



UnB

| Instituto de Artes

| Departamento de Desenho Industrial

CÃO-GUIA DE CEGOS: *um projeto sobre pessoas*

Juliana Jobim Navarro | 08/33100

Relatório apresentado ao Departamento de Desenho Industrial da Universidade de Brasília como trabalho realizado ao longo da Diplomação em Programação Visual e Projeto Visual, orientado pela Profª Drª. Fátima Santos e Profª Symone Jardim.

Brasília, junho de 2014

AGRADECIMENTOS

As professoras Fátima e Symone por me orientarem nesse caminho. Fátima, obrigada pela confiança. Symone, obrigada pelos questionamentos e pelo incentivo.

Aos professores Shirley, Nanche, Evandro, Thiago Lucas e Rogério pela disponibilidade, pelos questionamentos, pelas críticas e pelas ideias.

À equipe da Associação Amigos do Cão-Guia, em especial à Lúcia, Ricardo, Fernanda, Fabiano e Raquel. Sem a paixão, o amor e a dedicação de vocês eu não estaria aqui hoje, esse projeto não seria real e tantas vidas não seriam transformadas e inspiradas.

À todos os voluntários e equipe do Projeto Cão-Guia de Cegos do DF que com seu tempo, dedicação e amor abraçaram essa causa.

Aos meus amigos que sempre me apoiam e me acompanham, em especial aqueles que estiveram ao meu lado ajudando de alguma forma ou incentivando: Cíntia, Lara, Isabella, Naiara, Daniel, Teo, Ricki, Henrique Eira Daniel, Fernanda, Isadora, George, Paula.

Aos amigos da Oni: Herick, Barbara, Thiago, Pog, Henrique, Iza, Mari, Eric, Marcus e Mari, que me instigam, ampliam meus horizontes, minha visão e meus conhecimentos, foram co-orientadores nesse projeto e agora serão co-autores.

Aos meus familiares que foram parte essencial desde o início dessa jornada de curso e de trabalho voluntário, apoiando, opinando, divulgando e acreditando.

E um agradecimento especial aos meus pais. Minha mãe, que mesmo sem entender muito bem minhas escolhas e motivações a princípio, se manteve sempre ao meu lado me apoiando e ajudando, e hoje se tornou uma grande divulgadora e parceira de ideias. E ao meu pai, grande divulgador do projeto, que sempre me motivou e me ajudou, acreditando no meu potencial, no potencial desse projeto e acreditando nesse mundo que acredito.

*Você vê só um cão,
o cego vê o mundo.*

Dedico esse trabalho para todos aqueles que
encontram no cão-guia uma nova forma de
enxergar o mundo.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Diagrama Negócios Sociais (YUNUS NEGÓCIOS SOCIAIS)	15
Figura 2 – Silvo e Naná, seu segundo cão-guia do Projeto	18
Figura 3 – Cães em treinamento pelos militares do Corpo de Bombeiros Militar do DF	20
Figura 4 – Aroldo durante o curso de adaptação em treinamento interno e externo	21
Figura 5 – Voluntários-dia brincando e passeando com cães no centro de treinamento.	24
Figura 6 – Fernanda e Lúcia em trabalho de socialização de futuros cães-guia	25
Figura 7 – Logo ACGC	27
Figura 8 – Logo MO4P	28
Figura 9 – Logo Cão Guia Brasil	28
Figura 10 – Projeto Cão-Guia SESI	29
Figura 11 – Logo Iris	29
Figura 12 – Logo Helen Keller	30
Figura 13 – Logo Mira	31
Figura 14 – Logo Lions Foundation of Canada Dog Guides	33
Figura 15 – Guide Dogs NSW/ACT	35
Figura 16 – Logo KNGF	37
Figura 17 – Guide Dogs	39
Figura 18 – Logo Projeto Tamar	42
Figura 19 – Playing for Change Foundation	44
Figura 20 - Business Model Canvas Projeto Cão-Guia: panorama geral	48
Figura 21 - Business Model Canvas Projeto Cão-Guia: voluntariado	49
Figura 22 – Organograma AACG – Projeto Cão-Guia	54
Figura 23 - Service Blueprint e Costumer Journey Map Projeto Cão-Guia de Cegos	60
Figura 24 – Folder Anjos do Amanhã.....	61
Figura 25 – Painel identidade Projeto Cão-Guia de Cegos do DF.....	62
Figura 26 – Testes de tipografia para texto.....	64
Figura 27 – Testes de tipografia para títulos e slogan.	64
Figura 28 – Alternativa de formato e bolso, frente e verso.	65
Figura 29 – Alternativa de bolsos e disposição	65
Figura 30 – Cores presentes na identidade do Projeto	66
Figura 31 – Testes de disposição dos ícones	66
Figura 32 e 33 - Folder fechado frente e folder fechado verso	67
Figura 34 - Folder aberto interno	67
Figura 35 – Novos produtos com ilustrações feitas em parceria com designers de Brasília.	68
Figura 36 – Stand do Projeto Cão-Guia de Cegos do DF no evento Zoo em 15 de Mar. 2014. ...	69
Figura 37 – Bottons e placa de precificação	69

RESUMO

Este trabalho propõe-se à projeção de um sistema que permita a auto sustentabilidade financeira do Projeto Cão-guia de Cegos do Distrito Federal, ONG pioneira no treinamento e entrega gratuita de cães-guia no Brasil. Por meio de uma imersão no contexto do Projeto, de pesquisas *desks*, e utilizando ferramentas do *Design Thinking*, Design de Serviços e *Lean Startup*, foram mapeados os atores envolvidos, suas ações e interações, assim como as principais necessidades e dificuldades do Projeto. Identificou-se a escassez de recursos humanos como principal obstáculo para o alcance do objetivo aqui proposto. Assim, foi concebido e configurado um sistema com suporte em serviços, produtos e ferramentas comunicativas que permitam criar uma experiência valorosa para captação, engajamento e manutenção de voluntários. Ao longo de todas as etapas, foram prototipadas e testadas diversas ativações desse sistema para captar e engajar novos voluntários e captar recursos financeiros. Como resultado das prototipações parciais do sistema houve um aumento na procura do Projeto pelos voluntários, aumento do engajamento dos voluntários atuais e dos recursos financeiros disponíveis. A médio e longo prazo, esse sistema permitirá o aumento desses recursos financeiros fixos disponíveis, conseqüentemente a contratação de funcionários remunerados e, por fim, a auto sustentabilidade do projeto.

Palavras-chave: cão-guia, deficiência visual, design de sistemas, voluntariado, ONGs

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 REFERENCIAL TEÓRICO	11
2.1 Organizações Não Governamentais e Terceiro Setor	11
2.1.1 Histórico.....	11
2.1.2 Captação financeira	11
2.1.3 Fontes de recursos.....	12
2.2 Negócio Social	14
2.3 Deficiência visual	15
2.4 Cão-guia	15
3 CONTEXTO DO PROJETO	18
3.1 O Projeto Cão-Guia de Cegos do DF	18
3.1.1 Histórico	19
3.1.2 Funcionamento.....	20
3.1.3 Cenário atual	21
3.1.3.1 Perfil dos atores envolvidos	22
3.2 Associação Amigos do Cão-Guia.	25
4 SIMILARES	27
4.1 Projetos de Cão-Guia no Brasil	27
4.1.1 Projetos Federais – Institutos federais	27
4.1.2 Associação Cão Guia de Cegos – ACGC	27
4.1.3 Instituto Meus Olhos tem 4 Patas - MO4P	28
4.1.4 Projeto Cão Guia Brasil	28
4.1.5 Projeto Cão-Guia Sesi – SP.....	29
4.1.6 IRIS Cão-guia	29
4.1.7 Escola Hellen Keller.....	30
4.1.8 Adestradores particulares	30
4.2 Projetos de Cão-Guia no exterior	31
4.2.1 Fundação MIRA	31
4.2.2 Lions Foundation of Canada Dog Guides	32
4.2.3 Guide Dogs Nsw/Act	34
4.2.4 KNGF <i>Geleidehonden</i> : The Royal Dutch Guide Dog Foundation	37
4.2.5 Guide Dogs	39

4.3	Projetos, ONGs e Ações similares.....	42
4.3.1	Projeto Tamar	42
4.3.2	Projeto Playing for Change Foundation	44
4.4	Considerações gerais	46
5	DESENVOLVIMENTO	27
5.1	Business Modelo Canvas	47
5.2	Voluntários	52
5.3	Organograma	52
5.4	Perfil dos Voluntários	55
5.4.1	Questionário	57
5.5	Service Blueprint e <i>Customer Journey Map</i>	58
6	ATIVAÇÕES	61
6.1	Folder	61
6.1.1	Referências	61
6.1.2	Análise identidade do Projeto	62
6.1.3	Requisitos	63
6.1.4	Geração de alternativas	63
6.1.5	Proposta final	67
6.2	Produtos para venda	68
7	CONCLUSÃO	70

1 INTRODUÇÃO

Relata-se neste trabalho o processo de desenvolvimento da Diplomação em Programação Visual e em Projeto de Produto no curso de Design na Universidade de Brasília. Trata-se de um trabalho teórico, prático e real desenvolvido na ONG Projeto Cão-Guia de Cegos do DF, ao longo de um ano como projeto acadêmico. O trabalho dentro do Projeto já ocorria há cerca de 1 ano e meio como parte de atividade voluntária. No segundo semestre de 2013, diante da conclusão de curso em desenho industrial, visualizou-se a possibilidade de, por meio dos métodos projetuais do design, projetar um sistema abarcando as áreas de design gráfico e produto, que solucionasse os principais problemas que limitavam o pleno desenvolvimento das atividades do Projeto.

Segundo Patrícia Braille (2014), um cego só pode ser considerado uma pessoa deficiente quando inserida em um contexto não adaptado, quando este encontra-se em um ambiente acessível ele possui as mesmas condições e capacidades de qualquer outra pessoa. Os ambientes públicos e privados, no geral, não foram construídos pensando nas pessoas com deficiência, em especial aos não videntes ou com baixa visão. (informação verbal)¹. Diante desse cenário, o cão-guia é uma tecnologia assistiva² extremamente importante para a acessibilidade e inclusão das pessoas com deficiência visual. O cão-guia é considerado o principal elemento modificador da vida de um deficiente visual, uma vez que lhe traz mobilidade e independência, muito além da capacidade de uma bengala, possibilitando uma vida dinâmica, participativa e produtiva, garantindo assim sua plena cidadania.

No Brasil, são poucas as instituições que treinam e entregam cães-guias. Segundo dados do Censo 2010 do IBGE, existem no Brasil 6.585.308 pessoas com deficiência visual, destas, estima-se que apenas 70 utilizam um cão-guia. O Projeto Cão-Guia de Cegos do DF, a mais antiga instituição do tipo no Brasil possui uma lista de espera, hoje, de quase 300 deficientes visuais. Desde sua fundação, em 2001, foram entregues 42 cães para 38 cegos. Nos últimos seis anos, o Projeto tem entregado em média 2 cães por ano, porém, possui estrutura física e técnica para entregar um número 10 vezes superior a esse, que é inviabilizado pela falta de estruturação e recursos financeiros.

Entre alimentação, cuidados veterinários, medicações e despesas operacionais, o Projeto tem um gasto de R\$25 mil a R\$30 mil para cada cão do plantel, hoje com 40 cães, entre matrizes, aposentados, filhotes e cães em treinamento. Atualmente o Projeto conta com patrocínios de produtos de higiene e ração, um convênio com o Corpo de Bombeiros Militar do DF para o treinamento dos cães e uma parceria com o Hospital Veterinário da Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária da Universidade de Brasília - UnB, para assistência clínica e cirúrgica, limitados aos recursos lá existentes. Os recursos necessários para a manutenção do projeto são complementados por meio da venda de camisetas e canecas, rifas, campanhas de *crowdfunding* e doações esporádicas de pessoas físicas, além das doações feitas pelos voluntários que gerenciam o Projeto.

¹ Palestra proferida por P. Braille no Workshop Livro Acessível na Caixa Cultural, em maio de 2014.

² Ver capítulo 2.4 na página 18.

O trabalho de diplomação se justifica pela vivência pessoal no Projeto com atividades voluntárias e, conseqüentemente, pela percepção das inúmeras dificuldades que o Projeto vêm passando devido, principalmente, a falta de recursos financeiros e humanos para o desenvolvimento de suas atividades. Percebeu-se que todas as ações para captação financeira baseiam-se em assistencialismo e filantropia, e portanto, sua continuidade está vinculada a inúmeros fatores imprevisíveis e criam uma relação de dependência.

O objetivo geral desse trabalho é projetar um sistema que garanta a auto sustentabilidade financeira do Projeto Cão-Guia de Cegos do DF. Para isso, é necessário: identificar os atores envolvidos na rede e definir os papéis de cada um; definir as interações e relações entre os diferentes atores, ações, produtos e serviços envolvidos na rede; identificar os fatores que inibem e dificultam a captação financeira e criar soluções estratégicas, táticas e operacionais que possibilitem a geração de renda ao projeto e considerar aspectos de inclusão para deficientes visuais e sustentabilidade em todos os materiais e ações desenvolvidos.

No presente trabalho, foram utilizados métodos do *Design Thinking* e *Lean Startup*³. Todas as etapas foram feitas de forma paralela e concomitante, passando por ciclos periódicos de abertura, exploração e fechamento e com a implementação rápida e frequente de protótipos.

Foi realizada uma revisão da literatura por meio de pesquisas bibliográficas referentes a temas e assuntos correlatos: cão-guia, deficiência visual, organizações não governamentais e terceiro setor, captação de recursos, negócios sociais e inovação social. Além disso, uma pesquisa de projetos nacionais e internacionais similares e de outras ONGs e projetos sociais que se destacam na estrutura administrativa e captação financeira. Foram analisados os pontos de referência estratégica, de melhores práticas e referências visuais.

Foram feitas imersões presenciais, com foco em identificar os principais problemas e visualizar o contexto geral e as inter-relações dentro do Projeto, e mapeamento dos cenários atuais e ideais do Projeto, utilizando ferramentas de *Business Model Canvas*⁴, *Service Blueprint*⁵ e Jornada do usuário⁶, que serão explicadas ao longo do projeto.

Ao longo de todas as etapas foram levantados requisitos, geração de ideias e propostas de projetos. Algumas dessas ideias foram prototipadas, testadas, avaliadas, ajustadas, quando necessário, e implementadas.

³ *Lean Startup* é uma filosofia para criação e gestão de empreendimentos em ambientes de grande incerteza, por meio da eliminação de práticas de desperdício e aumento de práticas de produção de valor durante a fase de desenvolvimento do produto. Ela parte da premissa de que quanto maior a velocidade e menor o custo de cada grande iteração maiores são as suas chances de sucesso, e combina conceitos e processos do Lean Manufacturing, Desenvolvimento de Clientes, Métodos Ágeis de Desenvolvimento e do Ciclo Construir - Medir - Aprender. (RIES, 2011).

⁴ Ferramenta criada pelo suíço Alexander Osterwalder para criação e desenvolvimento de modelos de negócios.

⁵ Ferramenta do *Design Thinking* com abordagem focada no cliente para a inovação e melhoria de serviços.

⁶ Ferramenta do design de serviços para descrição da jornada do usuário pelos pontos de contatos de sua interação com um serviço.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

O projeto teve origem na percepção das dificuldades passadas dentro da ONG Projeto Cão-Guia de Cegos do DF. Dessa forma, para delimitar o foco de atuação, foi necessário estudar a contextualização histórica e social do terceiro setor no Brasil, seu funcionamento e estruturação. Ainda foi necessário conceituar a temática da deficiência visual e da acessibilidade pelo cão-guia para embasar conceitualmente a relevância do Projeto e suas necessidades.

2.1 Organizações Não Governamentais e Terceiro Setor

2.1.1 Histórico

A prática da filantropia por muito tempo foi relacionada à salvação divina. Durante a Idade Média, a sociedade era guiada pela lei divina, nessa concepção de mundo a pobreza e os infortúnios eram vistos como uma condição individual e intransponível, assim, os pobres e deficientes eram vistos como seres privados de direitos e desejos. A miséria não era considerada uma questão social e, portanto, não era responsabilidade dos governantes. Ficava a cargo das igrejas, por meio de doações dos ricos, assistir a essas pessoas por meio de caridade, como forma de buscar misericórdia e salvação divina.

Ainda hoje, no Brasil, as entidades do terceiro setor são vistas e concebidas de forma assistencialista. No geral, são instituições pouco estruturadas, geridas por pessoas com grande motivação pessoal porém, com pouco conhecimento ou competência profissional para atividades que executam. Segundo Pinheiro (2014), o ecossistema brasileiro desequilibrado em infraestrutura, legislação, tributação e política, é ainda um dos grandes empecilhos para o desenvolvimento do Terceiro Setor, especialmente quando este busca sustentabilidade por meio de práticas características do segundo setor. (informação verbal)⁷

Apesar das dificuldades, este é um setor emergente no Brasil nas últimas décadas. Mas, segundo Falcone e Vilela (2001), ainda existem muitos déficits em gestão, com destaque na captação de recursos e as demonstrações financeiras (*accountability*).

2.1.2 Captação Financeira

A captação de recursos é uma necessidade primordial e constante das entidades de Terceiro Setor, uma vez que suas atividades não tem fins lucrativos, mas dependem de financiamento se manter. Paralelamente, as instituições privadas já não querem só lucrar, elas querem oferecer benefícios as comunidades onde estão inseridas. Por isso mesmo, as empresas são vistas pelas entidades sem fins lucrativos como as principais

⁷ Palestra proferida por T. Pinheiro na Escola de Inovação e Serviços – EISE – Brasília, em maio de 2014.

financiadoras para seus projetos. Esses financiamentos ainda são possíveis por meio de doações de pessoas físicas, financiamento público e atividades próprias. Independente do financiador, a captação de recursos depende de ações proativas da instituição que precisa vender seu projeto, e isso é possível quando se identifica o perfil do financiador e o que lhe motiva a contribuir.

Entre os fatores que influenciam a decisão individual de fazer uma doação de caridade, Gordon e Khumawala (1999) apontam questões filosóficas e pessoais tais quais: generosidade, bondade e misericórdia, além de questões palpáveis, como formas de contribuição e proximidade com o projeto e sua causa. Já na concessão de recursos por instituições privadas para o terceiro setor são apontados quatro fatores considerados importantes e decisivos. Esses fatores são geralmente utilizados nos Estados Unidos mas, em pesquisa realizada por CUNHA (2009), demonstram ser igualmente relevantes no cenário brasileiro. São eles: eficiência, ou o grau com que a entidade direciona seus recursos para a missão dela; estabilidade financeira, que significa a habilidade das entidades em continuar suas operações no futuro, caso se depare com uma redução de recursos; disponibilidade de informação, que diz respeito a quantidade de informação disponibilizada para potenciais doadores e para a sociedade interessada na missão da organização e na situação de seus beneficiários e; reputação da organização, que refere-se a boa imagem da instituição devido a confiança que se tem nas informações disponíveis e qualidade dos serviços prestados. A reputação é formada entre outros fatores pelos anos de existência, tamanho da entidade, presença de subvenções governamentais e doações indiretas e o percentual de determinadas receitas sobre receitas totais.

Depois de decidir apoiar um projeto, o doador quer acompanhar e garantir que seu fez um bom investimento. Segundo a *Financial Accounting Standart Board* – FAS (CUNHA, p.117), os usuários externos interessam-se em saber informações a respeito dos serviços prestados, das habilidade da entidade em continuar prestando os serviços e como os gestores administram suas responsabilidades. Realizar a *accountability* permite demonstrar ao financiador e à sociedade as razões pelas quais as expectativas dos mesmos em relação a entidade estão ou não sendo cumpridas (CUNHA apud BENJAMIN, 2007, p. 32). Com demonstrações claras o financiador entende e pode ser estimulado a ajudar mais ao perceber os pontos de dificuldade. Mas, de um modo geral, os resultados e esforços são mais importantes que as informações financeiras em si, relatórios financeiros devem existir pois são a garantia de transparência e honestidade do projeto, mas em poucos casos são frequentemente analisados.

