

Telefônica

vivo

Manual de Mobilização de Recursos_

Fundação Telefônica





Manual de Mobilização de Recursos

Fundação Telefônica

2015



Coordenação da publicação na Fundação Telefônica Vivo

Luis Fernando Guggenberge – Gerente de Inovação Social e Voluntariado
Beatriz Piramo Torres de Oliveira - Inovação Social e Voluntariado
Anna Paula Nogueira – Gestão do Conhecimento

Apoio da publicação na Fundação Telefônica Vivo

Patricia Focchi - Inovação Social e Voluntariado
Karla Bernardo - Inovação Social e Voluntariado
Felipe de Souza - Inovação Social e Voluntariado
Luciana Novaes - Comunicação e Eventos

Autoras do texto

Flora Lovato e Helena Rondon, consultoras associadas ao Instituto Fonte para o Desenvolvimento Social

Edição e revisão

Carline Piva, gestora de comunicação do Instituto Fonte para o Desenvolvimento Social

Projeto gráfico e ilustrações

Lia Nasser



Manual de Mobilização de Recursos

Fundação Telefônica

2015



Material publicado sob licença Creative Commons 3.0 Brasil, o que significa que pode ser copiado, distribuído e retransmitido desde que citada a autoria de Instituto Fonte/Fundação Telefônica Vivo, sem alterações e para uso sem fins comerciais.

Índice

Prefácio

7

Introdução

9

PARTE 1: Como Mobilizar Recursos Financeiros Livres?

- Venda de serviços e produtos da organização. [16](#)
- Doações de indivíduos e empresas: sócios-contribuintes, doações pontuais, apoio e patrocínio. [28](#)
- Ações virtuais: financiamento coletivo. [36](#)
- Voluntariado Digital - Fundação Telefônica Vivo. [41](#)
- Eventos especiais. [43](#)

11

PARTE 2: Fundos Públicos Especiais

- Ajudando a OSC com doações: o projeto ContribuIR. [54](#)
- Ajudando as OSCs a acessarem recursos dos Fundos Especiais:
 - O que são os fundos? [56](#)
 - Como funcionam os Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente? [60](#)
 - O que uma OSC precisa fazer para acessar os recursos do Fundo dos Direitos da Criança e do Adolescente? [62](#)
 - O que é um projeto? [65](#)
 - O que vai para o papel, se transforma em documento? [74](#)

53

Bibliografia

89

Glossário

91

Prefácio

A Fundação Telefônica Vivo é parte do Grupo Telefônica e atua como uma Fundação Digital, fazendo da tecnologia e da inovação importantes aliados na busca por novas respostas para os desafios do mundo contemporâneo. Realizamos iniciativas voltadas à Educação e nossas estratégias buscam o desenvolvimento de pessoas e instituições para que possam desfrutar plenamente de todas as oportunidades do mundo digital, melhorando suas vidas e da sociedade onde estão inseridas. Para tanto, investimos em Empreendedorismo, Cidadania e Letramento Digital.

Na linha de Cidadania, lideramos um Programa de Voluntariado que estimula a participação solidária e reúne colaboradores do Grupo Telefônica engajados na construção de um mundo melhor. O Programa é parte de uma iniciativa global do Grupo Telefônica e, desde 2005, realiza ações presenciais e à distância que já beneficiaram milhares de pessoas.

Você, voluntário, é um importante agente de mudança, por doar seu tempo e sua energia para a transformação social. Preocupados em disponibilizar ferramentas e conhecimentos que o apoiem em sua atuação, desenvolvemos essa publicação cujo conteúdo tem o objetivo de ser um apoio para um dos maiores desafios das organizações sem fins lucrativos: a sustentabilidade.

Pesquisamos e sistematizamos nesse documento diversas oportunidades de captação de recursos financeiros existentes no Brasil, como os Fundos Municipais de Direitos de Crianças e Adolescentes.

Aqui, você encontrará um passo a passo que entendemos que pode ser uma importante ferramenta de trabalho para o suporte às organizações que apoiamos no nosso Programa de Voluntariado.

Temos certeza de que com vontade, atitude e conhecimento você pode ser um agente de transformação que contribui, de forma sustentável, com o desenvolvimento organizacional de diversas instituições que têm por missão melhorar a qualidade de vida da população brasileira.

Boa leitura e excelente participação social!

Gabriella Bighetti
Diretora Presidente da Fundação Telefônica Vivo

“Transforme a sua energia em cidadania. Comece hoje”

Programa de Voluntariado – Fundação Telefônica Vivo

Já pensou se não precisasse existir nenhuma organização no mundo? Não uma ou duas, mas nenhuma: nenhuma das que fazem algum trabalho em prol dos direitos humanos, do meio ambiente, dos idosos, das crianças e adolescentes... Não por que elas não quisessem, mas porque não *precisassem* existir. Já imaginou?

O mundo precisaria mudar muito para que isso fosse possível.

Já se imaginou fazendo parte dessa mudança?

Esta publicação tem o intuito de ajudar você a fazer tamanha diferença: na vida das organizações sociais, das pessoas que elas beneficiam e conseqüentemente no mundo. O conteúdo aborda diferentes formas de mobilização de recursos que a Organização da Sociedade Civil (OSC) apoiada por você pode passar a utilizar, com a sua ajuda.

Na primeira parte, você e a sua organização encontrarão várias oportunidades de obter **recursos financeiros livres**, que chegam por meio de doações sem determinação de uso específico e dão à organização condição para sua existência, pagar as contas digamos mais “estruturais” (aluguel da sede, salário dos colaboradores etc). Lá estão reunidas ideias inspiradoras de eventos de mobilização de recursos, desde bazares até campanhas de financiamento coletivo.

Na segunda parte, escolhemos falar sobre os Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente por ser um dos mais conhecidos e utilizados no Brasil.

Aqui você encontrará: o que é preciso saber sobre esses Fundos Especiais, o que é recomendável pensar sobre o projeto antes de colocá-lo “no papel” e, depois do documento pronto, o que fazer para acessar os recursos.

Este é um Manual que aborda o como fazer e, particularmente, aborda aquilo que não pode ser esquecido para levantar recursos, os detalhes, os cuidados, as dicas, os princípios...

Há, ainda, um glossário em que você encontrará as definições dos termos pouco comuns fora do ambiente social. Você poderá ouvi-los com frequência ao trabalhar nesses temas com a equipe da OSC apoiada por você e será bom ter o glossário à mão para que todos “falem a mesma língua”. Há também uma bibliografia com dicas de leituras para aprofundar algum aspecto que lhe parecer importante. Seguramente, a equipe da OSC já conhece parte desses textos, mas a leitura e discussão conjunta com você podem trazer outros benefícios: a criação de visões conjuntas de futuro, por exemplo.

Fazer a diferença começa com o simples: começa com o “fogo”. É ele que pode fazer com que muitos outros, como você, se disponham a fazer com que nenhuma organização seja necessária no mundo. Compreender que o fogo não está no que se faz, mas no *para que se faz*, é um bom começo.

Esperamos que este livreto inspire sua busca.

Boa leitura!

Parte 1: Como Mobilizar Recursos Financeiros Livres?

*“Não basta doarmos o que temos
precisamos também doar o que somos.”*

Desiré Mercie

O programa de voluntariado da Fundação Telefônica Vivo realiza várias iniciativas para estimular uma prática solidária e aumentar o engajamento dos Colaboradores do Grupo Telefônica em ações sociais que vem beneficiando milhares de pessoas e organizações ao longo de 15 anos de atuação. Muitos desses voluntários conhecem as demandas e necessidades das OSCs, pois participam de projetos e trabalhos realizados pelo programa de voluntariado da Fundação ao longo do ano - Dia dos Vo-

luntários Telefônica, Vacaciones Solidárias, concurso de projetos, campanhas natalinas, ações emergenciais em caso de catástrofes naturais, dentre outras -, fazendo com que estejam cada vez mais próximos e engajados em questões do dia a dia dessas organizações.

Acreditamos que a tecnologia pode se somar às formas tradicionais de voluntariado, ampliando as oportunidades de ação social. Conscientes desse potencial, desde 2012, estamos experimentando novas formas de praticar voluntariado e incorporamos ao Programa de Voluntariado iniciativas que utilizam tecnologias e que podem ser realizadas à distância.

Para isso, desenvolvemos uma plataforma que permite que os colaboradores tenham acesso às demandas de entidades



sociais cadastradas e possam contribuir com elas. Foram criadas tarefas – chamadas de “missões”, utilizando o conceito de “gamificação” –, que podem ser realizadas com o uso de tecnologias, como gravação de vídeo-aulas, divulgação de causas em redes sociais e até captação de recurso. A plataforma foi lançada em 2014 na primeira edição da Semana de Voluntariado Digital e mais de 1.000 ações sociais foram realizadas.

Acreditamos que o **Voluntariado Digital** é uma nova forma de ação social que vem para se somar às iniciativas tradicionais, potencializando os seus impactos. A tecnologia é uma importante aliada



para viabilizar a prática social a qualquer hora, e de qualquer lugar, beneficiando pessoas e instituições, e também pode ser um im-

“Você, voluntário, é um importante agente de mudança, que doa seu tempo e energia para a transformação social. Com a utilização da tecnologia, é possível encontrar novas formas de atuação, que se somam às tradicionais potencializando o impacto”.

A maior parte das organizações sofre do “*desafio da mobilização de recursos*” e, por isso, a busca por alternativas para garantir o sustento de projetos e ações das OSCs no mundo é uma das demandas que desponta no topo das necessidades. Um dos motivos pode ser o fato de as organizações tratarem deste assunto de forma pontual, emergencial, sem planejamento, apenas quando precisam do dinheiro “para amanhã”. É preciso encorajá-las, portanto, a ter um olhar mais estratégico para

portante canal para mobilizar pessoas, aumentando o engajamento social.

a mobilização de recursos. Angariar recursos deve ser um *processo contínuo*, pautado pela arte de estabelecer e sustentar bons relacionamentos.

Para os projetos, intervenções ou ações junto ao público-alvo final da OSC, várias fontes de recursos estão disponíveis: os fundos públicos e privados, os apoios das agências de cooperação internacional e multilateral, os editais de institutos e fundações empresariais, dentre outros.

Já os financiamentos são exíguos para as “atividades meio” – aquelas relativas à contabilidade, à gestão de recursos humanos ou à coordenação geral - e para as despesas de manutenção (taxas bancárias, consumo de água e energia, por exemplo). Essas “despesas invisíveis” não são cobertas pelas fontes financiadoras de projetos e acabam ficando “soltas”, sem entrada de receita para cobrir seus custos. Isso leva a OSC a sofrer da “síndrome do cobertor curto”: puxar daqui e dali um pouquinho de recurso para quitá-las, levando, muitas vezes, a realizar inadequadamente parte das ações previstas nos projetos e a uma gestão pouco eficaz, às vezes confusa, principalmente na hora de prestação de contas ao financiador.

Como mudar esse cenário?

É possível ajudar as OSCs a desenvolverem iniciativas criativas de mobilização de recursos de forma sistemática e planejada, que venha a integrar um calendário anual de campanhas, além de eventos e geração de renda própria. Com isso, será possível, inclusive, estabelecer um fundo de **recursos financeiros livres**, não rubricados, ou seja, recursos que chegam à organização sem estar atrelado a algo específico ou uso pré-determinado.

Como os voluntários da Fundação Telefônica Vivo são profissionais acostumados a conviver com planejamento, rotinas, e incentivados a ter visão de longo prazo voltada para resultados, podem contribuir e *muito* para que as OSCs ampliem e fortaleçam o seu olhar e sua

prática com relação à sustentabilidade financeira.

Além de contribuir com sua força de trabalho enquanto voluntário, é importante articular a sua

rede de relações pessoais e profissionais em prol do desenvolvimento de ações de mobilização desses recursos livres junto às instituições apoiadas.

Que tipos de iniciativas podem gerar recursos financeiros livres?

São inúmeras as possibilidades de ações que podem gerar recursos livres, dinheiro que pode ser usado pela organização conforme suas necessidades e conveniências.

Esse tipo de recurso pode ser libertador, pois se a organização tiver verbas próprias para sustentar suas despesas fixas e básicas do cotidiano, poderá respirar melhor e decidir a que tipo de financiador deseja se unir, vincular sua marca e desenvolver parcerias. Vale salientar que ter recursos livres não

se dá por mágica: como todas as outras atividades de gestão da organização, essas ações precisam ser planejadas estrategicamente de forma permanente, levando-se em conta o investimento e o risco.

Inspire-se com as ideias reunidas neste capítulo!

Venda de serviços e produtos da organização

#impactosocial #negociosocial #designdeserviços

Quando iniciamos a conversa sobre geração de renda própria com a venda de serviços ou produtos, sempre vem uma pergunta: uma organização sem fins lucrativos pode comercializar produtos ou serviços?

Segundo especialistas, SIM, desde que como “atividade-meio”, ou seja, desde que todo resultado obtido pela comercialização de produtos seja revertido para os fins institucionais. De toda forma, para fazer isso, a OSC precisa ter sua **inscrição estadual** e esta atividade precisa constar no **estatuto social** da organização¹.

Iniciar um programa de geração de renda própria não é uma tarefa fácil,

mas pode ser prazerosa, pois a receita que será gerada é relativa à venda de produtos, serviços ou à propriedade intelectual – o que dá notícias de sua criatividade e potencialidade - e ao mesmo tempo contribui para o desenvolvimento da agenda social da organização.

A venda de produtos pode ser feita com os itens oriundos de processos educativos desenvolvidos com o público beneficiário, de produção industrial terceirizada ou de licenciamento da marca para produtos diversos.

