

Guia de Marketing (Outreach) e Sustentabilidade na FTC

Introdução: O Impacto Além do Robô

No FIRST Tech Challenge (FTC), o sucesso não é medido apenas pela pontuação no campo. O **Marketing de Programação**, ou **Outreach (Divulgação)**, é o pilar que demonstra o impacto da equipe na comunidade e sua capacidade de promover os valores do FIRST. É o caminho para os prêmios mais prestigiados, como o **Inspire Award**.

1. O Conceito de Outreach (Básico)

Outreach são todas as atividades que a equipe realiza para espalhar a mensagem do FIRST e do STEM (Ciência, Tecnologia, Engenharia e Matemática) para além dos membros da equipe.

1.1. Tipos de Atividades de Outreach

Educação: Mentorar equipes FLL (FIRST LEGO League), realizar workshops de programação ou construção para jovens.

Comunidade: Apresentar o robô em feiras de ciência, bibliotecas, ou eventos comunitários.

Parcerias: Estabelecer relações com empresas, universidades e organizações locais.

1.2. Documentação no Caderno de Engenharia

Cada atividade de Outreach deve ser meticulosamente documentada na seção de Outreach do Caderno de Engenharia.

Obrigatório: Data, local, número de participantes, objetivo da atividade e o impacto mensurável.

Dica: Inclua fotos de alta qualidade e depoimentos dos participantes ou parceiros.

2. Sustentabilidade da Equipe (Intermediário)

Uma equipe sustentável é aquela que garante sua longevidade e crescimento, independentemente da saída de membros-chave.

2.1. Recrutamento e Transferência de Conhecimento

Plano de Recrutamento: Ter um processo anual estruturado para atrair novos membros, especialmente os mais jovens, para garantir a continuidade.

Mentoria Interna: Implementar um sistema onde membros mais experientes (veteranos) mentoram ativamente os novatos.

Documentação de Conhecimento: Criar manuais, tutoriais e repositórios de código bem documentados para que o conhecimento técnico não se perca.

2.2. Finanças e Arrecadação de Fundos (Fundraising)

Orçamento Detalhado: Criar um orçamento anual realista que cubra custos de peças, inscrições em competições e viagens.

Estratégia de Patrocínio:

Identificar empresas que se beneficiam da promoção do STEM.

Criar um **Pacote de Patrocínio** profissional, detalhando os níveis de contribuição e os benefícios (ex: logo no robô, apresentações para funcionários).

Manter contato regular com os patrocinadores, enviando relatórios de progresso e agradecimentos.

Dica de Sustentabilidade	Descrição
--------------------------	-----------

Diversificação de Fontes	Não dependa de um único patrocinador. Busque múltiplas fontes (patrocínios, eventos de arrecadação, subsídios).
Plano de 5 Anos	Desenvolva um plano de longo prazo que mostre a visão da equipe para os próximos 5 anos, atraindo patrocinadores que buscam um investimento duradouro.

3. A Conexão com os Prêmios (Avançado)

O Outreach e a Sustentabilidade são cruciais para os prêmios de maior prestígio.

3.1. Inspire Award

O **Inspire Award** é o prêmio mais alto do FTC. Ele reconhece a equipe que melhor incorpora a missão do FIRST e serve como um modelo para outras equipes.

Requisitos Chave:

Excelência em todos os aspectos (robô, programação, documentação). Forte desempenho em Outreach e promoção do STEM.

Demonstração de **Gracious Professionalism®** e **Coopertition®**.

Um Caderno de Engenharia que conta a história completa da equipe.

3.2. Prêmios de Divulgação e Inovação

Connect Award: Reconhece a equipe que conecta a comunidade STEM com o mundo real, estabelecendo parcerias sólidas.

Motivate Award: Reconhece a equipe que exemplifica o espírito do FIRST através do trabalho em equipe e da promoção do FIRST dentro e fora da comunidade.

3.3. O Portfólio de Design (Design Portfolio)

Para a avaliação dos juízes, a equipe deve preparar um **Portfólio de Design** (geralmente um resumo de 15 páginas) que destaca os pontos-chave do Caderno de

Engenharia.

Dica: O Portfólio deve ter uma seção dedicada a resumir as atividades de Outreach e o plano de sustentabilidade, mostrando o impacto da equipe em números (ex: “Alcançamos 500 estudantes em 3 eventos de mentoria”).

4. Dicas de Comunicação e Marketing

4.1. Branding da Equipe

Identidade Visual: Crie um logo, cores e um nome de equipe memoráveis.

Mensagem Consistente: Garanta que a mensagem da equipe sobre o STEM e o FIRST seja consistente em todas as plataformas (mídias sociais, apresentações, Caderno).

4.2. Apresentação aos Juízes (Judging)

A apresentação aos juízes é a oportunidade de vender o “Marketing de Programação” da equipe.

Prática: Pratique a apresentação (pitch) para garantir que todos os membros saibam falar sobre o Outreach e a Sustentabilidade da equipe.

Demonstração: Use materiais visuais (fotos, vídeos curtos) para ilustrar o impacto das atividades de Outreach.

Foco no Impacto: Em vez de apenas listar atividades, explique o porquê e o resultado de cada ação. Ex: “Nosso workshop de programação resultou em 10 novos alunos ingressando na FLL local.”

Conclusão

O Marketing de Programação e a Sustentabilidade são a prova de que o FTC é mais do que robôs. É sobre construir futuros líderes e promotores do STEM. Ao documentar de forma clara e convincente o impacto da sua equipe na comunidade,

você não apenas

aumenta suas chances de ganhar prêmios, mas também garante a longevidade e o legado da sua equipe.