

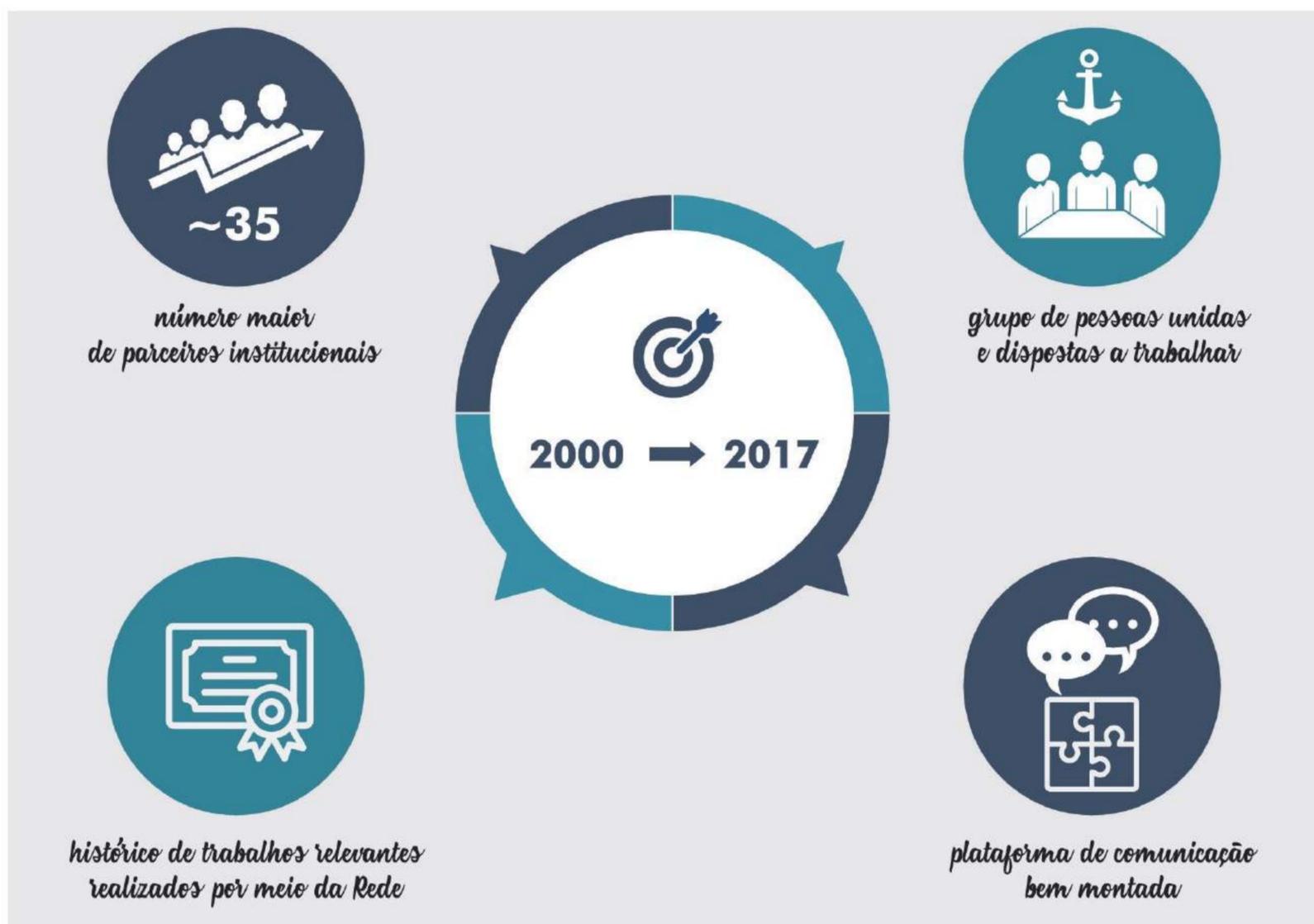
REDE **MÃOS DADAS**
RELATÓRIO DE TRABALHO

ANO BASE **2017**



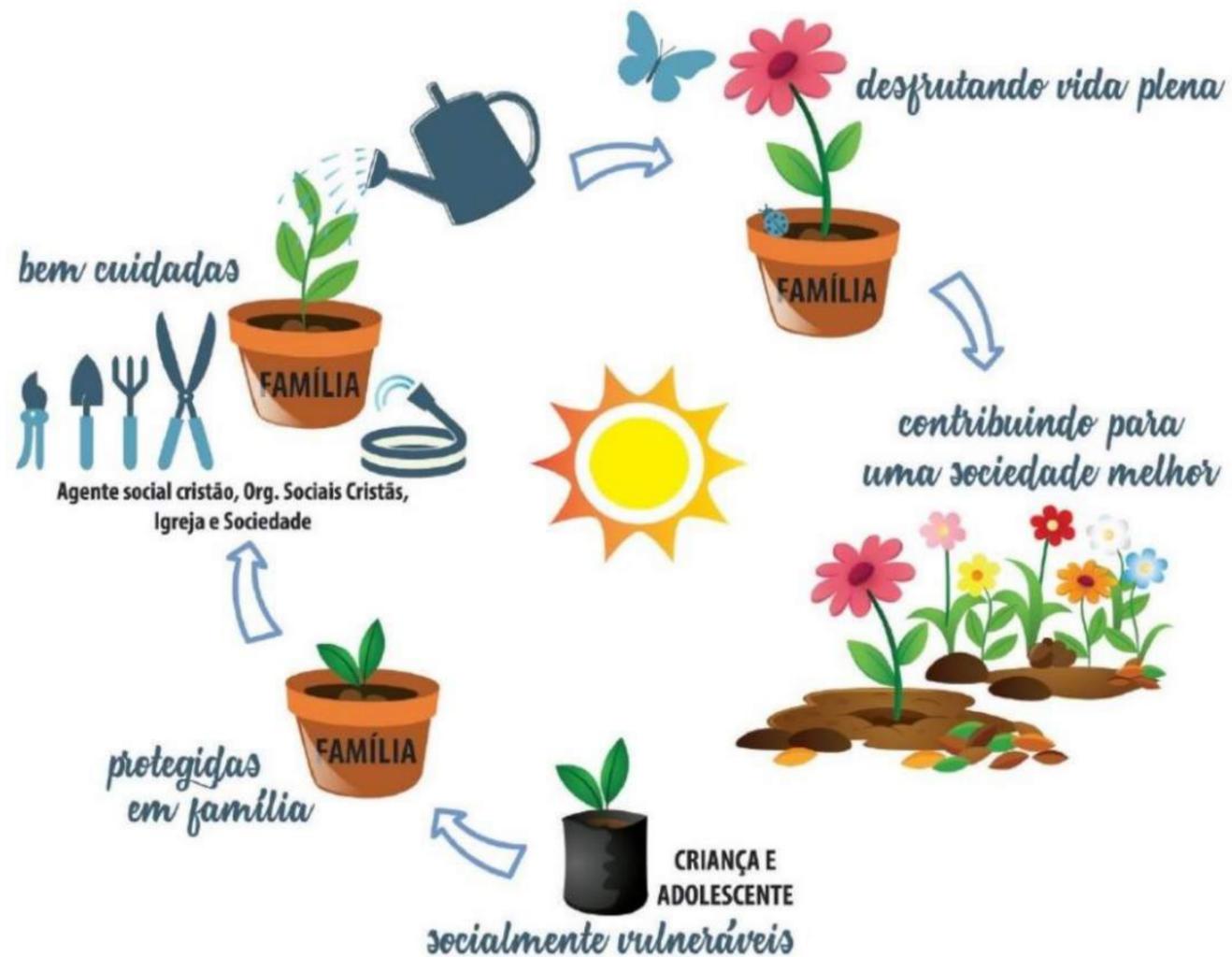
Quem somos

A Rede Mãos Dadas existe desde o ano 2000 quando começou a publicar a Revista Mãos Dadas com a parceria de três grandes organizações sociais cristãs: Visão Mundial, Compassion e Tearfund. Como pode ser observado nos infográficos abaixo de 'lá para cá' o desenvolvimento foi grande e de relevante impacto na vida de muitos.



O Objetivo maior da Rede

VIDA PLENA PARA TODAS AS CRIANÇAS E ADOLESCENTES é o nosso objetivo maior. Queremos ver as crianças e adolescentes socialmente vulneráveis*¹ bem cuidados, protegidos em família, desfrutando vida plena e contribuindo para a construção de uma sociedade melhor.



*¹ Neste documento, usamos os termos "crianças" ou "crianças e adolescentes" para nos referirmos às crianças e adolescentes que vivem em contextos de vulnerabilidade social. Quando o texto fizer referências às crianças e adolescentes como um todo será usada a expressão "todas as crianças e adolescentes". E quando o texto se referir às crianças e adolescentes cujo contexto social é mais protegido e mais próximo do ideal, será usado o termo "crianças e adolescentes socialmente protegidas". Entendemos que todas as crianças e adolescentes são mais vulneráveis que os adultos, e que, no entanto, algumas enfrentam situações que acarretam riscos para o sua sobrevivência e desenvolvimento saudável muito mais graves do que é a realidade das outras. Vem daí a necessidade de qualificar o grupo prioritário para o qual a Rede Mãos Dadas dirige suas ações.

