



Mata Atlântica

# SOS Mata Atlântica

## Missão

Inspira a sociedade na defesa da Mata Atlântica.

## Visão

Transformar valores e atitudes em prol da Mata Atlântica.



# Causas



**MATA ATLÂNTICA**



**Restauração da  
Floresta**



**Valorização dos  
Parques e Reservas**



**Água Limpa**



**Proteção do Mar**

# Centro de Experimentos Florestais - Itu



Mata Atlântica

# Importância



**72%** dos brasileiros  
vivem na Mata Atlântica



**17** estados  
**3.429** municípios



**70%** do PIB



**Patrimônio Nacional**

# Maior diversidade nos recursos

- **Patrocínios e Parcerias:** Recursos direcionados aos projetos (com taxa gestão) e recursos institucionais;
- **Pessoa Física:** Recursos doados mensalmente ou pontualmente;
- **Leis de incentivo:** Projetos via Lei Rouanet e ProAC;
- **Licenciamento de marca:** Parceria para aplicação da marca em produtos (Mkt relacionado à causa);
- **Crowdfunding:** Projetos pontuais, com valores menores;
- **\*Prestação de Serviços:** Compensações ambientais obrigatórias (CETESB);

# Cenário da doação de recursos

## Doação das grandes empresas despencou no ano passado:

As doações das grandes empresas às organizações da sociedade civil despencaram, passando de **453 milhões** em **2017** para **232 milhões em 2018**. No ano de **2016** as doações das empresas tinham sido ainda maiores, de **512 milhões de reais**.

# Uso da internet e das novas tecnologias pelas ONGs

Relatório Global sobre a Tecnologia nas ONGs é um projeto de pesquisa anual que visa entender melhor como as Organizações não governamentais (ONGs) e as Organizações sem fins lucrativos (OSFLs) ao redor do mundo usam a tecnologia para engajar apoiadores e doadores.

- **92%** das organizações possuem um website.
- Somente **38%** publicam regularmente em um blog
- Mais de **68%** dos participantes da pesquisa mencionaram que suas organizações usam o domínio **".org"**, comparado com 9,2% que usam o domínio **".com"**.



# Uso da internet e das novas tecnologias pelas ONGs

- O e-mail domina como forma preferida de comunicação com doadores, com **71%** dos participantes que enviam regularmente atualizações por e-mail.
- **67%** dos participantes aceitam doações feitas online
- Enquanto **95% concordam** que a mídia social é efetiva para conscientização da marca online, somente **66%** dos participantes disseram que a **liderança executiva apoia priorizar a mídia social em suas comunicações e estratégias de arrecadação de fundos online**

# Uso da internet e das novas tecnologias pelas ONGs

- O **Facebook** lidera como a plataforma de mídia social preferida com **92% dos participantes tendo uma página dedicada**, seguido pelo Twitter (72%) e pelo YouTube (55%).

# Ferramentas e Aplicações

- **CRM/ Gestão de Relacionamento:** Sales Force e Dynamics (Microsoft)  
Gratuidades para ONG's



# Ferramentas e Aplicações

- **Google para ONGs** (Google For Non Profits): Reúne diversas aplicações de tecnologia, que auxiliam as ONGs em seus desafios diários. **Gratuito**



# Ferramentas e Aplicações



## Jane Goodall Institute

O Jane Goodall Institute (JGI) usa o Google Earth para visualizar dados e conscientizar o público sobre a redução do habitat dos chimpanzés.



# Ferramentas e Aplicações

- **G Suite Solução Integrada de Aplicações:** Contas de e-mails, softwares, armazenamento em nuvem, hangouts, etc. **Gratuidades e Benefícios para ONG's**



# G Suite

# Ferramentas e Aplicações

- **Canva:** Ferramenta de design, destinada à criação de peças de comunicação.

Gratuita



# Prestação de Serviços

- Case SOS MA
- Entender as oportunidades existentes
- Analisar de forma profunda o cenário
- Transformar o conhecimento em visão estratégica
- Validar as questões burocráticas
- Definição de processos e metas



**Não se esqueçam – Participem!**



**DIA DE DOAR**

**3 DE DEZEMBRO DE 2019**



**Lucas Oliveira**  
**lucas@sosma.org.br**