



BRASIL GIVING 2021

Um retrato da
doação no Brasil

Fevereiro/22

CONTEÚDO

Prefácio	3
Principais destaques	4
Brasil Giving Report 2021	6
1.0 Visão geral sobre o envolvimento das pessoas	6
2.0 Como as pessoas se envolvem	7
2.1 Doação de dinheiro	7
2.2 Voluntariado	8
3.0 Valor típico doado	9
4.0 O que faz com que as pessoas doem	10
5.0 Como as pessoas doam	11
6.0 Por quê as pessoas doam	12
7.0 Engajamento na sociedade civil	13
8.0 O impacto das OSCs	14
9.0 Percepções do impacto das OSCs	15
10.0 Propensão a doações futuras	17
11.0 Confiança na OSCs	18
12.0 Impactos da pandemia de Covid-19	19
Metodologia	24

PREFÁCIO

Conhecer a cultura de doação de um país é essencial para o amadurecimento da sociedade civil e para o engajamento de atores na filantropia. Qual a importância que as pessoas dão a este tema? Quanto se engajam para o bem comum? Quais as barreiras que impedem a ação? E quais as tendências que nos ajudam a traçar possíveis futuros?

Essas são algumas das perguntas que constantemente tentamos responder. No IDIS, investimos na realização da Pesquisa Doação Brasil 2020, que mostrou como a longa crise econômica e social que o País atravessa atingiu a população, entre 2015 e 2020, tirando muitos da posição de doadores para a dos que necessitam de doação. Esta quarta edição do **Brasil Giving Report** também traça um panorama da doação no Brasil em 2020, porém, em comparação com 2019. Traz um olhar mais sutil sobre as mudanças ocorridas em um período de doze meses que vai desde um pouco antes da chegada ao País da pandemia de Covid-19 até novembro de 2020. Para além da esperada queda na prática da doação para organizações da sociedade civil (de 53% para 49%), o **Brasil Giving Report 2021** oferece alguns elementos novos, muito interessantes para entender melhor a realidade enfrentada pelos cidadãos brasileiros.

O impacto da pandemia na renda familiar foi significativo, com três em cada cinco (60%) experimentando uma diminuição em seus ganhos e a maioria (84%) está preocupada com a segurança de sua própria renda familiar nos próximos seis meses.

O nível de incerteza aumentou e pode ter afetado a generosidade. A pesquisa indica, também, que houve uma ligeira modificação na forma como a população enxerga o resultado do trabalho das organizações sociais. A percepção do impacto positivo, que aumentou entre 2018 e 2019, caiu em 2020, tanto no nível local, quanto no nacional e internacional.

Mas a cobrança não é exclusiva sobre o Terceiro Setor. A pandemia colocou em evidência o papel que as empresas desempenham na sociedade. Embora muitas pessoas (53%) concordem que a iniciativa privada apoiou as comunidades brasileiras durante a pandemia, uma proporção maior (73%) acredita que as empresas deveriam ter feito mais.

Em relação ao poder público, existe a percepção de que o governo não apoiou efetivamente a atuação das organizações da sociedade civil. Quatro em cada cinco (80%) concordam que o governo deve colaborar com elas em sua resposta e 77% acreditam que o governo deve oferecer apoio financeiro às OSCs que estão em risco de colapso.

Diante de tanta insatisfação, foi perguntado o que faria com que as pessoas doassem para organizações sociais nos próximos 12 meses. A resposta mais comum foi ter mais dinheiro (49%). Esta tem sido a razão mais citada desde o início da pesquisa em 2017 (59%), mas menos pessoas a selecionam ano após ano. Depois de ter mais dinheiro, o público é motivado por saber com certeza como o dinheiro seria gasto (40%). Outros fatores que encorajariam doações futuras são mais transparência por parte das organizações beneficiadas (32%) e ser capaz de encontrar uma instituição que trabalhe por uma causa sensibilizadora (26%).

Ao que parece, os acontecimentos de 2020 aumentaram as expectativas da população em relação aos vários entes da sociedade e deixaram o doador mais exigente.

Boa leitura,

Paula Fabiani, CEO do IDIS

Realizadores

Sobre a CAF - Charities Aid Foundation

A Charities Aid Foundation é uma importante organização social internacional, com sede no Reino Unido. Existimos com o intuito de promover o avanço das doações, para que juntos possamos transformar mais vidas e comunidades em todo o mundo. Incentivamos as doações, e por mais de 90 anos ajudamos doadores, empresas, instituições beneficentes e organizações sociais a causar um impacto maior. A CAF é promotora da CAF International, uma importante rede internacional de organizações independentes lideradas localmente, trabalhando na vanguarda da filantropia e da sociedade civil e inclui parceiros na África do Sul, Austrália (Good2Give), Brasil (IDIS), Bulgária (BCause), Canadá, Estados Unidos, Índia, Rússia e Turquia (Tusev).

Para saber mais: cafonline.org

Sobre o IDIS - Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social

O IDIS - Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social é uma organização da sociedade civil de interesse público (OSCI) fundada em 1999 e pioneira no apoio técnico ao investidor social no Brasil. Com a missão de inspirar, apoiar e ampliar o investimento social privado e seu impacto, trabalhamos junto a indivíduos, famílias, empresas, fundações e institutos corporativos e familiares, assim como organizações da sociedade civil em ações que transformam realidades e contribuem para a redução das desigualdades sociais no país.

Nossa atuação baseia-se no tripé geração de conhecimento, consultoria e realização de projetos de impacto, que contribuem para o fortalecimento do ecossistema da filantropia estratégica e da cultura de doação. Valorizamos a atuação em parceria e a criação conjunta, acreditando no poder das conexões, do aprendizado compartilhado, da diversidade e da pluralidade de pontos de vista.

O IDIS representa a CAF no Brasil desde 2005. Além da parceria para a produção de conhecimento, a partir do nosso escritório em São Paulo, atendemos os clientes internacionais que atuam na região e oferecemos serviços globais aos investidores sociais privados brasileiros.

Para saber mais: idis.org.br



PRINCIPAIS DESTAQUES

Conheça os achados sobre doações individuais no Brasil revelados pelo relatório:

- A atividade de doação e voluntariado nos últimos 12 meses caiu de 78% em 2019 para 72% em 2020. O declínio nas doações é impulsionado em particular por uma diminuição significativa no número de pessoas doando para igrejas ou outras instituições religiosas.
- Embora menos pessoas tenham doado para igreja ou organização religiosa, as causas religiosas continuaram sendo a causa mais popular para os doadores (43%). A diferença foi a inversão entre a segunda e a terceira posição. 'Combate à Pobreza' subiu de 30 para 37 pontos em relação a 2019, enquanto que 'Crianças e Jovens', que gozava de 39% das preferências passou nesta edição para 32%.
- Ainda que o número de doadores tenha diminuído em 2020, aqueles que doaram dinheiro nos últimos 12 meses doaram em quantias semelhantes as dos anos anteriores. Nos últimos 12 meses a doação típica (mediana*) foi de R\$ 201, em linha com 2018 e 2019.
- O dinheiro ainda é a forma mais popular de doação, mas a proporção que vem diminuindo. Em contraste, mais pessoas estão doando online por meio do banco ou cartão de crédito. Essa tendência provavelmente foi exacerbada pela pandemia; três em cada cinco (59%) adultos dizem que evitam usar dinheiro por causa do Covid-19.
- Dois terços (67%) das pessoas responderam diretamente à pandemia com atividades de doação, incluindo um terço (37%) que doou dinheiro ou bens para organizações da sociedade civil (OSCs) ou serviços comunitários.
- A pandemia colocou em destaque o papel que as empresas desempenham na sociedade. Enquanto muitas pessoas (53%) concordam que as empresas apoiaram as comunidades no país durante a pandemia, uma proporção maior (73%) acredita que as empresas deveriam ter feito mais.
- No Brasil, há o reconhecimento do papel das OSCs no enfrentamento da Covid-19. Quatro em cada cinco (80%) concordam que o governo deve colaborar com elas em sua resposta e mais de três em cada quatro (77%) acreditam que o governo deve oferecer apoio financeiro às OSCs que estão em risco de colapso.

