



Parcerias e Captação de recursos:

Estratégias de sustentabilidade econômica para o Arquivos Públicos e Associações de Amigos.

QUEM PRECISA DE RECURSOS?



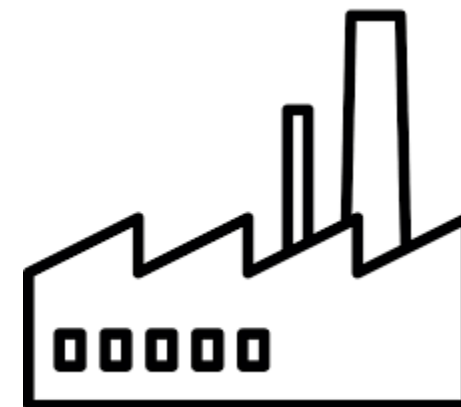
SOCIEDADE CIVIL

Implementação de projetos de interesse público, desenvolvido pela sociedade como escolas, hospitais, associações, serviços de proteção e etc.



GOVERNO

Viabilizar políticas públicas e influenciar políticas de investimento para beneficiar as ações que beneficiarão a população.



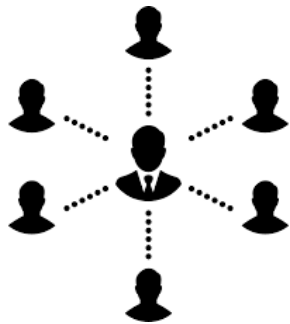
EMPRESAS

Desenvolver projetos de inovação, qualificação, comunicação, relacionamento e responsabilidade social com os stakeholders.

MOBILIZAÇÃO DE RECURSOS

**QUANTO MAIOR
A DIVERSIDADE
MAIOR A
INDEPENDÊNCIA**

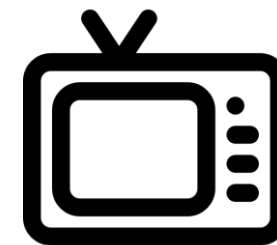
RECURSO =
Diferentes formas de
garantir a realização dos
objetivos da organização



