

1. Eventos

Organizar um evento é um método comprovado para mobilizar recursos e apoio para uma causa. Muitas organizações que se envolvem em arrecadação de recursos pela primeira vez optam por fazer um evento. A variedade de tipos de eventos é infinita, eventos criativos são lançados todos os dias. Pode-se arrecadar muitos recursos com um evento bem organizado, mas deve-se equilibrar os recursos investidos versus os ganhos esperados. É aconselhável não escolher um evento único, mas selecionar ou desenvolver um que possa se tornar uma atividade recorrente (por exemplo, anualmente). Assim, a experiência dos organizadores e o conhecimento do público poderão crescer por repetição e os lucros irão crescer também.

Exemplos

- *Walkathon* – caminhada ou corrida aonde os participantes são patrocinados por sua rede de contatos ou famílias, amigos e colegas de trabalho
- *Almoço ou jantar de caridade* – pode ser tanto de custo baixo para a comunidade ou de alto preço e exclusivo para pessoas ricas
- *Noite cultural* – música, dança, teatro e contação de histórias
- *Corrida escolar*

Pré-condições – externas

- Adesão a regras de autoridades locais para eventos públicos

Pré-condições –internas

- Possuir boa rede de relacionamento para facilitar a mobilização de patrocinadores, artistas etc.
- Possuir bom relacionamento com a mídia para gerar divulgação e promover o evento

O que você precisa

- Uma boa análise de custo-benefício: é importante considerar não apenas as receitas potenciais de um evento e fazer uma avaliação realista delas, mas também considerar o investimento (em dinheiro, tempo etc.) e examinar cuidadosamente quaisquer riscos.
- Um plano de mitigação de riscos: o que fazer, por exemplo, se houver uma questão de segurança
- Uma pessoa ou equipe voluntária (dependendo da escala do evento) para coordenar e preparar o evento
- Para eventos maiores: um organizador experiente em gerenciamento de eventos (interno, voluntário ou contratado)
- Um sistema claro e testado de recebimento, registro e acompanhamento de doações; agradecimento aos doadores e opção para a renovação da doação.

10 TÉCNICAS DE MOBILIZAÇÃO DE RECURSOS



Riscos

- Devido à sua natureza incidental, um grande evento pode ser um grande encargo para os recursos humanos da organização.
- As coisas podem ser diferentes do que foi inicialmente planejado e os resultados podem ser decepcionantes.
- Se o orçamento previsto a ser arrecadado não for realizado, você poderá ter um lucro líquido muito menor do que o esperado ou até mesmo uma perda líquida
- Condições climáticas inesperadas, como chuvas intensas, podem influenciar o número de pessoas que comparecem e, assim, levar a uma arrecadação mais baixa, ou mesmo tornar necessário o cancelamento do evento.
- Se um evento 'der errado' ele poderá resultar em publicidade negativa.

2. Solicitação pessoal

A reunião de potenciais doadores individuais cara a cara oferece excelentes oportunidades para mobilizar apoio e financiamento. Afinal, o contato pessoal tem um impacto mais forte do que qualquer outra forma de comunicação. Além disso, as pessoas que arrecadam recursos no hemisfério sul tendem a ter uma vantagem, sendo geralmente mais orientadas para as comunicações de pessoa para pessoa do que arrecadadores do hemisfério norte, que são mais aptos em comunicações via marketing direto. A solicitação pessoal é uma maneira de mobilizar o apoio, que, dependendo do tamanho da doação que você está planejando pedir, pode levar algum tempo para que a relação e a confiança tenham se desenvolvido até o estágio em que você possa fazer o pedido.

