



CIDADES

CONFERENCE

2024

AÇÃO SOCIAL

SP ▶
-00:06:20

AÇÃO SOCIAL

Quem somos

A Cidade Social somos um dos braços sociais da igreja da cidade, engajados no desenvolvimento de famílias em vulnerabilidade social. Atualmente atendemos cerca de 850 famílias mensalmente operando em nossas 18 unidades além de São José dos Campos. Somos uma instituição que visa operacionalizar a política de atendimento familiar praticando as atividades de assistência social. Para nós, o amor que vem de Deus é o que nos impulsiona a trabalhar em prol da transformação das vidas dos nossos acolhidos. Assim, atuamos por meio de serviços de assistência social a estas famílias carentes.

Nossos Projetos Atuais

A- Família Saudável Integral

O projeto família saudável integral atualmente atende 850 famílias por mês em 10 áreas diferentes: Alimentação (Mercado Solidário), Espiritualidade, Cidadania, Educação, Trabalho, Renda, Cultura, Moradia, Saúde e Jurídico.

B- Fábrica de Vida

A igreja da cidade adquiriu um prédio que era uma antiga fábrica de esquadrias e está revitalizando para atender 400 famílias por mês e também 400 crianças em contra turno escolar com esportes, cultura, cursos de inglês e informática e alimentação.

C- Ministerio Boaz com Refugiados

Trabalhando e abrigando refugiados de guerra e perseguição religiosa como afegãos, Ucrânicos e tantos outros.

D- Resposta Solidaria

Ministério de resposta rápida a calamidades, atuamos em enchentes e outras catástrofes socorrendo e mobilizando ajuda financeira e humanitária.

E- Crianças da Cidade

Atendemos 5000 mil crianças dentro das comunidades (favelas) por ano com ações pontuais.

F- Amor que aquece

Socorro em situações extremas de frio, com abrigo a moradores em situação de rua e alimentação e oportunidade de internação para aqueles que querem uma segunda chance.

SOL é uma organização social fundada nos princípios da fé cristã, movida pelo amor ao próximo e pela solidariedade, comprometida com a inclusão e a justiça social, contribui para a emancipação social e promoção do bem comum e da dignidade humana, atuando com a missão de promover o desenvolvimento integral do ser humano através de ações que visem seu bem estar e sua inclusão na sociedade, abrangendo seu atendimento a minorias e excluídos da sociedade que apresentam diversas vulnerabilidades sociais.

O nosso paradigma de ser igreja não é o que os outros dizem, mas o que o Senhor diz.

Por que fazemos o que fazemos? Fazemos em resposta a um chamado integral e global de Cristo.

Assim, entenda que a Igreja é uma força em movimento e este movimento se dá em 3 dimensões de atuação:

- **Dimensão APOSTÓLICA:**

A igreja precisa ser apostólica para abrir caminhos e enviar novos discípulos, ensinando, pregando, batizando e abrindo novas igrejas até os confins da terra.

Nesta esfera acontece o movimento e a expansão missionária, evangelismo, plantação de novas igrejas, etc.

É ser uma igreja pioneira, que busca sempre pelo novo do Senhor. Nós não podemos ser uma igreja conhecida somente pelas suas “atas”, mas sim por seus “atos”. Não podemos ser uma Igreja voltada para trás, mas, sim endereçada ao futuro.

Somos hoje a continuação do livro de Atos. A Igreja em ação hoje.

“Ekklesia” é uma palavra grega que significa “chamados para fora”, e não chamados para dentro. Temos plena convicção que Jesus instituiu sua

Igreja para alcançar a todas as pessoas e temos contribuído para isto.

• **Dimensão PROFÉTICA:**

A igreja precisa ser voz profética, para proclamar o Reino, trazer a consciência do juízo sobre o pecado, levando o povo ao arrependimento e mudança de vida.

É por isso que como Igreja precisamos ter opinião formada, inclusive sobre assuntos polêmicos. É nosso papel denunciar o erro e protestar contra o pecado.