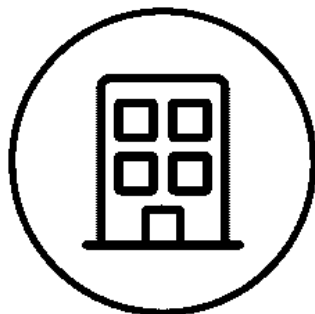
NETWORKING



CHANCELA



VISIBILIDADE



INFRAESTRUTURA



INFORMAÇÃO



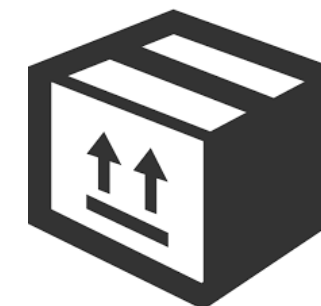
VOLUNTARIADO



DINHEIRO



SERVIÇOS

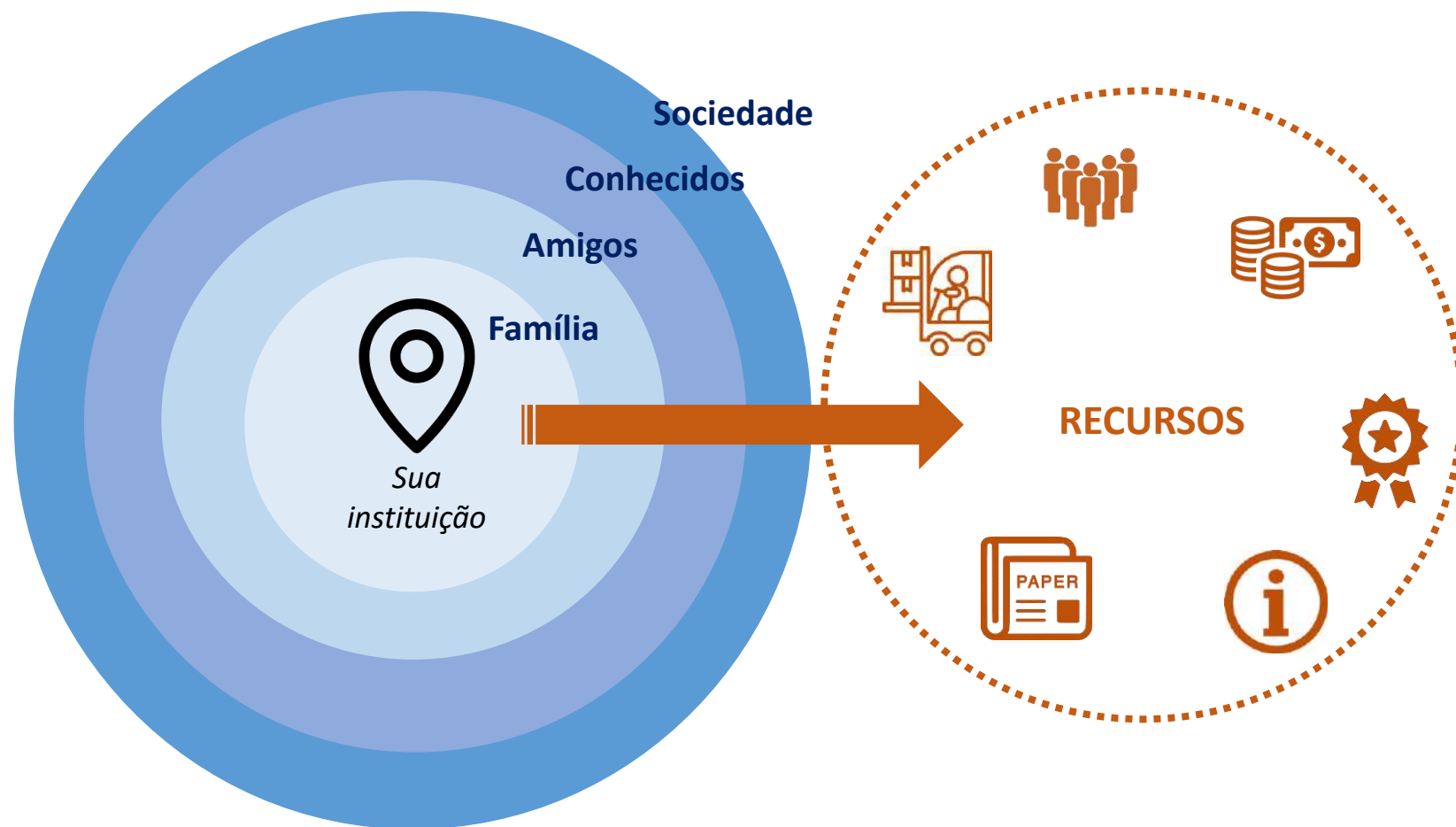


PRODUTOS

COMO MONTAR UMA ESTRATÉGIA DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS?

