

## Erros e aprendizados

O objetivo deste documento é compartilhar erros e aprendizados da doebem ao longo do tempo e promover a transparência das atividades realizadas pela doebem, em especial aquelas que tem foco direto nas organizações recomendadas e nos doadores.

## 4º Trimestre - 2017

### Curadoria de Organizações

Neste trimestre, pesquisamos principalmente organizações que trabalhassem no combate à tuberculose ou tracoma. Dentre as principais dificuldades nessa pesquisa estão a abrangência de intervenções e organizações e também o escopo de trabalho das mesmas. Em outras palavras, as organizações encontradas não apenas trabalhavam com uma face do problema mas em outras intervenções também, o que dificulta a análise. Dentre as ações positivas realizadas nesse período estão o contato com órgãos públicos por meio do E-SUS, canal de dúvidas do Sistema Único de Saúde (SUS), e o início de um trabalho na reformulação da nossa metodologia de avaliação com o objetivo de nos adequarmos melhor à realidade brasileira.

\*\*\*

Incluímos novas informações sobre as organizações recomendadas pela doebem no nosso site para promovermos ainda mais a transparência e aumentarmos o nível de conhecimento sobre o impacto. As novas informações incluem local de atuação, de-para de como a doação poderá ser aplicada pela organização e o site. Por esse motivo, fomos avisados por um de nossos doadores que o site do Caviver está fora do ar. Apesar de a organização ter atualizações frequentes no Facebook, é importante acompanharmos esses itens junto às nossas organizações recomendadas para garantirmos o maior nível de transparência possível.

\*\*\*

A última transferência realizada para uma organização recomendada foi em Outubro, tanto para o Saúde Criança quanto para a Renovatio. Enquanto o contato com o Saúde Criança estabelece doações de forma trimestral, ou quando atingirmos um total de R\$5.000, a Renovatio deveria receber as transferências de forma mensal. Dessa forma, já deveríamos ter realizado as transferências para a Renovatio em Novembro, Dezembro e Janeiro e para o Saúde Criança em Janeiro. Com o uso do novo *gateway* de pagamento, tivemos uma fase de adaptação e compreensão das taxas e custos por transação. Atualizamos a nossa planilha de acompanhamento para retomarmos a nossa rotina e disciplina de transferência.

## Marketing e Usuários

Em homenagem ao Dia das Crianças no Brasil, realizamos uma campanha para arrecadação de 50 óculos de baixo custo que são oferecidos pela nossa organização recomendada, a Renovatio. O objetivo era a arrecadação de cerca de R\$2.000,00 em uma semana, considerando que o custo de cada óculos é R\$39. Com esta experiência, aprendemos que o senso de urgência proporcionado por uma campanha com data de término é extremamente eficaz para incentivar a doação.

\*\*\*

Fizemos em parceria com dois empreendedores brasileiros focados em filantropia e doação uma campanha no Thunderclap.it, em homenagem ao Dia de Doar, com o propósito de promover um [Brasil Generoso](#). Apesar de termos atingido a meta de apoiadores e alcançado mais de 100 mil pessoas online através de redes sociais, a iniciativa não teve impacto significativo no tráfego no site e em doações. Dessa maneira, não investiremos mais tempo e recursos em iniciativas similares no curto e médio prazo.

\*\*\*

Retomando o assunto discutido no último trimestre sobre a frequência de postagens em redes sociais, mantivemos ainda as três postagens por semana, mas durante alguns períodos não tivemos essa disciplina e, conseqüentemente, a nossa página no Facebook possui algumas lacunas sem postagem. É preciso melhorar nesse sentido com uma programação feita com antecedência através da ferramenta Hootsuite.

## Plataforma

Inicialmente tentamos incluir o meio de pagamento [Pagar.me](#) por meio da inscrição da página deles, porém fomos rejeitados. Entretanto buscamos outros meios para obter a aprovação, principalmente por contatos pelo LinkedIn. Aprendemos assim que temos que buscar diferentes formas para conseguir nossos objetivos. Com a inclusão do Pagar.me, a nossa interface de pagamento e experiência de usuário melhoraram significativamente.