Já a venda de serviços é a forma de a organização mostrar seu trabalho e conseguir recursos a partir da expertise e das metodologias desenvolvidas para



¹ Caso a organização decida iniciar ações de comercialização de serviços ou produtos, recomenda-se que procure conhecer mais sobre o assunto via Rede Papel Solidário, que conta com uma equipe de contadores, advogados e administradores com grande experiência no terceiro setor - <http://redepapelsolidario.org.br/18-uma-ong-pode-comercializar-produtos/>

sua intervenção social, desde que seja preparada para ser comercializada de uma forma atraente aos públicos interessados. Pode ser feita por meio da simples oferta do serviço que a organização já faz – para órgãos públicos, por exemplo. E, também, se a organização possui um caminho trilhado na sua intervenção social e pôde refletir, aprender e sistematizar suas metodologias, pode oferecer esse conhecimento para empresas e organizações que querem aprimorar o que fazem. Este último modelo cabe, pois, para organizações maduras. Se este é o caso da organização que você apoia como voluntário, você pode contribuir com muitas de suas expertises, pois além desse trabalho com a metodologia, a organização também precisa identificar, na sociedade, quem pode se beneficiar com o que a OSC aprendeu. Ou seja, será necessário reunir a *oferta* (a metodologia) com a *demanda* (quem pode se beneficiar com esse tipo de serviço).

Pensando na venda de produtos

Quando uma organização resolve investir esforços na venda de produtos, alguns aspectos devem ser levados em consideração. Mais uma vez, o conhecimento que você, voluntário da Fundação Telefônica Vivo desenvolveu ao longo de sua carreira – como os relativos a controle de qualidade, estudo de mercado e desenvolvimento de canais de venda, estabelecimento de preço final de produto entre outros -, pode ser útil na reflexão que a OSC deve fazer antes de enveredar por este caminho. Para essa estratégia ter sucesso é interessante pensar e estruturar a venda de produto(s) usando

os mesmos princípios como se pensa um negócio com impacto social. As perguntas abaixo podem ser um bom roteiro para guiar você e a organização nessa reflexão:

- o produto resultante dos processos socioeducativos - oficinas e cursos- é bonito? Tem qualidade? O acabamento é bom? Pode ser transformado ou aplicado em diferentes objetos?
- que canais de venda serão utilizados para venda deste produto? É preciso pensar em canais adequados considerando-se o tipo de produto, o volume de produção e o tamanho da demanda.
- qual é o custo do produto? A que preço este produto deve ser comercializado? De que forma? Há mercado para ele nesse valor? É importante lembrar a OSC que recebe o seu apoio de comunicar aos consumidores que a compra do produto estará apoiando uma causa social.
- é possível definir metas de venda? Para evitar grandes estoques é recomendável testar gradativamente a aceitação do produto pelo mercado. Outra dica é evitar produtos perecíveis e vinculados a datas específicas, como calendário e agendas contendo o registro de determinado ano.
- que recursos a organização tem para investir inicialmente?
- quem cuidará deste projeto? É importante que seja definido um responsável.

Aprenda com quem faz

Conheça algumas OSCs que comercializam produtos:

LARAMARA

Associação Brasileira de Assistência à Pessoa com Deficiência Visual

Desenvolveu uma unidade de negócio, chamada Laratec, que é um centro de referência em tecnologia assistiva (termo usado para identificar recursos e serviços que contribuem para ampliar as habilidades funcionais de pessoas com deficiência visual).

O Laratec oferece: comercialização de mais de mais de 100 produtos e serviços de tecnologia assistiva; assistência técnica desses equipamentos inclusivos; impressão em braille de cardápios, cartões de visita etc; consultoria para empresas que desejam comprar equipamentos de tecnologia assistiva; dentre outros. Em parceria com a Fiesp e Senai, fabrica máquinas de escrever em braille. O centro de referência acaba sendo uma unidade de autossustentação da Laramara.

Saiba mais: <http://laramara.org.br/unidades-de-negocio/laratec>

Instituto ABCD

Trabalha na conscientização para importância do diagnóstico e tratamento dos transtornos de aprendizagem. Na semana da dislexia, desenvolveu a campanha intitulada “Muito mais que palavras” em parceria com o designer carioca Giovanni Bianco, profissional renomado no mundo da criação de publicidade, portador de dislexia e apoiador da organização. A campanha foi veiculada através da venda de uma coleção de camisetas.

Esse exemplo mostra que a comercialização de produtos pode ser uma ação pontual da OSC, constituindo-se uma campanha com início, fim e metas pré-determinadas. Esse tipo de ação necessita de boa divulgação na mídia em geral e para públicos específicos.

Tal como a estratégia usada pelo Instituto ABCD, o ideal é contar com a colaboração de uma pessoa famosa, simpaticamente da causa, que desenvolva ou assine os produtos que serão vendidos nessa ação pontual e ajude na divulgação.

Saiba mais: <http://www.institutoabcd.org.br/>



Quem sabe virar um negócio social?

Na sua atuação como voluntário, você pode ajudar a OSC apoiada e refletir sobre a possibilidade de criar uma empresa que oferece soluções escaláveis para problemas da sociedade (inclusive os relacionados ao meio ambiente), cujo impacto social está relacionado à atividade principal do produto ou serviço oferecido. Parte dos lucros desse negócio de impacto social pode ser direcionada para sustentar a organização.

Para ajudar nessa reflexão, é possível contar com orientações da Artemisia, uma organização sem fins lucrativos pioneira na disseminação desse tipo de negócio no Brasil.

Saiba mais : <http://artemisia.org.br/conteudo/negocios/nosso-conceito.aspx>

Licenciamento de produtos para venda

A associação de produtos fabricados por empresas diversas a marcas sociais é uma tendência que vem se configurando como uma oportunidade interessante para as OSCs. Esse tipo de comercialização traz um fluxo de receita muito desejável por sua característica constante, já que a cada produto vendido pela empresa a organização ganha um percentual sobre a venda e, assim, o recurso está sempre “pingando” na conta. Já as empresas têm a oportunidade de agregarem valor ao seu produto, pois associam a marca da empresa a uma causa social (seus valores e princípios de transformação da sociedade). O licenciamento de produtos

na área social assemelha-se muito ao licenciamento na área comercial. *O importante é que haja convergência de interesses e de valores entre a organização e a empresa.*

O potencial de licenciamento é grande desde que se leve em consideração a abrangência territorial do trabalho social, o seu reconhecimento no local, na região ou no país e, então, se desenvolva uma estratégia de distribuição e venda do produto licenciado com foco na mesma área geográfica. Isso é importante, pois o trabalho da organização só incorpora valor a um produto quando o valor agregado é reconhecido pelo público consumidor. Se a organização atua apenas localmente, em uma única comunidade, o ideal é que desenvolva uma parceria com uma empresa local. Pode-se, por exemplo, fazer um acordo: a padaria do bairro que licenciaria um determinado tipo de biscoito produzido por ela

em favor da OSC. Além de produzir receitas financeiras para a organização, isso pode contribuir para aumentar a conscientização do público local sobre as necessidades e problemas sociais na qual a organização atua.



Aprenda com quem faz

Conheça experiências de licenciamento de produtos:

Instituto Ayrton Senna

Pesquisa e produz conhecimentos para melhorar a qualidade da educação, em larga escala, no Brasil. Além de receber doações de empresas e de pessoas físicas, o Instituto conta como fonte de recurso os 100% dos royalties de licenciamento das marcas Ayrton Senna e Senninha, doados pela família do piloto.

Muitas empresas, brasileiras e internacionais, licenciam a imagem do tricampeão de Fórmula 1 e a do personagem Senninha, lançado pelo próprio Ayrton em 1994. O personagem é um garoto de 8 anos que gosta de aventuras e atualmente está presente em jogos, histórias em quadrinhos, produtos alimentícios, brinquedos, calçados, artigos de papelaria, dentre outros.

Saiba mais: <http://senna.globo.com/institutoayrtonsen na/recursos/licenciados.asp> e www.senninha.com.br

Instituto Rodrigo Mendes - IRM

Organização sem fins lucrativos com a missão de colaborar para que toda pessoa com deficiência tenha uma educação de qualidade na escola comum. Para isso, desenvolve programas de pesquisa, formação continuada e controle social na área da educação inclusiva.

O IRM desenvolve um conjunto de ações voltadas para sua sustentabilidade financeira por meio da comercialização de produtos que levam sua marca e licenças para empresas de diversos segmentos de mercado. Esses licenciamentos exploram os conteúdos produzidos pelo Centro de Estudos do Instituto e as obras de arte de seu banco de imagens digital. Parte das receitas geradas com essas ações é destinada a ex-alunos do IRM.

Alguns exemplos de licenças desenvolvidas pelas empresas: Tilibra (cadernos universitários, agendas e outros itens de papelaria); Artex (produtos de cama, mesa e banho), Pão de Açúcar (canecas), Kopenhagen (embalagens de chocolates), dentre outros.

Saiba mais: <http://www.institutoRodrigomendes.org.br/>



Pensando na venda de serviços

A venda de serviços é uma atividade que deve estar vinculada à missão e à metodologia de intervenção da organização. Trata-se do uso do talento, das habilidades e conhecimento da equipe técnica da organização colocados a serviço dos “clientes”.

Essa tem sido uma forma muito usada pelas organizações para vender serviços técnicos e/ou terceirizar ações que poderiam ser executadas diretamente por secretarias governamentais.

A contratação dos serviços é feita por meio de termos de **convênio**. É comum que prefeituras conveniem organizações para atender crianças em creches, por exemplo, ajudando tais prefeituras no atendimento da demanda por esse serviço. É uma boa forma de a organização mostrar sua capacidade e conhecimen-

tos. Por outro lado, nem sempre esses serviços são adequadamente remunerados pelos órgãos públicos.

O que as OSCs às vezes esquecem, particularmente aquelas que já têm longa trajetória em um tipo de atendimento, é que muitas metodologias podem ser preparadas para serem oferecidas a públicos diversos, para além dos “muros” governamentais, pois tem a capacidade de mobilizar apoio de sua clientela (admiradores) e produzir receitas, se as pessoas acreditarem que a atividade comercial complementar os projetos sem fins lucrativos da organização.

As dicas relacionadas abaixo podem servir de guia para uma reflexão que você pode contribuir a OSC a fazer quando estiver se preparando para obter recursos desta forma:

Conheça sete passos para colocar um produto à venda

- 1 Estudar, levantar e analisar os diversos públicos que podem se interessar pelo tema com o qual a organização trabalha.
- 2 Formatar os produtos para venda e preparar um portfólio de produtos. Por exemplo: palestras, cursos de formação, oficinas, publicações e manuais.
- 3 Utilizar no material de venda e no material didático uma linguagem de fácil compreensão para o público comum, lembrando de incluir imagens dos produtos e depoimentos.
- 4 Realizar uma pesquisa no mercado para conhecer o comportamento da concorrência e o preço praticado naquela região.
- 5 Planejar estratégias de divulgação e venda pró-ativa dos serviços.
- 6 Participar de eventos em que serão discutidos o tema com o qual trabalha a organização, a fim de divulgar os serviços disponíveis.
- 7 Fazer um acordo com a equipe técnica sobre a ação e os detalhes da venda do serviço: quem serão os responsáveis pela execução e pelo cuidado com o pós-venda. É importante lembrar que as atividades cotidianas da OSC não podem ser prejudicadas em detrimento da venda de serviços e, por isso, é preciso conciliar as agendas.

A busca pela autossustentação por meio de projetos de geração de renda é uma aposta. O sucesso não é garantido, mas as perspectivas e os resultados podem ser positivos se forem disponibilizados capital, tempo e esforço para o planejamento das ações.

Aprenda com quem faz

Doutores da Alegria

Desde 1991 atua junto a crianças hospitalizadas, seus pais e profissionais de saúde, usando a paródia do palhaço que brinca de ser médico tendo como referência a alegria e o lado saudável dos pacientes e colaborando para a transformação do ambiente onde se inserem. As intervenções em empresas surgiram como forma de ampliar o alcance do trabalho realizado pela organização e como forma de levar a cultura da alegria para dentro do ambiente corporativo. Os recursos provenientes das intervenções em empresas são 100% revertidos para a manutenção e o fortalecimento da atuação da ONG em hospitais públicos.

Saiba mais: <http://www.doutoresdaalegria.org.br/alegria-nas-empresas/>



Foto: Luciana Serra

Doações de indivíduos e empresas: sócios-contribuintes, doações pontuais, apoio e patrocínio

#voluntarios #doação

A doação de indivíduos ou empresas acontece a partir da construção de relacionamento entre pessoas. Relacionar-se é uma arte, requer investimento de tempo e energia. É preciso oferecer ao doador a oportunidade de investir aquilo de que dispõe - sejam recursos financeiros, bens e materiais, serviços voluntários ou conhecimento - esta-

belecendo uma relação saudável de participação, cooperação e desenvolvimento. Ao redor de cada organização existe uma comunidade a ser engajada. Você, como voluntário da Fundação Telefônica Vivo, pode ajudar a OSC a enxergar potenciais doadores, além de implementar estratégias para mobilizá-los.



Pensando em doação de indivíduos

“Tudo que você faz de coração te faz mais cidadão. Comece hoje.”

Programa de Voluntariado 2015 – Fundação Telefônica Vivo

A formação de uma base social de apoio, composta por uma carteira de doadores sistemáticos que contribuem com uma quantia mensal, é um sonho e um grande de-

safio para as OSCs. A boa notícia é que a cultura de doadores individuais está em plena ascensão no Brasil, segundo estudos da ChildFund Brasil².



