

**CENTRO UNIVERSITÁRIO VILA VELHA
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO RELAÇÕES PÚBLICAS**

JOSÉ MIGUEL OLIVEIRA ALVES

**PLANO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL
MOVIMENTO VIDA NOVA VILA VELHA - MOVIVE**

VILA VELHA
2004

JOSÉ MIGUEL OLIVEIRA ALVES

**PLANO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL
MOVIMENTO VIDA NOVA VILA VELHA - MOVIVE**

Projeto apresentado à Banca Examinadora dos Projetos Experimentais do Curso de Comunicação Social – Habilitação Relações Públicas, como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, sob orientação da Prof^a. Cynthia Mavi Molina Duarte.

VILA VELHA
2004

JOSÉ MIGUEL OLIVEIRA ALVES

**PLANO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL
MOVIMENTO VIDA NOVA VILA VELHA - MOVIVE**

Projeto apresentado à Banca Examinadora dos Projetos Experimentais do Curso de Comunicação Social – Habilitação Relações Públicas, como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Cynthia Mavi Molina.
Centro Universitário Vila Velha
Professora Orientadora

Prof^a. Darcylia Moisés Borges
Centro Universitário Vila Velha
Orientadora Pedagógica Curso Comunicação
Social – Habilitação Relações Públicas

Prof^a. Simone Garcia
Centro Universitário Vila Velha
Coordenadora Curso Comunicação Social –
Habilitação Relações Públicas

Vila Velha, 27 de Novembro de 2004.

AGRADECIMENTOS

a Deus;

Aos meus familiares, em especial, meu pai, minha mãe e meus irmãos, que souberam compreender a importância desse projeto em nossas vidas.

*“A verdadeira viagem do descobrimento
não consiste em procurar novas
paisagens, e sim em ter novos olhos.”*

Marcel Proust

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - 40% das instituições têm mais de 10 anos de funcionamento.....	19
Tabela 2 - 60% das instituições trabalham na área social.....	19
Tabela 3 - 60% das instituições têm sede própria.....	19
Tabela 4 - 33,3% das instituições têm entre 5 e 7 funcionários.....	19
Tabela 5 - 70% das instituições não têm setor de comunicação.....	20
Tabela 6 - 66,6% dos que têm setor de comunicação instalado há 1 ano.....	20
Tabela 7 - 66,6% dos que têm setor de comunicação tem 1 funcionário nesta área.....	20
Tabela 8 - 66,6% das instituições têm Mural.....	20
Tabela 9 - 33,3% tem a política de comunicação estratégica. 33,3% têm a política comunitária e 33,3% têm política de comunicação dirigida.....	20
Tabela 10 - 83,3% das instituições se comunicam com os doadores através de telefone.....	20
Tabela 11 - 62,5% das instituições fazem captação de recursos através de eventos.....	21
Tabela 12 - 50% das instituições são mantidas com recursos próprios e 50% com recursos governamentais.....	21
Tabela 13 - 75% das instituições prestam conta através de relatório anual.....	21

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	07
2	JUSTIFICATIVA.....	09
3	O PROJETO MOVIMENTO VIDA NOVA VILA VELHA – MOVIVE.....	11
	3.1 HISTÓRICO DO CLIENTE.....	11
	3.2 DIAGNÓSTICO.....	15
	3.2.1 Pontos Fortes.....	15
	3.2.2 Pontos Fracos.....	16
	3.3 DESENHO DA PESQUISA.....	17
	3.4 METODOLOGIA DE PESQUISA.....	17
	3.4.1 Abordagem Quantitativa.....	17
	3.4.2 Resultados.....	19
	3.5 PLANO DE COMUNICAÇÃO.....	21
	3.5.1 Estratégias.....	22
	3.5.2 Recursos.....	26
	3.5.3 Orçamento Geral.....	27
	3.5.4 Cronograma.....	28
4	CONCLUSÕES.....	29
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	34
	ANEXOS.....	35
	ANEXO 1 – ROTEIRO	
	ANEXO 2 – MODELO DE ROTEIRO DE ENTREVISTAS	
	ANEXO 3 – MODELO DE <i>RELEASE</i>	
	ANEXO 4 – MODELO DE CARTA DE PRESTAÇÃO DE CONTAS	
	ANEXO 5 – MODELO CARTA DE ADESÃO	

1 - INTRODUÇÃO

Este projeto visa aprimorar e melhorar as atividades do Movimento Vida Nova Vila Velha, divulgando sua missão, sua imagem, seus princípios e seus objetivos. Com isso, almeja-se ampliar as áreas de atuação de seus projetos, bem como despertar o interesse de um maior número de parceiros para auxiliar no desenvolvimento dos projetos e aumentar a abrangência dos trabalhos da entidade no sentido de conseguir realizar as transformações sociais, ambientais, turísticas, econômicas, culturais e esportivas desejadas, através de todos os envolvidos – conscientes de que, se cada um fizer um pouco, será possível diminuir as desigualdades no nosso País.

O Movimento Vida Nova Vila Velha – MOVIVE – é uma organização da sociedade civil, que contribui para a melhoria da qualidade de vida e prática da cidadania da população.

O Movimento Vida Nova Vila Velha, pertencente ao Terceiro Setor, pretende, inicialmente, com uma visão estratégica para Vila Velha, contribuir para a inserção do município no rol das cidades que dão certo, ou seja, uma cidade habitável, investível e visitável, contando com a participação das várias organizações governamentais, não-governamentais e das comunidades para implantação dos projetos propostos.

A contribuição das instituições dessa natureza é fundamental para a preservação da integridade do ser humano. As oportunidades são extremamente importantes para que o ser humano possa desenvolver o seu potencial. As pessoas precisam ter acesso ao conhecimento, para que possam ter sua auto-estima resgatada, tornando-se participantes ativas na construção de uma sociedade mais justa. É preciso que todos tenham acesso, através da disponibilidade às informações, permitindo assim melhor comunicação entre as pessoas.

A comunicação é, desde os primórdios, um dos pilares da construção social. Ela garante o bom relacionamento entre os indivíduos e também à convivência harmônica entre os humanos. Os indivíduos conscientes de direitos e deveres estarão muito mais aptos a exercer a cidadania.

2 - JUSTIFICATIVA

O projeto é oportuno porque, atualmente, a demanda pelos serviços prestados pelo MOVIVE está aumentando, isso possibilita a consolidação do trabalho, que é de vital importância. Seu objetivo é buscar o aperfeiçoamento do trabalho de relacionamento com atuais e novos parceiros.

