

CAPÍTULO 5

OBTER RECURSOS

- 79 À procura de financiamento
- 82 Um bom método para angariar fundos
- 83 Administrar as finanças do grupo
- 85 Angariar quantias elevadas

Ingrid Emsden/AHRTAG



“Nós somos o nosso melhor recurso!”

Grupos de auto-ajuda e assistência no mundo inteiro contam, principalmente, com as suas próprias capacidades, técnicas, entusiasmo e trabalho intenso dos membros. No entanto, também se podem obter outros recursos (ou seja, aquilo de precisamos para atingir o nosso objectivo). Os recursos podem ser:

- *humanos (tempo e contribuição das pessoas, de acordo com as suas capacidades e conhecimentos);*
- *materiais (escritórios, equipamento e alimentação);*
- *financeiros.*

Muitas coisas podem ser realizadas sem recursos. Muitas outras, no entanto, precisarão de apoio e investimento externo, mesmo se se tratar de uma pequena quantia de dinheiro para cobrir as pequenas despesas das reuniões habituais.

LISTA DE OBJECTIVOS

ORGANIZAR UMA ACTIVIDADE PARA ANGARIAR FUNDOS

- * Defina uma data.
- * Escolha um local seguro e acessível, com sanitários, instalações médicas e infantário.
- * Consulte e peça autorização às autoridades locais, se necessário.
- * Pense em envolver outras organizações, como escolas, grupos de jovens e clubes desportivos.
- * Faça publicidade do evento e da sua organização.
- * Peça o patrocínio de empresa locais - pagamento dos custos em troca de publicidade para a empresa.
- * Contacte a imprensa e rádio locais.
- * Convide uma celebridade local ou nacional para inaugurar o acontecimento ou nele participar.
- * Organize todo o equipamento necessário.
- * No fim, limpe e arrume o local e agradeça a todos os que participaram.
- * Divulgue o montante total angariado aos membros e à comunidade.



DICAS E SUGESTÕES

Utilize os seus contactos pessoais e as suas relações. Alguém na sua família conhece empresários ou comerciantes?

Tente descobrir quais os comerciantes interessados em apoiar os objectivos do seu grupo.

Seja claro em relação ao que está a pedir e utilize uma linguagem comercial.

Tente saber o que eles vão querer em troca. Será que você pode cumprir as expectativas dos comerciantes?

Pergunte que outro tipo de apoio a empresa pode oferecer, para além de dinheiro.

Conheça as motivações dos seus patrocinadores e tente persuadi-los das vantagens de trabalhar consigo. Não se esqueça que os comerciantes vivem principalmente para fazer dinheiro..

À procura de financiamento

Acções de angariação de fundos

Uma boa maneira de os pequenos grupos começarem a angariar fundos é organizar acontecimentos locais e actividades como:

- festas ou festivais na comunidade;
- jogos (bingo ou lotos), acontecimentos desportivos ou “caminhadas” patrocinadas;
- venda de produtos confeccionados ou oferecidos, leilões;
- bailes, discotecas, noites de karaoke ou concertos.

Comerciantes e empresários

Os comerciantes locais podem apoiar o seu grupo com:

- dinheiro, através de subsídios, contribuições dos seus empregados ou da doação de uma percentagem dos seus lucros;
- uma ajuda “em espécie”, por exemplo, acesso a equipamentos ou oferecendo as despesas de correio;
- apoio técnico e experiência como, por exemplo, ceder temporariamente o contabilista para ajudar a planear os orçamentos, ou os engenheiros e equipamento de som para o concerto do Dia Mundial da SIDA. Os comerciantes e empresários da vossa região podem conhecer muitas pessoas interessadas no vosso trabalho. Os empregados podem querer aderir ou apoiar o seu grupo.

Além disso, podem também desempenhar um papel importante ao usar a sua força económica e reputação social na região para apoiar a vossa causa, ou ao tornar as suas empresas e locais de trabalho em exemplos de boa prática (veja capítulo 7, página 112).

Um aviso – existem muitas razões para um empresário querer apoiar o seu grupo. Pode estar preocupado com o impacto do VIH na produtividade da sua empresa, com o ambiente no escritório e com os custos de saúde. Pode também pensar que é positivo criar boas relações com a comunidade local. Ou pode querer estar associado ao seu grupo para promover os seus próprios interesses comerciais. Antes de contactar os comerciantes e empresários, perguntem a vocês mesmos quais serão as vantagens e os inconvenientes de trabalhar com eles. Serão vistos como “traidores”? Assegure-se que os membros do grupo e as pessoas com quem você trabalha não têm a sensação de que existe um conflito entre os interesses comerciais da empresa que os apoia e as vossas intenções e objectivos.