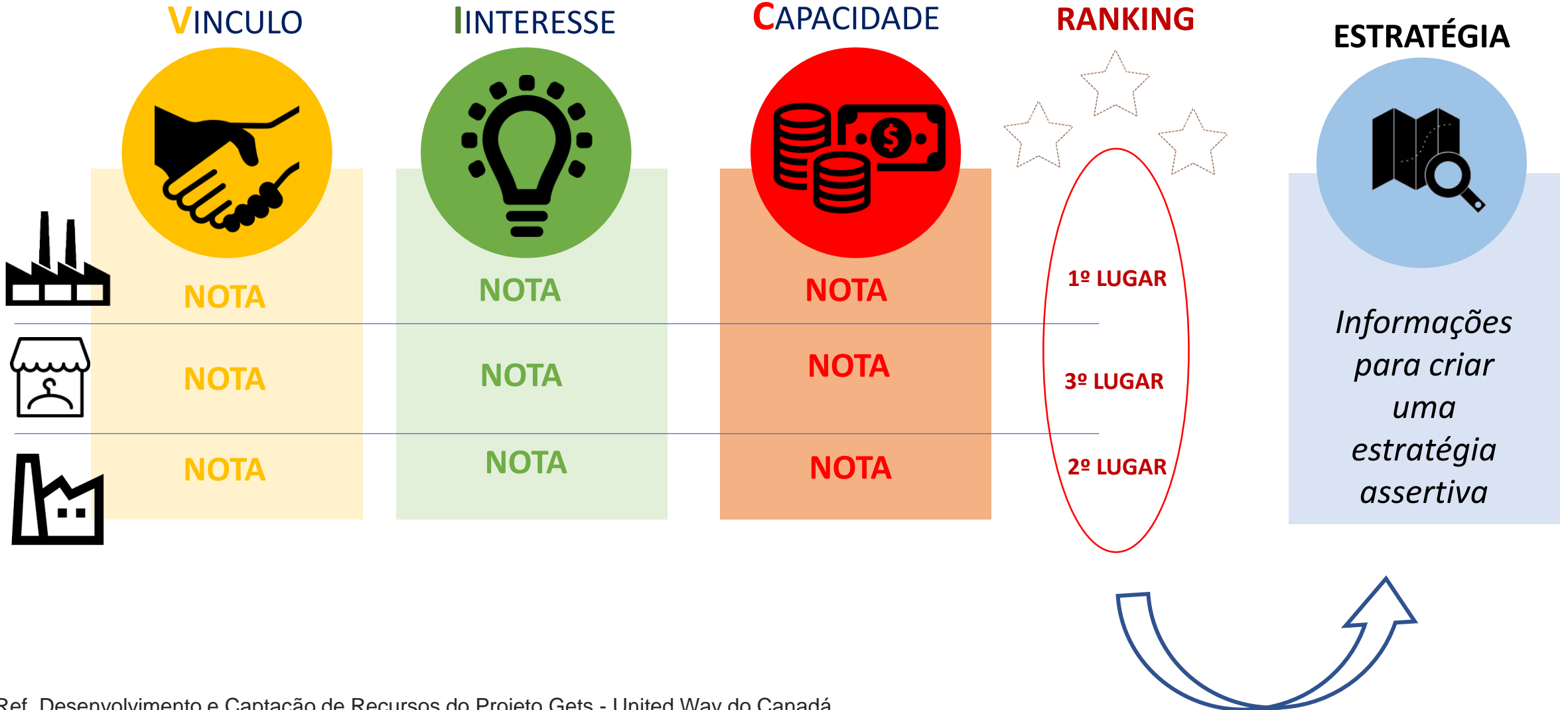
Quem e Quando
procurar?

ESTRATÉGIAS DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS



COMO CRIAR UMA ESTRATÉGIAS DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS?

RELAÇÃO DE POTENCIAIS PARCEIROS



ONDE ESTÃO OS RECURSOS FINANCEIROS?



CARA-A-CARA

PEDIDO DE
DOAÇÃO NA RUA,
DE FORMA
PLANEJADA E
CONTÍNUA

PESSOA
FÍSICA



- Ativação da marca
- Visibilidade e mobilização popular
- Posicionamento da causa
- Prestação de contas
- Oportunidade de novos negócios



PESSOA
FÍSICA

UNICEF

MÉDICOS SEM FRONTEIRAS



UMA CAUSA PARA LUTAR!

