

Instituto  
**Gold**





# SOBRE NÓS

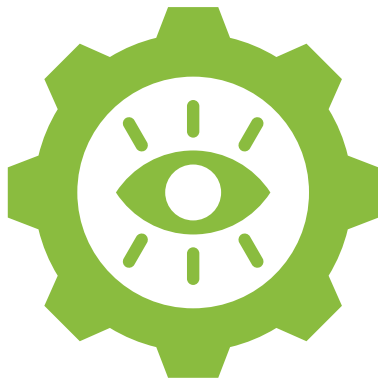
Somos uma organização social sem finalidade lucrativa atuando nos municípios de Sorocaba/SP e Votorantim/SP, que **desde 2010 atua no Jardim Novo Mundo e intermediações**, com o **objetivo de gerar impacto social e transformar realidades** através da assistência social no serviço de convivência para crianças e adolescentes no estado de vulnerabilidade social e extrema pobreza.

Utilizamos do **esporte**, da **cultura** e **diferentes tecnologias sociais** como ferramentas para a construção de um futuro melhor.



## **MISSÃO**

Ser um centro de referência em programas sociais, transformando a realidade de crianças e adolescentes por meio do uso de tecnologias sociais, contribuindo para a redução das desigualdades de oportunidades e garantia de vida saudável por meio do esporte, cultura e educação fortalecendo vínculos familiares e comunitários.



## **VISÃO**

Trabalhar para a transformação social em comunidades com baixo índice de desenvolvimento humano, realizando ações que inspiram e impactam pessoas e seu entorno, atuando com excelência em favor dos que se encontram em situação de vulnerabilidade.



## **VALORES**

- Transformar vidas por meio de valores éticos e cristãos;
- Humanização no acolhimento;
- Transparência;
- Colaboração;
- Inovação;
- Sustentabilidade econômica, social e ambiental;
- Articulação em rede.

# JUSTIFICATIVA

A infância e adolescência tem grande importância na formação do sujeito, sendo muitas vezes influenciados pelos altos níveis de pobreza que se encontram na sociedade, onde no Brasil, cerca de **32 milhões de crianças e adolescentes vivem na pobreza**. As condições de vida e as oportunidades oferecidas durante a infância e adolescência podem ser determinantes para a evolução do processo saúde-doença onde indivíduos originados da precariedade social e econômica podem apresentar impactos na saúde física, cognitiva, emocional e/ou ocupacional. É possível concluir que a **vulnerabilidade social** não é consequência apenas do **desenvolvimento econômico** da cidade, mas também das **violações dos direitos**.

**ANALISE**

**SWOT**



## **PONTOS FORTES**

Programas e projetos consolidados, certificações, Apoio comunitário, equipe comprometida.

## **OPORTUNIDADES**

Leis de incentivo, parcerias com empresas ESG, aplicação de recursos digitais

**S**

**W**

**O**

**T**

## **PONTOS FRACOS**

Dependência de editais / patrocínios, infraestrutura limitada.

## **RISCOS**

Redução de Contribuições, Redução de recursos públicos e nota fiscal paulista, concorrência por editais, instabilidade econômica.

# **DIAGNÓSTICO**



# DIFERENCIAIS

- Projetos premiados e certificados;
- Metodologias próprias em cultura, esporte e empreendedorismo;
- Foco em inclusão social e inovação comunitária.

# NECESSIDADE ATUAL

- Diversificar fontes de financiamento;
- Garantir sustentabilidade financeira;
- Ampliar a base de apoiadores.



1. Garantir a sustentabilidade institucional (custos fixos, equipe técnica, manutenção de espaços);
2. Financiar os projetos prioritários:
  - Geração de Ouro (futsal e futebol);
  - Semear (Serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos);
  - ReciclArte (moda circular e reciclagem criativa);
  - Meninas de Ouro (música e percussão);
  - Florescer (Saúde).
3. Criar um fundo institucional para inovação e emergência;
4. Aumentar a visibilidade do Instituto junto a empresas, poder público e sociedade civil;
5. Realizar construção do novo espaço.

# MEIOS DE CAPTAÇÃO



# LEI DE INCENTIVO E FOMENTO PÚBLICO

**Lei Rouanet (8.313/91)** – Projetos culturais (Frutificar, Meninas de Ouro, Reciclart).

**ProAC Editais e ICMS** – Oficinas, moda circular e projetos musicais.

**Lei de Incentivo ao Esporte** – Projeto Geração de Ouro.

**Lei de Incentivo à Reciclagem (14.260/2021)** – Expansão do Reciclart.

**Fundos Municipais/Estaduais** – (Criança, Adolescente, Idoso, Cultura). Editais de **Fundações/Institutos Privados** – (Itaú Social, Fundação Itaú, Fundação Volkswagen, Instituto CCR etc.).

# EDITAIS PRIVADOS

A captação através de **editais privados** ocorre por meio do monitoramento de oportunidades **oferecidas por empresas, fundações e institutos**, com elaboração de projetos alinhados às exigências dos financiadores e apresentação da capacidade técnica e impacto social da organização.

Esse processo fortalece a sustentabilidade institucional, amplia as ações sociais desenvolvidas pelo Instituto e possibilita a execução de projetos com maior alcance e transformação social.