E nesta esfera acontece o mover e a ativação do sobrenatural como estilo de vida.

Em nossas igrejas devemos promover vigílias, gerar ambientes onde haja as manifestações de sinais e maravilhas, e também buscar os movimentos de intercessão profética para a conquista dos 7 Montes.

Conquista dos 7 Montes:

1. Artes; Entretenimento: Eventos ponte, tais como Auto de Páscoa, explorar a pintura profética, teatro, etc.

2. Mídia; Comunicação: Internet, Rádio, TV.

3. Governo; Política: Promovendo irmãos que tem chamado para a política, acompanhando e cobrando também como cidadãos os governantes, etc.

4. Economia; Negócios: Empoderando pessoas através de iniciativas que encoraje o empreendedorismo e dê suporte aos empreendedores e empresários, tais como Market Place, Eleve Hub.

5. Educação; Ciência: Por isso temos o Colégio Inspire, por isso promovemos iniciativas de fomento à tecnologia como a Spring Technology Festival, etc.

6. Família; Sociedade: Sendo líder ativo no seu trabalho, no seu condomínio, na sua escola, promovendo ministérios para ajudar no crescimento de homens, mulheres e casais, etc.

7. Igreja; Religião: O monte da religião não pode ser dado para seitas, heresias, movimentos exotéricos, mas a Igreja do Senhor Jesus Cristo precisa ser o centro do monte da religião.

Assim, entendemos que a Igreja precisa ser apostólica no sentido de enviar e ser profética no sentido de trazer o céu na terra. Por isso ela faz jejuns, por isso ela faz votos, por isso ela faz atos proféticos e marchas de conquista.

• **Dimensão PASTORAL:**

Não basta ser uma Igreja que só tem culto, mas não potencializa o pastoreio, discipulado e empoderamento do Corpo de Cristo através das células.

Também não queremos ser Igreja “supermercado da fé”, onde o camarada vai “pega a benção e deixa uma oferta”, e depois vai viver a vida dele. Os chamados “consumidores gospel”, que são atraídos pelo que poderão tirar de benefício, pelo que podem ganhar de “vantagem”.

Queremos ter uma Igreja realmente comprometida com a fé cristã, onde dentro da Igreja todos são ministros e fora são missionários.

Na IC, temos o Trilha da Maturidade, com cursos de discipulado, retiros, 30 Semanas, Células, Ministérios, Aconselhamento etc.

A Igreja deve ser pastoral, para cuidar das pessoas, das famílias e da sociedade, gerando saúde e equilíbrio com os dons de serviço, disponibilizados pelo Espírito Santo para saúde do Corpo.

A Igreja não existe para satisfazer as vontades das pessoas, mas para suprir suas necessidades.

Nesta esfera acontece o ambiente de transformação e desenvolvimento das pessoas.

Assim, a Igreja saudável é:

- **Apostólica: Ela é enviada;**
- **Profética: Ela traz o céu para a terra;**
- **Pastoral: Ela serve e acolhe.**

A igreja não é um lugar para frequentar, ela é uma família para pertencer!

No livro Igreja Família e Células Apostólicas você terá uma melhor compreensão sobre este assunto.

Missão

Desde 1996, nossa missão é inspirar e alavancar o progresso, encorajando o fortalecimento saudável do núcleo familiar por meio de projetos sociais.

Visão

Nossa visão é ampliar nossa rede de atuação, nos tornando referência nacional na assistência social, visando a emancipação familiar, fomentando a dignidade, a espiritualidade, novas habilidades pessoais e profissionais, encorajados pelo amor de Deus.

Valores

- Solidarizar
- Equipar
- Formar
- Desafiar
- Empoderar

1. Introdução à Elaboração de Projetos

Um bom projeto deve conter: cenário, objetivos, metodologia, justificativas, mecanismos de

transferência de resultados e de execução do projeto, impactos, orçamento, apêndices.

