



**A CONSTRUÇÃO DO PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM EM TORNO DO  
DESAFIO DA OMO PARA MUDANÇA DO COMPORTAMENTO DE CONSUMO**

*BUILDING THE TEACHING AND LEARNING PROCESS AROUND OMO'S CHALLENGE  
TO CHANGE CONSUMPTION BEHAVIOR*

**CAMILLA RODRIGUES NETTO DA COSTA ROCHA**  
ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING - ESPM

**THAIS PIRES LIMA**  
ESPM

**RODRIGO GUIMARÃES MOTTA**  
PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO - PUC SP

**Nota de esclarecimento:**

Comunicamos que devido à pandemia do Coronavírus (COVID 19), o IX SINGEP e a 9ª Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) foram realizados de forma remota, nos dias **20, 21 e 22 de outubro de 2021**.



**9TH INTERNATIONAL CONFERENCE**

## **A CONSTRUÇÃO DO PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM EM TORNO DO DESAFIO DA OMO PARA MUDANÇA DO COMPORTAMENTO DE CONSUMO**

### **Resumo**

Adotou-se, com estudantes do ensino técnico de uma escola de São Paulo, a metodologia Caso de Ensino, voltada para a aprendizagem baseada na prática. Assim, esta metodologia parte de um desafio real de negócio e mobiliza o estudante para propor uma solução. Nesta reflexão tem-se os resultados quanto às percepções dos alunos sobre esse processo de ensino e aprendizagem, quanto ao Caso de Ensino da Omo. O Caso mostra como a marca construiu um comportamento de consumo para o sabão em pó e mobiliza os estudantes para uma atuação frente ao novo desafio da marca: emplacar o detergente líquido. Buscou as proposições dos alunos, de estratégias de marketing assertivas, que situassem a sustentabilidade como comportamento de consumo. Terminado o Caso, os alunos responderam a pesquisas e, de acordo, com as quatro categorias analisadas: aprendizagem prática; teorias subordinadas à prática; desafio interessante; e engajamento, consideram uma metodologia eficaz de aprendizagem.

**Palavras-chave:** Caso de Ensino, Comportamento de Consumo, Sustentabilidade, Omo



*BUILDING THE TEACHING AND LEARNING PROCESS AROUND OMO'S CHALLENGE  
TO CHANGE CONSUMPTION BEHAVIOR*

**Abstract**

It was adopted, with students from technical education at a school in São Paulo, the Teaching Case methodology, focused on practice-based learning. Thus, this methodology starts from a real business challenge and mobilizes the student to propose a solution. In this reflection, we have the results regarding the students' perceptions about this teaching and learning process, regarding the Omo Teaching Case. The Case shows how the brand has built a consumer behavior for washing powder and mobilizes students to act in the face of the brand's new challenge: to license liquid detergent. It sought the students' propositions of assertive marketing strategies that placed sustainability as a consumer behavior. After the Case, the students responded to surveys and, according to the four categories analyzed: practical learning; theories subordinated to practice; interesting challenge; and engagement, consider an effective learning methodology.

**Keywords:** Teaching Case, Consumption Behavior, Sustainability, Omo

## **A CONSTRUÇÃO DO PROCESSO DE ENSINO E APRENDIZAGEM EM TORNO DO DESAFIO DA OMO PARA MUDANÇA DO COMPORTAMENTO DE CONSUMO**

### **Contextualização:**

O Caso de Ensino é uma metodologia de ensino e aprendizagem que tem por intuito, no ensino e aprendizagem em Administração, constituir-se enquanto fonte de material de referência para aplicação em sala de aula, visando a contribuir à melhor formação dos estudantes, bem como ao desenvolvimento docente. Nesta reflexão, os autores investigam a percepção dos estudantes de uma escola técnica quanto ao uso do Caso de Ensino enquanto estratégia de aprendizagem de gestão de marca.

