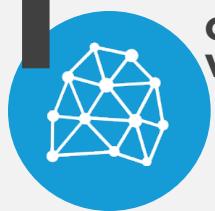


# COMO SERÁ O CURSO

## 4 ENCONTROS

1



### GESTÃO DE VOLUNTÁRIOS

- ✓ Apresentação
- ✓ Histórico Voluntariado
- ✓ Porque trabalhar com voluntários
- ✓ Princípios
- ✓ Mapeamento de demandas

2



### GESTÃO DE VOLUNTÁRIOS

- ✓ Ciclo do voluntariado
- ✓ Processo da ONG para gestão de voluntários
- ✓ Ferramentas de gestão
- ✓ Voluntariado e parcerias

3



### COMUNICAÇÃO

- ✓ Como atrair voluntários
- ✓ Formas de comunicação
- ✓ Comunicação com voluntários

4



### MOBILIZAÇÃO DE RECURSOS E POLÍTICAS PÚBLICAS

- ✓ Como mobilizar recursos
- ✓ Aplicação de ações voluntárias como meio de ação para políticas públicas

# COMO SERÁ O CURSO

## 4 ENCONTROS + 3 QUINZENAS

1



DO PAPEL  
PRA RUA

- ✓ Alinhamento de demandas na ONG
- ✓ Criação do ato no Atados

2



EXECUTE O  
PLANEJAMENTO

- ✓ Estruture e teste o processo de voluntariado

3



NA  
PRÁTICA

- ✓ Início do trabalho com voluntários: 1a reunião de voluntários  
(3a semana de junho)
- ✓ Ter muitos voluntários e ser muito feliz

Acompanhamento, dúvidas e feedbacks

**QUAL O MAIOR  
APRENDIZADO QUE TIVE  
ATÉ AGORA?**

**QUAL A MAIOR DÚVIDA  
QUE FIQUEI?**

# **3 TENDÊNCIAS EM RESPONSABILIDADE SOCIAL**

# **3 TENDÊNCIAS EM RESPONSABILIDADE SOCIAL**

**Que não temos como fugir**

**1. SUSTENTABILIDADE**

**2. PARTICIPAÇÃO**

**3. MENSURAÇÃO DE IMPACTO**

**1. SUSTENTABILIDADE**

**2. PARTICIPAÇÃO**

**3. MENSURAÇÃO DE IMPACTO**

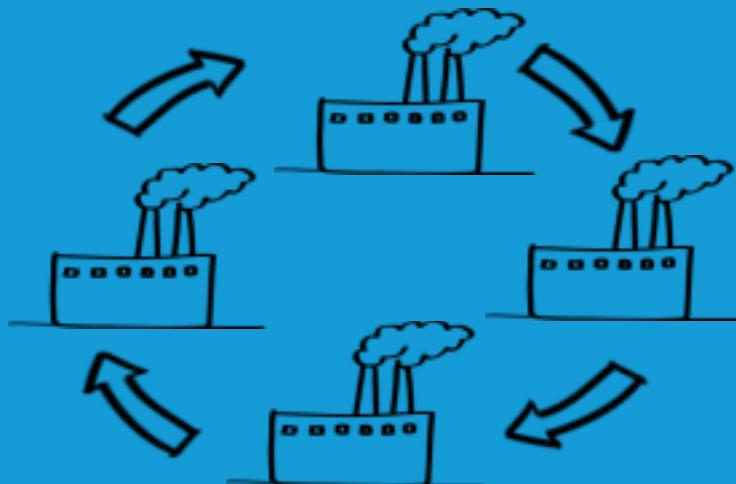
**1. SUSTENTABILIDADE**

**2. PARTICIPAÇÃO**

**3. MENSURAÇÃO DE IMPACTO**

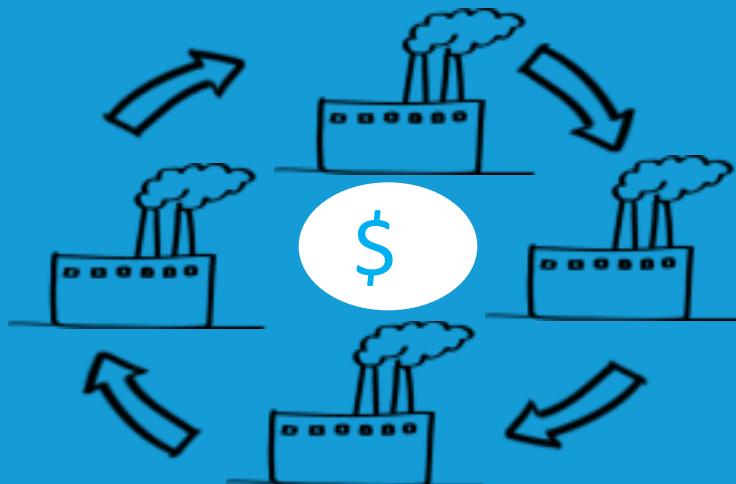
# VOLUNTARIADO EMPRESARIAL

## SEGUNDO SETOR



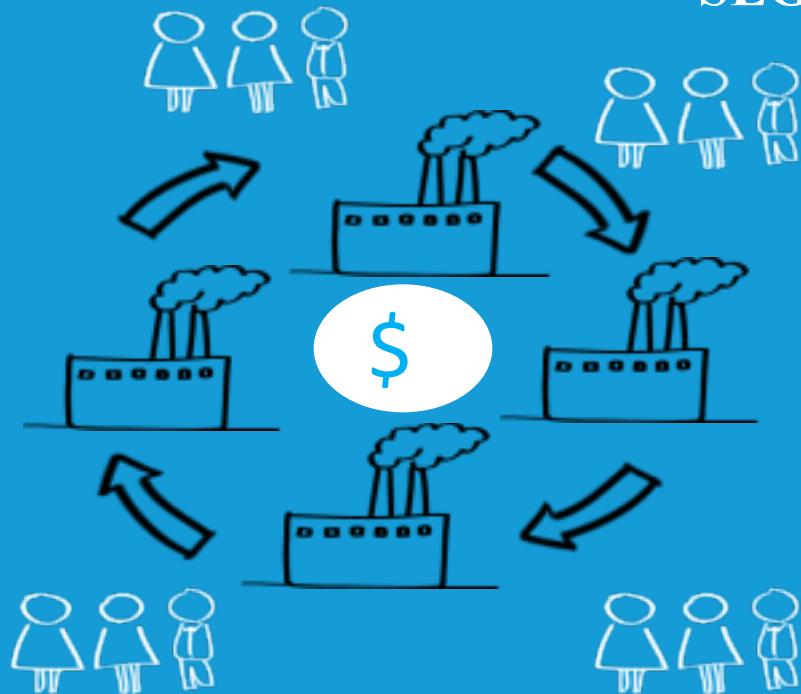
- ✓ COMPETIÇÃO (IPHONE)
- ✓ EXTELIGÊNCIA
- ✓ AUMENTO DA PRODUTIVIDADE
- ✓ EMPRESAS CADA VEZ MAIORES

