



# PROJETO DOAR & BEM-ESTAR

Projeto DO.BEM

Uma maneira de suavizar vidas.

## Proponente

Robert Borgneth Marinho

CPF 302.\*\*\*.\*\*\*-87

O Projeto DO.BEM tem por objetivo geral transformar produtos digitais em uma ação de doação e promoção do bem-estar. A ideia central é: "vender para doar, educar e promover o bem-estar a quem dele precise", por meio das instituições que atuam nas áreas de saúde, acessibilidade e educação.

Rio Branco

2024

# Índice

Autoria e Gestão do Projeto	3
Missão, Visão e Valores	5
Identificação do Projeto	6
O Projeto DO.BEM	8
Destinação de Recursos Financeiros	12
Instituições Beneficiadas	13
Cronograma de Atividades	20
Estimativa da Execução Financeira	25



## Sobre

**Robert Marinho** nasceu em 24 de julho de 1969, em Pedreiras, Maranhão. Teve sua infância e pós juventude em Fortaleza - CE, lugar que serve ainda hoje de cenário inspirador. Ele cresceu junto ao mar, mangues e salinas e isso fez com que tivesse bastante imaginação para criar diversos poemas e contos baseados em histórias reais. Atualmente mora em Rio Branco - Acre. Em 2020, publicou sua primeira obra, Raios de Sol - Poemas, Letras e Emoções.

Ele é servidor público, graduado em administração e ciência contábeis. É especialista em gestão pública. É poeta, contista e youtuber - criador de conteúdo para a plataforma norte-americana YouTube, por meio de seu canal: Retrato Poético

em Movimento. É criador do projeto Doar & Bem-Estar, simplesmente denominado, Projeto DO.BEM.

Ele é cearense e acriano. É servo e mordomo. Ele é quem acredita na conversão quando o mundo diz: *"não tem mais jeito!"*. Ele é quem não espera demoradamente pela indefinição. Ele é quem procura nos braços dos segundos, capturar a essência da vida, o momento que faz valer a pena. Ele é um sonhador, vendedor de sonhos possíveis e o menor da casa de seus irmãos...

# Missão, Visão e Valores

Declaração do Projeto DO.BEM com suas aspirações futuras e o estado desejado que pretende alcançar a longo prazo.

---



## Missão

"Inspirar a sociedade a participar de ações solidárias, utilizando produtos digitais como meio para apoiar instituições que promovem saúde, acessibilidade e educação."



## Visão

"Ser reconhecido até 2030 por promover o bem-estar."



## Valores

"Fazer a coisa certa; Saúde; Educação; Inclusão Social; Estímulo à Sustentabilidade."

# Dados do Projeto Social

## Identificação e Qualificação

### 1. Identificação

#### 1.1. Dados Cadastrais do Proponente

**1.1.1. Gestão do Projeto:** Robert Borgneth Marinho

**1.1.2. Cadastro de Pessoas Físicas:** 302.\*\*\*.\*\*\*-87

**1.1.3. Local:** Tv Almirante Mário de Oliveira, 69, Aviário, Rio Branco - Acre CEP 69.900-836

**1.1.4. Site do Projeto:** <https://prodobem.art/>

**1.1.5. Endereço Eletrônico:** contato@prodobem.art

**1.1.6. Telefone:** (68) 9 9949-6363 (68) 9 8121-6363

# Proposições

## Negócios Educacionais e Sustentáveis

### 1.2. Valor Estimado do Projeto

A estimativa do custo do projeto em 12 (doze) meses, mediante estudo prévio para que seja suficiente e exequível, será de R\$ 98.248,32 (noventa e oito mil duzentos e quarenta e oito reais e trinta e dois centavos).

### 1.3. Nome Analítico do Projeto

*DOAR & BEM-ESTAR*

#### 1.3.1. Nome Sintético do Projeto

*PROJETO DO.BEM*

### 1.4. Classificação do Projeto

1.4.1. criação e articulação de negócios de produtos digitais ao consumidor final, com intuito de doação para promover saúde física, mental e social, assistência especializada a alunos com deficiência intelectual múltipla e educação a crianças, jovens, adultos e idosos.

