

Como criar um Relatório de Atividades:

passo a passo e dicas para ONGs

realização:



Portal
do
Impacto

Portal do Impacto

Realização: Phomenta

Autora: Carla Prates

Colaboração: Larissa Dutra

Revisão técnica geral: Daiany França
Saldanha

Capa, Projeto Gráfico e Diagramação:
Fernando Porto e Ariádne Martins

ISBN: 978-65-85465-00-7

Esse é um conteúdo gratuito exclusivo desenvolvido pela Phomenta, a sua comercialização é proibida.

 **Phomenta**

Conexão, Gestão & Inovação
para o Terceiro Setor

04

Introdução

06

Como ler este e-book

07

Capítulo 1: **Primeiros Passos**

20

Capítulo 2: **Continuando a Jornada**

25

Capítulo 3: **Aprimorar o Percurso**

33

Capítulo 4: **Tendências**

36

Sobre o Portal do Impacto

Índice

Introdução

Relatório de Atividades é investimento

Em todos os segmentos, mas sobretudo no Terceiro Setor, a transparência é fundamental! Tanto para atrair recursos para a organização social como para fidelizar quem já está fazendo parte da causa. E a melhor materialização dessa transparência tem nome: chama-se Relatório de Atividades. Trata-se de um material institucional potente de Comunicação e de Prestação de Contas; produzido, na maioria das vezes, anualmente.

O Relatório de Atividades reúne informações relevantes sobre a sua organização da sociedade civil (OSC/ONG) tais como:

- **O que foi feito** durante o período retratado; por exemplo, durante o ano de 2021.
- **Como foi feito** (quais foram as atividades realizadas e seus objetivos).
- **Quais foram os resultados e impactos** (quantas pessoas foram atendidas, quantas horas de atendimento foram realizadas, o que mudou na vida dos beneficiários).

Importante reforçar que o **Relatório de Atividades** é diferente do

Relatório Pedagógico ou do Relatório de Prestação de Contas de determinado projeto ou programa de sua ONG.

É um documento muito mais abrangente. Informa o impacto e a transformação social que sua ONG realiza como um todo e não de forma fragmentada. Por isso, reúne todas as atividades realizadas pela ONG; pode trazer dados sobre a problemática social em que se está atuando e como a ONG está agindo para transformar esse cenário. Também deve incluir dados financeiros (Balanço Patrimonial do ano retratado), além de relatos sociais (depoimentos de pessoas impactadas pela ONG).



Para além da prestação de contas, o Relatório de Atividades é uma contrapartida para parceiros. Na publicação, há sempre um espaço reservado para logotipos e, por vezes, para citações nominais às pessoas que contribuíram com a causa.

Evidente que escolher as informações e o formato de um Relatório de Atividades depende (mais uma vez) dos objetivos e das necessidades de cada ONG. Vamos falar disso adiante.

Agora uma coisa é certa (testada e comprovada por muitas ONGs): um Relatório de Atividades bem elaborado é uma ferramenta muito, mas muito potente mesmo de captação de recursos. Demonstra o profissionalismo e o amadurecimento da organização, traz credibilidade e confiança para parceiros e doadores, organiza e é um registro do trabalho social realizado.

Confiabilidade e transparência são os principais critérios para investidores sociais na seleção de ONGs apoiadas.

Segundo Censo Gife 2020, os critérios mais relevantes para selecionar as ONGs apoiadas continuaram sendo confiabilidade e transparência da ONG ou de suas lideranças, conhecimento e expertise nos temas e causas e capacidade de articulação.

Portanto, iniciar essa trajetória ou aprimorar seu Relatório de Atividades é um investimento e tanto! Que vai render muitos frutos, certamente.

Sabemos que a vida das ONGs não é fácil. Muita correria, poucos

recursos (materiais, humanos). Vivemos, grande parte do tempo, para apagar incêndios! Mas, para ter um futuro com mais qualidade, é preciso semear.

Então, asseguro que vale a pena começar, dar os primeiros passos (para quem nunca fez uma publicação assim), continuar a jornada (para quem já chegou até o Word pelo menos) ou aprimorar o percurso (para quem já está na segunda ou terceira edição ou para além disso).

Neste trajeto, há sempre o que melhorar! Então, como dizem por aí: “é no andar da carruagem que as abóboras se ajeitam”! O importante é começar!



Como ler este E-book

Se você já fez o Relatório de Atividades do zero. Mais de um! Sabe como essa lida é complicada! Então, pensando que a realidade de cada ONG é diferente, imaginamos três cenários possíveis para essa empreitada:

ONGs que estão dando os primeiros passos

que nunca produziram um Relatório de Atividades. Se você se encaixa neste perfil, pode iniciar a leitura pelo Capítulo “Primeiros Passos”.

ONGs que já realizaram uma publicação

nem que tenha sido só no Word. Neste caso, a sugestão é que inicie a leitura pelo Capítulo “Continuando a Jornada”.

ONGs que já fizeram algumas publicações

impresas ou online, mas que estão procurando aprimorar o processo. Para essas, sugiro iniciar pelo Capítulo “Aprimorar o Percorso”.

Após, recomendamos que leiam todo o material. Afinal, há sempre algo importante a aprender e a evoluir! Ou até mesmo para nos lembrarmos, porque, muitas vezes, na correria do dia a dia, acabamos nos esquecendo do que é simples e essencial.



Capítulo 01

Primeiros Passos

E-book Relatório de Atividades

PRIMEIROS PASSOS

A vida é particularmente árdua para quem está começando. Depois, vai ficando mais fácil. E sem contar que, após cada publicação finalizada e compartilhada, vem a recompensa. Você vai vendo os parceiros e a diretoria elogiando; novos doadores chegando; a equipe mais alinhada. Então, o importante é iniciar e, depois, ir aprimorando o processo...

Antes de iniciar o Relatório de Atividades há algumas reflexões práticas e outras conceituais (relativas à Comunicação) que precisam ser feitas.

Envolva a equipe de colaboradores para responder a essas questões! O processo será muito mais rico!

01.

Nossos dados estão sistematizados?

Para fazer um Relatório de Atividades (RA) é preciso que os dados estejam sistematizados e organizados (seja número de beneficiários, horas de atividades, balanço financeiro etc.); referentes a um período anterior. Ou seja, produzimos um RA do ano anterior. Então, em 2022, não adianta correr para sistematizar ou reunir informações de 2021. Isso precisa ser feito durante 2021.

Neste sentido, há dois caminhos:

- Se você já tem tudo sistematizado, mãos à obra. Já pode começar a produção da publicação.
- Se não tem os dados organizados, comece agora mesmo. Pode usar o recurso que tiver: planilha de Excel, drive do Google, o que for melhor para a equipe. E daí minha sugestão é iniciar a coleta dos dados já para se dedicar na publicação do RA em 2023, relativo ao período de 2022.