Ao desenvolver uma colaboração com os comerciantes locais, a OCAFI conseguiu trabalho nos casinos locais.

As empresas preferem geralmente apoiar as actividades relacionadas com os seus negócios, com impacto nos seus clientes ou nas quais um dos seus membros possa estar envolvido. É, por isso, preferível contactar os comerciantes e as empresas que, previsivelmente, se interessem mais pelo seu grupo.

O seu pedido terá mais chances de ter sucesso se for claro e bem apresentado. Informe-se sobre a empresa e veja se as suas expectativas são apropriadas. Tente dar à empresa toda a informação que precisarem. Uma boa maneira de conseguir isto pode ser contactar primeiro alguém na empresa, para saber que tipo de informação eles gostariam de ter. Em seguida, pode escrever uma breve carta dirigida à pessoa certa, realçando as vantagens para a empresa de se envolver com o seu grupo ou projecto.

A OCAFI fornece serviços de assistência e prevenção, incluindo um grupo de apoio para as pessoas que vivem com VIH/SIDA na cidade de Olangapo, nas Filipinas. Eles conseguiram uma boa colaboração com os comerciantes locais trabalhando, por exemplo, conjuntamente com o casino local para o Dia Mundial da SIDA.

"Nós aprendemos a tratar os comerciantes como colaboradores e não como inimigos. Chegámos à conclusão que podíamos alcançar a nossa comunidade de muitas formas diferentes. Percebemos que tínhamos que nos vender, não de forma artificial, mas mostrando a nossa força e o nosso vínculo com a comunidade. Chamámos a atenção dos comerciantes locais e dissemos-lhes por que é que eles se deviam preocupar com a SIDA e que benefícios poderiam retirar desse facto. Depois disso, ficaram com vontade de nos ajudar.

A colaboração dessas empresas trouxe-nos benefícios vários, como um maior respeito entre os comerciantes locais, apoio em dinheiro e em espécie (ofereceram-nos por exemplo, os materiais para um trabalho de promoção do nosso trabalho) e a possibilidade de se trabalhar no casino. Tudo isto leva tempo. Em 1995, conseguimos um pequeno fundo para o Dia Mundial da SIDA, mas em 1996, as empresas já se ofereciam para financiar totalmente o acontecimento. Actualmente, outros comerciantes impressionados com a nossa reputação querem colaborar e dar-nos apoio."

Jude Asunción, Olangapo City AIDS Foundation (OCAFI), Filipinas

“Patrocinar” significa que um comerciante paga para que determinado grupo faça publicidade aos seus produtos. Algumas formas de patrocínio incluem:

- publicidade à empresa no vosso boletim, no vosso relatório anual ou nos vossos folhetos e brochuras;
- afixar o nome do patrocinador, por exemplo, durante as vossas actividades ou no vosso equipamento.

“Uma das maiores agências de publicidade de Chennai criou, gratuitamente, para nós um conjunto de quatro anúncios. O espaço para estes anúncios é oferecido pelo maior jornal nacional. A publicidade informa o público de que nós somos todos seropositivos, que temos uma visão positiva da vida e inclui todos os nossos contactos.”

INP+, Índia

Se procura um patrocínio, terá de informar o patrocinador por quantas pessoas, aproximadamente, o nome da empresa vai ser visto, ou quantas zonas poderá cobrir com o produto patrocinado.

Quotas

Pode pedir às pessoas para serem amigos ou sócios da sua organização oferecendo-lhes, por exemplo, o vosso boletim, entradas reservadas em espectáculos ou outros benefícios, em troca de uma taxa de inscrição ou quota (que pode ser única, mensal ou anual, por exemplo). O sistema de quotas pode ser uma maneira fácil de angariar pequenas quantias de dinheiro, mas não se esqueça que não poderá faltar com aquilo a que cada sócio tem direito, que terá de recolher o dinheiro, enviar cartas para lembrar quem está em atraso com os pagamentos e manter uma lista actualizada dos sócios. Todo este processo pode ser difícil de concretizar pelos grupos pequenos.