2 17 milhões de brasileiros doam regularmente uma média de R\$25,00/mês, O total anual das doações é de R\$ 5,2 bilhões e houve aumento do número de doadores da classe C. Quanto menor a renda, maior a parte desta dedicada a doação, ou seja, quanto mais pobre, mais generoso é o doador. Leia mais em <http://pt.slideshare.net/flac2011/perfil-doadores-brasil-child-fund-brasil-gerson-pacheco>

O cenário é promissor desde que o processo de criação e implantação de uma estratégia de sócio-contribuinte seja bem preparada, planejada e leve em conta que os resultados virão no médio ou no longo prazo. Inicialmente, o trabalho e o investimento para buscar esses doadores podem ser muito maiores do que as contribuições obtidas, mas segundo Célia Cruz, especialista em mobilização de recursos, deve-se considerar que **“estamos desenvolvendo trabalhos sociais e, por isso, nada mais legítimo do que contar com o apoio de indivíduos. De que adi-**

anta uma organização que desenvolve determinada ação se ela não consegue convencer outras pessoas da importância desta ação? Se uma organização recebe apoio financeiro, isso significa que ela é legítima, representativa e que a sociedade valoriza seu trabalho e quer ajudar a mantê-lo”.

Use as dicas abaixo para ajudar a OSC que você apoia na reflexão e estruturação de programas de doação com sócios-contribuintes:

Conheça oito passos para conseguir sócios-contribuintes (doadores individuais)

1 Definam o tempo total de consolidação do projeto e uma meta mensal de pessoas que desejam mobilizar para a carteira de sócios-contribuintes, além de uma meta financeira anual. Sugere-se iniciar com as pessoas mais próximas, parentes, amigos da equipe técnica, dos voluntários e da comunidade que já conhecem o trabalho que a organização desenvolve.

2 Criem **indicadores** para monitorar e avaliar o processo de mobilização de doadores, tais como o registro de quantos contatos são necessários para conseguir um doador, quanto se gasta para mobilizar um doador, quantos doadores não renovam suas doações (e por quais os motivos) e quantos ampliam a doação.

3 Reservem um recurso financeiro anual, mesmo que pequeno, a ser investido nesta ação. Vale listar recursos não materiais que podem ser captados. É importante lembrar que muitas vezes é necessário investir recursos (\$\$) para captar recursos (\$\$).

4 Definam um profissional como responsável pelo programa. Essa pessoa deve ficar dedicada a esta ação junto com uma equipe (que pode ser de voluntários). Esse profissional deve, de preferência, ter conhecimentos em marketing ou comunicação e habilidades com bancos de dados, além de ser criativo, ousado e apaixonado pela causa e pela organização para conseguir engajar outras pessoas.

5 Desenvolvam uma campanha de comunicação com peças que possam servir como modelos (cartas, e-mails) para fazer relacionamento. Quem sabe é possível encontrar profissionais de comunicação que possam ser parceiros desta iniciativa de forma voluntária?

6 Definam o sistema para receber as doações mensais (Paypal, PagSeguro depósitos ou boletos bancários etc.).

7 Conversem com organizações que já desenvolvem programas semelhantes, de forma a aprender com erros e acertos.

8 Reúnam a equipe de voluntários, profissionais da organização e conselho (ou diretoria) para avaliar, periodicamente, o andamento do processo.

Aprenda com quem faz

Liga Solidária

Atende mais de 10 mil crianças, jovens, adultos e idosos por meio de 10 programas de educação e cidadania.

A organização escolheu uma criança para ser símbolo da campanha, de forma a despertar empatia dos doadores. "Mateus quer ser veterinário quando crescer, mas a violência pode estragar esse sonho. Por isso nós, da Liga Solidária, lutamos pelo futuro dele e de milhares de crianças e jovens que vivem em áreas de risco social. Doe agora, ajude a realizar o sonho do Mateus e de outras crianças." A organização utiliza um sistema de CRM que ajuda a gerenciar seus projetos e doações.

Saiba mais: <http://www.ligasolidaria.org.br/colabore/doacao/>



Para fidelizar sócios-contribuintes: Comunique-se!

Cultivar o relacionamento com os doadores contribui para a fidelização dessas pessoas na causa da organização. Para desenvolver uma comunicação de relacionamento constante e sistemática, é importante:

- convidar o doador para eventos, festas e comemorações da organização, por exemplo;
- encaminhar periodicamente um informativo com as novidades institucionais;
- publicar um balanço anual no site da organização e enviar o link para o doador;
- mandar mensagem de felicitações pelo aniversário e pelo aniversário de seu vínculo com a organização.



Você tem outras ideias de como nutrir a relação com os contribuintes? Anote-as aqui!

Os relacionamentos pessoais são muito importantes, pois quem toma decisão de doar são pessoas. Mas os relacionamentos da organização precisam ser vistos como relacionamentos *institucionais*, da organização com a empresa por exemplo. Por isso, devem estar devidamente registrados todos os contatos, conversas ou acordos que a equipe da organização fizer com algum doador ou potencial doador. Esse registro pode ser feito em um banco de dados e deve estar acessível a qualquer pessoa da organização a qualquer momento, particularmente se for o caso de incluir nova informação

a respeito da relação com esse (efetivo ou potencial) doador.

Vale a pena lembrar de convidar o doador a aumentar a sua contribuição a cada dois anos (pelo menos), e a indicar possíveis doadores a serem prospectados. Numa organização que tem um trabalho social consistente e de qualidade, o programa de doação de indivíduos se bem planejado, bem desenvolvido e sólido tende a crescer. Além de recursos financeiros, consegue-se o apoio e o engajamento de pessoas para a causa da organização!

Pensando em doações de empresas

As empresas podem apoiar ou se tornarem parceiras da OSCs de diversas maneiras: apoio, patrocínio, fazendo doação pontual de recurso financeiro ou

de material etc. Para estabelecer uma relação com uma empresa, a organização que solicita o apoio deve estudar o contexto da companhia

(e as particularidades das pessoas que nela trabalham). Estude-a antes de abordar para fazer o pedido de doação, de forma

a identificar afinidades ou ligações entre o que a empresa comercializa ou valoriza e o que a organização promove.

Cuidados que devem ser tomados ao prospectar uma empresa doadora

- Priorizem empresas no entorno da organização, na comunidade, não se prendendo às grandes, mas também procurando pelas médias e pequenas. Fazer um pedido do tamanho de cada uma e lembrar-se que as pequenas costumam ser boas doadoras principalmente de recursos materiais.
- Para encontrar as empresas, é possível realizar um levantamento no entorno, caminhando, usando sites de buscas, ou sites da Associação Comercial local, do Clube de Dirigentes Lojistas (CDL), da Federação das Indústrias e até da Associação Brasileira de Recursos Humanos (ABRH).
- Você pode ajudar a agendar a visita de um representante da OSC na empresa escolhida, e apoiar na forma como o pedido será feito. Contribui bastante ter uma apresentação estruturada e clara sobre o trabalho da organização, a missão, os projetos desenvolvidos, a metodologia de intervenção, os impactos e resultados do trabalho, as certificações, os recursos que já foram conseguidos com outras fontes.
- Após o encontro, é apropriado mandar mensagens de agradecimento e encaminhar o que eventualmente foi prometido (um relatório específico de atividades, por exemplo), e agendar retorno/conversa de continuidade da parceria.

- Registrem em um banco de dados os contatos, as conversas e os acordos firmados.
- Uma vez definido o acordo de parceria, lembrem-se de manter a empresa informada dos movimentos e andamento da organização, do projeto e eventuais mudanças feitas, fortalecendo a criação de vínculos.
- O momento da prestação de contas é o momento de apresentar os resultados alcançados e aprender com os mesmos e, quem sabe, até abrir portas para renovação da doação.

O voluntário da Fundação Telefônica Vivo tem um papel importante na hora de ajudar as OSCs a desmistificar a crença de que é muito difícil conseguir recursos junto a empresas.

A possibilidade de parceria é uma oportunidade, um convite para que a empresa exerça o papel de participante interessada no desenvolvimento da comunidade e agregue valor à sua imagem empresarial. Provoque a organização para que convide e solicite! Faça você também o pedido de doação a empresas!

Ações virtuais: financiamento coletivo

#crowdfunding #empreendedorismo #mobilização

As plataformas online de financiamento coletivo (*crowdfunding*) revolucionaram o que antigamente era conhecido como “vaquinha”. A proposta é que o empreendedor de algum projeto ofereça uma série de recompensas em troca de contribuição financeira de pessoas dispostas a apoiar uma iniciativa³. É um modelo que tem possibilitado que organizações sociais, indivíduos e até empresas financiem seus projetos ou suas ideias de uma forma acessível ao público em geral.

De acordo com a publicação **Financiamento de empreendimentos socioambientais**, divulgada pela Sitawi – Finanças do Bem, as maiores plataformas de *crowdfunding* no Brasil são (em ordem alfabética): Benfeitoria

(www.benfeitoria.com), Catarse(www.catarse.me), Doare (www.doare.org) e Juntos.com.vc (www.juntos.com.vc).

“Entretanto, diversas outras plataformas têm sido criadas nos últimos anos, e o ambiente do financiamento coletivo é cada vez mais próspero”.

Algumas plataformas cobram uma porcentagem de comissão em relação ao valor arrecadado, enquanto outras são de uso gratuito. Da mesma forma, em algumas delas, quando a meta de captação não é atingida, o dinheiro arrecadado é devolvido aos doadores; já em outras, os empreendedores recebem valores parciais, independentemente de a meta de captação ter sido 100% alcançada.

³ Um artigo recente da Forbes afirma que, só em 2013, o *crowdfunding* angariou cerca de US\$ 5 bilhões ao redor do mundo, com 30% deste valor destinados a projetos sociais. Apesar de o número global ser expressivo, no Brasil ainda temos que desenvolver muito nossa cultura de doação. Só para ter uma ideia, nos EUA, 72% do valor captado pelas organizações sociais vem de pessoas físicas. Aqui este número cai para 42%, segundo a FGV. Acreditamos que o bom uso do *crowdfunding* pode ser o diferencial para elevar o nível de engajamento dos brasileiros com causas sociais. In: DOE MAIS DOE MELHOR. Manual de captação on line. Disponível em <http://manual.doemaisdoemelhor.org.br/>



Novidade!

Parceria com a KickKante

Chegou o momento de dar mais visibilidade aos projetos apoiados pela Fundação Telefônica Vivo. A parceria com a plataforma de financiamento coletivo KickKante vai permitir angariar mais recursos financeiros para os projetos desenvolvidos pelas organizações apoiadas. Os comitês de voluntariado - e quem mais quiser se engajar para fazer o bem - podem aproveitar esse incentivo para criar campanhas específicas de arrecadação, contando com a experiência e o potencial da plataforma KickKante.

É possível contribuir também fazendo doações online e repercutindo as campanhas em suas redes de relacionamento!

Acesse e participe:
<http://fundacaotelefonica.kickante.com.br/>

Lembre-se de que para o projeto ser bem-sucedido é preciso um grande esforço na mobilização de pessoas dispostas a doar para a campanha de *crowdfunding*. Aproveite as suas redes sociais e as da própria organização (aqueça a equipe deles!) para divulgar as ações. Começar mobilizando as pessoas mais próximas é uma estratégia que irá certamente ampliar o alcance da campanha.

Segundo a pesquisa Retrato Financiamento Coletivo Brasil 2013/2014, realizada pelo Cartase e a Chorus, os fatores que são levados em conta na hora de decidir por uma doação são:

- Identificação com a causa;
- **Confiar no potencial do realizador, da organização que está propondo a ideia;**
- Indicação de amigos;
- **A qualidade da apresentação do projeto;**
- Conhecer pessoalmente quem está propondo a iniciativa/ideia;
- **As recompensas oferecidas, e**
- Conhecer outros apoiadores.

Conheça a pesquisa na íntegra em:
<http://pesquisa.catarse.me/>



Manual de Captação Online

O passo a passo de uma campanha de *crowdfunding* está detalhado na publicação lançada em 2015 pela iniciativa **Doe Mais Doe Melhor**. O guia que orienta as OSCs para esse tipo de mobilização de recursos pode ser baixado gratuitamente em:
<http://manual.doemaisdoemehor.org.br/>

Aprenda com quem faz

Legado de sucesso no *crowdfunding*!

A empreendedora social Bel Pesce, autora do livro “A Menina do Vale 2”, resolveu lançar uma campanha de financiamento coletivo para conseguir realizar um sonho: dar palestras sobre educação e **empreendedorismo** em todas as capitais do Brasil. Pediu verbas para o seu tour nacional e recebeu o apoio de 5.210 doadores, arrecadando um total de R\$889.410,37. O montante superou em 343% a sua meta inicial de orçamento (de R\$ 260 mil) e é considerada uma das mais bem-sucedidas campanhas de *crowdfunding* já realizadas no país!

As recompensas variaram desde um obrigado e envio do livro em formato digital (para quem doasse R\$ 10,00) até a possibilidade de incluir o seu nome/ou marca nas peças de divulgação de seu tour (para quem doasse R\$ 150 mil ou mais). Em um vídeo de abertura de apenas 1 minuto de duração, a própria Bel fazia o seu pedido de forma entusiasmada.

Aliás, vídeo (de curta duração) é uma peça de comunicação praticamente imprescindível nesse tipo de campanha. Outro fator de sucesso é investir de forma muito ampla (e enérgica!) na divulgação da iniciativa.

Saiba mais: <http://www.kickante.com.br/campanhas/bel-pesce-legado-menina-do-vale>

Eventos virtuais “Do bem”

Que tal celebrar o nascimento de um filho apoiando uma ONG? Ou revertendo os presentes de aniversário em doações? Ou ainda participando de uma maratona em nome de uma causa? As plataformas de financiamento coletivo também oferecem esse serviço de “cliques solidários” para quem deseja promover ações pontuais.