(*) mediana: quantia intermediária, desprezando os valores muito altos e muito baixos

Brasil Giving Report 2021

1.0 Visão geral sobre o envolvimento de pessoas

Os entrevistados receberam uma lista de diferentes atividades e, em seguida, responderam se haviam realizado alguma delas nos últimos 12 meses ou nas últimas 4 semanas. As figuras 1 e 2 mostram os resultados.

Figura 1: Qual dos seguintes itens você fez nos últimos 12 meses?



Base: Todos; adultos com mais de 18 anos. 2020 (n=1.040); 2019 (n=1.000); 2018 (n=1.022); 2017 (n=1.313)

Figura 2: Qual das seguintes ações você fez nas últimas 4 semanas?



Base: Todos; adultos com mais de 18 anos. 2020 (n=1.040); 2019 (n=1.000); 2018 (n=1.022); 2017 (n=1.313)

Em 2020, menos pessoas disseram que participaram de ao menos uma das atividades listadas; a proporção que relatou fazer alguma das atividades nos últimos 12 meses caiu de 78%, em 2019, para 72%. Ao mesmo tempo, o número cresceu entre aquelas que relatam não fazer nenhuma das atividades listadas (21% vs 17%).

A participação geral diminuiu entre as mulheres. Três quartos das mulheres relataram fazer pelo menos uma atividade filantrópica em 2020, quando em 2019 chegava a 82%.

Pouco mais de seis em cada 10 (62%) disseram que doaram dinheiro ou patrocinaram alguém nos últimos 12 meses, 5 pontos a menos que em 2019.

Significativamente menos pessoas relataram fazer pelo menos uma das atividades listadas nas últimas quatro semanas em comparação com o relatório de 2019 (58% vs 62%). Esta é uma queda incomum após resultados bastante estáveis desde 2017 (63% em 2018; 64% em 2017) e é possível que a pandemia de Covid-19 tenha impactado as doações no Brasil - isso será explorado mais adiante no relatório.

2.0 Como as pessoas se envolvem

2.1 Doação de dinheiro

Para entender a queda no engajamento, analisamos detalhadamente a atividade de doação e a comparamos com o comportamento observado em 2019. Em 2020, vemos que o apoio geral a indivíduos e organizações da sociedade civil (OSCs) permanece amplamente alinhado com 2019, no entanto, o apoio às igrejas e organizações religiosas diminuiu. Houve uma queda significativa na proporção de adultos doando dinheiro para igrejas (48% vs 54% em 2019).

Em contraste com o apoio às igrejas, o apoio às organizações da sociedade civil permanece similar em 2020. Os níveis de atividade estão alinhados com 2019 para doação de dinheiro (49% vs 53% em 2019), doação via patrocínio (34% vs 31%), doação de alimentos ou bens (49% vs 51%). Além disso, a proporção de pessoas que doam dinheiro diretamente a pessoas ou famílias necessitadas se manteve inalterada em relação a 2019 (ambos 52%).

Embora menos mulheres tenham participado de atividades de filantropia do que em 2019, as mulheres ainda são mais propensas do que os homens a realizarem quase todas as atividades listadas, sendo a redução significativa na doação de dinheiro para a igreja.

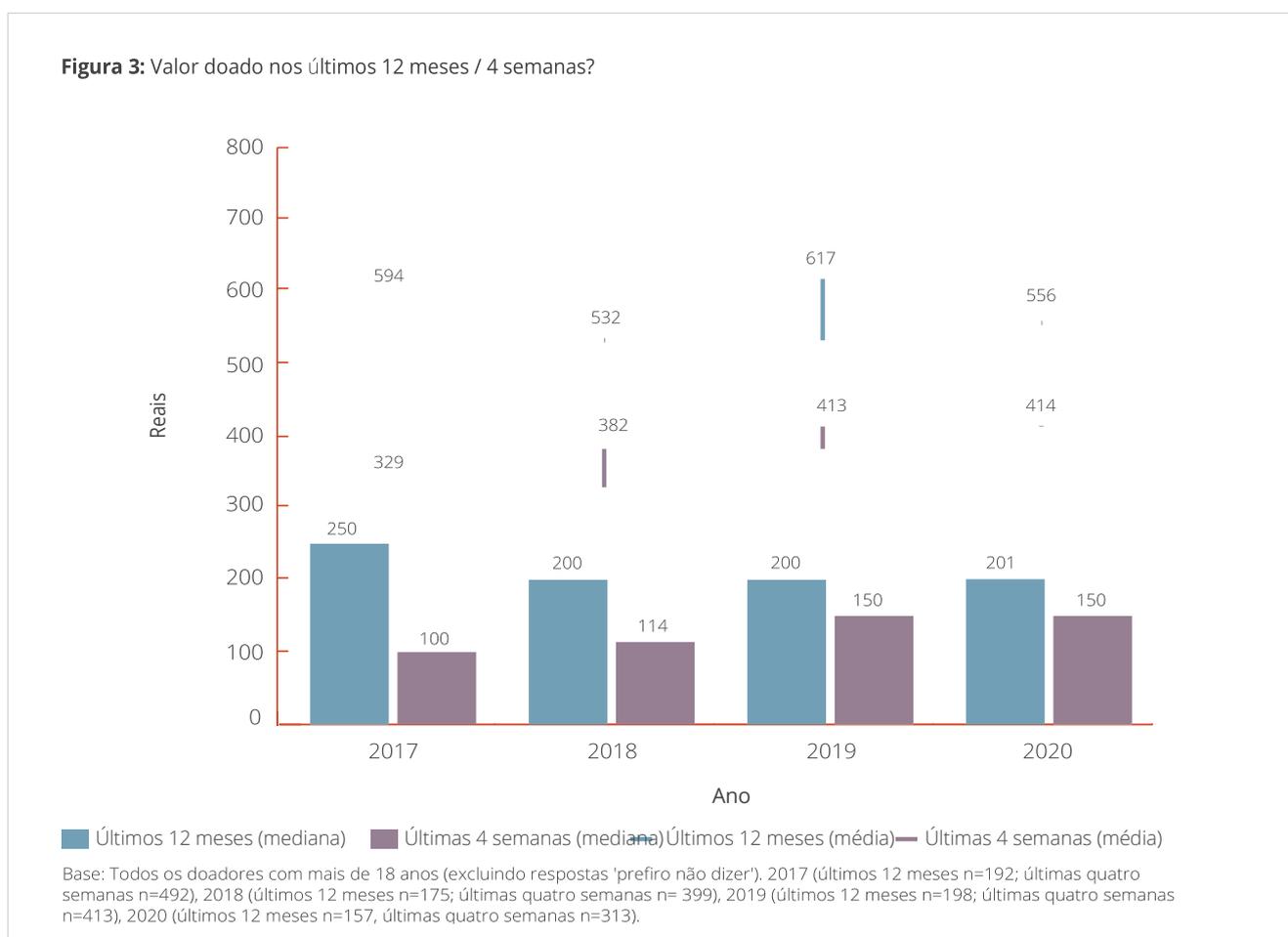


3.0 Valor típico doado

Apesar da diminuição do número de pessoas doando dinheiro, os valores doados permaneceram estáveis.