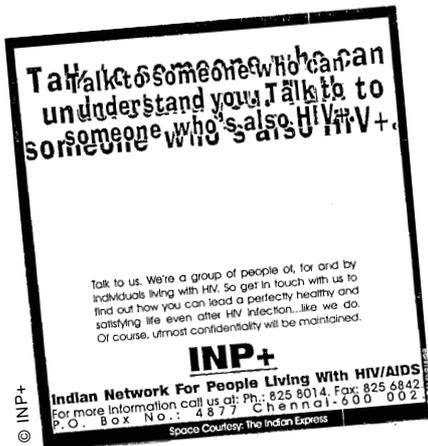
Uma das grandes vantagens deste sistema é que mantém as pessoas envolvidas com o grupo durante muito tempo. Os sócios e amigos do grupo podem também contribuir de várias outras formas, de que os contactos com os empresários locais são apenas um exemplo.

É necessário, por vezes, criar taxas de inscrição (e quotas) diferentes para, por exemplo, pessoas com VIH, familiares e amigos e outros.

Auto-financiamento

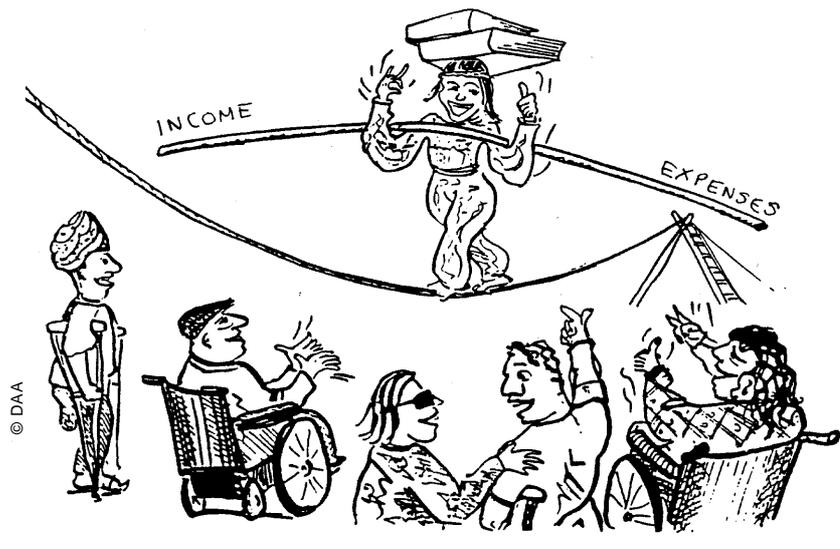
Auto-financiamento significa conseguir dinheiro através das actividades do grupo. As pessoas com VIH adquirem conhecimentos e experiência que podem ser úteis para outras pessoas. Durante algum tempo, muitos grupos transmitiram os seus conhecimentos e experiência gratuitamente mas, actualmente, algumas organizações estão a cobrar pelos seguintes serviços:

- aconselhamento a organizações financiadas e aos meios de comunicação social;
- participação em programas de investigação, depois de terem sido aprovados pelas comissões de ética e se os membros do grupo não sentirem que estão a ser utilizados como cobaias (especialmente na área da investigação médica);
- cursos de formação sobre o VIH;
- dando apoio técnico a outros grupos em áreas como a do desenvolvimento de projectos e organizações.



"Dantes, dávamos bastantes cursos de formação para outras organizações ligadas à SIDA. Mas ficávamos, muitas vezes, com a sensação desagradável de que a nossa participação nas actividades das outras organizações era apenas simbólica. Hoje, temos a certeza que, se o nosso nome é mencionado numa proposta, nos envolveremos desde o planeamento até à fase de avaliação. Faremos workshops para outras organizações, mas não iremos só para fazer "qualquer coisa, em qualquer sítio" como fazíamos no princípio. Actualmente, damos prioridade aos workshops que sabemos que podemos fazer com qualidade. Hoje, depois de termos sido formados e treinados no desenvolvimento das nossas capacidades, o governo percebeu que podíamos realizar projectos mais complexos, pelo que passou a financiar-nos".

Pinoy Plus, Filipinas



Um bom método para angariar fundos

Sempre que pretender angariar fundos, mesmo que em pequena escala, lembre-se dos seguintes princípios gerais:

- Recolha informação útil e apresente-a num formato fácil de utilizar e apreender. Por exemplo, uma folha com os pontos mais importantes e gráficos simples ou folhetos, são uma boa forma de comunicar a vossa informação.
- Dê provas da importância do grupo para os seus membros ou dos benefícios das actividades do grupo. Este método é útil quer quando se faz publicidade ao grupo nos meios de comunicação, quer quando se pretende dar a conhecer o grupo a potenciais doadores ou a organizações associadas.
- Mostre todo o tipo de ganho financeiro ou toda a poupança de recursos que os seus projectos podem trazer.
- Tenha orgulho naquilo que tem realizado e diga-o às pessoas. Divulgue as suas actividades e os seus sucessos. (Veja página.103 para mais informações sobre como negociar com a imprensa.)

