



Instituição: Universidade Federal de Santa Catarina

Disciplina: Algoritmos e Programação

Docente: Prof. Dr. Fabrício Herperich

Discente: Diego Nyland Bloemer e Lucas Alexandre Machado

Introdução:

O desenvolvimento sustentável apresenta diversas dificuldades, entre elas, a busca por um equilíbrio do produtor e consumidor com o que é extraído das terras, uma vez que o esgotamento do planeta pode trazer danos irreversíveis. Para conter as explorações irresponsáveis e desenfreadas organizações não governamentais (ONGs), empresas do terceiro setor e algumas corporações que vêm adotando outros métodos de produção e conscientização da população. Contudo, aplicar esses projetos traz custos que podem não ser supridos, o que leva a essas organizações buscar doações. Além disso segundo estudos do Ministério do Meio Ambiente, as áreas de preservação brasileiras vem sofrendo com a destinação de recursos por parte do governo;

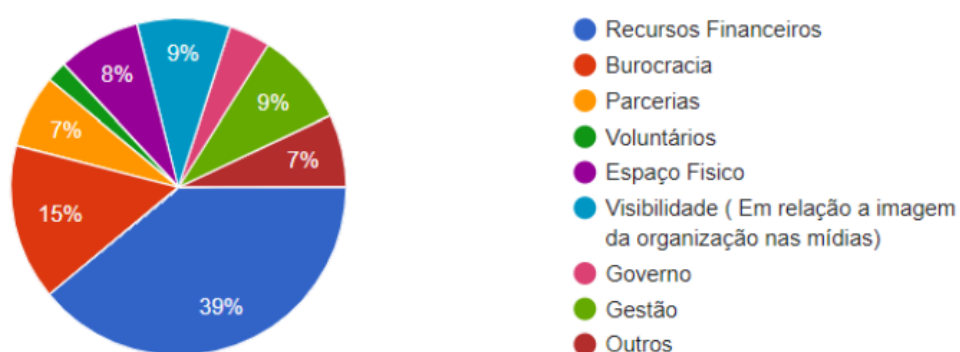
Conforme o Instituto Socioambiental (ISA)¹⁰, entre 2001 e 2008, a área acumulada das unidades de conservação (UCs) federais teve uma expansão de 78,46%. No mesmo período, a receita bruta do governo federal praticamente dobrou. Mas os recursos destinados pelo Ministério do Meio Ambiente para a manutenção do Sistema Nacional de Unidades de Conservação (Snuc) em âmbito federal aumentaram em apenas 16,35%. Essa realidade não tem se alterado substancialmente em anos mais recentes, conforme atestam dados do Instituto de Estudos Socioeconômicos (Inesc) sobre a comparação do orçamento federal para UCs em 2013 e 2014.(BRASIL, Ministério do Meio Ambiente; SÉRIE EDUCAÇÃO AMBIENTAL E COMUNICAÇÃO EM UNIDADES DE CONSERVAÇÃO; Tornar-se visível: estratégia para promover articulações e captar recursos; BRASÍLIA, 2015)

Com a falta de recursos, por parte do governo empresas do terceiro setor e ONGs vêm assumindo um papel importante na elaboração de projetos, articulações para um desenvolvimento sustentável, nesse ponto entraria o nosso projeto, um centralizador de doações e divulgação dos projetos e demandas das ONGs.

Problema:

Com o aumento das demandas ambientais e o enfraquecimento do governo na proteção das mesmas, visto os dados apresentados pelo próprio Ministério do Meio Ambiente acima, as empresas do terceiro setor tiveram que ampliar suas atuações porém vem elas vem sofrendo com algumas dificuldades, dentre elas se destaca a falta de recursos financeiros, como é apresentado no gráfico abaixo:

Gráfico 3—Principais dificuldades encontradas pelas empresas na atualidade



Fonte: Autores, baseado nas respostas.

FELIPE, A.; ANDRADE, H., LIMA, G.; INVESTIGAÇÃO DAS DIFICULDADES ENCONTRADAS PELAS EMPRESAS DO TERCEIRO SETOR E SUA IMPORTÂNCIA PARA O ÂMBITO SOCIAL; pág. 52. Revista Executive On-Line, Bebedouro SP, 2019.

Tendo em vista esse panorama, nosso site buscava ajudar os projetos e ONGs independentes que buscam recursos de terceiros e não possuem grande visibilidade.

Causas

Limitações na campanha dos projetos:

Projetos de preservação pública normalmente dependem da conscientização pública para obter apoio financeiro, com orçamentos pequenos e restritos torna difícil o arrecadamento suficiente para campanhas visadas a divulgação.