Entre aqueles que doaram dinheiro nos últimos 12 meses, mas não nas últimas quatro semanas, a doação típica (mediana) foi de R\$ 201 – valor inalterado desde 2018 e 2019. A doação média** diminuiu significativamente de R\$ 617 em 2019 para R\$ 556 em 2020. No entanto, segue em linha com 2018 (532 reais) e 2017 (594 reais).

A doação típica (mediana) considerando as ‘últimas quatro semanas’ foi de R\$ 150. Este valor permanece inalterado em relação ao valor da mediana em 2019 e superior à mediana registrada em 2018 – R\$ 114. O valor médio doado neste período foi de R\$ 414. também não se altera em relação a 2019 (R\$ 413) e é superior a 2018 (R\$ 382) e 2017 (R\$ 329).



(**) valor médio: média aritmética considerando todos os valores

4.0 O que faz com que as pessoas doem

Quando perguntados sobre quais causas os doadores apoiaram nos últimos 12 meses ou nas últimas quatro semanas, as 'organizações religiosas e as igrejas' continuam sendo as mais comuns, indicada por 43% dos respondentes, mas a proporção de doações diminuiu em relação à 2018 (52%) e 2019 (49%). Entre os doadores de 25 a 44 anos, esta queda foi ainda mais significativa - de 58% em 2019 para 44% em 2020.

A segunda causa mais popular em 2020 foi 'Combate à Pobreza' (37%), que no ano anterior figura em terceiro lugar com 30% da preferência. Isso se deve ao aumento da proporção de doadores com mais de 45 anos que apoiam esta causa; dois em cada cinco (41%) doadores com mais de 45 anos doaram em comparação com três em cada dez (28%) em 2019. Entre os maiores de 55 anos, esta é agora a causa mais apoiada.

A terceira causa mais popular é o apoio às crianças e jovens (32%), mas menos do que nos anos anteriores (38% em 2018; 39% em 2019). Este declínio é impulsionado por doadores do sexo masculino, que doaram significativamente menos para esta causa do que em 2019 (32% vs 42% em 2019).

Outras causas incluem 'pessoas em situação de rua (26%), 'bem-estar animal' (18%) e 'idosos' (16%). Apesar da pandemia de Covid-19, não houve aumento na proporção de doações para instituições médicas (10% vs 11% em 2019), saúde mental (6% vs 7% em 2019) ou saúde física (ambos 5%).

Figura 4: Para qual das seguintes causas você doou/patrocinou nos últimos 12 meses/4 semanas?



Base: Todos os doadores (n=644)



5.0 Como as pessoas doam

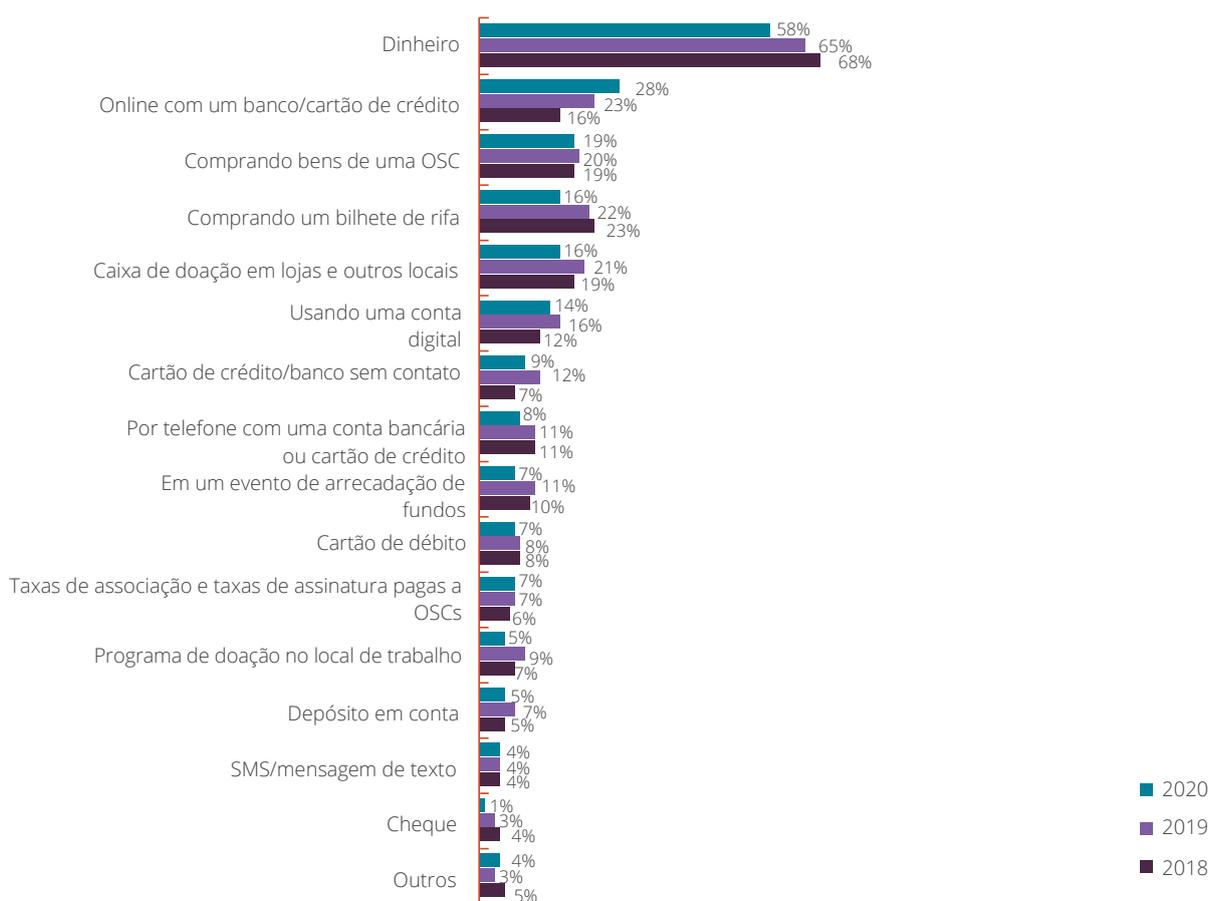
O dinheiro é o método mais comum usado pelos doadores brasileiros (58%), houve uma queda nesta modalidade (65% em 2019). É provável que isso seja resultado do isolamento social e quarentena impostos pela pandemia e do temor de contágio por este meio - seis em cada dez (59%) pessoas relataram que evitam usar dinheiro sempre que possível por causa do vírus.

O declínio nas doações em dinheiro, por outro lado, é acompanhado pelo aumento das doações digitais observado nos últimos anos. A doação online com um banco ou cartão de crédito passou de uma minoria (16%) de doadores em 2018 para 28% em 2020, tornando-se agora o segundo método de doação mais comum no Brasil.

As doações online via banco ou cartão de crédito aumentaram significativamente entre os doadores com mais de 55 anos, saltando de 10% em 2019 para 26% em 2020. Além disso, os adultos com mais de 55 anos foram significativamente mais propensos do que as faixas etárias mais jovens a concordar que é mais higiênico usar cartões de débito/crédito sem contato ou métodos de pagamento digital do que usar dinheiro (83% vs 74% das pessoas entre 18 e 34 anos) e eles são menos propensos entre todas as faixas etárias a concordar que preferem usar dinheiro em vez de cartão ou métodos de pagamento digital (20% vs uma alta de 40% entre pessoas de 18 e 24 anos).