1.1 Cenário

Em uma única página, forneça as informações mais gerais sobre o projeto, principalmente no que se refere a caracterização do problema se pretende combater, a importância social de o fazer, qual é a forma e o tempo necessário para atingir o objetivo e qual é o custo previsto para isso. É muito importante causar uma ótima impressão no resumo, pois é ele que vai despertar a atenção do avaliador da instituição doadora e fazê-lo ler seu projeto até o final. Cuide especialmente da coesão e coerência do texto, além de apresentar correção gramatical perfeita.

1.2 Objetivos

O projeto deve apresentar a proposta de atuação mediante o cenário social para solucionar o problema identificado, esclarecendo o que se pretende fazer. É importante que o objetivo do seu projeto seja realista, sustentável, factível e possível de ser executado no prazo nele determinado. Inicialmente, descreva o objetivo geral do projeto e, em seguida, especifique os objetivos secundários.

1.3 Metodologia

A metodologia refere-se aos meios que serão utilizados para alcançar os objetivos do projeto, ou seja, apresente um plano de ação claro e viável. Se houver modelos já desenvolvidos por outra entidade ou indivíduo, é importante citá-los aqui.

Dividir a metodologia em etapas é uma boa estratégia para facilitar a execução e a avaliação do projeto como um todo.

1.4 Justificativa

Na justificativa, são descritas as motivações e as considerações que demonstram a relevância do projeto no contexto histórico e geográfico no qual se insere. Aqui, é preciso descrever de forma resumida como o projeto altera o quadro da situação atual, com dados socioeconômicos do local onde se insere.

1.5 Gestão de Resultados e Acompanhamento

Descrever de forma sintética quais serão os mecanismos de resultados do projeto. Estes resultados devem ser compartilhados com os parceiros e a sociedade como um todo. Quanto aos mecanismos gerenciais de execução, se referem as ferramentas que serão utilizadas para assegurar o bom desempenho das atividades do projeto. Por exemplo, reuniões periódicas, email's, entre outros, podem ser considerados como mecanismos gerenciais de execução.

1.6 Resultados

Descrever objetivamente os principais resultados que o projeto proporcionará ao meio em que a instituição proponente está inserida. Os impactos sociais, mercadológicos, econômicos por meio de indicadores de resultados.

1.7 Orçamento

É importante separar o orçamento em categorias (equipamentos, pessoal, viagens, material, dentre outros), apresentando os dados em uma tabela, onde constem quantidade necessária, valor unitário, valor total, custo em moeda corrente. Todos os gastos do orçamento devem estar fortemente justificados e esclarecidos. Evite categorias que deixam dúvidas, como "despesas e gastos diversos". A maioria dos órgãos fornecem as planilhas eletrônicas personalizadas para preenchimento do orçamento.

1.8 Imagem e Credibilidade

É fundamental que o time de gestão e corpo diretivo tenham uma conduta ilibada e sua idoneidade provados e testados pelo tempo e trabalho realizado ate chegarmos neste ponto.

Selecionar a equipe de funcionários/voluntários com capacidade técnica adequada para atender os propósitos da organização.

A imagem é o resultado de um projeto bem executado, que resolve efetivamente o problema que se propôs ainda na pesquisa.

Agindo sempre com total transparência na gestão financeira, gerando relatórios de resultados de todos os projetos que a instituição se propôs a realizar (Prestação de Contas)

Gerando assim credibilidade.

2- Como iniciar uma Instituição Social em sua Igreja

Organizações Não Governamentais (ONGs) são entidades sem fins lucrativos e de livre associação, que visam a solução de problemas que afetam a sociedade, em complementação e parceria às ações públicas do estado. Suas áreas de atuação são diversas, podendo ser: educação, meio ambiente; saúde; direitos humanos; comunidade; cultura; amparo à criança, ao adolescente e à mulher; voluntariado; apoio para portadores de deficiência; parcerias com o governo, cooperação nacional e internacional; entre outras.

Dentre as atividades desenvolvidas por essas organizações estão: assistência social, educação para cidadania, atendimento médico popular, acompanhamento, informação, campanhas, capacitação e outras.