Saiba mais: <http://www.kickante.com.br/kick-solidario>



Anote aqui as suas ideias sobre *crowdfunding*:

Voluntariado Digital - Fundação Telefônica Vivo

#voluntariadodigital #gamificação #gamesocial

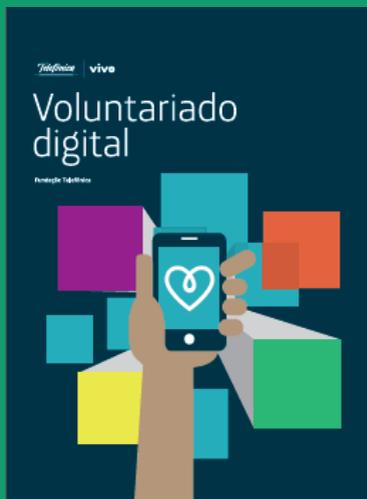
“É preciso aproveitar as oportunidades oferecidas pela tecnologia e utilizá-las a nosso favor. Não podemos nos esquecer de que a tecnologia é um meio criado e permanentemente otimizado por nós humanos. Bons exemplos de transformação com o uso de tecnologias estão presentes continuamente em nossa vida.”

Saiba que a publicação Voluntariado Digital reúne 100 exemplos transformadores no Brasil e no mundo. E o melhor é que está disponível para download gratuito, ou seja, além de você anotar boas ideias, pode recomendar a leitura aos membros da OSC apoiada, assim poderão juntos criar novas oportunidades de atuação em prol

do desenvolvimento social, aproveitando o uso da tecnologia. Lançado em 2014, o livro traz um estudo idealizado pela Fundação Telefônica Vivo e realizado em parceria com a especialista em voluntariado corporativo Monica Beatriz Galiano. Para a produção da obra foi feito também um levantamento sobre novos comportamentos da sociedade conectada, as práticas voluntárias à distância e o impacto social do uso de tecnologias.

O estudo pretende contribuir com a discussão e criação de conceitos ligados à conectividade e seu impacto sobre a sociedade contemporânea, especialmente no agir solidário.

Acesse: <http://www.fundacaotelefonica.org.br/Conteudos/Publicacoes/140/livro-voluntariado-digital>



Preparado para jogar em nome do social?

“O jogo é transformar oportunidade em cidadania.”

Programa de Voluntariado – Fundação Telefônica Vivo

Dentro da plataforma de **Voluntariado Digital**, os colaboradores podem realizar e participar de ações sociais à distância, criando projetos - chamados de missões - que ajudem as organizações a mobilizar pessoas, recursos financeiros e materiais para sua causa. Isso pode contribuir e muito para conseguir recursos livres!

Para aproveitar melhor as experiências que os colaboradores estão tendo desde o lançamento dessa plataforma em 2014, surgiu o **Game do Bem**. As missões podem, por exemplo, mobilizar livros, material de artes, alimentos, mobiliário, técnicos para prestar serviços voluntários para as organizações, enfim, promover o bem por meio de uma competição divertida. Esse conceito da **gamificação** estimula e desafia as pessoas a se envolverem com o cumprimento e superação da missão da qual participam e, quando a meta é alcançada, organizações são beneficiadas. Tudo de forma lúdica e interativa.

Participe! Acesse: www.gamedobem.com.br



Eventos Especiais

#eventosocial #corridabeneficente #bazarbeneficente



Realizar eventos com o propósito de angariar fundos para ações sociais é algo muito antigo e muitas vezes realizado de forma **assistencialista**, usando apelos de comunicação que colocam a falta e a escassez da organização no centro do evento. Mas isso pode e deve ser diferente. Os eventos criativos servem para divulgar a causa e a imagem da organização, mobilizar



recursos de forma direta e indireta, atrair voluntários e possíveis doadores.

Quando o propósito principal é captar recursos financeiros e materiais, os eventos precisam ser planejados e organizados para este fim e acontecer de forma sistemática, preferencialmente com um calendário regular para que as pessoas possam se programar para participar.



Como esses eventos podem gerar recursos?



Os recursos podem vir das cotas de patrocínio que podem ser vendidas em troca de assinatura nas peças de comunicação e divulgação dos mesmos e da venda de ingresso/convidites e produtos.



Para que isso aconteça é necessário desenvolver esses eventos como se gerencia um negó-

cio, um evento comercial qualquer, levando em consideração que o apelo é diferente. Esse fato pode mexer com o emocional das pessoas, o que é uma vantagem se for explorada de forma competente, alegre, animada, como um convite a fazer parte de um projeto bacana, pois as pessoas querem se juntar a boas ideias, a proje-



tos que dão certo e trazem soluções para problemas sociais.

Você como voluntário pode colocar suas habilidades organizacionais a serviço do planejamento do evento da OSC que apoia. Ou articular a sua rede para estabelecer uma parceria com empresas e profissionais de eventos, mesmo que seja apenas com um consultor que pode fazer recomendações.

Com o devido planejamento e organização do evento, as atividades rotineiras

da organização não ficarão suspensas, uma vez que isso traria mais prejuízos do que benefícios.

Há muitas alternativas que já foram testadas e podem ser adaptadas, recriadas de acordo com as necessidades, o perfil e a capacidade organizativa de cada OSC. É recomendável avaliar os riscos e os retornos de cada evento e contar, de preferência, com um grupo de voluntários, pois dificilmente apenas a equipe técnica da organização dará conta das demandas que surgem no momento da produção do evento.



Anote aqui as suas ideias de eventos:

Definindo o tipo de evento e o calendário



Diante de tantas possibilidades existentes, a OSC precisa definir que tipo de evento(s) deseja e pode realizar a cada ano. Esse pode ser de caráter:

Didático: palestras, seminários e cursos.



São eventos que ajudam a divulgar a causa e a metodologia de intervenção social da organização. É preciso pensar no conforto dos participantes, no local, na programação, nos palestrantes, nos equipamentos que serão usados e, se houver verbas, no lanche que será servido e no material que será distribuído.

Esportivo: corridas, jogos beneficentes e gincanas.

São eventos que acontecem preferencialmente em horário diurno, e agregam pessoas de todas as idades. É importante verificar a necessidade de aparatos de segurança e emergência (primeiros socorros e ambulância). Exemplos:



- **Torneio beneficente de golfe** promovido pela Associação São Joaquim de Apoio à Maturidade, uma entidade sem fins lucrativos voltada para o atendimento, a garantia de direitos e a melhora da qualidade de vida das pessoas idosas. Em 2015 acontece a terceira edição desta iniciativa esportiva.

Saiba mais: <http://www.saojoaquim.org.br/site/golfe-torneio-beneficente-defina-campeoes-e-capta-recursos-para-apoio-aos-idosos/>

- **Torneio Gol de Letra**, que desde 2004 é uma forma bem-sucedida de captação de recursos para os programas educacionais da Fundação Gol de Letra. Empresas comprometidas com a responsabilidade social são convidadas a formar equipes em São Paulo e no Rio de Janeiro. Após fases eliminatórias, as finais do torneio são realizadas em estádios do Morumbi e Maracanã, respectivamente. O jogo final é uma grande festa esportiva e conta, inclusive, com a presença de ídolos do futebol brasileiro.

Saiba mais: <http://www.goldeletra.org.br/default.aspx?section=9>

- **Corrida e caminhada contra o câncer de mama**, promovida pelo *Instituto Brasileiro de Controle do Câncer*, que acontece anualmente no Rio de Janeiro.

Saiba mais: <http://www.yescom.com.br/ibcc-rj/2014/>

Artístico/cultura: shows, peças de teatro e apresentações.

Podem ser de produções da própria organização proveniente de processos pedagógicos ou de artistas da mídia em geral dispostos a doarem seu cachê (ou parte dele) e sua imagem para angariar fundos. Podem ser temáticos, ou em datas específicas, tais como Dia das Mães, dos Namorados, São João etc. Exemplo:

- Em 2011, subiram ao palco do Teatro Municipal do Rio de Janeiro diversos artistas dispostos a apoiar a causa promovida pela Childhood Brasil: Ana Bota-



fogo, Caetano Veloso, Djavan, Marcelo Bratke, Maria Bethânia, Maria Gadu, Milton Nascimento, Sandra de Sá, Sandy, Seu Jorge, dentre outros. Os recursos arrecadados neste espetáculo foram revertidos para a campanha “Infância Livre de Exploração e Abuso Sexual”.

Saiba mais: <http://www.childhood.org.br/childhood-brasil-divulga-resultados-do-espetaculo-infancia-livre>

Social/mercadológico: Bazar, leilão, bingo, feira, jantar e chá beneficente.



São eventos voltados para encontro de pessoas e venda de produtos que são conseguidos e doados a organização para serem revendidos. Uma curiosidade é que hoje em dia existem leilões que acontecem de forma virtual; costumam gerar recursos sem tanto investimento de tempo e trabalho. Exemplos:

- A ONG Atletas pelo Brasil que atua em prol da melhoria do esporte realizou um leilão online (aproveitando a plataforma da empresa Leiloar.net), no qual ofereceu diversos itens, tais como o macacão da Ferrari autografado por Felipe Massa, a camisa do PSG (Paris Saint-Germain) autografada pelo jogador de futebol Raí Oliveira e a touca do nadador Thiago Pereira.

Saiba mais: <http://atletaspelobrasil.org.br/leilao-online-com-itens-de-grandes-nomes-do-esporte-vai-ate-dia-15/>

- Já o Lar do Nenen, uma OSC que acolhe crianças de 0 a 4 anos em situação de risco, conta com um bazar solidário que funciona de forma permanente na sede da entidade.

Saiba mais: <http://www.lardonenen.com.br/bazar>

[Se você deseja ajudar a OSC a organizar um bingo, recomenda-se a leitura desse passo a passo: http://www.comofazertudo.com.br/carreiras/como-realizar-um-bingo-beneficente-com-sucesso](http://www.comofazertudo.com.br/carreiras/como-realizar-um-bingo-beneficente-com-sucesso)

Exemplo:

- Carol Célico promoveu um bingo em prol da Fundação Amor Horizontal, uma plataforma de doação, que permite que qualquer pessoa de qualquer parte do mundo contribua para sustentabilidade dos projetos cadastrados. A cartela do bingo foi vendida por R\$50,00 e toda renda foi doada para fundação.

Saiba mais: http://www.amorhorizontal.com.br/_e/ouhttp://bahiaprime.com.br/noticias/bingo-arrecada-fundos-para-instituto-beneficente-de-carol-celico.html

Algumas dicas e cuidados ao planejar eventos

Veja como você pode ajudar a OSC que apoia na realização de eventos:

- Engajem a equipe: o processo de preparação costuma ser demorado e deve envolver a colaboração de muitas pessoas da organização e voluntários. É preciso planejar os detalhes com antecedência.
- Busquem parceiros que podem colaborar com o projeto, facilitando e dando suporte às necessidades de recursos para colocar as ideias em prática.
- Desenvolvam um cronograma de ações e definam os responsáveis por cada ação: isso vai ajudar a gerenciar as tarefas, as atividades necessárias, a ordem em que elas devem acontecer, os prazos de cada etapa e a equipe envolvida.
- Atualizem-se sobre as novidades na produção de eventos beneficentes, além de fazer *networking* com outras organizações que realizam eventos, com empresas e com fornecedores.
- Saibam quem é o público-alvo: pesquisar hábitos, opções de lazer, ferramentas de comunicação que o público-alvo utiliza é importante para criar um evento que atenda às demandas dos participantes. Vale sempre lembrar de acolher bem os participantes: a equipe deve receber as pessoas de forma carismática, buscando proporcionar um ambiente de bem-estar aos convidados.
- Mantenham o relacionamento: registre a presença

para posteriormente agradecer e mandar novidades periódicas.

- Invistam na divulgação: a internet e as redes sociais são aliadas muito importantes na divulgação de eventos.

Preparando um *check list* de evento

A partir de um *check list* genérico, você pode adaptar ao formato de cada evento a ser organizado pela OSC que recebe o seu apoio voluntário. O importante é que a planilha seja uma ferramenta que auxilie no processo de organização da ação.

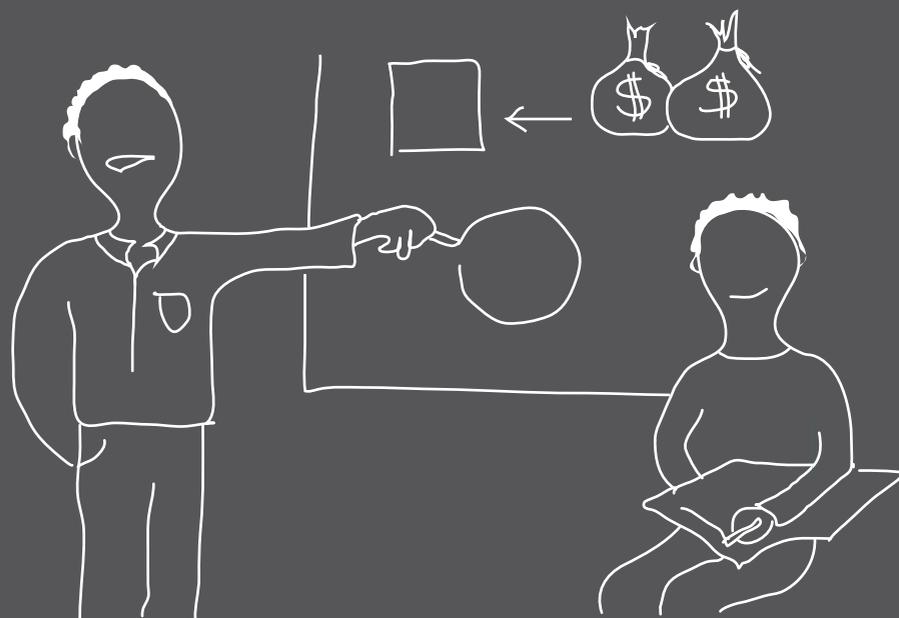
Nome do evento:		Data:		Local:				
Público estimado:		Resultados esperados:						
Objetivo Geral								
	Descrição da atividade	Responsável	Fornecedor	Contatos	Valor estimado	Prazo de conclusão	Status/situação	Observação
Objetivo 1								
Objetivo 2								
Objetivo 3								

Parte 2: Fundos Públicos Especiais

Atuando como voluntário, você pode apoiar uma organização de diferentes maneiras. Uma delas é por meio do programa desenhado pela Fundação Telefônica Vivo para que você e demais colaboradores possam apoiar diferentes OSCs no Brasil através da doação de uma parcela do seu imposto de

renda a pagar. Veja abaixo em ContribuIR mais informações sobre o programa.