Pode-se afirmar que a linha norteadora do projeto - pensado, discutido e baseado em estudos do contexto interno e externo, com pesquisa e diagnósticos para determinar metas, objetivos e resultados - busca aperfeiçoar os serviços oferecidos pela instituição. Foram observados não só os interesses da instituição, mas, sobretudo, os públicos envolvidos nos processos. Foi dado ainda o foco no ser humano, uma vez que, para depositar confiança e acreditar na instituição, o público precisa conhecê-la.

O projeto foi desenvolvido a partir de uma imersão, durante o período de 14 meses, quando foram pesquisados e observados todos os aspectos relativos à comunicação.

Os estudos foram feitos de maneira imparcial, racional, experimental e intuitiva, buscando a maior aproximação com a realidade do Terceiro Setor e suas dificuldades.

Este projeto aprimora o trabalho que já vem sendo desenvolvido, no sentido de agregar valor à instituição.

É importante salientar que, durante o tempo de confecção do projeto, foram feitas observações e experiências dentro da instituição, permitindo conhecer melhor as necessidades da mesma e do Terceiro Setor de modo geral, onde foram firmados relacionamentos com outras instituições.

O presente projeto está em sintonia com as necessidades da instituição, pois busca a melhoria do relacionamento da mesma com seus públicos de interesse. O projeto traduz o início do profissionalismo ao lidar com os diversos públicos e suas demandas.

O Terceiro Setor precisa enxergar que a comunicação é de extrema importância dentro das instituições, já que é ela que traz para nosso conhecimento novas culturas, visando à libertação, incentivando o empreendedorismo individual e coletivo, a cooperação, as redes e a democracia.

É importante ressaltar que “Relações Públicas são Políticas e Políticas são Relações Públicas.” Assim sendo, as ações implantadas foram culturais e políticas, com o objetivo de atualizar por completo a instituição.

As áreas da comunicação precisam estar afinadas para que os trabalhos tenham sua produtividade otimizada. As Relações Públicas carecem desenvolver bem todas as suas ações para que a imagem e reputação da instituição sejam construídas e mantidas da melhor maneira possível.

O projeto terá repercussão porque os estudos desenvolvidos poderão contribuir para o Terceiro Setor, sendo que este é pouco apoiado, desenvolvido e conhecido em nosso País.

O projeto visa conscientizar os públicos para a importância do Terceiro Setor, atrair pessoas interessadas em contribuir com esta causa e divulgar a grande contribuição que este setor vem dando para o crescimento e desenvolvimento do País.

3 - O PROJETO MOVIMENTO VIDA NOVA VILA VELHA - MOVIVE

O projeto foi concebido a partir da conquista de uma vaga para estagiar na instituição. Ao tomar contato com a área de comunicação da instituição, foram percebidas algumas de suas deficiências. E no intuito de aperfeiçoar os processos de comunicação, o projeto começou a ser desenvolvido.

Para o desenvolvimento do projeto, foi feita uma análise documental, procurando conhecer a realidade e as necessidades da instituição. Na busca de conhecer a realidade institucional, foram aplicadas pesquisas qualitativas com os membros da direção e com os colaboradores.

Com o resultado obtido nas pesquisas, foram traçados planos e ajustes na busca do melhoramento do setor de comunicação. Após o término, o projeto foi apresentado à direção, que compartilhou com todas as novas idéias e com as alterações que deveriam ser feitas.

3.1 - HISTÓRICO DO CLIENTE

O Movimento Vida Nova Vila velha, nasceu em 1993, a partir de um grupo de cidadãos reunidos na curva da Sereia, Praia da Costa, que tinham como diretrizes o desenvolvimento econômico e turístico do município, em projeto denominado *Vila Velha ano 2000*, cuja missão é contribuir para a melhoria da qualidade de vida e prática da cidadania e sua visão é fortalecer a participação do Terceiro Setor nas diretrizes das Políticas Públicas.

Em 1997, a expressão “Vila Velha 2000” foi usada politicamente, sendo adotada então a razão social Movimento Vida Nova Vila Velha, registrada em 1º de julho de 1998, com sede na Av. Champagnat, 1073 - Centro - Vila Velha - ES - Brasil, com objetivos de planejar, desenvolver, adotar e executar planos, programas e projetos integrados destinados a promover e acelerar o desenvolvimento sócio-econômico e ambiental do município, buscando, sempre que possível, a parceria entre os poderes públicos e segmentos organizados da sociedade.

O MOVIVE busca conscientizar a população do município para a importância de um planejamento de longo prazo, que contribua efetivamente para a garantia e melhoria da qualidade de vida de Vila Velha. Promove a conscientização dos habitantes do município para a prática constante da ética e cidadania, e também congrega as pessoas físicas e jurídicas - bem como outras entidades -, à adoção de medidas que venha beneficiar a comunidade do município de Vila Velha.

O MOVIVE foi criado por um grupo de moradores, que se juntaram para repensar a cidade e para dar sua contribuição como cidadãos, com participação efetiva e sustentável. A primeira diretoria foi composta no biênio 1998/2000, a segunda no biênio 2000/2002, a terceira no biênio 2002/2004, e a atual foi composta em 2004/2006.

Desde o primeiro momento, as ações do MOVIVE foram reconhecidas não só pela população menos favorecida, mas também por empresários e políticos. Sua primeira reunião teve participação de mais de 600 participantes de todas as classes sociais e ocorreu no auditório do colégio Marista, Centro de Vila Velha. Atentos às ações mundiais que deram espetacular avanço nas Organizações Não-governamentais (ONG's), tais como Viva Rio – RJ, no enfrentamento dos problemas locais, tais com violência e desemprego. Com muito esforço junto ao poder público, no dia 27 de dezembro de 2000, a ONG foi reconhecida como de Utilidade Pública Municipal.

O MOVIVE conta com mais de 10 empresas parceiras, que ajudam no desenvolvimento dos projetos. Conta também com o apoio de voluntários.

O primeiro Projeto desenvolvido foi “*Passos de Anchieta*”, caminhada feita numa parte da orla capixaba. O percurso começa em Vitória (Capital do Estado do ES), seguindo para a cidade de Anchieta (Litoral Sul – ES). A caminhada reedita o trajeto feito pelo Padre Jesuíta José de Anchieta, que saiu de Vitória, seguindo pelo litoral, para fundar uma vila que na época chamava-se Reritiba e que hoje é uma cidade e recebe seu nome “Anchieta”, às margens do rio Benevente.