Exemplos

- Convidar um doador para visitar sua organização ou projeto
- Ter uma reunião com o doador na casa dele
- Apresentação de um caso com acompanhamento pessoal direto em uma reunião

Pré condições – externas

- Um grupo de doadores individuais potenciais que possa estar interessado em apoiar sua causa, preferencialmente com um perfil abastado

Pré condições –internas

- Pessoas, ou pelo menos alguém, com fortes habilidades sociais, que seja capaz de "vender" a organização e que se proponha a pedir doações e que possa se adaptar ao doador ou ao público em questão
- Compromisso e apoio do conselho e da administração para compartilhar e fazer apresentações à sua rede pessoal

O que você precisa

- Um plano, incluindo quais pessoas abordar, com uma proposta atrativa, mensagem clara e motivação para doar
- Bons oradores públicos (uma equipe ou voluntários) e que tenham uma fala concisa e apaixonada sobre a organização, com domínio sobre o trabalho desenvolvido
- Material de ajuda visual (para usar quando você apresenta seu caso e/ou para deixar com os potenciais doadores)
- Alguns doadores que já tenham doado e que estejam preparados para fornecer breves testemunhos (nos seus materiais) sobre por que eles escolheram apoiar a sua causa, por que importa para eles pessoalmente e como eles se sentem sobre a sua organização.
- Acompanhamento e feedback cuidadoso para as pessoas que lhe forneceram seus contatos

Riscos

Normalmente os riscos são gerenciáveis, pois a pequena escala de solicitação pessoal torna mais fácil monitorar e ajustar a abordagem. Contudo, se as relações desenvolvidas através da rede da liderança da organização não forem bem gerenciadas, isso poderá impactar nos próprios líderes e na equipe

3. Mobilização de Recursos em rede

Arrecadação de rede significa conquistar novos doadores através da sua própria rede de contatos. Uma abordagem "amigo-indica-amigo" funciona como uma mancha de tinta que se espalha sobre o tecido rapidamente, e pode ser usada em quase todos os lugares. Este método é especialmente eficaz se há cooperação com os chamados "conectores", (pessoas que conhecem muitas pessoas) e pessoas que são bem conhecidas e respeitadas em sua comunidade e que estão dispostas a espalhar a mensagem entre sua rede. Mas qualquer um dos doadores existentes ou outros benfeitores também pode ser uma boa fonte para trazer novos doadores. Pode-se também envolver a própria equipe e membros da diretoria de uma organização para promover a causa. As pessoas ficam inclinadas a doar quando solicitadas diretamente por uma pessoa que eles conhecem e respeitam, em vez de quando solicitadas por uma pessoa estranha.

A arrecadação de recursos via rede de contatos pode ser feita através de mídias sociais como Facebook, através de e-mail ou através de contato pessoal. Esta maneira de arrecadar recursos pode ser feita por qualquer organização, mas funciona especialmente bem quando uma organização tem bons contatos com jornalistas, mídia e/ou um grande grupo de seguidores.

Exemplos

- Organize uma campanha de e-mailing para os funcionários: prepare um e-mail, que possa ser facilmente adaptado e encaminhado pela equipe para amigos e parentes, que descreva brevemente o que a organização está fazendo e como as pessoas podem se envolver.
- Ao organizar um evento, incentive os doadores existentes a trazer amigos. Quanto mais atraente for seu evento, mais fácil será convencer os amigos a virem junto

Pré-condições internas

- Apoio e confiança na abordagem existente entre o conselho, a direção e a equipe
- Em todos estes níveis, deve haver vontade de doar tempo para a execução do plano

O que você precisa

- Mapear a rede existente na organização
- Desenvolver uma estratégia e planejar quem abordar e como abordá-los
- Desenvolver materiais de comunicação adequados que possam ser facilmente compartilhados (ex: e-mails, cartas e folhetos) com um pedido claro de apoio

Riscos

- Como relações pessoais são de grande valor para as pessoas, em caso de risco desta relação, o relacionamento com a organização também poderá sofrer

4. Arrecadação de recursos online

Nos últimos dez anos, a arrecadação de recursos através da mídia on-line explodiu literalmente. Alguns continentes e países têm um acesso muito mais forte à internet do que outros. Mas é inegável que em quase todos os lugares, a situação está mudando muito rapidamente. Esta transformação tecnológica cria um vasto potencial para a arrecadação de recursos através de plataformas online, celulares e redes sociais. As vantagens evidentes da doação eletrônica são a velocidade, a flexibilidade, o baixo custo, o largo alcance e a ajuda online que este tipo de arrecadação oferece. Muitas vezes, a arrecadação de recursos on-line é combinada com outros tipos de atividades off-line, ao vivo, como eventos.