Resultado Alcançado em 2017

Desde 2015, implementamos uma estratégia de trabalho baseada em campanhas. Executamos três campanhas anualmente, com um ciclo de quatro meses por campanha. O ano de 2017 foi estruturado seguindo este princípio. Cremos que assim nós conseguimos dar vazão às pautas relativas à infância com um enfoque maduro e bem direcionado.

Confirmação de Estratégia

Nos últimos três anos o trabalho em núcleos não foi possível devido a uma grande retração em nossas organizações parceiras ocasionada pela atual conjuntura econômica do país. Cada organização foi forçada a diminuir quadros de funcionários e a usar de forma muito mais restrita os recursos que antes eram destinados à cooperação em rede. Em resposta a esta retração, a Rede Mãos Dadas adaptou sua estratégia para estes novos tempos da seguinte forma:

- 1) Optamos por um foco em ações de campanha usando a plataforma de comunicação e pela redução nos esforços dedicados a eventos e transferências metodológicas ou produção editorial, como tinha sido a nossa experiência passada.
- 2) Decidimos ampliar a relação com nossos parceiros institucionais, que agora, mais ainda que antes, são chamados a implementar nossas campanhas em suas redes de influência e a usar seus recursos internos como principal (mas não única) forma de contrapartida.

No Encontro de Planejamento da Rede Mãos Dadas, ocorrido em maio de 2016 em Belo Horizonte por ocasião da Feira de Boas Práticas, os parceiros aprovaram a mudança para uma estratégia focada em campanhas de curta duração. Serão três campanhas, cada uma com duração de três meses, que nos ajudarão a organizar as ações dos parceiros de forma programada e articulada. Esta estratégia está fundamentada no princípio segundo o qual juntos podemos obter resultados melhores e mais animadores do que o faríamos em ações isoladas. Compreendemos que nossas organizações (em tempos de retração) só se envolverão em ações que contemplem de alguma forma os seus próprios objetivos propostos. As campanhas propostas dão destaque aos três personagens principais sobre os quais gostaríamos de exercer influência como rede:

A Criança e o Adolescente

Mutirão Mundial de Oração



Com o tema "Ensina-nos a Orar" baseado em Lucas 11.1, esta campanha de oração continua nos surpreendendo pelo entusiasmo que é capaz de gerar junto ao nosso público. Não faltou animação. Este ano 36 organizações participaram do Intercâmbio de Oração formalmente (nos enviando relatórios). O intercâmbio conecta projetos sociais e igrejas de forma que as crianças são incentivadas a enviar seus pedidos de oração para um outro grupo e a orar pelos pedidos que recebem daquele mesmo grupo.

O Educador Social Cristão

O Meu Educador Social Cristão



Pela segunda vez em nossa história, pedimos para nossos parceiros observarem com carinho o Dia Nacional do Educador Social. Vários parceiros participaram (veja os números). Um grande avanço foi a produção do Guia da Campanha com informações valiosas sobre a profissão de educador social de acordo com as leis vigentes em nosso país. Outro destaque foi a realização pela primeira vez do Prêmio Cida Mattar para Educadores Sociais da Rede Mãos Dadas.