O projeto Passos de Anchieta teve mídia espontânea e foi muito bem aceito pela sociedade brasileira, e acabou crescendo tanto que hoje se constitui numa ONG independente do MOVIVE, a Associação Brasileira dos Amigos dos Passos de Anchieta (ABAPA).

Todos os anos, pessoas provenientes de todo o Brasil e do exterior vêm ao nosso Estado participar desta caminhada, principalmente os paulistas, que tiveram sua cidade fundada pelo beato Anchieta.

A organização já desenvolveu o *Projeto Experiências Empresariais*, que teve como objetivo contar as histórias de sucesso de empresários capixabas de vários setores de mercado.

O *Projeto Canelinha Verde*, que procurou resgatar, valorizar e despertar o orgulho dos cidadãos para a história e cultura do município de Vila Velha.

Existem alguns projetos que estão sendo executados, como o *Mundo Melhor*, que desenvolve atividades recreativas, esportivas e culturais com crianças em situação de risco social, moradoras de Terra Vermelha, uma das regiões mais carentes do município de Vila Velha.

O *Projeto Gerar*, que cadastra pessoas desempregadas, capacita-as e as insere no mercado de trabalho - através de contratos com empresas, institutos de seleção e incentivo à implantação de negócios próprios no sistema de cooperativismo. Além disso, o Projeto desenvolve, na região administrativa 05, Grande Terra Vermelha, subprojetos, para promoção de alternativas de trabalho e renda, através da autogestão e economia solidária.

Está sendo desenvolvido também o *Projeto Verde Vida*, que visa o desenvolvimento socioeconômico, ambiental e humano da região administrativa 03, Vale Encantado e adjacências (Bacia do Rio Abebere), envolvendo 23 bairros do município de Vila Velha.

Outro projeto importante, *Águas do Futuro*, voltado para a preservação, conservação e manutenção ambiental das baías de Vitória e Vila Velha.

Alguns projetos estão prontos para serem implementados, como o *Projeto Cetrin 2*, que visa implantar um centro de atividades sociais e desportivas para as crianças e adolescentes da Grande Terra Vermelha, no município de Vila Velha - ES.

E ainda o *Projeto Arte Itinerante*, que visa oferecer aos munícipes de Vila Velha, oficinas de Teatro e Artes Cênicas, com montagem de peças teatrais.

Também o *Programa Lixo Cidadão*, que busca diretamente soluções ambientais e sociais de acordo com a realidade local, oriunda da coleta seletiva, fundamental para a geração de trabalho e renda, conscientizando a população local e procurando o resgate da cidadania e sua auto-estima, importantes para o desenvolvimento do ser humano.

A Criação da “*Escola Vila Velhense de Remo*”, em parceria com a Escola de Aprendizagem Marinheiros – EAMES, com o objetivo de incentivar o esporte náutico e

inserir o município de Vila Velha nas competições náuticas.

O *Projeto Amorização*, que visa à conscientização do cidadão para uma visão geral sobre o município, o seu espaço, a sua vida, o seu semelhante, incentivando-o a “cuidar” do que ama.

Atualmente, a ONG tem uma parceria forte com todas as esferas públicas e privadas, às quais empresta suas ações estratégicas, reciprocamente recebendo dessas esferas significativa contribuição para o desenvolvimento dos Projetos.

A ONG é reconhecida de Utilidade Pública Municipal, Estadual e Federal, é registrada pelo Conselho Municipal de Defesa dos Direitos da Criança - COMCAVV, pelo Conselho Municipal de Assistência Social - COMASVV, pelo Conselho Estadual de Assistência Social - CONEAS e pelo Conselho Nacional de Assistência Social – CNAS, participando ainda junto às comissões de Direitos Humanos e Cidadania, Meio Ambiente e Defesa do Consumidor, criadas pela Assembléia Legislativa do Espírito Santo - ALES, tendo todos os parceiros o retorno, na forma de vários benefícios, ao contribuírem com esses projetos.

O MOVIVE participa com destaque no Fórum das ONG's e Fórum dos Conselhos Municipais, criadas no primeiro semestre de 2003.

3.2 - DIAGNÓSTICO

Diante da atual situação econômica vivida pelo país, os serviços na área de assistência social se tornam mais demandados e necessários. A quantidade de pessoas que passam a necessitar de ajuda aumenta cada dia. Por isso o MOVIVE enxerga a necessidade de aumentar o número de pessoas a serem atendidas.

Atualmente são atendidas 450 pessoas mensalmente, mas a meta da instituição é ampliar para 900 pessoas. Para isso a quantidade de recursos tem que ser

aumentada podendo assim atender essas novas demandas.

Os recursos serão viabilizados a partir da manutenção dos doadores atuais e a prospecção de novos, que irão gerar desenvolvimento de novas ações e novos projetos. E para manter doadores atuais e prospectar novos será necessário ficar mais próximo dos mesmos.

Para que sejam mantidos os doadores e para que possa ser prospectados novos o MOVIVE precisa aperfeiçoada a comunicação no intuito de prestar conta àqueles que doam.

No período da imersão/pesquisas, foi detectada, falta de comunicação entre a entidade e seus atuais doadores, o que inviabilizaria o aumento dos recursos.

A demanda do conhecimento e interesse nas doações é grande, mas não sustentada. Não existe um programa de relacionamento entre as partes interessadas.

3.2.1 - Pontos Fortes

- Credibilidade
- Alto nível das empresas patrocinadoras
- Envolvimento de Faculdades e Universidades
- Voluntários
- Conhecida por autoridades
- Bom relacionamento da Diretoria
- Fundadores bem relacionados
- Pioneirismo
- Participação política
- Referência no terceiro setor
- Marketing de relacionamento

3.2.2 - Pontos Fracos

- Déficit financeiro
- Estruturação em andamento
- Falta de Comunicação Interna e Externa
- Imagem negativa diante de alguns setores da sociedade
- Falta comunicação estratégica
- Diretoria Ausente
- Marca desconhecida
- Falta divulgação na Mídia
- Sobre carga de tarefas na presidente
- Administração engessada
- Falta ação organizacional e de troca de experiências e parcerias com outras entidades filantrópicas, organismos internacionais e entidades com prêmios em excelência na área social

Assim, a orientação de Comunicação para uma empresa social como o MOVIVE se faz necessária. Dessa forma, o conceito tem sua materialização através desse Plano de Comunicação.