Uma ONG é

- Uma ENTIDADE JURÍDICA sem fins lucrativos;
- Possui uma finalidade;
- Gerida por Estatuto e Assembleias Gerais e Ordinárias;
- Possui um número mínimo de sócios ou membros;
- Possui obrigatoriamente no mínimo uma Diretoria e um Conselho Fiscal.

O que precisa para abrir uma ONG:

- Precisa de uma ATA DE CONSTITUIÇÃO escrita a partir de uma Assembleia de membros ou sócios;
- Um Estatuto aprovado em Assembleia pelos membros;
- Registro no Cartório de Pessoas Jurídicas da Ata de Constituição, do Estatuto, dos membros da Diretoria e Conselho Fiscal;
- Após registro no Cartório, portando a documentação registrada, dirigir ao órgão da Fazenda para o registro do Cadastro na Receita Federal e receber o CNPJ.

Isto é tudo. Porém, caso a ONG preste serviços ou tenha atividades comerciais sem fins lucrativos, ela precisa ser registrada nos órgãos estaduais para poder emitir Notas Fiscais isentas de impostos, celebrar contratos com outros organismos públicos e privados, etc.

O contabilista atua auxiliando nas responsabilidades fiscais geradas pelas atividades consequentes tais como pagamento de funcionários (departamento pessoal), nota fiscal e impostos recolhidos (fiscal). Os serviços contábeis podem ter custo zero ou preço simbólico de acordo com a atuação e finalidade de uma ONG.

As ONGs são isentas de Imposto de Renda, porém precisam declarar o IRPJ como entidades isentas.

Etapas

- 1 - Defina os objetivos e área de atuação da sua ONG;
- 2- Reúna-se com os prováveis membros para diretoria e trace estratégia para Assembleia Geral. O número de diretores deve ser superior a sete pessoas.
- 3- Estabeleça a finalidade e construa o Estatuto previamente.
- 4- Defina o local da sede que constará no Estatuto (em três vias).
- 6- Reúna os membros na Assembleia Geral com a Ata de Fundação já pronta contendo os nomes dos Diretores e Conselho Fiscal. A Assembleia deve ser iniciada com um Secretário e um Presidente de mesa, nomeados na hora. Eles assinarão a ata da Assembleia e farão a apresentação do Estatuto. O mesmo deve ser discutido e aprovado. Caso surjam propostas de emendas a ele, elas devem ser votadas e incluídas, caso aprovadas, antes da aprovação final do Estatuto.
- 7 - Após aprovado o Estatuto, elege-se a Diretoria da ONG (na mesma Assembleia) e o Conselho Fiscal.
- 8 – Ao final da Assembleia peça aos membros para assinar a Ata de Fundação ou Lista de Presença devidamente identificada, onde devem constar o nome completo e o CPF de todos.
- 9 - Após isso ser feito, a mesa da Assembleia pode

então encerrar as atividades. Feito isso, ela deve escrever a Ata da Assembléia Constitutiva, onde devem ser descritas todas as atividades realizadas na Assembléia. Deve também preparar uma lista contendo a relação dos nomes eleitos para o Conselho Diretor. Estes documentos devem ser arquivados, junto com a lista de presença e o Estatuto votado.

10 – Um advogado oficialmente reconhecido deverá fazer a revisão e assinar Estatuto Social e as demais vias cópias.

11 – Feito isso, o Estatuto, a ata da Assembléia Geral, a lista de membros fundadores, a lista de presença da Assembléia, a lista de componentes da diretoria e um requerimento de registro de associação civil devem ser registrados no Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas.

12 – Realizado o registro e estabelecida a sede da ONG, um contador deve ser oficialmente contratado. Ele se encarregará do registro de Pessoa Jurídica junto à Receita Federal, que dará um CNPJ e a declaração de isenção de imposto de renda à ONG, o que torna a mesma, por fim, existente e legalmente constituída.

3. Introdução à Captação de Recursos

3.1 Captar ou Mobilizar Recursos?

Captação ou mobilização de recursos é um termo utilizado para descrever um leque de atividades de geração de recursos realizadas por organizações sem fins lucrativos em apoio à sua finalidade

principal, independente da fonte ou do método utilizado para gerá-los.