As doações que exigem ou se beneficiam de contato social, em geral, diminuíram em 2020. Menos doadores doaram por meio de uma caixa de doação em lojas ou outros locais públicos (21% em 2019; 16% em 2020) e menos compraram uma rifa (22% em 2019; 16% em 2020). As doações sem contato também diminuíram de 12% em 2019 para 9% em 2020. No entanto, não houve mudança na proporção de compra de bens de uma OSC (20% em 2019; 19% em 2020).

Figura 5: Nas últimas 4 semanas / 12 meses você doou a uma causa por algum destes métodos?



Dados de 2017 não incluídos devido a alteração nos códigos de resposta
 Base: Todos os doadores 2020 (n=644); 2019 (n=682); 2018 (n=712). As respostas para 'Nenhuma das opções acima', 'Não sei' e 'Prefiro não dizer' não são exibidas

6.0 Por quê as pessoas doam

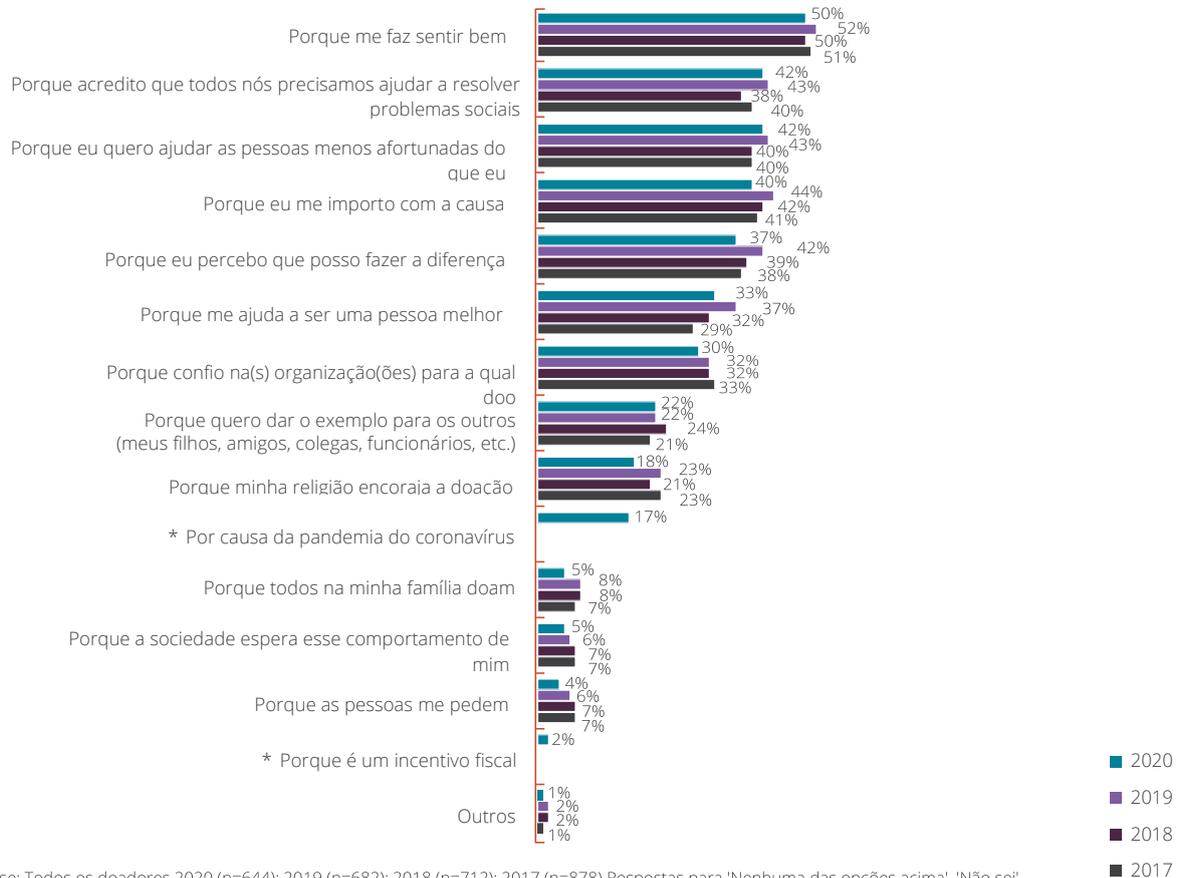
Quando perguntados por que doaram nos últimos 12 meses ou quatro semanas, os respondentes foram mais propensos a dizer que isso os faz se sentir bem (50%). Acreditar que todos nós precisamos ajudar a resolver problemas sociais e querer ajudar pessoas menos afortunadas do que eles, são os próximos motivos mais comuns (ambos 42%), seguidos de se preocupar com a causa (40%). Essas razões estão todas alinhadas com os resultados de anos anteriores, mas, de acordo com o apoio reduzido para causas religiosas este ano, menos doadores disseram que doaram porque suas crenças religiosas os encorajam a fazê-lo (23% em 2019; 18% em 2020).

Cerca de um em cada seis doadores (17%) doou em razão da pandemia de Covid-19 (uma nova adição a esta pergunta em 2020). Não há diferenças estatisticamente significativas por idade, sexo ou região, com todos os adultos propensos a terem doado por esse motivo.

As doadoras do sexo feminino são mais propensas a dizer que doam porque percebem que podem fazer a diferença (42% vs 32% dos doadores do sexo masculino), enquanto os doadores do sexo masculino são mais propensos a dizer que doam porque querem dar o exemplo para os outros (28% vs 17% das doadoras do sexo feminino). Como em 2019, os doadores mais ricos são mais propensos a doar porque sentem que podem fazer a diferença; cerca de metade (48%) dos doadores com renda familiar anual de R\$ 50 mil – R\$ 100 mil doaram por esse motivo em comparação com apenas três em cada dez (31%) daqueles com renda familiar anual inferior a R\$ 10 mil.

Apenas uma pequena proporção (2%) disse que os incentivos fiscais foram o motivo da doação (outra nova opção para a pesquisa de 2020). Os doadores com maior renda familiar (acima de R\$100mil) eram significativamente mais propensos a ter dito isso (6%).

Figura 6: Quais dos seguintes, se houver, são os motivos pelos quais você doou dinheiro nos últimos 12 meses/4 semanas?



