



**ORGANIZAÇÕES DO TERCEIRO SETOR: DESAFIOS NA
CAPTAÇÃO DE RECURSOS PARA SUA GESTÃO**

Elton Praxedes Carvalho da Silva
elton@nortel.com.br

Sandra Stöckli de Vasconcelos
sandrastockli@hotmail.com

Miguel Arantes Normanha Filho
m.arantesprof@yahoo.com.br

Faculdade INPG - Campinas

RESUMO:

O terceiro setor mostra-se importante ator social para a comunidade carente, proporcionando serviços que complementam ou suprem, muitas vezes, ações sociais do poder público. Toda organização que tem uma finalidade específica de atuação utiliza-se de recursos financeiros para manter suas atividades em funcionamento. O terceiro setor, com objetivo social, não está fora de tal contexto: necessita ter recursos para suas operações. Face tal condição, surgiu o problema de pesquisa para o artigo: qual é a relevância das estratégias de captação de recursos, para as organizações do terceiro setor, como ferramenta de gestão? Do problema, derivou-se o objetivo de pesquisa: identificar ferramentas de captação de recursos de modo que as organizações sem fins lucrativos satisfaçam suas necessidades de recursos. Realizou-se pesquisa bibliográfica para construção do arcabouço teórico, bem como uma pesquisa com seis organizações que prestam serviço social para a comunidade, todas inseridas em Campinas e sua região metropolitana. Após a compilação dos dados e análise, constatou-se que muito ainda precisa ser feito nas entidades para melhorar essa atividade de captação.

PALAVRAS CHAVE: Captação de Recursos; Terceiro Setor.

INTRODUÇÃO

Em um ambiente incerto, de constantes transformações, com acentuada e crítica situação social, no qual a desigualdade social lamentavelmente ainda é uma triste constatação, temos um fenômeno social que muitos estudiosos apresentam como promissor, que cresce consideravelmente no mundo e também em todo Brasil. Fenômeno chamado de terceiro setor – organização com objetivo social - que necessita de atenção e dedicação para que se torne um grande feito para a sociedade na ausência ou omissão do poder público em questões sociais.

Como o terceiro setor trabalha, também, com a linha de voluntariado e com a premissa básica de não obter lucros, as dificuldades na gestão dessas organizações estão em discussão constante, pois nem sempre as doações de benfeitores, pessoas físicas e jurídicas, ou mesmo a ajuda dos

próprios colaboradores, são suficientes para manter o bom funcionamento das organizações e de seus projetos. Desta forma, destaca-se a importância de criar-se plano eficaz de captação de recursos, que seja capaz de cobrir as necessidades da organização, bem como proporcionar os resultados esperados. Neste sentido surgiu o problema de pesquisa para o artigo: qual é a relevância das estratégias de captação de recursos, para as organizações do terceiro setor, como ferramenta de gestão? Do problema surgiu o objetivo de pesquisa: identificar ferramentas de captação de recursos de modo que as organizações sem fins lucrativos satisfaçam suas necessidades (de recursos).

Vários são os motivos que justificam a realização do artigo, uma vez que o terceiro setor apesar de ser considerado por alguns estudiosos como um novo fenômeno social, proporciona divergências quanto a sua origem, conceito e clarificação terminológica.

A metodologia utilizada foi a elaboração de um questionário, com perguntas abertas e fechadas, proporcionando assim, liberdade aos entrevistados nas respostas. Para a construção do arcabouço teórica foi feita pesquisa bibliográfica.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Segundo Coelho (2000), no Brasil o termo terceiro setor possui muitas denominações, pois em diversos livros, artigos e reportagens sobre o assunto, esse termo se confunde: ONGs (Organizações Não Governamentais), organizações voluntárias, organizações sem fins lucrativos, etc. Com o objetivo de clarificar a confusão terminológica, serão expostos, no artigo, diversos conceitos, na visão dos autores pesquisados.