Nos últimos anos, vem ganhando força a expressão “mobilização de recursos”, que tem um sentido mais amplo do que “captação de recursos”. “Mobilizar recursos” não diz respeito apenas a assegurar recursos novos ou adicionais para a organização, mas uma cultura de captação de recursos direcionada a projetos, onde a parcela da sociedade que tem recursos disponíveis, que podem ser indivíduos, organizações, empresas e organizações governamentais, canalizam seus recursos para a parcela da sociedade que mais precisa.

A Organização de Sociedade Civil (OSC), também denominada Organização Não Governamental (ONG), entra no cenário mais como uma facilitadora, com idoneidade e credibilidade para gerir este movimento na sociedade, buscando a otimização (como fazer melhor uso) dos recursos existentes (aumento da eficácia e eficiência dos planos). É importante lembrar que o termo “recursos” não se refere a recursos financeiros ou “fundos” mas também a pessoas (recursos humanos), materiais e serviços.

- **Captar** – Adicionar recursos novos ao orçamento da Instituição
- **Mobilizar** – Otimizar o uso dos recursos existentes para conquistar novos recursos
- **Recursos** – Financeiros, Humanos e em Espécie (materiais e serviços)

Fatores que influem no sucesso da Captação de Recursos

Uma série de fatores influencia quais destas fontes se sobressaem. Entre estes fatores estão a natureza do apoio governamental para com o terceiro setor; a vontade política dos governos de verem as organizações como parceiras para a execução de determinados programas; se a organização presta serviços ou produtos que podem ser comercializados; o espírito empreendedor existente dentro da organização; a sofisticação dos programas de captação de recursos da mesma e, principalmente, a natureza dos programas oferecidos pela organização. Por exemplo, no caso de uma organização cuja receita vem da prestação de serviços (por exemplo, cursos) torna-se crucial estabelecer metas de receita para cada serviço a ser oferecido. Já para as entidades que atuam na assistência social (por exemplo, a doentes, idosos, crianças órfãs, etc.), são extremamente variadas as formas como se captam recursos.

Fontes de financiamento

Existem três eixos principais de fontes de financiamento nas organizações não governamentais. São eles:

- Doações de dinheiro ou produtos: que podem ser realizados por Indivíduos, Empresas ou Instituições.

- Repasses, doações e cessões governamentais
- Podem ser feitos pelas esferas Federal, Estadual e Municipal. Exemplos: Convênios, Seleção Pública, Nota fiscal
- Vendas diretas: de produtos e serviços da organização. Exemplos: pães, colombas, móveis, roupas.

3.2 Etapas da Captação de Recursos

a) Planejamento

Um plano de captação de recursos precisa ser inspirado por uma visão daquilo que os recursos permitirão uma vez captados. Contudo, o plano também precisa ir além da visão e da meta da campanha. Devem ser acertados os detalhes quanto a quem, quando, onde e como cada iniciativa será realizada. Prazos, orçamentos, listagens de funcionários e/ou voluntários: tudo isso tem de constar do plano. A partir do plano montado, passa-se a executá-lo.

O plano é útil na fase de seu desenvolvimento porque obriga as pessoas a pensarem e discutirem, constrói os três “C” (clareza, consenso e compromisso) e abre o caminho para um trabalho mais centrado. Mas o valor do plano fica maior quando ele é comparado periodicamente com o progresso feito na execução, mudando-o ao longo do processo. A maioria das grandes organizações que captam recursos faz uma avaliação formal de seu plano anual a cada trimestre.

b) Pesquisa

Pesquisar doadores é essencial para o sucesso da captação de recursos. Separar as prováveis doadoras com pouco vínculo/interesse/capacidade daquelas com muito; determinar a melhor forma de abordar as pessoas; descobrir quais são seus interesses etc. Isso faz a diferença!

