

BANCO DE DADOS DE FINANCIADORES EM ORGANIZAÇÕES DO TERCEIRO SETOR: UMA EXPERIÊNCIA COLETIVA NO VALE DO MAMANGUAPE E JOÃO PESSOA – PB

ARAÚJO, Alison Guedes de¹
BARBOTIN, Maria Angeluce Soares Perônico²
CARNEIRO, Wilma Izabel³
HONÓRIO, José Bezerra⁴
OLIVEIRA, Maria Gabriella F. Ferreira S. de⁵
SILVA, Anderson Duarte da⁶

Centro de Ciências Aplicadas e Educação/Departamento de Ciências Sociais/PROBEX

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo discutir o uso da ferramenta de banco de dados de agentes financiadores para a mobilização de recursos em organizações do terceiro setor. Ele parte de uma experiência, e reflexão, junto a organizações do terceiro setor que atuam na região do Vale do Mamanguape e na Grande João Pessoa, no âmbito do Projeto de Extensão “Desenvolvimento institucional de organizações do Terceiro Setor” que abrange atualmente as cidades de Mamanguape, Rio Tinto, Santa Rita e João Pessoa. Desde o ano de 2011, quando da primeira versão desse projeto de extensão, a ESSOR e a AMAZONA colocaram a disposição deste, um banco de dados com informações de diferentes fontes de financiamento. A estratégia desenvolvida no projeto foi a de atualizar continuamente este banco de dados, selecionar aqueles financiadores com perfil interessante para as organizações participantes do projeto, e socializar estas informações através de um blog, de modo a munir estas instituições com informações pertinentes para sua mobilização de recursos. A estratégia de criação e manutenção de um banco de dados de financiadores compartilhado se justifica pela dificuldade que cada pequena organização do terceiro setor tem para realizar pesquisas frequentes, uma vez que as mesmas são caracterizadas por uma grande concentração de atividades em uma única pessoa. A estratégia de criação de um blog com as informações atualizadas é relevante pelo seu caráter multiplicador, pois não somente disponibiliza as informações para as instituições que participam do projeto, como também torna pública estas informações para outras instituições interessadas.

PALAVRAS-CHAVE: Terceiro setor, Mobilização de recursos, Banco de dados.

¹ UFPB, discente colaborador, e-mail: uara2001@yahoo.com.br

² UFPB, professora colaboradora, e-mail: m_peronico@hotmail.com

³ ESSOR, extensionista externo, e-mail: wilmajpi@hotmail.com

⁴ UFPB, técnico administrativo (vice-coordenador), e-mail: admjb@yahoo.com.br

⁵ UFPB, discente colaboradora, e-mail: mgabriella_@hotmail.com

⁶ UFPB, discente colaborador, e-mail: andersonmme@hotmail.com

INTRODUÇÃO

Nos últimos quarenta anos, autores clássicos da Administração se debruçaram sobre o campo das organizações do Terceiro Setor como é o caso de Philip Kotler (1978) e Peter Drucker (2006). Autores nacionais também orientaram seus estudos sobre a gestão desse tipo organizacional: Tenório (1997), Hudson (1999), Melo Neto (2000), Camargo *et al.* (2001), Zenone (2006), entre outros. Desse modo, diferentes ferramentas específicas do campo empresarial passaram a ser adaptadas para a realidade das organizações do Terceiro Setor.

No que se refere à forma de gestão destas organizações é importante destacar que, em função das mudanças ocorridas no contexto brasileiro (ARMANI, 2003), com a diminuição de recursos internacionais e a crescente participação do setor empresarial, como agente financiador das ações dessas organizações, elas tiveram que desenvolver competências gerenciais a fim de conseguir articular o recurso necessário para uma atuação sustentável.

O projeto de extensão “Desenvolvimento Institucional de Organizações do Terceiro Setor” pautando-se na indissociabilidade entre os pilares de ensino, pesquisa e extensão, articula alunos, professores e servidores dos cursos de Secretariado Executivo e Ciências Contábeis do Campus IV da UFPB. Ele coloca a serviço das organizações do Terceiro Setor, um saber relacionado à gestão mais específico para estas instituições.

