

Manual para fazer parcerias e mobilizar recursos

Objetivos deste Guia / Manual

- Apresentar conceitos, dicas, boas práticas e exemplos relacionados ao Tema de Parcerias e Captação de Recursos.
- Instrumentalizar e ser uma fonte de conhecimento e orientações práticas.

Marcos: Regina, estou precisando de uma forcinha para conseguir uns parceiros para a cooperativa. Você tem algumas dicas?

Regina: Claro Marcos, nós tivemos uma capacitação sobre parcerias com a Aliança Empreendedora.

Marcos: Ihhh! Melhor começar explicando o que é esse negócio de “parceria”!

Regina: Então vamos lá!

O que é parceria?

É a atividade de...

- Percepção de coisas em comum entre a sua organização e o parceiro para melhorar o resultado da sua organização.
- Buscar pessoas e organizações que possuam sonhos e objetivos parecidos com os da sua organização.
- Disseminar a missão e o trabalho da Organização com qualidade e profissionalismo visando envolver novos aliados para sua causa.
- Fazer algo em conjunto que não poderia ser feito separado.
- Nascem da Complementaridade de interesses, talentos, recursos e saberes.
- Geralmente está ligada a uma oportunidade (expansão, geração de impacto, melhoria de imagem) ou a redução de custos para suas partes.

Porque fazer parcerias ou captar?

- Para ampliar qualidade de atendimento
- Para ampliar impacto positivo gerado
- Para ampliar estrutura de apoio
- Para oferecer algo novo, diferente, adicional.

Exemplos de Tipos de Parcerias

- Realização de feiras e eventos
- Realizações de Estudos e Pesquisas
- Prestação de Serviços Específicos
- Fazer logomarca e material de divulgação
- Impressão de material gráfico
- Doação / Empréstimo de Espaço, Máquinas, etc
- Matéria Prima / Resíduos Produtivos

Parcerias Institucionais (que dão / emprestam credibilidade)

Marcos: Com essa explicação ficou mais fácil! Já sei qual o tipo de parceria que nós estamos precisando. É a de doação de matéria-prima e resíduos, se a gente encontrar uma porção de empresas que possam doar seu material para nós a gente aumenta a renda dos cooperados.

Regina: Acho que para a cooperativa não para por aí, né? Prestação de serviços de coleta também aumenta bastante a renda de vocês, não é?

Marcos: Nossa! Com certeza. A gente fica com o material, mas não dá para a gente pagar aluguel, telefone, água e luz sem que a gente cobre o serviço de coleta.

Regina: De qualquer forma Marcos, tem algumas coisas que você precisa saber antes de pensar em parcerias e captação.

Juntando as Peças

Pensando na sua organização liste que tipo de parcerias são úteis para melhorar os resultados.

Todo Projeto/ Organização nasce de uma ideia, vontade e oportunidade:

- De atender a uma demanda.
- De fazer algo melhor.
- De fazer algo novo.
- De fazer algo diferente.
- De mudar algo.

Um projeto é uma proposta de valor, que nasce, precisa e é formada por RECURSOS:

- Idéias / Conhecimento
- Pessoas / Relacionamentos
- Tecnologia / Infra-Estrutura
- Tempo / Energia / Matéria-Prima
- Processos / Etapas

Paula e Ricardo dando as dicas de alguns Pontos CHAVE antes de pensar em Parcerias/Captação

1. Não adianta propor parcerias ou mobilizar recursos sem uma causa, idéia e foco definido e abordagem clara.
 2. Não adianta propor nada sem uma organização sólida por trás.
 3. Parcerias, Captação e Sustentabilidade são um processo CONTÍNUO e ACUMULATIVO, ou seja, o 2º, 3º ou nº parceiro dependem dos resultados e sucesso das parcerias anteriores.
 4. Da mesma forma que uma empresa não vive só de sua área de "Vendas" sem um bom produto, uma Organização também tem de ser COMPLETA.
- Marca / Credibilidade / Recursos Intangíveis

O que é necessário para se destacar / diferenciar nessa busca?