2.1.3 Fontes de Recursos

Existe uma série de locais e formas onde é possível captar recursos para manutenção das atividades de uma instituição sem fins lucrativos. Kisil (2004) divide quatro principais áreas

onde se pode buscar recursos: órgãos do estado, iniciativa privada, doação individual e outros.

a) Órgãos do Estado:

- Agências de cooperação multilaterais e bilaterais: são órgãos internacionais ou regionais dos governos que visam a cooperação técnica entre países em situações desiguais de desenvolvimento com objetivo “(...) de gerar e/ou transferir conhecimentos, técnicas e experiências que contribuam para o desenvolvimento socioeconômico dos países.” (Agência Brasileira de Cooperação, 2014).

A cooperação desenvolve-se por meio de programas e projetos do governo, em praticamente todas as áreas de conhecimento, envolvendo insumos técnicos e/ou financeiros. Pela sua vinculação com governo costumam ser mais burocráticas e suscetíveis as mudanças políticas, porém possuem grande disponibilidade de recursos. A ONU é a principal Agência de Cooperação Internacional e atua por meio de diversas agências especializadas.

- Empresas públicas: são as empresas criadas por meio de lei e administradas pelo Poder Público. Normalmente atuam com um serviço público, tais como companhia de abastecimento, companhias de transporte coletivo. Geralmente apoiam ou fazem pequenos patrocínios para projetos correlatos a sua área de atuação.

b) Iniciativa Privada:

- Grupo de Institutos Fundações e Empresas – GIFE: é uma rede sem fins lucrativos que reúne organizações de origem empresarial, familiar, independente e comunitária e investe em projetos com finalidade pública. Possui hoje 138 associados que, juntos, investem anualmente cerca de R\$2,2 bilhões na área social, cultural e ambiental.

Os elementos que diferenciam essa prática das ações assistencialistas são: a preocupação com planejamento, monitoramento e avaliação dos projetos; estratégia voltada para resultados sustentáveis de impacto e transformação social e; envolvimento da comunidade no desenvolvimento da ação.

O investimento social privado pode ser alavancado por meio de incentivos fiscais concedidos pelo poder público e também pela alocação de recursos não-financeiros e intangíveis.

- Fundações: são os financiadores mais tradicionais do terceiro setor. As fundações são organizações não governamentais, sem fins lucrativos, que tem a finalidade de operar e/ou financiar projetos próprios ou de organizações qualificadas por meio de recursos de origem privada. Dentre as fundações financiadoras, existem as corporativas, que funcionam

“dentro da estrutura administrativa das empresas que lhes mantêm e aquelas independentes, que têm uma estrutura organizacional própria, inclusive na tomada de decisões.” (KISIL, 2004, pg.63).

- Empresas: são organizações privadas, que patrocinam projetos sem fins lucrativos, financeiramente ou por materiais, a fim de exercer sua responsabilidade social e ambiental, melhorar sua imagem perante à sociedade e ainda receber incentivos fiscais por doações. Segundo Matos (1997), as fontes de recurso de empresas são arriscadas. Os contratos de patrocínio costumam ter prazo máximo de um ano e as ONGs ficam a mercê de decisões internas administrativas para continuidade do repasse financeiro.

“(...) os recursos dependem da quantidade e da qualidade do retorno que obtiverem com a veiculação e divulgação de suas marcas anexadas ao Projeto. Esses recursos também podem sofrer a influência de outros fatores, como desgastes provocados pela mídia, queda no orçamento, problemas de volume de divulgação com outros patrocinadores ou, simplesmente, porque a empresa já utilizou demasiadamente o nome do Projeto e resolveu mudar.” (MATOS, 1997, p.11).

c) Indivíduos doadores:

- São indivíduos que fazem doações como pessoas físicas de forma esporádica ou periódica, muitas vezes como associados.

e) Outros

- Produtos e serviços: as ONGs podem obter recurso por meio da produção e venda de produtos ou da prestação de serviços, desde que não vise a acumulação lucrativa, mas sim o uso integral em ações internas

“(...) não há qualquer proibição à comercialização de mercadorias ou prestação de serviços por instituições sem fins lucrativos. É necessário, de todo modo, que o estatuto social preveja claramente a realização dessas atividades como um meio e não como uma finalidade social e que receitas decorrentes sejam aplicadas integralmente nos objetivos institucionais.” (, 2003 de administração jurídica, contábil e financeira para organizações não-governamentais, p. 126, 2003)

2. 2 Negócio Social

Os negócios sociais são uma alternativa entre o terceiro setor e a iniciativa privada. Eles surgem em um novo panorama onde o lucro não é mais o objetivo principal das empresas, e sim uma consequência do trabalho com foco nas pessoas e nos benefícios ao mundo e à sociedade.

Expressões como: empresa social, empreendedorismo social, economia social, economia criativa, e outros, também são comuns nesse campo de discussão, que tem como característica geral o alinhamento de objetivos sociais com utilização de mecanismos de mercado. Apesar do amplo interesse acadêmico nesse campo de estudo e de sua difusão mercadológica, o conceito ainda é relativamente novo e, ainda não há um consenso em sua definição, principalmente quando aprofunda-se em suas características e objetivos secundários. (REFICCO et al, 2006 apud CARVALHO, LEZANA, Romero, 2014)

O professor indiano Muhammad Yunus, ganhador do Prêmio Nobel da Paz em 2006, e considerado o pai dos negócios sociais define o termo como: “empresas que têm a única missão de solucionar um problema social, são autossustentáveis financeiramente e não distribuem dividendos.” (YUNUS NEGÓCIOS SOCIAIS BRASIL).

Os negócios sociais tem benefícios em relação à uma ONG uma vez que une as eficiência estratégica administrativa empresarial e a rentabilidade com os objetivos e motivações de entidades sem fins lucrativos, conforme visto na figura 1. É uma mudança da lógica capitalista da maximização do lucro aos acionistas para a criação de valor compartilhado. Isso significa que os objetivos econômicos e sociais não são dissociáveis, que o progresso econômico é alinhado aos progressos sociais da comunidade onde a empresa está inserida.



Figura 1 – Diagrama Negócios Sociais (YUNUS NEGÓCIOS SOCIAIS)

Dessa forma, o negócio social é visto hoje como uma solução promissora para o mercado, e um destino provável, tanto para as empresas privadas, quanto para as ONGs.

2.3 Deficiência Visual¹⁸

De acordo com a Classificação Internacional de Funcionalidade, Incapacidade e Saúde - CIF (2004, p. 14), as “deficiências são problemas nas funções ou nas estruturas do corpo, tais como um desvio importante ou uma perda.” Existem diversas conceituações para a deficiência visual ou cegueira, de forma geral, ela pode ser definida pela perda total ou parcial do sentido da visão, sendo classificada por meio duas “escalas oftalmológicas: acuidade visual, aquilo que se enxerga a determinada distância e o campo visual, a amplitude da área alcançada pela visão.” (CONDE, 2012).

Para fins desse trabalho, os termos “cegueira”, “deficiência visual” e suas variantes, serão usados para referir-se aos indivíduos com perda total ou parcial da visão, com dificuldades para

⁸ *Elementos essenciais*: NAVARRO, Juliana. Deficiência Visual in A Inclusão Social dos Deficientes Visuais e a Publicidade Brasileira: Um Breve Panorama. p. 9 a 11. Brasília. 2012

enxergar ao ponto de necessitarem de instrução em Braille, definição adotada normalmente para fins pedagógicos (CONDE, 2012).

O cego não percebe a sua falha fisiológica da mesma forma que uma pessoa vidente ao ser privada momentaneamente da visão, ele apreende o mundo por meio dos demais estímulos e a partir desses constrói sua realidade, ele possui uma forma diferenciada de “ver” o mundo e sua limitação só passa a ser percebida dentro de um contexto social, onde tudo é feito com foco no visual e, por isso ele é forçado a buscar formas de compensar as limitações criadas socialmente. (VYGOTSKYI, 1997, pg. 6)

Os sentidos são, portanto, muito importantes, pois possibilitam toda a apreensão do mundo, e a visão tem uma relevância especial não só por seu funcionamento como também pelo destaque que é atribuído a esse sentido em nosso contexto social, fazendo assim com que as pessoas que possuam alguma limitação nesse sentido sejam prejudicadas em atividades rotineiras que não são adaptadas para os demais sentidos, sem contudo ser um limitador para realizar todo tipo de ação desde que tenham meios inclusivos para tal.

2.4 Cão-Guia⁹

Um dos principais elementos modificadores da vida do deficiente visual em relação a mobilidade e independência, segundo os próprios deficientes, é o cão-guia. O cão-guia é considerado uma tecnologia assistiva para o deficiente visual.

A tecnologia assistiva, segundo o Comitê de Ajudas Técnicas – CAT, por meio da Portaria nº 142, de 16 de novembro de 2006, é conceituada como:

“(...) uma área do conhecimento, de característica interdisciplinar, que engloba produtos, recursos, metodologias, estratégias, práticas e serviços que objetivam promover a funcionalidade, relacionada à atividade e participação de pessoas com deficiência, incapacidades ou mobilidade reduzida, visando sua autonomia, independência, qualidade de vida e inclusão social.” (ATA VII - Comitê de Ajudas Técnicas (CAT) - Coordenadoria Nacional para Integração da Pessoa Portadora de Deficiência (CORDE) - Secretaria Especial dos Direitos Humanos - Presidência da República)

Segundo Santarosa (apud SONZA; SANTAROSA, 2003, p. 2), as tecnologias assistivas podem ser classificadas em próteses físicas, quando trata-se de dispositivos que ajudam o deficiente a desempenhar uma função que ele não pode naturalmente, ou tem dificuldades, como é o caso da bengala para o deficiente visual, e próteses mentais, que objetivam o desenvolvimento cognitivo, sócio-afetivo e de comunicação, como é o caso da linguagem Braille.

O cão é treinado para avisar sobre obstáculos à distância e não rentes ao chão, como os orelhões, algo que a bengala não permite perceber. Eles também colaboram para a interação social do deficiente, a presença da bengala tende a afastar as pessoas enquanto o cão se torna um motivo para aproximação e início de uma conversa.

O costume de utilizar cães como guias é antigo e já bem difundido em países da Europa e nos Estados Unidos. No Brasil, até poucos anos atrás, quem tivesse interesse em ter um cão-

⁹ *Elementos essenciais*: NAVARRO, Juliana. Legislação e Cidadania in A Inclusão Social dos Deficientes Visuais e a Publicidade Brasileira: Um Breve Panorama. p. 14. Brasília. 2012

guia deveria contratar um adestrador particular ou comprar um cachorro treinado no exterior, o que tornava o processo, na maioria das vezes, financeiramente inviável. Em 2001, surgiu o Projeto Cão-Guia de Cegos do DF, pioneiro no país, a associação sem fins lucrativos treina e disponibiliza cães sem nenhum ônus ao deficiente visual. Em Santa Catarina, Rio de Janeiro e São Paulo há ONGs com projetos semelhantes, mas que ainda não conseguem atender toda a demanda do país que, segundo matéria exibida no Jornal da Gazeta (abril, 2010), chega a 12 mil pessoas.

A legislação que regulamenta o treinamento e uso do cão-guia no Brasil já existe desde 2002 (Decreto nº 5.904/2006, que regulamenta a Lei Federal nº 11.126/2005 e a Lei Distrital nº 2.996/2002), mas somente em 2012 surgiu a primeira ação governamental nesse âmbito. A ação prevista no Plano Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência – Viver Sem Limite, prevê a implantação de Centros de Instrutores e Treinadores de Cães-Guia nas cinco regiões do país, através do Rede de Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia.

3 CONTEXTO DO PROJETO¹⁰

De acordo com o último Censo realizado em 2010 (IBGE, 2010), a deficiência visual é o tipo mais frequente de deficiência, atingindo 35,8 milhões de pessoas. A deficiência visual severa (pessoas que declararam ter grande dificuldade de enxergar ou que não conseguiam de modo algum), atingia 6,6 milhões de pessoas, sendo que, 506,3 mil eram cegos (0,3%). No Distrito Federal, segundo o Censo realizado em 2010, existem 6.436 pessoas que não enxergam de modo algum.

A quantidade de cães-guias no Brasil está muito aquém do necessário. Estima-se que exista em torno de 80 cães-guia em atividade para uma população de 6,6 milhões de deficientes visuais. Ou seja, 1 cão para cada 82 mil pessoas com deficiência visual.

O principal motivo de número tão baixo de cães-guias formados no Brasil seria a falta de investimentos financeiros nas ONGs para preparar os cães. O treinamento para formação de um cão guia dura, em média, dois anos, sendo o investimento equivalente a R\$ 27.000,00 por cada animal. Infelizmente, hoje o número de pessoas que podem contar com esse auxílio é muito reduzido devido a falta de recursos das entidades desenvolverem o trabalho de forma eficiente.

A pessoa com deficiência visual, após aprovada em um processo seletivo, recebe o cão, gratuitamente, sob a forma de comodato. Após a entrega do cão-guia, o utilizador (pessoa com deficiência visual que utiliza um cão-guia) recebe, ainda, todo o acompanhamento multiprofissional (psicologia, administrativa, técnico e veterinário), seguindo todas as regulamentações do Inmetro (Portaria n.º 107, de 24 de abril de 2009, e Portaria n.º 125, de 14 de maio de 2009).



Figura 2 – Silvo e Naná, seu segundo cão-guia do Projeto.

O Projeto Cão-Guia de Cegos do DF é referência nos serviços e atendimento prestados. O trabalho não se resume ao nascimento, treinamento, formação e entrega de cães-guias. Preza-se pela qualidade e continuidade do trabalho e pelo acompanhamento contínuo e sistemático ao deficiente visual e suas famílias, como forma de minimizar os eventuais problemas enfrentados por essas pessoas. Também atua-se com programas de voluntariado e junto à comunidade

¹⁰ Informações retiradas do modelo de Plano de Patrocínio da Associação Amigos do Cão-Guia.

durante todo o ano, com a realização de palestras educativas em diversos órgãos, empresas públicas e privadas, escolas, reuniões, seminários, divulgando e disseminando o trabalho dos cães-guias e contribuindo para o esclarecimento acerca das pessoas com deficiências visuais.

Com a criação do Plano Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência - Viver sem Limite, lançado em 17 de novembro de 2011 (Decreto nº 7.612) pela presidente Dilma Rousseff, com o objetivo de implementar novas iniciativas e intensificar ações que, atualmente, já são desenvolvidas pelo governo, em benefício das pessoas com deficiência, as ações voltadas as pessoas com deficiência visual, dentre elas a entrega de cães-guia que permitam a locomoção segura e a inclusão social dessas pessoas.

Além das pessoas com deficiências visuais, outra demanda que tem surgido neste cenário é a necessidade de cães e animais de assistência terapêutica que possam prestar auxílio e melhoria na qualidade de vida. O contato com os animais de forma terapêutica pode proporcionar às pessoas com diversos tipos de deficiência, idosos e crianças a melhoria da autoestima, benefícios à saúde, diminuir problemas cardiovasculares, diminuição do estresse, melhoria da comunicação e interação social, além de ajudar a combater a solidão e aliviar as dores e traumas.

A ideia de oficializar a relação entre o homem e o animal surgiu nos Estados Unidos com a Terapia Assistida por Animais (*Animal Assisted Therapy*), há cerca de 40 anos e, desde então, se difundiu rapidamente em países como Canadá, Suíça, França e Japão. No Brasil existem poucos projetos que se dedicam a esta nobre causa e treinam esses animais. O Projeto Cão-Guia de Cegos, possui em seu plantel de cães, animais que, por alguma razão, não possuem perfil para atividade de cão-guia mas, que tem excelentes características compatíveis ao trabalho de cães terapeutas. Assim, pretende-se futuramente desenvolver um projeto de cães de terapia associado ao Projeto Cão-guia de Cegos, que poderá beneficiar no mínimo 100 pessoas por mês.

3.1 O Projeto Cão-Guia de Cegos do DF¹¹

O projeto, pioneiro no Brasil, visa à reintegração da pessoa com deficiência visual à sociedade, proporcionando-lhe segurança, mobilidade e melhoria de qualidade de vida por meio do cão-guia.

No Brasil, essa é uma das melhores opções para os deficientes visuais que querem um cão-guia. É o único Projeto no Brasil que possui o método e a técnica completa e a experiência em treinamento que garante a máxima eficiência do cão-guia. Outra opção é pagar um treinador particular ou um cão que venha do exterior.

3.1.1 Histórico

O Projeto surgiu da iniciativa da ex-primeira dama do Distrito Federal, Weslian Roriz, em trazer a primeira escola de cão-guia do Brasil, por meio do Instituto de Integração Social e de Promoção da Cidadania - INTEGRA, presidido pela mesma na época.

¹¹ Informações retiradas do modelo de Plano de Patrocínio da Associação Amigos do Cão-Guia.

Em fevereiro de 2001, o Corpo de Bombeiro Militar do DF, por meio de despacho do Governador do DF, enviou três militares para o Curso de Adestramento de Cão-Guia de Cego da Fundação Mira no Canadá, que há 20 anos desenvolve técnicas de criação e treinamento de cães-guias. O Centro de treinamento, que teve sua planta inspirada nos centros do Canadá, foi inaugurado em maio de 2002 e marcou o início das atividades do Projeto Cão-Guia de Cego.

Em 2002 e 2005 foram criadas as Leis nº 2.996 e nº 11.126, respectivamente, que regulamentam o acesso de cães-guias. O decreto Nº 5.904, de 2006, trouxe mais especificidades para as leis, que ainda são vagas e não contemplam várias questões.

Após o fim do mandato do Governador Roriz e o afastamento da Sra Roriz do em 2006, o INTEGRA e seus projetos começaram a passar por dificuldades, especialmente financeiras como consequência da herança política deixada pelo nome Roriz.

Em 2009, o Projeto passou a ser gerido pela Associação Brasiliense de Ações Humanitárias - ABA, organização social sem fins lucrativos, com autonomia administrativa e financeira. A ABA tem como missão a promoção de iniciativas sociais em níveis nacional e estadual, desenvolvendo ações continuadas, com especial foco em abordagens sócio-educativas, na área de saúde pública e reintegração de setores marginalizados na sociedade, baseadas na visão ampliada de cidadania e dos direitos humanos.

3.1.2 Funcionamento

O Projeto possui uma parceria com o Corpo de Bombeiros Militar do Distrito Federal que fornece cinco treinadores/instrutores, e com o Hospital Veterinário da Universidade de Brasília - HVet para atendimento veterinário do plantel. Além disso, possui dois patrocinadores: a Bayer¹², que fornece produtos de higiene e a Premier¹³, que fornece toda a ração dos nossos animais até serem entregues ao deficiente visual. Existem ainda alguns apoios e parcerias informais com clínicas veterinárias e veterinários que auxiliam em exames, cirurgias, vacinação, fisioterapia e outras demandas não supridas pelo HVet.