02.

Quais recursos tenho para fazer a publicação?

Recursos em uma ONG é uma dureza. Todos sabemos disso! Agora, onde há escassez também há potência!

Em sua equipe existe alguém que possa contribuir com a publicação? Que escreva bem? Que entenda de fotografia? Tem potencial para revisar? Gosta de design? Se tiver, invista nos talentos internos para contribuir com a produção do Relatório de Atividades.

É possível redirecionar as funções deste profissional, para que possa se dedicar ao RA e ser a referência para os demais contratados.

No caso de ter recurso para contratações, há dois profissionais imprescindíveis para um RA de qualidade:

- Um jornalista com experiência em redação e revisão;
- Um designer (diagramador) para cuidar da Comunicação Visual da publicação.

Você pode procurar por profissionais freelancers (autônomos) ou por voluntários. Em ambos os casos, é preciso ter uma pessoa de referência na organização para orientar o trabalho, preferencialmente alguém da área de Comunicação ou, como citado acima, algum talento potencial da ONG que conheça bem sobre a causa e sua missão, valores etc.

Fica a dica!

Uma dica é reservar um “fundo de caixa” para investir no seu RA, seja por meio de eventos ou incluindo percentuais de Comunicação em projetos e editais que a ONG submete. Essa pode ser uma ação para uma checklist futura (sugerimos um modelo no Capítulo 3).

Outra coisa importante é envolver a equipe de colaboradores na elaboração do material, reforçando a relevância desse tipo de publicação para coordenadores, educadores, colaboradores da área financeira e administrativa etc. Afinal, todos eles vão participar de uma forma ou outra desse processo! Então, precisam entender a importância desse tipo de publicação para a organização social.



03.

Tenho um banco de imagens?

Uma boa imagem vale mais do que mil palavras! Sim, essa é uma realidade, sobretudo, nos dias de hoje. Para sua organização mostrar o impacto que causa, uma foto de qualidade pode ser o maior trunfo. E, no caso de publicar um Relatório de Atividades, é essencial que as imagens possam relatar o cotidiano e a atuação da organização.

Invista na produção de fotos de qualidade sobre a sua ONG. Isso é um grande tesouro! Procure por voluntários que possam fazer registros fotográficos em alta definição ou, se tiver recursos, pode ter certeza que é um excelente investimento contratar um profissional para isso.

A sessão de fotos pode ser aproveitada para além do RA. Depois você poderá utilizá-las em banners, folhetos, site, redes sociais ou outras peças de comunicação ou de captação de recursos.

Fica a dica!

- Não recomendo o uso de fotos de bancos de imagens. Relatório de Atividades é a prova viva do trabalho da ONG, então não faz sentido ter uma foto que não expresse essa realidade. Bancos de imagens possuem fotos produzidas e com modelos (mesmo os que levam em conta a diversidade) e, por isso, não representam os beneficiários (em seu biótipo) e estão bem distantes do cotidiano vivido nas organizações sociais. Além do mais, aquela pessoa que aparece na foto “emprestada” não é beneficiária de sua ONG, portanto, não há verdade nesta imagem!

- Procure por profissionais do território, da localidade da sua ONG, ou de coletivos independentes de Comunicação para fazer os registros fotográficos. Assim você valoriza a produção local! Seu investimento retorna para a comunidade, gerando valor social.

04.

Estou preparado em relação à LGPD?

Na Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), há um instrumento chamado “Termo de Autorização de Uso Geral de Imagem, Som da Voz e Nome”. Isso quer dizer que todas as pessoas que aparecem em uma foto ou dão um depoimento, com citação do nome, na nossa publicação precisam assinar esse termo.

Então, a **dica é o documento compor o kit de matrículas ou de inscrição de sua ONG. Assim, está tudo certinho na hora de publicar uma foto ou um depoimento de beneficiário.**

Importante ressaltar que, se o RA incluir logotipo de parceiro, é preciso sua aplicação ser aprovada pelo mesmo antes da publicação. Algumas empresas também solicitam validação do conteúdo a ser publicado pela equipe de comunicação interna no caso de citação do nome.



05. Para quem e para que produzir *Relatório de Atividades?*

O RA é uma publicação, um produto de Comunicação. Então, é preciso refletir sobre sua parte conceitual, o que chamamos na área de Comunicação de “Plano Editorial”. Pondere sobre:

Qual o público-alvo do meu RA?

Público-alvo, como o nome diz, é o público para quem estou dirigindo minha Comunicação. Ou seja, é o alvo de uma peça de Comunicação. É importante pensar sobre o público (também chamado de persona) porque, dependendo de quem for, isso vai direcionar as informações que vou reunir no material de Comunicação e também o tipo de linguagem que vou adotar.

Se o público for a comunidade, por exemplo, pode ser importante incluir informações como: quais atividades a ONG oferece para participarem; quais os benefícios das atividades para a vida de seus filhos(as) etc.

Agora, se for uma empresa, há outros pontos a serem considerados na hora de escolher as informações que vou publicar no RA. Deve ser levado em

consideração uma visão e uma linguagem mais corporativa, institucional.

Então, reflita antes de iniciar:

No caso do Relatório de Atividades da minha ONG, o público-alvo seria: Empresas? Pessoas físicas (doadores, voluntários)? Beneficiários? Servirá como material informativo para colaboradores?



Qual o objetivo da publicação?

Outro ponto a ser considerado para que possamos atingir o alvo, sermos assertivos na publicação de um RA, é o objetivo do documento.

Meu objetivo com o RA é: Prestar contas, demonstrando a transparência da ONG? Informar a comunidade? Atrair parceiros, fidelizar? Reforçar a relevância do trabalho realizado? Organizar a comunicação interna?

Para ajudar na reflexão

Em relação a ambos (público e objetivo), é bem possível que a resposta seja “Sim” para todas ou quase todas as perguntas acima. No entanto, se for esse o caso, é preciso optar (por um caminho preferencial) ou desdobrar a publicação em diferentes formatos, se não for possível optar.

Se não tivermos uma direção bem definida fica difícil acertar na Comunicação. Então, é preciso fazer escolhas. Até porque cada público tem necessidades de informação e ritmo de vida diferentes.

Vamos para alguns exemplos que podem ajudar nas escolhas:

Caso 1

O RA será produzido preferencialmente para empresas parceiras e doadores (pessoas físicas), com os objetivos de: Transparência (prestação de contas) e Atrair Parceiros.

Daí, é preciso fazer um exercício de empatia (se colocar no lugar do seu público), afinal um RA ou uma publicação é feita para alguém ou “alguéns”, que geralmente não pensam ou enxergam o mundo como nós. Para isso, considere as perguntas:

- O que é relevante para uma empresa parceira em termos de transparência? Números, depoimentos de beneficiários? Dados financeiros?