- Ter um bom (atrativo, bem estruturado e coerente) plano / proposta
- Ter uma apresentação e materiais imbatíveis
- Ter um histórico de evolução em resultados, melhorias e aprendizados.
- Ter bons contatos, prêmios e/ ou parceiros que o credenciam / qualificam.
- Ter uma idéia / abordagem diferenciada / inovadora
- Ter uma boa equipe e organização.
- Ter propostas que interessem / façam sentido ao potencial parceiro.

Ranking de Motivações - Por que pessoas DOAM / INVESTEM? (Pesquisa ETHOS)

1. **Acreditar na instituição e seus propósitos**
2. **Acreditar na importância das necessidades em questão**
3. **Custo X Benefício / Ganhos que vai ter**
4. **Isonções Fiscais**
5. **Marketing / Promoção / Ser Referência**
6. **Amizade e Respeito por quem pede**
7. **Reconhecimento público**
8. **Culpa (ex: pais de filhos desaparecidos)**
9. **Gratidão (por ter sido beneficiado por organização)**
10. **Orgulho de Colaborar / Pertencer / Contribuir**

Com quem podemos fazer parcerias?

- **Pessoas Físicas**
- **Empresas**
- **Governos**
- **Universidades**
- **Imprensa**
- **ONGs**
- **Fundações de famílias**
- **Atores nacionais e internacionais**
- **Fundações e Institutos empresariais**
- **Sistema S (sebraes, sebraes, senais, etc)**
- **Entidades de Classe (sindicatos, conselhos, etc)**
- **Órgãos de fomento (como incubadoras, FINEP, etc)**

PROCURANDO PARCEIROS

- Teoria dos 6 Graus de Separação – Você precisa de, no máximo 6 contatos / pessoas para chegar a quem quiser no mundo.
- Quando você trabalha em rede e sabe que toda “Ação gera Reação”, a rede começa a te trazer “Fluxos” de Pessoas, Idéias, Organizações e Oportunidades. Este é o “Efeito Rede”
- Assim quanto maior os fluxos e rede, maior a “massa crítica” em torno da organização e maiores as oportunidades e impacto.

- Estratégia do “Pé de Galinha” – Para cada pessoa que converse, peça pelo menos 3 contatos/indicações de pessoas a conhecer.
- PONHA SEUS CONTATOS PARA TRABALHAR
- Garimpagem de Contatos → GOOGLE!
- Participe de Eventos (e Troque Cartões!)
- Levantar Informações sobre pessoas e organizações
- O 1º contato e abordagem definem o resto!
- Comunicação é Importante – O Mundo “exterior” precisa saber o que você faz e quer fazer para poder ajudar.
- Banco de Dados X Bando de Dados → Atualização, Disciplina e Costume

Formando Redes e Contatos

- Estratégia do “Pé de Galinha” – Para cada pessoa que converse, peça pelo menos 3 contatos/indicações de pessoas a conhecer.
- PONHA SEUS CONTATOS PARA TRABALHAR
- Garimpagem de Contatos → GOOGLE!
- Participe de Eventos (e Troque Cartões!)
- Levantar Informações sobre pessoas e organizações
- O 1º contato e abordagem definem o resto!
- Comunicação é Importante – O Mundo “exterior” precisa saber o que você faz e quer fazer para poder ajudar.
- Banco de Dados X Bando de Dados → Atualização, Disciplina e Costume

Juntando as Peças

Dica de Atividade – Use o mapa de necessidades feito na atividade anterior e liste quais os potenciais parceiros que podem supri-las.

Necessidades	Potenciais Parceiros	Motivação do Parceiro	Como vou encontrá-los

Regra de Ouro das Parcerias - Parceria = andar juntos (transformar em historinha)

Marcos: Regina você pode dar uma olhada na minha lista de potenciais parceiros?

Regina: Claro Marcos, deixa eu ver!

Quadro com o caderno do Marcos que lista:

Necessidades	Potenciais Parceiros	Motivação do Parceiro	Onde vou encontrá-los

Doação de matéria-prima e resíduos	- Empresas que estão a, no máximo 15min de carro da cooperativa	- Fazer uma ação social na região onde está localizada para ganhar prestígio com a comunidade	Lista Telefônica Jornal do Bairro
Prestação de serviços de coleta	- Condomínios dos bairros próximos - Supermercados	- Ser bem atendido pela cooperativa, pois eles pagam uma empresa que supostamente é mais "profissional" para executar esse tipo de serviço.	- Reunião com os catadores para listar esses condomínios - Usar rota dos catadores como base de dados

Regina: Acho que você pegou o jeito. Melhor ainda seria você listar o nome dessas empresas, condomínios, etc.

