

Instituto

Gold

**PLANO DE CAPTAÇÃO
DE RECURSOS 2025**

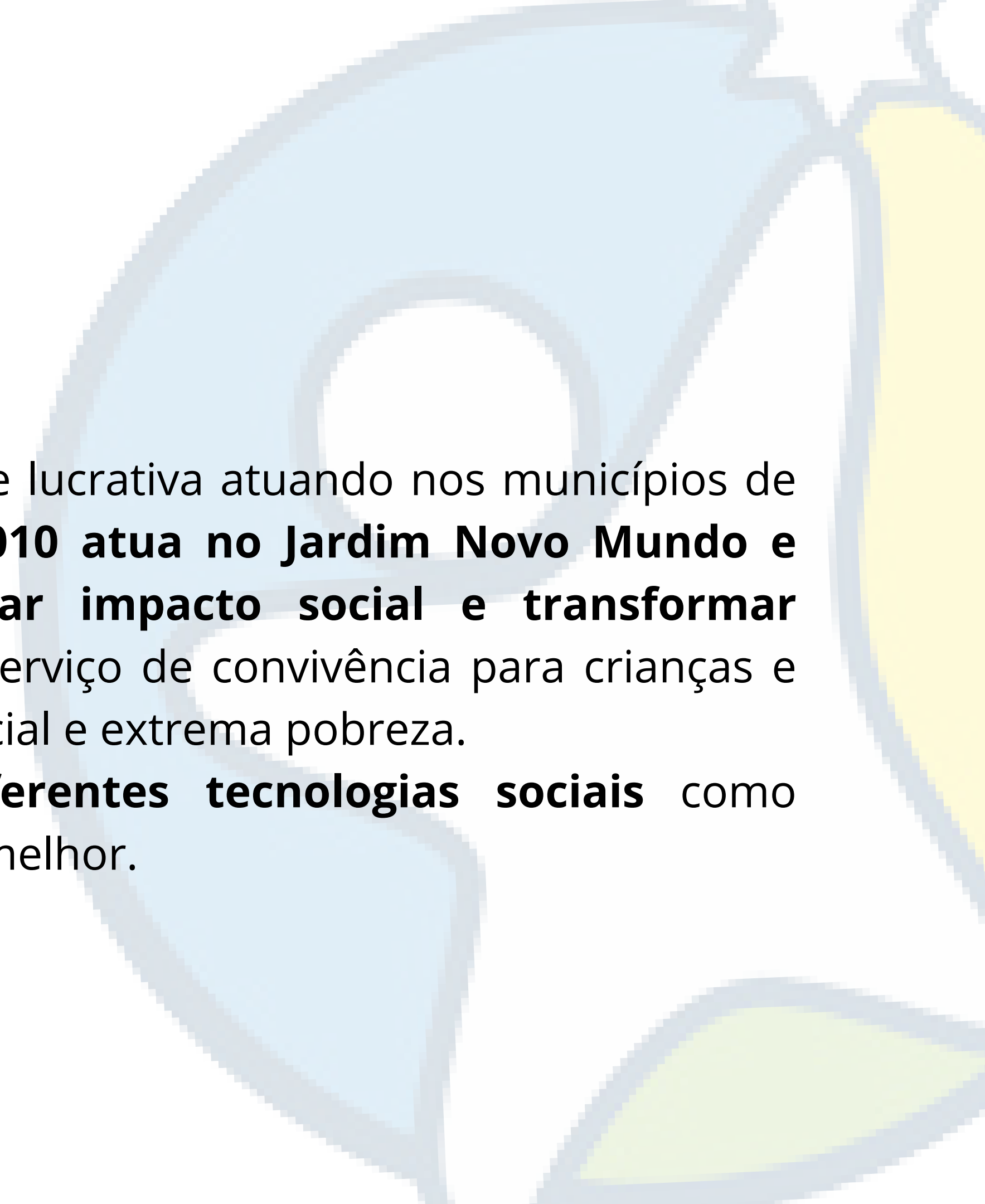




SOBRE NÓS

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.