Outra delas é ajudando a OSC a acessar os recursos disponíveis nos diferentes fundos públicos criados pelos três níveis de governo (federal, estadual ou municipal). Esta é uma opção atraente para as



organizações que querem realizar um projeto que esteja em consonância com o plano de ação elaborado pelo **Conselho** a que o fundo está vinculado (veja informação a respeito em **O que são os fundos?** neste capítulo).

Mas não é só: como o acesso a esses recursos só pode ser feito sob determinadas condições, esta é também uma oportunidade de contribuir para que a organização se for-

taleça – no mínimo, no que diz respeito aos seus aspectos administrativos e gerenciais, já que uma série de documentação é requerida, além de um projeto bem elaborado, gerido e avaliado.

São, portanto, várias as oportunidades para você exercer seu compromisso cidadão e contribuir para que a sociedade seja mais justa e igualitária. Arregace as mangas: vamos começar!

Ajudando a OSC com doações: o projeto ContribuIR

#doacaoIR

A Fundação Telefônica Vivo desenhou uma estratégia – o projeto ContribuIR – para promover o engajamento social de seus colaboradores, estimulando-os a doar parte de seu imposto de renda a pagar. A doação é direcionada para organizações escolhidas pela seriedade do trabalho e pelo alcance de seus programas e iniciativas. É também possível destinar a doação para o Conselho de qualquer município ou Estado, mesmo que não resida ou trabalhe neles.

A doação só pode ser feita por aqueles que fazem suas declarações de renda por meio do modelo completo. O projeto ContribulR acontece anualmente e é importante ficar atento aos prazos, pois é preciso respeitar a data limite da entrega das declarações no início do ano (se você quiser doar com referência ao ano base do período anterior) ou 31 de dezembro vigente (caso queira que o imposto a pagar seja relativo ao ano

base vigente). Entre em contato com a Fundação Telefônica Vivo pelo e-mail programavoluntariado.br@telefonica.com para conhecer as organizações selecionadas (e os projetos) para receberem as doações. Além de fazer sua própria contribuição, você pode estimular seus colegas do Grupo Telefônica a fazerem o mesmo, para somarem esforços na busca por um mundo melhor e mais justo.

Quebrando mitos

Cair na malha fina é um dos receios que as pessoas têm ao fazerem esse tipo de doação. Para garantir que o seu não será um desses casos, assegure-se de que o recibo de doação, emitido pelo Conselho de Direitos, contenha o CNPJ correto – o deles ou, se for o caso, o do próprio Fundo, além do valor exato da sua doação. Essa é a informação que o Conselho transmite para a Secretaria da Fazenda, através da Declaração de Benefícios Fiscais – DBF.

Se ainda restarem dúvidas, leia entrevista de Gioia Tumbiolo Tose, coordenadora do Programa de Educação Fiscal em <https://voluntarios.telefonica.com.br/noticia/82126>.

Ajudando as OSCs a acessarem recursos dos Fundos Especiais: O que são os fundos?

#fundospúblicos #conselhoparitario #sinase

Fundos são recursos objetivos ou serviços reservados e destinados a objetivos ou serviços especiais.

ao cumprimento de determinados fins. No caso dos fundos públicos, servem para descentralizar o orçamento e, como estabelece a Lei número 4.320/64 que os criou de maneira geral, para garantir recursos para a execução de

Cada fundo é criado por uma lei específica que também determina o órgão estatal a que o fundo se vincula, a origem de suas receitas, os órgãos responsáveis por sua gestão e o seu uso.

A “alimentação” desses fundos – as suas fontes de receita – são variadas e normalmente incluem:

- recursos públicos (os diferentes níveis de governo destinam uma parcela de seu orçamento para eles);
- doações – em dinheiro ou em bens - de pessoas físicas ou jurídicas;
- destinações de receitas dedutíveis do imposto de renda de pessoas físicas ou jurídicas;
- contribuições de governos e organismos internacionais;
- resultado de aplicações financeiras feitas com recursos do próprio fundo, e
- multas.

Particularmente – embora não só - porque uma parte dessas receitas é composta por dinheiro público, os fundos têm as mesmas obrigações de gestão que incidem sobre a gestão dos orçamentos públicos: legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

O poder executivo deve dar suporte ao funcionamento do fundo e, assim, garantir todo o pessoal que realizará o trabalho envolvido na sua administração e controle – o contador, o escriturário, o técnico para empenhos etc. – pois esses fundos estão submetidos à **Lei no. 8.666** que rege toda a contabilidade do país e determina que os fundos estejam submetidos à fiscalização dos tribunais.

Mas quem decide em que os recursos dos fundos serão utilizados é o **conselho deliberativo e pari-**

tário a que cada fundo está vinculado – ambos, conselho e fundo, são em geral criados em conjunto pela mesma lei. Esse conselho é, em última instância, o gestor do fundo.

Para isso, no entanto, o conselho precisa ter um diagnóstico sobre a questão social para a qual os recursos do fundo são destinados e, também, um plano para o enfrentamento da situação diagnosticada.

Com a existência desses três elementos – fundo, conselho e plano – tem-se as condições mínimas para o que se chama de **gestão plena** na Assistência Social e esta é uma condição para que a **União** repasse recursos aos Estados e municípios.

Desde a Constituição de 1988, a instituição de fundos se tornou obrigatória e vários fundos foram

criados: os da saúde, da assistência social e o da criança e do adolescente são os principais, mas existem outros como o do idoso, do esporte, do turismo. **Nesta publicação, trataremos especificamente dos Fundos dos Direitos da Criança e do adolescente.**

Uma questão que afeta especificamente esse fundo é o fato de que, desde a promulgação e publicação da Lei número 12.594/12, que institui o **Sistema Nacional de Atendimento Socioeducativo (Sinase)** –, a Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República – SDH/PR - passou a ser responsável por enviar, até o dia 31 de outubro de cada ano, à Secretaria da Receita Federal do Brasil, documento contendo relação atualiza-

da dos Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente (nacional, distrital, estaduais e municipais) com seus respectivos números de registros no CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – e das suas contas bancárias específicas, destinadas exclusivamente à gestão de seus recursos.

Instituiu-se, assim, um cadastro, preenchido no site da SDH-PR (http://formsus.datasus.gov.br/site/formulario.php?id_aplicacao=16974), sem o qual o Fundo não está apto a receber os recursos advindos das doações dedutíveis do imposto de renda das pessoas físicas e jurídicas⁴.

De acordo com a Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da Repúbli-

4 Como vimos antes, uma das fontes de receita dos fundos é aquela advinda das receitas dedutíveis do imposto de renda de pessoas físicas ou jurídicas. O cadastro citado é o que torna o fundo apto a receber esses recursos. “O cadastro, de responsabilidade da SDH, é encaminhado à Receita Federal, que após verificada a devida regularidade, tornará o Fundo apto ao recebimento de doações por meio do Programa Gerador do Imposto de Renda. Esse procedimento cadastral também visa oferecer ao contribuinte-doador maior segurança e transparência, na medida em que o fundo destinatário da doação está em regularidade certificada pelo fisco.” In: <http://www.sdh.gov.br/assuntos/criancas-e-adolescentes/pdf/faq-fundos-dos-direitos-da-crianca-e-do-adolescentes/view>.

ca, em 2014, apenas 1.628 dos 5.564 fundos existentes no país estavam cadastrados e com a situação regular, sendo 1.606 municipais e 21 estaduais, além do nacional. Esses 1.628 fundos poderão receber, em 2015, parte dos R\$ 22,6 milhões arrecadados dos contribuintes que fizeram a doação com o incentivo fiscal.

Como atuar para melhorar esse cenário!

Dentre os municípios apoiados pelo Programa Voluntários da Fundação Telefônica, não se cadastraram em 2014 os Fundos de Aracajú, Cuiabá, Macapá, Marabá, Santarém e Serra Gaúcha. Estes fundos estão inaptos a receber recursos doados através de incentivo fiscal em 2015.

Quer tirar o fundo de sua cidade desta lista?

Converse com o pessoal da OSC que você apoia para que procure saber os motivos que levaram o Conselho de Direitos a não cadastrar o Fundo em 2015 no site da SDH/PR. Pode ter sido um esquecimento, mas também pode ser que o pessoal do Conselho precise de ajuda para acessar o site, para preencher o cadastro ou, ainda, para providenciar os pré-requisitos exigidos: o CNPJ do Fundo, a abertura da conta corrente específica... Veja com a OSC o que juntos vocês podem fazer para alterar essa situação.

Para manter no radar, eis a lista das cidades com fundos cadastrados em 2014:

Belém, Belo Horizonte, Boa Vista, Brasília, Campinas, Campo Grande, Curitiba, Florianópolis, Fortaleza, Goiânia, Imperatriz, João Pessoa, Joinville, Maceió, Manaus, Natal, Palmas, Porto Alegre, Porto Velho, Recife, Redenção, Ribeirão Preto, Rio Branco, Rio de Janeiro, Salvador, Santos, São José do Rio Preto, São José dos Campos, São Luis, São Paulo, Teresina, Uberlândia e Vitória.

Como funcionam os Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente?

#direitosdacriança #direitosdoadolescente

Como vimos, o uso dos recursos dos fundos – e, no caso previsto nesta publicação, especificamente o uso dos recursos do Fundo dos Direitos da Criança e do Adolescente – está associado a um plano e vimos também que ele deve ser elaborado com base num diagnóstico. Ou seja, primeiro deve-se ter um estudo da situação tal como ela está hoje – o

diagnóstico – e, com base nele, se faz um plano para enfrentar a situação. O plano é, pois, o documento de planejamento da política voltada à atenção e garantia dos direitos da criança e do adolescente, correspondendo a uma previsão de atividades e resultados a serem alcançados pelo **sistema de garantia de direitos** da criança e do adolescente.

Mas o plano precisa estar incluído na Lei de Diretrizes Orçamentárias (LDO) – que fixa as metas e prioridades da administração pública – e, ainda, na Lei Orçamentária Anual (LOA) – a que estabelece em que o orçamento público será efetivamente utilizado num ano específico – pois só a consignação do plano no orça-

mento permite o uso dos recursos do fundo para os fins previstos nesse plano.

Se tudo isso estiver ok, a OSC poderá então se candidatar a receber recursos do Fundo para a execução de um projeto que esteja em consonância com as ações previstas no plano elaborado pelo Conselho.

Aprenda com quem faz

Centro Dom Helder Câmara de Estudos e Ação Social (Cendhec)

Desenvolveu uma publicação – Guia orientador para elaboração de planos municipais para a prevenção e erradicação do trabalho infantil – que orienta na realização desses planos. Caso o município não tenha um, você pode estimular os responsáveis pela formulação da política de atenção e defesa dos direitos da criança e do adolescente para que façam um.

Saiba mais: <http://promenino.org.br/redepromenino/uploads/files/1>

Além disso, se for necessário ajuda para o diagnóstico da situação da infância no município, no site da **Prattein** – Consultoria em Desenvolvimento Social é possível encontrar bancos de dados que permitem fazer isso. Veja quais estão disponíveis em: http://prattein.com.br/home/index.php?option=com_content&view=category&id=170:bases-de-dados-sobre-criancas-e-adolescentes&Itemid=270&layout=default.

A Fundação Abrinq, o INESC e o UNICEF – lançaram em 2005 o caderno De olho no Orçamento Criança que, em seu capítulo 2, detalha a lógica e operacionalização do orçamento público.

Saiba mais: www.unicef.org/brazil/pt/de_olho_orcamento_crianca.pdf.

O que uma OSC precisa fazer para acessar os recursos do Fundo dos Direitos da Criança e do Adolescente?

#ConselhoMunicipaldaCrianca #CMDCA

Há um conjunto de exigências, sendo a primeira delas é de que a organização esteja registrada junto ao Conselho Municipal de Direitos da Criança e do Adolescente e, eventual-

mente, caso queira acessar os recursos do Fundo Estadual, também deve estar registrada no Conselho Estadual de Direitos da Criança e do Adolescente.

Como registrar a OSC no Conselho de Direitos da Criança e do Adolescente?