## SEGUNDO SETOR



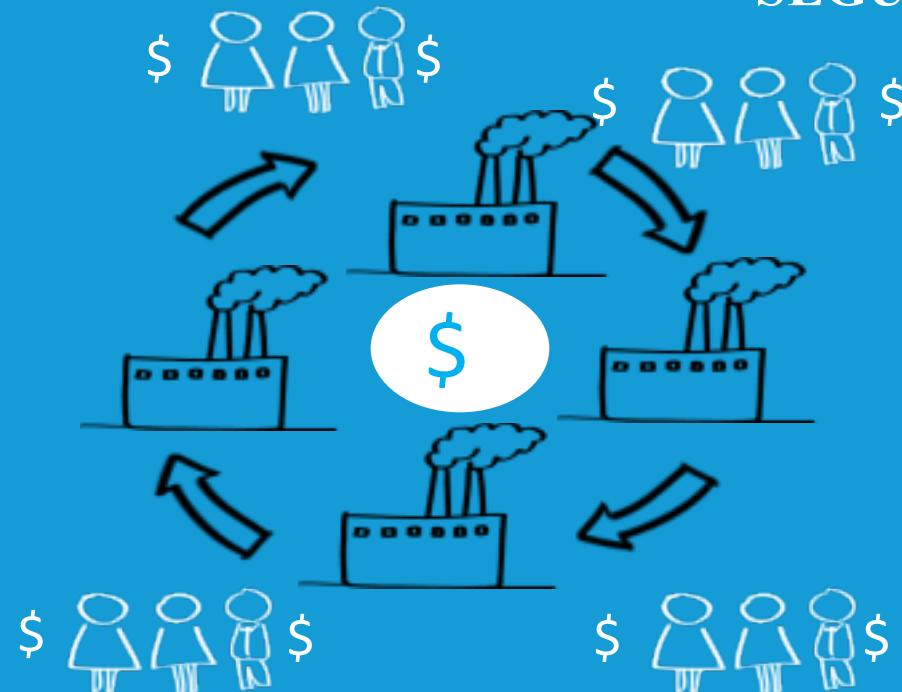
- ✓ COMPETIÇÃO (IPHONE)
- ✓ EXTELIGÊNCIA
- ✓ AUMENTO DA PRODUTIVIDADE
- ✓ EMPRESAS CADA VEZ MAIORES

## SEGUNDO SETOR



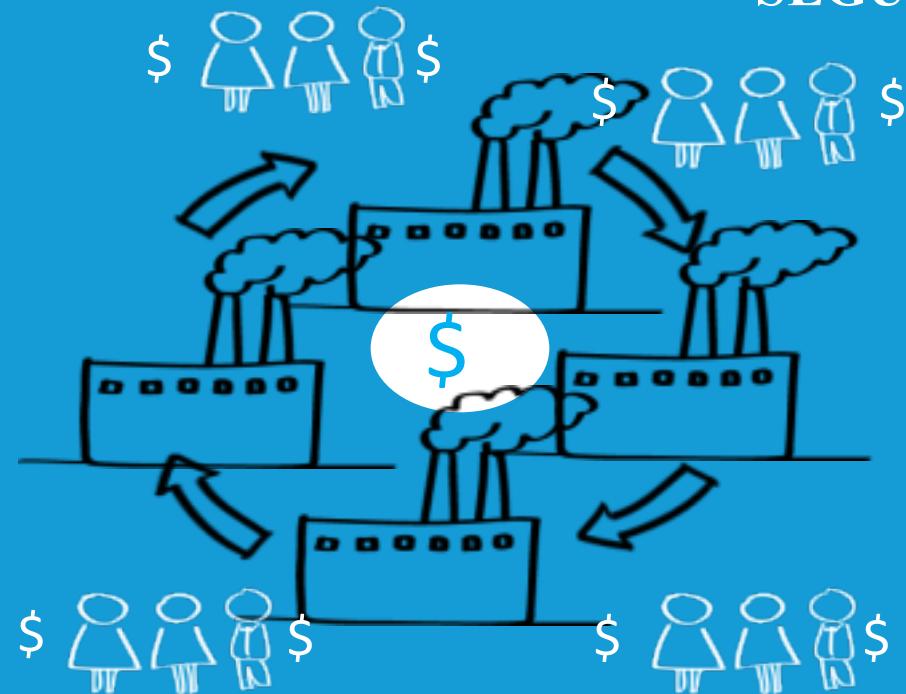
- ✓ COMPETIÇÃO (IPHONE)
- ✓ EXTELIGÊNCIA
- ✓ AUMENTO DA PRODUTIVIDADE
- ✓ EMPRESAS CADA VEZ MAIORES

## SEGUNDO SETOR



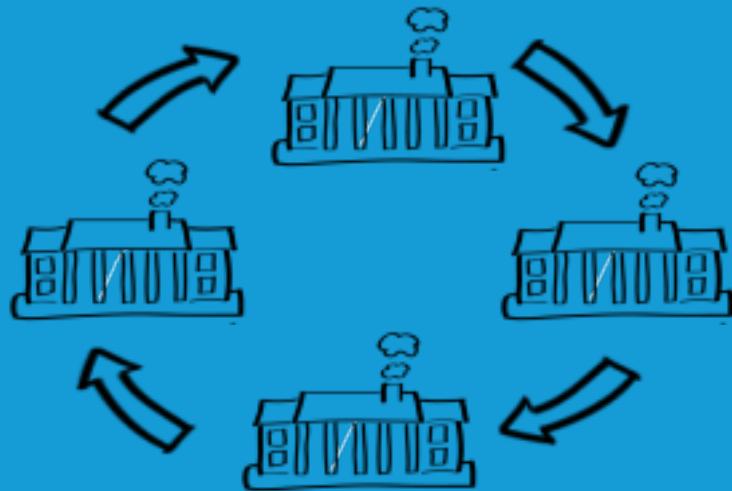
- ✓ COMPETIÇÃO (IPHONE)
- ✓ EXTELIGÊNCIA
- ✓ AUMENTO DA PRODUTIVIDADE
- ✓ EMPRESAS CADA VEZ MAIORES

## SEGUNDO SETOR



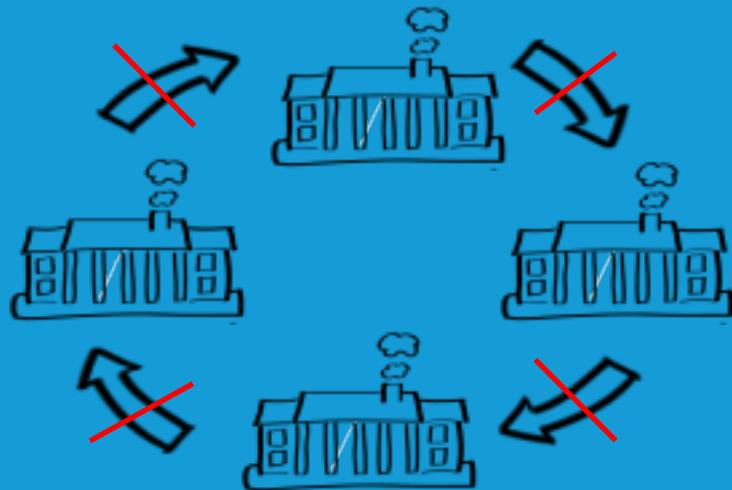
- ✓ COMPETIÇÃO (IPHONE)
- ✓ EXTELIGÊNCIA
- ✓ AUMENTO DA PRODUTIVIDADE
- ✓ EMPRESAS CADA VEZ MAIORES