3.3 - DESENHO DA PESQUISA

Esta pesquisa foi desenvolvida em duas etapas. Primeiramente, foi feito um levantamento dos aspectos administrativos, financeiros e gerenciais gerais da ONG MOVIVE, contemplando dados obtidos por meio de arquivo da instituição. Na ocasião, a presidente do MOVIVE foi entrevistada, utilizando-se perguntas abertas e/ou expressões-chaves, visando aprofundar aspectos observados naquele levantamento.

O objetivo do levantamento foi conhecer aspectos gerais e comunicacionais da instituição, buscando conhecer melhor a realidade do terceiro setor.

Após essa etapa, foi realizada uma pesquisa de campo, em que foram contatadas 10 ONG's, das quais 60% da área de ação social, às quais foi aplicado um questionário-padrão em cada uma delas, composto de perguntas fechadas, respondido por um colaborador.

O objetivo da pesquisa de campo foi conhecer melhor o perfil dos doadores do MOVIVE, no intuito de melhorar o relacionamento entre a instituição e seus doadores.

3.4 - METODOLOGIA DE PESQUISA

3.4.1 - Abordagem Quantitativa

Conforme indicado na seção anterior, na primeira etapa da pesquisa foi feito um levantamento buscando conhecer em profundidade a realidade da ONG MOVIVE.

Os públicos entrevistados foram à direção e os colaboradores da organização. Para cada público foram abordados diferentes temas. (Anexo1).

A técnica utilizada na primeira etapa foi o trabalho descritivo, que deu margem à explicação das relações e efeitos dos fenômenos, ou seja, analisou o papel das variáveis que, de certa maneira, influenciaram ou causaram o aparecimento dos fenômenos. (SILVIO LUIZ DE OLIVEIRA, 1997).

De acordo com Silvio Luiz de Oliveira, o método quantitativo é utilizado no desenvolvimento das pesquisas descritivas, nas quais se procura descobrir e classificar a relação entre variáveis, assim como na investigação da relação de causalidade entre fenômenos: causa e efeito.

Na segunda etapa, foi feita uma pesquisa de campo, para que se conhecesse melhor o perfil dos doadores do MOVIVE. Nessa etapa, foram observados fatos que ocorreram espontaneamente (observação assistemática, na coleta de dados e no registro de variáveis, presumivelmente para posteriores análises). (SILVIO LUIZ DE OLIVEIRA, 1997).

O objetivo dessa pesquisa foi conhecer o perfil do doador do MOVIVE, podendo assim fazer adequações que permitam à instituição conseguir novos doadores.

Foram pesquisadas algumas ONG's do município de Vila Velha, a fim de conhecer mais de perto a realidade dessas instituições. (Anexo 2)

A técnica utilizada na segunda etapa foi de natureza exploratória e teve por finalidade formular problemas e/ou esclarecer questões para investigação.

O estudo exploratório aumenta a familiaridade do pesquisador com o fenômeno ou com o ambiente que pretende investigar. São também utilizados para esclarecer ou modificar conceitos. (DENCKER e Da VIÁ, 2001).

A abordagem quantitativa aplica-se a um universo mais amplo, buscando detectar aspectos mais gerais e ou tendências. Segundo Dencker e Da Via (2001), os critérios quantitativos estabelecem proporções e correlações entre variáveis observadas, procurando elementos que permitam a comprovação das hipóteses.

Utilizam como técnica de coleta de dados entrevistas pessoais, questionários e procedimento de amostragem.

3.4.2 - Resultados

Os resultados foram retirados do questionário aplicado para conhecer melhor a realidade do Terceiro Setor do município de Vila Velha e os números são os seguintes: 40% das instituições têm mais de 10 anos; 60% das instituições desenvolvem trabalhos na área social; 60% têm sede própria. 70% não têm setor de comunicação; 66,6% desenvolvem um trabalho amador na área de comunicação; 83,3% se comunicam com os seus doadores através de telefone; 62,5% captam recursos por meio de eventos; 50% das instituições são mantidas com recursos próprios e 50% com recursos do governo; e 75% prestam conta à sociedade, por meio de um relatório anual.

3.4.2.1 - Análise dos dados

Tabela 1 - 40% das instituições têm mais de 10 anos de funcionamento.

a	0	0%
b	3	30%
c	2	20%
d	1	10%
e	4	40%

Tabela 2 - 60% das instituições trabalham na área social.

a	0	0%
b	6	60%
c	4	40%
d	0	0%

Tabela 3 - 60% das instituições têm sede própria.

a	6	60%
b	3	30%
c	1	10%

Tabela 4 - 33,3% das instituições tem entre 5 e 7 funcionários.

a	0	0%
b	2	33,3%
c	3	22,2%
d	2	22,2%
e	2	22,2%

Tabela 5 - 70% das instituições não têm setor de comunicação.

a	3	30%
b	7	70%

Tabela 6 - 66,6% dos que tem setor de comunicação instalado há 1 ano.

a	2	66,6%
b	0	0%
c	0	0%
d	0	0%
e	1	33,3%

Tabela 7 - 66,6% dos que tem setor de comunicação tem 1 funcionário nesta área.

a	2	66,6%
b	0	0%
c	1	33,3%
d	0	0%
e	0	0%

Tabela 8 - 66,6% das instituições têm Mural.

a	1	33,3%
b	1	33,3%
c	0	0%
d	0	0%

e	1	33,3%
---	---	-------

Tabela 9 - 33,3% tem a política de comunicação estratégica. 33,3% tem a política comunitária e 33,3% tem política de comunicação dirigida.

a	0	0%
b	1	33,3%
c	0	0%
d	1	33,3%
e	1	33,3%

Tabela 10 - 83,3% das instituições se comunicam com os doadores através de telefone.

a	1	16,6%
b	0	
c	0	
d	0	
e	5	83,3%

Tabela 11 - 62,5% das instituições fazem captação de recursos através de eventos.

a	1	25%
b	0	0%
c	1	12,5%
d	5	62,5%
e	0	0%

Tabela 12 - 50% das instituições são mantidas com recursos próprios e 50% com recursos governamentais.

a	5	50%
b	5	50%
c	0	0%

Tabela 13 - 75% das instituições prestam conta através de relatório anual.

a	6	75%
b	0	0%
c	1	12,5%
d	1	12,5%

3.5 - PLANO DE COMUNICAÇÃO

O plano de comunicação surgiu da necessidade de tornar as ações do MOVIVE mais transparentes, a fim de que a sociedade pudesse conhecer melhor o trabalho da instituição e também contribuir para a mesma.