EVENTOS

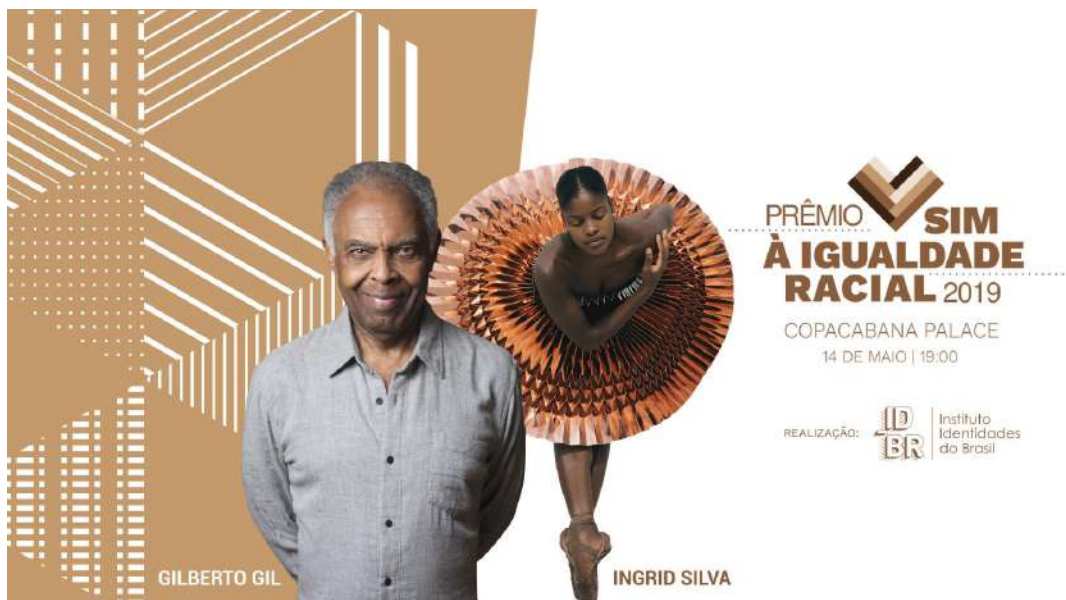
FESTAS,
JANTARES,
LEILÕES, RIFAS,
LOJAS, ETC.

PESSOA
FÍSICA

PESSOA
FÍSICA



- Vitrine para serviços e produtos
- Ativação dos Projetos
- Visibilidade para parceiros estratégicos
- Relacionamento com a rede de stakeholders
- Protagonismo em áreas de interesse
- Chancelas de qualidade e credibilidade
- Oportunidade de novos negócios
- Rentabilizar editais e projetos



FINANCIAMENTO COLETIVO

The image features a background of a stack of Euro banknotes on a wooden surface. Overlaid on this are several teal-colored paper cutouts of human figures holding hands in a line, symbolizing a community or collective effort. The figures are positioned across the width of the image, with some appearing more prominent than others.

PESSOA
FÍSICA

TRANSFORMAR “LIKES”
E COMPARTILHAMENTOS
EM DINHEIRO

PESSOA
FÍSICA

Na hora de pensar os objetivos, uma dica é usar o esquema SMART:

Smart (Específico): Objetivos devem ser claros e compreensíveis. Ser específico coloca ajuda a alinhar expectativas e a medir resultados.

Measurable (Mensuráveis): Objetivos que são mensuráveis podem ser analisados e o progresso pode ser reportado. Isso ajuda na hora de se comunicar com apoiadores e doadores e também permite avaliar quais estratégias precisam ser repensadas.

Attainable (Atingíveis): Objetivos precisam ser realistas e factíveis. Escolher objetivos fora de alcance pode ser um desastre para a campanha.

Relevant (Relevante): Ser relevante significa que o objetivo está alinhado com sua missão e causa. Objetivos de campanha que não servem a missão principal da organização acabam se tornando uma distração e podem confundir os seus apoiadores.

Timely (Temporal): Campanhas de crowdfunding precisam ter um começo e um fim. Isso ajuda a motivar os doadores e cria a urgência necessária para o sucesso da campanha.

AS PESSOAS QUEREM SE SENTIR ESPECIAIS!



CHANCELA



REDE



OPORTUNIDADES



VISIBILIDADE



RELACIONAMENTO

- Uma proposta seja clara e específica, em termos materiais, financeiros e
- Estratégia de comunicação: Uma ideia só envolve as pessoas quando apresentada de forma sedutora.
- As recompensas devem ter naturezas variadas: Afetivas, Especiais e preferencialmente personalizadas
- Ative sua rede antes de iniciar as campanhas
- Tente iniciar com 20% do valor já captado e os torne embaixadores da sua causa!