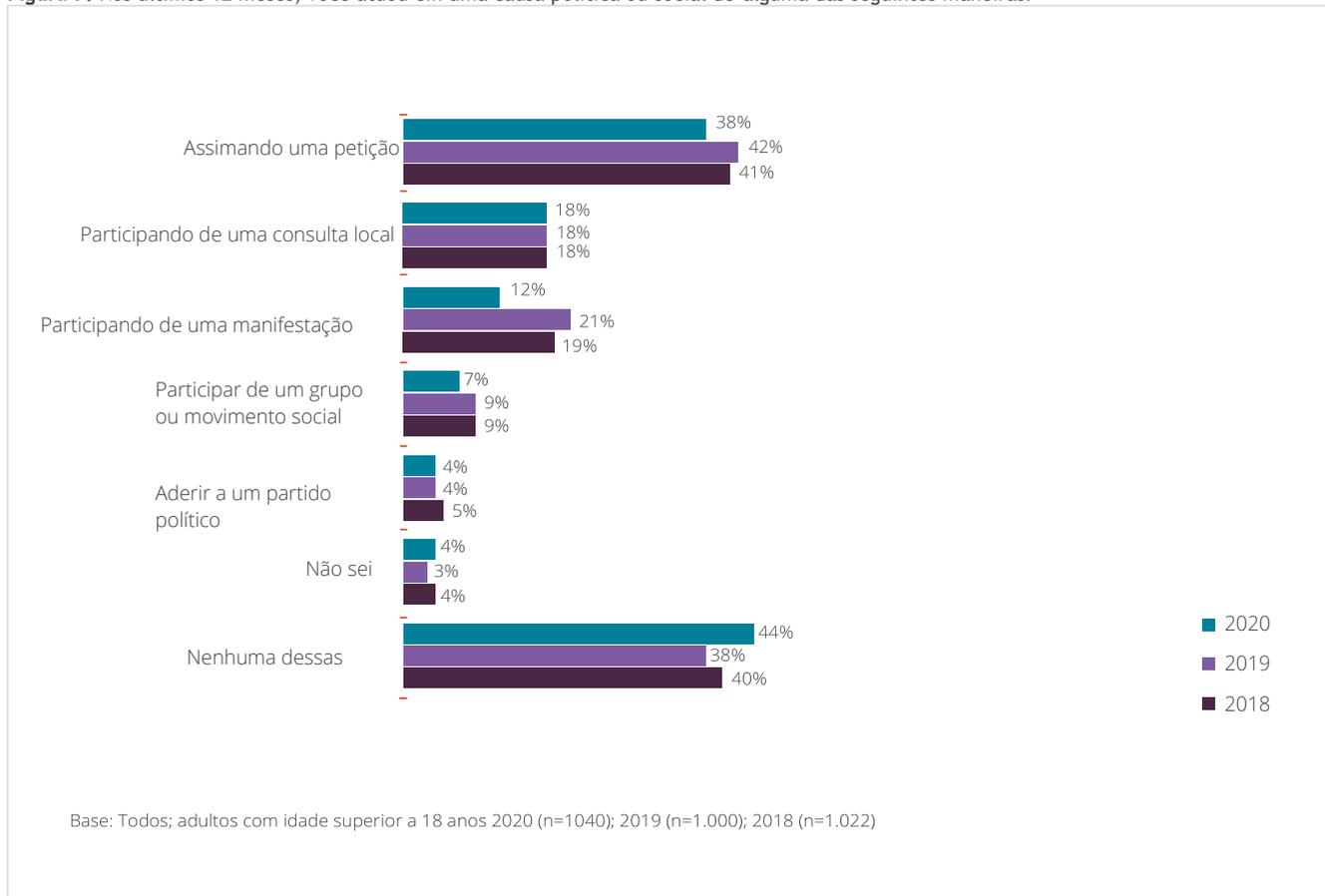
Base: Todos os doadores 2020 (n=644); 2019 (n=682); 2018 (n=712); 2017 (n=878) Respostas para 'Nenhuma das opções acima', 'Não sei' e 'Prefiro não dizer' não são exibidas
*Declaração adicionada em 2020

7.0 Engajamento na sociedade civil

Pedimos ao público que nos dissesse qual atividade cívica eles fizeram nos últimos 12 meses. Em 2020, o engajamento cívico e político geral caiu, com o número de pessoas participando de pelo menos uma das atividades listadas caindo de 62% em 2019 para 56%. A diminuição do envolvimento é particularmente evidente no grupo etário dos 25 a 44 anos, dos quais metade (51%) participou em pelo menos uma atividade contra 62% no ano anterior. A pandemia de Covid-19 pode ter provavelmente alterado o envolvimento em atividades como manifestações públicas; uma em cada oito (12%) pessoas participou de uma manifestação em comparação com uma em cada cinco (21%) em 2019 e 2018.

Cerca de dois em cada cinco (38%) assinaram uma petição nos últimos 12 meses e cerca de um em cada cinco (18%) participaram de uma consulta local. Os homens continuam mais propensos a participar de uma consulta local do que as mulheres (22% vs 15%), mas têm a mesma probabilidade que as mulheres de assinarem uma petição (37% vs 40%). Uma minoria (7%) aderiu a um grupo de pressão ou movimento social, com algumas indicações de que os adultos mais jovens provavelmente o fizeram (12%).

Figura 7: Nos últimos 12 meses, você atuou em uma causa política ou social de alguma das seguintes maneiras?



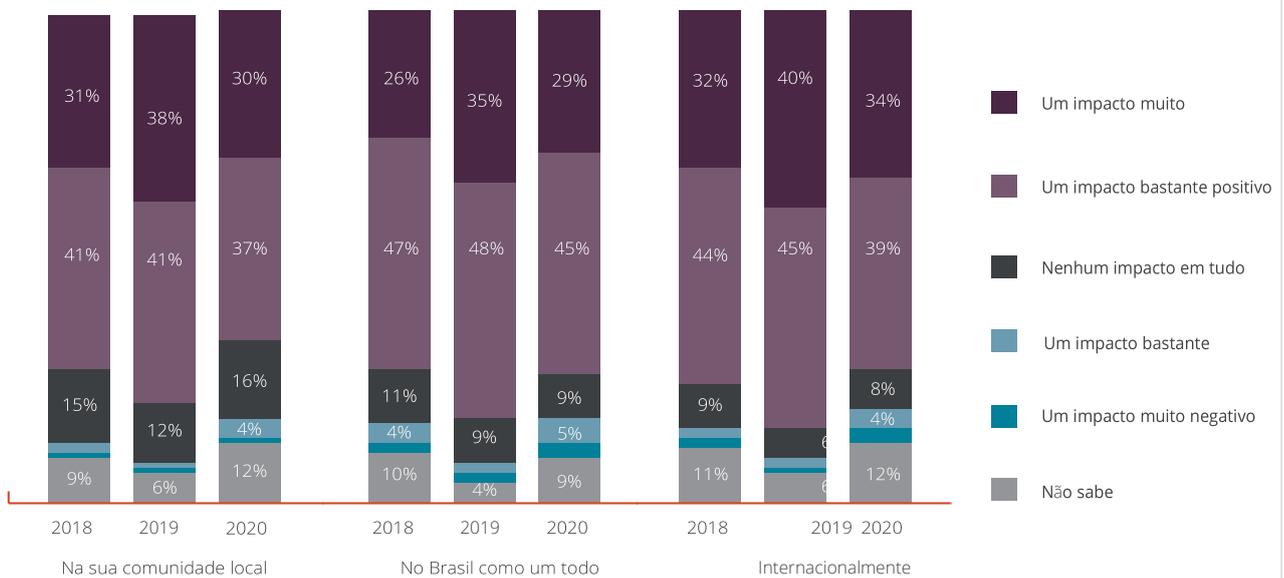
8.0 O impacto das OSCs

A maioria dos adultos concorda que organizações da sociedade civil (OSCs) têm um impacto positivo, seja localmente (67%), nacionalmente (74%) ou internacionalmente (74%), embora um pouco menos pessoas concordem que o ‘impacto local é positivo’ em comparação com anos anteriores.

Nos anos anteriores, houve uma diferença distinta por gênero na percepção do impacto das organizações da sociedade civil, com as mulheres mais propensas a ter uma visão positiva do que os homens. Em 2020, essas diferenças desapareceram em grande parte, com os homens não mais propensos a ter uma visão positiva sobre o impacto das OSCs do que as mulheres, seja localmente (67% vs 67%), nacionalmente (72% vs 76%) ou internacionalmente (72% vs 75%).