## TERCEIRO SETOR



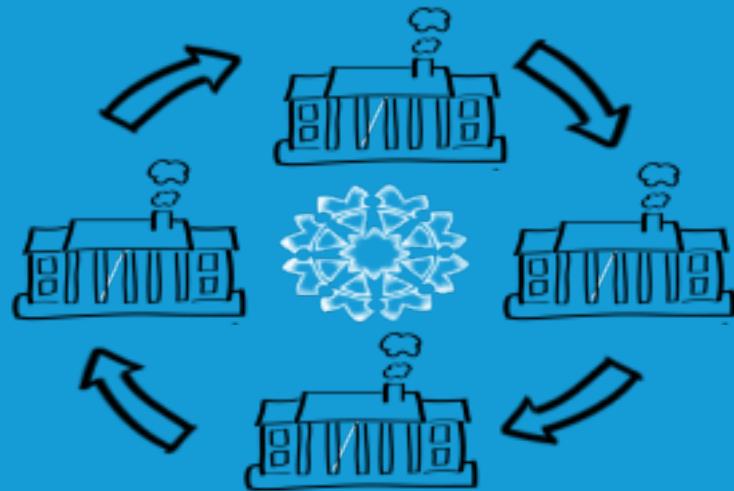
- ✓ COMPETIÇÃO
- ✓ EXTELIGÊNCIA
- ✓ AUMENTO DA PRODUTIVIDADE
- ✓ ONGS CADA VEZ MAIORES

## TERCEIRO SETOR



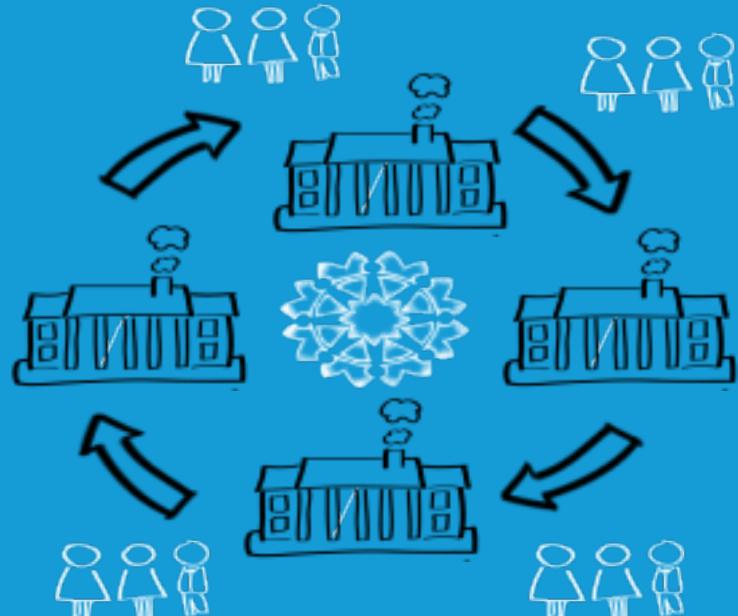
- ✓ ~~COMPETIÇÃO~~
- ✓ ~~EXCELÊNCIA~~
- ✓ ~~AUMENTO DA PRODUTIVIDADE~~
- ✓ ~~ONGS CADA VEZ MAIORES~~

## TERCEIRO SETOR



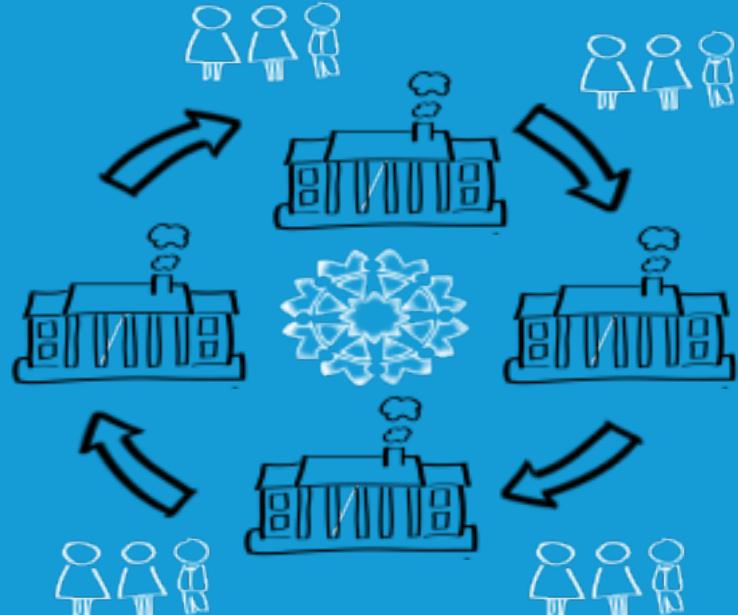
- ✓ COOPERAÇÃO
- ✓ EXTELIGÊNCIA
- ✓ AUMENTO DA PRODUTIVIDADE
- ✓ ONGS CADA VEZ MAIORES

## TERCEIRO SETOR



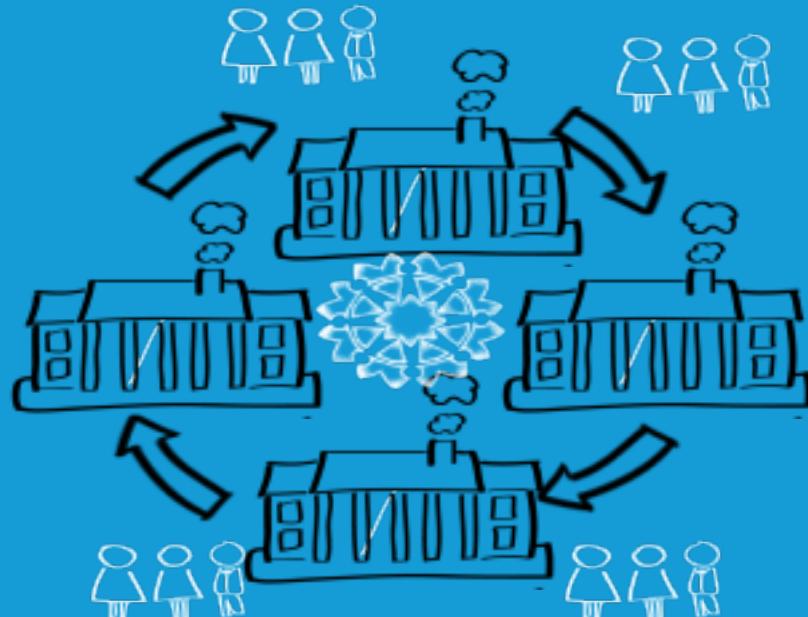
- ✓ COOPERAÇÃO
- ✓ EXTELIGÊNCIA
- ✓ AUMENTO DA PRODUTIVIDADE
- ✓ ONGS CADA VEZ MAIORES