VOLUNTARIADO

PESSOA
FÍSICA

**TABALHO
SISTEMATIZADO,
COM OBJETIVOS
E TEMPO
DETERMINADO**

PESSOA
FÍSICA

JMJ 2013



TETO



CHANCELA



REDE



VISIBILIDADE



RELACIONA
MENTO

- Vitrine para serviços e produtos
- Mão de obra qualificada com baixo custo
- Visibilidade para parceiros estratégicos
- Relacionamento com a rede de stakeholders
- Protagonismo em áreas de interesse
- Chancelas de qualidade e credibilidade
- Oportunidade de novos negócios

PRINCIPAIS CONCLUSÕES

As principais conclusões da nossa análise sobre as doações individuais no Brasil são as seguintes:

- Cerca de quatro quintos (78%) das pessoas realizaram pelo menos uma atividade beneficente nos últimos 12 meses, com 67% tendo doado dinheiro.
- As causas mais populares para doação continuam as mesmas dos anos anteriores: apoio às organizações religiosas (49%), apoio às crianças ou jovens (39%) e combate à pobreza (30%). Essas também são as principais causas do voluntariado.
- A prática do voluntariado permaneceu estável nos últimos três anos, sendo que a cada ano cerca de metade das pessoas informa ter se voluntariado nos últimos 12 meses.
- O valor médio doado por ano é de R\$617, significativamente acima de R\$532 em 2018 e R\$594 em 2017.
- A doação em dinheiro continua sendo o método mais comum, utilizado por dois terços (65%) dos doadores, mas as doações online e com sistemas de pagamento ou tecnologia contactless estão aumentando.
- Mais brasileiros concordam que as organizações sociais têm um impacto positivo na sociedade, em comparação com 2018. Nesta edição, cerca de oito em cada dez concordam que elas têm um impacto positivo.
- Os brasileiros também acham que as empresas têm um papel importante a desempenhar nas comunidades: 86% concordam que as empresas brasileiras devem apoiar as comunidades locais e 83% acham que as empresas internacionais devem apoiar as comunidades em que atuam.



PESSOA
FÍSICA

CRIAR UMA CULTURA DE DOAÇÃO



Home

Conheça

Participe

Inspire-se

Campanhas

Encontro

FAQ

Contato

ENCONTRO



DIA DE DOAR

2020

23 E 24 DE SETEMBRO



PESSOA
FÍSICA

QUANDO CRIAMOS FACILIDADES

picPay
CENTRAL DE
DOAÇÕES

**NESTE MOMENTO SENSÍVEL,
PRECISAMOS NOS UNIR.**
Mais do que nunca, é hora de pensar no coletivo.
Ajude quem também está na luta contra o COVID-19.

CONHEÇA AS INSTITUIÇÕES E PARTICIPE →

FUNDAÇÃO | Nosso valor transforma

Doe e ajude a transformar realidades

Siga nos nas redes sociais

Meio Ambiente

Cão Guia

Inigrantes e Refugiados

Proteja e Salve Vidas ;) | Coronavírus COVID-19
Doe e ajude a transformar realidades.