VISÃO

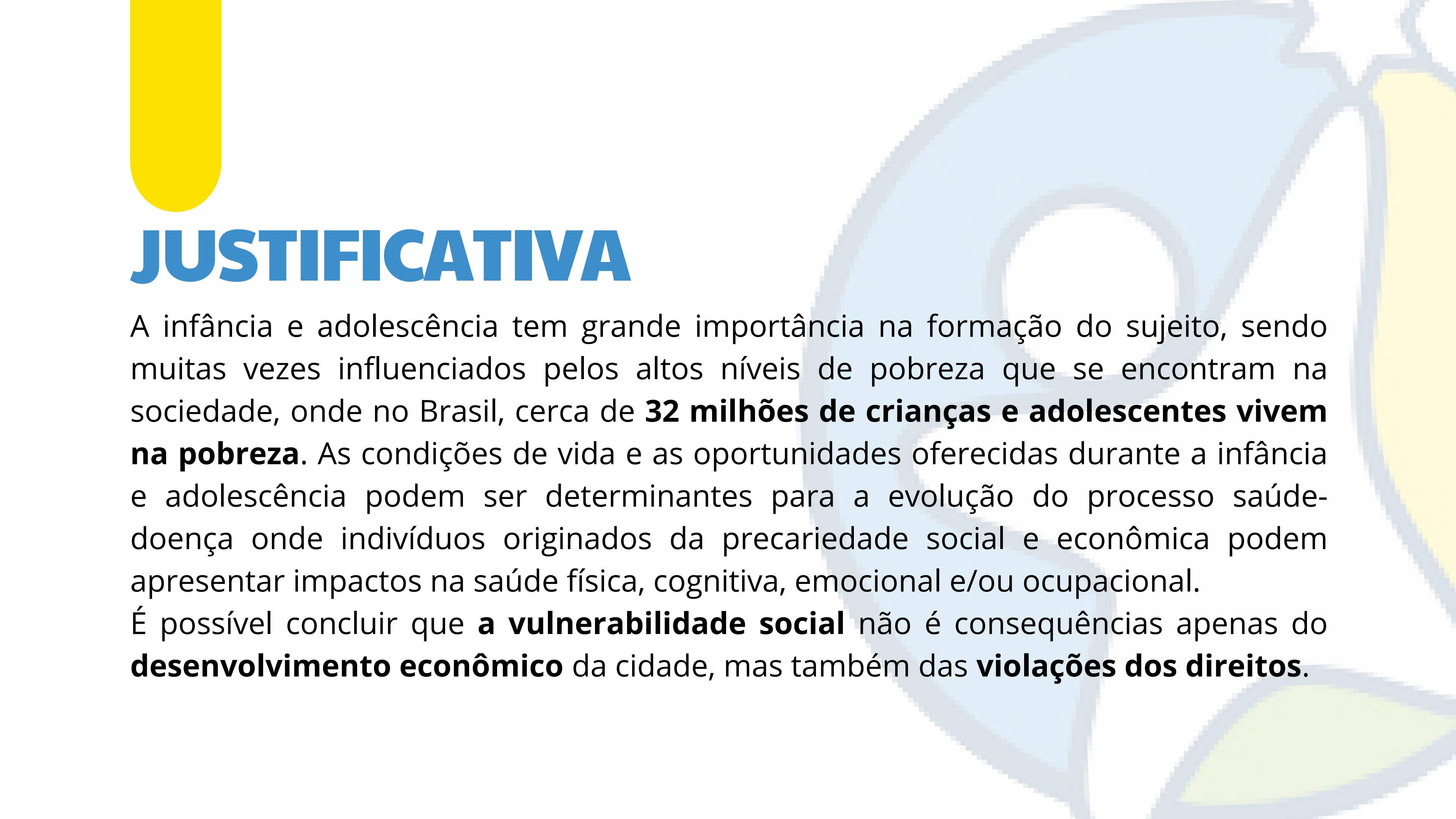
Ser um centro de referência em programas sociais, transformando a realidade de crianças e adolescentes por meio do uso de tecnologias sociais, contribuindo para a redução das desigualdades de oportunidades e garantia de vida saudável por meio do esporte, cultura e educação fortalecendo vínculos familiares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

MISSÃO

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 consequências apenas do **desenvolvimento econômico** da cidade, mas também das **violações dos direitos**.

A large, stylized green leaf graphic with a prominent central vein and several smaller veins branching off, positioned on the right side of the slide.