O plano de comunicação tem como objetivos aproximar a instituição de seus doadores, tornar suas ações mais transparentes e prospectar novos doadores. O que se busca com o plano é: mostrar ao doador como são aplicados todos os recursos recebidos pela instituição, através do relatório anual que será distribuído durante o evento; deixar transparecer as ações desenvolvidas, através do “Quem Somos”, que também será distribuído durante o evento. Com isso, será mais fácil conseguir prospectar novos doadores e, possivelmente, gerir novos projetos.

No relatório de atividades estarão contidas todas as ações detalhadas das atividades desenvolvidas durante o ano. No “Quem Somos” estará contido todos os projetos, de forma detalhada, para que o doador possa conhecer os trabalhos de maneira mais aprofunda e clara.

O relatório anual e o “Quem Somos” são duas ferramentas de comunicação que serão utilizadas pela instituição, para dar apoio a outras ações de comunicação e marketing desenvolvidas pela mesma.

O MOVIVE precisa criar formas de aumentar a transparência nas suas ações, a fim de que os doadores passem, a saber, onde são investidos os recursos da instituição.

Sem transparência nas ações, ficará difícil prospectar novos doadores. Ações transparentes geram mais confiança por parte de toda sociedade.

Estão envolvidos no plano o aluno José Miguel e a professora orientadora Cynthia Mavi Molina.

No plano de comunicação estão contidos o evento anual de prestação de contas, as campanhas de adesão e as cartas de prestação de contas.

3.5.1 - Estratégias

As principais estratégias do plano são levar informação confiável aos atuais doadores e prospectar novos, a fim de que possa ser dada continuidade aos projetos e para que novos projetos possam ser desenvolvidos, podendo assim beneficiar mais pessoas. É de extrema importância que os doadores e novos doadores tenham informações seguras e confiáveis sobre a instituição, podendo assim aumentar a credibilidade da mesma perante seus públicos de interesse.

Dentro do plano estão contidos o evento de prestação de contas, as campanhas de adesão e as cartas de prestação de contas.

O evento anual de prestação de contas contará com a palestra de uma autoridade nacional representante do Terceiro Setor. A autoridade falará da importância da transparência para as instituições. Será feita uma lista com o nome de todos os doadores e possíveis doadores, os quais serão convidados para o evento.

No encerramento da palestra será oferecido um jantar, onde será realizada a campanha de adesão ao MOVIVE. A campanha de adesão terá início no evento e

depois se prolongará por mais alguns meses, sendo realizada em *shoppings* e faculdades particulares.

A palestra e o jantar serão realizados no Hotel Pasárgada, Praia da Costa, às 19:00h do dia 15 de dezembro. O tema da palestra será “A Transparência e o Terceiro Setor”. Serão convidados empresários e dirigentes de grandes empresas sediadas no Espírito Santo. O evento será divulgado através de lista de convidados e *release* (Anexo 3) para a editoria “Sociedade”, do jornal A Gazeta.

As cartas de prestação de contas serão enviadas para os sócios, empresários e dirigentes de grandes empresas do Espírito Santo, para que as ações da instituição se tornem mais transparentes. As cartas serão enviadas mensalmente, informando o balanço da instituição.

Evento Anual de Prestação de Contas

Local: Hotel Pasárgada

Horário: 19:00 h.

Data: 15 de dezembro de 2004

Tema: A transparência e o Terceiro Setor

Formato: palestra e coquetel

Cliente: Movimento Vida Nova Vila Velha – MOVIVE

Justificativa

O evento anual de prestação de contas será importante no sentido de aproximar os doadores da instituição e de criar uma proximidade da instituição com os doadores e fixar a marca da mesma junto à sociedade. Tem ainda o objetivo de aumentar a

credibilidade da instituição perante os doadores, facilitando a prospecção de novos parceiros.

Públicos

Sócios, empresários e dirigentes de grandes empresas do Espírito Santo.

Objetivos

Os objetivos da realização de um evento anual de prestação de contas são: conferir maior transparência às ações desenvolvidas pela instituição, buscando também difundir os ideais de cidadania e qualidade de vida propostos. Além disso, fixar a marca e conseguir novos sócios entre as pessoas físicas e jurídicas.

Estratégias

O evento anual de prestação de contas contará com uma palestra de uma grande autoridade na área do Terceiro Setor. Serão convidados empresários e representantes de grandes empresas instaladas no Estado. A palestra terá seu foco na importância da transparência para as instituições de terceiro setor na busca de novos parceiros.

Campanha de adesão

Justificativa

A campanha de adesão ao MOVIVE será realizada durante o evento anual de prestação de contas. Será distribuído material impresso (Anexo 5) para que as pessoas possam se tornar sócias do MOVIVE. A primeira contribuição será recolhida no ato de adesão à sociedade.

Públicos

Sócios, empresários e dirigentes de grandes empresas do Espírito Santo.

Objetivos

O objetivo principal da campanha de adesão será aumentar o quadro de sócios do MOVIVE, ou seja, trazer novas pessoas para contribuir com a instituição.

Estratégias

Após o término da palestra, os convidados serão conduzidos para uma sala aberta localizada no primeiro piso do hotel, onde será distribuído material impresso para que eles possam aderir à instituição. No ato de adesão, a pessoa receberá um *botton* e uma camiseta.

Obs.: Esta é a ação inicial da campanha de adesão. Após a avaliação dos resultados ela será ampliada para shoppings e faculdades.

Cartas de prestação de contas (Anexo 4)
--

Justificativa

As cartas de prestação de contas serão enviadas mensalmente para os sócios do MOVIVE. Serão de extrema importância, já que irão demonstrar transparência nas ações da instituição. Nas cartas estará demonstrado, de maneira simples, o balanço mensal da instituição.

Públicos

Atuais doadores.

Objetivos

As cartas têm como objetivo conferir transparência a todas as ações implementadas pela instituição, além de manter um canal de comunicação direto com os empresários e sócios.

Estratégias

As cartas de prestação de contas estarão demonstrando, de maneira simples o balanço mensal da instituição. As cartas serão impressas e enviadas pelo correio para todos os empresários, dirigentes de empresas e sócios.

3.5.2 Recursos

3.5.2.1 Humanos

Quem	O que fazer
4 recepcionistas	Cadastrar público presente e entregar <i>folders</i>
2 auxiliares de serviços gerais	Encarregados da cozinha e limpeza
1 palestrante	Falar ao público
1 secretária	Apoiar o palco
1 mestre de cerimônia	Fazer abertura da palestra
1 fotógrafo	Fotografar a palestra

3.5.2.2 Materiais

1 arranjo de flores no palco de 1m sobre um pedestal de 0.5m
5 copos de vidro
3 toalhas de mesa branca
2 banners
1 data show
3 mesas
300 cartas convite
1000 <i>folders</i>
2 resmas papel A4

1000 envelopes

Sonorização

Empresa terceirizada.