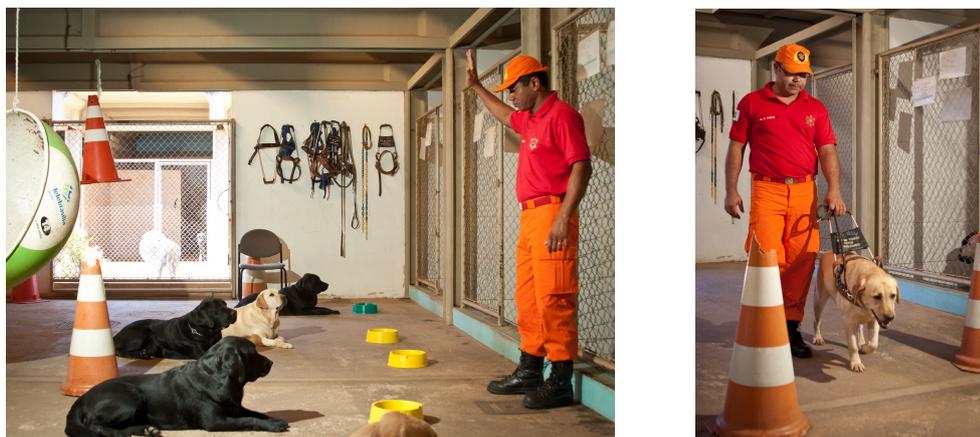


Figura 3 – Cães em treinamento pelos militares do Corpo de Bombeiros Militar do DF

¹² Bayer Saúde Animal

¹³ Premier Pet – Alimentos de alta qualidade

O Projeto tem sede no centro de treinamento no Setor Policial Sul. Para garantir um boa linhagem, os cães reprodutores (matrizes) que fazem parte do projeto são selecionados por análise genética. Ao nascer, o cão passa por uma análise veterinária para verificar existência de doenças atuais e potenciais. Aos dois meses o cão vai para a família hospedeira, que faz um trabalho voluntário de socialização do animal, devendo expo-lo ao maior número de informações e experiências possíveis, levando-o para todos os lugares que um deficiente visual poderá ir (metrô, shoppings, restaurantes, etc), de forma a acostumar o cão à sociedade e iniciar o adestramento básico de obediência.

Ao completar um ano, o cão é devolvido ao canil onde passa por avaliações de saúde, comportamento e temperamento, se aprovado inicia o treinamento que dura de 6 meses a 1 ano, em que o cão aprende a desviar de obstáculos aéreos e terrestres, atravessar ruas, obedecer aos comandos e à guia. Só depois desses dois anos é que o deficiente poderá receber o cachorro sem nenhum ônus. O deficiente selecionado passa por duas semanas de treinamento, quando fica hospedado na sede do projeto, também sem custo nenhum de alimentação ou hospedagem, inclusive de passagem caso seja de fora do Distrito Federal. Este é um período essencial para adaptação do usuário com o cão, onde testa-se principalmente a compatibilidade da personalidade entre a dupla.



Figura 4 – Aroldo durante o curso de adaptação em treinamento interno e externo

O cão trabalha de 6 a 8 anos, depois de aposentado pode ficar com o deficiente ou voltar para o projeto. É importante ressaltar que nem a família-hospedeira e nem o utilizador tem a posse do cão, podendo ser retirado a qualquer momento pelo projeto caso sejam notados maus-tratos ou uso indevido.

3.1.3 Cenário atual

Quando iniciou suas atividades a meta do Projeto era de entregar de 15 a 18 cães-guia por ano. Entretanto, devido as dificuldades, principalmente financeiras, o Projeto tem

entregue nos últimos 6 anos no máximo 4 cães por ano. Devido a falta de recursos financeiros, nos 10 anos de existência do Projeto, foram entregues somente 42 cães, sendo 25 no DF.

O custo que o projeto tem por cão fica entre R\$27 mil e R\$30 mil. A lista de espera da ONG hoje é de aproximadamente 278 deficientes visuais. São cerca de 40 cães no projeto atualmente, entre eles: matrizes e reprodutores; cães desligados ou aposentados; e cães em treinamento, sendo ainda 12 filhotes em socialização.

A coordenação do Projeto já passou por várias mudanças ao longo dos anos e houve muita perda de informações e estruturas de funcionamento.

O quadro de funcionários atual conta com uma coordenadora administrativa, um coordenador técnico, uma psicóloga, um tratador e 12 (doze) famílias hospedeiras, cada uma com um filhote em socialização, além de outros voluntários dia e voluntários administrativos.

3.1.3.1 Perfil dos atores envolvidos

A fim de potencializar os serviços o sistema do projeto por meio das competências e recursos disponíveis torna-se relevante mapear os perfis dos principais atores atuantes no Projeto no momento da realização desse trabalho, uma vez que são os mesmos que irão aprovar e implementar o sistema proposto.

A identificação e descrição pessoal dos principais envolvidos no Projeto hoje permite criar sistema baseado em seus conhecimentos, competências e disponibilidade condizentes com a realidade e também identificar as lacunas existentes e projetar ações para supri-las.

a) Coordenação administrativa:

- **Lúcia Campos** - Coordenadora administrativa; voluntária; aposentada. É vice-diretora presidente e sócia fundadora na Associação Amigos do Cão-Guia. Entrou no Projeto desde o seu início como família hospedeira, tendo socializado em torno de 10 cães. Tem amplo conhecimento do histórico do Projeto, dos tramites burocráticos administrativos rotineiros, áreas relativas aos cães e contatos com a direção da ABA. Possui 12 cães e já foi criadora de cão para exposição, tem ótima habilidade e conhecimento de cães, porém pouco conhecimento técnico na parte administrativa.

- **Fernanda Alves** - Psicóloga do Projeto; voluntária; psicóloga e servidora pública na área; segunda secretária e sócia fundadora na Associação Amigos do Cão-Guia. Tem 30 anos, casada, possui uma filha de 2 anos e uma recém-nascida. Entrou no projeto como família hospedeira e já foi família de acolhimento de vários dos cães aposentados. Também fez trabalho de conclusão de mestrado sobre o Projeto, sendo uma das pessoas mais

engajadas e ativas, e com vistas de novos projetos. Tem como sonho a implementação dos cães de assistência com foco nas pessoas com deficiência visual. É responsável pelo atendimento, seleção e acompanhamento dos deficientes visuais, auxiliando também na adaptação psicológica. É responsável também pelos programas de voluntariado: família hospedeira, família de acolhimento e voluntário-dia.

- **Juliana Navarro** - Voluntária. Não possui cargo instituído mas é responsável pela área de comunicação e design. Formada publicidade e propaganda e estudante de design, trabalha na iniciativa privada com *branding*. É sócia-fundadora e conselheira fiscal da Associação Amigos do Cão-Guia. É responsável pelo gerenciamento do *Facebook*, *Instagram* e site; divulgação de notícias, eventos e outros; elaboração de peças gráficas; produção de produtos para venda; captação de recursos; prospecção de parceiras e patrocínio e; atualmente, durante período de licença maternidade da Fernanda auxilia no programa de voluntariado
- **Ricardo Correa** - Voluntário. Não possui cargo instituído. Aposentado, trabalha no serviço público com tecnologia da informação. É diretor-presidente e sócio fundador da Associação Amigos do Cão-guia. Marido da Lúcia, entrou também no início do Projeto como família hospedeira. No Projeto auxilia em questões administrativas, nos eventos e captação de recursos. Faz parte do quadro de associados da ABA e portanto, tem mais contato e influência ali.
- **Raquel Almeida** - Voluntária. Não possui cargo instituído. É sócia benemerita da Associação Amigos do Cão-guia, tendo entrado em março de 2014. É formada em administração, já tendo trabalhado na área e é estudante de medicina veterinária. Entrou no Projeto como voluntária-dia e hoje atua sobretudo junto aos cães, sendo responsável principalmente pelos cães que precisam de cuidados médicos específicos, principalmente aos fins de semana. Auxilia levando os cães em consultas veterinárias, nos eventos, na seleção de famílias voluntárias e outras necessidades.
- **Fabiano Alves** - Voluntário. Não possui cargo instituído. É primeiro secretário e sócio fundador da Associação Amigos do Cão-Guia. Advogado e servidor público. Casado com a Fernanda. Atua principalmente no auxílio e consultoria relacionada a questões jurídicas.
- **Amilton** - Tratador. Remunerado. É responsável pelos cuidados diários dos cães, tais como alimentação, limpeza dos boxes, medicação, banhos e outras atividades rotineiras. Também é responsável pela jardinagem do local do

Projeto, quando necessário. É a pessoa que está mais tempo presencialmente na sede do projeto e portanto, tem contato com voluntários-dia, bombeiros e equipe administrativa. E também, que possui maior contato com cada um dos cães do plantel.

b) Treinadores:

Os treinadores do Projeto são militares do Corpo de Bombeiros que atuam em regime de escala no Projeto. Os treinadores são aqueles habilitados a treinar os cães para serem cães-guias, já o instrutor também é habilitado a repassar a ensinar outros treinadores. Hoje são três treinadores e dois treinadores e instrutores, sendo um deles o coordenador-técnico do treinamento.

c) Voluntários-dia:

Hoje são em torno de 10 a 15 voluntários dias. Esses voluntários auxiliam no cuidado com os cães, caminhadas, escovação, banho e carinho. De acordo com horário de disponibilidade do interessado, e dos horários de funcionamento do canil. É necessário ter idade superior a 18 anos, disponibilidade de horário durante a semana, gostar de cães, ter paciência, ter tempo disponível para realizar as atividades. Durante as atividades recebe apoio técnico dos treinadores, psicólogo e da administração para aprender e receber orientações técnicas sobre como lidar com os cães. Além disso, o voluntário-dia também pode participar de outras ações de voluntariado com equipe do Projeto, como por exemplo: limpeza e organização do Centro de Treinamento, organização e participação nos eventos, atividades administrativas e divulgação das atividades do Projeto.



Figura 5 – Voluntários-dia brincando e passeando com cães no centro de treinamento.

d) Famílias-Hospedeiras:

É uma família voluntária que hospeda um filhote de labrador do Projeto a partir dos 02 meses de idade até 01 ano e meio, aproximadamente. A família-hospedeira participa da 1ª etapa do processo de formação de um cão-guia, a

socialização. Nessa etapa ela é responsável por levar e educar o cão aos mais diversos ambientes (interior e exterior da casa, shoppings, metrô, ônibus, carro, ambientes de estudo e trabalho).

A cada nova ninhada é feito um processo seletivo de famílias-hospedeiras entre as pessoas cadastradas. Normalmente, são privilegiadas famílias que já participaram desse voluntariado antes com excelência.



Figura 6 – Fernanda e Lúcia em trabalho de socialização de futuros cães-guia

3.2 Associação Amigos do Cão-Guia¹⁴

A Associação Amigos do Cão-Guia – AACG é uma Associação Civil, com personalidade jurídica de direito privado, sem fins lucrativos e econômicos. Ela foi criada no dia 8 de fevereiro de 2013 por sete pessoas que na ocasião participavam ativamente como voluntárias administrativas do Projeto Cão-Guia de Cegos – DF. Devido às inúmeras dificuldades administrativas e financeiras que o Projeto passava essas pessoas resolveram se mobilizar na intenção de encontrar soluções para tais dificuldades. Dessa forma, foi criada a AACG, motivada pela necessidade de captação de recursos financeiros que serão destinados à sua manutenção e ao desenvolvimento técnico-operacional do Projeto Cão-Guia de Cegos – DF, possibilitando a sua reestruturação e retomada das suas atividades enquanto um dos principais fornecedores de cães-guias para cegos no Brasil.

A Associação tem como propósito fomentar, apoiar, patrocinar, melhorar e facilitar a prestação do treinamento de cães-guias e cães de assistência, como forma de ampliar o acesso a essas assessorias técnicas e elevar a qualidade de vida de pessoas com deficiências, com comprometimentos cognitivos e sociais ou sob tratamento médico.

Assim a AACG tem entre seus objetivos a conscientização e sensibilização da sociedade e do governo brasileiro na área de acessibilidade, inclusão social, terapias assistivas e cães-guias, através de ações educacionais, políticas e legislativas da área; a difusão do tema dos cães-guia e cães de assistência terapêutica no Distrito Federal e demais estados da Federação, como forma de implementar ações que envolvam vários órgãos e pessoas da sociedade; a criação de um espaço onde seja possível desenvolver novos projetos, inovar, debater, construir documentos e

¹⁴ Informações retiradas do modelo de Plano de Patrocínio da Associação Amigos do Cão-Guia.

agir junto aos setores da sociedade, de maneira organizada e efetiva e; unir participantes e estudiosos das mais diversas áreas do conhecimento, demonstrando de forma qualitativa e quantitativa os benefícios advindos dos cães-guia e dos cães de assistência terapêutica.

Fazem parte da AACG hoje os sete sócios-fundadores e uma sócia benemérita, sendo que no presente momento dois deles estão afastados por motivos pessoais e uma está com atividades reduzidas devido a licença maternidade.

4 SIMILARES

4.1 Projetos de Cão-Guia no Brasil

4.1.1 Projetos Federais – Institutos federais.

Em 2011, o Governo Federal criou o Plano Nacional de Direitos da Pessoa com Deficiência - “Viver sem Limite”. Entre suas ações previa até 2014 a implementação de sete Centros Tecnológico de Formação de Instrutores e Treinadores de Cães-Guia em parceria com os Institutos Federais em seis regiões do Brasil: Sergipe (São Cristóvão); Amazonas (Manaus); Ceará (Limoeiro do Norte); Espírito Santo (Alegre); Goiano (Urutaí); Sul de Minas (Muzambinho); e Santa Catarina (Balneário Camboriú).

A criação dos centros objetiva entregar cães-guias gratuitamente para pessoas com deficiência visual de todo o país e formar profissionais técnicos capazes de treinar os cães-guias e desenvolver aptidão para viabilizar o processo de união entre o cão-guia. O investimento do Governo é de mais de R\$ 3 milhões em infraestrutura, equipamentos, aquisição de cães matrizes e matérias de consumo, além de R\$ 500 mil anuais para manutenção de cada centro.

O Centro de Camboriú - SC foi o primeiro a ser construído e servirá como modelo aos demais. Ao final de 2012 teve início a primeira turma com nove alunos que ficarão responsáveis também pela implementação dos demais centros.

O planejamento para implementação de todo o projeto vem apresentando falhas em várias instâncias, na maior parte devido à falta de comunicação e interação entre projetos já existentes, resultando em planejamento não eficiente e fora da realidade e em atrasos na implementação do projeto, falta de alunos com requisitos necessários para treinar o número de cães socializados, entre outros.

Apesar de todos os problemas, a iniciativa do governo tem um grande apelo com os deficientes visuais e instituições de apoio uma vez que estes consideram que é dever do Estado garantir o cão-guia por meio de políticas públicas, e não a dependência de ONGs ou iniciativas privadas. O ideal é que as ações do governo funcionem em paralelo Projetos privados do segundo ou terceiro setores, cobrindo toda a demanda pelo serviço.

4.1.2 Associação Cão Guia de Cegos – ACGC



Figura 7 – Logo ACGC

A ACGC é uma entidade de caráter filantrópico, sem fins lucrativos, fundada em maio de 1981 com a finalidade de dar olhos ao deficiente visual e integrá-lo à sociedade como pessoa produtiva. Para tanto, a Associação ministra cursos profissionalizantes para formação de instrutor e treinador de cão-guia.

A AACG também fornece gratuitamente cães-guias, custeados por doações e parcerias dos padrinhos e madrinhas. Em 2011, a entidade conseguiu formar a primeira dupla deficiente visual/cão-guia do Espírito Santo.

Não há informações suficientes para saber se a AACG está em funcionamento.

4.1.3 Instituto Meus Olhos tem 4 Patas - MO4P



Figura 8 – Logo MO4P

O MO4P foi criado em 2011 pelo economista Luiz Alberto, em São Paulo – SP para auxiliar o Projeto Cão-Guia Sesi-SP. O Sesi entraria com financiamento e toda a estrutura e o MO4P seria responsável pelo adestramento dos cães-guias. Com menos de um ano de execução o repasse de verba foi interrompido pelo Sesi sem prévio aviso e o MO4P acabou suspendendo todos os serviços.

4.1.4 Projeto Cão Guia Brasil



Figura 9 – Logo Cão Guia Brasil

O projeto de Niterói - RJ, coordenado pelo George Harrison, tem como objetivo: treinar cães para guiar pessoas com deficiência visual ou com baixa visão e facilitar seu acesso à parceria com um cão-guia; formar novos treinadores e instrutores de cão-guia e; preparar a sociedade para receber esta nova realidade.

Em 2010 haviam entregue quatro cães, em 2011, em parceria com o Sesi-SP entregaram mais nove cães. A entrega dos cães não tem ônus ao deficiente visual e é bancada por patrocínios e doações. Entre as principais fontes de recurso do projeto estão:

- Patrocínio: oferecem uma cota de R\$1.200,00 por mês durante 2 anos;
- Doações;
- Amigos do Cão-guia Brasil: 22 parceiros, sendo a maioria *pet shops*;

- *Tags*: Empresas podem comprar uma quantidade de *tags* com informações sobre o projeto para serem colocadas junto ao seu produto final, onde vem escrito que aquela empresa fez uma doação e colaborou com o Projeto;
- *Joia*: doadores acima de R\$150,00 podem receber uma joia em formato de um labrador elaborado pelo artista Stefano Di Pastena;

4.1.5 Projeto Cão-Guia Sesi – SP



Figura 10 – Logo Projeto Cão-Guia Sesi

O Projeto do Sesi (Serviço Social da Indústria), surgiu em 2011 com o objetivo de entregar cães-guias para profissionais com deficiência visual, somente para trabalhadores da indústria Paulista. O Sesi adquiriu 32 filhotes de labrador e Golden Retriever. Para o adestramento dos cães-guias foi feita uma parceria inicialmente com o Instituto MO4P e posteriormente, com o Projeto Cão-Guia Brasil, que conseguiu entregar 9 cães-guias. Hoje atuam em parceria com o IRIS Cão-guia.

4.1.6 IRIS Cão-Guia



Figura 11 – Logo IRIS

O Instituto de Responsabilidade e Inclusão Social - IRIS, é uma entidade sem fins lucrativos, fundada em 2002 em São Paulo (SP) com a missão de desenvolver atividades que acelerem o processo de inclusão social de pessoas com deficiência visual. Para exercer essa missão, elegeram como prioridade institucional a difusão do cão-guia.

Até 2012 aproximadamente, a instituição agia captando recursos para treinamento de instrutores, adestramento e cuidados com o animal. Além disso, ao conseguir patrocínios reuniam grupos de 3 ou 4 cegos para levar a uma escola no exterior, acompanhado de um treinador que servia como tradutor do treinamento. Quando retornassem, ele ficaria responsável pelo acompanhamento dos cães aqui no Brasil.

Em 2013 o Iris se juntou ao Sesi-SP, que passou a financiar o Projeto. Houve um reposicionamento, e para demonstrar esse novo posicionamento e forma de atuação eles reformularam a marca e atuação, se tornando Iris Cão-guia e passando a se dedicar ao treinamento e entrega de cães-guia. Todos os meios de comunicação foram reformulados para atender esse nova forma de atuação focada agora no cão-guia.

4.1.7 Escola Helen Keller



Figura 12 – Logo Helen Keller

A Helen Keller foi inaugurada em julho de 2000, pelo Dr. Augusto Gonzaga em Florianópolis. A Escola é reconhecida pela Federação Internacional de Escolas de Cães-Guias (Londres). Segundo o site da instituição é a única escola do Brasil com reconhecimento internacional e com os treinadores certificados pela Federação.

Em 2008, a escola foi transferida para Balneário Camboriú, que em parceria com o Instituto Federal Catarinense, que construiu o Campus Camboriú do IFCatarinense com o projeto de oferecer cursos para treinador e instrutor de cão-guia, assim como o treinamento de cães-guia.

Em 2011, o projeto foi incorporado como uma das ações do Plano Nacional para as Pessoas com Deficiência, o “Viver sem limites”, lançado pelo Governo Federal. O projeto servirá como modelo para os demais centros construídos e está finalizando a primeira turma de treinadores, juntamente com os primeiros cães-guia.

4.1.8 Adestradores particulares

Uma outra opção para adquirir um cão-guia são os adestradores particulares. Nesse caso a pessoa pode comprar um cão previamente socializado e treinado no exterior e o adestrador faz uma adaptação para a realidade do utilizador, ou ter todo o treinamento realizado aqui. Essas opções, despendem um investimento alto entre R\$20 a R\$30 mil.

Até 2011, os poucos projetos existentes no Brasil eram pouco estruturados e suas atuações eram instáveis, estando sempre suscetíveis a flutuação dos patrocínios. Essa realidade começou a mudar quando as questões de acessibilidade e inclusão passaram a ter mais destaque nas pautas sociais. Isso é percebido principalmente pela entrada da esfera pública na área, em parceria com a esfera não governamental.