# O PROJETO DO.BEM



*"Quanto for possível,  
não deixe de fazer o bem  
a quem dele precisa". Pv 3:27 [1]*

## O Que é o Projeto?

É uma ideia sólida não governamental que objetiva conscientizar a sociedade por meio de um gesto de solidariedade e fortalecer a leitura, promovendo esperança, saúde e oportunidade de vida.

## Funcionamento

O projeto permite repassar + de 30% dos valores monetários recebidos de compradores para as instituições pré-definidas neste projeto, podendo, ainda, alcançar outras entidades. Todas as vezes que uma venda se concretizar mediante a comercialização própria de livros digitais de autoria de Robert Marinho, disponíveis na plataforma do Projeto DO.BEM.

## Objetivo Generalíssimo

O objetivo geral é proporcionar uma condição melhor a alguém sem olhar a quem.

## Onde Encontrar

O PROJETO DO.BEM está presente na rede de alcance mundial, na World Wide Web, em: <https://prodobem.art/>.



## Propriedade de Uso

Cada poema, conto ou livro é uma peça vinculante do projeto DO.BEM, uma iniciativa assistencialista ensejada pelo autor por meio de venda de suas obras literárias digitais, cujo intuito é gerar solidariedade.

## Modelo Inspirador

É um modelo para inspirar aos que sonham com um mundo melhor, podendo o projeto ser conhecido na íntegra por meio de <https://prodobem.art/>.

# Contexto do Projeto

## Análise da Realidade

### 1.5. Contextualização

#### 1.5.1. Problemáticas Identificadas

**1.5.1.1. Números Alarmantes de Pessoas Acometidas por Câncer:** o câncer é uma das principais causas de morte no mundo. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), em 2020, foram registrados aproximadamente 19,3 milhões de novos casos de câncer e 10 milhões de mortes relacionadas à doença. No Brasil, o Instituto Nacional de Câncer (INCA) estimou que, para cada ano do triênio 2020-2022, seriam diagnosticados cerca de 625 mil novos casos de câncer.

**1.5.1.2. Necessidade de Acessibilidade por Meio da APAE:** a Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (APAE) desempenha um papel crucial no apoio a pessoas com deficiência intelectual e múltipla. No Brasil, segundo o IBGE, cerca de 6,7% da população possui algum tipo de deficiência, o que representa aproximadamente 13 milhões de pessoas que necessitam de serviços especializados para garantir sua inclusão e qualidade de vida.

**1.5.1.3. Pouca Oferta de Educação em São Domingos, Guiné-Bissau - África:** na República da Guiné-Bissau, a educação enfrenta desafios significativos. De acordo com a UNICEF, apenas 45% das crianças em idade escolar frequentam a escola primária e a taxa de alfabetização entre jovens de 15 a 24 anos é de apenas 59%. A falta de recursos

e infraestrutura adequada impede que muitas crianças, adolescentes e jovens tenham acesso à educação de qualidade.

## **1.6. Essência do Projeto**

O Projeto DO.BEM visa transformar a venda de livros e livretos digitais dos gêneros literários narrativo (contos) e lírico (poesia), em uma ação de doação e promoção do bem-estar. A ideia central é "vender para doar, educar para promover o bem-estar de todos". Através da venda desses produtos, o projeto pretende arrecadar fundos para apoiar instituições que atuam nas áreas de saúde, acessibilidade e educação.

## **1.7. Universo do Projeto**

### **1.7.1. Justificativa**

A proposta do Projeto DO.BEM é fundamentada na necessidade urgente de apoiar três áreas críticas da vida: saúde (oncologia), acessibilidade (intelectual) e educação (primária/básica). Ao direcionar recursos para instituições que atuam nesses setores, busca-se proporcionar esperança e transformação para pacientes com câncer, melhorar a qualidade de vida de pessoas com deficiência intelectual e promover a educação entre os menos favorecidos em São Domingos, na República da Guiné-Bissau, na África.

## **1.8. Objetivo Geral**

Promover o bem-estar social através da arrecadação de fundos por meio de venda de produtos educacionais (livretos e livros), destinando parte dos recursos para instituições que atuam nas áreas de saúde, acessibilidade e educação.

