

CAMPANHA DO AGASALHO E VESTUÁRIO 2026

Quando solidariedade vira movimento.

RESULTADO DA CAMPANHA

1,638

TONELADAS ARRECADADAS

Meta de 1.500 kgs superada!
Um resultado construído coletivamente.

Uma campanha que mobilizou jovens, colaboradores, empresas, comunidades e instituições em diferentes localidades para transformar doações em acolhimento.

Solidariedade que mobiliza.
Impacto que permanece.

Mais do que formar profissionais.

Formamos cidadãos.

O Instituto Técnico Educacional Mirian Menchini – **ITEMM** – é uma organização sem fins lucrativos dedicada à capacitação e ao desenvolvimento de jovens aprendizes.

Nosso trabalho une formação profissional, preparação humana e cidadania, contribuindo para ampliar as oportunidades de inserção dos jovens no mundo do trabalho.

Aqui acreditamos que transformar vidas vai além da educação profissional.

Ao longo do ano, o **ITEMM** promove ações que aproximam pessoas, empresas e comunidades em torno de causas que geram impacto social.

Educação que prepara para o trabalho. Valores que preparam para a vida.

A Campanha do Agasalho e Vestuário 2026 nasceu desse propósito.



educação → cidadania → resp. social → impacto

A MOBILIZAÇÃO

Quando solidariedade vira movimento.

A Campanha do Agasalho e Vestuário 2026 teve um objetivo simples:

arrecadar roupas e itens de vestuário para quem mais precisa.

PROPÓSITO DA CAMPANHA

Solidariedade em movimento

FORAM RECEBIDOS

- ROUPAS
- AGASALHOS
- CALÇADOS
- ROUPAS DE CAMA
- ROUPAS DE BANHO



7 LOCALIDADES MOBILIZADAS

• **Sorocaba** · Indaiatuba · Itu
· Jaguariúna • **Santo André**
· São Paulo • **Manaus**

De diferentes localidades, uma mesma corrente.

estimular → doar → transformar

O CAMINHO DA DOAÇÃO

Do primeiro gesto à entrega.

01 **07 ABR → 30 ABR**
PLANEJAMENTO

Planejamento e Mobilização

Definição do conceito, identidade visual, operação e convite à comunidade.



02 **05 MAI → 26 JUN**
PERÍODO OFICIAL

Arrecadação

Período oficial para recebimento das doações nos pontos participantes.



03 **29 JUN → 03 JUL**
RECOLHIMENTO

Coleta

Recolhimento das doações em unidades, empresas e demais pontos parceiros.



04 **06 JUL → 10 JUL**
PREPARAÇÃO

Triagem e organização

Análise, separação, organização e acondicionamento das peças.



05 **13 JUL → 24 JUL**
DESTINAÇÃO

Entrega

Destinação das doações às instituições contempladas.

Cada etapa teve um propósito.
Cada propósito ajudou a transformar doação em impacto.

QUEM FEZ PARTE

Quem abriu espaço para a solidariedade.

Uma campanha ganha força quando encontra parceiros dispostos a contribuir.

29

EMPRESAS PARCEIRAS

Empresas que abriram espaço, mobilizaram equipes e ajudaram a ampliar o alcance da campanha.

SOROCABA E REGIÃO

afinz · AgriLean Inputs S.A. · Alamino Seguros · Grupo Braido · Catalent · EPPO Cidades Inteligentes · fit · flex · Imbera · Jaguar Plásticos · oben Group · SINCTRONICS Green IT Innovation Center · Unimed Sorocaba

SANTO ANDRÉ E REGIÃO

ATRP Services · Grupo Braido · Golgran · Greentech Brasil Biotechnologies · Hausseg Tecnologia Integrada · JVC · Magna · oben Group · Sindsaúde ABC Filiado à CUT · Skytel · Tecnolab Medicina Diagnóstica · Thomas Greg do Brasil · Weidmüller

MANAUS

boreo · Conipa · fit · flex · Inventus Power · Midea · Carrier · Positivo Tecnologia · Samsung · YMB Yamada Brasil

Uma empresa pode abrir uma porta.
Muitas empresas podem abrir um caminho.

A participação empresarial ampliou os pontos de arrecadação e aproximou a campanha de diferentes comunidades.

O DESTINO DAS DOAÇÕES

Onde a solidariedade chegou.

As doações arrecadadas foram destinadas a **8 instituições**, que atuam diretamente com públicos em situação de vulnerabilidade social.

SOROCABA E REGIÃO



SOS Sorocaba

Público: população em situação de rua.



ACRIDAS – Ass. Cristã de Assistência Social

Público: crianças e adolescentes .