Todos os projetos existentes objetivam a entrega de cães-guias sem ônus aos cegos. Porém, os mesmos sofrem pela estrutura física, administrativa ou técnica incompleta e ineficaz, a maioria são ONGs e tem dificuldades pela falta de *know-how* em gestão e captação financeira.

O grande diferencial do Projeto Cão-Guia de Cegos do DF em relação aos demais projetos se dá pela atuação completa em todas as etapas do processo. Cuidando e acompanhando desde a reprodução até a aposentadoria do cão, passando pelo treinamento, propriedade de cães matrizes próprios, treinamento com parceria exclusiva e interna, seleção e acompanhamento dos cegos. Esse ciclo completo, alinhado com os 11 anos de experiência, garantem maior segurança e confiança no serviço oferecido.

4.2 Projetos de Cão-Guia no Exterior ¹⁵

4.2.1 Fundação Mira



Figura 13 – Logo Mira

a) Informações gerais:

- Sainte-Madeleine, provincial de Quebec no Canada;
- Fundada em 1981 por Éric St.Peter;
- Entrega os cães sem custo nenhum;
- Atende pessoas com deficiências visuais, motoras e crianças com autismo;
- Primeiro Centro de Treinamento de Cão-guia de Cegos do Canadá;
- Primeiro Centro com treinamento em Francês da América do Norte;
- Primeira escola a entregar cães para crianças e adolescentes com menos de 15 anos;
- Atendimento particular para cada caso, busca soluções individuais para cada pessoa, deficiência e assim, busca pela inovação;

b) Histórico:

Criado por um adestrador após ser convidado pelo Instituto Nazareth Louis-Braille para observar as dificuldades no Centro de Treinamento Americano. Percebeu que os cães não estavam se adaptando ao clima e decidiu criar o 1º Centro de Treinamento do Canadá.

c) Recursos humanos:

- Conselho administrativo com 15 voluntários. Possuem diferentes *backgrounds* em negócios, se encontram esporadicamente e possuem outros trabalhos.
- O resto da equipe é remunerada.

d) Parcerias:

- Eukanuba, patrocínio de toda ração dos cães do canil e de treinamento;
- Nazareth e Louis Braille Instituto – Parceria para inovação e criação de métodos e aprendizado de técnicas de mobilidade e treinamento;
- Escola de Veterinária, da Universidade de Montreal: Pesquisa em displasia e estudo aos estudantes;
- Centros de Reabilitação: Fornece serviços adicionais de mobilidade e orientação;

e) Curiosidades:

¹⁵ Todas as informações desta seção foram retiradas dos sites dos respectivos projetos e traduzidos livremente.

- Logo feita por Paul Gauthier, já ganhou vários prêmios.

e) *Fontes de recursos:*

- Doação pontual ou mensal;
- Doação por testamento ou seguro de vida;
- Doação em memória: fazer doação como homenagem à alguém que faleceu, e enviar uma carta para a família do ente ;
- Doações corporativas: em espécie, produto, serviço ou expertise. Sugestões de implementação de programa de doação colaborativa interna, organizar uma conferência, ceder espaço para o time de captação de recursos.

f) *Discurso de marca:*

“O que está disponível para todos também deve ser acessível aos deficientes.” (...) “No final, o que aprendemos ao longo dos anos é que ajudar e dividir é um privilégio.”

- Coerente, com base nos preceitos do seu fundador: dar um novo sentido aos cães além de domésticos, dedicando-os ao serviço dos humanos necessitados;
- Missão: Trazer grande autonomia para pessoas com deficiências visuais e físicas e facilitar sua integração social provendo a eles cães totalmente treinados para atender as necessidades individuais de cada um;
- Não é focado em deficiente visual ou em mobilidade, mas sim em ajudar pessoas com deficiências (gerais) a terem acesso a vida que quiserem ter. A ação é global, não focada só no treinamento, mas na aceitação social, identificar e quebrar obstáculos para as pessoas;
- Agradecimentos constantes aos voluntários e a todos que ajudam;
- Abordagem que garante que todas as solicitações sejam consideradas em bases individuais de forma que as soluções sejam projetadas de acordo com as necessidades específicas de cada pessoa:

“Identificar obstáculos físicos e resistências sociais na vida de cada um de nossos clientes é também uma parte importante de nosso trabalho, tanto quanto garantia do nosso sucesso. Em nosso esforço para uma reabilitação mais completa possível, trabalhamos duro para eliminar certos medos nas escolas, para fazer as pessoas aceitarem os cães como ferramentas no desenvolvimento das crianças e lutar contra injustiças, muitas vezes mal colocadas, devido a apreensão em ter cães-guia em lugares públicos e em trânsito.

4.2.2 *Lions Foundation of Canada Dog Guides*



Figura 14 – Logo Lions Foundation of Canada Dog Guides

a) Informações gerais:

- Fundada em 1980;
- Sede em Oakville, Ontario e Centro de criação e treinamento em Breslau, Canadá;
- Entrega cães sem ônus nenhum ao utilizador;
- Não possui auxílio do governo;
- É uma fundação, pertencente ao Lion Club (organização mundial de serviços humanitários), que ajuda pessoas com deficiência, atuando por diversos programas de cães-guia;
- Membro fundador da Associação Canadense de Guia e Escolas de Cães de Assistência;
- Membro credenciado da Federação Internacional de Cães-guias Internacional e Federação Internacional de Cães de Assistência;
- Membro do programa Imagine - Código de Ética do Canadá.

b) Serviços:

- Cão-guia para pessoas com deficiência visual;
- Cão-guia para pessoas com deficiência física: ajuda a pegar objetos, ligar e desligar aparelhos, abrir e fechar portas, latir e ativar alertas quando necessário;
- Cão-guia para pessoas com deficiência auditiva: ajuda a distinguir sons e levá-los para o que está a fazer o barulho;
- Cão-guia para autistas: Proporciona segurança, companhia e amor; Fornece calma e alívio em situações de alto nível de ansiedade e reduz o stress de experiência em locais públicos; Estimula a interação social;
- Cão-guia para diabéticos: Detectam quedas bruscas de açúcar no sangue através de cheiro e alertam para que possam ingerir algo doce. Podem ir buscar ajuda ou ativar um sistema de alerta, se necessário;
- Cão-guia para Epiléticos: Ajudam a identificar um ataque e rapidamente ativar um sistema de alerta ou latir para obter ajuda.

c) Histórico:

No início da década de 1980 o Lions Clubes em todo o Canadá procurou desenvolver um projeto nacional para refletir o seu serviço para os canadenses com deficiência visual. O resultado foi a Fundação de Lions do Canadá e seu programa de fundação, Canino Vision Canada, que foi criado em 1985. Desde então, a Fundação tem crescido para incluir outros programas.

d) Recursos humanos:

- Administração executiva: 6 membros;
- Diretoria: 6 membros;

A missão Fundação de Lions do Canadá é ajudar os canadenses com deficiência médica ou física , proporcionando-lhes cães-guias , sem nenhum custo . Para isso, a Fundação atua junto à Dog Guias Canadá, uma escola nacional de formação proeminente e de caridade que ajuda as pessoas com deficiência através de programas de cão-guia especializado.

e) *Curiosidades:*

- A adoção dos cães aposentados ou desligados é divulgada na forma de um programa;
- Atendem crianças a partir de 10 anos, variando a faixa etária de acordo com o tipo de cão e necessidade.

f) *Parcerias:*

- Purina: fornecedor de ração

f) *Fontes de Recursos:*

- Fundações e corporações;
- Doações de pessoas físicas;
- Clubes de serviço;
- *Purina Walk for Dog guides:* caminhada nacional para agiar fundos. Cada caminhada é organizada por voluntários locais e apoiada pela fundação. Não há taxa de inscrição, há patrocinadores que cobrem os custos, e todas as doações são revertidas ao Projeto.

h) *Discurso de marca:*

- Página no site com o quadro diretivo, um breve currículo/motivação da pessoa e uma frase dela;
- Possuem depoimentos de utilizadores no site, contando casos de sucesso.

4.2.3 *Guide Dogs Nsw/Act*



Figura 15 – Guide Dogs NSW/ACT

a) *Informações gerais:*

- Sydney, Glossodia;
- Não recebem nenhum recurso do governo;
- Entrega os cães sem custos aos clientes;

- Custo de \$3 milhões por ano para manter o centro;
- Cada cão-guia custa \$30 mil;
- São parte do Guide Dogs Austrália, entidade que representa as organizações de cão-guia no país e tem o selo de marca mais confiável na área de caridade de 2013.

b) Serviços:

- Treinamento de cães-guia para pessoas com deficiência visual;
- Treinamento de cães de companhia para crianças e adultos desfavorecidos por causa da idade, doença, incapacidade ou isolamento;
- Treinamento de uso de bengala, cães e aparelhos eletrônicos para melhorar a sua mobilidade;
- Programas para crianças que perderam ou estão perdendo a visão;
- Defesa e luta pelo direitos das pessoas com deficiência visual por meio de programas de assistência e direitos;
- Consultoria para o governo local, os arquitetos, as autoridades de transporte e as empresas sobre as formas de melhorar as instalações para pessoas cegas ou com deficiência visual .

c) Fontes de recursos:

- Doações;
- Caixas de doação: Caixa em formato de cão que ficam em lojas e estabelecimentos parceiros;
- Venda dos chocolates de cão em *braille*;
- Venda de produtos próprios e de terceiros;
- Eventos de captação de recurso: Disponibiliza um “Kit Comunidade para Captação de Recursos” com sugestões de eventos, materiais para atividades com crianças e etc, para ajudar qualquer pessoa a organizar uma iniciativa de angariação de fundos para o Projeto.;
- Legado: Incentivam deixar uma parte de herança como doação. Incluem o “*Daisy Programm*”, para reconhecer as pessoas que incluíram o projeto em seus testamentos e fazem parte de um grupo que incentiva legados para projetos de caridade.
- **Empresas:**
 - Patrocínio em dinheiro, produtos ou serviços;
 - Patrocinar um cão aspirante à cão-guia e em troca:
 - Nomear o seu cão aspirante a guia;
 - Conhecer o seu cão no início e conclusão do programa;
 - Receber novidades do progresso do cão incluindo fotos;
 - Receber uma palestra inspiradora para a equipe;
 - Receber uma visita de um treinador para ensinar a equipe a forma de interagir com as pessoas com deficiência visual;
 - Um convite para conhecer o Centro de Formação;

- Motivar a equipe e demonstrar a responsabilidade social corporativa.
- Dar a possibilidade do empregado doar um percentual do salário para o Projeto, podendo receber benefícios em troca;
- Quatro dias onde a empresa pode levar os funcionários para fazer uma ação voluntária no Projeto.

d) *Parcerias:*

- *The Monkeys*: agência de marketing e publicidade;
- *Coffey*: Fornece mão de obra e consultoria administrativa.

e) *Divulgação e promoção:*

- Disponibilizam um guia de etiqueta sobre cão-guia: como se comportar perto de um cão guia e as reponsabilidades do utilizador;
- Amplo investimento em publicidade, newsletters, áudios e canal no Youtube;
- Todos os vídeos possuem opção de audiodescrição;
- Apresentam muitos documentos para *download* público: planejamento estratégico, manuais, estatutos, política de investimento, leis e etc;
- Kit educacional Cão-guia: Oferece recursos para ensino sobre o cão-guia. (é possível agendar palestra);
- Campanha que incentiva mudanças positivas na comunidade para facilitar a independência das pessoas com deficiência visual;
- Panfletos em várias línguas.

f) *Curiosidades:*

- Ao fim do treinamento é feito uma cerimônia de graduação onde o cão se apresenta entre os obstáculos e ganha um diploma;
- Ajudam em processos jurídicos para quem sofreu discriminação por sua deficiência;
- Preocupação que todos os materiais do próprio projeto sejam acessíveis.

g) *Discurso de Marca:*

“Existimos para melhorar a qualidade de vida das pessoas cegas ou com deficiência visual, ajudando em sua conquista da independência por meio de acesso e mobilidade. Acreditamos que eles têm direitos iguais à outras pessoas, e respeitamos o seu direito à dignidade humana.”

- Muitos agradecimentos em todo o site e informações;
- Site muito detalhado e com muitas informações;
- Transmite credibilidade e confiança;
- Discurso próximo e preocupado com cada *stakeholder*;
- Discurso baseado em direitos humanos, dignidade humana, acessibilidade e inclusão;

- Motivação principal é a inclusão do deficiente visual e pessoas com necessidades em geral, com foco na defesa das mesmas independente da forma.

4.2.4 KNGF *Geleidehonden: The Royal Dutch Guide Dog Foundation*



Figura 16 – Logo KNGF

a) *Informações gerais:*

- Organização sem fins lucrativos
- Fundada em 1935
- Países Baixos – Netherlands
- Já treinou mais de 5 mil cães
- Faz parte da Federação Internacional de cão-guia

b) *Histórico:*

Em 1953, a rainha Juliana tomou uma segunda visita à escola de cães-guias. Ela fez um passeio de olhos vendados com guia Guus. Profundamente impressionado com o desempenho do cão, ele concedeu o Fundo Cães Guia Netherland algumas semanas mais tarde, a designação Real. O NGF foi KNGF.

c) *Serviços:*

- Criação, treinamento e distribuição de cães-guia para cegos.
- Treinamento de cães de assistência, cães amigos, cães de serviço para autistas e cadeirantes.
- Treinamento de instrutores de cães-guia.

d) *Recursos humanos:*

- Mais de 70 empregados
- Mais de 500 voluntários
- Mais de 45.000 doações
- Vários patrocinadores

e) *Fonte de recursos:*

- Seguradoras de saúde dos clientes
- Ações de poupança
- Legado
- Doações diretas com valores pré-estabelecidos.

- Patrocínios: .
 - “Apadrinhamento de um cão” e podem nomeá-lo em troca.
 - Disponibiliza modelos de banners publicitários online com link para doação, para que as empresas coloquem em seus sites.
- Doação via SMS.
- Parceria com empresa de reciclagem Eeko que paga por celulares e cartuchos de bateria doados.
- Loja virtual com produtos da marca KNGF.
- Campanha de poupança: estimula as pessoas a criarem campanhas em seus eventos comemorativos pedindo de presente aos convidados doações à KNGF.
- Incentivam a criação de eventos para arrecadação de dinheiro. Oferecem cartilha com dicas para organização, repassam materiais de divulgação, possuem uma plataforma própria para que as pessoas façam as doações online, onde é possível ver todos os eventos organizados para esse fim, e o valor já doando e etc.
- Loteria da caridade: site de loteria amiga onde as pessoas apostam mensalmente e podem ganhar prêmios junto com mais 3 amigos contribuintes. Metade de sua contribuição mensal vai para a caridade de sua escolha.
- PATAS: Projeto que oferece workshops pago sobre como escolher e treinar um cão para crianças autistas, com foco em seus pais.

f) Curiosidades:

- Campanhas anuais em rádio, tv e mídias impressas.
- Disponibilizam documentos sobre como tratar os cães-guia.
- Disponibilizam material para qualquer um possa fazer uma palestra sobre cão-guia.
- Fornecimento de panfleto digital com informações sobre cão-guia que as pessoas podem imprimir.

g) Discurso de Marca:

“É nossa missão proporcionar uma vida melhor para pessoas com deficiência com um cão especialmente para isso. O cão-guia aumenta sua liberdade e independência. A KNGF está envolvida desde o nascimento até a aposentadoria dos seus cães e somos especialistas na área de cão e deficiências.”

“No KNGF, o homem e o cão são centrais”.

- Tratam o seu público-alvo como clientes.
- Ênfase no tempo de existência e experiência e, conseqüentemente, na capacidade de ajudar várias pessoas e oferecer diversos serviços.
- Coloca o cliente como um ponto central no planejamento do treinamento dos cães oferecem tratamento e serviços personalizados de acordo com as necessidades individuais, assim como uma assistência individual e atenciosa em todas as etapas, inclusive na reposição do cão.

- Demonstram a preocupação com o bem-estar do cão como um ser de direitos, porém sempre de forma profissional e não emocional.
- Incentivo ao patrocínio como benefício mútuo entre empresa e instituição, dizem criar juntos conceitos criativos que interessem ambas as partes.
- Discurso coerente porém igual e sem diferencial para todas as áreas e públicos.

4.2.5 Guide Dogs



Figura 17 – Guide Dogs

a) Informações gerais:

- Fundada em 1931.
- Organização sem fins lucrativos
- Possui quatro escolas de treinamento espalhadas pelo Reino Unido
- Um dos fundadores da Federação Internacional de Cães-guia.
- Possui planejamento estratégico de 10 anos (2010-2020)
- Visão futura para os próximos 10 anos para aumentar o escopo de serviços incluindo cães amigos para jovens e “Meu Guia” um
- Muito bem estruturada em termos de gestão.
- É o maior centro de reprodução de treinamento de cães de trabalho do mundo. É responsável hoje por 8 mil cães.
- Já ajudaram mais de 29 mil pessoas.
- Nasceram 1300 cães todos os anos e criaram mais de 820 novas duplas de cão-guia-utilizador em 2013.
- Custa 5 euros por dia para criar uma parceria entre cão e utilizador.
- Estimam o custo de vida de um cão-guia em 50 mil euros.

b) Histórico:

Foi fundada em 1931 por duas pioneiras que treinaram os primeiros quatro cães-guia britânicos. O escopo dos serviços e tamanho da instituição aumentou muito ao longo dos anos se tornando o maior do mundo.

c) Serviços:

- Cães-guias para pessoas com deficiência visual

- Serviços para crianças e adolescentes cegos: cães-guias, cães de companhia, treinamento de mobilidade e orientação, suporte a família, suporte educacional, fornecimento de tecnologias assistivas, atividades recreativas
- Oferece serviço de guia-humano
- Cães Companheiros: cães de assistência para crianças e adolescentes com deficiências visuais, que auxiliam na auto estima e confiança, nos exercícios e em companhia.

c) *Fonte de recursos:*

- Apadrinhamento de um cão
- Jogos: sorteio e loteria do cão-guia
- Doação em testamentos
- Doação de nome: É possível dar um nome a um filhote mediante um patrocínio. Existem quatro cotas de patrocínio que além do nome oferecem outros benefícios como receber fotos, certificado, atualizações e visita ao cão, variando de acordo com o valor doado.
- Arrecade para nós: incentiva outros a criar eventos para captação de recursos. Oferece um manual com dicas de planejamento do evento: tipos de evento, como captar o dinheiro, orientações para segurança e legalidade, como envolver patrocinadores e como promover o evento. Separam as sugestões em 4 categorias:
 - Em casa: Faça uma festa na sua rua com comidas e bebidas; Abra seu jardim para fazer atividades; Bazar ou feira de troca.
 - Na escola: Um dia para se fantasiar do seu personagem canino favorito; Criar atividades lúdicas que mostrem aos alunos como é não enxergar
 - No trabalho: venda de bolos e cafés no trabalho com dinheiro revertido ao projeto; Convidar o projeto para fazer uma palestra sobre o projeto; Competição de logos: As pessoas pagam para participar da competição tirando foto com as logos nos lugares mais distantes e inusitados, pode oferecer um prêmio; Deixar uma pequena caixa no escritório para arrecadar livros, que depois poderão ser vendidos e o dinheiro doado ao projeto.
- Doações de empresas:
 - Doação Combinadas: Criar projetos para captação de recursos, incentivando as equipes a participarem de eventos, desafios e folha de pagamento.
 - Parcerias de Marketing: Campanhas de marketing relacionado a causas, em parceria com os cães-guia pode ajudá-lo a impulsionar as vendas e diferenciar a sua marca; Produtos licenciados com a marca do cão-guia.
 - Entrega da folha de pagamento: As doações são feitas de pagamento antes de deduções fiscais , o que significa que seus funcionários recebem benefícios fiscais incluídos na sua doação em sua taxa máxima do imposto .
 - Doações de empresas e doações em espécie: Doações filantrópicas, com benefícios fiscais e reconhecimento por meio de publicidade.