Apoio externo

1 *van*, com motorista.

Passagens aéreas

Ida e volta.

3.5.3 - Orçamento Geral

Destino	Quantidade	Valor (R\$)
arranjo de flores no palco de 1m sobre um pedestal de 0.5m	1	500,00
copos de vidro	5	10,00
toalhas de mesa branca	3	200,00
<i>banners</i>	2	300,00
<i>datashow</i>	1	3000,00
mesas	3	450,00
cartas-convite	300	300,00
<i>folders</i> do evento	1000	1200,00
resmas papel A4	2	70,00
<i>kit</i> evento	5000	1500,00
<i>stand</i>	1	500,00
<i>folder</i> da campanha	5000	1000,00
transporte	-----	300,00
alimentação	-----	500,00
microcomputador	1	2000,00
software – Corel Draw	1	300,00
contrato com o correio	-----	600,00
impressão da carta	-----	140,00

resma papel	1	35,00
caixa envelopes	1	300,00
TOTAL		12705,00

3.5.4 - Cronograma

	Data início	Data final	Obs.
Planejamento	1 nov	10 nov	José Miguel
Programação Visual	15 nov	25 nov	José Miguel
Divulgação	5 dez	-----	José Miguel
Listagem público	1 nov	10 nov	José Miguel
Apoio operacional	10 nov	15 dez	José Miguel
Apoio logístico	10 nov	15 dez	José Miguel
Apoio de pessoal	10 nov	15 dez	José Miguel
Apoio externo	10 nov	15 dez	Hotel Pasárgada e King rent' car

Transevento

Os convidados serão recepcionados a partir das 18:30h. Será feito o cadastro dos convidados pela recepcionista.

A palestra terá início às 19:00h, com duração de 90 minutos.

Após a palestra, os convidados serão encaminhados para o salão anexo, onde será servido um coquetel de encerramento.

Coquetel

O coquetel será elaborado por uma empresa terceirizada.

4 - CONCLUSÕES

Nos quatro anos de curso, o pesquisador adquiriu experiências e conhecimentos necessários para concluir um trabalho dessa natureza e para traçar novos objetivos para sua caminhada. As diversas disciplinas estudadas foram fundamentais para a conclusão do projeto.

O trabalho desenvolvido contribuiu para o crescimento profissional do pesquisador e também abriu novos horizontes na possibilidade do desenvolvimento de outros trabalhos dessa natureza. A atuação como Relações Públicas, através do uso de variados instrumentos e ferramentas de trabalho, mostrou com perfeição a maneira de atuar na área. A elaboração do plano de comunicação para uma instituição do Terceiro Setor, na qual o pesquisador atuou como estagiário foi uma experiência muito engrandecedora.

O projeto contém ações que foram desenvolvidas, mas que precisam ser continuadas, entendendo que a comunicação é um processo contínuo, com outras ações vistas como de grande importância para o futuro da instituição. A intenção de listar as ações que foram implementadas é a de, caso haja prosseguimento do projeto, este poderá servir de base de apoio para outras instituições que necessitem elaborar estratégias de investimento em seu setor de comunicação.

O projeto é de grande importância para a instituição, sendo que, a partir deste projeto, poderão ser implementadas ações que irão desenvolver e aumentar a participação da mesma diante da sociedade.

Na última reunião da diretoria do Movimento Vida Nova Vila Velha (MOVIVE), do ano de 2001, foi constatado que a instituição precisaria investir na comunicação. No início do segundo semestre do ano de 2002 este trabalho começou a ser desenvolvido.

A instituição já vinha desenvolvendo algumas ações de marketing, porém a comunicação não havia sido trabalhada diretamente.

Para que o trabalho fosse objetivo, preciso e assertivo, ficou decidida a elaboração de um Plano de Comunicação.

Para a confecção do plano, foi feita pesquisa de campo com a diretoria e com os colaboradores, tendo sido aplicadas perguntas de ordem geral e perguntas ligadas à Comunicação e ao Marketing da instituição.

Na pesquisa foi diagnosticado que todos os que compõem os quadros da instituição não compreendem muito bem o que é Comunicação Organizacional, a diretoria entende comunicação com base em antigos conceitos (Assessoria de Imprensa) e os colaboradores entendem a comunicação como divulgação. Desta forma, foram sugeridas algumas ações para sanar esses problemas.

Durante a confecção do Plano, as primeiras medidas foram sendo tomadas, como por exemplo, a criação do *mailing*, que é fundamental para qualquer trabalho de comunicação. Dando os primeiros passos, de posse do *mailing*, foi iniciado um bom relacionamento com os públicos e principalmente com a mídia, dando início a disseminação de informações através de *e-mails*.

O relatório de atividades foi desenvolvido e enviado para os parceiros e colaboradores, prestando conta dos trabalhos da instituição para a sociedade.

O Quem Somos, instrumento de apresentação da instituição e seus projetos, foi aperfeiçoado e entregue aos possíveis parceiros, colaboradores, mídia e

interessados.

A instituição já possuía grande quantidade de *folders*, porém, não estavam sendo distribuído, tendo sido iniciado um processo de distribuição dos mesmos, direcionados aos públicos estratégicos, em eventos, e aos visitantes à sede do MOVIVE.

Foram criados novos Murais, passando a ser atualizados diariamente com informações importantes para todos os colaboradores.

Iniciou-se um trabalho com programas de computador mais avançados, como Corel Draw®¹, Microsoft Foto Editor®², entre outros, sendo que foram feitos confeccionados *banners* da instituição e dos projetos.

Foi ainda confeccionada uma grande quantidade de camisetas com o *slogan* da instituição e com algumas frases de efeito, sendo que essas foram vendidas e presenteadas, divulgando as idéias e marca da instituição.

Foram doadas ao MOVIVE sacolas de lixo para automóveis, para serem distribuídas nas praias durante o verão, divulgando a marca e buscando conscientizar ecologicamente a população.

Participação do MOVIVE no 2º Fórum Social Mundial, em Porto Alegre – RS, e participação no Fórum Social Local, em Vila Velha – ES, sendo que neste evento, a presidente Cristina Puppim apresentou duas oficinas.

¹ Corel Draw® é marca registrada da Corel Corporation.

² Microsoft Photo Editor® é marca registrada da Microsoft.

