimento, imperioso se faz definir “Marketing”.

Como conceituação clássica da American Marketing Association (AMA), trata-se da “atividade, conjunto de conhecimentos e processos de criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que tenham valor para consumidores, clientes, parceiros e a sociedade como um todo.” Também pode-se entender, na visão do “Pai do Marketing” Philip Kotler e de seu inseparável colega Kevin Keller, “Administração de Marketing” como se tratando da “arte e ciência de selecionar mercados-alvo e captar, manter e idelizar clientes por meio da criação, entrega e comunicação de um valor superior para estes próprios clientes.” Necessário se faz compreender a definição de “valor”, ou seja, o somatório de benefícios e custos tangíveis e intangíveis. Sabe-se que, na chamada “tríade do valor para o cliente”, se enquadram qualidade, serviço e preço. Na linguagem coloquial, “bom, bonito e barato” seria a síntese desejável para o consumidor, tão bem explorada pelo GRES União da Ilha do Governador em um dos sambas-enredo do Carnaval do Rio de Janeiro, nos anos 1980. Da mesma forma, sabe-se que percepções de valor aumentam com qualidade e serviço e diminuem com o preço. Assim como entende-se que Marketing é suprir necessidades gerando lucro, novamente Kotler entra em cena com a fantástica narrativa de que “o objetivo do Marketing não é vender, mas tornar supérfluo o esforço de venda.” No final das contas, profissionais de Marketing, portanto, gerenciam 10 tipos de produtos: bens tangíveis (que trata da maior parte da produção e Marketing); serviços (em alimentação, limpeza, academias); eventos (como Olimpíadas e Copas do Mundo, bazares, encontros literários); experiências (Walt Disney World, Rock’n Rio, Monte Everest, escolinhas de futebol); pessoas (Cristiano Ronaldo, Lionel Messi, Neymar Jr, marketing pessoal, Tom Peters sugere “transformar pessoas em marcas”); lugares (atrair turismo, moradores, fábricas e empresas); propriedades (direitos intangíveis, sendo imobiliárias com bens, imóveis, bancos de investimentos com títulos e ações); organizações (que competem por recursos, como universidades, museus, teatros e aquelas organizações com e sem fins lucrativos); informações (livros, escolas e universidades); ideias (“na fábrica, produzimos cosméticos; na loja, vendemos esperança”, segundo Revlon).

VIAJANDO PELO MARKETING

Nos conceitos centrais de Marketing, “necessidades” são os requisitos básicos dos seres humanos, como comida, água, sexo, roupas e abrigo, amplamente explicitados na famosa Pirâmide da Hierarquia das Necessidades de Abraham Maslow. As necessidades tornam-se “desejos” quando são inteligentemente moldadas para produtos específicos. E os desejos são, enfim, moldados pela sociedade à qual pertencemos, gerando “demandas”, isto é, desejos por produtos específicos, sustentado pela capacidade de comprá-los. Entra em cena Jerome McCarthy, com o clássico “mix de Marketing” ou os “4P’s”, explanados como produto, preço, promoção e praça. “Produto” inclui variedade, qualidade, design, características, nome da marca, embalagem, tamanhos, serviços, garantias, devoluções. Na seara do “preço”, único dos 4P’s que gera lucro e é flexível, ou seja, apresenta alteração rápida, enquadram-se preço de tabela, descontos, bonificações, prazo de pagamento, condições de financiamento. “Promoção” envolve promoção de vendas, propaganda, força de vendas, relações públicas, marketing direto. A “praça”, que é definida como a distribuição e localização dos produtos e serviços, engloba canais de distribuição, cobertura, sortimentos, locais, estoque e transporte. São tarefas da Administração e Marketing desenvolver estratégias e planos de Marketing, captar oportunidades de Marketing, conectar-se com clientes, construir marcas fortes, além de criar, entregar e comunicar valor e, assim, desempenhar a prática responsável de Marketing para sustentar sucesso a longo prazo. Este é um resumo do mundo encantado do Marketing, um cenário mágico que mescla oportunidades com criatividade, onde suas inúmeras estratégias guiadas por números são construídas – a expressão “data driven” – gerando produtos e experiências inesquecíveis ao consumidor final, melhor traduzido como encantamento.

André Luís Sant’Anna

Diretor de Produtos

Grupo MD



NOSSOS PRODUTOS



SUSTENTABILIDADE



COMUNICAÇÃO

NOSSOS PRODUTOS



ESPORTES



NEGÓCIOS



*“Tudo o que a mente pode conceber
e acreditar, a mente pode realizar”*

Napoleon Hill

www.mdprojetoassociais.com