### **Objetivos:**

O objetivo deste estudo é analisar de que maneira o Caso de Ensino da Omo permitiu aos estudantes entrarem em contato com as estratégias de marketing adotadas pela marca para construir comportamento de consumo do sabão em pó. Mobiliza-se os alunos diante do desafio atual da marca frente à nova exigência do mercado: versão líquida. Realizado o Caso de Ensino, busca-se perceber se os estudantes veem a metodologia como uma estratégia adequada para sua aprendizagem

### **Fundamentação Teórica:**

No ensino e aprendizagem em administração, o Caso de Ensino se fundamenta na epistemologia da prática ao propor desafios reais de negócios para serem resolvidos (GHERARDI; STRATI, 2014; DURANTE, et. al., 2019). O Caso de Ensino da Omo mostra como a marca construiu um comportamento de consumo para o sabão em pó e vai requerer dos estudantes uma atuação frente ao novo desafio da marca: emplacar o detergente líquido buscando sustentabilidade (PORTER, 1996; KOTLER, 1995)

### **Metodologia:**

Esta investigação traz uma abordagem de pesquisa qualitativa com reflexões teóricas, apoiando-se no método do Estudo de Caso (CESAR, 2005; VENTURA, 2007; YIN, 2002) por centrar-se em uma situação particular, qual seja, a proposta de ensino e aprendizagem com o Caso de Ensino da marca Omo (GODOI; BANDEIRA-DE-MELLO; SILVA, 2010). Emprega-se, para coleta de dados quanto a percepção dos estudantes, pesquisa mista a partir de questionário do Survey Monkey.

### **Resultados e Análises:**

Os resultados demonstram que, na percepção dos alunos, a prática ganha relevância no processo de ensino-aprendizagem. Há efetiva prioridade da prática ante a teoria para mobilizar saberes e despertar interesse, além da robustez do desafio que, articulado com a realidade, culmina no engajamento. De acordo com as categorias analisadas, o Caso de Ensino é uma metodologia eficaz; norteou os estudantes para proposições de estratégias de marketing assertivas que situaram a sustentabilidade como comportamento de consumo.

### **Considerações Finais:**

O Caso de Ensino cumpre o propósito e se constitui como material de referência enquanto estratégia de aprendizagem para gestão de uma marca que tem como desafio a sustentabilidade

e a mudança do comportamento de consumo. Sua aplicação permite aulas dinâmicas, com engajamento e percepção de aprendizagem por parte dos alunos; contribui para uma melhor formação dos estudantes enquanto gestores de negócio, como evidencia esse desafio (MOTTA; LACERDA; WANDERLEY; SANTOS, 2019; ROCHA, 2021).

### **Referências:**

CESAR, A. M. R. V. C. Método do Estudo de Caso (*Case studies*) ou Método do Caso (*Teaching Cases*)? Uma análise dos dois métodos no Ensino e Pesquisa em Administração.

**REMAC – Revista Eletrônica Mackenzie de Casos**, [s.l.], v. 1, n. 1, p. 129-143, 2005.

DURANTE, D. G. *et al.* Aprendizagem organizacional na abordagem dos estudos baseados em prática: revisão da produção científica. **RAM – Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 20, n. 2, p. 1-27, 2019.

GHERARDI, S.; STRATI, A. (org.). **Administração e aprendizagem na prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

GODOI, C.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. São Paulo: Saraiva, 2010.

KOTLER, P. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. São Paulo: Atlas, 1995.

MOTTA, R. G.; SANTOS, N. M. B. F. dos; SERRALVO, F. A. **Trade Marketing: teoria e prática para gerenciar os canais de distribuição**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.

MOTTA, R. G.; LACERDA, L. P. de; WANDERLEY, D. de F. C.; SANTOS, N. M. B. F. dos. Enova foods: o trade marketing como ferramenta para alavancar receita e rentabilidade. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 5, n. 1, p. 556-570, jan. 2019.

PORTER, M. E. What is strategy? **Harvard Business Review**, Boston, v. 74, n. 6, p. 61-78, Nov./Dec. 1996.

ROCHA, C. R. N. C. Sucos do bem e o desafio de desenvolver o mercado de sucos integrais. **Revista Repensar**, São Paulo, v. 0, n. 0, p. 7-12, 2021.

VENTURA, M. M. O estudo de caso como modalidade de pesquisa. **Revista SOCERJ**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 5, p. 383-386, set./out. 2007.

YIN, R. K. **Case study research: design and methods**. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2002.

### **Palavras-chave:**

Caso de Ensino; Comportamento de Consumo; Sustentabilidade; Omo.