Em geral, tanto os Conselhos Municipais quanto os Conselhos Estaduais e o Nacional, pedem que a organização apresente o pedido de registro acompanhado de uma série de documentos, todos no original ou em cópia autenticada. Eis um *check list* de todos:

- Prova de constituição jurídica da organização (estatuto ou documento similar⁵);
- Demonstração da composição e posse da Diretoria e/ou do Conselho de Administração, por meio de ata de nomeação e posse de seus membros, devidamente registrada em cartório ou publicada no Diário Oficial do Município;
- CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (uma via original pode ser obtida no site da Receita Federal: http://www.receita.fazenda.gov.br/pessoajuridica/cnpj/cnpjreva/cnpjreva_solicitacao.asp);
- CPF – Cadastro de Pessoa Física – de todos os membros da Diretoria e/ou do Conselho de Administração;

5 Caso a organização ainda não seja uma pessoa jurídica de fato, isto é, não conte com um estatuto e não tenha um registro junto ao Ministério da Fazenda, com respectivo número de CNPJ, a ajuda de um advogado ou contador pode ser necessária. A Rede Papel Solidário se dispõe a oferecer esse suporte a quem estiver de fato querendo abrir uma organização. Se este é o caso da OSC apoiada por você, veja mais em <http://redepapel.solidario.org.br/4-como-faco-para-criar-uma-ong/>. Caso a organização já opere, mesmo que informalmente (sem o estatuto e o registro no Ministério da Fazenda) e julgue possível trilhar os caminhos da sua constituição sozinha ou com o apoio de um voluntário, um modelo de estatuto para OSCIP foi elaborado por advogados profissionais e está disponível no site do Instituto Fonte. Veja em: http://www.institutofonte.org.br/sites/default/files/cap01_10_parte_1_Minicartilha%20jur%C3%ADdica%20estatutos%20e%20atas_InstitutoFonte.pdf#overlay-context=node/1153 e http://www.institutofonte.org.br/sites/default/files/cap01_10_parte_2_Minicartilha%20jur%C3%ADdica%20estatutos%20e%20atas_InstitutoFonte.pdf#overlay-context=node/1153.

- CND – Certidão Negativa de Débitos – do INSS (pode ser obtida no site da Receita Federal: <http://www.receita.fazenda.gov.br/aplicacoes/ATSP0/certidao/CndconjuntaInter/InformaNICertidao.asp?tipo=1>);
- Certificado de regularidade com o FGTS (pode ser obtido no site da Caixa Econômica Federal: <https://www.sifge.caixa.gov.br/Cidadao/Crf/FgeCfSCriteriosPesquisa.asp>);
- Plano de trabalho indicando a atuação da organização em assuntos ligados à criança e ao adolescente, e
- Documento contendo resumo das atividades regularmente realizadas pela organização no atendimento de crianças e adolescentes.

Muitos Conselhos exigem que a organização demonstre, ainda, que realiza atividades de atendimento a crianças e adolescentes por, pelo menos, três anos antes de requerer seu registro.

Além desses requisitos iniciais, a OSC deve apresentar ao Conselho também um projeto, informando o que pretende fazer, de que forma, com que recurso, durante que período de tempo (meses ou anos) e quantas pessoas irão beneficiar com ele. É neste item que o voluntário da Fundação Telefônica Vivo melhor pode contribuir com a organização: seus conhecimentos e habilidades podem fazer a diferença na elaboração de um bom projeto.

O que é um projeto?

#linhadotemposocial

Segundo o PMI – Project Management Institute, projeto é o...

Esforço temporário empreendido para criar um produto ou serviço único. Restrito por recursos limitados, planejado, executado e avaliado.

As definições usuais, como as do Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa, também ajudam na construção da resposta...

[Do latim projectu, lançado para diante.]

1. Ideia que se forma de executar ou realizar algo, no futuro; plano, intento, desígnio.

2. Empreendimento a ser realizado dentro de determinado esquema e determinado prazo.

Observe que nenhuma dessas definições faz menção a um documento escrito, anunciando que, ao se elaborar um projeto, desenvolver a ideia vem antes da tarefa de colocá-la no papel...

Como se faz um projeto?

Há organizações que começam um projeto pensando no que fazer em uma ação ou atividade. E, de fato, uma parte de um projeto é justamente essa: o que fazer. No entanto, pode estar no pensar em “prá que fazer” o grande diferencial entre um pro-

jeto e um bom projeto.

É como colocar os bois e a carroça na ordem certa, pois de outra sorte, se poderia organizar toda uma festa com motivos infantis para celebrar o aniversário do filho do amigo e só ser lembrado depois de tudo pronto que o aniversariante estará fazendo 15 anos...

Outras organizações começam escrevendo um documento seguindo ou não um formulário de algum financiador. Mas para preencher o formulário é preciso antes desenvolver a ideia do projeto... E este trabalho é feito sob medida para várias cabeças e muitas mãos, todas juntas... Quanto mais pessoas se comprometerem com ele desde a saída, mais chances ele tem de ser um bom projeto e, claro, ser aprovado pelo Conselho de Direitos e beneficiado com os recursos do Fundo.

Todo projeto **orientado para resultados** (olha aqui a expertise do voluntário da Fundação Telefônica Vivo podendo fazer a diferença!) envolve pelo menos dois importantes movimentos:

Primeiro, saber o que se quer transformar. Que mudanças o projeto, depois de realizado, terá provocado no mundo?

Segundo, pensar em como promover essa transformação. Que ações e esforços serão necessários para promover as mudanças desejadas?

Para pensar no que mudar, o que se quer transformar, é necessário então conhecer a situação como ela está hoje, ou seja, ter um diagnóstico. Caso o Conselho de Direitos da Criança e do Adolescente tiver realizado um, pode-se partir dele. Se isso não

tiver sido feito, a equipe envolvida no desenvolvimento da ideia do projeto pode se debruçar sobre estas perguntas para construir um diagnóstico simples:

- Qual é a situação atual? O que a caracteriza? Como outras pessoas caracterizariam a situação?
- O que está acontecendo nessa situação? Desde quando? O que se repete historicamente? O que nunca aconteceu antes e vem acontecendo agora?
- Quais os principais fatos ou histórias que marcam a dinâmica desta situação? Por quais estágios ou fases já se passou anteriormente? Qual é a fase atual? O que permanece bloqueado ou sem movimento? O que tende a forçar as coisas para que fiquem como estão? Qual tende a ser a próxima fase?
- Quem são as pessoas e grupos atuantes na situação (pensem inclusive em quem “atua” passivamente nela, por exemplo, as pessoas ou grupos que sabem da situação e são indiferentes a ela)? Que perfil têm hoje?
- Quem mais sofre com essa situação? Por quê? Quem se beneficia com essa situação? Por quê?
- Quais são as relações que se estabeleceram entre esses diversos grupos? Quem colabora com

quem? Quem respeita quem? Quem incomoda quem? Quem tem conflito com quem? Por quê? Tem havido mudanças nessas relações? Quais? O que tende a acontecer nos próximos anos com essas relações?

- O que se pode, portanto, dizer a respeito das causas e consequências da situação atual? E sobre papéis e responsabilidades? Como cada um dos grupos envolvidos contribui para que as coisas estejam como estão?

Uma questão social ou um desafio enfrentado por um segmento da população nunca é determinado por uma só causa. A realidade é complexa e para compreendê-la de fato temos que considerar muitas causas e movimentos. Então, atenção: se apenas foi identificado um fator que causa toda a situação (por exemplo, “a falta de políticas públicas” etc.) recomecem as perguntas!

Que tal construir uma linha do tempo?

A linha do tempo é uma ferramenta que pode ajudar nessa reconstrução. É normalmente utilizada na educação como forma de ajudar estudantes e investigadores a compreender os eventos e estabelecer relações entre eles.

Pode ser feita de maneira simples, com papel – o de *flip chart* ou o *craft* são os mais indicados, pois permitem a construção de grandes painéis. Nesse papel é traçada uma linha em que se constrói uma divisão do tempo (em me-



ses ou anos) que se pretende estudar e, junto a esses marcadores do tempo se indica os eventos ou acontecimentos relativos ao tema estudado.

Se você quiser usar recursos de informática para criar a linha do tempo da situação que está analisando, veja várias dicas de ferramentas para isso em <http://noticias.universia.com.br/atualidade/noticia/2014/04/15/1094875/7-ferramentas-online-criar-linhas-tempo.html>. Algumas delas permitem a inclusão de linguagens diversas (fotos e vídeos, por exemplo) ou a edição da linha do tempo por diferentes pessoas.

Quando se chega à compreensão da situação, o movimento mais comum e quase imediato que muitos grupos fazem é o de começar a pensar no que fazer diante dessa situação. Cuidado! Antes, é necessário fazer o mesmo exercício de análise cuidadosa feito sobre a situação atual também a respeito da situação desejada. Para esta situação desejada, convém que o grupo se faça as mesmas perguntas a partir das quais pensou sobre a situação atual, ou pelo menos algumas delas: Como é essa situação desejada? O que a caracteriza? O que vai estar diferente na vida das pessoas envolvidas na situação? Quem atuará nela e de que forma? Que interesses e relações se estabelecerão ou mudarão nessa nova situação? Quem vai apoiar? Quem não vai apoiar? Quem pode agir contra?

Essa análise pode ajudar o grupo a encontrar as oportunidades para o novo projeto – os elementos ou condições que já existem no contexto e que podem servir

como se fossem alavancas e pontos de apoio, criando condições favoráveis à mudança.

Algumas perguntas podem ajudar a identificar e caracterizar oportunidades, tais quais:

- O que tende a favorecer uma mudança de ponto de vista ou despertar o interesse de alguns atores presentes na situação?
- Que capacidades não estão sendo bem usadas? O que está ocioso, disponível e pode ser aproveitado com relativa facilidade? Que capacidades e que recursos já têm sido investidos num sentido desejável?
- O que já existe que pode facilitar o acesso a recursos, pessoas e informações?
- O que pode deixar de ser utilizado ou mobilizado para abrir espaços para novos acontecimentos e iniciativas?
- Que tipo de demanda está crescendo? Ou diminuindo? Por quê?
- Onde existem forças de resistência? O que acontece se não forem contrapostas? Onde existem forças de leveza e cura? O que acontece se forem estimuladas e nutridas?

O que vai para o papel, se transforma em documento?

#elaboracaoprojeto #avaliacaosocial #modeloorcamento

Feito esse esforço, um outro precisa começar a ser feito: alimentado pelo primeiro esforço – de formular e aprimorar a ideia do projeto – o segundo se torna vivo e, certamente, menos conturbado e fragmentado que poderia ser caso o primeiro passo não tivesse sido dado.

Colocar o plano do projeto no papel pode ser importante por várias razões: primeiro, é a expressão formal do compromisso assumido; também ajuda mais pessoas a entenderem o que está sendo proposto; facilita para lembrar o que foi combinado, e pode ser enviado a potenciais doadores na mobilização de recursos (inclusive para acessar os recursos do Fundo Especial da Criança e do Adolescente).

Um pequeno grupo ou

mesmo uma pessoa pode ficar responsável por sistematizar as principais decisões num documento, mas recomenda-se que o documento seja submetido à leitura de todos os envolvidos no processo, para que deem suas contribuições de melhoria e indiquem se estão efetivamente se comprometendo com as mesmas coisas.

É importante considerar que um bom documento é produto da conversa sobre o projeto. Se o documento está pobre, pode ser porque a conversa sobre o projeto também esteja pobre. Quando a conversa é rica – e bem registrada – a tendência é a produção de documentos ricos e inspiradores. O documento deve conter basicamente os aspectos essenciais do que foi conversado até o momento sobre o projeto.

Conheça sete passos para elaboração de um projeto

Para colocar a ideia do projeto no papel muitos roteiros podem ser seguidos e as nomenclaturas podem ser diferentes das apresentadas aqui. O importante é compreender o que cada parte do roteiro pede para poder fazer as adaptações, se necessário:

1. Caracterizar a situação

Trata-se do passo dado até aqui: o levantamento e análise da situação atual, suas características, os principais atores, o que o grupo quer transformar.

2. Definir objetivos

Objetivos expressam claramente o compromisso que o projeto assume perante a sociedade. Para chegar a uma boa articulação daquilo que se pretende conseguir, pode-se perguntar:

- Com que podemos nos comprometer efetivamente?
- Por quais resultados podemos assumir responsabilidade?
- Pelo que queremos ser cobrados durante e ao fim do projeto?

É comum as instituições assumirem dois níveis de objetivos: um conjunto de objetivos gerais, ligados ao efeito que o projeto deve promover, e um con-

junto de objetivos específicos, que podem ser um detalhamento dos objetivos gerais e também um conjunto de objetivos a serem alcançados paulatinamente (por exemplo, anualmente) ou no término do projeto (digamos, dois anos).

Bons objetivos podem ser escritos começando-se com um verbo no infinitivo (por exemplo, “Ensinar os jovens do bairro a fortalecer a sua empregabilidade”). Podem também ser expressos do ponto de vista de uma conquista (por exemplo, “Todos os jovens do bairro trabalhando conforme a sua vocação”).

Bons objetivos costumam ser concisos, simples, tocar o coração e desafiar a pensar sobre o que fazer.

3. Construir um plano de ação

Um plano de ação funciona como um mapa: indica o caminho a ser percorrido e a ordem dos esforços a serem empreendidos. Um bom plano de ação responde à pergunta “como chegar lá?” e se constitui numa sequência de ações e atividades escolhidas “a dedo”, articuladas de forma lógica e distribuídas no tempo. Algumas perguntas que podem ser trabalhadas na construção do plano de ação:

- O que é preciso fazer para atingir os objetivos?
- Que ações precisam ser realizadas?
- Quando cada ação deve ser implementada?

- O que deve acontecer antes de quê?
- O que é necessário fazer antes de cada ação?
- O que resulta de cada ação?
- Quanto tempo cada ação leva, aproximadamente, para ser implementada?
- Quem é responsável em cada ação?
- O que é preciso prever em termos de atividades de suporte e apoio (para a contabilidade do projeto, por exemplo)?