DICAS E SUGESTÕES

Crie uma secção responsável pela parte financeira (contabilidade) do grupo, composta por três pessoas, no mínimo, de forma a partilhar-se a responsabilidade pela gestão do dinheiro;

Defina e escreva claramente as regras principais sobre a forma como o dinheiro pode ser utilizado e por quem;

Organize regularmente reuniões e mantenha-se informado sobre o saldo actual. Controle a contabilidade, no mínimo, uma vez por mês;

Certifique-se se o grupo financeiro (contabilidade) tem todos os dados e números necessários para gerir correctamente o dinheiro;

Anote num livro todas as entradas e saídas de dinheiro (ver exemplo); pode também anotar o dinheiro "líquido" e os cheques bancários;

Guarde os livros de registo num lugar seguro;

Dê um recibo (guarde uma cópia) a todas as pessoas que derem dinheiro ao grupo;

Para somas importantes, abra uma conta bancária em nome do grupo; assim, todos os depósitos e levantamentos são registados pelo banco..

Administrar as finanças do grupo

Administrar as finanças é importante, não importa quão pequeno é o orçamento do grupo. Podem surgir, de facto, problemas sérios se você não se mantiver a par de todas as receitas e despesas, e se não definir claramente quem é o responsável pela gestão do dinheiro.

Exemplo dum registo das contas de um grupo:

	Data	Descrição da transacção	receita	despesa	saldo
		<i>Soma transportada do balanço anterior</i>			27.32
1.	14 Abril	<i>Conferência no hospital</i>	14.00		41.32
2.	14 Abril	<i>Preço do transporte da Luísa</i>		.30	41.02
3.					
4.					
5.					
		<i>Soma a transportar</i>			

Administrar quantias pequenas

É importante conhecer algumas regras para as pequenas quantias de dinheiro que não são depositadas na conta bancária (fundo de caixa). Estas regras devem ser anotadas e todos os membros devem compreendê-las e conhecê-las. Por exemplo:

- Defina claramente quem é responsável por esse dinheiro (fundo de caixa) – idealmente deveriam ser os responsáveis pela contabilidade do grupo.
- Escolha um lugar prático para guardar as pequenas somas de dinheiro - não precisa de ser numa caixa fechada à chave, mas deve ser num local seguro.
- Peça sempre um recibo de todas as despesas que o grupo faz.
- Guarde os recibos numa pasta segura - um dossier seria o ideal.
- Forneça sempre recibos às pessoas que dão dinheiro ao grupo.

Angariar quantias elevadas

Investigar

Converse com pessoas e outros grupos com experiência em angariar fundos. A biblioteca ou as autoridades locais podem ajudá-lo com números de telefone e endereços. Alguns patrocinadores internacionais e nacionais podem ter sucursais na sua área (veja também a lista na página 123).

Informe-se o melhor que puder sobre cada uma das agências financiadoras que pretende contactar. Por que coisas se interessam mais? Qual a soma e o tipo de apoio que habitualmente oferecem? Que género de organizações apoiam habitualmente?

O alvo

Escolha a agência de financiamento que mais se adegue ao seu projecto. Realce todos os pontos comuns entre os interesses dos financiadores e o seu projecto.

Não envie cópias do pedido de financiamento às agências sobre as quais ainda não sabe nada, àquelas para as quais o seu projecto não é apropriado, ou àquelas que não financiam organizações do tipo da sua.

É provável que as agências financiadoras queiram saber:

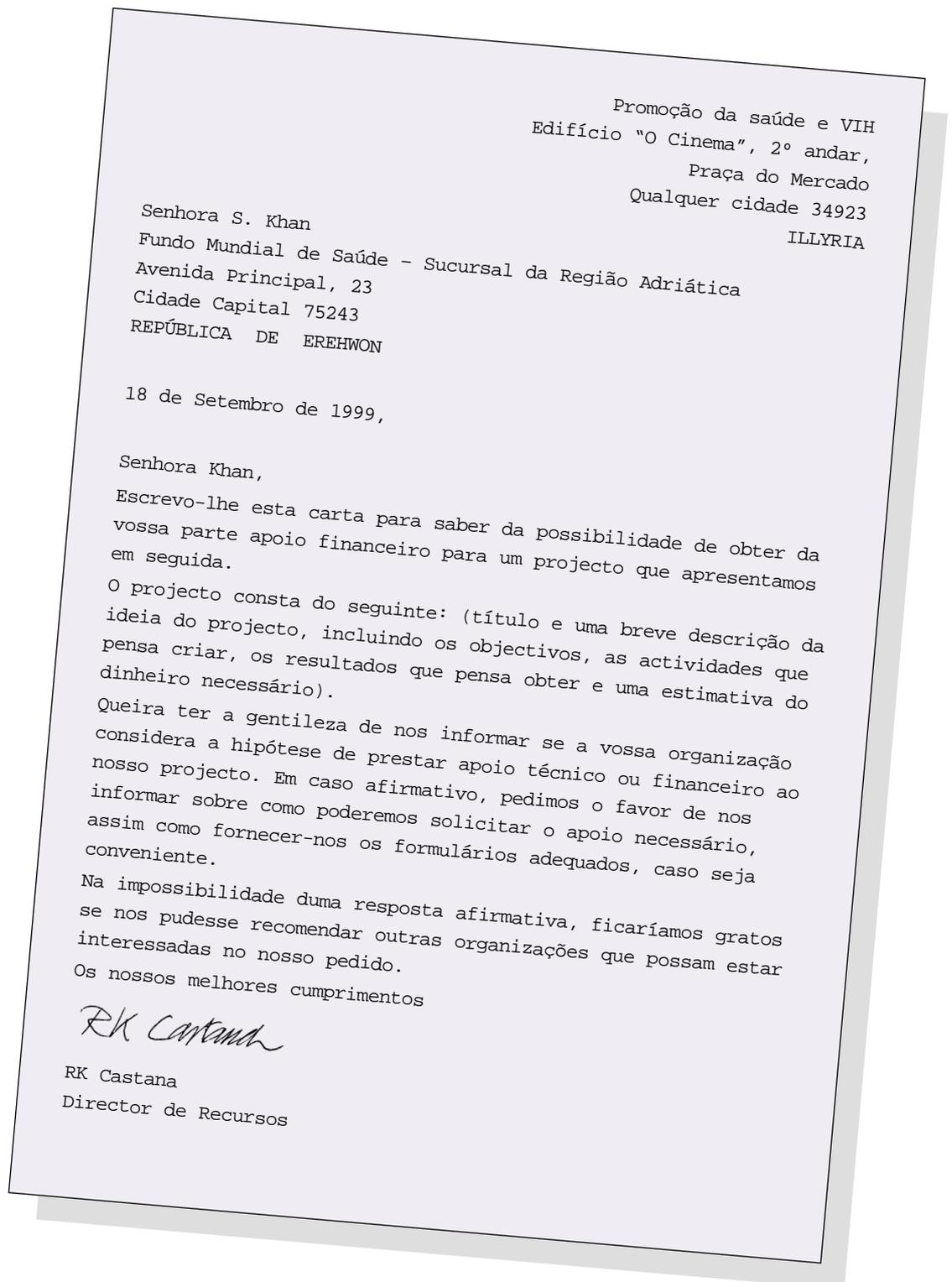
- Quem é você, em que região trabalha e com quem trabalha?
- Qual o problema que quer resolver? É uma necessidade ou uma vontade?
- Quais as acções que propõe? Por que optou por essas?
- Que resultados espera alcançar e para quem?
- Qual será o custo total?
- Como avaliará o seu trabalho?



Carta de pedido de informação

É boa ideia enviar primeiro uma carta a pedir informações, antes de acabar de elaborar o pedido de financiamento. Se possível, envie a carta dirigida a uma pessoa, perguntando se a organização estará interessada em conhecer a proposta de financiamento para o seu projecto e, em caso afirmativo, se existe algum procedimento especial a cumprir.

Exemplo de uma carta de pedido de informações:



DICAS E SUGESTÕES

Pedidos de financiamento

Respeite as condições e dirija o pedido tendo em conta os interesses específicos do patrocinador.

Seja breve. Um pedido de financiamento padrão não deve ter mais que 10 páginas, com dois espaços entre as linhas, mais uma folha para o título e o sumário.

Seja simples. Evite palavras complicadas, gíria e jargão. Explique todos os termos específicos, as abreviaturas e os acrónimos (palavras feitas com as letras iniciais, como SIDA).

Concentre o pedido numa mensagem única. Explique a importância daquilo que se propõe fazer.