## TERCEIRO SETOR



- ✓ COOPERAÇÃO
- ✓ EXTELIGÊNCIA
- ✓ AUMENTO DA PRODUTIVIDADE
- ✓ ONGS CADA VEZ MAIORES

## TERCEIRO SETOR

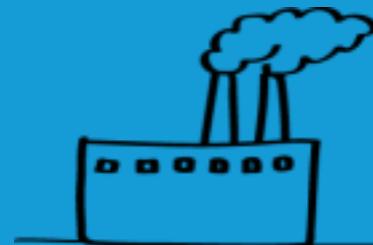


- ✓ COOPERAÇÃO
- ✓ EXTELIGÊNCIA
- ✓ AUMENTO DA PRODUTIVIDADE
- ✓ ONGS CADA VEZ MAIORES

**TERCEIRO SETOR**

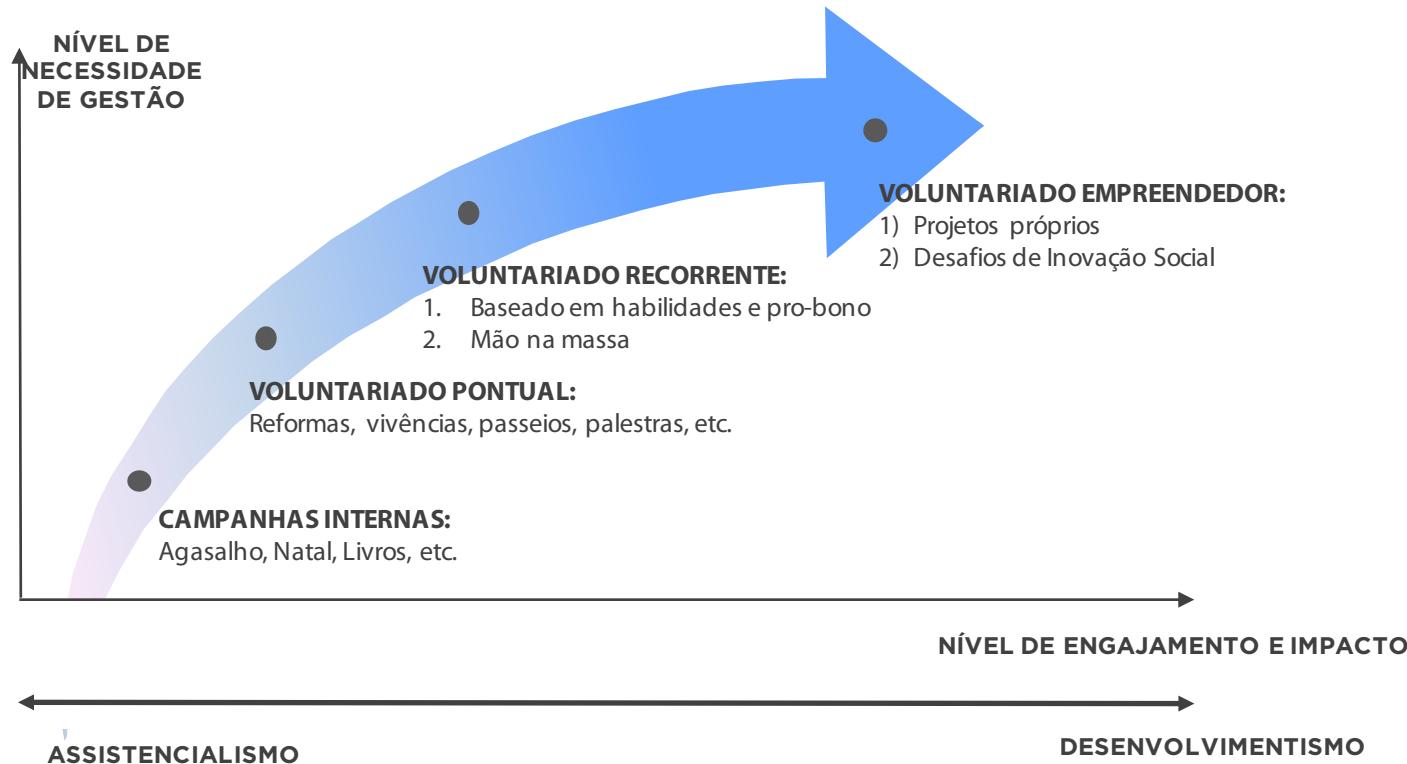


**SEGUNDO SETOR**



# CURVA DE ENGAJAMENTO

## MATURIDADE DO VOLUNTARIADO





# VOLUNTARIADO PONTUAL

## EXEMPLOS



Casamento: Isabel e Agenor

Programa Estruturação

Copa do Mundo dos Refugiados

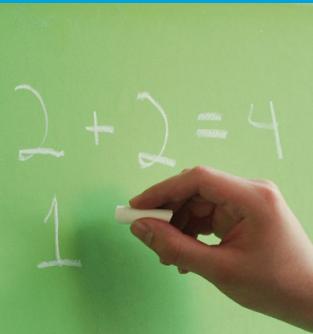
Festa One Love Junino

Pimp my Carroça



# VOLUNTARIADO RECORRENTE

## EXEMPLOS



### Encontro do Saber

Reforço escolar sob a ótica do que a criança deseja aprender, identificando talentos e desejos de aprendizagem das crianças

### Mediador de Histórias de Vida

Relato de histórias de vida de idosos que são posteriormente reproduzidas em um livro

### Carta e Livro

Troca de cartas entre crianças (ou jovens e idosos) e voluntários que depois de 2 meses de trocas se conhecem na Festa da Troca

### Mentoria para empreendedores

Mentoria para jovens empreendedores de comunidades para estruturar e impulsionar seu negócio

### Explore sua cidade

Projeto em que as crianças planejam em conjunto com os voluntários visitas a locais de interesse

# TIPOS DE VOLUNTARIADO

Necessidades das ONGs	\$\$\$\$	Mão de obra para ações e serviços da ONG	Vol. para liderança e gestão
Tipos de suporte	\$\$\$\$	Mão na massa Mutirão	Vol. Baseado em habilidades Habilidades Gerais PRO BONO
Exemplos	Doação Matchfunding	Parquinho Horta Reforma Pintura	Alfabetização Mentoria Vol. Recorrente Consultoria Finanças Marketing RH Inovação

# VOLUNTARIADO PRO BONO



## Empréstimo de empregado

Alocação em uma ONG por determinado período



## Couching e mentoring

Para equipe de gestão



## Maratona

Solução de problemas em 1 dia



## Oferta de serviços

Empresa oferta serviços que já realiza em maior escala para



## Times multidisciplinares

Para trazer soluções aos projetos selecionados



## Times de trabalho

Solução de problemas com equipes

# **4 PILARES**

**1. ENGAJAMENTO DE  
LÍDERES**

**2. COCRIAÇÃO E  
EMPODERAMENTO**

**3. COMUNICAÇÃO  
DIFERENCIADA**

**4. AÇÕES COM  
IMPACTO**

# **PREMISSAS**

## **EMPODERAMENTO E INTERAÇÃO DOS COLABORADORES**

Os voluntários participam ativamente da construção do programa e na sua continuidade ao longo do tempo.