Neste caso, uma coisa é certa. Empresas valorizam uma comunicação mais visual, que seja atrativa e mais fácil e rápida de ser compreendida (bem no ritmo das empresas). Vamos falar mais disso no Capítulo 2!

Outras questões para ajudar a tomar decisões:

- Que tipo de informação faria novos parceiros aderirem à causa? Perfil dos beneficiários? Marcadores sociais (como renda, raça, etnia, gênero, outros) e dados territoriais que demonstrem a necessidade da minha atuação? Alinhamento da minha causa à agenda ESG/ASG - sigla que vem do inglês Environmental (Ambiental, E), Social (Social, S) e Governance (Governança, G) - ou aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e políticas públicas? Escrever sobre meus desafios futuros, mostrar que tenho estratégia na minha atuação?

Não há respostas prontas! Tudo depende da sua ONG. Mas a dica aqui é procurar conversar com os parceiros e tentar entender quais informações eles consideram prioritárias em uma publicação com essa característica.

Como consenso, do que se costuma ouvir no Terceiro Setor: empresas valorizam números (sobretudo financeiros), querem saber como as organizações estão investindo os recursos, e muitas vezes optam pela solidez. Para conquistar credibilidade, portanto, ONGs precisam ser transparentes com a prestação de contas e a divulgação de informações, mas também precisam informar sobre sua capacidade de execução e condução de projetos.

Então, demonstrar uma boa governança (quem são os diretores de sua ONG, os conselheiros, as pessoas que estão na liderança) é muito importante, além de valorizar a experiência de atuação da ONG sobre a questão social a que se dedica.

Ainda neste sentido, outro ponto a se considerar é a diversificação dos recursos. Mostrar que sua organização se preocupa em “não colocar todos os ovos na mesma cesta”! Que pensa de forma estratégica, em vista a equilibrar os percentuais de receitas entre: pessoas físicas, empresas, parceria público-privada, entre outras fontes.

Também precisam ver os resultados e a transformação social que sua ONG está causando na sociedade.



Qual a diferença?

- Resultados é o que a ONG está causando neste momento: como número de atendidos, horas atingidas por cada atividade.

- Transformação social é o impacto, como a atuação da ONG pode mudar a vida do beneficiário no médio e longo prazo. Por exemplo, a trajetória de um jovem que passou por programas de capacitação da organização, foi encaminhado para o Programa Jovem Aprendiz de uma empresa parceira da ONG, entrou para a graduação por conta desse incentivo e, depois, foi efetivado.

Já doadores (pessoas físicas) se mobilizam mais com os depoimentos de beneficiários, com suas histórias de transformação e de superação. Entretanto, ambos (números e histórias) precisam compor a publicação, pois doadores valorizam saber o que é feito com o recurso doado por eles.

Leia mais sobre resultados e impactos [aqui](#).

Pesquisa Brazil Giving 2021

Ao perguntar para o público o que faria com que doasse dinheiro, bens ou tempo para causas sociais nos próximos 12 meses, a segunda e terceira resposta mais comum foi:

- Saber com certeza como o dinheiro seria gasto (40%);
- Mais transparência no setor de ONGs (32%).

A primeira foi ter mais dinheiro, 49% dos respondentes. Desde 2017, essa tem sido a primeira resposta para essa pergunta, mas o percentual tem caído: por exemplo, em 2017 a porcentagem foi de 59%. Isso pode significar muitas coisas, inclusive que as pessoas têm valorizado mais a transparência por parte das ONGs.

Caso 2

Minha ONG é de médio porte, tem mais de 150 colaboradores, e entendo que um RA pode ser bom para parceiros, mas também como um produto de comunicação interna. Então o RA pode ter o objetivo de organizar e alinhar a atuação dos variados programas e projetos da ONG e também ser um registro (um documento) das atividades realizadas ao longo do ano retratado.

Sendo assim, é possível optar por dois caminhos (tendo tempo e recursos): elaborar um material mais completo com mais páginas (para atender aos colaboradores) e uma versão resumida (para parceiros).

Afinal, empresas não têm tempo para ler páginas e mais páginas de *Relatório de Atividades*. Então, quanto mais objetiva a publicação, melhor!

Outra opção é partir para o Relatório de Atividades Digital. Para cada necessidade, é possível apontar links e sublinks diferentes. Facilita os caminhos, mesmo quando há diferentes necessidades. Falaremos mais a seguir.



06.

Preciso imprimir meu RA ou pode ser online?

Depende! Novamente vamos avaliar com uma reflexão:

- O público para quem está produzindo seu RA precisa dele impresso?

Se for empresa, já adianta que, na maioria das vezes, a resposta é: “Não”! Estou cansada de ouvir da área de Responsabilidade Social das empresas que não aguentam mais a pilha de RAs das organizações que aportam recursos.

Hoje todos estamos bem mais online, sobretudo pós-pandemia, e há recursos bem interessantes para fazer um RA online atrativo e acessível. Claro, é preciso investimento ou algum talento interno que entenda de criação de “Landing Pages” ou de “Wordpress”; porque a ideia aqui é optar por publicar seu Relatório de Atividades em um site único sobre isso.

E, na hora de compartilhar com parceiros e doadores, é só enviar o link do site. Ou colocar o QR code em publicações institucionais.

Agora, se você avaliar que o público precisa da versão impressa, pode optar por uma tiragem reduzida. Tiragem é a quantidade de exemplares a ser impressa.

Neste caso, solicite um orçamento de impressão digital, considerando uma prova de cor, ou seja, uma impressão prévia para avaliar se a gráfica está acertando na tonalidade da publicação. Detalhe importantíssimo para a qualidade do material gráfico!

Fica a dica!

- Se optar por fazer impressão do seu RA, é ainda mais importante ter um profissional (designer) acompanhando, tanto para montar a publicação como para fechar o arquivo da forma correta, fazer contato com a gráfica especificando as características da publicação (formato, papel, tiragem, dobra etc.), verificar a prova de cor (item fundamental).

- Antes de estabelecer a tiragem, faça uma lista das pessoas para quem vai enviar a publicação. E planeje a distribuição do seu RA. Acontece de ONGs imprimir Relatórios de Atividades e acabam não utilizando todos os exemplares. Um desperdício de energia e de recursos! Neste ponto, avalie se o RA também será ferramenta de captação de recursos. Caso a resposta seja sim, vale a pena contabilizar umas cópias extras para levar em reuniões com potenciais parceiros e, no caso de receber visitas em sua ONG, pode ser material estratégico de captação ativa.