Levando-se em consideração que o governo é a entidade que contempla as organizações do primeiro setor, e que as empresas privadas são participantes das organizações do segundo setor, apresentamos o terceiro setor como sendo uma mescla dos dois, conforme Camargo:

O 'meio-termo' é uma expressão difundida que se reporta a ideia de equilíbrio de valores, buscando entre os extremos opostos uma ideologia, um caminho central conciliador, que seja composto por premissas de ambos os lados, de tal forma que harmonize e até ou até mesmo integre elementos em debate, tendo em vista pontos comuns entre si. Nesse cenário pode-se considerar o terceiro setor como um meio-termo do ambiente político-econômico, intermediando as relações entre o Estado e o mercado no que tange as questões de melhora social. Seu principal

mérito é agregar modelos organizacionais eficientes aos seus objetivos voltados à filantropia (2001, p.15).

Na interpretação de Albuquerque (2006), o terceiro setor advém da expressão em inglês *third sector*, que usualmente nos Estados Unidos também incorpora organizações chamadas sem fins lucrativos (*nonprofit organizations*) ou até mesmo, setor voluntário (*voluntary sector*). Na Inglaterra utiliza-se outro nome, *charities*, que significa instituições de caridade.

Na visão de Hudson (1999), o terceiro setor ainda é pouco conhecido e necessita ser explorado como organização social, porém destaca a importância desse seguimento. Esse setor, diferentemente dos demais, não tem os mesmos objetivos econômicos, preocupando-se apenas com o social, com os valores morais existentes dentro de uma sociedade, principalmente com aqueles que são desprovidos de acessos, como por exemplo: educação, saúde, moradia e outros.

Montaño (2002) apresenta que a análise sobre o terceiro setor deveria partir das mudanças nas esferas produtivas e a reforma do Estado, ou seja, o autor avalia que as definições deveriam surgir analisando um contexto mais abrangente, já que as existentes são oriundas de um pensamento de um fenômeno isolado. Esse fenômeno é a crescente participação da sociedade civil em atividades que deveriam ser disponibilizadas pelo poder público.

De acordo com Camargo (2001), o terceiro setor no Brasil tem um papel desafiador, pois ele difere-se dos demais setores que contemplam as organizações privadas e públicas. O terceiro setor age como se fosse um intermediador entre os outros setores, ou seja, ele possui características dos dois, mas tem um objetivo diferenciado, voltado para a assistência social, buscando equilíbrio dos indivíduos na sociedade. Todas as organizações, sem fins de lucros ou não, necessitam de recursos para viabilizar sua atividade, de forma que se obtenha resultado positivo com a operação.

Baseado em pesquisa, Camargo (2001) ressalta que a maioria das organizações pesquisadas (71%), a escassez de recursos era a principal dificuldade encontrada, seguida do baixo investimento do governo (37%). A autora comenta a importância de trabalhar o marketing institucional, isto é, utilizar as ferramentas do marketing social para aperfeiçoar a captação de recursos, promovendo a instituição.

Captar recursos vai muito além conquistar donativos de pessoas que se sensibilizem com a missão da organização; é um assunto que precisa de atenção especial, pois como as entidades são diferentes, as formas de captação, bem como o plano estratégico para coletar recursos.

ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA

Na análise dos dados da pesquisa, observou-se que a maioria das organizações pesquisadas não tem plano formal de captação de recursos, ou até mesmo, desconhecem a estrutura para realização de plano ou ação formal de captação, contudo, buscam recursos de fontes variadas, aleatoriamente e emergencialmente, ou seja, se empenham em angariar recursos quando a necessidade é imediata, não ocorrendo estratégia de captação, com foco no longo prazo. Para todas as organizações pesquisadas, a diretoria é responsável pela aprovação de planos de captação de recursos, porém quando o assunto é controle, a diretoria trabalha em conjunto com o departamento financeiro. Todos os recursos captados destinam-se as atividades fim, de maneira direta e/ou indireta, isto é, os recursos também são utilizados para manutenção da entidade.