Exemplos

- Crowdfunding através de mídias sociais ou redes sociais

Pré condições – externas

- Infraestrutura disponível para o público alvo ter acesso à internet e/ou telefones celulares
- Opções seguras de pagamento online disponíveis

Pré condições –internas

- Conhecimento (interno) sobre como desenvolver e executar uma campanha de arrecadação de recursos on-line
- Uma base e rede de doadores relativamente ampla que seja familiarizada e ativa nas atividades on-lines
- Software para computador (website, banco de dados, possivelmente um módulo de doação)

O que você precisa

- Uma ideia forte e um plano sólido sobre o tipo de campanha que se pretende executar
- Nomes e e-mails de doadores atuais e/ou potenciais para os quais comunicações personalizadas possam ser desenvolvidas, as respostas analisadas e acompanhamento realizado
- Materiais de comunicação eficazes para acompanhar a doação on-line (e-mails de agradecimento, atualizações sobre os resultados alcançados, etc.)

Riscos

- Vírus e hackers podem desviar o fluxo de dinheiro, por isso é indicada a compra de softwares e sistemas de alarme para proteger a sua organização e seus doadores

5. Voluntários

Os voluntários podem desempenhar um papel importante em uma organização, trazendo tempo e experiência com custos mais baixos do que um membro contratado para a equipe. Na sede, os voluntários podem ser usados para a ajuda geral no escritório ou fornecer um serviço específico. Os voluntários também podem ajudar na arrecadação de recursos. Muitas organizações também mobilizam voluntários para parte da implementação de seus programas. Entretanto, existem custos envolvidos na utilização de voluntários. Voluntários precisam de supervisão e pode-se pagar pelo menos parte de suas despesas.

Exemplos

- Estudantes de uma faculdade podem ajudar a organizar um evento de arrecadação de recursos
- Um bancário aposentado ajuda a contatar empresas e lojas locais para obter doação de prêmios para uma rifa
- Um professor aposentado visita escolas para promover a causa
- Um advogado oferece aconselhamento jurídico gratuito
- Um especialista em web fornece uma consultoria durante uma semana
- Um especialista financeiro ajuda a criar um sistema financeiro sólido
- Um professor de karatê oferece aulas para os beneficiários
- Um conselheiro profissional oferece consultoria gratuita para os beneficiários

Pré-condições internas

- Equipe para gerenciar e supervisionar voluntários

O que você precisa

- Uma lista de tarefas e atividades que precisam ser feitas e que são adequadas para serem feitas por voluntários, tanto dentro da organização quanto para atividades com os beneficiários
- Um plano sobre quem abordar, como abordá-los e como gerenciá-los
- Acordar termos e condições claras do que um voluntário deverá fazer e poderá esperar da organização
- Um kit com material apropriado para os voluntários sobre a organização e as tarefas que eles devem realizar
- Formas de reconhecer o trabalho dos voluntários

Riscos

- Podem ocorrer problemas caso os voluntários que trabalham com grupos vulneráveis de beneficiários, como crianças, não forem cuidadosamente selecionados e monitorados.
- Um voluntário não entregar o que se comprometeu, prejudicando a tarefas serem concluídas a tempo e/ou com a devida qualidade

6. Doações em espécie

Além do dinheiro, o apoio em espécie pode ser uma boa forma para mobilizar os recursos necessários para a organização e sua causa. Muitas pessoas preferem contribuir com doações em espécie do que em dinheiro. Isso se aplica tanto a indivíduos quanto a empresas.