Saúde e Assistência Social

SUPORE
INDIRETO

INCENTIVOS FISCAIS



Lei de Incentivo à
CULTURA



LEI DE INCENTIVO
AO ESPORTE

#cultura
#presente

CULTURA  GOV
RJ

ISS
LEI DE
INCENTIVO
À CULTURA



MARCO REGULATÓRIO
DAS ORGANIZAÇÕES
DA SOCIEDADE CIVIL

SUPORE INDIRETO

LEI

GOVERNO

VALOR MÁXIMO IR P/ INVESTIR

TOTAL DO ABATIMENTO

LEI FEDERAL DE
INCENTIVO À CULTURA



MINISTÉRIO
DO TURISMO

4%

Art. 18 - 100%

Art. 26 - 30% PATROCÍNIO
40% DOAÇÃO

LEI DO AUDIOVISUAL



MINISTÉRIO
DA CIDADANIA

3%

100%

LEI FEDERAL DE
INCENTIVO AO ESPORTE



MINISTÉRIO
DA CIDADANIA

1%

100%

FUNDO DA CRIANÇA E
ADOLESCENTE



MINISTÉRIO DA
MULHER, DA FAMÍLIA E
DIREITOS HUMANOS

1%

100%

FUNDO DO IDOSO



MINISTÉRIO DA
MULHER, DA FAMÍLIA E
DIREITOS HUMANOS

1%

100%

PROGRAMA NACIONAL DE
APOIO À ATENÇÃO DA SAÚDE
DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA



MINISTÉRIO
DA SAÚDE

1%

100%

PROGRAMA NACIONAL DE
APOIO À ATENÇÃO
ONCOLÓGICA



MINISTÉRIO
DA SAÚDE

1%

100%

% MÁXIMO DE INVESTIMENTO

9%

**EMPRESAS
TRIBUTADAS NO
LUCRO REAL**



Projeto Incentivado



PROPONENTE

Quem desenvolver e executa o projeto



GOVERNO

Instância que aprova a utilização do imposto para realizar o projeto



CONTRIBUINTE

Quem antecipa o recuso do imposto para a realização do projeto

Fluxo do Projeto



CHANCELA

Projeto analisado por técnicos previamente, validando a exequibilidade



TRANSPARÊNCIA

Orçamento analisado e com rubricas estabelecidas para o gasto do dinheiro



SEGURANÇA

As prestações de contas são analisadas pelo tribunal de contas e estão cada vez mais digitalizadas



Alinhado com o escopo do projeto



Valores praticados no mercado



Proporcional ao tamanho da sua instituição



Objetivo bem definido



Indicadores claros



Entregas com boa especificação

UMA BOA CAPTAÇÃO COMEÇA COM UM BOM PROJETO



ORÇAMENTO



ESCOPO



A QUALIDADE ESTÁ NO EQUILÍBRIO DOS 3 ELEMENTOS



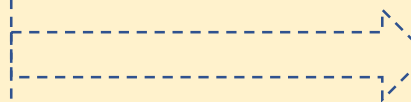
Início e fim definidos



Marcos de entregas gradativas



Períodos de avaliação



CRONOGRAMA



Os três elementos de um projetos andam juntos e desassociados, quando um dos lados é superior ao outro existe uma desproporcionalidade que compromete a qualidade do projeto.

RECURSO
NÃO
REEMBOLS
ÁVEIS



HOME ABCR INICIATIVAS O CAPTADOR ASSOCIE-SE NOTÍCIAS CONTATO

Editais

Fundação Draper Richards Kaplan apoia organizações em seus projetos de expansão e escala

Posted on 14 de setembro de 2020

A Fundação Draper Richards Kaplan, com sede nos Estados Unidos, apoia organizações em seus projetos de expansão e escala e que queiram expandir sua atuação para alcançar um número maior de beneficiários. O apoio chega a até 300 mil dólares (1 milhão e 500 mil reais) para três anos.

Posted in *Editais* Tagged *Draper, escala, Foundation, Kaplan, Richards*

Instituto Cyrela lança edital Lado a Lado

Posted on 9 de setembro de 2020



BILL & MELINDA
GATES foundation

ma
ma
cash

CRINÇ
ESPERINÇ



gife.org.br/category/editais/

Imprensa | Vagas | Publicações | Login | English | Português

GIFE
PELO IMPACTO DO INVESTIMENTO SOCIAL

O GIFE ASSOCIADOS TEMAS PROJETOS NOTÍCIAS

Palavra-chave

CATEGORIAS

- AGENDA DO SETOR
- MOSAICO PORTAL DE DADOS
- CENSO GIFE
- SINARSE BIBLIOTECA VIRTUAL
- CANAL DE VÍDEOS
- EDITAIS

TAGS

Editais

CONFIRMA chamadas públicas com prazo de inscrições em

Seis editais para ficar de olho em agosto

Central de Editais

Prêmio Empreendedor Social do Ano em Resposta à Covid-19
Inscrições até 15/09/20

Edital de Responsabilidade Social 2020 da Dow
Inscrições até 17/09/20

prosas.com.br/editais

EDITAIS | PROJETOS | PATROCINADORES | EMPREENDEDORES

CRIE UMA CONTA

Filtros

- Ordenar
- Destaques
- Buscar
- Nome ou Descrição
- Local de Atuação
- Área de Interesse
- Fonte de Financiamento
- ODS

Editais

213 encontrados

DESTAQUES

Empreendedor Social do Ano em Resposta à Covid-19
Patrocinador: Grupo Folha
Inscrições até: 15/09/2020
Seguir +
Inscreva-se