## **1.9. Objetivos Específicos**

### **1.9.1. Saúde**

- Apoiar o Instituto do Câncer do Ceará (ICC) e a Unidade de Alta Complexidade em Oncologia (UNACON-ACRE), com 10% da venda bruta para cada instituição;
- Contribuir para a melhoria do tratamento e qualidade de vida dos pacientes com câncer.

### **1.9.2. Acessibilidade**

- Destinar 5% da venda bruta de produtos digitais para a APAE;
- Apoiar programas de inclusão e acessibilidade para pessoas com deficiência.

### **1.9.3. Educação**

- Destinar 5% da da venda bruta dos produtos digitais para o Projeto educacional “Aprendendo”, na República da Guiné-Bissau, na África
- Promover a educação de crianças, adolescentes e jovens em situação de vulnerabilidade.

## **1.10. Ações**

### **1.10.1. Produção e Venda de Produtos**

- Desenvolver e comercializar livros digitais poéticos e de contos baseados em histórias reais;
- Criar uma plataforma online para a venda desses produtos.

### **1.10.2. Campanhas de Sensibilização**

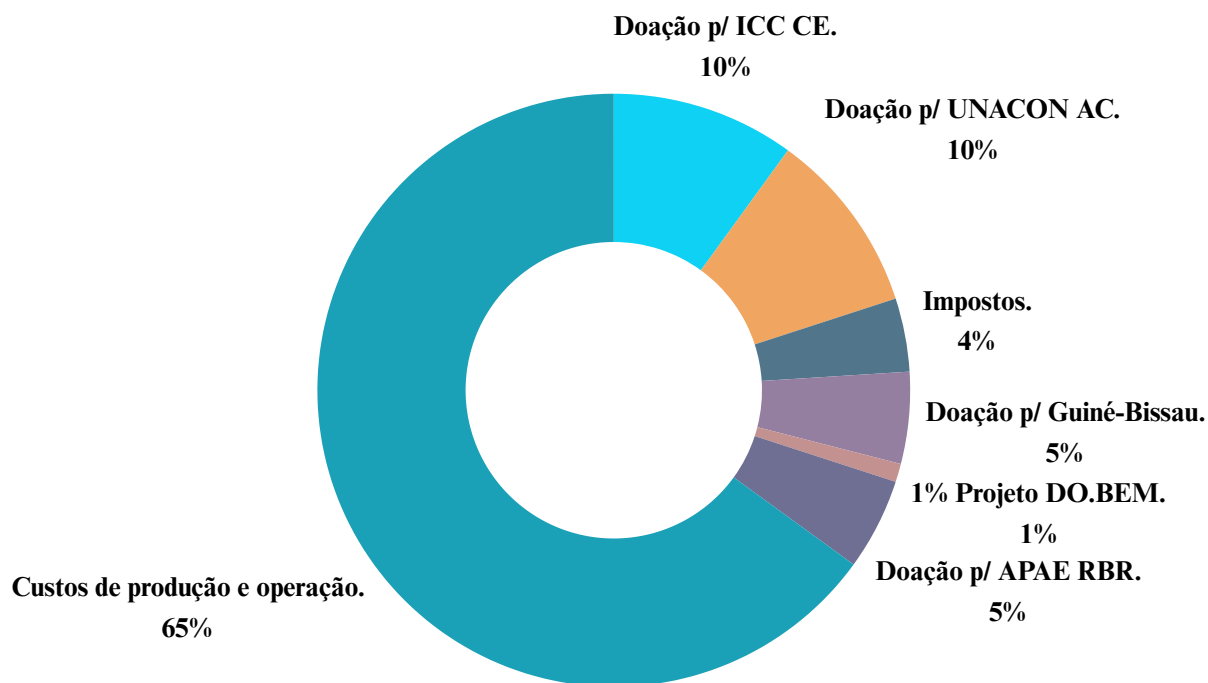
- Realizar campanhas de marketing para sensibilizar a população sobre a importância do projeto;
- Utilizar redes sociais, mídia tradicional e eventos para promover as vendas.

### **1.10.3. Parcerias**

- Estabelecer parcerias com empresas e instituições para ampliar a rede de apoio e divulgação do projeto;
- Buscar apoio de influenciadores e personalidades públicas para promover a causa.