Ferramentas gratuitas para quem está começando:



Canva

Plataforma com modelos de design – chamados de templates – (criados por profissionais) para criação de artes de divulgação, marketing, redes sociais, relatórios e apresentações. Tem opção de templates gratuitos e pagos. Organizações sociais podem aderir ao benefício do “Canva para ONGs”, que permite acesso a uma variedade maior de templates (que costumam ser pagos) e funcionalidades extras (como acesso a mais tipos de fontes, ícones etc.). Links: [Canva](#) | [Canva para ONGs](#)



MailChimp

Plataforma de e-mail marketing para envio de mensagens a um grupo grande de pessoas. Pode ser uma boa opção para o envio do seu Relatório de Atividades quando estiver pronto! E também para se comunicar com doadores, parceiros. O plano gratuito permite até 2.000 contatos, com 10.000 envios por mês e limite diário de 2.000. Observe as regras da LGPD para o envio de e-mails. O MailChimp também tem modelos de Landing Pages (sites únicos), que são bem interessantes para divulgação do Relatório de Atividades, por exemplo, de forma mais organizada ou até mesmo para fazer uma versão digital do RA. Link: [MailChimp](#)



Wordpress

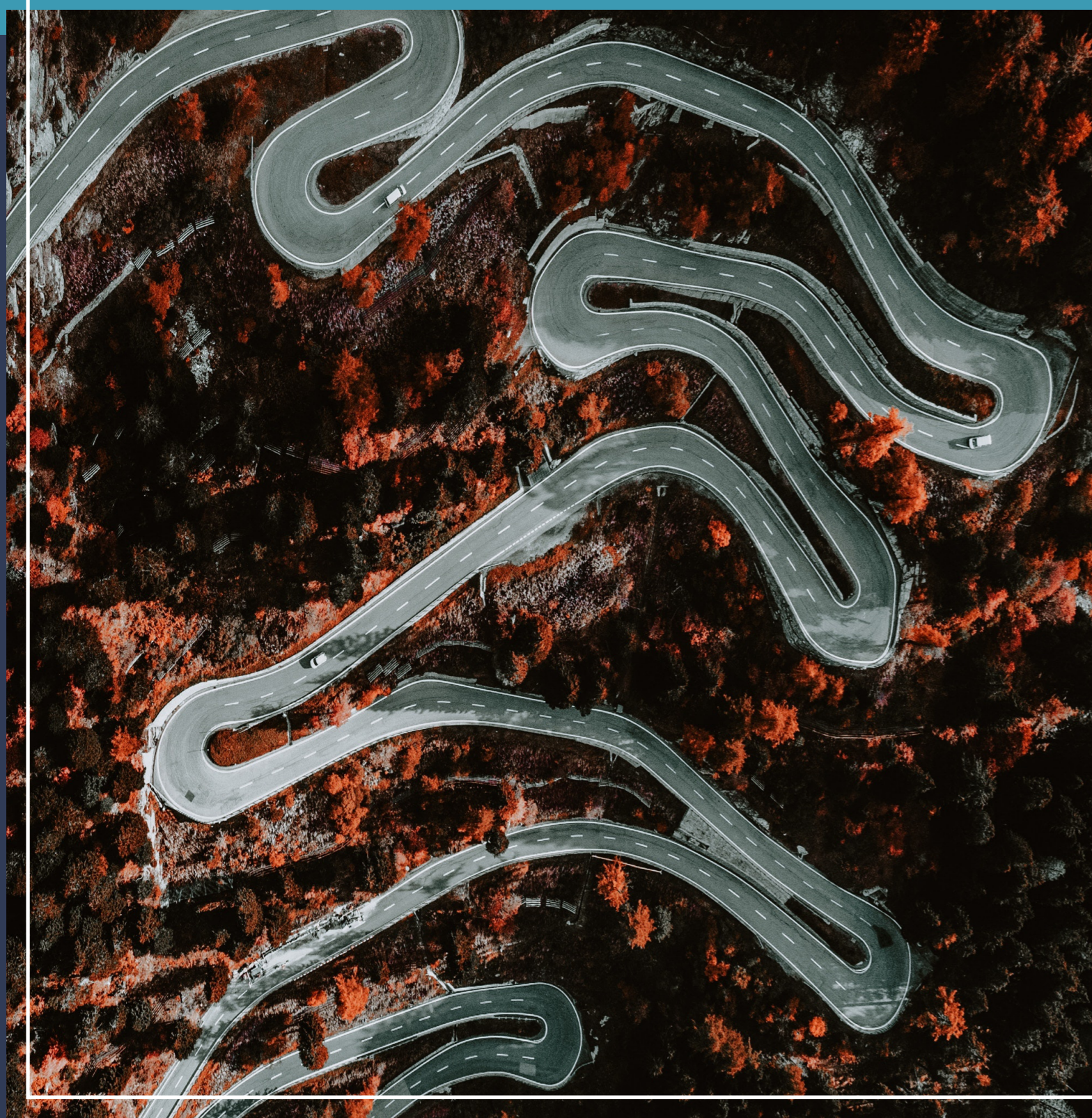
Plataforma para criação de sites. É bem completa e relativamente fácil de gerenciar. Tem opção gratuita e paga. Link: [Wordpress](#)



Mais sobre isso...

Para iniciantes em RA se aprofundarem no tema, indicamos os conteúdos da BC Marketing:

- Desvendando o Relatório de Atividades. [Link](#).
- Webinar: “O que não pode faltar no relatório de atividades de sua ONG” – BC Marketing. [Link](#).



Capítulo **02**

Continuando
a Jornada

E-book Relatório de Atividades

CONTINUANDO A JORNADA

Se você já tem um RA publicado ou mais de um ou publica Relatórios de Atividades no site na versão texto (apenas texto), esse capítulo pode contribuir com sua jornada!

Quando a gente se depara com uma revista bem diagramada, com fotos bonitas, cores atraentes, faz bem aos olhos, dá gosto folhear. Não é mesmo? O mesmo vale para o RA. Claro que é melhor ter a versão Word (só texto) publicada no site do que não disponibilizar nenhum documento neste sentido.

