

**CENTRO PAULA SOUZA
ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL JARDIM ÂNGELA
CLASSE DESCENTRALIZADA CEU VILA DO SOL
Técnico em Administração**

**Adrielle de Santana de Souza
Ana Cristina Campelo da Silva
Lucimara Aparecida Moreira
Rosilda da Silva Gomes**

**APLICAÇÃO DO MARKETING E CAPTAÇÃO DE PARCEIROS E
VOLUNTÁRIOS NA ASSOCIAÇÃO COMUNITÁRIA MONTE AZUL**

São Paulo

2025

Adrielle de Santana de Souza
Ana Cristina Campelo da Silva
Lucimara Aparecida Moreira
Rosilda da Silva Gomes

**APLICAÇÃO DO MARKETING E CAPTAÇÃO DE PARCEIROS E
VOLUNTÁRIOS NA ASSOCIAÇÃO COMUNITÁRIA MONTE AZUL**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Etec Jardim Ângela, Classe Descentralizada CEU Vila do Sol, orientado pela Professora Marlene Inês da Silva Militão, como requisito parcial para a obtenção do título de Técnico em Administração.

São Paulo

2025

DEDICATÓRIA

Dedicamos este trabalho principalmente para a Associação Comunitária Monte Azul, os nossos professores orientadores que durante nosso processo nos ajudou, nos orientou com paciência, cuidado e carinho.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos em primeiro lugar ao nosso Professor orientador Matheus Oliveira Carvalho, que desde o início do ano letivo de 2025 nos ajudou com carinho, cuidado e determinação.

Agradecemos também aos colegas que durante o ano letivo estiveram ao nosso lado. Agradecemos aos nossos professores que não desistiram e ficou até o fim com a gente

"Os desafios são o que tornam a vida interessante; superá-los é o que dá sentido à vida"

(Joshua J. Marinho)

RESUMO

A Associação Comunitária Monte Azul surgiu em 1979, seus programas agregam aproximadamente 300 colaboradores e 70 voluntários entre brasileiros e estrangeiros. Com atendimento na área da educação, cultura e saúde voltada para mulheres gestantes. Em 1983 a associação comunitária Monte Azul adquiriu uma chácara próxima da represa do Guarapiranga onde se estabeleceu o 3º núcleo inicialmente um espaço para que as crianças pudessem brincar e terem maior contato com a natureza. A partir de 1986, a união de esforços com os moradores da região, gerou melhorias de infraestrutura no espaço e os projetos do núcleo foram se aplicando. Em 2010 foram reconhecidos pela secretaria de educação. Temos como o principal objetivo Realizar uma consultoria para mostrar como captar voluntários e melhorar o Marketing no futuro. Como resultado, espera-se que a Associação Comunitária Monte Azul obtenha um aumento no número de parceiros e crescimento na quantidade de pessoas que o frequentam.

Palavras-chave: Associação; educação; cultura; saúde; captar voluntários.

ABSTRACT

The Monte Azul Community Association was founded in 1979, and its programs include approximately 300 employees and 70 volunteers, both Brazilian and foreign. It provides services in the areas of education, culture and health, and is geared towards pregnant women. In 1983, the Monte Azul Community Association acquired a farm near the Guarapiranga dam, where the third center was established. Initially, it was a space for children to play and have greater contact with nature. From 1986 onwards, the joint efforts of local residents led to improvements in the infrastructure of the area, and the center's projects were implemented. In 2010, they were recognized by the Department of Education. Our main objective is to conduct a consultancy to show how to attract volunteers and improve marketing in the future. As a result, we hope that the Monte Azul Community Association will increase the number of partners and the number of people who attend

Keywords: Association; education; culture; health; attracting volunteers

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	8
1.1 Missão.....	9
1.2 Visão.....	10
1.3 Valores.....	10
1.4 Análise Swot.....	10
1.4.1 Forças.....	10
1.4.2 Fraquezas.....	10
1.4.3 Oportunidades.....	10
1.4.4 Ameaças.....	10
1.5. Situação.....	10
3. JUSTIFICATIVA.....	11
4. OBJETIVOS.....	11
4.1. Objetivos Específicos.....	11
5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	12
6. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	12
8. DESENVOLVIMENTO.....	16
9. INDICAÇÕES PARA IMPLEMENTAÇÃO FUTURA.....	16
10. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	16
11. REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO.....	17

1. INTRODUÇÃO

O termo ONG, que significa Organização Não-Governamental, ganhou popularidade historicamente no Brasil na década de 1970, junto com os movimentos sociais. Na esfera mundial essa expressão aparece pela primeira vez após a segunda guerra mundial, com o uso da sigla em inglês “Non-Governmental Organizations (NGOs)” para “designar entidades não oficiais que recebam ajuda financeira para executar projetos de interesse de grupos ou comunidades”¹.