Um dos eixos importantes desse projeto é a criação e manutenção de um banco de dados de financiadores que possa subsidiar a atividade de mobilização de recursos das organizações participantes. Como destaca Azevedo (1998) o primeiro passo para a mobilização de recursos é definir para onde enviar as propostas. Nanus e Dobbs (2000) e Cruz e Estravis (2000), também definem a criação de um banco de dados como um dos elementos que constituem uma boa campanha de arrecadação de fundos. De um modo mais amplo, o banco de dados é uma ferramenta do marketing que pode contribuir com a mobilização de recursos das organizações do terceiro setor, impactando diretamente em sua sustentabilidade.

Portanto, o resultado esperado com a criação e socialização desse banco de dados é munir as instituições com informações relevantes para sua mobilização de recursos, contribuindo para a diversificação das fontes de financiamento, e conseqüentemente, para sua sustentabilidade. A estratégia de gerenciar um banco de dados de financiadores de maneira coletiva se apresenta importante pelo fato de que as pequenas organizações participantes desse projeto não dispõem de pessoal suficiente para se dedicar a esta ação.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

No primeiro ano do projeto foi realizado um mapeamento das organizações do terceiro setor que atuam no Vale do Mamanguape e na Grande João Pessoa. Como o objetivo geral desse projeto, em seu segundo e terceiro ano, estava voltado para um acompanhamento mais direto das organizações, através de assessorias na elaboração de projetos, das 26 organizações participantes no primeiro ano, 5 foram escolhidas para serem atendidas no segundo e terceiro ano. Assim, partindo do perfil das organizações, é que se procurou construir um banco de dados com informações relevantes, ou seja, com financiadores que apoiassem projetos em áreas de atuação compatíveis com aquelas desenvolvidas pelas instituições participantes desta ação.

A AMAZONA e ESSOR, ONGs consolidadas e parceiras desse projeto, haviam criado, em 2008, um banco de dados de financiadores nacionais e internacionais, de fontes públicas e privadas. Portanto, este banco de dados foi colocado à disposição do projeto, para que, através do trabalho sistemático, realizado semanalmente por um extensionista interno e outro externo, fosse continuamente atualizado, conforme o perfil das organizações participantes. A socialização do trabalho de atualização contínua do banco de dados se realizou através da criação de um blog, que divulga os editais abertos, para que as organizações participantes do projeto possam, o mais rapidamente possível, se debruçar na tarefa de elaborar suas propostas.

ANÁLISES DOS RESULTADOS

O monitoramento e a atualização do banco de dados dos financiadores ainda é uma ação que precisa de melhorias. Para que esta ação se torne mais efetiva para as organizações participantes desse projeto, a atualização do banco de dados precisa, de fato, ocorrer sistematicamente uma vez por semana. Esta periodicidade se justifica em função do número relativamente grande de fontes de financiadores, das datas de abertura dos editais que variam entre os financiadores, e também porque muitos deles não possuem um calendário fixo de financiamento.

Em complemento a esta ação, é preciso fomentar canais de comunicação que integre as várias organizações e que ao mesmo tempo as conecte. Deve ser um canal de uso efetivo, no mínimo de uso diário ou semanal. Nesse sentido, optou-se pelo blog e página em rede social de grande movimentação. Estes meios garantem não apenas que as informações

cheguem às organizações participantes do projeto, mas a outros que possuem interesse em obtenção de financiadores. Garante por fim publicidade ao projeto.

Entretanto, a divulgação dos editais através do blog também precisa ser realizada sistematicamente tão logo um novo edital seja identificado, pois só dessa maneira, as organizações terão mais tempo para dedicar à elaboração de suas propostas.