- Programa de voluntariado equipe: As equipes de uma empresa são motivadas a fazer voluntariado juntas.
- Dias Corporativo: Um dia do cão-guia com objetivo de desenvolver as equipes de funcionários por meio de uma experiência memorável e, ao mesmo tempo, aprender mais sobre o impacto da perda de visão e experimentar o trabalho dos cães-guia.

d) Recursos humanos:

- 13 chefes executivos e curadores
- Todos os funcionários já possuíam grande experiência anterior com trabalhos voluntários esporádicos e fixos, com altos cargos e com focos administrativos.

e) Discurso de marca:

“Nós não vamos descansar enquanto pessoas que são cegas ou com baixa visão possam aproveitar a mesma liberdade de movimento como todo mundo.”

- Linguagem informal e divertida. Usam muito de repetição e redundâncias para
- Possuem um fofo também na pessoa com deficiência visual com objetivo de liberdade e locomoção para todos de forma igual.
- “Nós iremos entregar cães guia de serviço de classe mundial como parte de uma gama de serviços de mobilidade, e trabalhar para quebrar barreiras que garantam as pessoas com deficiências visuais possam sair por ai de acordo com seus próprios termos.”
- Valores: dedicados pela qualidade superior, sempre confiáveis, inclusivos e acolhedores, focados do cliente, máximo impacto, paixão e determinação.

O cenário internacional do cão-guia é muito distinto do que encontramos hoje no Brasil. No exterior, o conceito e a utilização do cão-guia é antigo e os principais projetos existem há pelo menos quatro décadas. Esse tempo de atuação colabora significativamente para a consciência e aceitação do cão-guia nessas sociedades. No Brasil, ainda não é comum ver cães de trabalho na rua e ainda há muita ignorância sobre o assunto, por isso também a pressão social e apoio a essas causas ainda é baixo. O tempo e existência dos projetos estrangeiros ainda influenciam na estruturação e eficiência dos mesmos. Todos os Projetos analisados são ONGs, que não possuem nenhum auxílio governamental, se sustentam com recursos do setor privados e próprios e oferecem seus serviços gratuitamente para as pessoas atendidas, porém todas elas possuem uma estrutura empresarial, com quadro de funcionário remunerado, planejamento administrativo e recursos econômicos relativamente abundantes. Eles ainda são beneficiados por cenários econômicos, políticos e sociais que facilitam a atuação de ONGs como instituições de funcionamento semelhante a empresas, porém com objetivos econômicos diferenciados. No que se refere a viabilidade financeira é perceptível que possuem estabilidade e possuem fontes de recursos descentralizadas e diversificada.

4.3 Projetos, ONGs e Ações Similares

4.3.1 PROJETO TAMAR



Figura 18 – Logo Projeto Tamar

a) Informações gerais

- Criado em 1980 pelo Instituto Brasileiro de Desenvolvimento Floresta, hoje conhecido como IBAMA.
- Possui 23 bases, em 1100km de praia em 9 estados
- Ampla atuação e vários núcleos
- Movimenta um volume de recursos na ordem de US\$ 1,6 milhão anuais
- Maior volume de recursos em 1995 foi obtido através da venda de produtos.
- É um projeto híbrido, coadministrado pelo Instituto Chico Mendes de Biodiversidade, órgão do Ministério do Meio Ambiente e Fundação Pró-Tamar, ONG sem fins lucrativos fundada em 1988 e pelo Instituto Chico Mendes de Biodiversidade. A ONG é responsável pelas atividades na área administrativa, técnica e científica, pela captação de recursos e pela gestão do programa de auto sustentação

b) Histórico:

Projeto teve início na década de 70 por um geração pioneira de ambientalistas profissionais formada por um grupo de estudantes de Oceanografia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Em uma pesquisa de campo presenciaram a matança das tartarugas marinhas no litoral brasileiro pelas comunidades locais, que vendiam cascos, ovos e carne para se sustentar, além de se alimentar desses animais. Assim, surgiu a necessidade de criar mecanismos para a proteção desse ecossistema marinho .

O trabalho se concentrou inicialmente na conscientização da população local para a necessidade de preservação das tartarugas e mudança de seus hábitos culturais. E também, na criação de novas oportunidades de trabalho para que a preservação das tartarugas se tornasse rendável para essa população, inibindo a necessidade de sua matança para fins econômicos.

c) Fontes de recursos:

- Ecoturismo
- Centros de Visitantes

- Comercialização de serviços e produtos
- Patrocínio oficial nacional da Petrobras
- Patrocínio do Ibama
- Patrocínio de outras pequenas e médias empresas
- Patrocínio de grandes empresas
- Adote uma Tartaruga Marinha: Por um custo fixo é possível adotar uma tartaruga e em troca pode dar um nome, receber um certificado, camiseta e uma visita noturna à praia e ainda pode concorrer a viagens.
- Programa de auto sustentação:
 - o O Tamar sempre atuou com a ajuda de doações e patrocínios. Mas com o tempo percebeu que era necessário focar em um projeto que permitesse a sobrevivência, independência e agilidade nos processos a longo prazo. O programa de auto-sustentação surgiu com dois objetivos principais: auto-sustentação institucional e desenvolvimento da política comunitária, se dedicando ao aperfeiçoamento das atividades atuais e à criação de novas. O trabalho oferecido para comunidade é feito em várias ações e instâncias:
 - Criação de cooperativas artesanais para produção de produtos Os resíduos são doados para produção estopas, tapetes de retalhos, tartaruguinhas de pano;
 - Rede de cooperação entre as comunidades produtoras que permite o intercâmbio dos produtos criados nas diversas regiões, permitindo que regiões mais remotas tenha capacidade de venda sem atravessadores, mediante um pagamento justo;
 - Realização de cursos de técnicas de artesanato;
 - Reforma de uma pousada que será gerida pelos moradores locais;
 - Cursos de guias mirins para as crianças da comunidade, que acompanharão os turistas, fornecendo importantes noções de educação ambiental durante as visitas;
 - Treinamento de pessoas das comunidades para trabalhar no atendimento aos turistas e na preservação, fiscalização e demarcação de dos ninhos.
 - Investimento em creches e barcos-escolas

d) Discurso de Marca:

- É hoje um Projeto reconhecido internacionalmente por ser a mais bem sucedida experiência de conservação Marinha.
- Projeto-modelo e com grande credibilidade
- Missão: pesquisa, conservação e manejo de espécies de tartarugas ameaçadas de extinção.
- O maior parceiro do Projeto é a sociedade brasileira ao adquirir produtos, ser voluntário ou somente, divulgar informações: "Ajudam o Projeto todas as pessoas que associam a essa ideia, compram e usam"

O Projeto Tamar se destaca no Terceiro Setor brasileiro e também em nível mundial. Grande parte do sucesso se deve ao envolvimento dos órgãos governamentais. Porém, ele é um exemplo em estruturação, funcionamento e credibilidade. O destaque do projeto está no programa de auto sustentação focado na criação e oferta de serviços e produtos, criados de forma sustentável pela própria comunidade envolvida.

4.3.2 PLAYING FOR CHANGE FOUNDATION



Figura 19 – Playing for Change Foundation

a) Informações gerais:

- Nasceu em 2002
- Co-fundadores: Mark Johnson e Whitney Kroenke
- Fundação internacional com atuação mundial, dedicada a conectar o mundo por meio da música oferecendo recursos para músicos e suas comunidades ao redor do mundo
- 9 programas até o momento: Gana, Nepal, Tailândia, Mali, Rwanda, África do Sul
- Atua em 7 países
- Público atendido: Geralmente, crianças e adolescentes de comunidades pobres em regiões com histórico de conflitos, doenças e governos instáveis.

b) Serviços:

- Criação de escolas e programas de música que garantam um local com segurança para expressar a criatividade e desenvolvimento pessoal.
- Empoderamento da comunidade criando meios e desenvolvendo a própria comunidade, criando escolas e projetos específicos para o contexto de cada comunidade: a matéria-prima e o trabalho para construção das escolas provem da comunidade, os instrumentos quando possíveis são feitos por artesões locais, as aulas são dadas por professores locais assim como a administração de cada escola.
- A interação entre as escolas, estudantes, professores e tradições musicais geram impactos globais.
- Existe a banda *Playing for Change*, formada por músicos de diversos países, que juntos gravam CDs e fazem shows pelo mundo. Os artistas se revezam na banda, não são fixos, porém possuem alguns sempre presentes. Cantam músicas próprias, mas principalmente músicas famosas.

c) *Histórico:*

O Projeto teve início há um década quando um grupo de documentaristas americanos se juntaram para gravar um filme com músicos de rua do mundo inteiro. O filme, “A Cinematic Discovery of Street Musicians”, foi um sucesso além do esperado, trazendo músicas, algumas famosas, cantadas junto por músicos de rua de diferentes países e diferentes níveis de fama e reconhecimento. Durante a gravação do mesmo, a equipe se envolveu com os músicos e a comunidades que visitaram, que mesmo vivendo modestamente e com poucos recursos eram generosas e conectadas por meio da música. Assim nasceu a fundação com a missão de garantir que todos que desejarem uma educação musical possam ter essa oportunidade.

d) *Recursos humanos:*

- 15 diretores de diferentes áreas de conhecimento, 9 funcionários (com estagiários), 2 diretores de programas, 1 conselheira.
- Embaixadores: São voluntários de qualquer lugar do mundo, amantes da música que inspirados pela missão do *Playing for Change*. Escolhem ser líderes no movimento em sua região. Embaixadores são os difusores da marca e líderes das ações em cada região. Possuem suporte da fundação para informações. São responsáveis por organizar eventos (concertos beneficentes, campanhas e etc) e são representantes do *Playing for Change* na comunidade local. Também podem criar as oportunidades para levar a banda *Playing for Change* para seu país e cidade.
- Banda *Playing for Change*.

e) *Fontes de recursos:*

- Doações privadas
- Doações públicas (site)
- Produtos: CDs e DVDs, camisetas, acessórios e outros.
- *Playing for change Day*: Iniciativa criada para estabelecer um dia para divulgação dos princípios do projeto e arrecadação financeira. Não há estrutura rígida. Qualquer pessoa no mundo pode fazer uma ação nesse dia no nome do “*Playing for Change*”. A fundação dá suporte com documento de sugestões, incentivo e inspirações de como participar, como arrecadar dinheiro, abre espaço para divulgação e união de todos os projetos no site. Sugestões de como cada um pode participar:
 - Doação de porcentagem de venda de ingressos de shows;
 - Oferecer local (bar, clube, restaurante) para músicos e organização de eventos;
 - Criar uma plataforma *livestreaming*;
 - Contar para o mundo sobre o dia, ação e projeto (divulgar)
 - Organizar um evento onde possa: Contar para os amigos, mostrar vídeos e encorajar doações;

f) *Discurso de marca:*

- Ideia fundamental de que paz e mudança é possível por meio da linguagem universal da música.
- O *Playing for Change* é um movimento, a fundação é como um catalisador
- União e conexão do mundo por meio da música.
- Prega a participação de todos e a facilidade para envolvimento.
- Crença forte nos princípios de música como transformadora do mundo
- Não é só uma ONG ou fundação, é um movimento criado para inspirar, conectar e trazer paz ao mundo por meio da música.

O mais interessante do projeto é o seu poder colaborativo e empoderador. Ao transformar uma ação e uma ONG em um conceito e movimento, eles conseguem mobilizar e engajar as pessoas por uma ideia da música como transformadora ou paixão pela música. Ou seja, mesmo que a pessoa não conheça a fundação, ao criar uma banda, quem conhece e gosta vai aos shows ou compartilha a música, já ajuda o projeto mesmo sem conhecer a causa por trás. Além disso, criam ferramentas para que essas pessoas possam se envolver em menor ou maior grau, porém de forma prática, fácil e autônoma.

4.4 Considerações gerais

A partir das pesquisas e análises de projetos similares foram retiradas algumas boas práticas e ações, além de insights que permitiram definir alguns requisitos a ser aplicados no Projeto. Foi feita também uma lista de ideias de possibilidades para captação de dinheiro em ações práticas. Essa lista de ações foi criada como um meio de consulta para que possam ser melhor analisadas quanto sua viabilidade e aplicadas no projeto em momentos futuros, quando a estrutura interna e financeira permitir.

- Não focar em uma única vertente prioritária para captação financeira.
- Tornar o processo mais aberto e colaborativo
- Empoderar as pessoas para que possam colaborar diminuindo ao máximo a burocracia e dependência.
- Utilizar a venda de produtos e serviços como um foco principal de captação financeira. Focar em produções sustentáveis que envolvam a sociedade e comunidade e não tenham dependência de fornecedores e agentes externos.
- Estruturação interna depende de um amplo número de pessoas com conhecimento e dedicação exclusiva ao projeto.
- Ampliar o foco no deficiente visual e todo o contexto de inserção social
- Buscar ampliação nos serviços oferecidos e tipos de cães.

5 DESENVOLVIMENTO

A auto sustentação financeira do Projeto Cão-guia significa ter recursos mínimos para a manutenção das atividades básicas da ONG sem depender da filantropia, ou seja, de doações seja de pessoas físicas ou empresas estatais ou privadas (em forma de patrocínio).

Geralmente, os patrocínios são feitos por um período de um ano e sua renovação depende de uma série de variáveis tais como: a quantidade e a qualidade de retorno que sua marca obtém da publicidade e veiculação; de cortes no orçamento; de novos projetos à serem patrocinados; de mudanças no mercado ou simplesmente de uma mudança de foco e de prioridade das empresas. No caso das doações de pessoas físicas não há nenhum tipo de vínculo ou compromisso, podendo ser interrompida a qualquer momento em que não for mais de interesse do doador. Por isso, a dependência desse tipo de financiamento é de alto risco.

No entanto, essas doações não podem ser desconsideradas, mas para criar uma situação estável e controlável é importante aumentar as fontes de captação financeira do Projeto considerando os próprios recursos existentes - infraestrutura, pessoal e financeiro. Isso é possível quando se oferece valor, seja por meio da venda de produtos, da prestação de serviços ou por relações de interdependência entre o Projeto e o financiador. Ou seja, é necessário também retirar a visão de filantropia e de assistencialismo do projeto e olhar o mesmo com visão estratégica de um modelo de negócio rentável que gere lucros a serem reinvestidos no projeto. Para isso optou-se por aplicar o *Business Model Canvas* – BMC.

5.1 *Business Modelo Canvas* - BMC

O BMC é uma ferramenta muito utilizada na criação de empreendimentos como *startups*, pois permite a criação de modelos de negócios inovadores, focando em uma visão geral e ampla das principais áreas que influenciam em um negócio e suas relações.

Para a criação do modelo de negócios do Projeto Cão-guia imaginou-se uma situação ideal, pensando em todas as possibilidades possíveis. O foco esteve no mapeamento e na definição dos segmentos de clientes e o valor a ser oferecido a eles.

Em algumas situações e análises é possível que alguns dos segmentos de clientes possam ser considerados parceiros e vice-versa, porém para fins do estudo do negócio como um todo foi considerado como cliente não somente o público atendido diretamente pelos serviços da ONG- deficientes visuais, mas todos os *stakeholders* que se necessita manter um relacionamento constante e consistente, e do qual o Projeto depende e influencia de forma direta e dependente.

Foram definidas seis categorias de clientes com seus seguintes valores agregados:

- **Beneficiários:** cliente final e principal beneficiário da atividade fim do projeto, ou seja, o deficiente visual que recebe o cão-guia; os familiares e amigos próximos e as entidades de apoio aos mesmos que possuem objetivos semelhantes de inclusão e acessibilidade social a essas pessoas. O principal valor a ser oferecido aos mesmos é não somente a transformação de vida que o cão-guia permite em termos de locomoção, autonomia e qualidade de vida, mas também a segurança que o cão do Projeto do DF proporciona, em face dos anos de experiência, do trabalho completo de treinamento e de acompanhamento que garantem maior credibilidade e confiança aos cães do DF se comparado aos de outros projetos nacionais e internacionais.
- **Sociedade:** pessoas que não atuam ou são beneficiadas diretamente pelo projeto mas que dão suporte e apoio. A opinião pública da sociedade civil dá credibilidade, divulgação e incentivam ao financiamento e engajamento na causa. São principalmente pessoas que possuem ou gostam de cães e animais, que tem interesse e relação com causas animais e com causas de inclusão e acessibilidade social. A proposta de agregar valor é a formação de um “clube de vantagens” que funcionaria da seguinte maneira: a pessoa se associaria de forma individual ou familiar pagando uma taxa mensal, em troca ela teria descontos em *pet shops*, veterinários, adestradores e outros profissionais afins parceiros do Projeto. Teria direito de participar de palestras e/ou workshops, com temáticas caninas e animais, oferecidos por esses mesmos parceiros gratuitamente ou com desconto. Teria direito também de levar um convidado por uma taxa diferenciada.
- **Equipe:** pessoas que trabalham em atividades que exigem conhecimentos especializado e/ou dedicação integral, e que são remuneradas, seja pelo projeto ou por instituições conveniadas. É o caso dos bombeiros treinadores; dos treinadores civis; dos tratadores; dos veterinários, dos faxineiros; do contador etc. O ideal é que a ONG funcione com a associação de trabalho voluntário e remunerado. O valor oferecido ao profissional seria a oportunidade de trabalhar em sua área de atuação, em um Projeto de grande impacto social, com a possibilidade de aprender e aplicar técnicas novas e diferenciadas ao contrário do que poderia ser agregado em outra instituição.
- **Voluntários:** pessoas que permitem o funcionamento do projeto ajudando por meio da disponibilização de tempo e trabalho sem nenhum benefício econômico em troca. Os voluntários administrativos, que gerenciam e tocam o projeto, de uma maneira global e específica em área de atuação (comunicação, financeiro, psicologia, veterinária, voluntariado e etc) Os voluntários dia, famílias hospedeiras e famílias de acolhimento, que ajudam diretamente com os cães proporcionando maior qualidade de vida e cuidados, e ajudam indiretamente no treinamento. E os voluntários esporádicos, que são pessoas que atuam no projeto em alguma ação ou projeto específico.
- **Parceiros:** empresas ou pessoa física que ajudam com insumos intelectuais ou físicos, em momentos específicos, sem obrigação de retornos financeiros, econômicos ou publicitário. Para fins desse BMC e essa visão foram focados somente os profissionais da área animal ou canina, tais como veterinários, adestradores, educadores, *walkdogs*,

tosadores e banhistas de cães, entre outros. O principal valor que recebem em troca são desenvolvimento pessoal, profissional e social. São motivados e recebem em troca aprendizado e experiência, alinhamento de valores e propósito de vida. Eles também participaram do “clube de vantagens” ao oferecerem seus serviços e descontos, em troca receberiam divulgação de suas atividades agregando credibilidade, aumento e fidelização de clientes.

- **Patrocinadores:** empresas estatais ou públicas que apoiam e patrocinam o Projeto, com objetivo de veicular e divulgar sua marca associada a causa em que acreditam e que tenha impacto social, visando vincular o conceito de responsabilidade social a imagem da empresa perante a sociedade. Seriam empresas de áreas afins, tanto as relacionadas a animais e cães, como as que têm valores e estratégia voltada à inclusão e acessibilidade para pessoas com deficiência. Nessa ótica procurou-se focar em instituições que possam patrocinar por meio de suas atividades fins como: gráficas para patrocínio de materiais de divulgação ou companhias aéreas e redes hoteleiras para facilitação das viagens dos utilizadores e treinadores, entre outras. A proposta de valor se baseia na interdependência, ou seja, o ganho significativo para ambos os lados. Além dos benefícios tradicionais de publicidade em troca de patrocínio, as empresas patrocinadoras podem usar o Projeto também como um programa de desenvolvimento pessoal e profissional para os funcionários da seguinte forma: a empresa patrocinadora receberia palestras, *workshops*, visitas dos cães aos ambientes de trabalho a título de exemplo - o dia do cão-guia onde os funcionários fariam um tour pelo projeto e trabalhariam como voluntários em atividades específicas. Estimulando assim o desenvolvimento, a capacitação e a conscientização social dentro do ambiente de trabalho. Empresas de grande porte, e que possuem em seu quadro funcionários com deficiência, a poderiam patrocinar um cão-guia para o seu funcionário (que ganham prioridade no processo seletivo desde que obedecido os demais requisitos), desde que patrocinem um segundo cão a um terceiro candidato inscrito no Projeto.