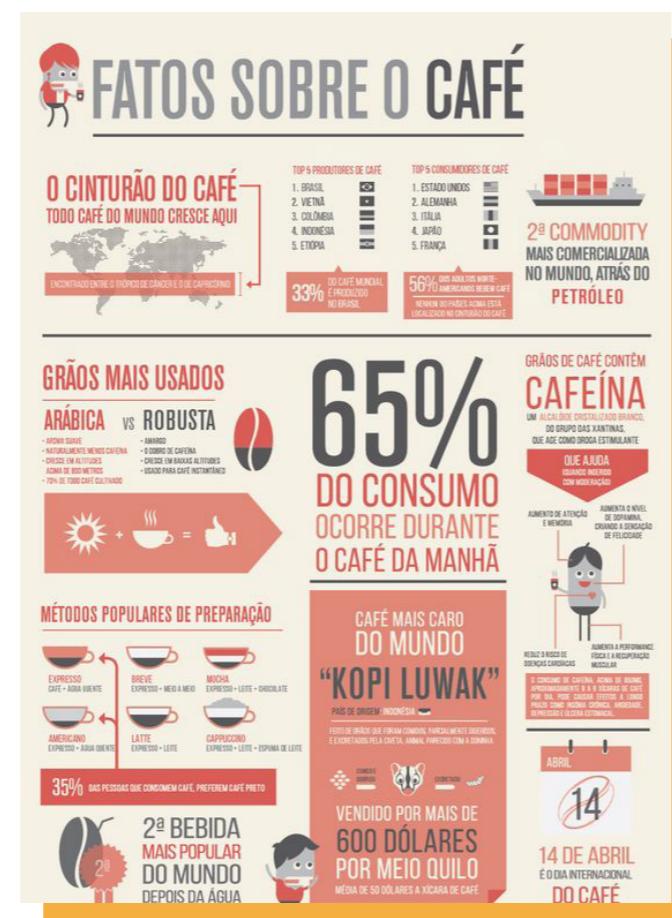
Agora, se quiser atrair parceiros e realmente garantir que seu RA pareça mais profissional, vale investir em imagens, fotos, gráficos ou infográficos e em uma diagramação caprichada.

Isso porque é muito importante a apresentação do RA, o formato, a qualidade do material gráfico. Isso pode definir se seu Relatório de Atividades será lido, visto, notado ou se será mais um RA que a empresa recebe e deixa de lado, sem ao menos abrir.

Investir na Comunicação Visual, portanto, é fundamental para a captação de recursos. Se o Relatório de Atividades for bem feito, pode se tornar um material muito potente para atrair recursos para a ONG.



Vamos testar se a Comunicação Visual é importante? Qual dos dois RAs você prefere?



Neste sentido, tem um conceito que gosto muito e ouvi em um webinar da [BC Marketing](#), um RA precisa ser uma publicação “escaneável”, ou seja, se o folhearmos rapidamente conseguimos assimilar informação.

Passando pelo infográfico sobre o balanço financeiro da ONG, por exemplo, é possível entender quanto teve de receita, de despesa e quanto investiu para cada programa/projeto. Ou qual a sua diversidade de recursos (percentuais de captação com fontes variadas). E tudo isso porque o Relatório de Atividades fez uso de recursos visuais para tornar a informação mais chamativa e clara.

Qual o custo de uma Comunicação Visual bem-feita?

Colocar recursos na Comunicação Visual do RA não é gasto. É investimento. Afinal, como já comentamos, é uma ferramenta de divulgação potente de sua ONG. Então, o custo de uma Comunicação Visual bem-feita traz uma garantia de retorno.

Há dois caminhos para investir nisso. Contratar um profissional designer para realizar o trabalho. E, neste caso, opte por profissionais experientes. Iniciantes precisam ser orientados, então só escolha essa alternativa se tiver alguém da ONG responsável pela comunicação para orientá-lo e acompanhá-lo.

Outra opção é contratar uma agência de Comunicação para fazer o trabalho (tanto a parte de texto como de diagramação). Há agências

especializadas no Terceiro Setor, como a BC Marketing.

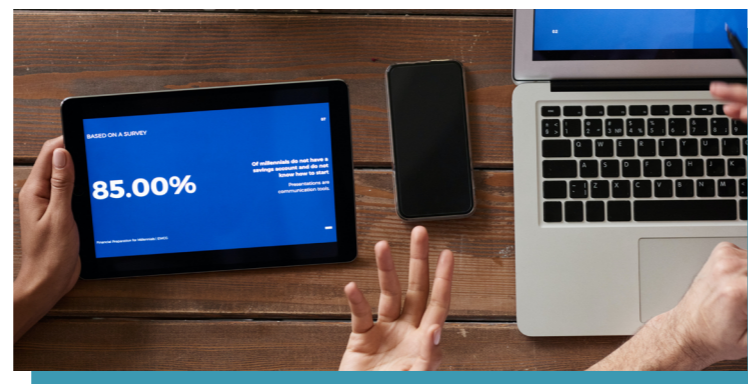
Mas eu não tenho recurso para isso, como fazer? Neste caso, o Canva pode ser uma boa opção para diagramar seu RA com elementos gráficos interessantes.

Dicas para o seu RA ter um visual mais bonito!

Se o caminho escolhido for o Canva ou até mesmo para orientar o designer contratado, há alguns pontos de diagramação que precisam de atenção.

- Menos é mais! Para ter uma Comunicação Visual bem bonita, não precisa ter muitas cores, muitos elementos gráficos juntos. Costumamos dizer que a diagramação eficiente é “clean” (limpa, arejada). Isso quer dizer que é importante ter espaços em branco (a página não precisa ser toda ocupada com informação), ter um equilíbrio de texto e imagem, e não abusar de cores demais ou informação em excesso. Uma dica é usar as cores do logotipo para os elementos gráficos.

- Valorize números (tanto de atendimentos como financeiros) de forma gráfica!



- Texto também é Comunicação Visual. Já parou para pensar nisso? Recorra a fontes tamanho maior (são melhores para leitura) e páginas com fundo branco e letras em preto. São as melhores para leitura. Claro que pode ter um quadro colorido com as letras de outra cor, fica bem bonito! Opte, preferencialmente, por dois estilos de fontes (tipo de letra) em toda a publicação. Para quadros, uma fonte; para aberturas de capítulo outra fonte, por exemplo. Neste caso, também é importante uma delas ser a fonte do logotipo. Há fontes que facilitam a leitura e isso deve ser levado em consideração e o ideal é optar por desativar a hifenização, ou seja, não ter quebra de palavras entre uma linha e outra.

Bem importante: não centralize todos os textos. Isso dificulta a leitura, sobretudo se tiver muito texto. Melhor estarem alinhados à esquerda ou justificados.

- Para usar uma foto, principalmente se o RA for impresso, ela precisa estar em boa definição. Recomendo uma definição de 2MB. E também ser de qualidade; enquadramento e iluminação são fundamentais.

- Para estipular as páginas do RA, pense em um livro com seus capítulos. Cada capítulo tem seus padrões, um conjunto de informações que se relacionam. Como se fossem as “gavetas do armário”: uma delas só tem

camisetas, a outra só guarda shorts, outra só meias e lingerie e por aí vai. Isso vai ajudar na ordem que as informações aparecem.