# Universo do Projeto

## Para onde IRÁ O SEU DINHEIRO?



*\*A doação de 1% do Projeto DO.BEM será destinada proporcionalmente às alíquotas das entidades formalizadas no Projeto.*

**PRO**  
do.bem

# Instituições Beneficiadas

## INICIATIVAS APOIADAS POR ESTE PROJETO



### REGIÃO NORTE

APAE - Rio Branco

Razão Social: Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais de Rio Branco

CNPJ/MF: 04.518.502/0001-60

Área de Atuação: assistência a pessoas com deficiência.

É uma organização da sociedade civil que presta assistência integral às pessoas com deficiência intelectual e múltiplas.

Unidade de Alta Complexidade em Oncologia do Acre

Razão Social: Hospital de Câncer do Acre

CNPJ/MF: 09.617.129/0001-18

Área de Atuação: atendimento humanizado em oncologia.

É uma Unidade de saúde que desenvolve tratamento de combate ao câncer com o auxílio de um aparelho de laserterapia.

### REGIÃO NORDESTE

INSTITUTO DE CÂNCER DO CEARÁ - ICC

Razão Social: Instituto do Câncer do Ceará

CNPJ/MF: CNPJ 07.265.515/0001-62

Área de Atuação: um complexo de soluções em saúde com atendimento em oncologia.

É uma Unidade de saúde localizada em Fortaleza-CE, com atendimento integral, visão centrada no paciente e linhas de cuidado que reforçam o compromisso em oferecer as melhores soluções de saúde.

### REGIÃO CENTRO-OESTE

IGREJA ADVENTISTA DO SÉTIMO DIA

Razão Social: União Centro-Oeste Brasileira

CNPJ/MF: 07.121.135/0001-54

Área de Atuação: educação em São Domingos, Guiné-Bissau - África.

O projeto "Adote 1 Aluno" tem o objetivo de proporcionar educação a crianças, jovens e adolescentes.

# Geografia e Estatística

## 1.11 - Cidades e Estados do Brasil

### 1.11.1. Fortaleza – CE

População no Estado: 8.794.957 pessoas (IBGE último censo de 2022)

Densidade Populacional (2022): 59,07 / km<sup>2</sup>.

Índice de Desenvolvimento Humano do Estado (IDH): 0,734 [2021]

### 1.11.2. Rio Branco – AC

População no Estado: 830.018 pessoas (IBGE último censo de 2022)

Densidade Populacional (2022): 5,06 / km<sup>2</sup>.

Índice de Desenvolvimento Humano do Estado (IDH): 0,7100 [2021]

## 1.12. Cidades e Estados da África

### 1.12.1. São Domingos, República da Guiné-Bissau - África

População: 34.191 pessoas (estimativa para 2022)

Densidade Populacional de 2022: 31,3 / km<sup>2</sup>.

Índice de Desenvolvimento Humano (IDH): 0,4492 [2022]

## 1.13. Incidência de Câncer no Brasil e no Ceará

**1.13.1. Pacientes Oncológicos:** 483.590 pessoas (INCA[2]) - Estimativa para o triênio 2023 s 2025 (BR), sendo 21.020 somente no Estado do Ceará.

**1.14. Deficiência Intelectual no Brasil:** + de 700 mil pessoas (BR) (FEAPAES[3])

## 1.15. Deficiência na Educação em Guiné-Bissau - África

**1.15.1. Número de Crianças não Escolarizadas (UNICEF[4]):**

Ensino Básico: 87.000;

Ensino Secundário 1º ciclo: 32.000 e Ensino Secundário: 40.000.

# Metodologia de Trabalho

A metodologia de trabalho do Projeto DO.BEM é baseada em um planejamento cuidadoso com desenvolvimento de produtos de qualidade, campanhas de sensibilização eficazes, parcerias estratégicas e um sistema robusto de monitoramento e avaliação. Esses procedimentos garantirão que as ações sejam executadas de forma eficiente e que os resultados desejados sejam alcançados, promovendo o bem-estar social e transformando vidas.