Lideranças da Igreja Local

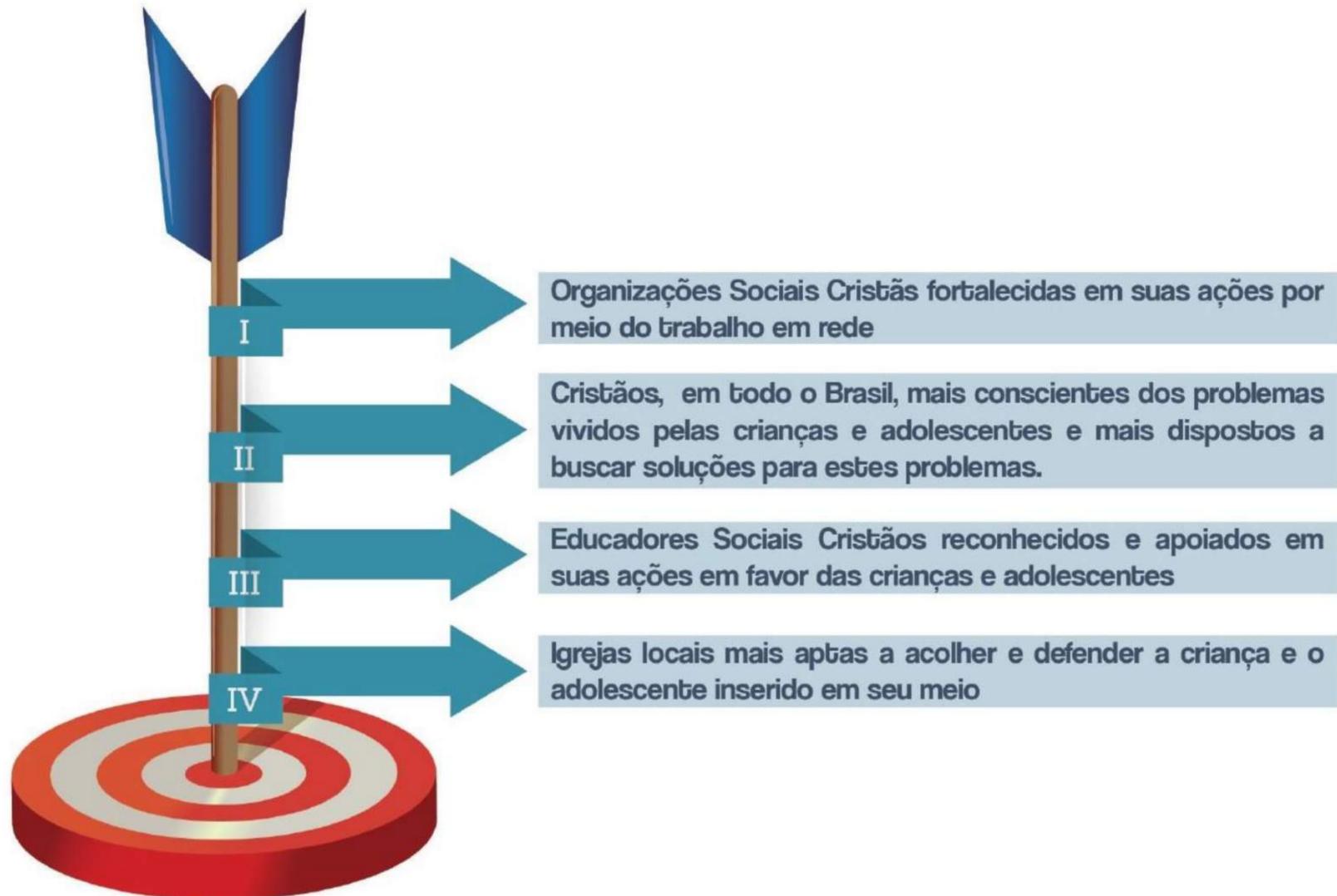
Igreja Amiga da Criança



Pedimos às igrejas para separarem um tempo especial para ouvir as crianças que ali congregam. Desenvolvemos uma nova dinâmica, criamos um vídeo que foi muito apreciado nas redes sociais e produzimos um Guia completo com histórias, estudos bíblicos, etc. Porém, percebemos que o que pedimos é MUITO! As pessoas acham ainda muito difícil implementar o que estamos propondo. Para 2018 pretendemos encarar o desafio de fazer com que esta campanha se torne mais facilmente aplicável.

Resultados Esperados para o Ano

Os objetivos específicos para o ano de 2017 são os RESULTADOS ESPERADOS de nossas ações e parcerias, enquanto organização em rede. Planejamos nossas ações na expectativa de obter os seguintes RESULTADOS:



Nossa Articulação em Rede

Atualmente, a Rede Mãos Dadas realiza suas ações a partir de um escritório sediado em Viçosa, Minas Gerais sob a administração do Instituto Lado a Lado. O Instituto Lado a Lado é uma pequena agência de comunicação mantida pelos missionários James e Elsie Gilbert. Os recursos para manutenção de uma estrutura mínima provêm do levantamento de recursos realizado nos EUA pela agência missionária Equip Inc. Esta é a agência que dá o respaldo legal para o trabalho missionário do casal James e Elsie Gilbert. Toda movimentação financeira é feita por meio de relatórios mensais a esta agência.

Os recursos provenientes dos parceiros brasileiros são recebidos ou no Instituto Lado a Lado ou pela Editora Ultimato. No entanto, temos adotado a política de valorizar os recursos empregados internamente a cada organização em prol de uma pauta comum.

Feira de Boas Práticas: realizamos no Rio de Janeiro a Segunda Feira de Boas Práticas com 13 oficinas oferecidas por nossos parceiros e a presença de mais ou menos 120 pessoas. Foram dois dias de muito aprendizado. Acreditamos que a Feira de Boas Práticas é a nossa melhor expressão desta política de trabalho em rede. Estimamos que foram mobilizados entre R\$25.000,00 a R\$30.000,00 para a sua realização, sendo que cada organização custeou a participação do seu representante.