Vamos a um exemplo:

- **Informações institucionais gerais:** causa, missão, valores e comunidade beneficiária.
- **Informações institucionais específicas:** programas e projetos e seus resultados de impacto.
- **Informações financeiras:** dados financeiros, balanço e gráficos.
- **Informações de mobilização de recursos:** logotipo de parceiros, nomes de doadores, formas de apoio.

Na hora de imprimir o RA não descuide da gráfica

Por fim, depois de investir em tudo isso você não pode morrer na praia! Ou seja, se for imprimir o RA, você precisa prestar bastante atenção na gráfica. O que observar neste sentido? Veja:

- Solicite orçamento incluindo prova de cor. Insista para ser impressa e não digital. Assim vai conseguir avaliar a cor da impressão. Algumas gráficas erram na cor ou até mesmo deixam a impressão “lavada”, alguns tons abaixo, prejudicando o material.

- Gráficas digitais são boas opções por serem rápidas e apresentarem um custo mais baixo, sobretudo em publicação com tiragens (número de exemplares) menores. Só que o custo-benefício nem sempre compensa. Peça indicação de gráfica, não contrate qualquer fornecedor.

- O fechamento do arquivo é outro ponto de atenção. Se não tiver com fechamento correto pode gerar distorções na publicação, como desfocar as fotos ou imagens. É fundamental a orientação de um profissional para o correto fechamento do arquivo para envio à gráfica.

- Na escolha do papel a ser impresso, observe a gramatura. Sugestões de papel e gramatura: Couche Fosco 210 g/m² para a capa e Couche Fosco 115 g/m² para o miolo (páginas internas da publicação). Se o papel for muito fino ficará transparente e vai refletir a impressão da página oposta, o que não é nada recomendável.





Capítulo **03**

Aprimorar o
Percurso

E-book Relatório de Atividades



Aprimorar o Percurso

Avançar sempre! Mesmo que a ONG tenha maturidade e experiência no assunto “Relatório de Atividades”, é sempre bom poder aprimorar o processo.

E, para melhorar, o primeiro passo é se autoavaliar. Procurar saber, escutando a opinião de pessoas envolvidas no processo, o que podemos fazer ainda melhor.

Nesta autoavaliação, sugerimos envolver parceiros, doadores ou comunidade (os públicos-alvo do RA) e também colaboradores da organização. E daí partir para as perguntas reflexivas:

- Meu RA é relevante para o público ao qual se destina?
- Os resultados divulgados expressam o trabalho realizado? Há como aprimorar a escolha de indicadores?
- Depoimentos expressam o trabalho em sua integralidade? Veja mais sobre isso adiante.
- Dados financeiros poderiam ser mais compreensíveis por meio de elementos gráficos? Outras informações poderiam ser mais gráficas?
- Tenho uma página no site para hospedar meus Relatórios de Atividades, tornando-os acessíveis? Esta página também contém dados complementares?
- A divulgação do meu Relatório de Atividades está sendo feita? Ou, após a finalização, ele acaba sendo “esquecido” pelos públicos de interesse?
- Há uma programação de envio de cópias impressas?
- O formato (impresso ou digital) e o número de páginas estão de acordo com as necessidades e os objetivos da ONG? Atendem aos públicos de interesse?
- O RA é atrativo, comunica bem visualmente? Veja mais sobre isso no Capítulo 2.
- A finalização do RA está sendo feita a tempo? O ideal é ser publicado e divulgado até maio, no máximo. Preferencialmente entre fevereiro e março.
- Tenho tido retorno de parceiros sobre o Relatório de Atividades?
- A publicação é bem revisada?

Para dar uma noção de prioridade, vale colocar essas respostas em uma escala de 0 a 5; dispostas da seguinte forma para as respostas:

0 – “Não, de forma alguma”

1 – “Não, mas somente em alguns poucos pontos”

2 – “Não, mas temos tido avanços”

3 – “Mais ou menos”

4 – “Sim, mas pode melhorar”

5 – “Sim, totalmente”

As respostas que tiverem menor pontuação precisam ser vistas com mais prioridade para a produção do próximo Relatório de Atividades.

Essas respostas certamente vão dar indícios dos pontos a serem aprimorados. Daí só colocar tudo em uma listinha (uma checklist de pontos a melhorar) e ir colocando em prática para os próximos anos.

Muitos itens podem ter relação com recursos (financeiros ou profissionais) ou investimentos afins, e isso também pode ser incluído em um planejamento futuro.



Sugestão de Checklist – Pontos a Melhorar

- Incluir recursos para meu próximo RA em editais e/ou outras possibilidades.
- Reservar um percentual da arrecadação de eventos para o próximo RA.
- Melhorar indicadores com equipe interna.
- Qualificar o processo de entrevistas para depoimentos. Veja dicas adiante.
- Montar uma matriz para sistematizar as informações do Relatório de Atividades.
- Agilizar o processo de finalização do RA por meio de um cronograma.
- Realizar pesquisa com parceiros para ter devolutiva sobre o RA.
- Melhorar ou introduzir revisão completa do RA.
- Contratar fotógrafo para melhorar as fotos que serão publicados no RA.
- Melhorar a divulgação do RA nas redes sociais e via e-mail marketing.
- Fazer uma lista de parceiros que vão receber a via impressa.
- Procurar indicações de gráficas.
- Migrar do impresso para a versão digital.

A revisão impacta diretamente na credibilidade, pois ter informações contraditórias ou imprecisas podem ser um ponto contra a confiança. Pior ainda se citar o nome da marca de forma equivocada. Ter um profissional ou voluntário que faça a revisão minuciosa (ortográfica, incluindo os 3 Cs; clareza, concisão e coerência), portanto, é ponto fundamental.



Depoimentos de beneficiários é Prova Social

Além de dados quantitativos, é recomendável o Relatório de Atividades conter dados qualitativos, histórias de transformação de beneficiários que possam expressar o trabalho social realizado, sendo considerado como uma “Prova Social”.

Para a escolha dos depoimentos, no entanto, é necessário ter critérios bem estabelecidos e abrangentes. Contar uma boa história é uma arte. Não é à toa que há cursos e mais cursos de “storytelling”.

Em um RA, os depoimentos devem corresponder aos objetivos da ONG e trazer elementos e informações que possam complementar ou mesmo reforçar pontos da atuação.

Por exemplo

Para uma ONG conveniada ao serviço de proteção, convivência e fortalecimento como Centro para Criança e Adolescente (CCA), é recomendável que a história seja de uma criança ou adolescente que, a partir do atendimento, avançou em aspectos de desenvolvimento, sobretudo sociais, que também tiveram reflexo em sua família.

Que tal construir um mapa mental para validar o depoimento?

- De um lado, coloque os objetivos que respaldam a atuação da ONG.
- De outro lado, coloque a história do beneficiário que pretende abordar.

Daí faça a ligação de uma coisa à outra. Todos os pontos se unem?

