



Encontros Estaduais/Regionais_2015

Oficinas de trabalho

Sustentabilidade – orientações sobre projetos



Dicas para captação de recursos

Anexo que consta do Manual de Procedimentos
da Rede OSB



Princípios da captação de recursos

- Envolvimento de toda a Organização na captação de recursos
- “Casa arrumada”: contabilidade e recursos existentes devem ser conhecidos e estar acessíveis
- Definição clara das necessidades: o que, quanto e para que
- Comunicação clara da Missão e atividades da Organização
- Desenvolvimento de rede de relacionamentos: banco de dados atualizado e acessível, gestão do financiador
- Transparência e agilidade na prestação de contas: credibilidade

Adaptado de *Captação De Diferentes Recursos Para Organizações*, CRUZ & ESTAVIZ.



Fontes mais comuns de captação de recursos

• Agência de Cooperação	• Elaboração de eventos	• Sindicatos e associações
• Instituições Internacionais	• Órgãos Públicos*	• Fundações e Institutos Empresariais
• Venda de produtos/serviços	• Empresas	• Doadores individuais (pessoa física)
		• Outras ONGs

- Não é desejável ter somente doadores: a organização deve transformá-los em **contribuintes, parceiros, verdadeiros investidores da causa**. Isso pode ser feito por meio da identificação dos doadores, eficiente utilização dos recursos e apresentação dos resultados advindos dos recursos doados.

* Consultar Código de Conduta para saber mais sobre captação de recursos junto a órgãos públicos.



Aspectos para uma parceria de sucesso

- Clareza de objetivos: entender o que cada parte deseja e criar um “acordo”.
- Conexão com pessoas e objetivos: as pessoas envolvidas precisam ter forte conexão com a causa.
- Congruência de missão, estratégias e valores: as missões, estratégias e valores das partes envolvidas não precisam ser idênticas, mas deve haver sobreposição suficiente para que seja possível identificar ações sobre as quais todos os envolvidos possam trabalhar.
- Criação de valor: a preocupação não pode ser “o que ganho com isso”, mas sim “como contribuo para o sucesso deste empreendimento conjunto”.
- Comunicação transparente entre parceiros: com as pessoas envolvidas, com os funcionários da Organização e com a sociedade.
- *Continuum* de aprendizagem: buscar sempre novas formas de trabalhar em conjunto.
- Compromisso com a aliança: é preciso haver o compromisso de sempre tentar tornar a parceria melhor e nunca abandoná-la.



O papel do Conselho na captação de recursos

- Envolver os conselheiros na promoção da Organização e captação de recursos é algo crucial, porém um desafio enfrentado por muitas ONGs.
- O Conselho é responsável por assegurar que a Organização tenha:
 - Uma Missão clara e uma Visão estratégica.
 - Um plano definido para alcançar os objetivos estratégicos estabelecidos no planejamento.
 - Boa gestão e competência para executar o plano.



Planejando a captação de recursos

- Assim como a Organização realiza seu planejamento estratégico para refletir sobre sua atuação, a captação de recursos também precisa ser planejada.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS (X ANOS)	
Missão	Quem se identifica com a nossa Missão?
Visão	Onde queremos estar em X anos? Isso interessa aos financiadores?
Stakeholders	Quem nos financia hoje? Quem deveria financiar?
Posição Estratégica	Qual é o diferencial da nossa Organização?
Valores e cultura	Valorizamos e procuramos reconhecer nossos financiadores?
Análise dos ambientes	Estamos informados? Como reagimos a ameaças? E a oportunidades?
Questões estratégicas	Quais questões devemos abordar para ter sucesso?
Objetivos estratégicos	Que resultados queremos atingir?
Estratégias de atuação	Como chegaremos aonde queremos estar?
Benefícios para os financiadores	O que ofereceremos aos financiadores? Quais contrapartidas?



Planejando a captação de recursos



Itens de um projeto:	Antes de entrar em contato pesquise sobre:	Apresentação do projeto:	Execução do projeto:
<ul style="list-style-type: none">❖ Justificativa❖ Objetivo❖ Atividades previstas❖ Resultados esperados❖ Indicadores❖ Orçamento❖ Cronograma❖ Contrapartidas	<ul style="list-style-type: none">❖ Área de atuação❖ Porte❖ Faturamento❖ Projetos historicamente apoiados, forma de apoio (financeiro, humano, material) e montante investido❖ Atributos de marca <p>Em caso de financiador Pessoa Física:</p> <ul style="list-style-type: none">❖ Entender quais as motivações da pessoa ao fazer a doação	<ul style="list-style-type: none">❖ Identifique a pessoa certa❖ Leve material informativo❖ Apresente a Missão, histórico de atuação, projetos já executados e resultados atingidos e outros parceiros❖ Apresente o projeto, explicitando seus objetivos, resultados esperados, recursos necessários, duração e cronograma de desembolsos	<ul style="list-style-type: none">❖ Envie uma carta para agradecer a reunião e formalizar a parceria (inclua, se houver, modificações feitas durante a reunião)❖ Envie relatórios regularmente sobre o andamento do projeto❖ Convide o financiador a visitar o projeto❖ Envie o relatório final



Plano de Contrapartidas

- É muito importante para o financiador saber o que ele “ganha” com o investimento que está fazendo na sua Organização. Assim, elaborar um Plano de Contrapartidas é muito importante.

EXEMPLOS DE CONTRAPARTIDAS NORMALMENTE OFERECIDAS

Incentivos fiscais (dedução IR, ICMS, ISS e IPTU)

Exemplares de produtos, convite para eventos

Marca na mídia do projeto (TV, revista, jornal, rádio)

Marca no local da ação (banner, locução, projeção, cenografia)

Marca nos materiais de divulgação (folders, site, convites de eventos)

Presença da marca no site do projeto

Acesso a banco de dados

Propriedade (Patrocínio exclusivo da ação, mantenedor da Organização)

Envolver funcionários/clientes dos parceiros em ações específicas



Obrigado!

sao@osbrasil.org.br

41 3307-7058