Desdobramento dos Resultados Alcançados, Ações, Indicadores e Custos de Realização

A seguir detalhamos cada ação de desdobramento dos Resultados Alcançados, informando os indicadores e os custos de realização por ação proposta.

Foram elaborados dois quadros demonstrativos, sendo o primeiro específico para RESULTADO ALCANÇADO I, e o segundo um comparativo com os RESULTADOS ALCANÇADOS II, III e IV.

Organizações Sociais Cristãs fortalecidas em suas ações por meio do trabalho em rede

AÇÃO PROPOSTA	RESULTADOS OBTIDOS
1 - Cooperar com o Claves INVESTIMENTO / CUSTO:	Ajudamos a organizar o Encontro Claves em Belo Horizonte, com um grupo de 30 consultores nesta metodologia. R\$ 502,00
2 - Visitar organizações em uma região metropolitana específica para apresentar Mãos Dadas e aprofundar relacionamento de parceria INVESTIMENTO / CUSTO:	Viagem para o evento da Rede Viva com a participação da Luciana Falcão em Cancún, no México. R\$ 2.866,22
3 - Participar em eventos promovidos por nossos parceiros institucionais para apresentar nossas estratégias e produtos INVESTIMENTO / CUSTO:	1º semestre: CADI no Rio de Janeiro em março, Rede Miqueias em Vitória e Prosa e Canto em Anápolis em junho. 2º semestre: Reunião da Missão Aliança em Curitiba em outubro. R\$ 1.546,17
4 - Estabelecer um ciclo de comunicação com nossos parceiros por meio de conversas via Skype e e-mails INVESTIMENTO / CUSTO:	Houve conversas por skype e e-mails. Os custos indiretos gastos nesta ação, foram inclusos em outras ações propostas. R\$ 0,00
5 - Cooperar com RENAS e realizar uma reunião combinada de parceiros da Rede Mãos Dadas durante a Reunião de Filiadas de RENAS INVESTIMENTO / CUSTO:	A Rede Mãos Dadas participou do Encontro de RENAS em Campinas – SP, em abril. R\$ 818,16
6 - Preparar propostas e relatórios INVESTIMENTO / CUSTO:	A Rede Mãos Dadas, redigiu uma Proposta Anual, uma Carta de Intenções e um Relatório Anual. Também descrevemos mini relatórios após cada campanha. R\$ 1.328,00
TOTAL GASTO NAS AÇÕES REALIZADAS:	R\$ 7.060,55

	Cristãos mais conscientes da causa da criança	Educadores Sociais reconhecidos e apoiados	Igrejas locais mais aptas a acolher e defender
RESULTADOS OBTIDOS	INDICADORES		
1 - REALIZAR CAMPANHA Preparar todos os materiais para a campanha: tradução, revisão, arte, guia, vídeo e newsrelease.	 Mutirão Mundial de Oração 56.855 pessoas oraram (Alcançado) 1 guia publicado (Realizado) 1 vídeo (Não realizado)	 O Meu Educador Social Cristão Pelo menos 500 Educadores SC receberam uma palavra de encorajamento em seu dia especial: 19 de setembro (Alcançado) 1 guia publicado (Realizado) 1 vídeo (Realizado)	 Igreja Amiga da Criança Pelo menos 1.000 crianças envolvidas em eventos que promovam "ouvir suas opiniões sobre a igreja", ao longo do ano. (Não alcançado) 1 guia publicado (Realizado) 1 vídeo (Realizado)
Conseguir a publicação do anúncio em Revistas e/ou doação de cartazes impressos.	1 página publicada na Ultimato, edição nº 364 e 4.000 cartazes impressos, os mesmos foram pagos pela ILL para distribuição durante o encontro de RENAS. (Realizado)	Foram impressos 1.000 cartazes	1 página publicada na Revista Ultimato, edição nº 367. (Realizado)
Preparar banners digitais em vários formatos para publicar nos websites de organizações parceiras.	Banners em vários formatos. (Realizado)	Banners em vários formatos. (Realizado)	Banners em vários formatos. (Realizado)
Preparar uma lista de organizações midiáticas para enviar o newsrelease pedindo que cooperem com a inclusão do conteúdo em seus boletins eletrônicos e facebook.	Foram contatados 40 parceiros, sendo que 14 nos atenderam, sendo estes através de revistas, estações de rádio, portais de sites nos ajudaram na divulgação. (Realizado)	Foram contatados 40 parceiros, sendo que 8 nos atenderam, sendo estes através de revistas, estações de rádio, portais de sites nos ajudaram na divulgação. (Realizado)	Foram contatados 40 parceiros, sendo que 6 nos atenderam, sendo estes através de revistas, estações de rádio, portais de sites nos ajudaram na divulgação. (Realizado)
Fazer contato com as organizações parceiras solicitando de cada grupo contribuições específicas: em divulgação, em articulação para participação, etc.	25 organizações nos ajudaram na divulgação em diversos canais. (Realizado)	12 organizações nos ajudaram na divulgação em diversos canais. (Realizado)	17 organizações nos ajudaram na divulgação em diversos canais. (Realizado)
Preparar postagens/memes para Facebook e cartões em PDF para impressão pelos parceiros e leitores	6 memes foram criados para serem usados no facebook no período da campanha. (Realizado)	5 marcadores de páginas e 1 cartão postal foram criados para o dia 19 de setembro. (Não realizado)	Nenhum meme foi criado para a campanha IAC. (Não realizado)
INVESTIMENTO / CUSTO:	R\$ 4.302,51	R\$ 1.902,50	R\$ 2.048,00