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

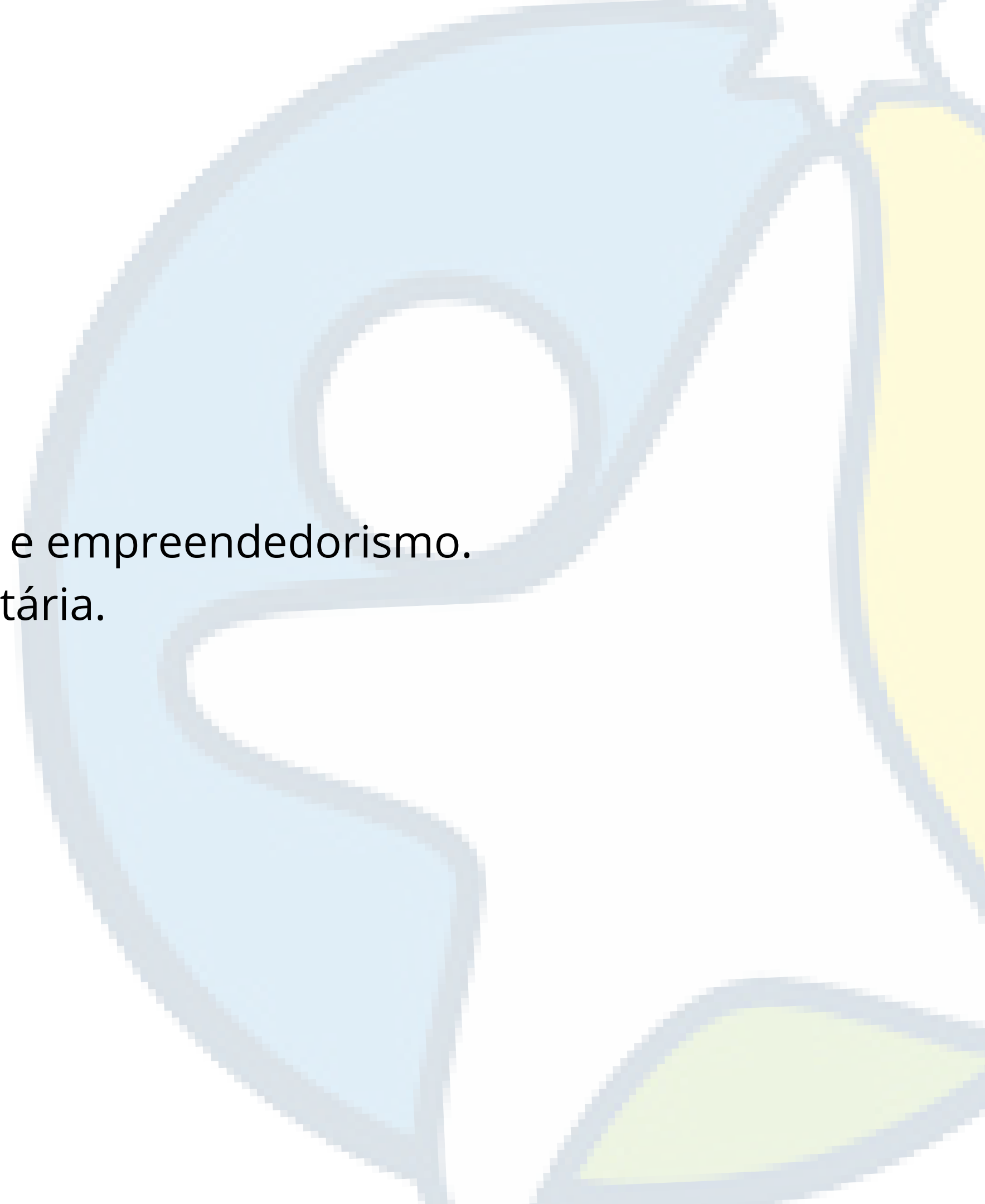
Redução de Contribuições, Redução de recursos públicos e nota fiscal paulista, concorrência por editais, instabilidade econômica.