## 1.16. Metodologia de Trabalho e Procedimentos

Para garantir a execução eficaz das ações propostas e alcançar os resultados desejados, o Projeto DO.BEM adotará uma metodologia de trabalho estruturada e detalhada. A seguir, descreveremos os procedimentos que serão seguidos em cada etapa do projeto:

### 1.16.1. Planejamento do Projeto

**1.16.1.1. Objetivo:** Definir as diretrizes, metas e cronograma do projeto.

#### 1.16.1.2. Procedimentos:

- **Reuniões de Planejamento:** realizar reuniões iniciais com a equipe do projeto para definir objetivos, metas e estratégias;
- **Análise de Viabilidade:** avaliar a viabilidade financeira e operacional do projeto;
- **Definição de Papéis e Responsabilidades:** atribuir funções específicas a cada membro da equipe;
- **Elaboração do Plano de Ação:** desenvolver um plano de ação detalhado com cronograma e recursos necessários.

### 1.16.2. Desenvolvimento de Produtos

**1.16.2.1. Objetivo:** criar e produzir livros e livretos digitais para comercialização.

#### 1.16.2.2. Procedimentos:

- **Pesquisa e Desenvolvimento:** realizar pesquisas para identificar temas e conteúdos relevantes para os produtos;
- **Design e Produção:** desenvolver o design dos produtos e coordenar a produção com fornecedores e parceiros;
- **Controle de Qualidade:** implementar um processo de controle de qualidade para garantir que os produtos atendam aos padrões estabelecidos;

- **Testes de Mercado:** realizar testes de mercado para avaliar a aceitação dos produtos antes do lançamento oficial.

### 1.16.3. Lançamento da Plataforma de Vendas

**1.16.3.1. Objetivo:** Criar uma plataforma online para a venda de produtos.

#### 1.16.3.2. Procedimentos:

- **Desenvolvimento da Plataforma:** contratar uma equipe de desenvolvimento web para criar a plataforma de vendas;
- **Integração de Pagamentos:** implementar sistemas de pagamento seguros e eficientes;
- **Design e Usabilidade:** garantir que a plataforma seja intuitiva e fácil de usar para os clientes;
- **Testes e Ajustes:** realizar testes de usabilidade e fazer ajustes conforme necessário antes do lançamento.

### 1.16.4. Campanhas de Sensibilização

**1.16.4.1. Objetivo:** sensibilizar a população sobre a importância do projeto e promover as vendas.

#### 1.16.4.2. Procedimentos:

- **Desenvolvimento de Conteúdo:** criar conteúdo relevante e envolvente para campanhas de marketing.
- **Planejamento de Mídia:** definir os canais de comunicação (redes sociais, mídia tradicional, eventos) e o cronograma das campanhas;
- **Execução das Campanhas:** lançar as campanhas de marketing e monitorar seu desempenho;
- **Engajamento com o Público:** interagir com o público através de redes sociais e eventos para aumentar o engajamento e a conscientização.

### 1.16.5. Parcerias

**1.16.5.1. Objetivo:** estabelecer parcerias com empresas e instituições para ampliar a rede de apoio e divulgação do projeto.

#### 1.16.5.2. Procedimentos:



- **Identificação de Parceiros Potenciais:** pesquisar e identificar empresas e instituições que compartilhem dos mesmos valores e objetivos;
- **Propostas de Parceria:** desenvolver propostas de parceria e apresentá-las aos potenciais parceiros;
- **Negociação e Formalização:** negociar os termos das parcerias e formalizá-las através de contratos ou acordos de cooperação;
- **Atividades Conjuntas:** planejar e executar atividades e campanhas em colaboração com os parceiros.

### 1.16.6. Monitoramento e Avaliação

**1.16.6.1. Objetivo:** acompanhar o progresso do projeto e avaliar os resultados.

#### 1.16.6.2. Procedimentos:

- **Coleta de Dados:** implementar sistemas para coletar dados de desempenho regularmente.
- **Análise de Indicadores:** analisar os indicadores de desempenho para avaliar o progresso em relação às metas estabelecidas.
- **Relatórios de Progresso:** elaborar relatórios mensais e semestrais para documentar os resultados e identificar áreas de melhoria.
- **Feedback dos Beneficiados:** coletar feedback das instituições e indivíduos beneficiados para avaliar o impacto real das ações.
- **Revisão e Ajustes:** revisar as estratégias e fazer ajustes conforme necessário para garantir o alcance dos objetivos.