## **COMPROMISSO TRANSVERSAL DA EMPRESA**

A empresa deve alinhar o programa de voluntariado ao seu negócio e os impactos causados por ele.

## **SIGNIFICADO DO VOLUNTARIADO**

Novas vivências e aproximação de realidades, permitindo o desenvolvimento humano, maior colaboração interna dentro da empresa, inovação e criatividade.

## **ENGAJAMENTO PROGRESSIVO**

O programa inicia-se com momentos de sensibilização e ações pontuais, chegando a ações recorrentes de maior legado para a sociedade.

## **COMUNICAÇÃO HUMANIZADA**

A comunicação estabelece diálogos abertos, contato personalizado e vínculos emocionais.



# IMPACTOS DO VOLUNTARIADO

A pesquisa *Perfil do voluntariado 2012*, elencou os principais benefícios percebidos pelas empresas de acordo com a tabela a seguir:

BENEFÍCIOS PARA A ORGANIZAÇÃO	BENEFÍCIOS PARA OS VOLUNTÁRIOS	BENEFÍCIOS PARA INSTITUIÇÕES SOCIAIS
90% Melhora a relação da empresa com a comunidade	90% Contribui para o desenvolvimento de habilidades e competências	92% Aumenta a rede de relações sociais
90% Consolida valores éticos	90% Fortalece o espírito de equipe	76% Aumenta a transparência
85% Melhora a imagem institucional da empresa	84% Desenvolve lideranças	73% Melhora a obtenção de resultados
74% Melhora o clima organizacional Da empresa	75% Passa a ter maior facilidade para resoluções de problemas	71% Melhora a gestão

# **IMPACTO NA EMPRESA**

**EMPRESA COMO UM VIABILIZADOR PARA ATUAÇÃO SOCIAL**

**CRIAÇÃO DE ESPÍRITO DE COLABORAÇÃO NA EMPRESA**

**REFORÇA VÍNCULO COM ATIVIDADE FIM**

**ATIVA UM OLHAR SOCIAL DOS FUNCIONÁRIOS**

# EXERCÍCIO

COMO SÃO AS ONGs



## **COMO AS EMPRESAS ENXERGAM AS ONGs ?**

## COMO AS EMPRESAS ENXERGAM AS ONGs ?

Desorganizadas

Baixa formação

Pobrezinhas

Sem foco

Desestruturadas

## COMO AS ONGs ENXERGAM AS EMPRESAS?

Loucas

Ricas  
\$\$\$\$\$\$\$\$\$

"Do mal"

Sem conexão com  
realidade

Sem foco

# **COMO AS EMPRESAS ENXERGAM AS DEMANDAS DAS ONGs**

**O QUE AS ONGs  
PRECISAM**

**O QUE AS  
EMPRESAS TÊM**

**O QUE AS  
EMPRESAS  
OFERECEM**

# **COMO AS EMPRESAS ENXERGAM AS DEMANDAS DAS ONGs**

## **O QUE AS ONGs PRECISAM**

- \$
- Voluntário
- ProBono
- Estrutura
- Parcerias
- Serviços

## **O QUE AS EMPRESAS TÊM**

## **O QUE AS EMPRESAS OFERECEM**

# **COMO AS EMPRESAS ENXERGAM AS DEMANDAS DAS ONGs**

## **O QUE AS ONGs PRECISAM**

- \$
- Voluntário
- ProBono
- Estrutura
- Parcerias
- Serviços

## **O QUE AS EMPRESAS TÊM**

## **O QUE AS EMPRESAS OFERECEM**

- Pessoas
- Leis de incentivo
- Patrocínio
- Rede
- Acesso

# COMO AS EMPRESAS ENXERGAM AS DEMANDAS DAS ONGs

## O QUE AS ONGs PRECISAM

- \$
- Voluntário
- ProBono
- Estrutura
- Parcerias
- Serviços

## O QUE AS EMPRESAS TÊM

- Pessoas
- Leis de incentivo
- Patrocínio
- Rede
- Acesso

## O QUE AS EMPRESAS OFERECEM

- Sacolinha de Natal

# COMO AS EMPRESAS ENXERGAM AS DEMANDAS DAS ONGs

## O QUE AS ONGs PRECISAM

- \$
- Voluntário
- ProBono
- Estrutura
- Parcerias
- Serviços

## O QUE AS EMPRESAS TÊM

- Pessoas
- Leis de incentivo
- Patrocínio
- Rede
- Acesso

## O QUE AS EMPRESAS OFERECEM

- Pessoas
- Leis de incentivo
- Patrocínio
- Rede
- Acesso

# COMO AS EMPRESAS ENXERGAM AS DEMANDAS DAS ONGs

O QUE AS ONGs PRECISAM	O QUE AS EMPRESAS TÊM	O QUE AS EMPRESAS OFERECEM	O QUE AS EMPRESAS PRECISAM	O QUE AS ONGs TÊM	O QUE AS ONGs OFERECEM
<ul style="list-style-type: none"><li>○ \$</li><li>○ Voluntário</li><li>○ ProBono</li><li>○ Estrutura</li><li>○ Parcerias</li><li>○ Serviços</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Pessoas</li><li>○ Leis de incentivo</li><li>○ Patrocínio</li><li>○ Rede</li><li>○ Acesso</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Pessoas</li><li>○ Leis de incentivo</li><li>○ Patrocínio</li><li>○ Rede</li><li>○ Acesso</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>○ \$</li><li>○ Voluntário</li><li>○ ProBono</li><li>○ Estrutura</li><li>○ Parcerias</li><li>○ Serviços</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Pessoas</li><li>○ Leis de incentivo</li><li>○ Patrocínio</li><li>○ Rede</li><li>○ Acesso</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>○ \$</li><li>○ Voluntário</li><li>○ ProBono</li><li>○ Estrutura</li><li>○ Parcerias</li><li>○ Serviços</li></ul>

# COMO AS EMPRESAS ENXERGAM AS DEMANDAS DAS ONGs

O QUE AS ONGs PRECISAM	O QUE AS EMPRESAS TÊM	O QUE AS EMPRESAS OFERECEM	O QUE AS EMPRESAS PRECISAM	O QUE AS ONGs TÊM	O QUE AS ONGs OFERECEM
<ul style="list-style-type: none"><li>○ \$</li><li>○ Voluntário</li><li>○ ProBono</li><li>○ Estrutura</li><li>○ Parcerias</li><li>○ Serviços</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Pessoas</li><li>○ Leis de incentivo</li><li>○ Patrocínio</li><li>○ Rede</li><li>○ Acesso</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Pessoas</li><li>○ Leis de incentivo</li><li>○ Patrocínio</li><li>○ Rede</li><li>○ Acesso</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>○ \$</li><li>○ Clientes</li><li>○ RH</li><li>○ Marketing</li><li>○ Resp. Social</li></ul>		