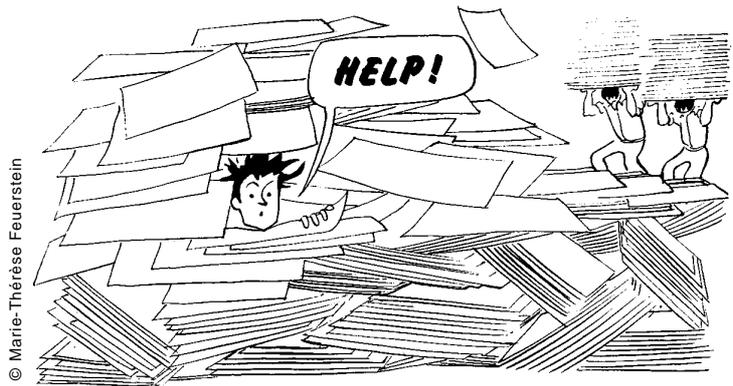
Fale de actividades específicas e de resultados concretos. Evite fazer um texto vago e generalista, a não ser para descrever os seus objectivos a longo prazo e a filosofia do grupo.

Saliente o impacto do projecto. Explique como e quem beneficiará dos resultados.

Faça um pedido atraente - deve ser claro e fácil de ler. Utilize dois espaços entre as linhas.

Esteja preparado para que o financiador sugira mudanças ao que você propôs.

Guarde cópias do pedido de financiamento e de toda a correspondência..



© Marie-Thérèse Feuerstein

Tente conhecer o seu financiador. Marque, se possível, uma reunião com a pessoa que ficar encarregue do seu pedido. Se eles não dispuserem de tempo para a reunião, veja se poderão falar consigo 10 minutos, pelo telefone, a fim de lhes explicar as suas ideias. Tudo isto antes de lhes enviar o pedido.

O seu pedido tem mais hipóteses de ser bem sucedido se começar por pedir pequenas quantias; pode, depois, aumentar gradualmente as somas, à medida que a sua organização acumular projectos com sucesso e experiência em gestão financeira. Seja realista e transparente (aberto e honesto) sobre as suas necessidades. Se exagerar na sua estimativa do montante, será pouco provável que o financiem.

Caso nunca tenha feito antes este tipo de operação, pense em pedir apoio financeiro a uma organização já estabelecida. Guarde cuidadosamente os registos da utilização de todo o seu dinheiro.

Refira o modo como o projecto será financiado no futuro. Os financiadores preferem apoiar projectos com potencial para se tornarem auto-suficientes no futuro pois, assim, poderão ir reduzindo as contribuições.

Leia atentamente as condições dos financiadores. Tenha a certeza que envia o seu pedido dentro da data limite e que o pedido está elaborado de acordo com o modelo por eles proposto.

Etapas da angariação de fundos

1. Qualquer director duma agência de financiamento olha para o seu pedido ou carta de pedido de informação ao mesmo tempo que olha para muitas outras. Depois decide se o seu projecto corresponde às linhas directrizes da entidade financiadora.
2. Se o seu projecto corresponder aos requisitos do financiador, ele vai pedir-lhe que lhe envie o pedido de financiamento completo. Pode também acontecer que lhe peçam para seguir um procedimento determinado.
3. Envie o pedido completo.
4. O director da agência lê o pedido, juntamente com muitos outros, podendo contactá-lo para lhe pedir mais informações ou explicações sobre alguns pontos do pedido.
5. Em seguida, o director redige um relatório, avaliando cada pedido de financiamento.
6. Serão então distribuídas cópias de todos os pedidos aos membros do conselho de administração, juntamente com o relatório do director.
7. Na próxima reunião do conselho de administração, os membros tomarão a decisão sobre se vão ou não financiar os projectos.
8. Você será informado da decisão

Este processo poderá demorar um ano ou mesmo mais.

Elementos da proposta de financiamento

1 Sumário (não mais que uma página)

O sumário deve ser curto, mas deve realçar todos os pontos importantes da sua proposta, incluindo:

- uma descrição resumida da sua organização;
- algumas frases sobre o problema que se pretende resolver ou melhorar com o projecto proposto;
- uma descrição do projecto (incluindo a região onde vai ser realizado, os objectivos a curto e a longo prazo);
- as expectativas e os resultados que se espera obter com o projecto, mencionando quem serão os beneficiados;
- a duração do projecto;
- como será monitorizado e avaliado;
- o montante total do financiamento necessário (incluindo financiamentos de outras fontes e o montante total pedido àquela agência especificamente);

2 Informação sobre a sua organização (no máximo, uma página)

Esta secção deve incluir: o nome da organização, quem foi o fundador e qual a sua finalidade; a sua filosofia global; os seus membros e quem beneficia das suas actividades; um organigrama do grupo (numero de assalariados e de voluntários; direcção; o tipo de estatuto legal - de organização de solidariedade social ou ONG, se for o caso - etc.); actividades recentes e resultados positivos; prémios ou menções honrosas que tenham recebido; referências alusivas ao grupo feitas por governantes, membros da comunidade ou especialistas, e algumas avaliações do passado que demonstrem resultados positivos.