Os adultos mais jovens ainda são os mais propensos a acreditar que o impacto das OSCs em nível nacional foi positivo, com quatro em cada cinco (80%) jovens de 18 a 24 anos de idade concordando.

Figura 8: Que impacto, se houver, você acha que as OSCs tiveram?



Base: Todos os adultos com mais de 18 anos. 2020 (n=1.040); 2019 (n=1.000); 2018 (n=1.022)

9.0 Percepções do impacto das organizações da sociedade civil (OSCs)

Adultos com mais de 18 anos foram convidados a compartilhar suas opiniões sobre o nível de impacto que sentiam que as organizações da sociedade civil tinham em sua comunidade. Entre aqueles que consideraram o impacto positivo, o motivo mais comum continua sendo que as organizações da sociedade civil fazem a diferença e ajudam os necessitados.



“Sigo o trabalho que algumas ONGs mostram em suas redes sociais... Mesmo que o impacto seja pequeno, é um impacto; mesmo que faça diferença para apenas uma pessoa, ou um animal, faz a diferença.”

“Porque é perceptível que o comportamento da sociedade como um todo mudou. Há muito a fazer, mas já podemos ver os resultados”

“Acho que o ser humano pensa cada vez mais em ajudar quem precisa e as ONGs incentivam isso, elas mostram o caminho para as pessoas interessadas em ajudar”



Vários mencionaram diretamente o trabalho que OSCs estão fazendo em torno da Covid-19 e como isso deixou uma impressão positiva na comunidade:



“Durante esta pandemia, muitas pessoas estão sobrevivendo e tendo o suficiente para comer devido ao apoio das ONGs e comunidades locais”

“Doar alimentos e kits de higiene para comunidades durante a pandemia”

“Acho que as pessoas estão procurando maneiras de ajudar mais seus vizinhos na pandemia; estamos aprendendo a olhar para as necessidades dos outros”

“Porque neste momento incrivelmente difícil que estamos vivendo, as ONGs foram muito mais corajosas que certos políticos e ajudaram as pessoas que mais precisavam. Elas abraçaram os menos favorecidos e não pensaram apenas em ficar em casa como a maioria”

Base: Todos os adultos com mais de 18 anos que disseram que as OSCs têm um impacto positivo na comunidade local (n=701)



Outras respostas se concentraram em vivenciar o impacto das organizações da sociedade civil em suas comunidades:



“Vejo um trabalho benéfico com pessoas em situação de vulnerabilidade, fornecendo alimento, por exemplo”

“Sim, porque podemos ver mais de perto a realidade de cada um”

“Quando acontece em uma comunidade local, é mais fácil fiscalizar”

Base: Todos os adultos com mais de 18 anos que disseram que as OSCs têm um impacto positivo na comunidade local (n=701)



A maioria daqueles que sentiram que as organizações da sociedade civil não tiveram impacto em sua comunidade local desconhece o trabalho que OSCs estão fazendo em sua área ou não acredita que existam OSCs trabalhando em sua comunidade:



“Na minha cidade, não vejo ONGs fazendo um trabalho impactante... Não vejo ONGs fazendo um trabalho relevante com impacto nas pessoas”.

“Estive envolvido com projetos relacionados a orfanatos, asilos, comunidades. No entanto, não pude ver a ação das ONGs em nenhum desses lugares.”

“Não vi nenhuma mudança na minha comunidade local relacionada às pessoas necessitadas. Tudo ainda é o mesmo.”

“Eu não vi nenhum trabalho voluntário na minha cidade. Eu me voluntariei muitas vezes para trabalhos voluntários e ninguém nunca entrou em contato comigo.”

Base: Todos os adultos com mais de 18 anos que disseram que as OSCs não têm impacto na comunidade local (n=166)



Apenas alguns entrevistados sentiram que as organizações da sociedade civil tiveram um impacto negativo em sua comunidade. As razões para isso tendem a estar relacionadas a não verem nenhuma melhoria ou desvio de dinheiro em função de corrupção. Ainda mais raras foram as respostas que indicavam a interrupção de apoio em razão da pandemia de Covid-19:



“Algumas ONGs começam o trabalho e não terminam, desistem. Outros só querem fazer o ‘bem’ se for fora do país ou se houver muita propaganda”.

“Sem credibilidade, desvio de doações, corrupção pura.”

“Devido ao surto de coronavírus as atividades em benefício das pessoas foram suspensas”

“As pessoas não acreditam em ONGs onde moro; acham que guardam o dinheiro para eles”

“Porque não apresentam um projeto que proporcione mudanças positivas para a comunidade”

Base: Todos os adultos com mais de 18 anos que disseram que as organizações da sociedade civil não têm impacto na comunidade local (n=53)



10.0 Propensão a doações futuras

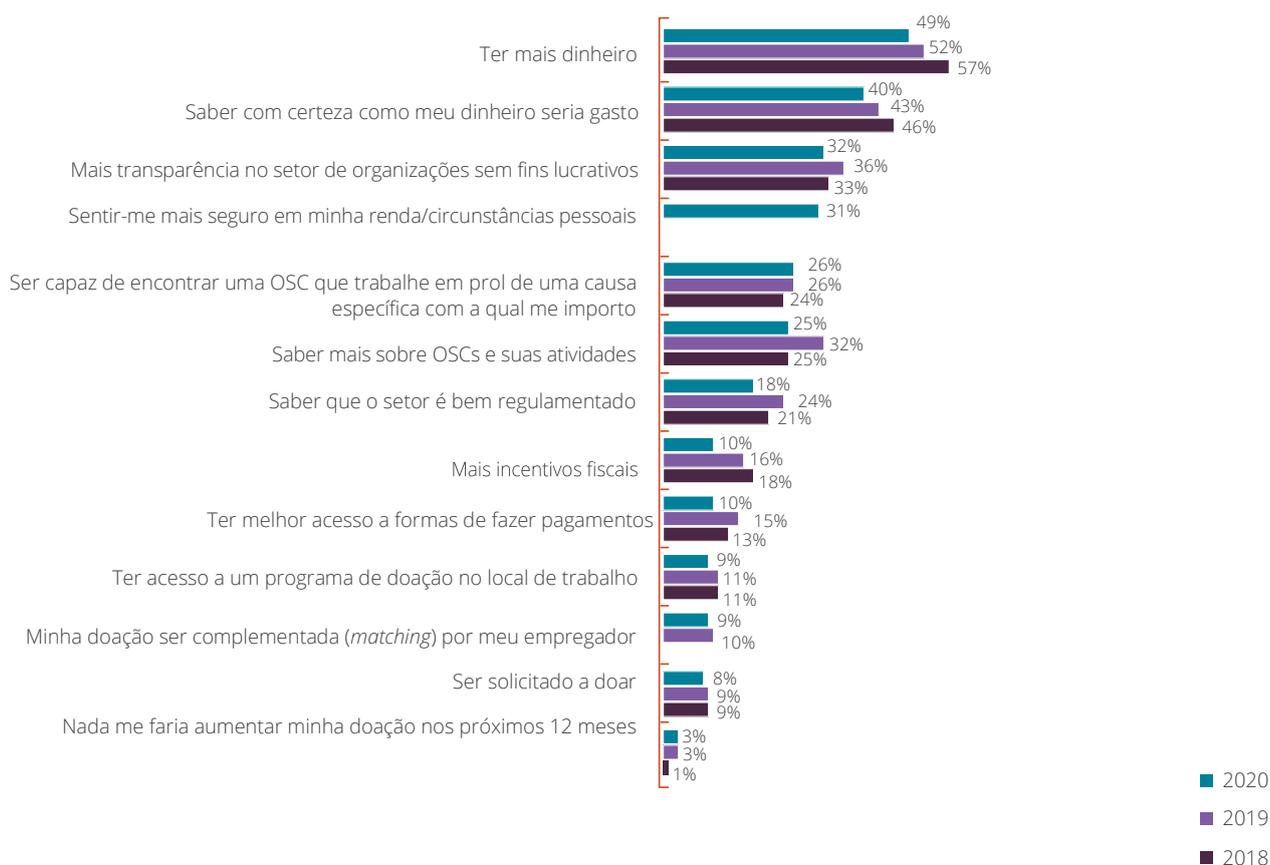
Perguntamos ao público o que os faria doar dinheiro, bens ou tempo para causas sociais nos próximos 12 meses, e a resposta mais comum foi ter mais dinheiro (49%). Este tem sido o motivo mais comum desde o início da pesquisa em 2017 (59%), mas menos o selecionaram ano após ano. A diminuição é particularmente pronunciada entre as mulheres (63% em 2018 vs 53% em 2020).