Depois, o plano de ação pode ser transformado em uma apresentação gráfica, na forma de uma tabela, a que se dá o nome de cronograma: faz-se um quadro com períodos de tempo (meses, por exemplo) e em cada período se colocam as atividades que serão realizadas, agrupadas por cores ou formas diferentes.

Um bom cronograma oferece uma visão rápida das atividades essenciais do projeto e facilita a sincronia dos esforços. A elaboração do plano de ação e do cronograma envolve provavelmente algumas rodadas de conversa em que uma versão construída é apreciada e na qual se faz os ajustes necessários. Nesse processo, a equipe pode ser confrontada com questões bem práticas:

- Consigo me comprometer com isso?

- O que é necessário para que eu realize essa ação adequadamente?
- Existe uma forma melhor de se fazer isso?
- O que será preciso aprender para fazer isso acontecer?
- Quais as consequências de eu não conseguir fazer determinadas atividades?

Esse confronto deve gerar modificações no plano de ação até que ele se torne factível e gere compromisso entre todos os envolvidos.

Um jeito de fazer o cronograma pode ser assim:

MODELO DE CRONOGRAMA:

ATIVIDADES	MESES					
	1	2	3	4	5	6
Atividade 1 – nome da atividade						
Atividade 2 – nome da atividade						
Atividade 3 – nome da atividade						
Atividade 4 – nome da atividade						

Como Colaborador do Grupo Telefônica, você pode ter percebido que, em várias oportunidades, a realização de uma tarefa depende da realização de outra, anterior a ela. A efetiva compra de um produto só pode ser feita depois de terem sido feitas cotações com mais de um fornecedor para comparar os orçamentos, por exemplo. No caso do projeto da OSC isso também acontece e, por isso, você pode ajudá-la nesse planejamento e na ordenação das atividades, usando suas capacidades e conhecimentos para, mais uma vez, contribuir com o fortalecimento da organização que apoia.

4. Formar uma equipe

Formar uma equipe envolve um intenso trabalho mesmo antes do projeto “sair do papel”. Será preciso pensar nas capacidades e nos conhecimentos que o projeto requer e, a partir disso, construir um perfil de cada pessoa que trabalhará no projeto e a composição da equipe como um todo. É essa “parte” da formação da equipe que irá para o papel, no documento do projeto.

Quando o projeto estiver para ser colocado em prática, ainda há o trabalho de recrutar as pessoas – mesmo que elas já trabalhem na organização – orientando-as para o trabalho na nova equipe, para as novas atividades.

Além disso, a equipe como um todo deverá ser integrada entre si, com a instituição e com a comunidade, fazendo os acordos necessários para desempenhar bem o seu trabalho.

5. Desenhar um plano de monitoramento e avaliação

Além de prever sua execução, é recomendável que o projeto faça a previsão de como monitorará e avaliará seu andamento e seus resultados após cada ciclo de realização. Preparar-se para a avaliação já na fase de elaboração do projeto pode facilitar em pelo menos dois aspectos: os recursos necessários para fazê-los já são previstos no orçamento inicial e pode-se coletar informações sobre o que vem sendo feito e sobre as mudanças que estão sendo alcançadas sistematicamente, desde o início do projeto.

A própria caracterização da situação, feita no início das discussões, é de grande valia para identificar as informações relevantes e que devem ser coletadas sistemática ou esporadicamente no decorrer da execução do projeto.

Como voluntário da Fundação Telefônica Vivo, você pode ajudar a OSC a perceber que o monitoramento e a avaliação são parte do projeto e, por isso, é de responsabilidade da organização e não precisa necessariamente ser feita por terceiros. Os técnicos envolvidos sabem, melhor do que qualquer outra pessoa, o que deve ser cuidado durante a realização do projeto por exemplo e, por isso, são indicados a contribuir e a fazer o seu monitoramento. Avaliações externas, feitas por consultores especializados, são recomendadas sempre que for possível fazê-la e se tiver recursos disponíveis para tal. Podem ser necessárias quando o grupo responsá-

vel pelo projeto encontrou seu limite no monitoramento e na avaliação, quando a avaliação envolve questões de conflito de interesses...

Para fazer esse monitoramento e o próprio plano de avaliação as seguintes perguntas podem ajudar:

- Que espaços de encontro construiremos para observar e refletir sobre o andamento das ações?
- Que informações podemos colher sistematicamente que nos ajudem nessas reflexões?
- Quais questões gostaríamos de responder a cada ciclo de implementação do projeto e que nos ajudariam a melhorá-lo no ciclo seguinte?
- Que informações a nossa imagem de situação desejada sugere que são importantes serem coletadas durante a implementação do projeto para sabermos se estamos nos aproximando dela?
- Que processo de avaliação gostaríamos de realizar passado esse ciclo?
- O que devemos garantir para que esse processo seja possível?
- Quem, além da equipe, deve ser envolvido no processo de avaliação do projeto?

6. Elaborar um orçamento

A execução do projeto certamente vai requerer recursos de diversos tipos. Esses recursos devem ser previstos no planejamento de cada ação e atividade.

Elaborar um orçamento é estimar todos os recursos necessários para que o projeto aconteça satisfatoriamente, sem desperdícios nem carências, estabelecendo o valor financeiro de cada um desses recursos. Orçar, portanto, é calcular o custo do projeto e prever de onde cada recurso virá. É estimar despesas, receitas e investimentos necessários para realizar as ações e finalidades descritas anteriormente.

As receitas podem incluir: doações, venda de serviços e produtos, investimentos financeiros provenientes de algum fundo, entre outros. As despesas podem incluir: obras, remuneração de pessoas, serviços de terceiros, equipamentos, materiais, impostos, entre outros.

Habitualmente, o orçamento é apresentado em uma tabela - um quadro com itens e valores relacionados a cada atividade/ação prevista. O orçamento pode também conter a dimensão temporal, indicando quando os recursos serão recebidos e despendidos, facilitando o planejamento. Um orçamento simples e caprichado oferece transparência ao projeto e facilita a compreensão de como será a entrada e a saída do dinheiro.

MODELO DE ORÇAMENTO:

Item	Qtd.	Valor Total – R\$	Contrapartida – R\$	Valor Solicitado – R\$
Equipamentos		25.500,00	1.500,00	24.000,00
Computadores – especificações	10	23.000,00	0,00	23.000,00
Impressora – especificações	1	1.000,00	0,00	1.000,00
Data show – especificações	1	1.500,00	1.500,00	0,00
Materiais pedagógicos		18.000,00	13.000,00	5.000,00
Instrumentos musicais		14.910,00	7.250,00	7.660,00
Flauta transversal	15	10.500,00	3.500,00	7.000,00
Violão	15	3.750,00	3.750,00	0,00
Teclado	2	660,00	0,00	660,00
TOTAL		58.410,00	21.750,00	36.660,00

Com o documento pronto, cheio de inspiração e compromisso de tanta gente que se envolveu na sua elaboração, o passo seguinte é encaminhar para o Conselho dos Direitos da Criança e do Adolescente...



E agora, como apresentar o projeto e acessar os recursos do Fundo?

#EstatutodaCriançaedoAdolescente #contrapartida

Existem duas formas de acessar os recursos do Fundo da Criança e do Adolescente e, em ambas, antes de qualquer coisa, o Conselho – no seu todo ou por uma comissão técnica – aprecia, analisa e, se for o caso, aprova o projeto.

A primeira forma é inscrever o projeto na chamada pública ou edital lançado pelo Conselho para seleção pública de projetos a serem financiados pelo Fundo. Nos editais, os Conselhos normalmente apontam:

- os eixos temáticos a que, naquela oportunidade, os projetos devem se referir (o que é, normalmente, feito com base no diagnóstico da situação e no plano de atenção à criança e ao adolescente do período);
- as condições para a inscrição dos projetos – quantos projetos cada organização pode apresentar, quantos podem ser aprovados por organização, o prazo para a inscrição, a documentação que deve ser apresentada e até mesmo o roteiro para a apresentação do projeto;
- as eventuais exigências de **contrapartida**;
- as despesas não cobertas pelo Fundo (geralmente, são as relativas à administração e manutenção da organização, serviços de con-

tabilidade e administração mesmo que relativas ao projeto, segurança patrimonial, cerimonial, ornamentação e *coffee breaks*, benefícios para os funcionários – vale transporte, ou alimentação, auxílio-médico e outros; despesas bancárias e de publicidade);

- os responsáveis pela análise do projeto e os critérios para que a seleção se dê;
- a notificação sobre o resultado da seleção e do processo de **convênio** e liberação do recurso.

A outra forma é a de buscar, por conta própria, um apoiador – ou mais – para o seu projeto, principalmente junto à iniciativa privada e a instituições financiadoras. Se estas decidirem pelo apoio ao projeto por meio da **doação com renúncia fiscal**, o projeto deve constar entre os aprovados pelo Conselho para aquele período.

Você viu em **O que são Fundos?** que eles são alimentados por doações e uma das formas de doação ao Fundo da Criança e do

Adolescente é aquela feita a partir da destinação de receitas dedutíveis do imposto de renda de pessoas físicas ou jurídicas. Esse tipo de doação, obrigatoriamente, é feita diretamente ao Fundo e não à OSC que está captando recursos para o seu projeto. O doador pode decidir o projeto que quer apoiar, mas existem regras para isso.

A primeira delas é que o projeto precisa estar aprovado pelo Conselho de Direitos da Criança e

do Adolescente que, em geral, emite resoluções, portarias ou instruções sobre os procedimentos para a certificação e autorização para a captação de recursos financeiros que devem ser seguidos pelas organizações que optarem por este tipo de acesso ao Fundo. As regras para o protocolo do projeto junto ao Conselho, as condições e critérios de análise são muito parecidos com aqueles utilizados nas chamadas públicas.

Além disso, parte do recurso captado pela OSC deve ser retido pelo gestor do Fundo. A Lei 8.069/90, que institui o **Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA)**, estabelece, no parágrafo 2o. do artigo 260, que percentual⁷ do volume captado para o Fundo através da renúncia fiscal deve ser obrigatoriamente aplicado no incen-

tivo ao acolhimento, sob a forma de guarda, de criança ou adolescente. Já o artigo 31 da Lei 12.594/12, que instituiu o **Sinase**, determina que outro percentual do mesmo volume seja aplicado no financiamento das ações voltadas ao atendimento socioeducativo de adolescentes que tenham praticado ato infracional.

Por isso, toda atenção é necessária no momento de fazer o orçamento do projeto e a captação do recurso que poderá ser destinada a ele: é preciso levar em conta que esses percentuais serão retidos pelo Fundo e não repassados à OSC.



A que ainda é preciso prestar atenção?

#cidadania

Há vários dilemas que cercam o funcionamento dos Conselhos e o uso dos recursos dos Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente em todo o país.

Os analistas e críticos do sistema apontam a disputa pelos recursos públicos voltados às diferentes áreas sociais, particularmente em vista da constante insuficiência de verbas para o atendimento de todas as necessidades, como um dos elementos que favorecem acordos particulares em detrimento de negociações públicas. Assim, os Conselhos, muitas vezes, são vistos como espaços de loteamento do dinheiro público. Os estudiosos dizem, também, que os Conselhos teriam seu poder de planejamento e decisão esvaziado em virtude da legislação

permitir a captação de recursos com renúncia fiscal junto a empresas e viabilizar que estas direcionem suas doações a projetos específicos. Dizem, ainda, que a criação de fundos específicos dificulta a racionalização administrativa ao estimular a duplicação de rotinas e dificultar o planejamento de políticas intersetoriais integradas.

Há, ainda, aqueles que digam que nos Conselhos a representação não governamental não tem o esperado empoderamento e a estruturação suficiente para desempenhar seu papel. Por conta disso, a representação governamental ganha força e, em geral, “dita as regras e a tônica” das políticas públicas para a área, unilateralmente.

Mas, e se...

7 O Conselho de cada município ou Estado é livre para definir a porcentagem a ser retida. Essa definição é feita por meio de regulamentações do próprio Conselho que, geralmente, são publicadas no Diário Oficial do Município ou do Estado, dependendo da alçada do Conselho.

Bibliografia

CENTRO DOM HELDER CAMARA DE ESTUDOS E AÇÃO SOCIAL.

Guia orientador para a elaboração de planos municipais para prevenção e erradicação do trabalho infantil. Recife: Cendhec. 2014. Disponível em <http://promeninino.org.br/redepromeninino/uploads/files/1/guia%20orientador%20para%20elabora%C3%A7%C3%A3o%20de%20planos%20municipais%20de%20preven%C3%A7%C3%A3o%20e%20erradica%C3%A7%C3%A3o%20do%20tf.pdf>

CRUZ, Célia/ ESTRAVIZ, Marcelo. **Captação de Diferentes Recursos para Organizações Sem Fins Lucrativos.** Coleção Gestão e Sustentabilidade. São Paulo: Instituto Fonte/ Global, 2011.

FEBRABAN. **Manual técnico: seu imposto pode beneficiar crianças, adolescentes e idosos.** Disponível em www.febraban.org.br/fia/img/febraban_cartilha.pdf

GETS, Grupo de Estudos do Terceiro Setor. **Captação de Recursos: da Teoria à Prática.** Disponível em http://www.casa.org.br/images/PDFARQUIVOS/Manual_para_Captao_de_Recursos.pdf

INSTITUTO PÓLIS. *Boletim Repente: Qual é o papel dos Conselhos e Conselheiros?* São Paulo: Instituto Pólis, 1999. Disponível em <http://polis.org.br/publicacoes/5317-2/>

INSTITUTO FONTE. **Coleção Caminhos para o Desenvolvimento de Organizações da Sociedade Civil. 2012.** Disponível em <http://www.institutofonte.org.br/node/1153>

MAGALHÃES JÚNIOR, José César; TEIXEIRA, Ana Claudia C. (Org.) **Fundos Públicos.** São Paulo: Instituto, Pólis, 2004.