	Cristãos mais conscientes da causa da criança	Educadores Sociais reconhecidos e apoiados	Igrejas locais mais aptas a acolher e defender
RESULTADOS OBTIDOS		INDICADORES	
<p>2 - MANTER E AUMENTAR A PLATAFORMA DE COMUNICAÇÃO, NA QUAL OS MATERIAIS SÃO PUBLICADOS/DIVULGADOS.</p> <p>.Manter o site Biblioteca e o blog na Ultimato atualizado e em bom funcionamento.</p>	 <p>Mutirão Mundial de Oração</p> <p>Aumentar o cadastro de pessoas para receber o Tecendo a Rede, o download do APP, número de visitantes únicos no blog e no site, número de fans na nossa fan page.</p> <p>Os veículos de comunicação foram mantidos atualizados e a manutenção nos mesmos foi preventiva. (Realizado)</p>	 <p>O Meu Educador Social Cristão</p> <p>Aumentar o cadastro de pessoas para receber o Tecendo a Rede, o download do APP, número de visitantes únicos no blog e no site, número de fans na nossa fan page.</p> <p>Os veículos de comunicação foram mantidos atualizados e a manutenção nos mesmos foi preventiva. (Realizado)</p>	 <p>Igreja Amiga da Criança</p> <p>Aumentar o cadastro de pessoas para receber o Tecendo a Rede, o download do APP, número de visitantes únicos no blog e no site, número de fans na nossa fan page.</p> <p>Os veículos de comunicação foram mantidos atualizados e a manutenção nos mesmos foi preventiva. (Realizado)</p>
Preparar as páginas do blog e website com links para os materiais da campanha.	Todas as páginas foram publicadas com antecedência e de fácil acesso para os leitores, respeitando sempre a padronização dos conteúdos publicados. (Realizado)	Todas as páginas foram publicadas, mas a data de publicação ficou próxima da realização, já o conteúdo era de fácil acesso para os leitores. (Realizado parcialmente)	As páginas foram publicadas com antecedência, exceto formulário de tabulação, já o conteúdo era de fácil acesso para os leitores. (Realizado parcialmente)
Mudar a capa da página do Facebook para combinar visualmente com a campanha.	A imagem da campanha ilustrou o topo da página e também do perfil. (Realizado)	A imagem da campanha ilustrou o topo da página e também do perfil. (Realizado)	A imagem da campanha ilustrou o topo da página e também do perfil. (Realizado)
Organizar a lista de e-mails de contatos de pessoas chave para cada campanha, incluindo novos contatos chaves sempre que possível.	Foi preparada uma lista com nomes de pessoas engajadas em campanhas anteriores e também enviamos uma News Release específico sobre a campanha. Para os parceiros da rede. (Realizado)	Foi preparada uma lista com nomes de pessoas engajadas em campanhas anteriores e também enviamos uma News Release específico sobre a campanha. Para os parceiros da rede. (Realizado)	Foi preparada uma lista com nomes de pessoas engajadas em campanhas anteriores e também enviamos uma News Release específico sobre a campanha. Para os parceiros da rede. (Realizado)
Planejar a publicação do boletim eletrônico Tecendo a Rede para que este sirva de forma apropriada ao tema de cada campanha.	Foram enviados 3 boletins eletrônicos com informações da campanha do MMO 2017. (Realizado)	Foram enviados 2 boletins eletrônicos com informações da campanha do MESC 2017. (Realizado)	Foram enviados 2 boletins eletrônicos com informações da campanha do IAC 2017. (Realizado)
Atualizar o banco de dados.	Todos os assinantes e participantes da campanha foram devidamente cadastrados e inclusos em nossa base de dados do Benchmark e Access, essa atividade foi executada semanalmente, e houve um crescimento de 11,57%. (Realizado)	Todos os assinantes e participantes da campanha foram devidamente cadastrados e inclusos em nossa base de dados do Benchmark e Access, essa atividade foi executada semanalmente, e houve um crescimento de 11,57%. (Realizado)	Todos os assinantes e participantes da campanha foram devidamente cadastrados e inclusos em nossa base de dados do Benchmark e Access, essa atividade foi executada semanalmente, e houve um crescimento de 11,57%. (Realizado)
Oferecer um bom atendimento ao público aos nossos leitores que se manifestarem nos comentários no blog, no site, no Facebook, por e-mail ou que nos contactarem por telephone.	Respondemos à 668 solicitações dentre comentários, e-mails e ligações. (Realizado)	Respondemos à 325 solicitações dentre comentários, e-mails e ligações. (Realizado)	Respondemos à 306 solicitações dentre comentários, e-mails e ligações. (Realizado)
INVESTIMENTO / CUSTO:	R\$ 2.294,03	R\$ 1.032,71	R\$ 930,10