Depois de ter mais dinheiro, o público é motivado por saber com certeza como o dinheiro seria gasto (40%); isso também diminuiu desde 2018 (46%). Outros fatores que incentivariam doações futuras são mais transparência no setor de OSCs (32%) e a capacidade de encontrar uma organização da sociedade civil que trabalhe para uma causa específica com a qual se preocupam (26%).

Três em cada 10 (31%) dizem que se sentir mais seguros em suas circunstâncias pessoais os encorajaria a doar mais. As mulheres são mais propensas a concordar com esse sentimento do que os homens (34% vs 27%), assim como os entrevistados mais jovens (35% dos entrevistados entre 18 e 34 anos de idade concordam vs 25% daqueles com mais de 45 anos).

Uma minoria de pessoas (3%) relata que nada as encorajaria a doar nos próximos 12 meses, principalmente os entrevistados mais velhos (7%).

Figura 9: Qual dos seguintes itens, se houver, faria com que você doasse dinheiro, bens ou tempo para o setor sem fins lucrativos nos próximos 12 meses?



Dados de 2017 não incluídos devido a alteração na redação das questões.

Base: Todos os adultos com mais de 18 anos. 2020 (n=1.040); 2019 (n=1.000); 2018 (n=1.022). Respostas para 'Outro', 'Não sei' e 'Prefiro não dizer' não são exibidas

11.0 Confiança nas OSCs

Um terço (34%) dos adultos no Brasil concorda que as organizações da sociedade civil (OSCs) brasileiras (34% em 2020) são confiáveis, e cerca de dois em cada cinco (42%) pensam o mesmo para OSCs internacionais. 'A maioria das OSCs trabalha duro para alcançar resultados positivos para seus beneficiários' teve concordância de 69% e metade dos adultos (51%) relatou que prefere doar para causas locais. Menos de um em cada cinco (18%) concorda que as OSCs fazem mais mal do que bem.

12.0 Impactos da pandemia de Covid-19

Respostas à crise

Os primeiros casos de Covid-19 foram confirmados no Brasil em 25 de fevereiro de 2020 e, um mês depois, a pandemia já havia atingido todos os estados do país. Em agosto de 2020, o Brasil registrou seu terceiro milhão de casos, tornando-se um dos países mais afetados do mundo. A resposta oficial à Covid-19 no Brasil foi fragmentada com uma variedade de ações dos governos federais, estaduais e locais, e a maioria das regiões esteve sob alguma forma de quarentena durante o ano. Esta seção examina como a Covid-19 afetou as percepções sobre as organizações da sociedade civil e como isso afetou as relações com a comunidade e a cultura de doação.

Dois em cada três (67%) adultos no Brasil responderam diretamente à pandemia com um ato de doação. O mais comumente mencionado é o apoio à família, amigos ou membros da comunidade (por exemplo, realizando tarefas, mantendo contato com as pessoas mais isoladas, etc.), o qual uma em cada três (29%) pessoas fazia. Mais de um terço (37%) doou dinheiro ou bens para OSCs ou serviços comunitários, com um em cada cinco (21%) doando dinheiro para familiares ou amigos.

Todas as faixas etárias e homens e mulheres têm a mesma probabilidade de ter respondido à crise, embora a maneira como as pessoas responderam varie com a idade. Aqueles com mais de 55 anos são mais propensos a doar dinheiro para amigos, familiares ou pessoas em sua comunidade local (30% vs 13% dos entrevistados entre 18 e 24 anos), enquanto os adultos mais jovens são mais propensos a doar para uma OSCs (22% entre 22 e 34 anos vs 10% entre 45 e 54 anos). Os adultos mais velhos também são mais propensos a apoiar diretamente os afetados em suas comunidades (36% das pessoas com mais de 55 anos vs 21% entre 18 e 24 anos), enquanto os adultos mais jovens são mais propensos a usar as mídias sociais para apoiar os outros (13% entre 18 e 24 anos vs 6% com mais de 55 anos).

No total, 7% usaram um serviço beneficente oferecido durante a pandemia da Covid-19, sendo que os da região Norte do Brasil foram os que mais provavelmente o fizeram (14%).

Figura 11: Você fez alguma das ações a seguir como resposta direta à pandemia de Covid-19 no Brasil?



Base: todos os adultos com mais de 18 anos 2020 (n=1.040)

Mudanças nos hábitos de doação

Para a maioria dos doadores, os hábitos de doação mudaram como resultado da pandemia. Um em cada cinco (19%) doadores nos últimos 12 meses doou mais do que normalmente por conta da pandemia, e uma proporção semelhante (17%) doou menos. É mais provável que a pandemia tenha impactado a doação de jovens – 27% entre 18 e 24 anos relataram doar menos como resultado da pandemia, em comparação com apenas 12% daqueles com mais de 55 anos. Não há diferenças por idade na proporção de doadores que doaram mais por esse motivo. Cerca de um em cada cinco (18%) decidiu doar para uma causa nova ou diferente como resultado da Covid-19 e uma proporção semelhante (17%) reorientou suas doações para organizações da sociedade civil que respondem à crise.

O impacto da pandemia da Covid-19 no rendimento das famílias foi significativo, com três em cada cinco (60%) a registrar uma diminuição dos seus rendimentos. A maioria (84%) está preocupada com a segurança da própria renda familiar nos próximos seis meses, e metade (49%) diz estar “muito preocupada”. Os adultos com mais de 55 anos estão menos preocupados com as finanças domésticas (77%), enquanto os de 35 a 44 anos são os mais preocupados (90%). No entanto, o ambiente econômico não parece ter impactado as doações regulares; uma minoria (7%) dos doadores interrompeu uma doação regular para economizar dinheiro e não houve diferença entre aqueles preocupados ou não com suas finanças (ambos 7%). Isso sugere que a preocupação com a renda pessoal pode não ser um fator substancial na diminuição geral das doações em 2020 ou no número de pessoas que dizem que doaram menos como resultado da pandemia. Fatores como a oportunidade de doar, por exemplo, para arrecadações de fundos ou na igreja podem ter sido perdidos devido às restrições de isolamento.



Há alguma evidência de que os doadores estão reorientando suas doações para causas locais como resultado da pandemia. Cerca de um em cada cinco (18%) doadores relatam doar mais para organizações da sociedade civil que apoiam sua comunidade local e alguns (8%) estão doando menos para causas internacionais como resultado da Covid-19.