Exemplos

- Uma senhora que vive no bairro do projeto fornece um saco de arroz
- O Rotary Club local faz uma arrecadação de roupas para os beneficiários
- Os alunos fornecem cadernos e lápis para as crianças no projeto
- Uma empresa de informática doa computadores para aulas de informática
- Um lojista local oferece lanches
- Uma empresa ou um edifício local fornece uma sala de reuniões ou espaço de escritório

Pré condições –internas

- Equipe ou voluntários que possam organizar o apoio

O que você precisa

- Uma lista de materiais, suprimentos ou serviços que você precisa para a organização e/ou seus beneficiários
- Um plano sobre quem abordar, como abordá-los e como coletar as mercadorias
- Logística para distribuição do apoio em espécie aos beneficiários (se aplicável)

Riscos

- A chance de você acabar com produtos que não estão funcionando corretamente
- A chance de você acabar com produtos que não atendem às suas necessidades

7. Mobilização de recursos por parte dos jovens e nas escolas

Arrecadar recursos de jovens e em escolas são muito próximos e devem estar sempre relacionados com o objetivo de os fazer entender o trabalho da organização, as razões para isso e por que é importante. As crianças devem ser abordadas com cuidado e deve-se ser sensível às suas necessidades. Crianças têm mais tempo do que dinheiro, mas elas também têm o apoio da família. A arrecadação de recursos com jovens os envolverá na causa e constituirá uma base importante para apoio futuro.

Exemplos

- Uma escola organiza uma corrida de patrocinadores em que pais, família e amigos patrocinam as crianças
- Uma apresentação musical de crianças nas quais elas pedem uma pequena taxa de entrada que será doada a uma boa causa
- Coleta de resíduos recicláveis
- Jovens distribuem convites para um evento de uma organização no bairro

Pré condições –externas

- Deve haver escolas na área do projeto da sua organização

Pré condições –internas

- A causa deve ser atrativa para as crianças

O que você precisa

- Uma ideia original sobre como envolver as crianças na causa, que seja divertida e educativa
- Bons contatos com as escolas do bairro
- Voluntários que podem ajudar no trabalho com escolas
- Material informativo, como folhetos, brochuras ou cartazes que sejam atrativos e interessantes para as crianças

Riscos

- Uma abordagem que se concentra muito na arrecadação de dinheiro em vez de educar e envolver as crianças, pode ser vista pelo público como mau uso das crianças. Desta forma, existe o risco de prejudicar a imagem da organização
- O investimento em tempo pode ser muito grande em comparação aos resultados obtidos

8. Doação periódica por meio da adoção de um projeto

Recrutar doadores regulares é um método comprovado para manter doadores por um longo período de tempo. Esta abordagem liga a doação ao apoio de um beneficiário individual ou de um trabalho específico. Ela incentiva as pessoas a doarem mensal ou anualmente. Os doadores continuam a doar por um longo período devido a uma conexão emocional, desde que o seu envolvimento seja nutrido de uma boa maneira. Esta maneira de doar funciona melhor com os doadores existentes. Doações periódicas são uma fonte de renda durável e estável.

Exemplos

- Patrocinar a educação de uma criança
- Patrocinar uma refeição para uma pessoa sem-teto
- Um programa "torne-se amigo de ...", em que um doador doa dinheiro todos os meses ou anualmente

Pré-condições –externas

- O público deve estar familiarizado com esta forma de doação
- Um mecanismo de pagamento tem de estar vigente para permitir que as doações sejam pagas regularmente

Pré condições –internas

- A causa deve ser emocionalmente atrativa
- A causa deve ser reconhecível e ter uma clara perspectiva de desenvolvimento