Marcos: Próximo passo anotado!!

Regina: Não esqueça Marcos que parceria é andar juntos em comunhão de interesses. Não adianta propor parceria se os dois lados não verem benefícios.

Marcos: E como eu sei quais são os interesses do meu possível parceiro?

Regina: Vamos ver agora!

Dicas da Paula e Ricardo

Paula: Vá em lugares pouco óbvios! Todos sempre buscam os mesmos atores e potenciais parceiros para seus projetos e organizações.

Porém, muitos podem e querem apoiar mas não sabem como e não recebem propostas.

Ricardo: Você deve achá-los, pode e deve ajudá-los a descobrir o quê e como fazer!

Busque os contatos em sites, jornais, revistas e eventos, monte uma Lista e entre em Ação!

COMO SE ORGANIZAR

Para ter uma boa gestão das parcerias e captação

- Não pare nunca de fazer e cadastrar contatos.
- Organize e atualize-os em um Banco de Dados.
- Tenha modelos pré-prontos de cartas, projetos, apresentações, contratos e termos de parceria.
- Tenha uma pasta organizada com o histórico de apresentações categorizada por ano e tema e / ou organizações potenciais parceiras.
- Atualização e organização de dados, indicadores, fatos e imagens.
- Pesquisa e Mapeamento constante de oportunidades de parcerias e captação.
- Agendamento / Realização de contatos
- Elaboração de Propostas e Documentos de Apresentação

O que um gestor de parcerias e captação deve ter e como deve se organizar

- Para apresentações / reuniões externas, tenha um "Kit Parcerias" que contenha:

- Cartão de Visitas.
- Folder / Material Impresso de Apresentação Institucional.
- Documento (PDF) Institucional atualizado.
- Vá com roupa adequada e nunca atrase.
- Organize seus contatos e os registre para todos em um “Banco de Contatos”
- Organize e gerencie feedbacks e “tempos de resposta” ou seja, prazos em que você vai fazer / enviar o que ficou de fazer ou enviar.
- Para o trabalho interno, tenha:
 - Modelos de proposta, cronograma e orçamento pré-prontos para ganhar tempo.
 - Modelos de contratos e termos de parceria pré-prontos para ganhar tempo.
 - Um porta cartões físico e virtual (Banco de Dados de Contatos) grande e atualizado.
- **Para se preparar e planejar.**
 - Estude o potencial parceiro.
 - Veja se ele tem disponibilidade para apoio.
 - Saiba bem o que pedir (foco), como (proposta / oportunidade), para quem (pessoa) e em que momento (ciclos de financiamento).
 - Pense / se coloque no lugar do parceiro. O que ele quer? O que espera e gostaria?
 - O que não espera e pode ser surpreender (Inovação + Preparação)?
 - Como você pode ajudá-lo a realizar / viabilizar isso?
 - Prepare-se antes (Exercício da Caçada)
- **Seja / Apresente uma Solução!**

O que vale é o conjunto da Obra! - Passado, Presente e Futuro

Juntando as Peças

Liste em grupo quais das dicas acima vocês vão seguir e faça um planejamento para correr atrás do prejuízo.

O quê	Quem?	Até quando?	Como?

O Perfil do Gestor de Parcerias e Captação

“Como um caçador que vai a caça, o captador antes de sair visualiza e planeja a caçada para que, na busca uma potencial parceria, atuar da forma mais certa possível!”

Consegue / Tem Perfil

- Pessoas que sabem e gostam de se relacionar / fazer contatos
- Sabem e gostam de escrever projetos, propostas e elaborar / atualizar apresentações.
- Sabem a fundo do que falam / propõem
- Tem Brilho no Olho! Carisma e Inspirador
- Sabem e Gostam de contar histórias
- São organizadas.
- Transmitem credibilidade e tem reputação
- Tem Idéias Inovadoras / ousadas com Propostas Factivéis
- Estudam o contexto e parceiro e visualizam sinergias e oportunidades.
- Viciados em informações e notícias

Não Consegue / Sem perfil

- Pessoas tímidas, introspectivas e/ou inseguras
- Não sabem / gostam de escrever e atualizar projetos, propostas e apresentações.
- Não estudam ou conhecem profundamente o que propõem.
- Pessoas frias / sem brilho no olho.
- Idéias malucas / mirabolantes ou Projetos inviáveis /impraticáveis
- São desorganizadas.
- Não estuda / conhece o parceiro e contexto ou com visão limitada sobre sinergias e oportunidades.
- Pessoas desatualizadas

Marcos: Puxa vida Regina! Temos que aprender muito sobre como falar da cooperativa. Capacitar o pessoal mesmo...

