



Serviços e Cidadania

Mostra Local de: Curitiba e Região Metropolitana

Categoria do projeto: II – Projetos em implantação (projetos que estão em fase inicial)

Nome da Instituição/Empresa: Instituto GRPCOM

Cidade: Curitiba

Contato: lianaw@grpcom.com.br

Autor (es): Instituto GRPCOM

Equipe: Ana Gabriela Simões Borges - Pedagogia

Rafael Riva Finatti - Jornalismo e Economia

Liana Weigert - Publicidade

Parceria: Em todo o Paraná, o projeto conta com dezenas de instituições parceiras – universidades, entidades de classe e empresas – que atuam nas áreas de gestão e de comunicação. Alguns exemplos são: Universidade Federal do Paraná, a PUCPR, o SEBRAE, a Ordem dos Advogados do Brasil, o Conselho Regional de Contabilidade, a Aliança Empreendedora; além de agências de comunicação renomadas, como a Heads, a Blu Comunicação, a Valente Branding e a Deiró Filmes.

Objetivo(s) de Desenvolvimento do Milênio trabalhado(s) pelo projeto:

RESUMO

O Serviços e Cidadania é um canal de serviços gratuitos que oferece apoio nas áreas de gestão e comunicação para entidades sociais sem fins lucrativos que atuam no Paraná. Além da possibilidade de solicitar serviços e de participar de cursos e eventos de capacitação, as entidades cadastradas têm acesso aos Classificados, espaço no qual poderão anunciar ofertas de permutes, solicitações de recursos materiais e disponibilidade de itens para doação. O canal também oferece conteúdos voltados ao aperfeiçoamento das organizações e profissionais que atuam no terceiro setor, bem como informações sobre eventos e editais (patrocínios e prêmios).

MOSTRA DE PROJETOS 2013

Palavras-chave: Voluntariado, Parceria, Responsabilidade Social, Terceiro Setor, Desenvolvimento

INTRODUÇÃO

O Instituto GRPCOM é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), com sede em Curitiba e presença em todo o Paraná. Atua nas áreas de educação, cultura, de-senvolvimento humano e comunitário, além de promover disseminação de informações e orientações voltadas ao fortalecimento do terceiro setor.

Os projetos desenvolvidos pelo Instituto GRPCOM seguem os valores éticos do Grupo Paranaense de Comunicação e os preceitos da responsabilidade social empresarial. Eles são resultados de iniciativas próprias, do apoio a projetos sociais das empresas do GRPCOM e da Rede Globo, e também de parcerias comunitárias.

Desde a sua criação, cada uma das empresas do Grupo Paranaense de Comunicação exerce a cidadania corporativa por meio de ações sociais, filantrópicas e assistenciais, em prol do de-senvolvimento da comunidade paranaense. Com a criação do Instituto GRPCOM, em 2001, foi possível fazer a gestão conjunta dos programas e projetos sociais, culturais e educacionais desenvolvidos diretamente pelas empresas ou apoiados pelas mesmas, o que permitiu potencializar os esforços e multiplicar os resultados alcançados.

1. JUSTIFICATIVA: A falta de recursos financeiros, profissionais e operacionais faz com que muitas instituições sociais enfrentem dificuldades em desenvolver as atividades propostas e atingir seus objetivos. A sustentabilidade financeira, o fortalecimento dos processos institucionais, a profissionalização da equipe e a falta de recursos humanos estão entre os principais desafios enfrentados pelas instituições. Em resposta a esse cenário, o Instituto GRPCOM criou o canal Serviços e Cidadania, com o objetivo de contribuir para a promoção da sustentabilidade, profissionalização e atuação estratégica das organizações do terceiro setor, ao mesmo tempo em que dissemina a cultura de responsabilidade social entre o empresariado paranaense.

2. OBJETIVO GERAL: Contribuir para a profissionalização da gestão, continuidade das operações, promoção, sustentabilidade e desenvolvimento das ONGs paranaenses.

3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Possibilitar que as ONGs paranaenses usufruam de serviços voluntários especializados nas áreas de gestão e comunicação;
- Indicar para as empresas, instituições e pessoas físicas interessadas às organizações prioritárias para receber auxílio nas áreas de gestão e comunicação;
- Divulgar ações de responsabilidade social empresarial;



- Apresentar às ONGs cadastradas informações sobre eventos, publicações, editais (patrocínios e prêmios) e outras notícias relacionadas ao desenvolvimento do terceiro setor paranaense;
- Manter uma área de classificados para que entidades e parceiros possam anunciar ofertas de permuta, solicitação ou oferta de recursos materiais e disponibilidade de itens para doação.

4. METODOLOGIA: 1) ONGs se cadastram e solicitam serviços;
2) Parceiros se cadastram e ofertam serviços;
3) Equipe do IGRPCOM faz a ponte entre ofertas e demandas, realiza o acompanhamento e avalia o serviço prestado, no final;
4) Promoção de palestras e oficinas de interesse geral.

5. MONITORAMENTO DOS RESULTADOS: 1) Atendimento das expectativas das ONGs;
2) Satisfação dos parceiros ativos;
3) Quantidade de serviços executados.

6. VOLUNTÁRIOS: Todos os parceiros realizam os serviços voluntariamente, de acordo com sua disponibilidade e, também, com as demandas apresentadas pelas ONGs cadastradas. Em 2013, já foram executados mais de 60 serviços, em todo o Paraná, por parceiros das duas áreas de atuação do projeto – comunicação e gestão.

7. CRONOGRAMA: O projeto é continuo. À medida que as ONGs solicitam os serviços, eles são encaminhados aos parceiros que apresentam um plano de trabalho específico.

9. ORÇAMENTO: O projeto tem um custo anual de aproximadamente R\$ 150 mil reais, incluindo as despesas com equipe técnica, divulgação e eventos.

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS: A ideia do projeto é bastante simples – de fácil replicação. O que é complexo é o processo, que envolve grandes quantidades de parceiros e ONGs. A atual plataforma online não existe no mercado, por isso precisaria ser desenvolvida (ou ser substituída por alguma outra ferramenta) por quem quiser replicar o projeto.

REFERÊNCIAS

A elaboração do projeto se deu com base no relacionamento com a comunidade e em uma pesquisa realizada no final de 2009 com 26 ONGs de Curitiba e Região

MOSTRA DE PROJETOS 2013

Metropolitana, a respeito das principais necessidades das entidades sociais. Contribui também, é claro, a experiência empírica e também a acadêmica dos atores do projeto na área do Terceiro Setor.