Edital de Responsabilidade Social 2020 da Dow
Patrocinador: Dow
Áreas de Interesse: Assistência Social, Ciência e Tecnologia, Cultura e Artes, Defesa de Direitos, Desenvolvimento comunitário, Educação, Empreendedorismo / Geração de Emprego e Renda, Formação para o trabalho, Meio Ambiente
Inscrições até: 17/09/2020
Seguir +
Inscreva-se

Propostas

54.157

Propostas Cadastradas

27,3%

% de Propostas Aprovadas

Instrumentos Assinados

10.837

Instrumentos Assinados

20,9%

% Assinatura de Instrumentos

Situação das Propostas - Agrupada



Situação dos Instrumentos Assinados - Agrupado



Detalhamento dos Instrumentos Assinados

R\$ 10,5 Bi

Valor Global

R\$ 258,0 Mi

Valor Liberado

R\$ 163,7 Mi

Saldo em Conta

R\$ 96,0 Mil

Valores Devolvidos



COMO IDENTIFICAR OS PROGRAMAS PRIORITÁRIOS E RECURSOS DISPONÍVEIS?

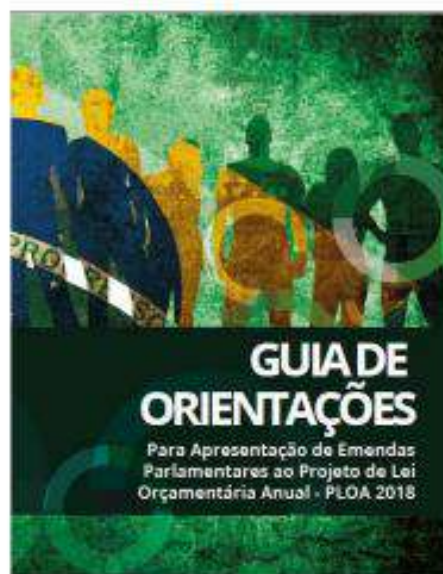
SAÚDE



CIDADANIA



MCTIC



MULHER, DA FAMÍLIA E DOS DIREITOS HUMANOS



EDUCAÇÃO



AQUISIÇÃO DE SCANNERS DE DIGITALIZAÇÃO DE DOCUMENTOS E ARQUIVOS
DESLIZANTES DE GUARDA DE DOCUMENTOS

ARQUIVO NACIONAL
Modernização dos arquivos públicos por meio de aquisição de scanners planetários para digitalização de acervos.
Preservação e Difusão do Acervo
Acesso à Informação
Proteção ao Patrimônio Cultural

UNIDADE ORÇAMENTÁRIA	AÇÃO	LOCALIZADOR
30103	2810	0001

Política Nacional de Arquivos - Conselho Nacional de Arquivos

ACRÉSCIMO À PROGRAMAÇÃO (EM R\$)				
GND		MOD. APLICAÇÃO	RP	VALOR ACRESCIDO
04	Investimento	90* 30 40	Aplicação Direta Transferências a Estados e ao DF Transferências a Municípios	6 185.000,00
TOTAL				185.000,00

*Modalidade de aplicação preferencial:

ITENS FINANCIÁVEIS PELO PROGRAMA
SCANNER PLANETÁRIO
ARQUIVOS DESLIZANTES



A evolução das tecnologias de informação e comunicação - TICs impacta diretamente a missão dos Arquivos Públicos quanto à gestão, à preservação, ao acesso e à difusão de conjuntos de documentos arquivísticos

VOSSA EXCELÊNCIA QUER AJUDAR COM A MODERNIZAÇÃO DOS ARQUIVOS PÚBLICOS?

PODEMOS FAZER MAIS



PARA SABER MAIS, CLIQUE AQUI





serperrio@gmail.com



(21) 98220-5935



LUIZ SERGIO PEREIRA
PROJETOS E PROGRAMAS
SOCIAIS | SUSTENTABILIDADE ...



[linkedin.com/in/luizsergiopereira](https://www.linkedin.com/in/luizsergiopereira)



so no social
podcast



[/so.no.social.podcast](https://www.facebook.com/so.no.social.podcast)



[/so.no.social.podcast](https://www.instagram.com/so.no.social.podcast)