Regina: Isso mesmo Marcos, mas se a gente não consegue falar bem do nosso negócio quem é que vai fazer isso por nós?

Marcos: É... não dá para ficar esperando alguém cair do céu!

Regina: Não dá mesmo! O que adianta é falar sempre da nossa organização, projetos, sonhos e idéias!!! Para todo mundo! E não esquecer da lei dos 24 / 7.

Marcos: Lei dos 24/7?

Regina: Somos captadores 24 horas por dia, 7 dias na semana. Hehe

Juntando as Peças

O que eu preciso melhorar para me tornar um captador? Minha organização possui alguém com o perfil de captação?

PENSANDO O FUTURO

A Qualidade de uma proposta / apresentação se dá pela COERÊNCIA, CONSISTÊNCIA e PERPECTIVA do PASSADO, PRESENTE e FUTURO da idéia, projeto ou organização. Apresente esta EVOLUÇÃO.

Como fazer uma apresentação?

- Apresentar histórico, resultados, inovações, parceiros, reconhecimentos e possibilidades futuras. Devendo estar sempre atualizada!
- Incluir fotos e gráficos que exemplifiquem a atuação (vídeos apenas se for necessário)
- Quanto menos textos, mais fácil para que “outras” pessoas da organização a apresentem a “seu” modo. Porém, devem conter Textos mínimos para que sejam enviadas ao Parceiro após a reunião e ele se lembre do que foi comentado.
- Contar histórias que exemplifiquem o que é feito e tragam emoção.
- Dedique mais tempo e use entonações de voz maiores com mais gestos em pontos importantes que queira destacar!

Você pode fazer 2 tipos de apresentação: 1 - Mini Saia – Curta, Justa e Provocante ou 2 - Lavagem cerebral – Apresentação longa com visão geral da organização. Ambas tem pontos fortes e fracos, sendo que a escolha do modelo deve ser feita de acordo com o perfil do parceiro e tempo de reunião.

Mini Saia	Lavagem Cerebral
<ul style="list-style-type: none">• Foco na proposta• Mostra uma visão resumida da organização, seus projetos e resultados.• Menos histórias e exemplos.• Potencial parceiro não vê mais oportunidades de parceria.• Pode não ser tão interessante para o parceiro por ele não ter sido “imerso” no contexto da apresentação.• É mais rápida e cansa menos	<ul style="list-style-type: none">• Foco na organização• Mostra a visão geral da organização, seus projetos e resultados.• Mais histórias e exemplos.• Potencial parceiro pode ver mais de uma oportunidade de parceria.• Pode confundir e cansar o potencial parceiro.• É mais demorada mais faz o espectador “imerso” na organização.

Roteiro de uma Apresentação

- Troca de Cartões e Quebra Gelo buscando sempre pontos em comum que gerem aproximação / identidade com o potencial parceiro.
- Apresentar motivos da conversa / reunião.
- Iniciar com breve histórico e funcionamento da organização.
- Apresentar projetos, ações e resultados.
- Apresentar prêmios, reconhecimentos, matérias e parceiros.
- Apresentar quais são as novidades, idéias e planos futuros.
- Apresentar proposta / idéias que foram pensadas PARA o parceiro, com os benefícios e impactos que se espera gerar.
- Perguntar, conhecer e conversar sobre o que o potencial parceiro pensou / viu de possibilidades de parceria → Anotar tudo!

- Definir encaminhamentos / próximos passos com prazos.
- Enviar material e o que ficou devendo com pré proposta.
- Seguir o Fluxograma.

Marcos: depois que eu descobri que o objetivo da cooperativa é gerar renda para pessoas de baixa renda prestando um serviço ambiental de retirada de material reciclável das ruas, diminuindo o custo das prefeituras com coleta e o acúmulo de lixo nos aterros, ficou bem mais fácil conseguir parceiros.