# COMO AS EMPRESAS ENXERGAM AS DEMANDAS DAS ONGs

O QUE AS ONGs PRECISAM	O QUE AS EMPRESAS TÊM	O QUE AS EMPRESAS OFERECEM	O QUE AS EMPRESAS PRECISAM	O QUE AS ONGs TÊM	O QUE AS ONGs OFERECEM
○ \$	○ Pessoas	○ Pessoas	○ \$	○ Visibilidade	
○ Voluntário	○ Leis de	○ Leis de	○ Clientes	○ Trabalho e	
○ ProBono	incentivo	incentivo	○ RH	conhecimento	
○ Estrutura	○ Patrocínio	○ Patrocínio	○ Marketing	○ Serviços	
○ Parcerias	○ Rede	○ Rede	○ Resp. Social	○ Impacto Social	
○ Serviços	○ Acesso	○ Acesso		○ Causa Social	

# COMO AS EMPRESAS ENXERGAM AS DEMANDAS DAS ONGs

O QUE AS ONGs PRECISAM	O QUE AS EMPRESAS TÊM	O QUE AS EMPRESAS OFERECEM	O QUE AS EMPRESAS PRECISAM	O QUE AS ONGs TÊM	O QUE AS ONGs OFERECEM
○ \$	○ Pessoas	○ Pessoas	○ \$	○ Visibilidade	○ Logo no site
○ Voluntário	○ Leis de	○ Leis de	○ Clientes	○ Trabalho e	
○ ProBono	incentivo	incentivo	○ RH	conhecimento	
○ Estrutura	○ Patrocínio	○ Patrocínio	○ Marketing	○ Serviços	
○ Parcerias	○ Rede	○ Rede	○ Resp. Social	○ Impacto Social	
○ Serviços	○ Acesso	○ Acesso		○ Causa Social	

# O QUE RECOMENDAMOS: Voluntariado e parcerias

Parcerias

Colaboração

Cocriação

## **PARCEIROS E SEGUIDORES**

*Daniel: Davi, to querendo abrir um restaurante de refugiados, será que vc pode divulgar pra mim pela Gastromotiva?*

*Davi: Puts, não vai rolar*

*Daniel: Davi, to querendo abrir um restaurante de refugiados e queria muito fazer com você, desde a formação dos refugiados, cardápio e tudo mais que eu sei que vocês são os melhores pra isso. A ideia é fazer algo tipo o Abraço Cultural, mas com um restaurante.*

*Davi: Po, irado, vamo fazer lá no Refeitorio Gastromotiva?*

*Daniel: Bora! Fechado!*

## **PARCEIROS E SEGUIDORES**

*Oi Daniel, estou promovendo um curso aqui e queria saber se vocês podem entrar como parceiros para divulgação. Se você topar envio a arte pra vocês e um textinho básico*

*Daniel: Vo passar pra comunicação e ver o que eles acham  
(na verdade não vou passar, ou vou passar com uma ressalva)*

# PRINCÍPIOS DA PARCERIA

# **PRINCÍPIOS DA PARCERIA**

## **PARCERIA NÃO É DIVULGAR UM AO OUTRO OU FINANCIAR UM AO OUTRO**

"Parceria é fazer **COM** alguém, e não divulgar alguém".

O parceiro tem que ter uma tarefa/responsabilidade dentro do projeto

# **PRINCÍPIOS DA PARCERIA**

## **PARCERIA NÃO É DIVULGAR UM AO OUTRO OU FINANCIAR UM AO OUTRO**

“Parceria é fazer **COM** alguém, e não divulgar alguém”.

O parceiro tem que ter uma tarefa/responsabilidade dentro do projeto

## **ORGULHO DA PARCERIA**

Depois da parceria ser feita, o parceiro tem que se orgulhar de “postar”.  
Se você tiver que implorar pra ele postar, tem algo de errado na parceria.

# **PRINCÍPIOS DA PARCERIA**

## **PARCERIA NÃO É DIVULGAR UM AO OUTRO OU FINANCIAR UM AO OUTRO**

"Parceria é fazer **COM** alguém, e não divulgar alguém".

O parceiro tem que ter uma tarefa/responsabilidade dentro do projeto

## **ORGULHO DA PARCERIA**

Depois da parceria ser feita, o parceiro tem que se orgulhar de "postar".

Se você tiver que implorar pra ele postar, tem algo de errado na parceria.

## **ESTRUTURA PARA PARCERIAS**

Muitas vezes o parceiro não tem a experiência necessária, para isso deve-se preparar a estrutura para o parceiro contribuir

# **PRINCÍPIOS DA PARCERIA**

## **PARCERIA NÃO É DIVULGAR UM AO OUTRO OU FINANCIAR UM AO OUTRO**

"Parceria é fazer **COM** alguém, e não divulgar alguém".

O parceiro tem que ter uma tarefa/responsabilidade dentro do projeto

## **ORGULHO DA PARCERIA**

Depois da parceria ser feita, o parceiro tem que se orgulhar de "postar".  
Se você tiver que implorar pra ele postar, tem algo de errado na parceria.

## **ESTRUTURA PARA PARCERIAS**

Muitas vezes o parceiro não tem a experiência necessária, para isso deve-se preparar a estrutura para o parceiro contribuir

**CO-CRIAÇÃO**

**ESTRUTURA**

**AÇÃO**



# COMUNICAÇÃO

8

9

10

REALIZAÇÃO DAS  
AÇÕES DAS ONGS  
EM SUAS COMUNIDADES

IBIRAPUERA (SP)  
ARPOADOR (RJ)  
PARQUE DA CIDADE (DF)

REALIZAÇÃO:  
  
**ATADOS**  
juntos é gente boa

# OBRIGADO!

# CO-CRIAÇÃO



# ESTRUTURA



# AÇÃO

# **QUANDO BUSCAR UM PARCEIRO?**

**QUANDO BUSCAR UM PARCEIRO?**

**O MAIS CEDO POSSÍVEL**

# PARCERIA

**Exercício:**

PROJETO	PARCEIRO	O QUE ELE GANHA
DIA DAS BOAS AÇÕES	ONGS	VOLUNTÁRIOS VISIBILIDADE
ABRAÇO CULTURAL	CÁRITAS	EMPREGABILIDADE P/ REFUGIADOS
COMUNICADORES	PROJETO COLABORA	CONTEÚDO SOCIAL
SEU PROJETO		

**1ºs seguidores**



**1ºs seguidores**



“lideranças são  
glorificadas em excesso”.