c) Cultura e engajamento

Não basta simplesmente pedir dinheiro de doadores atuais ou de doadores em potencial. É preciso desenvolver o interesse deles, e esta é a finalidade do cultivo e da educação. Informativos, panfletos, cartas ao editor do jornal local, discursos em público, estandes em eventos comunitários: as oportunidades são inúmeras e a maioria não custa muito. O objetivo é fazer com que as pessoas sintam que seu envolvimento pode fazer uma diferença útil ao trabalho de uma organização essencial para a sociedade.

d) Valorização e agradecimentos

A partir do momento que uma pessoa faz uma doação, é de suma importância dar feedback dos resultados produzidos e agradecer pela parceria. Isso sustentará o relacionamento entre a instituição social e seus mantenedores.

3.3 Plano de Ação de Captação de Recursos

Um plano de ação deve ser desenvolvido para cada objetivo estratégico definido para a captação de recursos. Para elaborá-lo, o captador deve

considerar os elementos trazidos pela grade de captação de recursos.

Elabore um Plano de Ação com os seguintes elementos:

1. Definição e comunicação de objetivos de cada projeto.
2. Uma lista de ações necessárias para implementar o objetivo estratégico (no caso, a captação de recursos para um ou mais projetos).
3. Tempo em que será desenvolvida cada uma das ações.
4. A indicação de responsáveis para cada ação e de outras pessoas envolvidas em desenvolvê-la.
5. Apoio e recursos necessários (materiais, recursos financeiros, informações etc.)
6. Pontos de decisão no processo.
7. Monitoramento e avaliação do objetivo estratégico.

BIBLIOGRAFIA

GIANASTÁCIO, Vanderlei; Responsabilidade Social, Serviço e Cidadania a luz da igreja primitiva. São Paulo: Vida Nova, 2006.

SHEDD, Russell P.; A Justiça Social e a interpretação da Bíblia. São Paulo: Vida Nova, 1984.

LIDÓRIO, Ronaldo; Introdução à Antropologia missionária. São Paulo: Vida Nova, 2011.

CAMARGO, M. F. de, SUZUKI, F. M., UEDA, Mery, SAKIMA, R. Y. e GHOBRI, A. N. Gestão do Terceiro Setor no Brasil - Estratégias de captação de recursos para organizações sem fins lucrativos. São Paulo, Futura, 2001. 204p.

COSTA, Cristina (org.), OLIVIERI, Cristiane, CASTRO, Gisela, SOARES, Ismar de Oliveira, FERRAZ, Luci, KISIL, Marcos, MOTTER, Maria de Lourdes, FÍGARO, Roseli. Gestão da Comunicação: Terceiro Setor, Organizações Não Governamentais, Responsabilidade Social e Novas Formas de Cidadania. Editora Atlas, 2007. 102p.

CRUZ, Célia; ESTRAVIZ, Marcelo. Captação de Diferentes recursos para organizações sem fins lucrativos. Instituto Fonte, 2001.

HUDSON, Mike. Administrando Organizações do Terceiro Setor. O Desafio de Administrar sem receita. São Paulo: Makron Books, 1999. 309p.

MANZIONE, Sydney. Marketing para o Terceiro Setor. Novatec, 2006, 160p.

MONTENEGRO, Thereza. O que é ONG. São Paulo: Brasiliense, 1994. 98p. (Coleção Primeiros Passos).

NANUS, Burt & DOBBS, Stephen M. Liderança para o Terceiro Setor: Estratégias de Sucesso para Organizações sem Fins Lucrativos. São Paulo: Futura, 2000. 262p.

OLIVEIRA, Aristeu de; ROMÃO, Valdo. Manual do Terceiro Setor e Instituições Religiosas. Editora Atlas. 558p.

PEREIRA, Custódio. Captação de Recursos (Fund Raising) - Conhecendo melhor porque as pessoas contribuem. São Paulo: Editora Mackenzie, 2001. 222p.

PRINGLE, Hamish & THOMPSON, Marjorie: Marketing Social. São Paulo: Makron Books, 2000. 258p.