## Público-Alvo do Projeto

### 1.17. Público-Alvo

O público-alvo do Projeto DO.BEM é diversificado. Abrange amantes da literatura, consumidores conscientes e com estímulo à sustentabilidade, educadores, pais e responsáveis por crianças e adolescentes, além de jovens adultos e profissionais. Cada segmento tem motivações específicas para a compra, mas todos compartilham um interesse comum em produtos de qualidade que promovem a cultura, a educação e a sustentabilidade. Ao entender e atender às necessidades e desejos desse público, o Projeto DO.BEM maximizará seu impacto social e alcançará seus objetivos de arrecadação e transformação.

#### 1.17.1. Amantes da Literatura

### 1.17.1.1. Descrição:

- **Perfil:** pessoas que têm um interesse por literatura (poemas e contos).
- **Faixa Etária:** adultos jovens (20-35 anos) e adultos (36-60 anos).
- **Interesses:** leitura, escrita criativa, eventos literários e feiras de livros.
- **Comportamento de Compra:** tendem a comprar livros digitais, participar de eventos literários e seguir autores e editoras nas redes sociais.

### 1.17.1.2. Motivação para Compra:

- Apreciam a qualidade literária e a originalidade dos conteúdos.
- Valorizam a oportunidade de apoiar causas sociais através de suas compras.
- Buscam enriquecer seu repertório cultural e literário.

## 1.17.2. Consumidores Conscientes e Sustentáveis

### 1.17.2.1. Descrição:

- **Perfil:** pessoas que têm uma forte consciência ambiental e social.
- **Faixa Etária:** jovens adultos (18-35 anos) e adultos (36-50 anos).
- **Interesses:** sustentabilidade, produtos ecológicos e práticas de vida sustentável.
- **Comportamento de Compra:** preferem produtos que tenham um impacto ambiental reduzido e que promovem a sustentabilidade.

### 1.17.2.2. Motivação para Compra:

- Desejo de reduzir seu impacto ambiental e apoiar práticas sustentáveis.
- Interesse em produtos que são tanto funcionais quanto ecológicos.
- Valorizam a transparência e a responsabilidade social das empresas.

## 1.17.3. Educadores e Instituições Educacionais

### 1.17.3.1. Descrição:

- **Perfil:** professores e gestores de instituições educacionais.
- **Faixa Etária:** adultos (25-60 anos).
- **Interesses:** educação, escrita e promoção da literatura entre estudantes.
- **Comportamento de Compra:** adquirem livros e materiais educativos para uso em sala de aula, bibliotecas escolares e programas de leitura.

### 1.17.3.2. Motivação para Compra:

- Necessidade de recursos literários para enriquecer o currículo escolar.
- Interesse em promover a leitura e a escrita entre os alunos.
- Valorizam a oportunidade de apoiar causas sociais e educacionais via compras.

#### **1.17.4. Pais e Responsáveis por Crianças e Adolescentes**

##### **1.17.4.1. Descrição:**

- **Perfil:** pais, avós que buscam incentivar a leitura de seus filhos e netos.
- **Faixa Etária:** adultos (30-50 anos).
- **Interesses:** educação infantil e desenvolvimento cognitivo.
- **Comportamento de Compra:** compram livros e materiais educativos para seus filhos. Participam de eventos literários e seguem recomendações de educadores e especialistas.

##### **1.17.4.2. Motivação para Compra:**

- Desejo de proporcionar uma educação rica e diversificada para seus filhos.
- Interesse em produtos que combinem qualidade literária com valores educativos.
- Valorizam a oportunidade de apoiar causas sociais através de suas compras.

#### **1.17.5. Jovens Adultos e Profissionais**

##### **1.17.5.1. Descrição:**

- **Perfil:** jovens adultos que buscam desenvolvimento pessoal e cultural.
- **Faixa Etária:** jovens adultos (18-35 anos).
- **Interesses:** desenvolvimento pessoal, leitura e escrita.
- **Comportamento de Compra:** compram livros para lazer e desenvolvimento pessoal e participam de workshops e eventos culturais.

##### **1.17.5.2. Motivação para Compra:**

- Interesse em expandir seu conhecimento e habilidades através da leitura.
- Valorizam produtos que oferecem tanto entretenimento quanto aprendizado.
- Desejo de apoiar iniciativas que promovem o bem-estar social e a sustentabilidade.