No Brasil, na década de 1980, período da redemocratização, esse termo era comumente relacionado com as organizações que apoiavam iniciativas populares e promoviam a cidadania, defesa dos direitos e luta pela democracia política e social. O nascimento das primeiras ONGs no país estava ligado aos movimentos sociais da época.

No entanto, atualmente, as perspectivas de atuação dessas organizações se encontram nas áreas mais diversas da sociedade. A observação do processo de burocratização das ONGs aponta para um crescente número de parceiros dentro delas. Com isso nota-se a necessidade da análise da consequência dessas associações nesse processo. O modo de gestão das organizações difere quanto à finalidade.

O Estado traz como finalidade proporcionar o amparo, a ordem, o bem-estar e o desenvolvimento aos grupos sociais.

As empresas privadas têm o objetivo centrado na obtenção do lucro e da valorização de sua imagem perante o público. E as ONGs preocupam-se com o impacto social de seu empreendimento perante a comunidade que ela está estabelecendo alguma relação. Dito isto, qual seria a diferença para o crescimento e/ou desenvolvimento da ONG criar vínculos de parcerias? Portanto, o pressuposto em que se fundamenta este trabalho é que no momento em que a instituição começa a fazer parcerias, a mesma se torna mais burocratizada e mais especializada no atendimento das suas demandas operacionais.

1.1 Missão

Promover o amor, valorizar a diversidade e cuidar do desenvolvimento humano.

1.2 Visão

Ser um organismo vivente que busca soluções inovadoras e criativas aos desafios da época atual; influência políticas públicas a partir das suas ações comunitárias fortalece e amplia as parcerias para sustentação de suas ações, aprofundando e difundindo suas experiências e idéias de base antropológicas.

1.3 Valores

Respeitar a individualidade, ser verdadeiro, cultivar o bom e o belo, confiar no potencial transformador de si próprio e do outro.

1.4 Análise Swot

1.4.1 Forças

Cursos oferecidos.

Atendimento social e educacional

1.4.2 Fraquezas

Falta de focalização

Faltas de divulgação

Pouco espaço

1.4.3 Oportunidades

Oferecem cursos como informática, marcenaria e administração, para jovens dando a eles oportunidades de primeiro emprego e escola de resiliência.

1.4.4 Ameaças

Perda de patrocínios

Perda do convênio com a prefeitura.

1.5. Situação

A implementação de uma organização não governamental (ONG) depende de voluntários. Isso requer tempo e dedicação para a sua elaboração. Decicino (2009) adverte que cada vez mais o terceiro setor vem ganhando seu espaço, ocupando hoje 5% dos pontos de trabalho oferecidos em todo o mundo. As ONGs não têm fins

lucrativos, mas remuneraram seus colaboradores, sendo que a verba vem de doações. Muito se tem tratado do terceiro setor como ato de caridade e criando hipóteses de que este seja um fenômeno moderno.

Considerando essa necessidade de manter esta chama acesa é necessário a conscientização daqueles que possuem uma situação financeira melhor para estarem contribuindo para o crescimento e manutenção de ONGs como a Monte Azul.

Elie Horm em uma atitude de amor escreveu o livro Tijolos do Bem com o objetivo de incentivar a classe alta e empresários a se tornarem filantropos para estarem contribuindo na manutenção de Ongs e assim tornar o mundo melhor para todos.

3. JUSTIFICATIVA

Este estudo é importante, visto que a pesquisa apresenta ao leitor a importância do terceiro setor, e as formas em que ele pode impactar na sociedade. Haja visto que ele desempenha um papel crucial na promoção da justiça social, igualdade de oportunidades e na busca de soluções inovadoras para desafios complexos.

4. OBJETIVOS

Melhorar a capacitação de recursos realizados no terceiro setor.

Aumentar o número de voluntários.

Aprimorar o atendimento em relação à educação, assistência social, saúde, cultura, meio ambiente e escola oficina social.

4.1. Objetivos Específicos

Ao fazer a pesquisa vimos que para captar Voluntários , podemos usar recursos como redes sociais trabalhando assim em cima do marketing e captação de voluntários. Com

isso realizaremos esse trabalho em algum evento que ocorrerá na própria ONG e nas redes sociais como instagram e whatsapp fazendo a divulgação de eventos da ONG.

5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa será realizada por meio de entrevistas com gestores da organização.

O estudo será conduzido na ong Monte Azul situada em São Paulo, Brasil

Utilizar-se-á um software para análise estatística dos dados coletados e para automatização do processo de tabulação das respostas dos questionários.