A presidente Cristina Puppim ministrou algumas palestras com apresentações sobre a instituição e o Terceiro Setor, com *slides* foram montados pelo MOVIVE.

A instituição participou, pela primeira vez, do Salão do Imóvel – (ADEMI – ES) na área de eventos do *Shopping Praia da Costa* – Vila Velha – ES - e da primeira edição da Feira da Terra no Parque da Prainha – Vila Velha – ES e, ainda, por mais um ano da tradicional Feira do Verde, no parque Pedra da Cebola – Vitória – ES.

Foram feitas as primeiras divulgações das “Sementinhas do Amor” do projeto Amortização.

Foi desenvolvida parceria com a Associação de Moradores da Praia da Costa, diretamente com a Rádio FM Praia da Costa, tendo sido criado o Programa do MOVIVE - Momento Cidadão.

Foi criado e veiculado o informativo MOVIVE impresso e eletrônico, sendo este levado para pontos estratégicos como Prefeitura, Câmara Municipal e algumas Secretarias Municipais.

Foi firmada parceria com a empresa *Web Vix Marketing Virtual*, tendo sido criado o *News MOVIVE*, nos padrões da instituição. O *News* contém informações sobre a instituição e projetos e é enviado pela internet, para todos os endereços cadastrados no catálogo de endereços da instituição MOVIVE.

Participou da Série Espírito Santo Solidário, na TV Gazeta, da Rede Gazeta de Comunicação, mostrando as atividades, no Programa Painel de Domingo. Os projetos veiculados nessa ocasião foram o Mundo Melhor e Gerar. A jornalista que participou da gravação foi Cristina Dokhorner. As imagens foram feitas na sede do MOVIVE e no bairro Terra Vermelha, Vila Velha - ES.

O MOVIVE participou ainda do Programa Via Brasil Globo News, através da Rede Gazeta, que tomou a iniciativa e enviou a gravação para Globo News, com as imagens que foram exibidas na série Espírito Santo Solidário. O *videotape* (VT) foi ao Ar no “Programa Via Brasil”, apresentado pelo jornalista Celso Freitas.

A Presidente do MOVIVE, Cristina Puppim, foi convidada para falar sobre a organização no programa “Nove Minutos” do Sr. Eustáquio Palhares, na Rede Tribuna.

A presidente do MOVIVE, Cristina Puppim, concedeu uma entrevista à jornalista Cristina Fagundes, da Rede Gazeta, sobre os resultados da participação da instituição, na série especial Espírito Santo Solidário, no programa Painel de Domingo. Os resultados aumentaram da rede de contatos, divulgação dos projetos da instituição e possibilidade da criação de novas parcerias.

A presidente do MOVIVE participou também do “Programa Estúdio”, na TV Educativa, falando sobre o Projeto Águas do Futuro, Fórum das ONG’s de Vila Velha e Movimento Vida Nova Vila Velha - MOVIVE.

Foi aberta a loja do MOVIVE, na sede da instituição, sendo vendidas mercadorias doadas pela Receita Federal.

O *Shopping* Praia da Costa cedeu uma loja para que a instituição pudesse montar um *Bazar Solidário*, levando a marca e informações sobre a instituição.

Novos *folders* foram confeccionados, atualizando as informações contidas na publicação anterior.

O MOVIVE, em parceria com o *Shopping* Praia da Costa, realizou o evento *ALOHA Beach*, com objetivo de criar uma opção de lazer diferente e divertida, que leve informação, educação ambiental e cultura para as crianças. Para participar do

evento, os pequenos clientes deveriam adquirir a “sementinha do amor” no local do evento, pelo valor simbólico de R\$2,00. Toda a arrecadação do evento foi doada pelo *Shopping* para o MOVIVE.

Este plano de comunicação foi desenvolvido a partir de pesquisas feitas na instituição. As pesquisas nos levaram a diagnosticar que existem falhas na comunicação entre a instituição e os doadores. A partir do diagnóstico foram sugeridas ações mais adequadas para resolver os problemas existentes nesta instituição: o evento anual aproxima o público e traz transparência, a campanha de adesão aproxima o público e prospecta novos doadores a carta de prestação de contas dá total transparência, levando até o doador o balanço mensal da instituição.

Entendo que o plano surgiu da necessidade de tornar as ações do MOVIVE, mais transparentes, aproximar a instituição de seus doadores e prospectar novos doadores, defendemos a implantação do mesmo.

5 - REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DENCKER, Ada de Freitas Maneti; DA VIÁ, Sarah Chucid. **Pesquisa Empírica em Ciências Humanas** (com ênfase em comunicação). São Paulo: Futura, 2001.

FRANCO, Augusto de. **Pobreza & desenvolvimento local**. Trad. Maria Mercedes Quihilaborda Mourão, Susie Casement Moreira. Brasília: ARCA Sociedade do Conhecimento, 2002.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações na Comunicação Integrada**. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.

MENEGHETTI, Silvia Bojunga. **Comunicação e marketing**: fazendo a diferença no dia-a-dia de organizações da sociedade civil. São Paulo: Global, 2001.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de Metodologia Científica**: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses. São Paulo: Pioneira, 1997.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO. Biblioteca Central. Normalização e Apresentação de Trabalhos Científicos e Acadêmicos: guia para alunos, professores e pesquisadores da UFES/Universidade Federal do Espírito Santo. Vitória: A Biblioteca, 6. ed. rev. amp., 2004.

ANEXOS

ANEXO 1 - ROTEIRO

Para realizar as pesquisas qualitativas, foram elaboradas questões para a alta direção e para os colaboradores da instituição. Este foi o roteiro utilizado para fazer a pesquisa qualitativa etnográfica em profundidade.