Associação Bethel

Público: crianças e adolescentes.



Lar Feliz

Público: crianças e adolescentes.

O DESTINO DAS DOAÇÕES

MANAUS



Centro POP

Público: populaçãao em situação de rua.



Associação Scalabrini

Público: imigrantes e refugiados.

SANTO ANDRÉ E REGIÃO



Instituto Piero Pollone

Público: crianças e população em situação de rua.



Inst. Beata Catarina e Judite Cittadini

Público: crianças e adolescentes.

O RESULTADO

A meta era 1.500 kg.

ARRECADAMOS

1.638,6 kgs

1,64 toneladas de solidariedade

META SUPERADA

+138,6 kgs

acima da meta estabelecida no início da campanha.

META × RESULTADO

+9,24% acima do objetivo



Meta estabelecida · 1.500 kgs

Resultado acima da meta · 138,6 kgs

META SUPERADA COM SUCESSO.

Uma meta estabelecida para mobilizar a comunidade foi transformada em um resultado ainda maior graças à participação de todos que fizeram parte da campanha.





DISTRIBUIÇÃO DA ARRECADAÇÃO

De diferentes regiões, um único movimento.

As doações chegaram de diferentes localidades e, juntas, formaram o resultado final da campanha.

PARTICIPAÇÃO NO TOTAL ARRECADADO



SOROCABA E REGIÃO
61,0% do total arrecadado
999,75 kgs

MANAUS
20,4% do total arrecadado
333,85 kgs

SANTO ANDRÉ E REGIÃO
18,6% do total arrecadado
305,00 kgs

3 REGIÕES

O resultado reúne as contribuições de todas as localidades mobilizadas pela campanha.

Mais do que quilos. Impacto.

Um número pode parecer abstrato até entendermos o que ele representa. A partir do volume total arrecadado, estimamos o impacto potencial da campanha.

≈ 3.300
PEÇAS

Roupas, calçados, cobertores e itens de cama e banho que compõem o volume estimado.

≈ 550
PESSOAS

Quantidade estimada de pessoas que foram beneficiadas pelo volume arrecadado.

≈ 1
QUILOMÊTRO DE DISTÂNCIA

Se todas as peças fossem colocadas lado a lado, a extensão seria próxima de 1 km.

NOTA METODOLÓGICA
Os números de peças, pessoas beneficiadas e extensão são estimativas calculadas a partir do volume total arrecadado e de referências utilizadas em campanhas anteriores.

IMPACTO NA FORMAÇÃO

Desenvolvendo a solidariedade desde cedo.

Para o ITEMM, preparar um jovem para o mundo do trabalho também significa prepará-lo para a vida em sociedade. Durante a campanha, os Jovens Aprendizes participaram de diferentes etapas da iniciativa.

DA PARTICIPAÇÃO À EXPERIÊNCIA

- **Mobilização das doações**
- **Triagem**
- **Organização**
- **Embalagem**
- **Participação nas entregas**

CENTENAS
DE JOVENS APRENDIZES
participaram da campanha.

Mais do que uma ação voluntária, essa experiência proporcionou aos jovens uma vivência prática de **cidadania, empatia, colaboração e responsabilidade social.**

Aprender também é descobrir o poder de transformar realidades.





REGISTRO DA CAMPANHA

Uma história feita de gestos

Antes de chegar ao destino final, cada doação passou pelas mãos de muitas pessoas.

Uma caixa sendo preenchida.
Uma peça sendo separada.
Um Aprendiz ajudando na organização.
Uma equipe preparando as entregas.

























Planejamos. Mobilizamos. Arrecadamos. Organizamos. Entregamos

E fizemos tudo isso juntos.



CAMPANHA DO AGASALHO E VESTUÁRIO 2026

Toda grande transformação começa com um pequeno gesto.

Ao longo desta campanha, vimos roupas se transformarem em acolhimento, empresas se transformarem em parceiras e pequenos gestos se transformarem em um grande movimento coletivo de solidariedade.
Cada pessoa que doou, cada Jovem Aprendiz que participou, cada colaborador que mobilizou, cada empresa que abriu suas portas e cada instituição que caminhou conosco ajudou a escrever essa história.

1.638,6 kgs
ARRECADADOS

8
INSTITUIÇÕES CONTEMPLADAS

29
EMPRESAS PARCEIRAS

A todos que fizeram parte desta campanha, o nosso MUITO OBRIGADO.

Porque toda doação faz a diferença — **em qualquer tamanho.**

ITEMM
INSTITUTO TÉCNICO EDUCACIONAL MIRIAN MENCHINI