DIAGNÓSTICO



DIFERENCIAIS

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

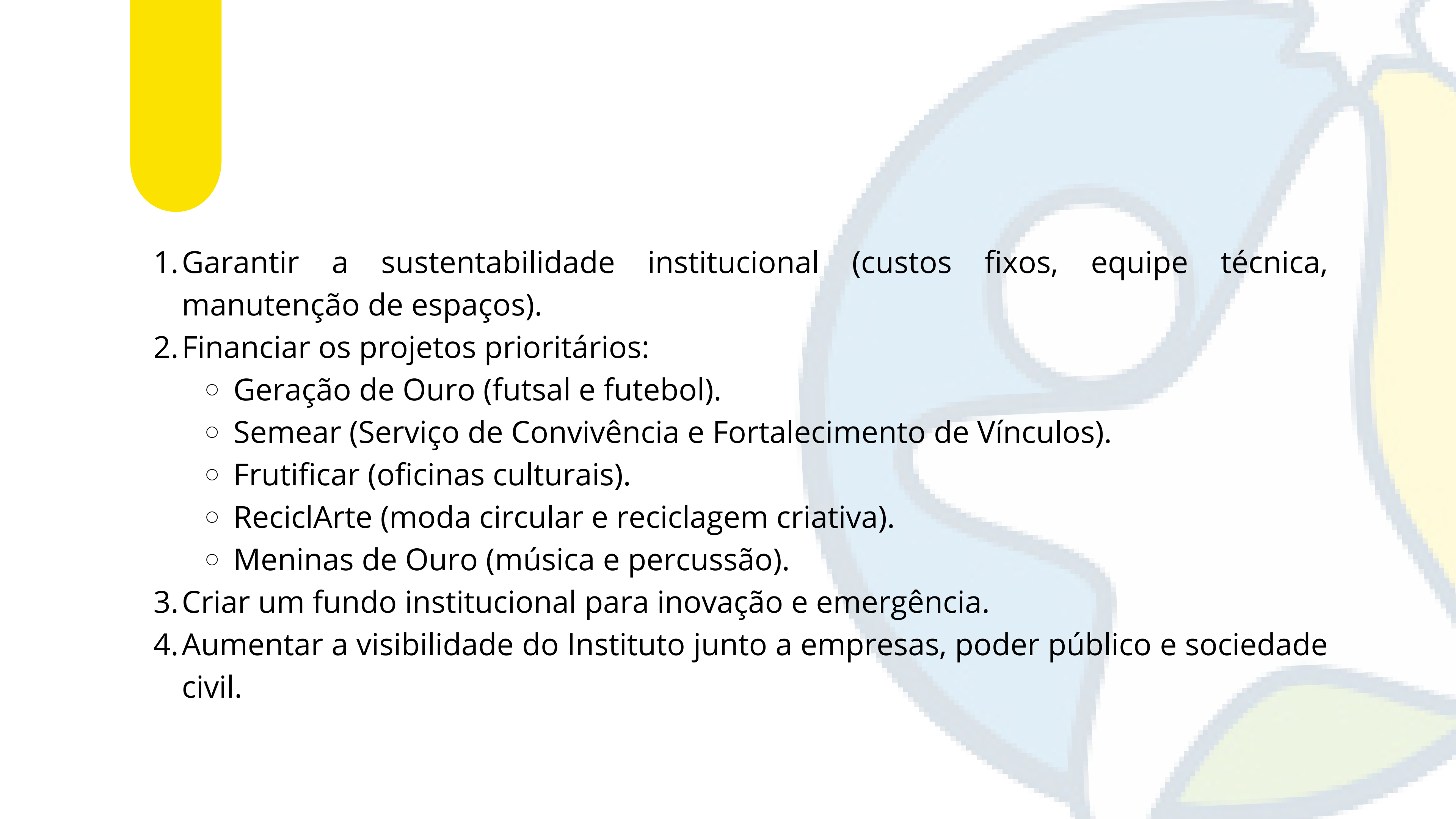


NECESSIDADE ATUAL

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

A large, stylized green leaf graphic with a thick outline and a central vein, positioned on the right side of the image.

OBJETIVO

- 
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).
 - Frutificar (oficinas culturais).
 - ReciclArte (moda circular e reciclagem criativa).
 - Meninas de Ouro (música e percussão).
 3. Criar um fundo institucional para inovação e emergência.
 4. Aumentar a visibilidade do Instituto junto a empresas, poder público e sociedade civil.