Observe se o depoimento poderá contar uma história em que os objetivos pretendidos pela ação em questão foram alcançados e trouxeram o resultado de impacto e/ou transformação na vida do beneficiário.

Dicas para fazer boas entrevistas

- Conheça a história do beneficiário antes da entrevista. Pesquise, busque elementos com os colaboradores que o atendem diretamente. Elabore um briefing (um resumo da história) para enviar aos profissionais ou colaboradores que vão fazer a entrevista.
- Comece com uma conversa descontraída antes de começar a fazer perguntas, para relaxar e trazer confiança. Depois, inicie a entrevista pelo nome completo, checando a grafia. Nada pior do que publicar um nome escrito errado!
- Para que conte a história, opte pela ordem cronológica. Por exemplo: “Quando começou a participar do projeto social?”. “Quantos anos você tinha?”. Depois disso: “Quais atividades fez na ONG?” e assim por diante.

- Varie perguntas objetivas com mais subjetivas. Exemplo: “Quais os cursos que fez na organização” seguido de “Qual memória afetiva tem desse espaço”.

- Se tem informações importantes que não foram faladas pelo beneficiário, sugira no meio da entrevista: “Verdade que você passou a ir bem melhor nas aulas da escola após participar do Programa da ONG? Me conte mais sobre isso”.

Apreendi com o jornalismo que, muitas vezes, quando a entrevista termina é que pode aparecer o elemento mais importante. Então, feche o caderno, pare de anotar e pergunte: “Você tem mais alguma coisa a acrescentar”. E espere que, após o silêncio que vem daí, pode aparecer a “grande pérola” da entrevista.

Roteiro para elaboração do Relatório de Atividades

Perseguindo um sumário ideal

O Sumário (índice do Relatório de Atividades) perfeito pode variar, dependendo da necessidade. Se avaliar que precisa de um RA completo, também para fins de registro e alinhamento com equipe interna, será um caminho. Diferentemente de um RA resumido, focado no parceiro, e com característica mais corporativa.

Sumário versão completa

A versão completa, completíssima de um Sumário de Relatório de Atividades inclui:

1 - Carta de Abertura

Assinada pelo responsável legal (pode ser escrita por membro da equipe de gestão ou de Comunicação, com aspectos principais do ano).

2 - Página institucional

Missão, visão e valores

3 - Comunidade

Dados da Comunidade relevantes que justifiquem a atuação da ONG. Por exemplo, marcadores sociais de emprego e renda para ONGs que têm programas de empregabilidade ou marcadores sociais de gênero ou violência para ONGs que oferecem ações socioeducativas.

Preferível usar dados do microterritório, coletados pela ONG. Se tiver, valorize isso!

4 - Linha do Tempo

Principais acontecimentos do ano dispostos em uma Linha do Tempo.

5 - Premiação Importante

Se houver, como Melhores ONGs, destacar no início do Relatório de Atividades.

6 - Resultados Macro

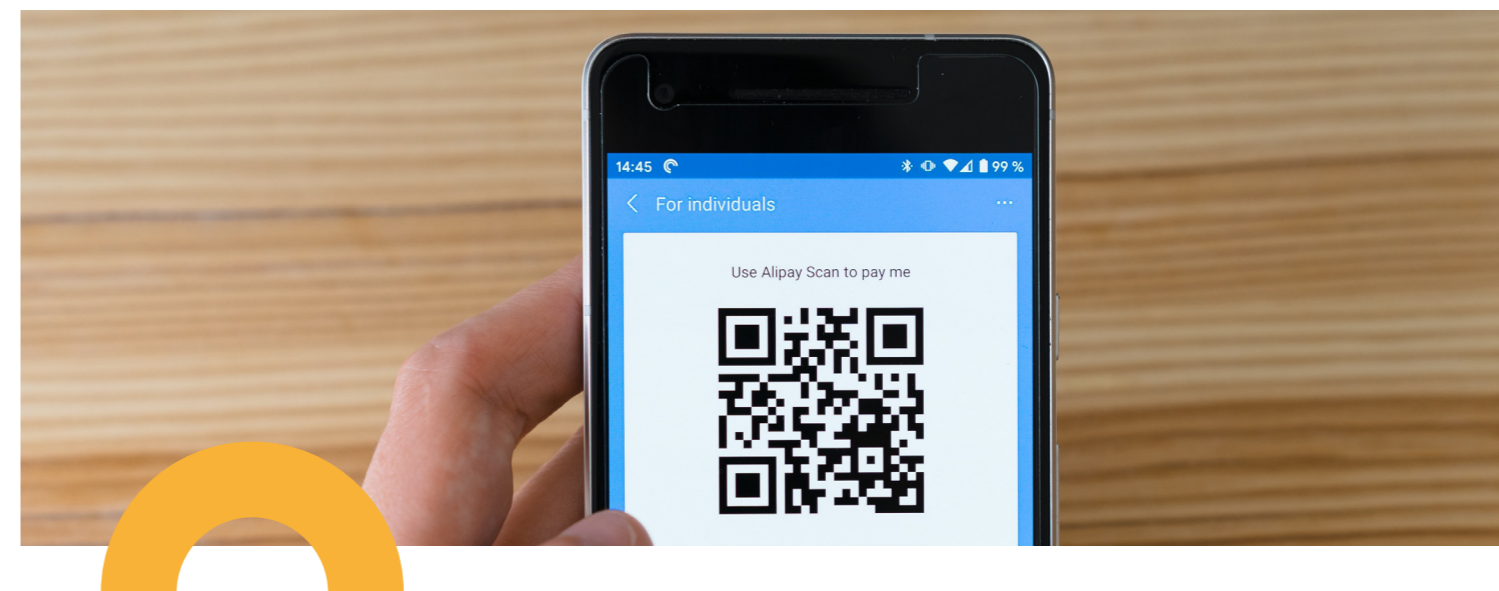
Números de atendimento envolvendo todos os programas/projetos. Atuação resumida dos programas/projetos. E um depoimento significativo que tenha a ver com os resultados macros. Por exemplo, redução da desnutrição e da obesidade em todos os programas de atendimento. Incluir depoimento de uma família que foi beneficiada com a ação de Nutrição.

7 - Resultados por Programa de Atendimento/Projeto

Incluir dados como objetivo do programa/projeto, atividades realizadas, resultados de impacto.

8 - Voluntariado

Números gerais e específicos, divididos por pessoa física, pessoa jurídica e voluntariado online.



Nessa parte, é recomendável incluir contato para quem quiser se tornar um voluntário da ONG ou um QR Code encaminhado para página do site institucional sobre isso.

9 - Dados financeiros

Resumo dos dados do ano em tabela, gráfico, infográfico. Incluir Balanços Patrimoniais, Demonstrações de Resultado.

