

## IMPLANTAÇÃO DO TELEMARKETING COMO FONTE DE CAPTAÇÃO DE RE-CURSOS PARA A ASSOCIAÇÃO AMOR PRA DOWN

Edita Franciele Leiva Sprote<sup>1</sup>

Wilson Reginatto Junior<sup>2</sup>

### RESUMO

O terceiro setor nasce a partir de uma carência do estado em atender as necessidades da população. Por isso vem assumindo um papel de fundamental importância para a sociedade. E para que essas organizações sem fins lucrativos possam realizar suas atividades de assistência à comunidade, elas precisam captar ou mobilizar recursos. Uma das maiores dificuldades do terceiro setor é arrecadar recursos financeiros para manutenção de suas atividades. Diante da importância de recursos para a organização, o presente trabalho tem como objetivo a implantação do telemarketing como estratégia de captação de recursos para a associação Amor pra Down. A metodologia utilizada foi à pesquisa de intervenção, com pesquisas quantitativas e qualitativas. Os resultados demonstraram que a estratégia mostra-se com resultados positivos a longo prazo e, verificou-se que ela também contribui para o relacionamento e divulgação da associação.

Palavras-chave: terceiro setor; captação de recursos; telemarketing.

1 Graduanda no Curso de Administração da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Balneário Camboriú.

2 Professor Especialista do Curso de Administração da Universidade do Vale do Itajaí – Campus Balneário Camboriú.