



## CARTILHA DE FILANTROPIA MINAS GERAIS

### 1. COMO FAZER FILANTROPIA?

Primeiro reúna o grupo e deixe claro que o objetivo, é realizar uma filantropia. E qual é a necessidade. As perguntas seguintes auxiliam no direcionamento do objetivo:

#### **A) Quem ou oque?**

Defina o “alvo” onde existe a necessidade.

Exemplo: Uma escola que não tem biblioteca, uma família necessitada, uma creche, asilo ou um determinado bairro carente.

#### **B) Qual é a necessidade?**

Defina o material a ser doado.

Exemplo: atenção, alimentos ou fraldões para idosos em um asilo.

#### **C) Por qual período?**

O evento ocorrerá só uma vez, ou ocorrerá periodicamente.

Exemplo: Campanha do agasalho dependerá do clima para que haja determinada necessidade, então não é uma campanha constante. Mas adotar uma família necessitada é necessário que a coleta seja constante para que haja entrega periodicamente.

**SUGESTÃO:** Uma reunião para fazerem um *brainstorming* (tempestade de ideias) usando todos para decidir as etapas anteriores é muito bem vinda, desde que todas as questões sejam analisadas.



## 2. ANALISE AS SEGUINTE VARIÁVEIS

**PARCERIAS:** A importância do projeto, não recai somente sobre o grupo disponível, mas também no apoio dos maçons ou de outros aliados importantes que podem surgir com a busca da filantropia.

Exemplo: criar uma camisa, com o objetivo de vender espaços para adquirir patrocínios, para aumentar a divulgação da campanha, contribuem para o sucesso da mesma.

### ATENÇÃO:

Cuidado ao aceitar patrocínios de empresas concorrentes e ter que divulgar as marcas de ambos na mesma camisa, é importante adiantar isso aos patrocinadores antes que acabe criando alguma divergência involuntariamente.

**TENDÊNCIAS:** Determinadas épocas do ano são mais propícias a certas campanhas. Exemplo: em dezembro, as pessoas estão mais abertas para contribuir com campanhas. Buscar cartas no Correio, que crianças enviam para papai Noel e distribuí para os irmãos ou para terceiros, aumentam o número de sonhos realizados naquele período.

**LOGÍSTICA:** As distâncias entre os doadores e os pontos de coletas e deste, para o(s) alvo(s) da campanha.

Exemplo: irão escolher pontos específicos de coletas, ou passarão de casa em casa recolhendo a “contribuição”? E Ainda, quantidade de material (livro, cestas básicas, assistência médica e outros) recolhido, interfere diretamente no tipo de transporte que irá levar esses materiais.

**LIDERANÇA:** Deve ter alguém que lidere o projeto, que dê exemplo, tome iniciativa e entre outras coisas, motive o grupo a realizar a campanha.

Exemplo: crie 2 ou 3 grupos, que irão competir para ver quem consegue mais resultados (número de doações ou quantidade). É necessário que mesmo dividindo o grupo total, haja a escolha de líderes responsáveis por cada grupo.

**ASPECTOS OPERACIONAIS:** A disciplina de cada membro, o planejamento, controle da produção, cumprimento dos prazos, formulação de estratégias.

Exemplo: Independentemente da grandeza da filantropia, é necessário o gerenciamento, divisão de tarefas, estabelecimento de prazos e outros, para não somente cumprir o objetivo, mas também, aprendam a produzir mais com menos desgastes. Passar uma tarde com viciados em um centro de tratamento para fornecer atenção, tem que ter data marcada, horário de entrada e saída definido assim como também as tarefas que serão realizadas.



### 3. A FÓRMULA “5W2H”

Uma ferramenta que pode ser utilizada para dar suporte de como fazer uma campanha é a conhecida fórmula “**5W 2H**”

<p><b>What - Qual a ação a ser feita?</b> Defina o que precisa ser feito.</p> <p><b>Who - Por quem será feito?</b> Defina por quem irá ser feito.</p> <p><b>When - Quando será feito?</b> Prazos para as tarefas.</p> <p><b>Where - Onde será feito?</b> Local definido para as tarefas.</p> <p><b>Why - Por que será feito?</b> Para checar se as tarefas e a ideia são realmente necessárias.</p>	<p><b>How - Como será feito?</b></p> <p><b>How Much - Quanto custará fazer?</b></p>
---	---

### 4. MANTENHA O FOCO

Se algo der errado, identifique o motivo. Pode ser pessoas, medidas, materiais, métodos ou outros. O importante é achar o problema e solucionar para que ele não ocorra mais. Conhecido como “5 Por quês”, é outra ferramenta que lhe ajuda a encontrar o principal problema.

**Exemplo: Por que as arrecadações estão abaixo do esperado?**

**Problema: Quantidades de alimentos arrecadados abaixo da meta.**

- 1º Por quê? Temos que aumentar a divulgação.
- 2º Por quê? Porque poucos levam os alimentos para doação até o ponto de coleta.
- 3º Por quê? Porque os pontos estão centralizados.
- 4º Por quê? Porque não solicitamos outros pontos.
- 5º Por quê? Porque tínhamos achado que esses seriam o suficiente.

**Análise:** Quanto mais pontos de coletas, melhor. Temos que divulgar os novos pontos de coletas. Além disso, vamos montar grupos para passar de casa em casa em determinados bairros e horários, para aumentar a arrecadação.

**PRATIQUE A FILANTROPIA E SEJA UM DIFERENCIAL NA SOCIEDADE**