3 Relevância do projecto (mais ou menos uma página)

Defina, resumidamente, o problema que o seu projecto pretende combater. Explique a importância do seu projecto; apoie a sua explicação com informação variada como, por exemplo, citações das autoridades e das pessoas que dele irão beneficiar. Não pense que a pessoa que vai ler o pedido tem grande conhecimento sobre o VIH. Tente provar que o seu projecto é significativo, porque, por exemplo, o seu trabalho é feito na região do país com maior prevalência de VIH. Destaque o que é realmente específico e único no seu projecto.

4 Descrição do projecto e plano de acção (no máximo, 3 páginas)

Faça uma lista dos objectivos globais do projecto e das expectativas a curto prazo (por exemplo, os objectivos que esperam atingir no primeiro ano do projecto). Em geral, um projecto não deveria tentar atingir mais de cinco objectivos num ano

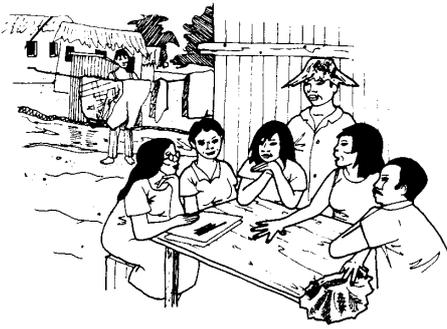
Descreva as etapas que terá de percorrer para alcançar os seus objectivos e explique a importância de cada uma dessas etapas. Descreva, nesta secção, o que vão concretizar com o vosso projecto, porquê, de que forma, e onde e quando tudo acontecerá. Mostre o significado e importância do seu projecto para o futuro (uma das grandes vantagens do seu projecto, por exemplo, poderá ser permitir que as pessoas possam vir a economizar dinheiro ou aumentar a qualidade das suas vidas).

Explique os seus planos para o futuro, baseados num plano de trabalho ou num cronograma de actividades, mostrando em que meses as diferentes etapas do projecto serão postas em prática, assim como os períodos de maiores gastos financeiros.

Esclareça quem será o responsável pelo projecto, que outras pessoas estarão envolvidas e qual será a tarefa de cada uma. Utilize os títulos dos cargos de cada pessoa, em vez do nome de cada um. Explique também se os colaboradores do projecto serão remunerados ou se farão trabalho voluntário.

Caso seja formada uma comissão de consultoria para o projecto, descreva as suas funções.





5 Resultados previstos (até duas páginas)

Descreva a sua previsão dos resultados do projecto, bem como quem beneficiará com ele (dando alguns detalhes como a idade, o sexo e o estatuto VIH). Saliente o facto de que pessoas com VIH/SIDA serão directamente envolvidas no planeamento e na execução do projecto. Mostre como isto é importante e de que forma será concretizado.

Descreva como planeia monitorizar e avaliar os resultados e como essa informação poderá ser utilizada em futuros projectos. Não se esqueça de referir:

- que pensa monitorizar regularmente os resultados, a fim de poder identificar e corrigir os problemas, à medida que o projecto avança;
- quem é o responsável pela execução e supervisão do processo de avaliação;
- quantas vezes o projecto será avaliado, bem como quando e a quem os resultados serão comunicados;
- exactamente o que irá avaliar para poder calcular o sucesso do projecto (estes indicadores devem estar relacionados com os objectivos do projecto com, no mínimo, um indicador para cada objectivo);
- os dados ou factos que irá reunir para poder fazer a avaliação, de que forma os vai recolher e como serão analisados;
- a forma como irá partilhar as conclusões retiradas da avaliação dos resultados, quer à comunidade, quer a outras instituições, como a financiadora;
- como poderá utilizar a avaliação para melhorar o projecto.

6 Orçamento (uma página + anotações)

Um orçamento correcto tem de se basear em montantes exactos e que você conheça bem, pois os financiadores irão querer saber que contas fez para os obter. Verifique se cada item do orçamento se refere às actividades que planeou.

É frequente acrescentar-se algumas notas ao orçamento, onde se explicam as despesas que pareçam mais elevadas. Por exemplo, pode explicar que as despesas estimadas para os transportes são baseadas nos preços mais baixos do mercado ou que, nos custos das traduções, está incluída a tradução para linguagem gestual.