	Cristãos mais conscientes da causa da criança	Educadores Sociais reconhecidos e apoiados	Igrejas locais mais aptas a acolher e defender
RESULTADOS OBTIDOS		INDICADORES	
<p>3 - PUBLICAR CONTEÚDO NA PLATAFORMA DE COMUNICAÇÃO, EM FORMA DE ARTIGOS, RECURSOS, ENTREVISTAS, ETC.</p> <p>Encontrar e publicar bons recursos sobre o tema de cada campanha e publicar no website Biblioteca.</p>	<p> Mutirão Mundial de Oração</p> <p>No blog e site: 15 artigos foram publicados, sendo 11 diretamente ao tema da campanha e 3 na Biblioteca.</p> <p>3 novos recursos foram publicados no site Biblioteca (Realizado)</p>	<p> O Meu Educador Social Cristão</p> <p>3 novos recursos foram publicados no site Biblioteca (Realizado)</p>	<p> Igreja Amiga da Criança</p> <p>7 novos recursos foram publicados no site Biblioteca (Realizado)</p>
Escrever e publicar posts no blog, uma vez por semana, com ligação direta com o tema da campanha.	11 novos artigos ligados diretamente com a campanha, foram publicados no Blog Mãos Dadas (Realizado parcialmente)	7 novos artigos ligados diretamente com a campanha, foram publicados no Blog Mãos Dadas (Realizado parcialmente)	4 novos artigos ligados diretamente com a campanha, foram publicados no Blog Mãos Dadas (Realizado parcialmente)
Trabalhar com um grupo de colaboradores para o blog de forma que tenhamos suas contribuições ao tema.	4 artigos foram publicados no Blog, sendo estes publicados originalmente em site/blog externo. (Realizado parcialmente)	Não foi realizado	6 artigos foram publicados no Blog, sendo estes publicados originalmente em site/blog externo. (Realizado parcialmente)
Compartilhar com nossos parceiros e organizações midiáticas os artigos publicados no blog ou no site com a esperança que eles republiquem nosso conteúdo em seus canais.	Destacamos 4 artigos da campanha no facebook e o retorno foi positivo. (Realizado)	Destacamos 4 artigos da campanha no facebook e o retorno foi positivo. (Realizado)	Destacamos 4 artigos da campanha no facebook e o retorno foi positivo. (Realizado)
INVESTIMENTO / CUSTO:	R\$ 2.294,03	R\$ 355,73	R\$ 1.566,30