Regina: Muito bom Marcos, muita gente nem sabe o benefício que a cidade tem em ter catadores de papel. E como tem sido as apresentações?

Marcos: Nós fizemos uma proposta escrita com a história do grupo e qual o objetivo da parceria. Preferimos fazer apresentações “mini-saia” porque os empresários tem pouco tempo para nos atender.

Regina: E fizeram cartão de visita?

Marcos: Claro! Senão como os possíveis parceiros vão conseguir entrar em contato?

ABORDAGEM – O QUE NÃO FAZER

- Propostas / projetos mal elaborados → “Ir na louca”
- Propor algo sem foco
- Propor algo que não conseguirá fazer
- Falar do que não sabe / Ir despreparado
- Falar da vida alheia / falar mal de outras pessoas
- Falar de questões pessoais ou polêmicas
- Discutir com o potencial parceiro
- Querer ficar “ensinando” ou dando lição de moral no potencial parceiro
- Tomar muito o tempo das pessoas
- Jogar TUDO para o parceiro fazer
- Atrasar na reunião, envio de materiais, resposta a contatos, etc
- Esperar que o parceiro diga o que VOCÊ vai fazer

Carla: eu andei ouvindo algumas conversas sobre parcerias e captação e apliquei tudo na loja.

Marcos: Ah, é? E conseguiu parceiros?

Carla: Para variar essas dicas de vocês sempre são furadas. Fui em uma reunião com um atacadista para negociar o preço, eu cheguei um pouquinho atrasada, mas ele também não precisava ficar bravo. Aí ele me perguntou o que eu tinha de proposta e eu respondi que tinha a proposta de ele abaixar o preço porque o preço estava muito alto.

Regina: E você acha que a sua proposta foi atraente?

Carla: Para mim ela é muito atraente. E aí eu fiquei lá umas duas horas falando dos meus produtos e tal. Ele ficava olhando o relógio o tempo inteiro. Que desaforo!

Regina: Mas você perguntou se ele tinha tempo para te atender?

Carla: Até parece que eu ia perguntar isso. Eu estou lá, ele tem que me engolir.

Marcos: É Carla, pelo jeito você fez tudo direitinho! Hehe!

Carla: Tá rindo do que? Fiz tudo direitinho mesmo!

Que tipo de apresentação você fará para os seus possíveis parceiros? Porque?

ESTRUTURAS E DICAS PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS E REALIZAÇÃO DE APRESENTAÇÕES

Exemplos de projetos / propostas

- Geralmente tem começo, meio e fim!
- Apoiar X Organizações Aliadas em Y cidades durante W Meses
- Apoiar YY Microempreendimentos em ZZ Comunidades durante X Tempo.
- Lançar / Fortalecer um Acesso / Negócio Social
- Fazer uma consultoria / treinamento
- Organizar um evento / concurso / premiação
- Desenvolver e lançar um produto ou linha / coleção

Que dados preciso para compor uma proposta / projeto?

- Objetivos, Metas e Resultados Esperados
- Atividades, Indicadores, Cronograma e Orçamento
- Para o Orçamento, planeje e preveja com calma, e não esqueça nada!
- Itens de um orçamento:
 - Equipe de Operação e Equipe de Gestão / Suporte
 - Custos de Escritório (telefone, internet, papel, tinta, aluguel, correios, cartórios, etc)
 - Custos de Comunicação
 - Infra Estrutura
 - Microcrédito
 - Viagens e Hospedagens
 - Serviços de terceiros (agência de comunicação, oficinas para cursos técnicos, contador, assessoria jurídica, agência web, etc)
 - Custos de transporte e alimentação
 - Custo Administrativo
 - Avaliação (interna e/ou externa) de impacto / auditoria (interna e/ou externa)

Projeto, Materiais e Apresentação

- Pré projetos são bons para alinhar COM o potencial parceiro
- Sempre é bom e indicado levar o potencial parceiro para uma visita in loco bem organizada à projetos / ações em andamento.
- Propostas e projetos objetivos, com foco e bem estruturados – Máximo de 15 páginas (Relativo)
- Mostre que fez o dever de casa e sabe do que está falando