CONCLUSÃO

Após análise dos resultados da pesquisa realizada em seis organizações do terceiro setor, na cidade de Campinas e sua região metropolitana, constatou-se que dentre as organizações pesquisadas a grande maioria não tem uma estratégia para captação de recursos bem estruturada. Pelo arcabouço teórico construído pode-se concluir que o observado na pesquisa explica-se basicamente por dois motivos: 1º) são organizações recentes no cenário social atual, sendo que, no Brasil, começam a ter destaque a partir de 2000, sem base conceitual definida para a concepção de sua estrutura orgânica; e, 2º) não possuem, na sua grande maioria, profissionais preparados para o planejamento e implementação de plano de captação de recursos. Assim é possível afirmar que a gestão do terceiro setor ainda não possui uma construção teórica própria, explicado, em parte, por ser recente sua existência, o que se traduz, ainda, em incipientes pesquisas teóricas e aplicações práticas. Tal constatação permite-nos concluir que administrar sem capacidade técnica de gestão é um fator negativo, independentemente do seguimento da organização.

O problema de pesquisa: qual é a relevância das estratégias de captação de recursos, para as organizações do terceiro setor, como ferramenta de gestão? Ele foi respondido por meio da sustentação do arcabouço teórico construído, pois permitiu base para análise do resultado da pesquisa junto às organizações do terceiro setor, uma vez que revelou o quanto são necessárias estratégias de captação de recursos, por parte das organizações.

O objetivo de pesquisa: identificar ferramentas de captação de recursos de modo que as organizações sem fins lucrativos satisfaçam suas necessidades (de recursos). Este foi parcialmente atingido, pois se identificou a necessidade de ações para captação de recursos, mas não especificamente qual ou quais ferramentas devem ser usadas, devido à limitação do arcabouço teórico, que não contemplou abordagens específicas.

Podemos concluir, pelos estudos realizados para elaboração do artigo, que cada entidade deve ter um profissional responsável pela captação de recursos. Esse profissional deve identificar os doadores em potencial, coletando dados que demonstrem o perfil de cada doador, bem como a motivação que os levam a efetuar tal ação. Esse profissional, ainda, deve estar atento aos acontecimentos internos e externos da organização, observando e analisando novas oportunidades e futuros doadores.

Ter o plano de captação de recursos bem definido é de suma importância. O controle de elaboração desse plano também merece atenção especial, pois será exatamente daí que surgirão novas oportunidades de captação.

A elaboração do artigo, limitada a metodologia aplicada, revelou lacunas que poderão ser preenchidas no campo de pesquisas aplicadas aos temas: organizações do terceiro setor; gestão do terceiro setor; e, captação de recursos para organizações do terceiro setor, e devem servir de incentivo para que outros pesquisadores trabalhem com maior profundidade nas variáveis (sobre o tema) ampliando e contribuindo para que a área acadêmica e das organizações do terceiro setor possam aplicar as conclusões dos estudos e pesquisas que serão futuramente elaboradas.

BIBLIOGRAFIA

ALBULQUERQUE, Antonio Carlos Carneiro de. **Terceiro setor: história e gestão de organizações**. São Paulo: Summus, 2006.

CAMARGO, Mariângela Franco de. **Gestão do terceiro setor no Brasil**. São Paulo: Futura, 2001.

COELHO, Simone de Castro Tavares. **Terceiro setor: um estudo comparado entre Brasil e Estado Unidos**. São Paulo: Senac, 2000.

HUDSON, Mike. **Administrando organizações do terceiro setor: o desafio de administrar sem receita**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 1999.

MONTAÑO, Carlos. **Terceiro setor e questão social: crítica ao padrão emergente de intervenção social**. São Paulo: Cortez, 2002.