MEIOS DE CAPTAÇÃO



LEI DE INCENTIVO E FOMENTO PÚBLICO

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

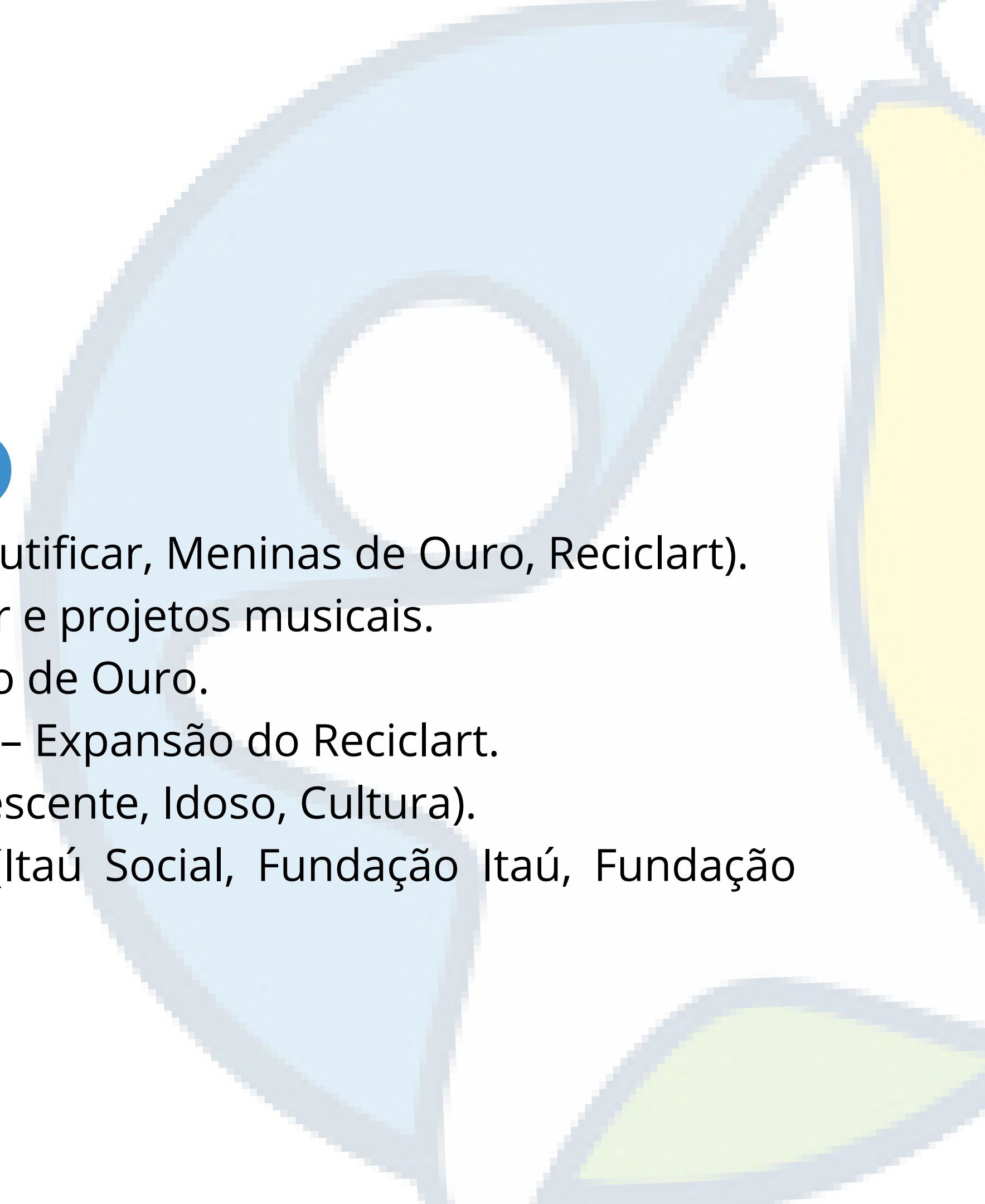
ProAC Editais e ICMS – Oficinas, moda circular e projetos musicais.