**“LIDERANÇA RECEBE  
SEUS  
SEGUIDORES COMO  
IGUAIS”**

**NUNCA FALE:**

**“O MEU PROJETO...”**

# PARCERIA

**Exercício:**

PROJETO	SEGUIDOR	HISTÓRIA

**Quem é o meu 1º seguidor? É possível contar/mostrar  
a história dele e influenciar mais pessoas?**

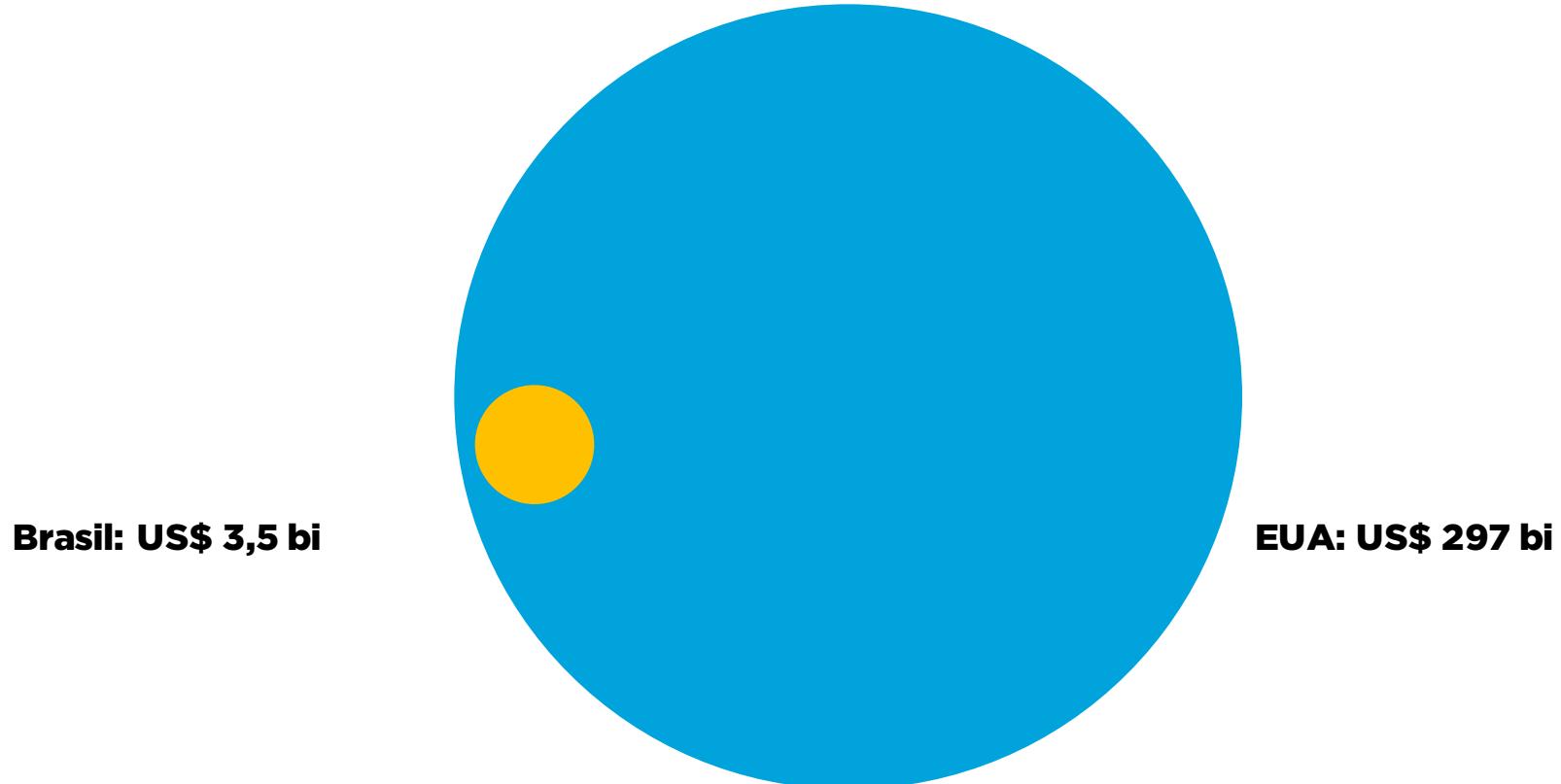
↑  
**Incluir:  
“O que ele ganhou”**

# CAPTAÇÃO DE RECURSOS

**“O Brasil não tem cultura de doação”**

“O Brasil não tem cultura de doação”

## Doação Pessoa Física (2015)



“O Brasil não tem cultura de doação”

## Doação Pessoa Física (2015)

**Solução: aumentar a quantidade de doadores. Não precisamos brigar pelos mesmos doadores de sempre**

Brasil: US\$ 3,5 bi

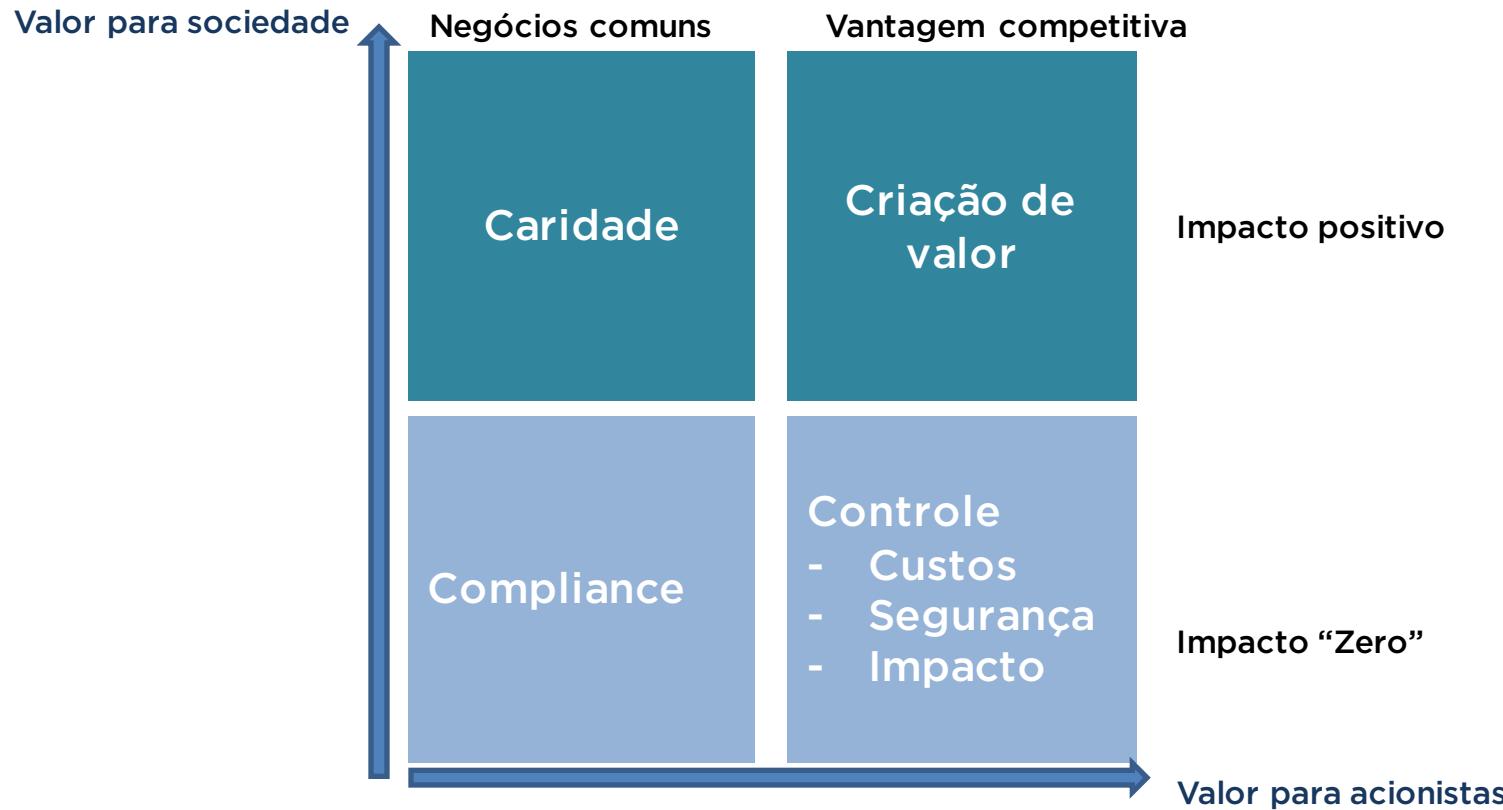
EUA: US\$ 297 bi

**1. SUSTENTABILIDADE**

**2. PARTICIPAÇÃO**

**3. MENSURAÇÃO DE IMPACTO**

# TENDÊNCIA: RESP. SOCIAL



**PROJETO**

# PROJETO

O que é um projeto?

