



Roteiro para apresentação do(s) projeto(s)

Estado: SP	Cidade onde foi realizado: Tatuí
Título: DIA DE DOAR	
Diagnóstico	
1	<p>A descrição da situação que buscava intervir</p> <p>O dia de doar é um movimento, uma campanha global, que visa promover a cultura de doação para termos um país mais generoso e solidário, em especial para com as organizações da sociedade civil. Cada um que participa do dia de doar é que faz com que ele exista: seja doando no dia da campanha, seja fazendo uma ação para estimular a doação de indivíduos e empresas as entidades assistências de nosso Município.</p>
2	<p>A justificativa para a escolha do público-alvo</p> <p>O público alvo são os usuários dos supermercados de nossa cidade, que são abordados no dia da ação “Dia de Doar” e esclarecidos sobre a importância da doação a entidade beneficiada e solicitada a doação voluntária do item arrecadado naquele ano. Foi escolhido esse publico alvo pela facilidade de abordagem na entrada dos supermercados e pela possibilidade de obter êxito na doação solicitada, que está à mão do abordado uma vez que são arrecadados gêneros alimentícios.</p>
3	<p>Qualidades do público-alvo que poderiam contribuir para o sucesso do projeto</p> <p>Os usuários dos supermercados são solícitos ao pedido de doação porque é mais fácil ali no ato da compra incluir o item solicitado para doação do que fazer o pedido em outro ambiente onde o público alvo teria que sair para adquirir o produto solicitado e depois se deslocar para fazer a entrega.</p>
4	<p>Qualidades do público-alvo que poderiam interferir com o sucesso do projeto</p> <p>Algumas pessoas se esquivam da abordagem, e outras sequer deixam explicar a origem do projeto e seu objetivo que não é apenas arrecadar os gêneros alimentícios, mas despertar na população a solidariedade para com as entidades locais e a importância da pratica costumeira da doação para sobrevivência das instituições.</p>
5	<p>Descrever e quantificar o público contemplado pelo projeto</p> <p>Ação é feita uma vez por ano, no dia de doar, que é a primeira terça-feira após o dia de ação de graças, e consiste na abordagem aproximada de 700 a 800 pessoas nos supermercados onde a ação é realizada e todos os alimentos arrecadados são doados, a cada ano para uma entidade específica, de acordo com o gênero alimentício por ela solicitado.</p>
OBJETIVOS DO PROJETO (em âmbito geral e especificamente)	
<p>Geral: PROMOVER A CULTURA de doação no Brasil, encorajando as pessoas a promoverem iniciativas voltadas à doação, fazendo a diferença na vida das pessoas ao nosso redor.</p> <p>Específico: Esclarecer a população sobre a importância da pratica da doação, incutindo</p>	

nas mesmas uma cultura de doação, e promover a arrecadação de gêneros alimentícios a determinada instituição da nossa cidade. A cada ano uma entidade é beneficiada com ação para que a população conheça as entidades do Município e possa ser estimulada a vir a contribuir de forma espontânea com aquelas que mais se identificarem, bem como, suprir uma necessidade urgente da entidade através da arrecadação do gênero alimentício em falta na mesma naquele momento.
METODOLOGIA (incluir as ações adotadas na execução)
<p>O conselho de cidade delibera através dos seus membros qual será a entidade beneficiada. Escolhida a entidade entramos em contato com a mesma pedindo autorização para realização da campanha e qual, ou quais gêneros alimentícios são de interesse da entidade para promovermos a arrecadação.</p> <p>Definido esse item, é feito o material de divulgação da campanha, banners e panfletos, com esclarecimento sobre a campanha e qual é o item solicitado para doação, para abordagem dos usuários do supermercado.</p> <p>Após fazemos contato com os supermercados solicitando a autorização para que nossa equipe possa fazer a abordagem dos consumidores na entrada do supermercado no dia da ação.</p> <p>Definidos a entidade, os gêneros alimentícios a serem arrecadados, os locais da campanha, e o material de divulgação e apoio, são montadas as equipes de mefecistas que participaram da ação, bem como, todos os mefecistas são estimulados a fazerem suas doações, bem como, divulgar a ação aos seus familiares, amigos, colegas de trabalho, conhecidos, etc</p> <p>Também fazemos o cadastro do MFC-TATUI no site www.diadedoar.org.br, como membro participante da ação global #diadedoar descrevendo qual será nossa ação e qual será nosso objetivo.</p>
SUSTENTABILIDADE DO PROJETO E CONTINUIDADE DAS AÇÕES (como constituiu os multiplicadores)
A sustentabilidade do projeto se dá pelo fato de que ele se coaduna perfeitamente com os ideais do MFC, e ao envolver todas as equipes nesse grande gesto de conscientização da importância de doar, notamos a satisfação, empenho e dedicação dos envolvidos, sendo que aqueles que não puderam participar num ano, se sentem instigados e motivados a se envolverem e trabalharem no ano seguinte. É uma ação que envolve toda a família, pois os filhos dos mefecistas, independente da idade, também participam, arrecadando, doando ou na entrega dos itens na entidade.
CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO (curto, médio ou longo prazo)
<ul style="list-style-type: none"> • Curto – Promover a ação no dia de doar nos locais pré-estabelecidos • Médio – Produção do material de divulgação e apoio da campanha • Longo Prazo – Definição da entidade, local a ser feita a ação e itens a serem arrecadados.
RISCOS ENVOLVIDOS NO PROJETO
Não há muitos riscos envolvidos no projeto. Somente deve-se ficar atento a meta de arrecadação a ser estabelecida para que ela não fique muito aquém das possibilidades dos envolvidos (arrecadadores e doadores) nem muito acima.
ORÇAMENTO
Para execução do projeto há um custo com a produção das peças de divulgação da campanha e abordagem dos doadores, com valores entre R\$ 500,00 a R\$ 800,00.

AVALIAÇÃO – (forma como analisaram os resultados e números obtidos)

Desenvolvemos o projeto há dois anos, e os resultados sempre foram muito positivos. No primeiro ano da campanha estabelecemos a meta de arrecadarmos 1 mil litros de leites em prol a Santa Casa local, foram arrecadados 2,5 mil litros de leite o que estimulou os participantes da campanha e permitiu a Santa Casa ficar mais de 03 meses sem a necessidade de adquirir litros de leites para seus usuários.

No segundo ano estabelecemos a meta de arrecadarmos 200 litros de óleo e 200 quilos de feijão ao Recanto do Bom Velhinho, casa de repouso que atende mais de 80 internos. Arrecadamos 280 quilos de feijão, 380 litros e óleo e mais de 100 quilos de alimentos diversos, e contamos com muitos mais membros do MFC envolvidos na campanha e na abordagem dos doadores nos supermercados.