



Exemplo da ferramenta de identificação de recursos e necessidades

Este exemplo foi preenchido com um país fictício de modo a demonstrar qual será o aspecto do diagrama quando preenchido.

	Vantagens	Dificuldades	Etapas seguintes
Recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> ○ Alguns colaboradores competentes e dedicados com experiência em sensibilização. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Falta de colaboradores suficientes para gerir as tarefas de rotina da gestão do projecto. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Planeie projectos com uma carga administrativa ligeira de modo que os colaboradores tenham tempo para outras tarefas.
Recursos financeiros	<ul style="list-style-type: none"> ○ O Plano Nacional de Controlo da Malária apoia a campanha através de um subsídio inicial de USD 50 000,00. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ A campanha não tem recursos suficientes para actividades de sensibilização e reconhecimento da marca. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Proponha uma acção de marketing aos parceiros do sector privado.
Parceiros	<ul style="list-style-type: none"> ○ Uma grande empresa de telecomunicações aceitou a parceria numa campanha de mudança de comportamentos sociais. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Falta de parceiros no seio do Ministério da Saúde para serem promotores da causa. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Organize uma sessão de sensibilização com os funcionários do Ministério da Saúde para divulgação das mensagens sobre a malária e gerar apoios para a campanha.
Ligações	<ul style="list-style-type: none"> ○ Muitos contactos no Ministério das Finanças. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nenhum contacto no parlamento. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Peça a um colega no Ministério das Finanças para mencionar a campanha junto dos parlamentares na próxima reunião que fizerem. ○ Peça aos apoiantes da campanha para se apresentarem aos parlamentares em eventos informais.
Reputação	<ul style="list-style-type: none"> ○ Muitos membros do governo tiveram conhecimento da campanha através da União Africana. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Muito poucas pessoas da comunidade empresarial ou da população em geral ouviram falar da campanha. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Divulgue a campanha através de cartazes e anúncios na rádio para que as pessoas tomem conhecimento da mesma.

A maioria das campanhas de sensibilização enfrentam grandes problemas em conseguir os recursos financeiros suficientes para atingir as metas. Para que a sua campanha seja eficaz, terá de ser criativo e versátil. Existem várias formas de rentabilizar o que já tem, como, por exemplo, arranjar patrocinadores no sector privado, diminuir os custos administrativos e juntar-se a outras campanhas.

Análise de risco

Todas as actividades comportam uma certa medida de risco. O risco é uma componente normal e aceitável de qualquer projecto, mas é importante saber o que está em jogo antes de começar. Os riscos são factores que poderão afectar o êxito do projecto ou prejudicar o financiamento, a reputação ou mesmo a existência da sua organização.

Experimente o seguinte exercício de reflexão. Imagine daqui a um ano (ou cinco anos ou dez anos). Imagine que não alcançou as metas. Agora, anote os vários motivos que podem ter provocado isso.

Agora, considere qual a probabilidade de cada risco acontecer e qual a gravidade das consequências. O mapa que se segue pode servir para enquadrar os riscos de modo a poder tomar decisões informadas acerca do que fazer a seguir.

Ferramenta de mapa do risco

		Probabilidade		
		Baixo	Médio	Elevado
Consequências	Elevado			Risco elevado: tome medidas para evitá-lo ou pondere a mudança de planos.
	Médio		Risco médio: prepare-se para o evitar ou mitigar.	
	Baixo	Risco baixo: mantenha a noção do risco e evite-o se possível.		

Depois de toda a equipa discutir uma quantidade de riscos para o projecto e para a organização, registe-os e identifique

as estratégias para os evitar ou para os mitigar se não forem evitáveis.

Ferramenta de gestão do risco

Risco	Evitar o risco	Mitigar o risco

Adaptado de: 'Advocacy Toolkit' (2010), Nova Iorque, UNICEF.

Ferramentas adicionais

O quadro RAPID para o estudo das ligações pesquisa-política: esta ferramenta pode ajudá-lo a compreender como a pesquisa pode influenciar melhor o processo de tomada de decisões. <https://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/events-documents/2764.pdf>

Identificar os tipos de risco: descreve os diferentes tipos de risco com base numa identificação e medição correctas (conhecimentos conhecidos, desconhecimentos conhecidos e desconhecimentos desconhecidos). <https://www.projecttimes.com/articles/things-known-and-unknown.html>

Gestão do risco: como se preparar para riscos não identificados <https://www.pmi.org/learning/library/characterizing-unknown-unknowns-6077>

Kim, S. D. (2012). Characterizing unknown unknowns. [Caracterização dos desconhecimentos desconhecidos] Dissertação apresentada no Congresso Mundial PMI® 2012–América do Norte, Vancouver, Colúmbia Britânica, Canadá. Newtown Square, PA: Project Management Institute.