# PROJETO

O que é um projeto?

“empreitada”

Começo meio e fim

Proposta clara

# PROJETO

## PILARES DE APRESENTAÇÃO DE UM PROJETO

**Contexto**

**Histórico (credibilidade)**

**O que faz**

**Metodologia**

**Resultados (objetivos e subjetivos)**

**Sustentabilidade, impacto, participação**

**Tese de mudança/sonho grande**

**Objetivo**

**Objetivo específico**

**Atividades**

**Orçamento**

**Cronograma**

# **PROJETO**

**PILARES DE APRESENTAÇÃO DE UM PROJETO**

# **METODOLOGIA**

# PROJETO

**Qual a minha metodologia de ação?**

**Que aspectos da minha organização fazem parte da mesma metodologia (que tem o mesmo objetivo fim)?**

Em alguns casos, toda a organização está envolta em uma única metodologia

**PROJETO:**

**CASE      GASTROMOTIVA**

**CONEXÃO COM A CAUSA**

# **CONEXÃO COM CAUSA**

**Qual a minha tese de mudança**

**Qual fonte de recursos está conectada a minha causa?**

# CONEXÃO COM CAUSA

Qual a minha fonte de recursos?

**Empresas**

**Fundos internacionais**

**Mala direta**

**Pessoa Física**

**Governo**

**face to face**

**Crowdfunding**

**Edital**

**Telemarketing**

# CONEXÃO COM CAUSA

Qual a minha fonte de recursos?

**Empresas**

**Fundos internacionais**

**Mala direta**

**Pessoa Física**

**Governo**

**face to face**

**Crowdfunding**

**Edital**

**Telemarketing**

Qual história se relaciona com o meu público?

## **QUEM É O MEU DOADOR**

- Devoto
- Comunitário
- Retribuição
- Herdeiro
- Socialite
- Altruista

# CONEXÃO COM DOADOR: Qual meu canal?



# **CONEXÃO COM DOADOR: Como mantê-lo**

## **Participação**

**MINHAS HABILIDADES**

**NECESSIDADE DE  
EMPRESAS, ONGs**

**Nome do meu produto para  
solucionar essa demanda?**

# **CONEXÃO COM DOADOR: Como mantê-lo**

**Comunicação  
Constante:**

**Email,  
transparência  
(custos  
esperados e  
custos  
realizados)**

# **ORGANIZAÇÃO FINANCEIRA**

**“tem muita ONG que..... né”**

# **ORGANIZAÇÃO FINANCEIRA:**

## **Orçamento e impacto tangível**

**Orçamento por projeto**

**Orçamento tangibilizado:**

**1 turma = R\$ 30 mil**

**1 criança = R\$ 800**

*Quanto mais transparente a sua organização é, mais credibilidade ela possui e consequentemente, melhores investimentos*

# **ORGANIZAÇÃO FINANCEIRA:**

## **Orçamento e impacto tangível**

**Emergência**



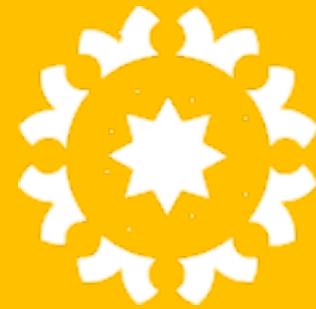
**desorganização**

# **ORGANIZAÇÃO FINANCEIRA:**

## **Diversificação de recursos**

**Caso Atados**

# A IMPORTÂNCIA DA REDE



# A IMPORTÂNCIA DA REDE

**Voluntários**

**Captadores**



# A IMPORTÂNCIA DA REDE

**Voluntários**

**Captadores**

**CONSELHO**

## **1. SUSTENTABILIDADE**

Que tipos de produtos ou serviços posso oferecer para dar sustentabilidade ao meu projeto? Quais são premissas e limites devo estabelecer?

## **2. PARTICIPAÇÃO**

Como meu apoiador pode se envolver com o meu projeto

## **3. MENSURAÇÃO DE IMPACTO**

Como posso medir o impacto de forma quantitativa e qualitativa  
Quais são os resultados esperados do projeto

# COMO SERÁ O CURSO

## 4 ENCONTROS

1



### GESTÃO DE VOLUNTÁRIOS

- ✓ Apresentação
- ✓ Histórico Voluntariado
- ✓ Porque trabalhar com voluntários
- ✓ Princípios
- ✓ Mapeamento de demandas

2



### GESTÃO DE VOLUNTÁRIOS

- ✓ Ciclo do voluntariado
- ✓ Processo da ONG para gestão de voluntários
- ✓ Ferramentas de gestão
- ✓ Voluntariado e parcerias

3



### COMUNICAÇÃO

- ✓ Como atrair voluntários
- ✓ Formas de comunicação
- ✓ Comunicação com voluntários

4



### MOBILIZAÇÃO DE RECURSOS E POLÍTICAS PÚBLICAS

- ✓ Como mobilizar recursos
- ✓ Aplicação de ações voluntárias como meio de ação para políticas públicas

# COMO SERÁ O CURSO

## 4 ENCONTROS + 3 QUINZENAS

1



DO PAPEL  
PRA RUA

- ✓ Alinhamento de demandas na ONG
- ✓ Criação do ato no Atados

2



EXECUTE O  
PLANEJAMENTO

- ✓ Estruture e teste o processo de voluntariado

3



NA  
PRÁTICA

- ✓ Início do trabalho com voluntários: 1a reunião de voluntários  
(3a semana de junho)
- ✓ Ter muitos voluntários e ser muito feliz

Acompanhamento, dúvidas e feedbacks

# PRINCÍPIOS PARA CAPTAÇÃO DE RECURSOS

acilidade para doar  
cartao de crédito)

arceirão e conexões =  
o futuro pode gerar algo

## CONEXÃO COM A CAUSA

a o investidor parecer especial e o  
jeto feito pra ele

Diversificar orçamento  
Caso Petrobras

Impacto esperado  
(objetivo e subjetivo)

## ORGANIZAÇÃO FINANCEIRA

Quem tem grana sabe  
lidar com grana e tem  
“apreço” por grana  
Não rola o desespero de  
vou fechar as portas

Sentir firmeza

Grana tangível:  
R\$ 30 mil = 1 turma  
R\$ 10 reais = um al

Custo  
custo.  
vount  
vc sak  
tem u  
“part



