

Captação de Recursos

▪

Fontes de Captação de Recursos

.

- MKT
- Leis de Incentivo
- Editais Públicos
- Editais Privados
- Crowdfunding

Pesquisa

quais são as empresas que atuam
em áreas ligadas ao seu projeto

o histórico de apoios
e patrocínios

Verifique

Busque

informações sobre o resultado
financeiro anual da empresa

Quando

você for conversar com uma empresa sobre esse assunto, é muito importante conhecer antecipadamente o perfil da empresa, quais são seus produtos ou serviços, quais os objetivos e o público-alvo do negócio. Com base nisso, você poderá montar um projeto que ofereça retornos realmente úteis ao patrocinador e, assim, interessá-lo.

Verifique qual setor você deve se dirigir e se há algum agendamento a ser feito para conversar sobre a possibilidade de uma “parceria”. Saiba que o termo “patrocínio” normalmente não é bem-vindo em uma primeira conversa

Conheça

Construa

um planejamento sério e viável. Ninguém quer investir tempo e recursos em algo incerto. Portanto, para alguém aceitar ser patrocinador, é preciso que tenha certeza da seriedade do projeto e da capacidade que ele tem de alcançar suas metas. Então, dedique tempo e seja bastante profissional na hora de montar sua proposta.

Apresente

É importante detalhar nitidamente os custos envolvidos e mostrar um calendário bem elaborado de aplicação e retorno dos investimentos. Faça um orçamento detalhado para ajudar. Sobre a temática e a organização do projeto em si, quanto mais detalhes você der, mais credibilidade a proposta terá.

Preocupe-se

Não adianta você fazer um ótimo planejamento, sério e viável, se ele não tiver uma apresentação que chame a atenção do possível patrocinador.

Detalhes

A apresentação do seu projeto deve ser clara, pontual, de modo que a pessoa possa ler rapidamente.

Objetividade

Para o patrocinador, o que mais interessa é saber o que ele ganhará em troca se patrocinar seu projeto. Afinal, essa parceria só funciona se os dois lados tiverem benefícios. Então, explicita tudo o que você pode oferecer ao patrocinador, como: mais visibilidade, mídia, promoção da marca, aumento de vendas, ganho de clientes e divulgação de produtos.

Negócio

Lembre-se que pedir patrocínio não é pedir favor! Deve ser um negócio com vantagens para os dois lados e, portanto, precisa ser planejado de forma realista, objetiva e muito profissional.

Registre

**Com a assessoria de um advogado,
formalize o negócio por
meio da assinatura de um
compromisso / contrato**

<https://youtu.be/rMGEZylr1U8>

Atuação das empresas

63% a prioridade é a criança, **28%** é o jovem;
81% investem para atender a motivos humanitários;
57% realizam ações sociais frequentemente;
59% destinam recursos financeiros;
13% não investem por falta de qualidade nos projetos sociais e **31%** não investem por falta de confiança na capacidade de gestão e de transparência das organizações comunitárias que executam as ações.