O ecossistema do Projeto é complexo e grande, e, portanto, foi necessário fazer recortes para atuação. Após análise dos concorrentes, similares e do BMC, percebeu-se uma série de possibilidades para captação financeira. Entretanto, o principal impedimento para realizar tal captação está na falta de pessoas com disponibilidade, conhecimento e engajamento para realização e gerenciamento desses projetos. Tirando o cargo de tratador, hoje, toda a equipe do Projeto é de voluntários, sendo que a maior parte exerce atividades unicamente com os cães.

A equipe administrativa do Projeto é muito pequena para o tamanho e complexidade do projeto, além disso, é uma equipe que se dedica motivada exclusivamente por paixão e valores pessoais, não são capazes de dar dedicação exclusiva e não possuem conhecimento técnico para atividades que executam. Todos esses aspectos acabam se tornando uma barreira para a sustentabilidade do projeto, pois constatou-se que não havia condições de manter um planejamento executivo e operacional estável e nem sequer implementar novos projetos para captação de recursos, sem uma equipe adequada para tal.

O ideal é que seja uma equipe remunerada, que possa trabalhar de forma integral e exclusiva, e que tenha conhecimentos técnicos para ações que executam. Entretanto, cai-se num dilema, para se ter essa equipe é necessário ter uma estabilidade financeira que garanta contratações, e para se ter essa estabilidade é necessário ter mais pessoas para tocar projetos de captação financeira. Dessa forma é necessário aumentar o número de voluntários operacionais e administrativos no projeto, que possam captar recursos ou se responsabilizar por atividades menores que liberem outros voluntários a se dedicar a outras questões. Assim, estabeleceu-se que a ação inicial para atingir ao objetivo proposto estaria em focar na captação, no engajamento e na manutenção de voluntários.

O BMC permitiu ainda mapear outras relações importantes para o negócio, entretanto, para fins desse projeto e pelos recortes feitos se optou por não se focar nesses outros aspectos por serem amplos e não poderem ser atendidos neste momento. Priorizando assim a questão dos voluntários do Projeto

5.2 Voluntários

A procura para ser voluntário no Projeto vem aumentando, mas em sua maior a procura é pelo trabalho direto com o cão, falta uma visão maior da instituição e da causa final de inclusão social. Existe ainda outro tipo de voluntário que tem interesse em ajudar de formas diversas, mas que não sabe como fazê-lo. O programa de voluntário-dia e família hospedeira já é relativamente estruturado, mas não há suporte para pessoas que queiram ajudar de outras maneiras.

Por se tratar de um projeto complexo e com poucos recursos humanos, para que funcione é necessário empoderar as pessoas para que possam trabalhar colaborativamente.

Assim, optou-se por dois focos na captação dos voluntários: O primeiro de prospectar novos voluntários para o trabalho na área administrativa e o segundo engajar quem já é voluntário-dia em outras atividades.

Primeiramente, é necessário estruturar um organograma e forma de funcionamento do trabalho. Depois definir os perfis de voluntários e suas atividades. E por último, definir a jornada do voluntário no projeto, os pontos de contatos e suportes para esse funcionamento.

5.3 Organograma

Foram analisadas algumas áreas existentes atualmente, tanto as formais quanto informais, e também as áreas necessárias a serem criadas. Essas áreas são:

- **Administrativo:** responsável pela gestão geral do Projeto e da conexão com demais áreas. Resolução de questões administrativas e atendimento ao *stakeholders*. É necessário a existência de um coordenador administrativo, que será o representante institucional do projeto, um auxiliar administrativos e um consultor de direito.

- **Financeiro:** área responsável pela gestão financeira do projeto. Pela contabilidade e planejamento contábil anual. Necessário ao menos um contador e uma pessoa que pessoa para fazer projeções e elaboração de projetos de patrocínio.
- **Captação de recursos:** área responsável em desenvolver projetos que capturem recursos para o projeto. São responsáveis pela organização de eventos, de buscar, estruturar e criar serviços e produtos para venda, buscar parcerias e captar doações com pessoas e empresas.
- **Comunicação:** área responsável por toda comunicação institucional das ações do Projeto. Responsável pelo gerenciamento da marca, pelos materiais gráficos institucionais, pela publicidade, fotografia, assessoria de imprensa, gerenciamento de mídias sociais.
- **Voluntariado:** área responsável pelo gerenciamento do programa de voluntariado. Por prospectar e captar voluntários, pelo processo de seleção e adaptação, pelo acompanhamento do voluntário dentro do projeto, incentivando seus engajamento e motivação.
- **Atendimento ao público final:** área responsável por gerenciar o atendimento aos utilizadores de cão-guia, ou seja, os beneficiários finais do serviço do Projeto. É responsável pelo cadastro, feedbacks, processo de seleção, acompanhamento e fazer a interação entre a pessoa e o cão. É necessário a presença na equipe de um profissional da área de psicologia capaz de acompanhar o utilizador gerenciando os níveis de ansiedade e analisando suas necessidades para buscar formas de melhor atendê-lo.
- **Cães:** área responsável pelo cuidados básicos e gerais dos cães do canil. Isso envolve todos os cães: filhotes, reprodutores, treinamento e aposentados. A equipe responsável pelos cuidados veterinários, alimentação, banho, bem estar e qualidade de vida dos cães do projeto, do começo ao fim de sua vida. É responsável também na seleção dos voluntários dia, família hospedeira e família de acolhimento, buscando adaptar o cão com o perfil dos voluntários.
- **Treinamento:** área responsável pelo treinamento do cão-guia. Auxilia e orienta as famílias hospedeiras, treina e adentra os cães para se tornarem guias, faz a avaliação dos cães em todas as etapas, treina e forma as dupla cão-utilizador, realiza *follow-up* dos cães-guia e oferece sua aposentadoria.

As áreas não possuem relação de subordinação, elas são em sua maioria co-dependentes, e algumas funcionam com gestão compartilhada. Visando manter e potencializar a ideia colaboração optou-se em manter uma estrutura mais horizontal. Assim, optou-se em estruturar o funcionamento do Projeto em função de projetos e não de áreas. Dessa forma, pessoas de diferentes áreas podem atuar juntas em um mesmo projeto.

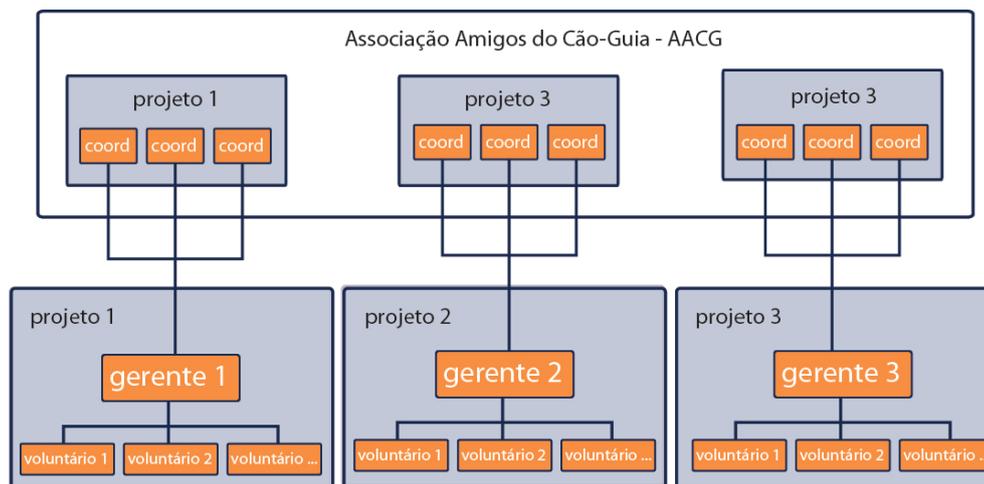


Figura 22 – Organograma AACG – Projeto Cão-Guia

A implementação dessa estrutura interna é planejada a longo prazo. Mas foi necessário criá-lo a fim de mapear a necessidades de recursos humanos no projeto, onde seria e direcionar os perfis de voluntários do Projeto. As necessidades de pessoas e forma de implementação dos voluntários no Projeto. Optou-se por pensar esse organograma em função da AACG, uma vez que os atuais coordenadores administrativos fazem parte da mesma e essa funciona como um conselho administrativo onde as decisões e projetos são discutidos e decisões tomadas.

O organograma funciona da seguinte maneira: existe um ou mais coordenadores de projetos que poderiam ser remunerados. Eles fazem parte do conselho administrativo formado pelos membros associados da Associação Amigos do Cão-guia (que não são remunerados). Eles seriam responsáveis pela discussão e avaliação das necessidades de projetos e ações, e da aprovação dessas ações. Seriam realizadas reuniões semanais com os gerentes de projetos (remunerados). Esses gerentes seriam divididos pelas áreas de atuação definidas anteriormente. Eles seriam responsáveis por gerenciar os diversos projetos rotineiros ou esporádicos da organização.

O gerente de projeto serve como um mediador entre os coordenadores (Conselho da AACG) e os voluntários. Ele é responsável por repassar as necessidades e projetos, criando e compartilhando a lista de atividades e documento do projeto com objetivos, prazos, insumos, para o voluntário que executarão os projetos. Responsável ainda por fazer a ligação entre os outros gerentes, para trabalhos conjuntos ou para repasse de demandas de voluntários.

Assim, o Conselho discutiria e decidiria as necessidades do Projeto e outros projetos a serem realizados. Os coordenadores com ênfase em sua área repassam esses projetos aos gerentes, que são responsáveis por estruturar o funcionamento (prazo, atividades, objetivos, insumos necessários, quantidade de pessoas, ligações). Os gerentes repassam as atividades aos voluntários, que podem também ser pessoas contratadas momentaneamente, que executarão os projetos. Esses são repassados pro gerente e, dependendo da amplitude poderão ser aprovados pelo coordenador.

O número de coordenadores e gerentes pode variar conforme o número de pessoas na AACG, atividades e áreas e com as demandas de projetos.

5.4 Perfil dos Voluntários

Foram definidos sete perfis de voluntários para o projeto, esses são separados de acordo com atividades a serem realizadas dentro do projeto. São voluntários relacionados aos cães: voluntário-dia, família hospedeira e família de acolhimento. Voluntários operacionais: voluntário especialista e voluntário topa tudo. E voluntários autossuficientes: voluntário mobilizador e divulgador.

- **Voluntário Especialista:** é aquele que quer ajudar em sua área de competência profissional. Você poderá desenvolver suas habilidades profissionais, aumentar sua experiência e ainda exercer sua cidadania ajudando uma causa social importantíssima oferecendo o que você sabe de melhor.
 - Áreas de atividades: Publicidade; Veterinária; Design; assessoria de imprensa; mídias sociais; fotografia; contabilidade; administração; arquitetura; direito.
 - Disponibilidade: De 2 à 10 horas semanais; Reuniões quinzenais com dia e hora à combinar; Trabalho em remoto ou no local.
 - Requisitos: Conhecimento ou experiência comprovada na área de atuação.

- **Voluntário Topa tudo:** é aquele que tem interesse em ajudar o projeto em qualquer área e para qualquer trabalho, mas não tem nenhuma habilidade específica. Não possui disponibilidade ou interesse em trabalhar direto com cães e sua profissão não teria muitos ganho pro Projeto, você pode se tornar um voluntário Topa-tudo. O Voluntário Topa tudo contribui com atividades e projetos que podem ser feitos por qualquer pessoa que tenha boa vontade e disposição de aprender e ajudar. São inúmeras atividades que podem variar e podem ser feitas presencialmente, nas ruas ou de casa. Conheça nossas necessidades e faça sugestões:
 - Atividades: captação de recursos, realizando, organizando ou prospectando eventos e ações; elaboração de projetos de patrocínio; busca de patrocínios e parcerias; pesquisas e orçamentos; participação em eventos; venda de produtos; mutirões de limpeza; organização de confraternizações; descrição de imagens para mídia social e outros.
 - Disponibilidade: de 2 à 10 horas semanais; reuniões quinzenais à combinar; trabalho em remoto e esporadicamente no local.

- **Voluntário Mobilizador:** é aquele que é capaz de mobilizar pessoas, tempo e recursos para organizar um evento para captar recursos para o Projeto. Existem várias maneiras para fazer isso e é muito simples. Pode trabalhar em qualquer lugar, criando um evento ou utilizando um evento já organizado para captar recursos para o Projeto e auxiliar no treinamento de um cão. O Projeto atuará oferecendo apoio e

auxílio institucional ao seu evento.

- Atividades: organizar um evento para captar recursos (veja nossas sugestões no site); pedir aos amigos um presente diferente, ou em um evento pessoal, aniversário ou casamento pedir uma doação para o projeto; doar uma porcentagem da venda de ingressos do seu evento para o Projeto; organizar um evento especialmente para divulgar e arrecadar dinheiro ao Projeto.
 - Disponibilidade: Trabalho esporádico ou recorrente; trabalho remoto.
 - Requisitos: Não há.
- **Voluntário Divulgador:** você não possui tempo nenhuma disponível ou condições de doação? Você ainda tem um ótimo recurso, seu círculo social. Você pode ajudar divulgando nosso projeto e ações. Quanto mais longe chegar e para o maior número de pessoas chegar nosso Projeto, mais possibilidades de conscientizar e ajudar.
- Atividades: Coloque nosso banner em seu site; Divulgue nossos materiais e projetos nas mídias sociais; Compartilhe esse folder e informações com seus amigos, familiares e colegas de trabalho;
 - Disponibilidade: Trabalho remoto; Tempo 10 minutos.
 - Requisitos: Não há.
- **Voluntário Dia:** é aquele que gosta de cães e tem disponibilidade de tempo . O voluntário-dia pode trabalhar no canil auxiliando nos cuidados com os cães que não estão em treinamento. É um trabalho de extrema importância para garantir o bem estar e qualidade de vida a esses cães aos nossos cães matrizes, aposentados e desligados.
- Atividades: caminhar, escovar, dar banho, dar atenção personalizada à cada cão; dar amor e carinho.
 - Disponibilidade: no mínimo 1h por semana, de segunda à sexta-feira, das 9h às 12h ou 14h às 17h; Trabalho no local.
 - Requisitos: idade mínima de 18 anos, gostar de cães, paciência.
- **Família Hospedeira:** é aquela que gosta de cães e que gostaria de receber um filhote de labrador em casa, cuidar e poder leva-lo em todos os lugares por um ano e ainda ser responsável pelo treinamento de futuro cão-guia. A família hospeda um filhote do Projeto dos 2 meses de idade até 1 ano e meio, aproximadamente. A família é responsável pela primeira etapa do processo de formação de um cão-guia, fazendo a socialização do filhote. Isso significa que que precisa educar e acostumar o cão ao maior número de experiências possíveis, frequentando diversos lugares. É responsável também por colaborar para o desenvolvimento satisfatório do cão, contribuindo em: sua saúde, prevenção de problemas e educação.
- Atividades: educação básica do cão: horários de comer, onde fazer

necessidades, não latir, saber se comportar. Levar o filhote para andar de metrô, ônibus e táxi; Ir a shoppings, restaurantes e estabelecimentos comerciais; levar o cão ao trabalho e faculdade; Levar o cão para eventos, museus, programas de lazer.

- Disponibilidade: disponibilidade para os cuidados diários do cão; Disponibilidade para levar o cão para ambientes públicos e diferenciados ao menos 3 vezes na semana.
 - Requisitos: idade mínima de 18 anos, gostar de cães, morar em casa, disposição para colaborar e aprender, disponibilidade para atividades de socialização, toda família deve estar de acordo.
- **Família de Acolhimento:** é aquela que gosta de cães e tem interesse em acolher um cão já adulto reprodutor ou matriz. São cães que podem ter uma vida normal em uma casa de família com toda atenção e cuidados diários e que devem ser levados ao canil somente quando no cio ou houver a necessidade de reprodução.
- Atividades: cuidar, passear, dar amor e atenção ao cão; não permitir que o cão cruze com outro cão; Levar o cão ao canil sempre que houver necessidade de reprodução ou nascimento do filhote.
 - Disponibilidade: disponibilidade para os cuidados diários do cão; Disponibilidade para levar o cão ao canil durante período do cio ou quando solicitado.
 - Requisitos: idade mínima de 18 anos, gostar de cães, responsabilidade e cuidado com um cão não castrado; possuir ambiente apropriado para o cão; morar em casa, disposição para colaborar e aprender.

5.4.1 Questionário

Foi realizado paralelamente um questionário (Apêndice A) com os atuais voluntários do projeto - voluntários dia, administrativos e esporádicos - com objetivo de conhecer o perfil desses voluntários, suas motivações e o que impede ou motiva seu engajamento.

Dos atuais 28 voluntários do projeto, 11 responderam o questionário. Entre as motivações principais para se tornar voluntário do projeto 5 foram motivados pelo interesse por cães, 3 por desenvolvimento pessoal e realização de uma boa ação e 2 pela credibilidade do projeto. Somente duas pessoas mencionaram o interesse por causas de acessibilidade de pessoas com deficiência visual como principal motivar. Esses dados reforçam a percepção de que o maior interesse inicial das pessoas é pelos cães e poucos entram pela causa social do Projeto. Esse é um ponto relevante a ser trabalhado.

Desses a maioria consegue ver uma grande relevância no Projeto, se sente motivado para realizar suas tarefas e ajudar de outras formas. Entretanto, quando questionado sobre sugestões do que poderia ser feitos existem muitas boas ideias mas grande parte delas são

ideias já pensadas e viáveis pro Projeto e que não são realizadas por falta de estrutura, pessoas e recursos. O que pode ser percebido é que ainda falta muita informação e conhecimento sobre o projeto, ideias e dificuldades. Isso alinhado aos motivos que impedem a realização das tarefas pelos voluntários. Cinco pessoas citaram impedimentos pessoais como falta de tempo ou condições financeiras. Mas a maioria, 8 pessoas, citaram motivos de insegurança, falta de conhecimento, não possibilidade de fazer sozinha ou não saber que poderia fazer ou como começar. Ou seja, percebe-se que falta insumos de informações e suporte da equipe para dar autonomia para que essas pessoas possam se envolver mais. Ou até mesmo, instigá-las que podem realizar tais atividades, quando vemos citarem pelo menos 3 vezes o fato de “nunca terem pensando sobre isso”. Isso reforça a ideia de criar mecanismos de empoderamento.

Quando questionado sobre a possibilidade de realizar outros tipos de atividade, 9 pessoas responderam positivamente, sendo que 4 preferem ir em um dia extra, 3 dividiriam entre os horários que já frequentam e 2 preferem realizar de casa

Em relação as etapas do processo de voluntariado, a satisfação predomina sendo necessário ficar atento aos prazos e atrasos, algo que visa ser resolvido com a entrada de novos voluntários que possam suprir essas demandas.

O questionário serviu ainda para validar algumas ideias já prototipadas como o grupo da rede social – Facebook, e deu novas ideias para ações futuras de engajamento, como marcar confraternizações, incentivar o uso da sala dos voluntários cujo maior impedimento é estrutural e não de localização como imaginado anteriormente, e também a validação de ter reuniões quinzenais, o que seria muito importante para incorporar no primeiro momento.

5.4 Service Blueprint e Customer Journey Map

O *Service Blueprint* é uma ferramenta que permite mapear toda a ecologia de um serviço, conectando os canais e pontos de contato com os quais o usuário tem contato durante a utilização do serviço, assim como os processos dos bastidores necessários para entregá-los. “O *Service Blueprint* oferece um framework para categorizar e trabalhar sistematicamente com ideias em uma rede complexa” (POLAINE, LOVLIE e REASON, 2013)

O *Customer Journey Map*, ou mapa da experiência, permite entender o que o usuário está sentindo, pensando e fazendo em cada momento do serviço que ele está experimentando.

A união dessas duas ferramentas permite entender como a jornada do usuário dentro de um serviço é experimentada e como dar suporte para essa experiência ocorrer.