Inclua no orçamento uma lista com uma explicação de todas as contribuições em espécie que contribuem para o projecto, como as horas de trabalho voluntário, os veículos emprestados, o aluguer de escritórios ou qualquer doação de serviços, produtos alimentares ou equipamento.

Refira os outros financiadores do seu grupo e aqueles com quem

está a tentar entrar em contacto para futuros financiamentos. Não se esqueça de dizer que irá angariar mais dinheiro para este projecto, não incluído neste pedido.

Descreva o modo como pensa custear as despesas do projecto, depois de o pôr de pé. Alguns dos custos mencionados no orçamento podem ser de utilização única como, por exemplo, a compra de equipamento. Não se esqueça, por isso, de incluir no orçamento as despesas de manutenção e reparação desse equipamento. Tem algum plano para que o projecto possa, depois, tornar-se lucrativo, sem a ajuda de financiamentos externos?

Explique resumidamente o sistema de gestão financeira utilizado no projecto, nomeadamente onde irão ser depositados os fundos. De que forma serão controlados os gastos e por quem? Por quem e quantas vezes será feito o relatório financeiro? Se houver uma auditoria às contas do projecto, quem será responsável por ela? (veja o exemplo de um orçamento na página seguinte).

7 Outro tipo de informação

No pedido de financiamento pode incluir outras informações como, por exemplo, o último relatório anual da sua organização; os compromissos que a sua organização fez, na luta pelos direitos humanos; uma cópia de uma reportagem feita pelos media sobre as suas actividades; uma lista com os nomes dos grupos, se a sua associação for uma coligação de vários grupos; o curriculum vitae (CV) da pessoa que lidera o projecto, etc..

A seguir

Lembre-se que existe uma grande competição para a obtenção de financiamentos. É aconselhável verificar se o seu pedido chegou ao destinatário sem, no entanto, pressionar o financiador a dar uma resposta imediata. Se um mês depois de ter submetido o seu pedido não tiver sido contactado, escreva uma carta educada pedindo para lhe confirmarem se receberam o seu pedido e perguntando quando será previsível receberem a resposta (pode demorar seis meses ou mesmo um ano).

Guarde fotocópias de todos os requerimentos, com a respectiva data, e tome nota de qualquer comunicação telefónica ou reunião relacionada com o pedido.

Aproveite todas as oportunidades para aumentar o conhecimento e a confiança do financiador.

Se o seu pedido for recusado, não desista. Qualquer pedido pode ser recusado, mesmo os daqueles que têm bastante experiência e sucesso na angariação de fundos. Tente saber as razões específicas por que o seu pedido foi recusado. É possível que possa submeter o seu pedido, de novo, desta feita com informações complementares ou expondo o caso de forma diferente.

Se o seu pedido for aceite, é muito importante agradecer à agência financiadora o apoio, assim como assegurar-se e assegurá-los de que vai cumprir todos os requisitos acordados; pode, por exemplo, enviar-lhes um relatório trimestral do projecto.

Pode acontecer que queira, no futuro, submeter um novo pedido de financiamento à mesma instituição. Se eles tiverem ficado com uma boa impressão do seu trabalho e tiverem confiança em si, estarão mais inclinados para financiá-lo de novo. Convide-os a conhecer o projecto que estão a apoiar ou a participar nas actividades, fazendo de modo a que eles se sintam estimados e “parte da família”. Vá mantendo o contacto com eles durante o projecto. Não se esqueça de referir em reuniões, publicações e relatórios o seu reconhecimento às entidades financiadoras.

Exemplo de um formulário para orçamentos

Este formulário terá de ser adaptado às actividades do seu projecto

Título do projecto

Data de início do projecto Data de conclusão do projecto

Entidade solicitada para o financiamento (nome do doador)

Outras fontes de apoio

Secção 1. Pessoal: vencimentos

Cargo desempenhado, tempo integral ou tempo parcial (número de horas por semana)

1.

2.

Descontos e benefícios sociais

Total dos vencimentos e descontos

Secção 2. Instalações

1. Renda (preço mensal x 12)

2. Outros espaços (especifique a utilidade)

3. Telefone

4. Serviços (electricidade, água, etc.)

5. Manutenção e reparações

Total

Secção 3. Materiais

1. Despesas com correio

2. Outras (especifique)

Total

Secção 4. Equipamento, mobiliário e veículos

1.

Total

Secção 5. Viagens

1. Quilómetros efectuados: km/mês \$/km \$/mês

2. Refeições e alojamento: dias \$/dia total:

3. Outras (especifique)

Total