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.).





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).

Cursos pagos para público externo (fotografia, comunicação digital, empreendedorismo).

Prestação de serviços culturais e esportivos para escolas e empresas.



SUSTENTABILIDADE PRÓPRIA

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

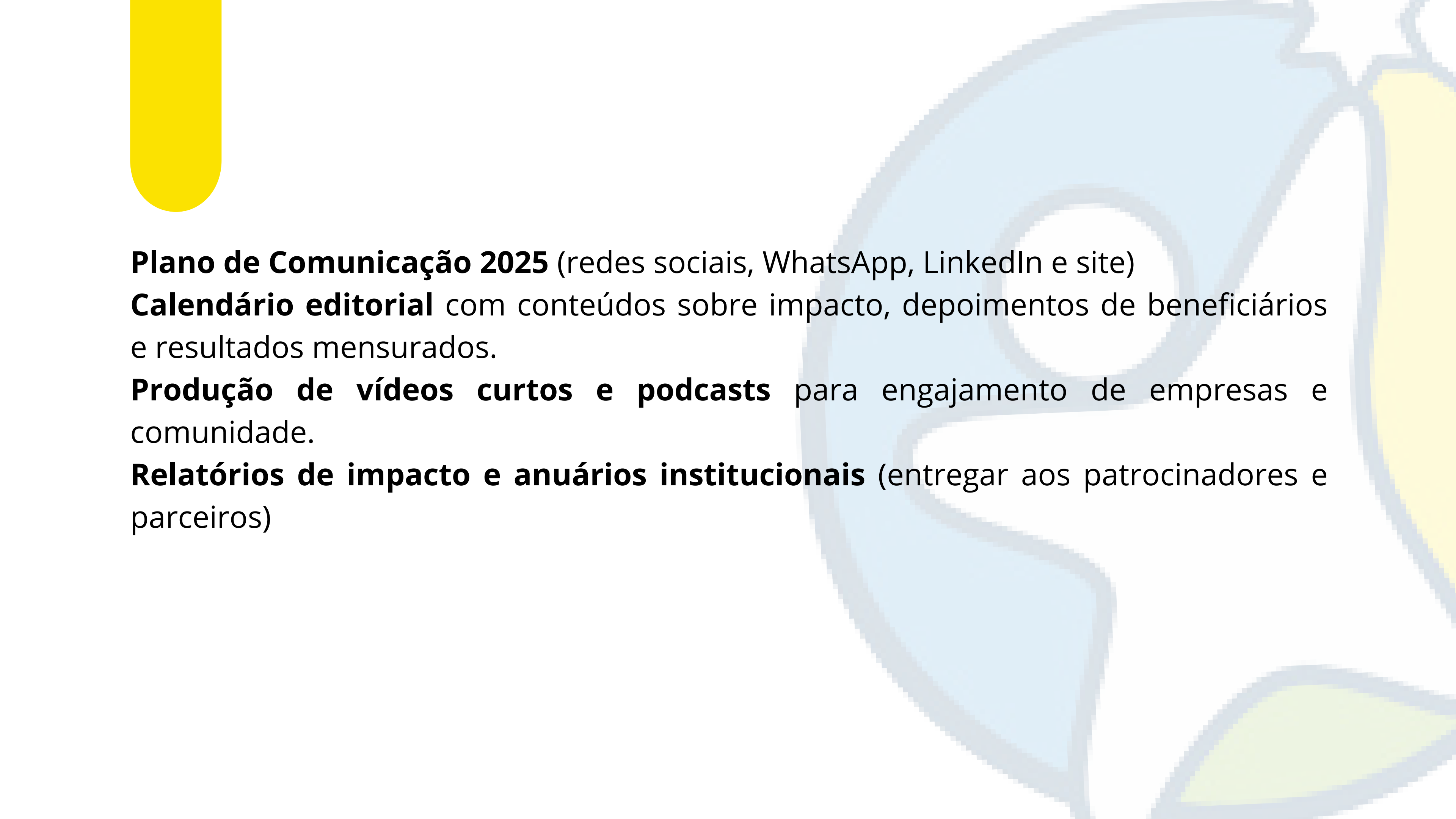
Loja online de produtos institucionais (camisetas, bordados, peças criativas do ReciclArte).