O que você precisa

- Exemplos emocionantes de pessoas reconhecidas, histórias pessoais e depoimentos
- Opções concretas de apoio que demonstrem claramente o impacto de cada opção de doação
- Feedback regular aos doadores para assegurar o seu apoio contínuo
- Facilitar a doação regular para os doadores
- Um bom banco de dados de doadores (sistema) para garantir uma maneira rápida e eficiente de manter contato com seus doadores

Riscos

- Inventar histórias falsas que não correspondam aos fatos será desastrosa para a imagem da organização e pode prejudicar sua reputação por anos

9. Coletas

Arrecadações podem ser uma estratégia bem-sucedida para arrecadar recursos, desde que se possa mobilizar pessoas suficientes que queiram fazer a coleta. Existem diferentes tipos de arrecadações:

- Arrecadações em igrejas e entre a comunidade local
- Arrecadações casa a casa, onde uma pessoa visita casas e pede apoio
- Arrecadações de rua, onde os arrecadadores pedem doações aos transeuntes
- Caixas de coleta em lojas, empresas ou em locais públicos
- Caixas de coleta nas casas dos apoiantes de uma organização

A força de uma arrecadação é que ao longo do tempo pode-se chegar a um público muito grande. Além de arrecadar recursos, uma arrecadação também pode ter um impacto em termos de criação de consciência e publicidade para uma causa

Exemplos

- Uma caixa de coleta em lojas locais na comunidade
- Uma caixa de coleta em um hotel próximo à organização
- Uma caixa de coleta em uma loja ou hotel em uma cidade grande, de propriedade de alguém que tenha origem na área onde a organização trabalha

Pré condições –externas

- Aprovação das autoridades e / ou proprietários do local
- Cooperação com um banco para depositar o dinheiro
- Segurança para os arrecadadores realizarem a coleta

Pre-condições –internas

- A organização ser conhecida pelo público ou a causa arrecadada ser fácil de explicar
- Um conjunto de voluntários arrecadadores e coordenadores das arrecadações
- Um bom sistema administrativo para processar os recursos coletados
- Boas conexões com empresas ou outros locais onde se deseja colocar caixas de coleta

O que você precisa

- Um sistema bem estruturado e confiável de coleta de arrecadações (autorização adequada dos locais de arrecadação, bons procedimentos para contagem, transferência e administração de dinheiro)
- Materiais de coleta: recipientes / caixas ou envelopes à prova de roubo, material promocional, como panfletos e adesivos

Riscos

- Como este instrumento de arrecadação de recursos envolve dinheiro, há um risco maior de roubo e fraude, o que pode prejudicar a sua imagem como organização

10. Venda de produtos

Essa modalidade envolve a venda de produtos em que uma parte (de preferência grande) dos lucros vai para a organização. Você pode pensar em produtos fabricados pela própria organização, pelos beneficiários da organização, pela comunidade, ou produtos produzidos "sob licença" e vendidos por canais comerciais. As vendas de produtos têm a vantagem de que os compradores recebem algo tangível em troca do seu dinheiro e ao fato de eles se lembrarem da organização quando utilizam o produto.

Por outro lado, pode ser um empreendimento financeiramente arriscado, que requer um conjunto de habilidades muito diferentes de uma organização. Pesquisa minuciosa, parceiros experientes e começar em pequena escala são práticas aconselháveis

Exemplos

- Venda de cartões de saudação ou outros produtos que sejam feitos pelos beneficiários da organização
- Uma pequena venda de itens como comida caseira, bolos, biscoitos, pães, etc.
- Venda de produtos doados por vários patrocinadores

Pré condições –externas

- Um público que esteja interessado em comprar os produtos

Pré condições –internas

- Pessoas na organização e/ou voluntários que tenham competência e experiência

O que você precisa

- Uma boa ideia que tenha identificação com os potenciais doadores
- Um plano que inclua um orçamento
- Preferencialmente encontrar patrocinadores que possam cobrir os custos de produção para maximizar o lucro

Riscos

- Risco de perdas por causa de vendas fracas ou produção super otimista