



4 Etapas da  
Captação

Como e por que fazer  
um ESTUDO COMPARATIVO?

---



# ÍNDICE

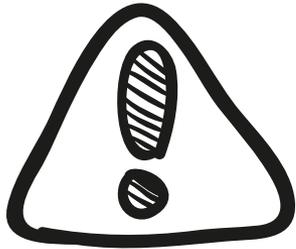


Conteúdo teórico e exemplos - pág. 3



Exercícios práticos - pág. 7

## O que é um estudo comparativo / *Benchmarking*?



*Benchmarking* é um processo de comparação de produtos, serviços e práticas. É uma boa forma de conhecer e analisar seus congêneres (organizações semelhantes).

Um bom estudo comparativo (bom *benchmarking*) permite:

- identificar e analisar as melhores práticas;
- aprendizagem e desenvolvimento;
- formular recomendações;
- o aperfeiçoamento de práticas;
- mudanças organizacionais.

## Como fazer um estudo comparativo / *Benchmarking*?

O ideal é PESQUISAR VÁRIAS ORGANIZAÇÕES sob diferentes aspectos, como por exemplo:

### **1 - Quanto a localização:**

É importante saber em que lugares do mundo estão seus principais “congêneres” para considerar as diferenças de hábito, de cultura, etc.

### **2 - Quanto a forma de solicitação:**

É muito “inspirador” conhecer as inúmeras formas de pedir doação, de convidar a parcerias, de promover eventos.

### **3 - Quanto a venda de produtos para geração de receita:**

Promover sua organização com a venda de produtos e fazer campanhas de marketing relacionada a causa são boas dicas para gerar recursos.

Você pode concluir seu estudo comparativo-mostrando os principais destaques, fazendo recomendações.

## Exemplo: Modelo de registro de análise dos congêneres

Aspectos observados	Organizações Congêneres			
	Fundação J	Associação Comunitária MA	Escola MM	Fundação Aq
Localidade	Taboão da Serra	Jd. São Luis – favela	MORUMBI, atendendo população de: Campo Limpo, Paraisópolis, Vila Sônia	Nacional, com atuação principal em São Paulo
Nº de atendimentos	1,2 mil / dia	Não fornecido	4.000 crianças que participam das atividades	Mais de 5 milhões de crianças e jovens no país até hoje
Tipo de Atendimento	Educação, cultura, saúde, esporte, meio ambiente	Educação, Saúde, cultura, desenvolvimento social	Prática musical, incluindo informática, dança, teatro, canto, futebol, jiu-jitsu	Prevenção e erradicação de trabalho infantil, prevenção à violência.
Público-alvo	Crianças, jovens, idosos, comunidade	Crianças, adolescentes e famílias	Crianças e jovens (7 a 18 anos)	Crianças e adolescentes

## Exemplo: Recomendações de um estudo comparativo / *Benchmarking*

Vejam um exemplo de recomendações de um *Benchmarking* de Hospitais de cancer infantil:

1. Estabelecer uma política de captação que proporcione diversidade de oportunidades e caminhos de acesso para diferentes perfis de doadores;
2. Site com informações completas sobre como doar, benefícios, valores...;
3. Campanhas de MRC, matching gift;
4. Fundo de reserva: percentual 'compulsório' de toda doação vá para fundo;
5. Criação e adoção de apelo para doação: convite para participar de algo vitorioso;
6. Busca de recursos com organismos internacionais;
7. Realização de eventos variados: de gala, esportivos patrocinados com convites vendidos (pólo, golfe, corrida...) e outros.

# EXERCÍCIO PRÁTICO

Faça você...

## Exercício Prático: Registro de análise dos congêneres

Existem várias maneiras de organizar sua pesquisa, veja esse modelo:

Pesquise diversas instituições e/ou projetos que atuem com a mesma causa que sua instituição ou que trabalhem com o mesmo público-alvo para levantar importantes características de seus projetos e a forma como fazem a captação de recursos.

Instituição	Público-alvo	Projetos	Captação

Observações:

---

---

## Exercício Prático: Registro de análise dos congêneres

Você pode também organizar sua pesquisa de outras maneiras, tente fazer seguindo o modelo abaixo:

Aspectos observados	Organizações Congêneres			

Termine sua pesquisa apontando os principais destaques e fazendo recomendações.



4 Etapas da  
Captação

Célia Cruz e Renata Brunetti