A utilização dessas duas ferramentas de forma conjunta permitiram mapear sistematicamente ideias e percepções obtidas por meio das pesquisas e do questionário, e visualizar o cenário completo da jornada do voluntário dentro do Projeto Cão-guia com todas as interconexões entre bastidores, canais e pontos de contato, permitindo identificar e priorizar os mais importantes a serem trabalhados.

A partir desse mapa foram definidos os diversos materiais de suporte que deverão ser

feitos para o programa de voluntariado. Foi definido que o folder de divulgação direcionado aos voluntários será o primeiro ponto de contato a ser projetado, uma vez que esse material servirá como base para todos os demais referentes a divulgação e a incorporação correta da pessoa dentro do Projeto. Em um segundo momento serão definidos os documentos básicos: ficha de cadastro e termo de adesão, pois são essenciais para efetivar o resto do programa. E em seguida, a lista de atividades. Essa é especialmente importante. Esses são os quatro produtos básicos necessários para iniciar a prototipação real desse serviço.

Além deles, de forma paralela foram sendo desenvolvidos produtos para venda que permitissem a manutenção do Projeto a curto prazo. Eles também foram desenvolvidos e repensados ao longo deste trabalho.

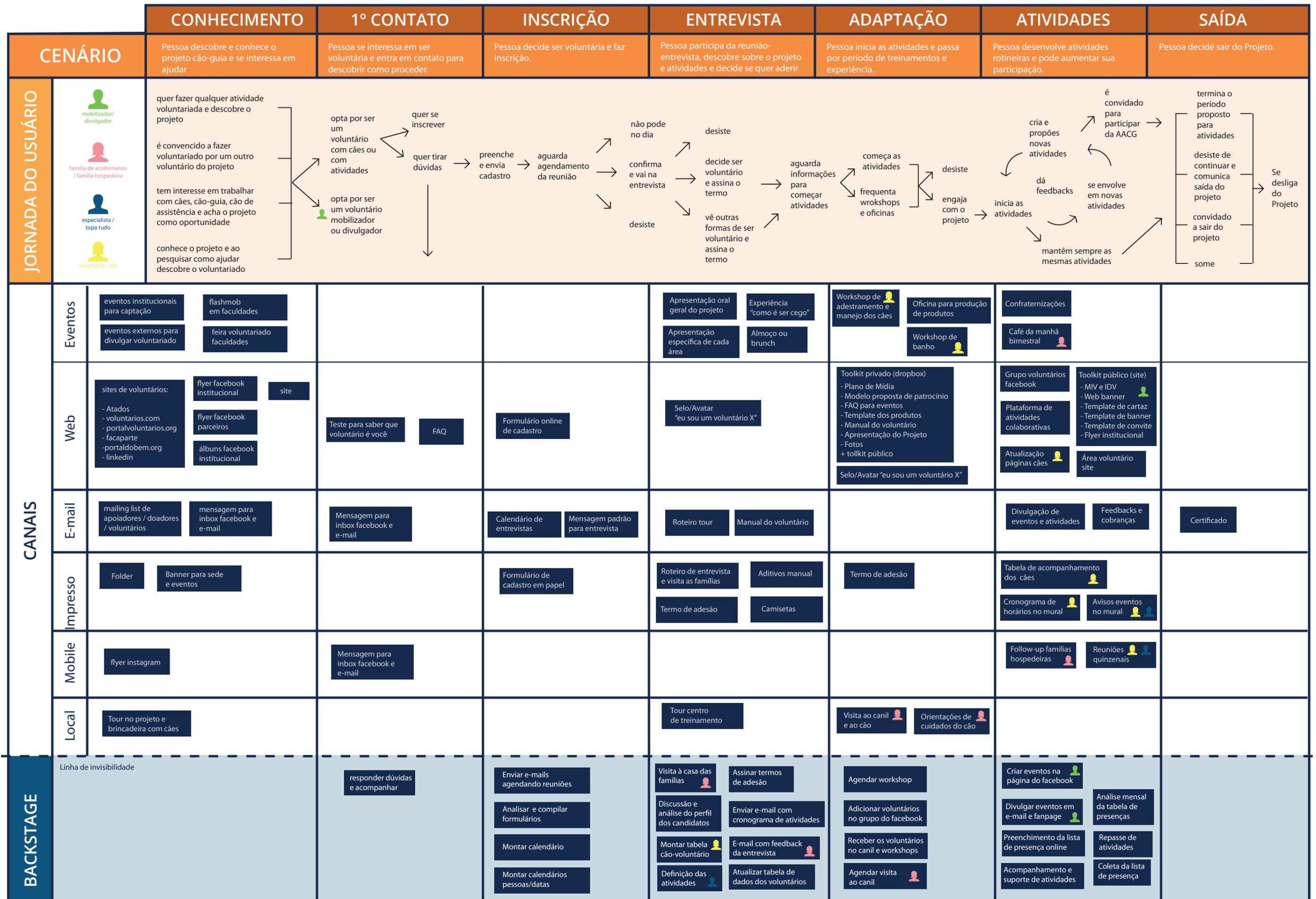


Figura 18 - Service Blueprint e Customer Journey Map Projeto Cão-Guia de Cegos

6. ATIVAÇÕES

6.1 Folder

6.1.1 Referências

A Rede Solidária - Anjos do Amanhã é uma entidade sem fins lucrativos que busca pessoas, profissionais e empresas com interesse social e comunitário, que tenham queiram oferecer suas habilidade, competências e recursos financeiros para auxiliar o acesso de crianças e adolescentes jurisdicionados pela Vara da Infância e Juventude aos serviços de saúde, educação, formação profissional, lazer e outros.

O formato e o conteúdo do folder da Rede serviu como referência para o projeto. O formato 21x 59.4cm aberto e 21 x 29.7 fechado. Possui uma dobra e uma aba interna com oito folhas soltas internas. Cada folha refere-se a um tipo de ajuda que uma pessoa ou empresa pode oferecer e no verso de cada um, uma ficha de cadastro.

Após a análise desse material foram definidos alguns elementos para serem utilizados no folder do Projeto e alguns para serem adaptados e melhorados. Definiu-se a criação de um folder para o Projeto com bolso, que contivesse flyers com cada tipo de voluntariado e optou-se em não colocar ficha de cadastro no verso ou em solta em conjunto para que não exista falta de algum flyer caso uma pessoa se interesse por um cargo e pela preferência de se fazer cadastro virtual, o que facilita guardar as informações.



Figura 24 – Folder Anjos do Amanhã

6.1.2 Análise identidade do Projeto

Ao longo dos dois anos de voluntariado praticado no Projeto e deste trabalho foram desenvolvidos alguns materiais gráficos de demandas internas ou projetuais. O Projeto já possuía uma marca patenteada e uma identidade não padronizada, porém forte, assim, não seria prudente a criação de uma nova identidade. Por isso, foram analisados todos os materiais institucionais afim de identificar e os elementos formais e visuais recorrentes, e definir o que deveria ser mantido e reforçado e o que seria necessário mudar e aperfeiçoar para sistematizar a identidade do projeto para o desenvolvimento do folder.

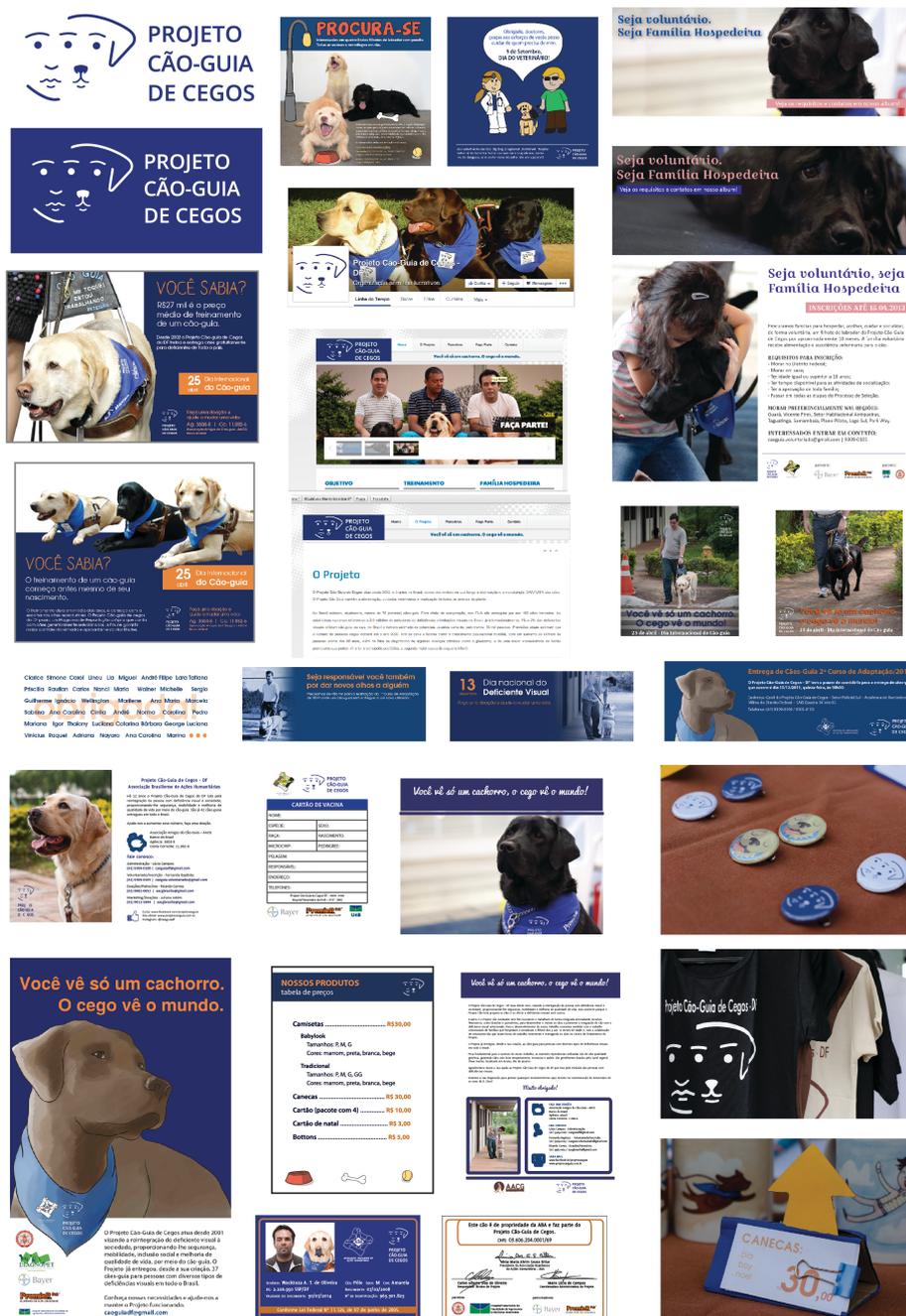


Figura 25 – Painel identidade Projeto Cão-Guia de Cegos do DF

Análise:

- Predominância da azul do lenço como cor principal;
- Utilização de cor laranja como cor secundária de contraste;
- Utilização da cor rosa para atender ao público.
- Manter o caráter institucional mas de forma informal e divertida;
- Utilização de fotos possuem mais apelo visual e emocional.
- Utilizar as faixas azuis e horizontais.
- Tipografia não definida.

6.1.3 Requisitos

- Formato:
 - Tamanho A5 ou A6.
 - Folder ou flyer em formato de envelope contendo páginas relacionadas a cada um dos 6 tipos de voluntariado.
 - Folhas individuais explicando cada voluntariado.
 - Usar abas para otimizar a identificação de cada página.
- Elementos Visuais:
 - Usar o azul institucional como cor padrão
 - Usar o laranja como cor auxiliar
 - Utilizar fotos
 - Utilizar ícones que representem cada voluntário
 - Utilizar ao menos dois tipos de tipografia: não serifada e caligráfica.
- Conteúdo:
 - Possuir informações gerais sobre o Projeto;
 - Possuir contatos dos projetos;
 - Possuir possibilidades de doação e patrocínio porém sem ressaltar
 - Folder com opções de flyer segregados para cada tipo de voluntariado
 - Cada flyer deve conter: conceituação do tipo de voluntário, lista de atividades, requisitos do cargo e disponibilidade.

6.1.4 Geração de alternativas

a) Tipografia

A definição de tipografia foi feita em uma etapa de testes de tela e impressão. Havia sido definido a utilização de duas tipografias, uma sem serifa para texto e outra caligráfica para títulos e slogan. Os requisitos para definição do tipo do texto eram: ser gratuita, possuir boa legibilidade em meios impressos, possuir peso condensado e outros pesos que permitisse sua variação. Os requisitos para definição do tipo caligráfico eram: ser gratuita, possuir boa legibilidade em meios impressos, possuir variação em sua espessura.

Nos primeiros testes foram usadas as fontes Oswald, Economica, Droid Sans, Open Sans, PT Sans, Aller, Asap, Robot e PF DIN Pro e para fonte caligráfica Lobster, Croissant e Androgynne. Após essa triagem feita em tela, os testes foram feitos em meios impressos, a fim de se validar o peso e o corpo da tipografia.

Foram escolhidas para o folheto utilizar as fontes Roboto e Lobster, por suas características formais e harmonia entre si.



Figura 26 – Testes de tipografia para texto



Figura 27 – Testes de tipografia para títulos e slogan.

b) *Formato:*

Foram feitos alguns testes de tamanho, dobras e bolsos, inicialmente em alguns protótipos em papel e depois no computador.



Figura 28 – Alternativa de formato e bolso, frente e verso.

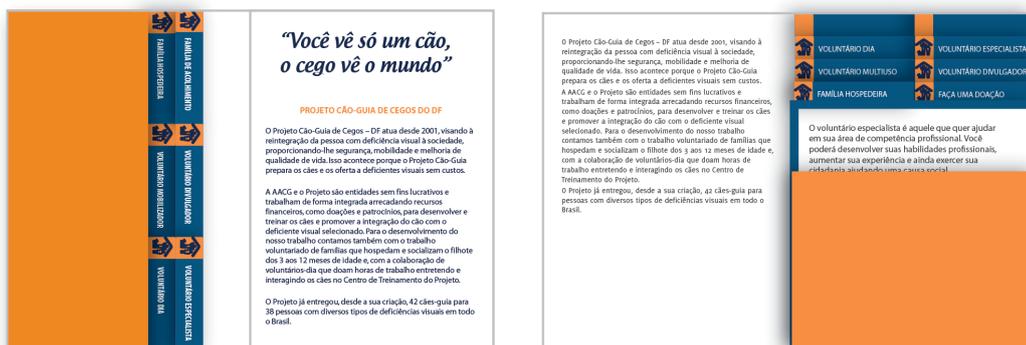


Figura 29 – Alternativa de bolsos e disposição.

O folder tem formato aberto ficou de 21 x 14,5 cm e o formato fechado um A6, 10,5 x 14,5cm. Definiu-se essas proporções pela facilidade em impressão caseira, caso necessário e por ser um formato já utilizado e que atende bem ao uso feito.

A facilidade de manuseio e a proteção contra amassos e perdas definiu a escolha pelo folder com dobra, no formato de pasta. Optou-se pelo bolso em diagonal por ter uma superfície de cola a menos, facilitando assim a produção e o manuseio, já que fica mais fácil de serem retirados do que o bolso quadrado. Nos flyers internos optou-se em criar abas facilitando otimizando a área de impressão.

c) Cores:

As cores azul e laranja já haviam sido definidas como cores institucionais do Projeto, porém o tom de azul e laranja variam bastante entre os materiais. Foram selecionadas as os tons utilizados em todos os matérias institucionais e as cores forma testadas em conjunto e em impressão para definição das melhores tons.

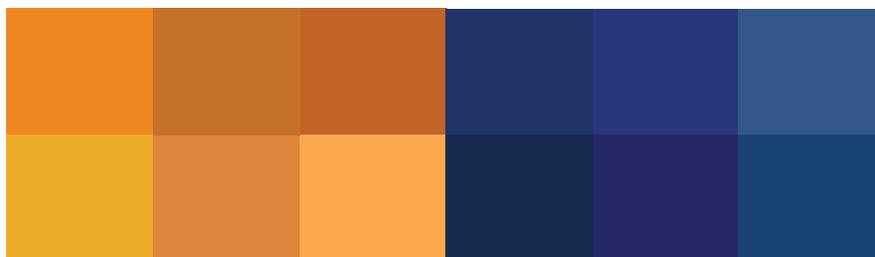


Figura 30 – Cores presentes na identidade do Projeto

No fim, optou-se por padronizar em uma tom mais claro pois cria uma identidade mais amigável e acessível, mantendo ainda o caráter institucional. Foram utilizadas três cores: Azul Escuro (cor da marca), Azul Claro (cor do lenço) e Laranja Claro

d) Ícones:

Os ícones são uma forma de facilitar e agilizar apreensão do conceito do tipo de voluntário de cada flyer. A ideia é que cada tipo possua um ícone característico que será associado não só nesse material mas em futuros materiais institucionais do projeto. Ele deve também já oferecer uma dica do que se trata o voluntário. Foram feitas pesquisas de ícones prontos, e readaptações dos mesmos como uma forma de estudo de desenhos e associação à conceitos. Nessa etapa do projeto, esse ícones forma utilizados para testes de disposição, molduras, contraste e traços. Optou-se em manter as linhas retas, características já da identidade visual do projeto.

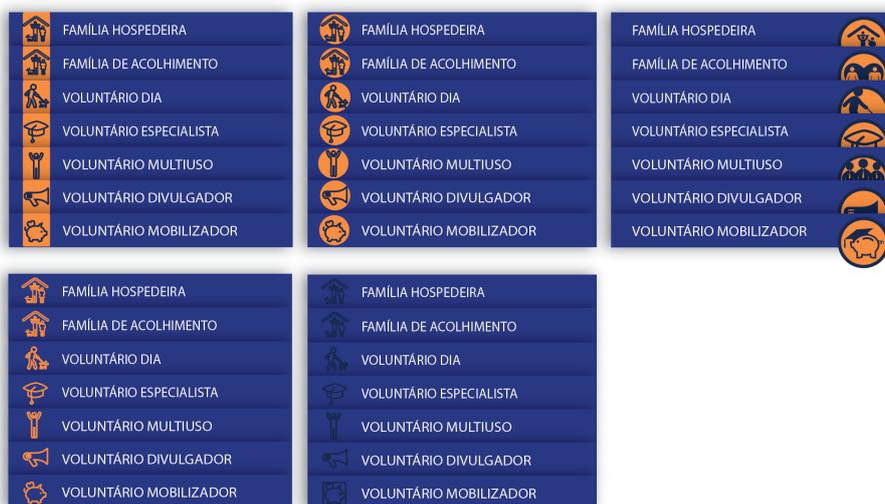


Figura 31 – Testes de disposição dos ícones

6.1.5 Proposta final

Esse é um protótipo que poderá sofrer mudanças após testes de impressão e uso.

Não foi possível encontrar uma foto no acervo do Projeto cão-guia ou gratuita, com as características desejadas. Para o folder final será produzida uma foto de um cão labrador com o lenço do Projeto e com uma face que mais animada.

Devido ao tempo disponível e a necessidade de testes rápidos optou-se por utilizar ícones semi-prontos e adaptados, que serão validados pela equipe do Projeto em termos de conceituação junto a nomenclatura dos tipos de voluntário e conteúdo dos flyers. Após essa validação serão desenvolvidos ícones próprios para o projeto.