Mesmo considerando estas limitações, até o presente momento é possível registrar os seguintes resultados:

- a) Estabelecimento de financiadores prioritários considerando o perfil das ONG's participantes do projeto;
- b) Identificação de 76 financiadores que apoiam ações em áreas nas quais as organizações participantes desse projeto atuam;
- c) Um banco de dados atualizado com 40 financiadores nacionais e 36 internacionais, sendo 05 deles organizações multilaterais;
- d) Um blog criado e atualizado com informações sobre fontes de financiamento e que serve ao mesmo tempo de ferramenta promotora da visibilidade das organizações participantes desse projeto.

Percebe-se a necessidade de aumento do banco para contemplar novas entidades financiadoras atendendo ao perfil das ONG's do projeto. Estas entidades estão ampliando sua divulgação e área de atuação e as primeiras informações sobre as novas entidades vêm de fontes diversas dentro do próprio projeto de extensão.

CONCLUSÃO

A estratégia de gerenciar coletivamente um banco de dados de fontes de financiamentos de projetos de organizações do terceiro setor é bastante relevante para a sustentabilidade dessas instituições, uma vez que contribui com a sua atividade de mobilização de recursos, e ao mesmo tempo em que preenche uma lacuna no que se refere à pouca estrutura existente nestas organizações para realizar individualmente um trabalho dessa natureza.

A socialização das informações através de um blog, também se apresenta como uma estratégia relevante, uma vez que direciona o esforço das organizações participantes do projeto para um único local de informação, otimizando assim seu esforço de pesquisa de financiadores.

O monitoramento e a atualização do banco de dados dos financiadores com a consequente divulgação de informações exige um trabalho refinado de pesquisa e comunicação. A pesquisa de acompanhamento exige disciplina e atenção para que se possa aproveitar ao máximo o tempo disponibilizado para submissão de propostas. Por sua vez, a pesquisa de ampliação de fontes exige maior tempo de “garimpagem” e acesso a base ampliada e diversificada de informações.

A comunicação é fator interveniente, pois a atualização do banco não garante por si o acesso e a utilização das informações captadas. É necessário construir e manter um canal de comunicação de uso efetivo que faça parte do dia a dia da gestão das organizações parceiras e que disponha de informações atualizadas advindas das pesquisas para o banco de financiadores.

A utilidade do banco de financiadores para o projeto foi significativa, muito embora seu potencial ainda não tenha sido plenamente utilizado, demonstrando se tratar de uma estratégia de grande impacto, principalmente junto a organizações de pequeno porte.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARMANI, Domingos. **Breve mapa do contexto das ONGs Brasileiras**. Disponível em: <<http://www.abong.org.br>>. Acesso em: 18 jan.2003.

CAMARGO, Mariângela Franco et al. **Gestão do Terceiro Setor no Brasil: estratégias de captação de recursos para organizações sem fins lucrativos**. São Paulo: Futura, 2001.

CRUZ, Célia Meireles e ESTRAVIS, Marcelo. **Captação de diferentes recursos para organizações sem fins lucrativos**. São Paulo: Global, 2000.

DRUCKER, Peter F. **Administrando Organizações Sem Fins Lucrativos: Princípios e Práticas**. São Paulo Pioneira Thomson Learning, 2006.

HUDSON, Mike. **Administrando organizações do Terceiro setor: o desafio de administrar sem receitas**. São Paulo: Makron books, 1999.

KOTLER, Philip. **Marketing para organizações que não visam o lucro**. Tradução de H. de Barros. São Paulo: Atlas, 1978.

MELO NETO, Francisco Paulo de. **Marketing de patrocínio**. Rio de Janeiro: Sprint, 2000.

NANUS, Burt; DOBBS, Stephen M. **Liderança para o Terceiro Setor: estratégias de sucesso para organizações sem fins lucrativos**. São Paulo: Futura, 2000.

TENÓRIO, Fernando G. **Gestão de ONGs: principais funções gerenciais**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1997.

ZENONE, Luiz Cláudio. **Marketing Social**. São Paulo: Thomson Learning, 2006.