Cursos pagos para público externo (fotografia, comunicação digital, empreendedorismo).

Prestação de serviços culturais e esportivos para escolas e empresas.



VISIBILIDADE E COMUNICAÇÃO



Plano de Comunicação 2025 (redes sociais, WhatsApp, LinkedIn 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)

A large, stylized green leaf graphic with a prominent central vein and several smaller veins branching out, positioned on the right side of the slide. The leaf is rendered in a light green color with a slightly textured, pixelated appearance.

PLANEJAMENTO DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS

PLANEJAMENTO

Elaboração e inscrição de projetos em leis de incentivo Rodada de reuniões com empresas locais Campanha de doação recorrente e ampliação da loja online Campanha de apadrinhamento afetivo e financeiro Evento beneficente (Bazar/Feira Cultural)



5 projetos submetidos 10 reuniões 200 doadores ativos, venda de 100 produtos Apadrinhamento de todos os atendidos R\$ 30 mil arrecadados

META



INDICADORES DE SUCESSO



Recursos captados (meta anual: R\$ 1,2 milhão).

Nº de empresas parceiras ativas (meta: 20).

Nº de pessoas físicas doadoras recorrentes (meta: 200).

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

Relatórios de impacto entregues aos parceiros.





SÍNTESE DE METAS

**Captação total
estimada**

R\$ 1,2 milhão
(somando leis,
empresas,
comunidade e
geração própria)

**Foco em
sustentabilidade**

Doações
recorrentes + loja
online + cursos
pagos

**Engajamento
comunitário**

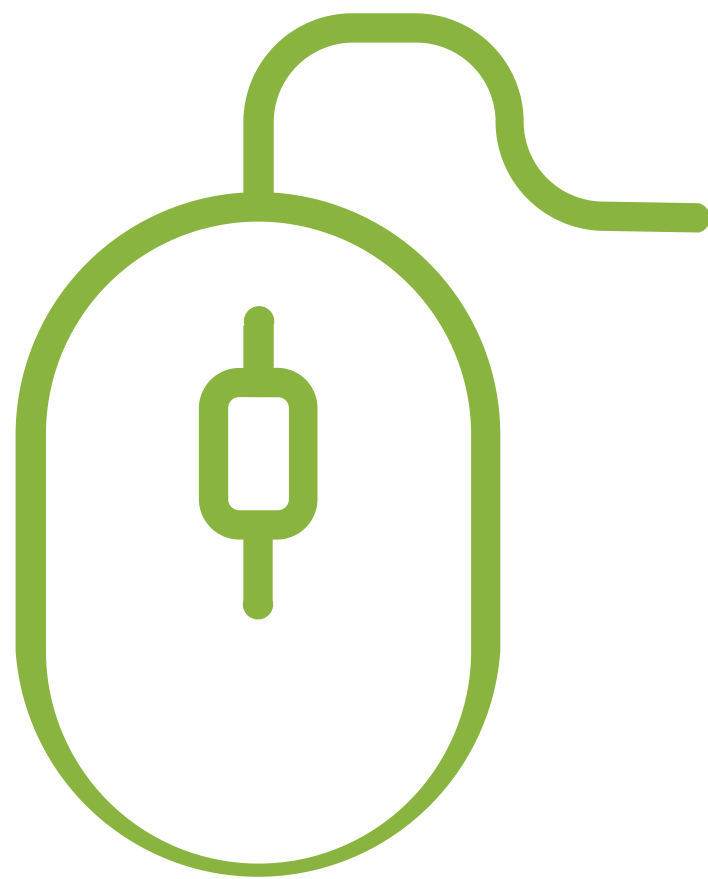
Evento anual e
campanhas
digitais

Transparência

Relatórios de
impacto
semestrais para
fidelizar
apoadores.

A large, stylized green leaf graphic with a prominent central vein and several smaller veins branching off, positioned on the right side of the image. The leaf is rendered in a light green color with a slightly darker green outline.

FORMAS DE CONTATO



INSTITUTO GOLD

@institutogoldoficial

@geracaodeouro_oficial

@projetoemear.gold

@gerarte_gold

www.institutogold.org.br

(15) 997569822

Instituto

Gold

OBRIGADA