# CAPTAÇÃO PRIVADA E EMPRESARIAL

**Patrocínio empresarial via leis de incentivo** (contrapartidas de visibilidade).

**Parcerias com indústrias têxteis e papeleiras** (doação de insumos e financiamento de oficinas).

**Programas de ESG e ODS** - Oferecer relatórios de impacto social como contrapartida.

**Campanhas de apadrinhamento de projeto ou espaço** - Empresas responsáveis financeiramente por projeto ou espaço.

# COMUNIDADE LOCAL E PESSOA FÍSICA

**Campanha de doação recorrente** (“Parceiro Gold”).

**Eventos beneficentes** (bazares, feiras, corridas e festivais culturais).

**Plataformas de arrecadação para projetos pontuais** (reformas, construções pontuais, roupas, livros)

# SUSTENTABILIDADE PRÓPRIA

**Brechó solidário e moda circular** (ampliar profissionalização e marketing).

**Loja online de produtos institucionais** (camisetas, bordados, peças criativas do ReciclArte).

**Prestação de serviços culturais e esportivos para escolas e empresas.**

**Negócio Social** (Equoterapia).

# **VISIBILIDADE E COMUNICAÇÃO**



**Plano de Comunicação 2026** (redes sociais, WhatsApp, LinkedIn, e-mail e site)

**Calendário editorial** com conteúdos sobre impacto, depoimentos de beneficiários e resultados mensurados.

**Produção de vídeos curtos e podcasts** para engajamento de empresas e comunidade.

**Relatórios de impacto e anuários institucionais** (entregar aos patrocinadores e parceiros)

# PLANEJAMENTO DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS



## PLANEJAMENTO

- Elaboração de projetos;
- Reuniões com empresas para relacionamento;
- Doações recorrentes.

- Efetivação de parcerias;
- Captação Lei de Incentivo;
- Festas típicas (doações);
- Doações recorrentes.

- Captação de Emenda Parlamentar;
- Início do Negócio Social;
- Doações recorrentes.

- Campanha de apadrinhamento afetivo e financeiro;
- Efetivação das Leis de Incentivo;
- Doações recorrentes.

- Evento beneficente (Bazar/Feira Cultural)

jan-Mar

Abr-Jun

Jul-Set

Out-Dez

Eventos Pontuais

- 5 projetos submetidos;
- 20 reuniões

- 10 parcerias efetivadas;
- Realização de festas típicas e vendas de produtos.

- 50 pedidos em gabinetes para Emenda Parlamentar;
- 15 reuniões para Emenda Parlamentar;
- Atendimento semanal através do negócio social.

- Apadrinhamento de todos os atendidos.

- R\$ 100 mil arrecadados

**META**

# INDICADORES DE SUCESSO



**Recursos captados** (meta anual: R\$ 3 milhões).

**Nº de empresas parceiras ativas** (meta: 30).

**Nº de pessoas físicas doadoras recorrentes** (meta: 500).

**Visibilidade institucional** aumento de 50% em seguidores/redes sociais.

**Relatórios de impacto** entregues aos parceiros.

**Construção do novo espaço** em 50%.

# SÍNTESE DE METAS





## **CAPTAÇÃO TOTAL ESTIMADA**

R\$ 3 milhão (somando leis, empresas, comunidade e geração própria)



## **TRANSPARÊNCIA**

Relatórios de impacto semestrais para fidelizar apoiadores.



## **FOCO EM SUSTENTABILIDADE**

Doações recorrentes + loja online + negocio social



## **NOVO ESPAÇO**

50% do novo espaço construído



## **ENGAJAMENTO COMUNITÁRIO**

Evento anual e campanhas digitais

# FORMAS DE CONTATO




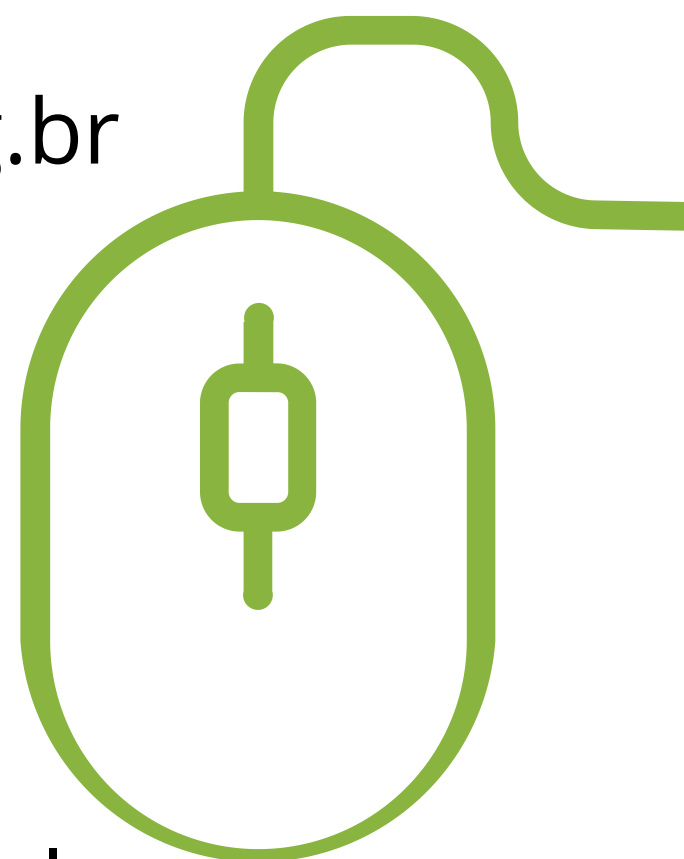
# INSTITUTO GOLD

 [www.institutogold.org.br](http://www.institutogold.org.br)

 [@institutogoldoficial](https://www.youtube.com/@institutogoldoficial)

 [@institutogoldoficial](https://www.whatsapp.com/@institutogoldoficial)

 [@institutogoldoficial](https://www.instagram.com/institutogoldoficial)  
[@projetoemear.gold](https://www.instagram.com/projetosemear.gold)  
[@geracaodeouro\\_oficial](https://www.instagram.com/geracaodeouro_oficial)



Instituto  
**Gold**  
**OBRIGADA**