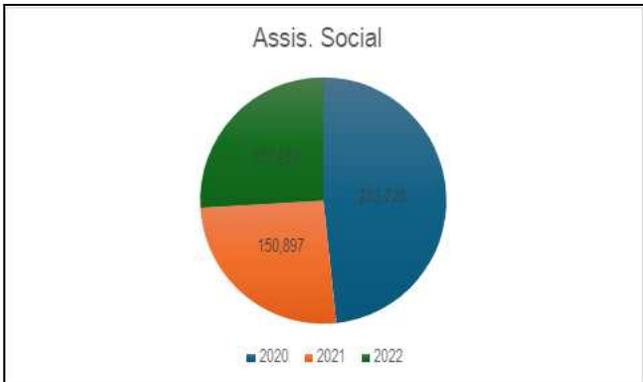
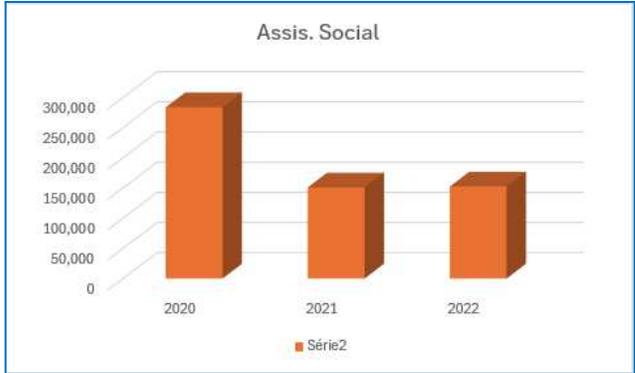
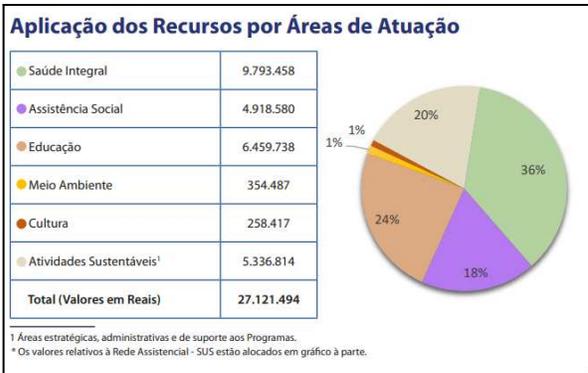
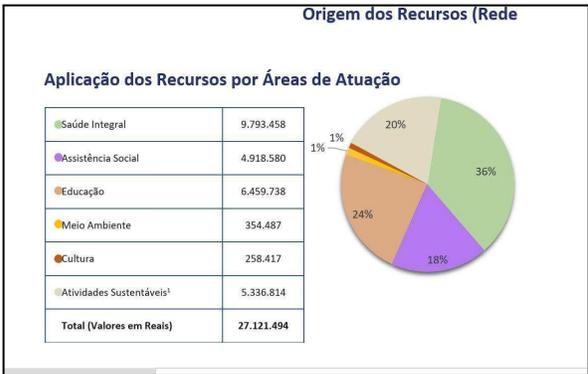
6. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A Associação Comunitária Monte Azul é uma organização não governamental (ONG) baseada no pensamento antroposófico. A sua atuação é orientada pelo desenvolvimento integral do ser humano.

Fundamentos teóricos

- **Antroposofia:** A base da organização
- **Pedagogia Waldorf:** Baseia parte do trabalho da organização
- **Medicina Integrativa:** Baseia parte do trabalho da organização
- **Pedagogia Social:** Baseia parte do trabalho da organização.

Financeiro / Gráficos



Parceiros

O desenvolvimento integral de todos os seres humanos ligados à Associação Comunitária Monte Azul e a transformação social promovida nas comunidades onde atuamos só é possível com o apoio de parceiros que confiam e fortalecem nosso trabalho. São 280 mil crianças, jovens e adultos impactados por nosso trabalho e 42 anos de história e de muitas parcerias que mostram que transformar é possível! Conheça nossos parceiros.

Parceiros Institucionais



Parceiros de Programas e Projetos



marisa

Convênios



8. DESENVOLVIMENTO

Para arrecadação de fundos foram sugeridos:

1. Rifas
2. Sorteios
3. Eventos beneficentes
4. Doação voluntária
5. Bingo
6. Conscientização de moradores e empreendedores da região

9. INDICAÇÕES PARA IMPLEMENTAÇÃO FUTURA

Com a pesquisa percebeu-se que seria possível captar voluntários de várias formas, dentre elas: redes sociais, para divulgar a ONG e eventos dela como a festa de 1° de maio (dia do trabalho) onde abriram espaço para a comunidade e empreendedores mostrarem seus serviços e eventos, onde os presentes passaram a conhecer a ONG e automaticamente divulgar o trabalho que ela realiza.

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No decorrer deste trabalho e pesquisa percebemos a necessidade da conscientização da comunidade e empreendedores, mas com a divulgação e apoio de todos foram alcançados objetivos esperados, mas sabemos que essa conscientização pode melhorar com o passar do tempo.

11. REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

<https://monteazul.org>

<https://repositorio.unesc.net>