Pode ter uma versão resumida e indicar o documento completo em um QR code que encaminhe para uma página do site. Importante colocar em evidência sobre a Auditoria se houver.

10 - Parcerias Institucionais (técnicas ou institucionais) / Doadores Pessoas Físicas

Lista de nomes por ordem alfabética ou outro critério adotado pela ONG.

11 - Doadores e Parceiros PJ

Página de logotipo de doadores financeiros.

Adotar algum critério para disposição das marcas, como: da esquerda para a direita e de cima para baixo (critério de hierarquia de leitura) ou dar relevância aos doadores de maior valor ou que estão há mais tempo como doadores ou usar critério adotado pela ONG.

12 - Nossos desafios

Colocar os principais desafios e metas para o ano vigente, valorizando projetos e iniciativas que precisam de recursos.

13 - Créditos finais

Equipe da organização (diretoria, conselho e linha de frente) e equipe editorial do Relatório de Atividades (profissionais que trabalharam na publicação).

14 - Contracapa

Dados da ONG (endereço, telefone, site e redes sociais)

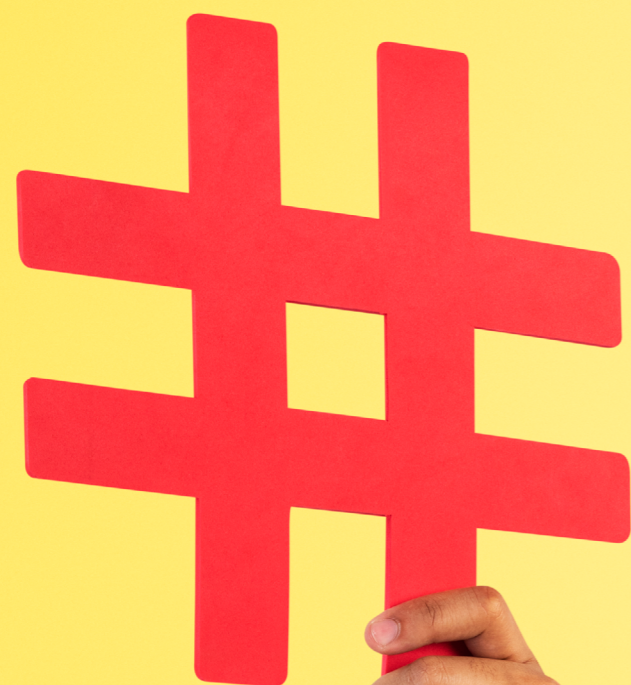
Premiações e Certificações

Versão Resumida

Se a aposta é uma versão resumida, uma boa escolha é o Sumário levar em conta alguns itens acima (do 1 ao 6 e itens 9 e 12).

E sobre os demais, podem ser apontados para o site por meio de QR Code. Assim, as informações mais relevantes são mais valorizadas, pois a mensagem principal está bem evidenciada. Não fica perdida pelo excesso de informações.





Capítulo 04

Tendências

E-book Relatório de Atividades

Tendências

Agenda 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), COP26 (Conferência das Nações Unidas sobre as Mudanças Climáticas de 2021) e ESG estão entre as tendências para os próximos anos em termos de captação de recursos. Então, podem e devem ser valorizados em Relatórios de Atividades.

Neste sentido, a interlocução com os ODS precisa estar visível e clara. Assim como o posicionamento da organização frente aos critérios do ESG. Importante mostrar se a organização também está tentando atender a esses critérios para além de apenas ser parceiro de empresas que buscam atingi-los.

Nos Estados Unidos já está em curso uma adequação das ONGs e do seu portfólio de investimento ao ESG, por exemplo.

Saiba mais sobre: [Reflexões para um Relatório de Atividades muito melhor em 2022.](#)

Outro aspecto importante ligado à prática da organização tem a ver com a pegada de carbono (cálculo da emissão total de gases de efeito estufa (GEEs), incluindo o dióxido de carbono (CO2) e o metano (CH4), associados às atividades humanas no Planeta - Um Só Planeta). É

preciso avaliar a necessidade de relatórios extensos impressos. **Se o desejo da organização é apenas ser lembrada, o envio do Relatório pode ser substituído por algum kit ou brinde criativo com um QR code, levando ao Relatório Digital.**

Algumas empresas até possuem o conhecido “Não imprima” nas assinaturas de e-mail dos seus colaboradores, então será que não dariam mais relevância para o relatório digital? Uma opção mais sustentável, do ponto de vista ambiental e econômico, e que ainda facilita o compartilhamento com mais pessoas!

Outra tendência é a de RAs demonstrem a evolução dos programas e da ONG durante os anos. E não mais um processo contínuo como uma história contada anualmente.

Lembrando que o Relatório de Atividades é uma forma de tornar visível para a comunidade o que vem sendo feito pela OSC, qual o impacto de suas ações.

Fica a dica!

Relatórios de Atividades digitais podem ir muito além dos PDFs que costumam ser publicados no site ou enviados para parceiros por e-mail. Este aqui é um bom exemplo: [Link](#).

Devo basear meu Relatório de Atividades em uma certificação?

Algumas organizações, como a Fundação Bradesco, utilizam o padrão GRI como referência em seus Relatórios Sociais. O GRI, também conhecido como Relatório de Sustentabilidade ou Global Reporting Initiative), é usualmente adotado no ambiente corporativo e, inclusive, há cursos para redatores e jornalistas para produção de relatórios com base no GRI.

Outras referências podem ser encontradas no SASB (Sustainability Accounting Standards Board), com foco na sustentabilidade.

No entanto, de forma geral, não há um balizador específico e único para Relatórios de Atividades de ONGs, mas sim tendências que precisam de atenção para os próximos anos.

Material complementar: [Artigos Phomenta](#)



Portal do Impacto

O Portal do Impacto é uma iniciativa da **Phomenta**, lançado no início da pandemia causada pela COVID - 19 para apoiar as ONGs com conteúdos sobre gestão, captação de recursos e inovação.

Em 2022, se consolidou como uma das principais plataformas de conteúdo em gestão para ONGs do Brasil. São mais de 200 conteúdos, em diversos formatos como ferramentas, cursos, e-book, artigos, podcasts e newsletter.

Acesse: www.portaldoimpacto.com



A Phomenta é um negócio de impacto que fortalece OSCs e seus empreendedores por meio da educação em gestão, maior reconhecimento e conexões relevantes com empresas e potenciais parceiros.

A Phomenta acredita que OSCs mais transparentes, eficientes na gestão e sustentáveis economicamente, são a chave para a resolução dos problemas mais complexos da nossa sociedade.

Acesse nosso site e saiba mais: www.phomenta.com.br

realização:



Portal do
Impacto

phomenta.com.br | portaldoimpacto.com