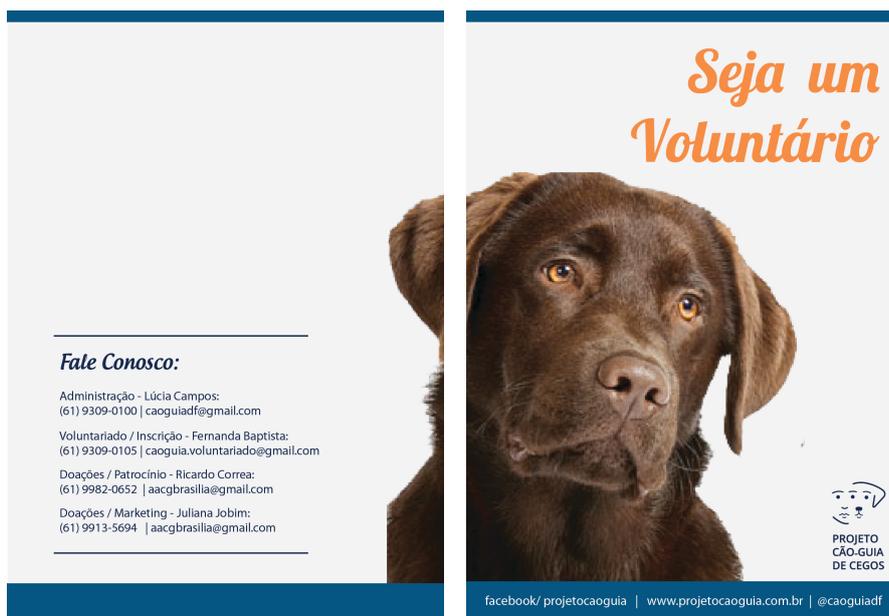


Figura 32 e 33 - Folder fechado frente e folder fechado verso

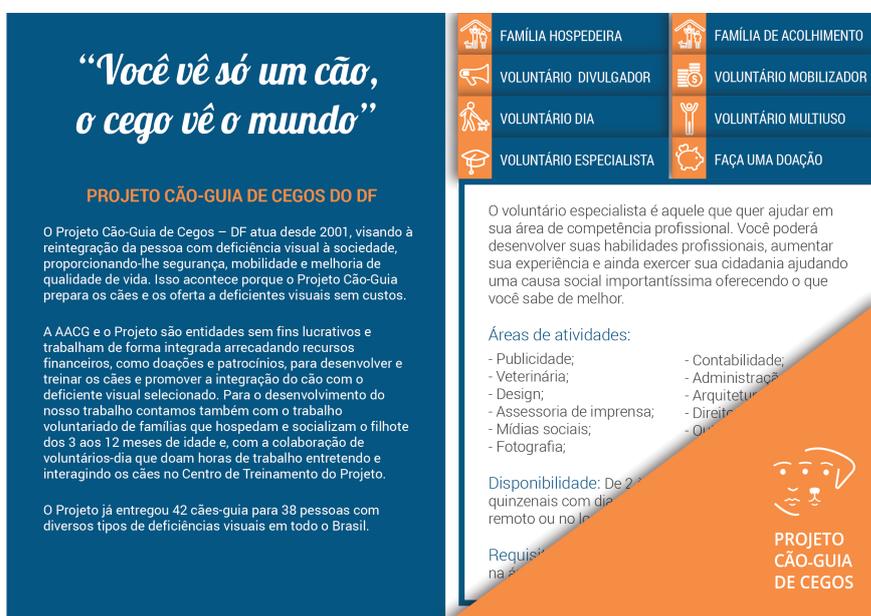


Figura 34 - Folder aberto interno

6.2 Produtos para venda

O programa de voluntariados visa a sustentação de recursos financeiros a longo prazo, uma vez que são somente a base para que se possa pensar e implementar novas ações que garantam a rentabilidade do projeto. Porém, como o Projeto está em andamento foi preciso desenvolver necessário criar possibilidade que mantenham o Projeto a curto prazo e permitam que novas ações como essa sejam feitas. Para isso focou-se no desenvolvimento de produtos que pudessem ser vendidos com a marca do Projeto.

Foi feita uma lista (Apêndice B) com vários produtos que podem ser feitos para o Projeto, existiam somente Dessa optou-se naqueles que havia meios viáveis e mais práticos de serem produzidos ao menor custo. Ao longo deste trabalho foram definidos três novos produtos da marca Projeto Cão-guia: canecas, *bottons* e cartões. A estratégia utilizada ainda para esses produtos é buscar artistas, ilustradores e designers de Brasília para se tornarem parceiros do Projeto produzindo uma arte para os produtos. Isso permite agilizar o desenvolvimento de novos produtos e ajuda na divulgação e venda, ao criar uma nova proposta de valor com a associação aos nomes de artistas locais. Assim, os produtos são comprados não só para ajudar uma causa nobre mas também por serem bonitos e diferenciados.

Foram feitas parcerias com o Estúdio Marujo, que desenvolveram duas ilustrações para canecas e para *botton*, com a designer Isadora Tupinambá para ilustração de caneca temática de natal e com a designer Fernanda Filgueiras para cartões de natal. Os requisitos para as ilustrações eram atender as demandas de produção, possuir a temática de pessoas com deficiência visual e acessibilidade por meio do cão-guia, e ressaltou-se o uso do cão labrador e do lenço azul caso esse fosse utilizados.



Figura 35 – Novos produtos com ilustrações feitas em parceria com designers de Brasília.

Os produtos estão sendo vendidos pelo facebook do Projeto, pelo site do Grupo Flamba, pelos voluntários e, principalmente, em feiras e eventos. Para potencializar a venda nesses momentos percebeu-se a necessidade de criar suportes com identidade do Projeto, assim foram definidos toda uma decoração e identidade para esses eventos, com utilização de toalha azul xadrez, criação de tabela de preços e placas de preço. As placas foram desenvolvidas a partir do reaproveitamento das caixas de papelão de descarte da compra de canecas. Ao longo dos eventos foi percebido novas necessidades e possibilidades que serão propostas futuramente, uma delas é a criação de uma placa visível que divulgue e reforce que o valor arrecadado com a venda de todos os produtos será revertida integralmente no Projeto que é uma ONG.



Figura 36 – Stand do Projeto Cão-Guia de Cegos do DF no evento Zoo em 15 de Mar. 2014.



Figura 37 – Bottons e placa de precificação

CONCLUSÃO

Para a finalização desse trabalho verificou-se o amplo e imenso escopo de trabalho a ser desenvolvido para tornar a proposta almejada, de autosustentabilidade financeira do Projeto Cão-Guia do DF, possível. Foram mapeados inúmeros aspectos e situações sendo muitas das ações testadas, fomentadas e ao final expostas neste relatório, sendo projetadas ao final, como futuras ações a serem desenvolvidas a curto, médio e em longo prazo.

Devido ao caráter linear, cronológico e acadêmico deste relatório não foi possível abarcar em detalhes todas as ações pensadas e aplicadas. Muitas ações foram implementadas conforme as ideias e as necessidades surgiam e passaram a existir de fato, com êxito, ao longo desse um ano de trabalho e pesquisa. As respostas às prototipações ao longo do trabalho guiaram o desenvolvimento do projeto, permitindo a reavaliação contínua e adaptação à realidade do Projeto até chegar as definições finais e ao enfoque nos voluntários.

Desde a definição da priorização dos voluntários como a peça primordial para atingir o objetivo do Projeto, ações de caráter especialmente motivador e informacional foram desenvolvidas e testadas: a mudança do discurso institucional durante contatos nos eventos e nas entrevistas de voluntário-dia, mostrando e incentivando a possibilidade de voluntariar com outras atividades além do contato com os cães, o incentivo e suporte à participação em eventos, implantação da tabela de presença e acompanhamento dos cães, criação do grupo de voluntários no facebook. Todas essas ações acabaram resultando em benefícios visíveis ao projeto, além do aumento de doações, engajamento em campanhas de doação e do caixa, houve um aumento da procura pelo projeto por voluntários e pessoas interessadas em ajudar em suas áreas de atuação como fotografia, branding, design e comunicação, tendo alguns desses projetos iniciado e finalizado com sucesso e outros estão em andamento.

O aumento da divulgação do projeto nas mídias e a mudança de discurso incentivando a ajuda em qualquer área demonstrou ser importante, pois aumentou a procura de pessoas interessadas em ajudar, mas elas quando buscavam informações acabavam se deparando só com a possibilidade de ajuda cuidando dos cães ou fazendo doação, e muitas não se encaixavam nesse perfil por falta de interesse ou tempo. Ou então, acontecia de acabarem desengajando ou ficando estática devido a falta de suporte, treinamento e repasse informações sobre atividades a serem feitas pela equipe da administração.

Por outro lado, foi possível perceber nesse processo que o voluntário dia e famílias de acolhimento, já existentes, apesar da demora em atendê-los, possuem um bom modelo de funcionamento, mas para os voluntários que queriam ajudar de outras formas especialmente no administrativamente não tinham suporte para tal. A falta de estrutura que permitisse de forma prática, fácil que tarefas fossem repassadas revelou ser um problema a ser tratado. De modo que não se perdesse pessoas motivadas por falta de contato e desestruturação interna. Assim, nota-se a importância de implementar o restante do serviço projetado com foco nos pontos de contato que ofereçam o suporte para conseguir atender toda a demanda instigada.

Com esses levantamentos citados entre diversos outros aspectos analisados e estudados, surgiu a necessidade de se redesenhar o Projeto do DF, mantendo o que já funciona bem e

ampliando inicialmente o programa de voluntariado, que melhor estruturado dará suporte as pessoas que aparecem e aos demais projetos necessários ao fortalecimento e autosustentabilidade do projeto Cão-Guia no DF, objetivo desse trabalho.

Conclui-se que o Projeto Cão-Guia de Cegos do DF é um sistema extremamente grande e complexo, que existe ainda um longo caminho a ser percorrido com ações e resultados a serem efetivamente recebidos a longo prazo. Entretanto, o projeto mostrou-se viável, com grande valor transformador e forte cunho social além de grande potencial de sucesso, pois permite em pouco tempo atividades pequenas deram rápido resultado. Ao final do projeto, percebe-se que desde a definição de seu objetivo e a estruturação proposta como negócio e serviço caminham o projeto para se tornar um negócio social. Este trabalho irá continuar com implementação dos serviços e sistema aqui proposto, o cenário complexo possui ainda um enorme número de variáveis e dependência que podem interferir nos objetivos propostos, mas em um cenário otimista, estima-se que cerca de um ano já será possível ver resultados palpáveis com o aumento significativo do número de voluntários, engajamento dos mesmos e, contratação de novos profissionais. Resultado em seguida, na criação e treinamento de novos cães.

ABONG, Afinco. **Manual de administração jurídica, contábil e financeira para organizações não-governamentais**. São Paulo: Editora Peirópolis, 2003.

Agência Brasileira de Cooperação. **CGCM – Coordenação Geral de Cooperação Técnica Multilateral: Introdução**. Disponível em: <<http://www.abc.gov.br/SobreAbc/Direcao/CGCM>> Acesso em 14 de Dez. 2013

ASSOCIAÇÃO AMIGOS DO CÃO-GUIA. **Modelo de Plano de Patrocínio**. Brasília, 2013.

Associação Cão Guia de Cegos. Disponível em: <<http://www.caesguia-acgc.blogspot.com.br/%E2%80%8E>>. Acesso em: 28 de Mai. 2014

Associação Cão Guia de Cegos. Disponível em: <<https://www.facebook.com/pages/Associa%C3%A7%C3%A3o-C%C3%A3o-Guia-de-Cego/255167764544195>>. Acesso em: 28 de Mai. 2014

BAIRD, Tripp. **5 Myths Socially Conscious Entrepreneurs Need to Ignore**. 5 de junho 2014. Disponível em: <<http://www.fastcompany.com/3031509/the-future-of-work/5-myths-about-the-freshest-iteration-of-capitalism>>. Acesso em: 19 de Jun. de 2014.

BRASIL. Presidência da República. **Decreto no 5.904, de 21 dezembro de 2006**. Regulamenta a Lei nº 11.126, de 27 de junho de 2005, que dispõe sobre o direito da pessoa com deficiência visual de ingressar e permanecer em ambientes de uso coletivo acompanhada de cão-guia e dá outras providências. *Diário Oficial da República Federativa do Brasil*. Poder Executivo, Brasília, DF, 22 jun. 2006. p.5. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2004/Decreto/D5296.htm#art4iii>. Acesso em: 16 Mai. 2012.

BRASIL. Presidência da República. **Lei Nº 2.996, de 03 de julho de 2002**. Assegura o livre acesso do portador de deficiência visual, acompanhado de cão-guia, a locais públicos e privados e dá outras providências. *Diário Oficial do Distrito Federal*. Brasília, DF 4 jul. 2002. Disponível em: <http://www.tc.df.gov.br/SINJ/Arquivo.ashx?id_norma_consolidado=50951>. Acesso em: 23 Jun. 2014.

BRASIL. Presidência da República; Secretaria de Direitos Humanos – SDH; Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos da Pessoa com Deficiência – SNPD. **Viver sem Limites – Plano Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência**: SDH-PR/SNPD, 2013. Disponível em: <http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/arquivos/%5Bfield_generico_imagens-filefield-description%5D_0.pdf>. Acesso em: 4 de Abr. 2014.

BRASIL. INMETRO. Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial. **Portaria INMETRO / MDIC Nº 125, de 14 de maio de 2009**. Regulamento de Avaliação da Conformidade para Centros de Treinamento de Cão-Guia para Cego. Disponível em: <<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.inmetro.gov.br/rtac/pdf/RTAC001444.pdf>> Acesso em: 21 de Jun. 2014.

BRASIL. INMETRO. Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial. **Portaria INMETRO / MDIC Nº 107, de 24 de abril de 2009**. Regulamento de Avaliação da Conformidade para Treinadores e Instrutores de Cão-Guia para Cego. Disponível em: <<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.inmetro.gov.br/rtac/pdf/RTAC001444.pdf>> Acesso em: 21 de Jun. 2014.

CÃO GUIA BRASIL. Disponível em: <www.caoguiabrasil.com.br/page/> Acesso em: 28 de Mai. 2014

CÃO GUIA BRASIL. Disponível em: <www.facebook.com/CaoGuiaBrasil?fref=ts> Acesso em: 28 de Mai. 2014

CONDE, Antônio João Menescal. **Definindo a Cegueira e a Visão Subnormal**. Instituto Benjamin Constant. Disponível em: <<http://www.ibr.gov.br/?itemid=94>>. Acesso em: 18 Set. 2012.

CÔRREA, Ricardo. **Outros projetos cão-guia**. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <julianajanavarro@gmail.com> em 21 de Mai. 2014.

CUNHA, José Humberto da Cruz Cunha. **Captação de Recursos para entidades sem fins lucrativos: diretrizes para divulgação de informações**. Dissertação (mestrado) – Universidade de Brasília, Universidade Federal da Paraíba e Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Programa Multiinstitucional e Inter-Regional de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, 2009.

DISTRITO FEDERAL. **Lei Nº 11.126 de 27 de junho de 2005**. Dispõe sobre o direito do portador de deficiência visual de ingressar e permanecer em ambientes de uso coletivo acompanhado de cão-guia. *Diário Oficial da União*. Poder Executivo, Brasília, DF, 28 jun. 2005 p.1. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/Lei/L11126.htm>. Acesso em: 4 Abr. 2014.

ESCOLA HELLEN KELLER. Disponível em: <www.caoguia.org.br/> Acesso em: 22 de Mai. 2014

ESCOLA HELLEN KELLER. Disponível em: <www.facebook.com/pages/Escola-De-C%C3%A3es-Guia-Helen-Keller/388171371275189?fref=ts> Acesso em: 22 de Mai. 2014

FERREIRA, Nubia A. C. LENZANA, Álvaro G R; ROMERO, Ana M. **Negócio Social, Empreendedorismo Social e Empresa Social: Termos Distintos, Mesmo Objetivo**. VIII Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas empresas (EGEPE). Goiânia, 2014.

IRIS. Disponível em: <www.facebook.com/fanpageiriscaoguia> Acesso em: 28 de Mai. 2014

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico 2010: Resultados Gerais da Amostra**. Rio de Janeiro, 27 de abril de 2012. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000008473104122012315727483985.pdf>> Acesso em: 10 de fevereiro de 2014.

KISIL, Rosana. **Elaboração de Projetos e Propostas para Organização Social Civil**. Editora Global, 2002.

MATOS, Hélio de Carvalho. **Captação de Recursos**. Disponível em: <http://www.mpggo.mp.br/portal/system/resources/W1siZiIsIjIwMTMvMDQvMTYvMTJfMzhfMTVfNzIzX29uZGVfb2J0ZXJfcmVjdXJzb3MucGRml1d/onde_obter_recursos.pdf> Acesso em: 24 de Mai. 2014.

MEUS OLHOS TEM 4 PATAS. Disponível em: <www.facebook.com/MeusOlhosTem4Patas> Acesso em: 28 de Mai. 2014

NAVARRO, Juliana. **A Inclusão Social dos Deficientes Visuais e a Publicidade Brasileira: Um Breve Panorama**. 2012. Trabalho de conclusão de curso – Universidade de Brasília, Brasília, 2012

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **Direção-Geral da Saúde. Classificação Internacional de Funcionalidade, Incapacidade e Saúde**. Tradução e revisão Amélia Leitão. Lisboa, 2004. Disponível em: <http://www.inr.pt/uploads/docs/cif/CIF_port_%202004.pdf>. Acesso em: 23 Mai. 2012.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation: Inovação em Modelos de Negócios**. Alta Books, Rio de Janeiro, RJ, 2011.

POLAINE, Andy; LOVLIE, Lavrans; REASON, Bem. **Service Design: From Insight to Implementation**. Rosenfeld Media, New York, 2013.

PROJETO TAMAR. Disponível em: <<http://www.tamar.org.br/>>. Acesso em: 20 de Mar. 2014
Playing for Change Foundation. Disponível em: <<http://playingforchange.org/>>. Acesso em: 20 de Mar. 2014

REFFICO, E. et al. **Empresas Sociais: Uma especie em busca de reconhecimento?** Revista de Administração Out./nov./dez. 2006. v.41(4), pp. 404-418,. Disponível em: < http://www.rausp.usp.br/busca/artigo.asp?num_artigo=1208>. Acesso em 13 de fev. 2013.

RIES, Eric. **The Learn Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses**. 1. ed. New York: Crown Business, 2011.

SANTAROSA, Lucila Maria Costi. SONZA, Andréa Poletto. **Ambientes digitais virtuais: acessibilidade aos deficientes visuais**. v 1. n 1. fev. 2003. Disponível em: <http://www.cinted.ufrgs.br/ciclo/fev2003/artigos/andrea_ambientes.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2012.

TAKESHY, Tachizawa. **Organizações não governamentais e Terceiro Setor: criação de ONGs e estratégias de atuação**. : Atlas, São Paulo, SP, 2007.

VYGOTSKY, L.S. **Obras Escogidas, Tomo V – Fundamentos de Defectología**. Madrid. Tradução: Adjuto de Eudes Fabri . Visor, 1997.

YUNUS NEGÓCIOS SOCIAIS BRASIL. Disponível em: < www.yunusnegociossociais.com/o-que-sao-negocios-sociais> Acesso em 23 de Jun. 2014

APÊNDICE B

Ideias para arrecadação financeira

1. *Crowdfunding Mensal*

<http://www.patreon.com>

<http://www.pozible.com/>

<http://onepercentfoundation.org/>

2. *Lojinha Física | Online (facebook / site)*

Novos Produtos

- Ursinhos de Pelúcia: labrador, cão-guia e deficiente visual
- Garrafas de água
- Chaveiros (Cibele podia fazer um labradorzinho com lenço do projeto)
- Case de celular
- Camisetinha pra cachorros
- Ecobag
- Albúm de figurinhas
- Caderno de colorir
- Quebra-cabeça
- Camisetas com novas estampas
- Bandana para cães
- Chocolates
- Cartões postais
- Chaveiros
- Produtos caninos: parceria com produtores e fornecedores de produtos (correias, guias, roupinhas, brinquedos) e associar com etiqueta do projeto. Parte dos recursos da venda são destinadas ao projeto

3. *Apoio de ilustradores, designers, artistas ...*

- Doar uma imagem, foto, ilustração para aplicação nos produtos

4. *Convênios*

"Ganhando o troco"

- Ceb
- Restaurante Week
- Mercados

5. *Adote um cãozinho*

A pessoa ser responsável por um cãozinho específico

6. *Faça sua festinha de aniversário*

Fazer festinhas de aniversário de crianças, possibilitar o contato com os cães