1.1 Alta direção

Conhecimento da instituição

Faça um breve histórico da ONG

- Criação
- Data
- Criadores
- Porque foi criada

Aspectos Financeiros

- Departamento Financeiro
- Contas a pagar
- Controle de gastos
- Administração de verbas

Objetivos e Metas

- Curto e longo prazo
- Quais são
- Como atingir
- A equipe

Aspectos Administrativos

- Coordenador Administrativo
- Administração
- Os diretores

Projetos desenvolvidos

- Nome
- Tempo de duração
- Beneficiados

Parceiros

- Quantos
- Nome
- De que forma ajudam

Estilo Gerencial

Relacionamento entre diretores

- Quem são
- Porque são
- Bom ou Ruim

Missão e Visão

- Dificuldades
- Primeiro Projeto
- Objetivos

Gerenciar a instituição

- Dificuldades
- Facilidades
- Perfil Gerencial

Comunidade do Entorno

- Relacionamento
- Impactos
- A comunidade participa

Relacionamento da instituição com o poder público

- Municipal
- Estadual
- Federal

Dificuldades com parcerias e doações

- Porque é difícil
- Quem doa
- Quem são os parceiros

Recursos Humanos

Dificuldades de captação e execução de projetos

- Programa de Relacionamento
- Telemarketing

Conceito de voluntariado

- Quantos voluntários
- O que fazem os voluntários
- Que contribuição eles dão

Comunicação / Marketing

- Demandas
- Setor de Comunicação
- Estratégias
- Investimentos
- Imagem da instituição

1.2 Colaboradores

Satisfação com o trabalho

- Dificuldades
- Facilidades

A Comunicação e Marketing

- Imagem da Instituição
- Quem trabalha
- Quantos são

Motivação

- Salário
- Hora Extra
- Benefícios

Condições de trabalho

- Máquinas e equipamentos

Serviços prestados

- Bons ou Ruins
- São satisfatórios
- As pessoas são necessitadas

Relacionamento com a chefia

- Bom ou Ruim
- Suas opiniões são aceitas
- Hierarquia
- Como são os chefes

Comunicação Interna

- Mural
- Informativos
- Relacionamento entre colegas

- Multifuncionalidade

Projetos

- Bons ou Ruins
- Pequenos ou Grandes
- Você os conhece
- Você os aprova
- São eficazes

Atendimento na ONG

- Importância do bom atendimento
- Quantos são atendidos

ANEXO 2 – MODELO DE ROTEIRO DE ENTREVISTAS

Esta pesquisa faz parte do projeto experimental de conclusão de curso da turma de Relações Públicas do curso de Comunicação Social da UVV. Seu objetivo é conhecer o perfil dos doadores do MOVIVE.

Nome da Entidade: _____

1) Tempo de funcionamento da instituição

- a) 1 ano
- b) 2 a 5 anos
- c) 5 a 7 anos
- d) 7 a 10 anos
- e) + de 10 anos

2) Área de Atuação

- a) Ambiental
- b) Social
- c) Educacional
- d) Outro Qual ? _____

3) A Sede é:

- a) Própria
- b) Alugada
- c) Emprestada

4) N° de Funcionários

- a) 1 d) 7 a 10
- b) 2 a 5 e) + de 10
- c) 5 a 7

5) Existe setor de Comunicação?

- a) Sim b) Não

6) Há quanto tempo?

- a) 1 ano d) 7 a 10 anos
- b) 2 a 5 anos e) + de 10 anos
- c) 5 a 7 anos

7) Quantas pessoas compõem a equipe?

- a) 1 d) 4
- b) 2 e) 5
- c) 3

8) Qual a formação dos profissionais da área de comunicação?

- a) Marketing d) Publicidade
- b) Jornalismo e) nenhuma das alternativas
- c) Rel. Públicas

9) Que ações já foram implementadas na área de comunicação?

- a) Mural/Quadro de avisos d) Folder
- b) Informativo e) outro Qual? _____
- c) Telemarketing

10) Política de Comunicação

- a) Massiva d) Estratégica
- b) Dirigida e) Comunitária
- c) Segmentada

11) Como a instituição se comunica com seus doadores?

- a) Mala Direta d) Site
- b) Telemarketing e) Telefone
- c) Mídia de Massa

12) Como é feita a captação de recursos?

- a) Indicação de Amigos d) Eventos
- b) Mídia/Anúncio
- c) Telemarketing

13) Como é mantida a instituição?

- a) Recursos Próprios b) Incentivo do Governo c) Organismos Internacionais
Federal/Estadual/Municipal

14) Como é feita a prestação de contas?

a) () Relatório Anual Qual? _____ b) () Envio de Cartas c) () Não é feita d) outro

ANEXO 3 – MODELO DE *RELEASE*

O Movimento Vida Nova Vila Velha – MOVIVE – é uma organização da sociedade civil que contribui para a melhoria da qualidade de vida e prática da cidadania da população.

O MOVIVE, entidade a partidária e sem fins lucrativos, resolveu criar a partir do ano de 2004 um evento anual de prestação de contas. O objetivo principal da realização de um evento anual de prestação de contas é: dar maior transparência nas ações desenvolvidas pela instituição. Buscamos também difundir os ideais de cidadania e qualidade de vida propostos pela instituição. Além disso, buscamos fixar nossa marca e conseguir novos sócios físicos e jurídicos.

Decidimos mostrar para a sociedade de que maneira a entidade se mantém, sendo que os recursos são provindos em sua maioria de incentivos governamentais.

Dentro do evento estará acontecendo também uma campanha de adesão. Outras pessoas poderão se associar ao movimento e ajudar da forma que achar mais conveniente, com doações em dinheiro, doações de alimentos, doações de vestuário e etc.

O evento será realizado todo o ano a partir do ano de 2004. Este ano será realizado no dia 15 de dezembro às 19:00h, no Hotel Pasárgada, a palestra, a campanha de adesão e um coquetel. Os convidados serão pessoas ligadas ao movimento empresarial capixaba.

O MOVIVE busca com isso deixar a marca da transparência em todas a suas ações e projetos.

ANEXO 4 – MODELO DE CARTA DE PRESTAÇÃO DE CONTAS

Vila Velha, XX de XXXXXX, de 2004

O Movimento Vida Nova Vila Velha – MOVIVE – é uma organização da sociedade civil que contribui para a melhoria da qualidade de vida e prática da cidadania da população. Anunciamos que nossos projetos estão em total funcionamento. Muitas pessoas estão sendo beneficiadas.

Vimos por meio desta, declarar o balanço do mês XXX, sendo que no mesmo foram captados XXX, por meio de doações, XXX por meio de recursos governamentais, XXX por meio parceira com as empresas privadas. O total de recursos foi XXX.

Gratos desde já e dispostos a esclarecer qualquer dúvida nosso muito obrigado.

Presidente

ANEXO 5 – MODELO CARTA DE ADESÃO

Vila Velha, XX de XXX de 2004

O Movimento Vida Nova Vila Velha – MOVIVE – é uma organização da sociedade civil que contribui para a melhoria da qualidade de vida e prática da cidadania da população.

Eu, _____ venho através desta anunciar minha adesão ao Movimento Vida Nova Vila Velha.

Estarei disposto a contribuir de todas as formas com o crescimento e aparelhamento do MOVIVE. Entendendo que o movimento tem total credibilidade.

Ass. Sócio