Disponível em <http://www.polis.org.br/uploads/1004/1004.pdf>

MARANHÃO, T. A. **Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente de São Paulo.** São Paulo, Instituto Pólis/ PUC-SP, 2003. Disponível em <http://www.polis.org.br/uploads/862/862.pdf>

SANTOS, Andréa B.; RAMOS, I. C. A.; SILVEIRA, L. C. L.; GIAN EZINI, M; MOURA, P. G. M.. GIEHL, P. R. **Captação de Recursos para Projetos Sociais.** Editora Intersaberes, 2012.

SITAWI. **Financiamento de Empreendimentos Socioambientais.** Disponível em http://sitawi.org.br/wp-content/uploads/2015/01/SITAWI_Financiamento_Empreendimentos_Socioambientais.pdf

TIISEL, D.B. [et al.]. **Captação de recursos para o terceiro setor: aspectos jurídicos.** São Paulo: OABSP, 2011. Disponível em http://www.oabsp.org.br/comissoes2010/direito-terceiro-setor/cartilhas/captacao_aspjur21092011%20revisada.pdf

TORMIN, L.A.V. **Fundos dos direitos da criança e do adolescente: doações, fiscalização e prestação de contas.** Goiânia: Caoinfância. s/d. Disponível em <http://www.mprn.mp.br%2Fportal%2FInicio%2FInfancia-e-juventude%2FInfancia-e-juventude-material-de-apoio%2Fcartilhas%2F1561-fundos-dos-direitos-da-crianca-e-do-adolescente-doacoes-fiscalizacao-e-prestacao-de-contas>

VELASCO, A.M. [et al.]. **De olho no orçamento criança.** São Paulo: Unicef, 2005. Disponível em www.unicef.org/brazil/pt/de_olho_orcamento_crianca.pdf

Glossário

Assistencialista/Assistencialismo: Doutrina, sistema ou prática que organiza e presta assistência às comunidades socialmente excluídas, sem uma política para tirá-las da condição de necessidades. É um conceito associado à noção de caridade, já que não prevê o envolvimento da comunidade nem ambiciona transformações estruturais significativas.

Braille: É um sistema de leitura com o tato para as pessoas com deficiência visual. É um alfabeto convencional cujos caracteres se indicam por pontos em alto relevo.

Conselhos (Conselhos de Direitos/ Conselhos de Políticas Públicas/ Conselho deliberativo e paritário): Gestores de Políticas Públicas Setoriais são órgãos colegiados, permanentes, paritários e deliberativos, com a incumbência de formulação, supervisão e avaliação das Políticas Públicas. São criados por Lei, com âmbito Federal, Estadual e Municipal. É através dos Conselhos que a comunidade, por meio de seus representantes, participa da gestão pública. São de constituição obrigatória para repasse de verbas federais no seu âmbito temático. Os Conselhos dos Direitos da Criança e do Adolescente (além dos Conselhos de Assistência Social e do Idoso) são compostos por membros da sociedade civil em igual número dos membros do poder público (por isso são chamados de pari-

tários). Os membros (conselheiros) da área governamental, pertencentes aos Ministérios, Secretarias (estaduais e municipais) especificados em Lei, são indicados pelo chefe do Poder Executivo, que nomeia titulares e suplentes para mandato específico. Os membros da sociedade civil são eleitos por seus pares, em processo eleitoral.

Contrapartida: É a parcela em um projeto sob a responsabilidade da organização beneficiária como compensação pelo apoio financeiro, institucional ou operacional oferecido por alguma organização financiadora. O objetivo da contrapartida é obter o comprometimento da parte beneficiária na execução das atividades e no aporte de recursos financeiros ou econômicos.

Convênio: Pelo Direito Administrativo, é o acordo de cooperação e atuação conjunta ou complementar entre órgãos públicos. É o meio jurídico pelo qual os órgãos da administração pública e as Organizações da Sociedade Civil pactuam, em regime de cooperação mútua, a execução de serviços de interesse recíproco.

Crowdfunding: Palavra em inglês para financiamento coletivo, que consiste na obtenção de capital para iniciativas de interesse coletivo por meio da agregação de múltiplas fontes de financiamento, em geral pessoas físicas interessadas na inicia-

tiva. O termo é usado, na maioria das vezes, para descrever especificamente ações na internet com objetivo de arrecadar dinheiro para campanhas diversas.

Doação com renúncia fiscal: É um benefício oferecido pelo Estado que permite aos contribuintes destinar parte de um imposto que será pago aos cofres públicos para uma área ou projeto específico. As Leis de Incentivo à Cultura, como a Lei Rouanet, são exemplos conhecidos de incentivo fiscal. Por meio delas, são financiados filmes, peças de teatro, espetáculos de dança e música. Os Fundos da Infância e da Adolescência são outros exemplos de mecanismo de renúncia fiscal. O Estado permite às empresas e cidadãos destinarem parte do Imposto de Renda para iniciativas de promoção dos direitos da criança e do adolescente. No caso dos Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente, a renúncia fiscal pode ser de até 6% para pessoas e até 1% para empresas. Cada um dos sistemas de renúncia fiscal é regido por normas específicas, geralmente estabelecidas pela Receita Federal.

Empreendedorismo: Conjunto de comportamentos e de hábitos que podem ser adquiridos, praticados ou até reforçados nos indivíduos ao submetê-los a um programa de capacitação adequado de forma a torná-los capazes de gerir e aproveitar oportunidades, melhorar processos e inventar negócios.

Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA): Foi promulgado em 1990 (Lei nº 8.069) e consiste na legislação específica que regulamenta a proteção integral preconizada na Convenção sobre os Direitos da Criança da Organização das Nações Unidas (ONU) e no artigo 227 da Constituição Federal de 1988. Ele substituiu o Código de Menores, legislação voltada para os “abandonados”, “expostos”, “carentes” ou autores de atos infracionais e, por isso, passíveis de tutela pela lei.

Ele inaugura uma nova concepção de criança e adolescente, superando a ideia de que eles são incapazes e, conseqüentemente, passíveis de tutela. A partir do ECA, as crianças e adolescentes passam a ser considerados cidadãos em fase peculiar de desenvolvimento e, portanto, portadores de direitos. Para a efetivação dos direitos e deveres, o ECA estabelece um novo ordenamento institucional, no qual são criados órgãos responsáveis pelas políticas voltadas a esses segmentos etários.

Estatuto social: É aquela norma, acordada pelos sócios ou fundadores, que regulamenta o funcionamento de uma pessoa jurídica, quer seja uma sociedade, uma associação ou uma fundação. As suas funções básicas, entre outras, são as de regular o funcionamento da entidade frente a terceiros (por exemplo, normas para a tomada de decisões, representantes etc.) e regular os direitos e obrigações dos membros e das relações entre eles.

O estatuto social é votado em assembleia, e os participantes que se juntarem à sociedade depois dessa assembleia terão que se sujeitar ao que nele tiver sido estabelecido.

Gamificação: É o uso de mecanismo de jogos orientados ao objetivo de resolver problemas práticos ou de despertar engajamento entre públicos específicos.

Gestão plena: Definida e regulada pela Norma Operacional Básica do Sistema Único da Assistência Social, a gestão plena diz respeito à gestão da assistência social feita pelos municípios. É o nível em que o município tem a gestão total das ações, mesmo que receba repasse de recursos do governo federal ou do governo estadual para executá-las. O gestor deve responsabilizar-se pela oferta de programas, projetos e serviços que fortaleçam vínculos familiares e comunitários, que promovam os beneficiários do Benefício de Prestação Continuada (BPC) e transferência de renda; que vigiem os direitos violados no território; que potencializem a função protetiva das famílias e a auto-organização e conquista de autonomia de seus usuários. Essa norma, conhecida como NOB-SUAS, pode ser acessada na íntegra em <http://www.mds.gov.br/assistenciasocial/arquivo/norma-operacional-basica-do-suas.pdf/view>.

Indicadores: Dados que não devem ser analisados

isoladamente e podem ser usados como insumos para tomadas de decisão, análise de tendências e construção de cenários futuros. Esses dados refletem sistematicamente as variações da situação num dado momento, para um país, região ou organização, sobre fatores como desempenho de processos e produtos, índices de preços de consumo, desemprego, salários, importação e exportação etc.

Inscrição estadual: É o número do registro feito junto à Secretaria da Fazenda de um Estado por uma empresa ou organização, sendo obrigatório para as que desejam atuar no comércio de mercadorias ou na prestação de serviços de transporte e de comunicação. Apenas com esse registro, as empresas ou organizações podem emitir nota fiscal e é através delas que o contribuinte calcula o imposto devido e o Estado pode arrecadá-lo. Esse imposto é o ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias ou Prestação de Serviços). Empresas e organizações não contribuintes do ICMS estão desobrigadas de possuir inscrição Estadual, caso dos bancos, hospitais, laboratórios, e de todas as outras empresas ou organizações prestadoras de serviços sujeitas ao ISSQN – ou Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza.

Lei nº 8.666: De 21.06.1993, a Lei estabelece normas gerais sobre licitações e contratos admi-

nistrativos pertinentes a obras, serviços, inclusive de publicidade, compras, alienações e locações no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. Subordinam-se ao regime desta Lei, além dos órgãos da administração direta, os fundos especiais, as autarquias, as fundações públicas, as empresas públicas, as sociedades de economia mista e demais entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios.

Negócio social: Definido pelo Nobel da Paz prof. Muhammad Yunus como uma empresa sem perdas nem dividendos, projetada para atingir um objetivo social dentro do mercado altamente regulado de hoje. É diferente de uma organização sem fins lucrativos porque o negócio deve buscar gerar um lucro modesto, mas este será usado para expandir o alcance da empresa, melhorar o produto ou serviço ou de outras maneiras subsidiar a missão social.

ONG – Organização não-governamental: A expressão ONG apareceu pela primeira vez em 1950, sendo usada pela ONU para designar as instituições da sociedade civil que não estivessem vinculadas a um governo. Hoje, elas são definidas como entidades privadas sem fins lucrativos e com uma finalidade pública. Em geral, estão vinculadas a causas como direitos humanos, meio ambiente,

saúde, educação etc. É importante salientar que o termo ONG não está definido na legislação brasileira, assim, toda ONG existe ou sob a forma de uma associação ou sob a forma de uma fundação. Entretanto, o termo ONG, não pode ser aplicado a todas as associações e fundações, mesmo que sejam organizações privadas sem fins lucrativos, a exemplo de clubes, hospitais, escolas filantrópicas, sindicatos, cooperativas etc.

OSC – Organização da Sociedade Civil: É considerada uma OSC toda e qualquer entidade que desenvolva projetos sociais com finalidade pública. Tais entidades também são classificadas como instituições do Terceiro Setor, uma vez que não têm fins econômicos. Esta expressão foi adotada pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), no início da década de 90 e significa a mesma coisa que ONG – termo que se tornou mais conhecido devido ao fato de ser utilizado pela ONU e pelo Banco Mundial. Em termos jurídicos, segundo a legislação brasileira, o termo OSC não é reconhecido.

Recursos financeiros livres: É o dinheiro que entra na organização de forma livre por meio da doação de pessoas, empresas ou venda de produtos e serviço, sem determinação de onde e como deve ser gasto ou investido. A organização que recebe decide o que fazer com ele. Também conhe-

cido como recursos financeiros não rubricados.

Sistema de CRM: *Customer relationship management* é uma ferramenta voltada para o processo de foco no cliente, particularmente na construção de relacionamento de longo prazo. Os *softwares* que auxiliam e apoiam esta gestão são normalmente denominados sistemas de CRM.

Sistema de Garantia dos Direitos da Criança e do Adolescente (SGDCA): Consolidou-se a partir da Resolução 113 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA) de 2006. É formado pela integração e a articulação entre o Estado, as famílias e a sociedade civil como um todo, para garantir que a lei seja cumprida, que as conquistas do ECA e da Constituição de 1988 (no seu Artigo 227) não sejam letra morta. O SGDCA estrutura-se em três grandes eixos estratégicos de atuação: Defesa, Promoção e Controle.

Sistema Nacional de Atendimento Socioeducativo (Sinase): Foi originalmente instituído pela Resolução nº 119/2006, do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente – CONANDA - e depois aprovado pela Lei nº 12.594, de 18 de janeiro de 2012. Regulamenta a forma como o Poder Público, por seus mais diversos órgãos e agentes, deve prestar o atendimento especializado ao qual adolescentes autores de ato infracional têm dire-

ito. Baseia-se na lógica de que as medidas socioeducativas devem ser norteadas pelo “princípio da proteção integral à criança e ao adolescente” e não mais por aquela que orienta a “aplicação e execução de penas a imputáveis”, isto é, toda pessoa com 18 anos ou mais com capacidade de entender um fato como ilícito de agir de acordo com esse entendimento.

União: Reunião de todos os Estados brasileiros e o Distrito Federal que formam a República Federativa do Brasil.

Voluntariado Digital: Conjunto de ações que a Fundação Telefônica Vivo vem investindo desde 2012, a fim de incentivar os colaboradores a aproveitarem a tecnologia à distância para potencializar o impacto de sua contribuição social. Também é o nome de uma plataforma lançada em 2014, na qual os colaboradores acessam a realidade das organizações sociais cadastradas (podendo articular melhoras as ações transformadoras) e também o nome do livro lançado em 2014, disponível em <http://www.fundacaotelefonica.org.br/Conteudos/Publicacoes/140/livro-voluntariado-digital>.