# Cronograma das Atividades

## 1.18. Cronograma de Atividades

ATIVIDADES		PERÍODOS
Planejamento do Projeto		maio 2024 a agosto 2024
Desenvolvimento de Produtos		setembro 2024 a dezembro 2030+
Campanhas de Sensibilização		dezembro 2024 e janeiro 2025
Lançamento da Plataforma		janeiro 2025
Monitoramento e Avaliação		mensalmente: 2025 a 2030+
Relatórios de Impacto		semestralmente: 2025 a 2030+

# Metas e Indicadores

## Metas Anuais

Os alvos predeterminados do Projeto DO.BEM que planejamos alcançar dentro de 1 (um) exercício financeiro.

---

### Meta 1 - Arrecadação de Fundos

---

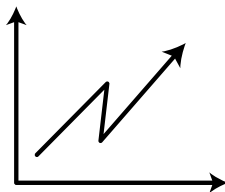


1.1 Arrecadar R\$ 149.490,00, no primeiro ano de operação.

1.2 Aumentar a arrecadação em 5% anualmente.

### Meta 2 - Impacto Social

---

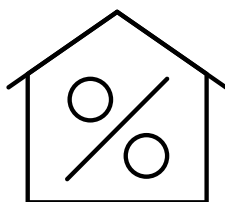


2.1 Beneficiar diretamente 12 pacientes com câncer, 50 pessoas com deficiência e 40 crianças e jovens em São Domingos, em Guiné-Bissau, no primeiro ano.

2.2 Ampliar o número de beneficiados em 5% anualmente.

### Meta 3 - Produção e Venda de Produtos

---



3.1 Desenvolver 36 (trinta e seis) livretos digitais poéticos ou de contos e comercializar 650 (seiscentos e cinquenta) exemplares no primeiro ano.

---

---

## Meta 4 - Campanhas de Sensibilização

---



4.1 Realizar campanhas de marketing para sensibilizar a população sobre a importância do projeto.

4.2 Aumentar as campanhas de marketing em 5% anualmente.

## Meta 5 - Parcerias

---



5.1 Estabelecer parcerias com empresas e instituições para ampliar a rede de apoio e divulgação do projeto.

5.2 Ampliar o número de parcerias em 5% anualmente.

### 1.19. Metas e Indicadores Anuais

#### 1.19.1. Arrecadação de Fundos

- **Meta:** Arrecadar no primeiro ano de operação o valor de R\$ 149.490,00 e aumentar a arrecadação em 5% anualmente.
- **Indicadores:**
  - **Total de Receita Arrecadada:** valor total arrecadado mensalmente e anualmente.
  - **Taxa de Crescimento da Receita:** percentual de aumento da receita em relação ao período anterior.
  - **Número de Produtos Vendidos:** quantidade de livretos e livros digitais.
  - **Valor por Venda:** receita gerada por cada transação.

#### 1.19.2. Impacto Social

- **Meta:** Beneficiar diretamente 12 pacientes com câncer, 50 pessoas com deficiência e 40 crianças e jovens em São Domingos, em Guiné-Bissau, no primeiro ano, ampliando o número de beneficiados em 5% anualmente.

- **Indicadores:**

- **Número de Pacientes com Câncer Beneficiados:** quantidade de pacientes atendidos pelo ICC e UNACON com os recursos doados.
- **Número de Pessoas com Deficiência Beneficiadas:** quantidade de indivíduos atendidos pela APAE com os recursos doados.
- **Número de Crianças e Jovens Beneficiados em Guiné-Bissau:** quantidade de estudantes que receberam apoio educacional com os recursos doados.
- **Taxa de Crescimento dos Beneficiados:** percentual de aumento no número de beneficiados em relação ao período anterior.

### 1.19.3. Produção e Venda de Produtos

- **Meta:** Desenvolver 36 (trinta e seis) livros ou livretos digitais poéticos e de contos da vida real e comercializar 650 unidades a.a.
- **Indicadores:**
  - **Número de Produtos Desenvolvidos:** quantidade de novos produtos criados e lançados no mercado.
  - **Diversidade de Produtos:** variedade de tipos de produtos oferecidos (livros e livretos).
  - **Feedback dos Clientes:** avaliações e comentários dos clientes sobre os produtos.