<p>4 - IMPLEMENTAR ESTRATÉGIAS DE DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDO PARA OS VÁRIOS PÚBLICOS ALVO.</p> <p>Enviar o Tecendo a Rede de acordo com planejamento anterior para atingir o nosso público mais amplo e realizar a limpeza imediatamente após o envio.</p>	<p>Alcançamos 129.748 pessoas nos três veículos de comunicação mais importantes: blog, site e facebook*</p> <p>Enviamos 3.354 e-mails (Realizado)</p>	<p>Alcançamos 87.565 pessoas nos três veículos de comunicação mais importantes: blog, site e facebook*</p> <p>Enviamos 3.354 e-mails (Realizado)</p>	<p>Alcançamos 148.688 pessoas nos três veículos de comunicação mais importantes: blog, site e facebook*</p> <p>Enviamos 3.354 e-mails (Realizado)</p>
<p>Publicar a Folhinha Mãos Dadas como um App para alcançar os Educadores Sociais Cristãos.</p>	<p>178 educadores baixaram o App Folhinha Mãos Dadas para seus celulares. (Realizado)</p>	<p>90 educadores baixaram o App Folhinha Mãos Dadas para seus celulares. (Realizado)</p>	<p>58 educadores baixaram o App Folhinha Mãos Dadas para seus celulares. (Realizado)</p>
<p>Publicar o Guia da Campanha para smartphones como forma de atingir nossas pessoas chave.</p>	<p>Não foi realizado</p>	<p>Não foi realizado</p>	<p>Não foi realizado</p>
<p>Impulsionar publicações no Facebook durante a campanha.</p>	<p>Alcançamos 93.588 pessoas. (Realizado)</p>	<p>Alcançamos 67.179 pessoas. (Realizado)</p>	<p>Alcançamos 129.756 pessoas. (Realizado)</p>
<p>Criar um estratégia de marketing para que as pessoas encontrem e façam o download do aplicativo.</p>	<p>Distribuímos 1.000 folhetos do App Folhinha Virtual Mãos Dadas, durante o ano todo.</p>		
<p>Criar um banco de dados para nossas ações</p>	<p>Contamos com 282 contatos pelo whatsApp</p>		
<p>INVESTIMENTO / CUSTO:</p>	<p>R\$ 2.127,23</p>	<p>R\$ 2.064,94</p>	<p>R\$ 2.249,95</p>

	Cristãos mais conscientes da causa da criança	Educadores Sociais reconhecidos e apoiados	Igrejas locais mais aptas a acolher e defender
RESULTADOS OBTIDOS		INDICADORES	
5 - REALIZAR EVENTOS Conseguir três parceiros para apoiar a pesquisa - levando seu pessoal a participar.	 Mutirão Mundial de Oração Foi realizado o Intercâmbio de Oração com a participação de 34 projetos e/ou igrejas. No total 7.539 crianças oraram umas pelas outras.	 O Meu Educador Social Cristão Realizamos o Prêmio Cida Mattar, em que contamos com a participação de 13 organizações parceiras da rede, em que recebemos 30 histórias.	 Igreja Amiga da Criança
INVESTIMENTO / CUSTO:	R\$ 411,58	R\$ 3.571,76	R\$ 1.252,40
6 - REALIZAR EVENTO - INSTALAÇÃO ARTÍSTICA INVESTIMENTO / CUSTO:		Realizamos a Feira de Boas Práticas no Rio de Janeiro e contamos com a participação de 94 pessoas.	Levamos para o Prosa e Canto, Festival de Música Gospel a Instalação Artística relacionada ao Mutirão Mundial de Oração (Realizado)
INVESTIMENTO / CUSTO:			R\$ 105,00
7 - AVALIAÇÃO - LEVANTAR OS RESULTADOS DA CAMPANHA E AVALIAR O SEU IMPACTO. INVESTIMENTO / CUSTO:	Elaboramos um relatório parcial a ser compartilhado com nossos parceiros. (Realizado)	Elaboramos um relatório parcial a ser compartilhado com nossos parceiros. (Realizado)	Elaboramos um relatório parcial a ser compartilhado com nossos parceiros. (Realizado)
INVESTIMENTO / CUSTO:	R\$ 2.996,75	R\$ 104,25	R\$ 1.758,24
INVESTIMENTO TOTAL POR CAMPANHA:	R\$ 14.535,33	R\$ 9.031,89	R\$ 9.804,99

Resultado Alcançado em 2017

CUSTOS DIRETOS R\$ 40.432,76

Projetos em Parceria R\$ 7.060,55

Organizações Sociais Cristãs fortalecidas em suas ações por meio do trabalho em rede. R\$ 7.060,55

Atividades Relativas às Campanhas R\$ 33.372,21

Cristãos, em todo o Brasil, mais conscientes dos problemas vividos pelas crianças e adolescentes e mais dispostos a buscar soluções para estes problemas. R\$ 14.535,33

Educadores Sociais Cristãos reconhecidos e apoiados em suas ações em favor das crianças e adolescentes. R\$ 9.031,89

Igrejas locais mais aptas a acolher e defender a criança e o adolescente inserido em seu meio. R\$ 9.804,99

CUSTOS INDIRETOS R\$ 7.302,12

Banco do Brasil (Tarifas bancárias e taxas) R\$ 274,18

ILL (Aluguel, eletricidade, internet e telefonia) R\$ 7.027,94

Ultimato (Expedição - Tarifas de Postagens) R\$ 0,00

TOTAL DO CUSTO OPERACIONAL R\$ 47.734,88

Viçosa, março de 2018.

Este documento foi criado para relatar para as organizações parceiras, os objetivos, as ações e os resultados alcançados em 2017.