Por muitas vezes os projetos precisam priorizar as despesas operacionais para o funcionamento do projeto e acabam deixando de lado o marketing, que tem um papel fundamental para o arrecadamento de fundos para o projeto, apesar de ser um pouco negligenciado pela maioria das ongs.

Nos dias de hoje com cada vez mais pessoas acesso a redes sociais, com influenciadores digitais literalmente influenciando milhares de pessoas a importância do marketing cresceu exponencialmente e a complexidade abaixou, com isso o mercado foi inundado por produtos e projetos de ongs possuem pequenas chances de ter relevância nacional e internacionalmente, nosso projeto vem para contornar esse problema, concentrando vários projetos em um só lugar e fazendo o papel de divulgador para projetos interessados em expandir o arrecadamento e seu potencial de crescimento em meio a imensidão de conteúdos disponíveis na grande rede mundial de computadores.

Falta consistência de divulgação nas iniciativas:

A falta de recursos leva a divulgação esporádicas e não consistente de campanhas de arrecadação de fundos, levando o desinteresse do público ou o esquecimento do projeto pelo público. projetos de não possuem uma constância correm o risco do esquecimento, é assim que funciona a internet, com ondas de hype que passam com o tempo se não forem alimentadas. Falta de equipes especializadas em comunicação dentro das equipes.

Impactos

Perda de credibilidade:

Com o projeto estagnado e sem atualizações constantes os doadores podem começar a questionar a credibilidade e seriedade do projeto, já que os resultados não são mostrados nem divulgados para os contribuintes.

Desenvolvimento Não Sustentável:

Sem financiamento e divulgação adequada os projetos de conscientização não conseguiram implementar os projetos acarretando em impactos negativos na fauna e flora brasileira, isso significa que sem o financiamento necessário o desenvolvimento sustentável acaba ficando de escanteio. Com a incapacidade de arrecadar verba para educar o público sobre a importância da conservação e sustentabilidade, pode resultar em comportamentos destrutivos para com a natureza, esgotando assim os recursos naturais do planeta.

Soluções

Tendo em vista o problema, causas e impactos, desenvolvemos um “site” que centralizaria todo e qualquer projeto de empresas do terceiro setor que tivessem interesse em anunciar os seus projetos para o recebimento de doações, não haveria qualquer cobrança de taxas das doações a projetos hospedados, arrecadaríamos fundos somente a partir de doações voluntárias ao nosso projeto e anúncios no site. Dessa forma, visamos facilitar as trocas entre quem tem interesse em doar e as empresas que precisam sem que haja perda de valores no processo.

Referências:

BRASIL, MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE; SECRETARIA DE ÁREAS PROTEGIDAS DEPARTAMENTO DE ÁREAS PROTEGIDAS; guia prático de captação de recursos para áreas protegidas e outras medidas de conservação no nível local. Acesso em: 29/06/2024

Disponível em:

https://www.gov.br/mma/pt-br/noticias/mma-publica-guia-sobre-captacao-de-recursos-para-areas-protegidas/copy2_of_guia_mecanismos_financeiros.pdf

BRASIL, MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE; SÉRIE EDUCAÇÃO AMBIENTAL E COMUNICAÇÃO EM UNIDADES DE CONSERVAÇÃO 5 Tornar-se visível: estratégia para promover articulações e captar recursos; Acesso em: 29/06/2024

Disponível em:

https://www.icmbio.gov.br/educacaoambiental/images/stories/biblioteca/educacao_ambiental/caderno5.pdf

FELIPE, A.; ANDRADE, H., LIMA, G.; INVESTIGAÇÃO DAS DIFICULDADES ENCONTRADAS PELAS EMPRESAS DO TERCEIRO SETOR E SUA

IMPORTÂNCIA PARA O ÂMBITO SOCIAL, Revista Executive On-Line, Bebedouro SP, 2019.

Disponível em:

<https://www.unifafibe.com.br/revistasonline/arquivos/revistaexecutiveonline/sumario/88/03032020143119.pdf>

O QUE É DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL? Acesso em: 29/06/2024

Disponível em:

https://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/questoes_ambientais/desenvolvimento_sustentavel/

BUENO, W. D. C. Crise reputacional e comunicação de marca: a estratégia da Odebrecht para “lavar” a sua imagem. Revista FAMECOS, v. 25, n. 2, p. 28734, 7 abr. 2018. Acesso em: 29/06/2024

Disponível em:

https://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/questoes_ambientais/desenvolvimento_sustentavel/