### 1.19.4. Campanhas de Sensibilização

- **Meta:** Realizar campanhas de marketing para sensibilizar a população sobre a importância do projeto.
- **Indicadores:**
  - **Alcance das Campanhas:** número de pessoas alcançadas pelas campanhas de marketing (visualizações, impressões).
  - **Engajamento nas Redes Sociais:** número de curtidas, compartilhamentos, comentários e seguidores nas redes sociais.
  - **Taxa de Conversão:** percentual de pessoas que após serem impactadas pelas campanhas, realizaram uma compra ou doação.
  - **Participação em Eventos:** número de eventos realizados e participação do público.

### 1.19.5. Parcerias

- **Meta:** Estabelecer parcerias com empresas e instituições para ampliar a rede de apoio e divulgação do projeto.
- **Indicadores:**
  - **Número de Parcerias Firmadas:** quantidade de novas parcerias estabelecidas.

- **Contribuição das Parcerias:** valor ou recursos obtidos através das parcerias.
- **Atividades Conjuntas:** número de atividades ou campanhas realizadas em colaboração com parceiros.

# Monitoramento

## 1.20. Monitoramento e Avaliação

Será garantido sobre os indicadores um sistema de monitoramento e avaliação contínuo e isso inclui:

- **Relatórios Mensais:** compilação e análise dos dados de desempenho mensalmente.
- **Reuniões de Avaliação:** reuniões periódicas para discutir o progresso e ajustar estratégias conforme necessário.
- **Feedback dos Beneficiados:** coleta de feedback das instituições e indivíduos beneficiados para avaliar o impacto real das ações.

Esses indicadores ajudarão a medir o sucesso do Projeto DO.BEM e garantirá que ele esteja no caminho certo para alcançar suas metas e objetivos.



# ESTIMATIVA DA EXECUÇÃO

Para projetos do ano fiscal de 2025

PROJETO E INICIATIVA	VALOR	PERCENTAGEM
(+) Receita Bruta	+R\$ 149.490,00	%
(-) Impostos	(R\$ 5.979,60)	4%
(+) Receita Deduzida	<b>+R\$ 143.510,40</b>	<b>100,00%</b>
(-) Doações Conveniadas	(R\$ 43.053,12)	30,00%
(-) Doações PRO DO BEM	(R\$ 1.435,10)	1%
(-) Custos Variáveis	(R\$ 45.009,60)	31,36%
(-) Despesas Fixas	(R\$ 53.238,72)	37,10%
(=) RESULTADO	+R\$ 773,86	0,54%

## Metas Gestão de Negócios

**7,8 mil**  
Clientes

**780 unidades**  
Assinaturas

**100 unidades**  
Parcerias Digitais

# Planos Futuros para Crescimento

---

**R\$ 150.000,00**

Desenvolvimento de novas formas de receitas

**R\$ 150.000,00**

Criação de novos produtos

## Fontes Adicionais de Receitas

---

- Doações espontâneas de doadores.
- Assinaturas pela modalidade: Torne-se Membro.

### 1.21. Conclusão

O Projeto DO.BEM representa uma iniciativa inovadora e solidária que visa transformar a compra de produtos educacionais em uma ação de doação e promoção do bem-estar. Ao apoiar instituições que atuam nas áreas de saúde, acessibilidade e educação, busca-se proporcionar esperança e transformação para uma infinidade de pessoas. Convidamos *TODOS VOCÊS* a se unirem a essa causa e contribuir para um futuro melhor e mais inclusivo, lembrando que outras instituições não descritas neste projeto poderão ser beneficiadas com essa prática de solidariedade.



[1] IBíblia Sagrada Online - Bíblia**on**.

[2] Instituto Nacional do Câncer José de Alencar Gomes da Silva.

[3] Federação Nacional das APAES ou APAE BRASIL.

[4] Fundo das Nações Unidas para a Infância.

**Para dúvidas, entre em contato conosco.**

---

<https://prodobem.art/>

[contato@prodobem.art](mailto:contato@prodobem.art)

+55 (68) 9 9949-6363

*Robert Gorgneth Marinho*  
*setembro de 2024*