Atitudes em relação ao uso do dinheiro

Outra tendência exacerbada pela Covid-19 é menos pessoas usando dinheiro para suas compras. Conforme observado anteriormente, a proporção de quem usa dinheiro para doações vem caindo desde 2018 e seis em cada dez (59%) agora dizem que evitam usar dinheiro sempre que possível por causa do vírus. A maioria concorda que é mais higiênico usar cartões de débito/crédito sem contato ou pagamentos digitais em vez de dinheiro (78%) e que o dinheiro carrega germes que podem colocá-los em risco (69%). No entanto, muitos também concordam que é importante manter o dinheiro em uso para as pessoas que podem preferir (54%).

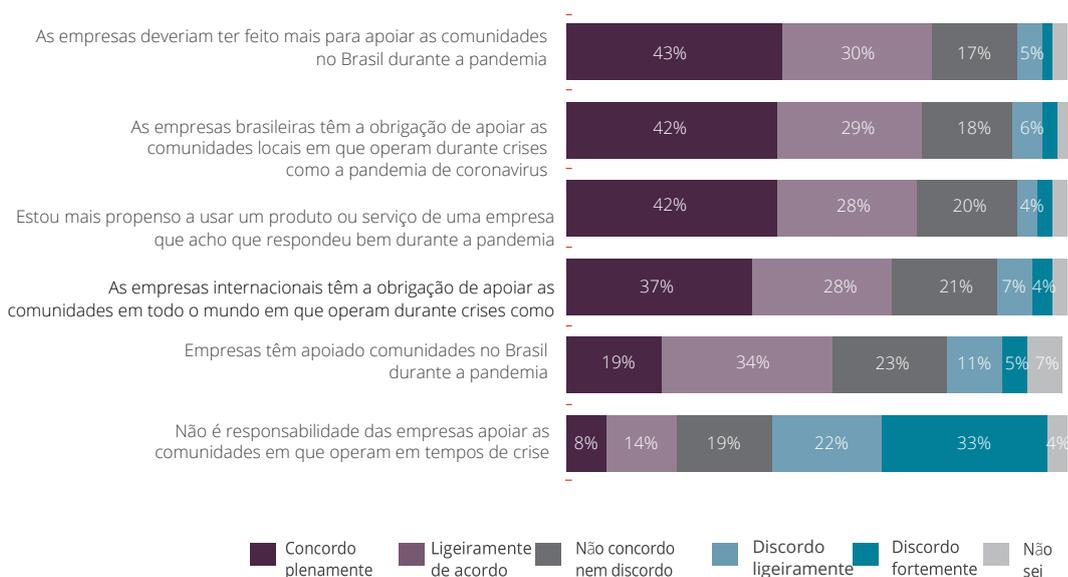
Porém, surpreendentemente, os jovens são os mais propensos a preferir dinheiro em vez de métodos digitais (40% entre 18 e 24 anos vs 20% daqueles com mais de 55 anos) e são menos propensos a dizer que raramente ou nunca carregam dinheiro (50% vs 64% daqueles com mais de 55 anos).

Percepção sobre a resposta das empresas à pandemia

A pandemia colocou em destaque o papel que as empresas desempenham na sociedade. Enquanto muitas pessoas (53%) concordam que as empresas apoiaram as comunidades no país durante a pandemia, uma proporção maior (73%) acredita que as empresas deveriam ter feito mais. A maioria concorda que as empresas brasileiras (71%) e as empresas internacionais (65%) têm a obrigação de apoiar as comunidades locais em tempos de crise. Sete em cada 10 (70%) dizem que são mais propensos a usar um produto ou serviço de uma empresa que eles acham que respondeu bem durante a pandemia. Apenas cerca de um em cada cinco (22%) acredita que não é responsabilidade das empresas apoiar as comunidades em tempos de crise.

Os adultos mais jovens tendem a se sentir menos positivos sobre como as empresas reagiram à pandemia de Covid-19. Menos da metade (45%) entre 18 e 24 anos sentem que as empresas apoiaram as comunidades durante a pandemia, em comparação com quase dois em cada três (63%) adultos com idades entre 45 e 54. Da mesma forma, cerca de quatro em cada cinco (78%) pessoas de 18 a 24 anos acreditam que as empresas deveriam ter feito mais. Regionalmente, aqueles no Nordeste são mais propensos a sentir que as empresas deveriam ter feito mais para apoiar as comunidades locais (79%).

Figura 12: Pensando no papel que as empresas desempenham na sociedade, em que medida você concorda ou discorda das seguintes afirmações?



Base: todos os adultos com mais de 18 anos 2020 (n=1.040)

Percepção sobre como o governo apoiou organizações da sociedade civil na pandemia

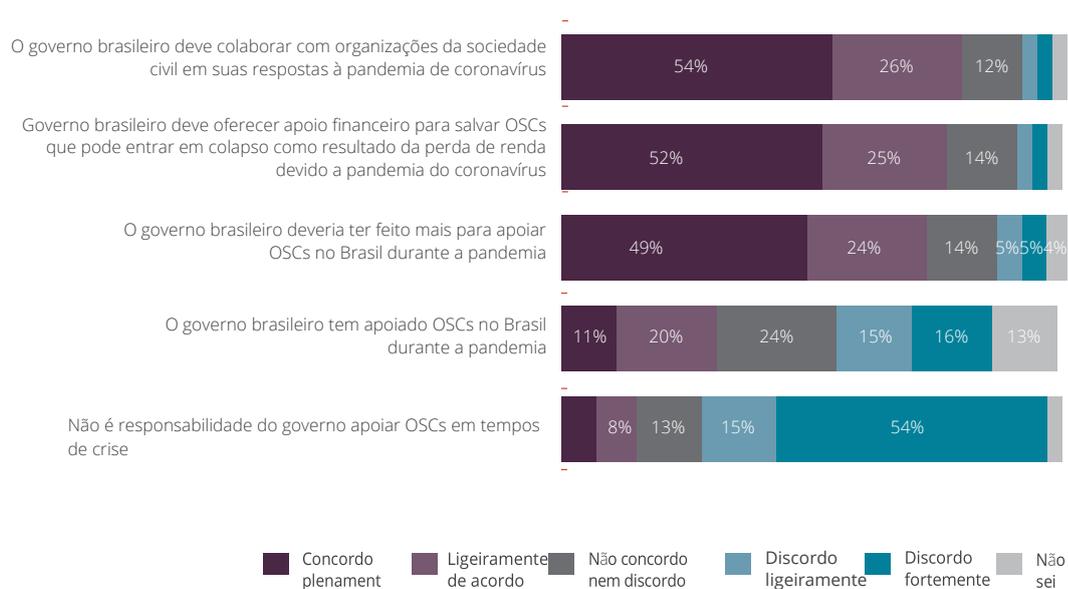
Os entrevistados também foram solicitados a compartilhar suas opiniões sobre o papel que o governo tem ou deveria desempenhar no apoio a organizações da sociedade civil (OSCs) durante a pandemia.

Quatro em cada cinco (80%) dos respondentes concordam que o governo deve colaborar com organizações da sociedade civil (OSCs) em suas respostas à Covid-19, o que sugere que a maioria reconhece o papel que as OSCs desempenham no combate à pandemia.

Geralmente, percebe-se que o governo não apoiou efetivamente instituições beneficentes durante a pandemia; no total, apenas três em cada 10 (31%) acreditam que o governo fez o suficiente, enquanto sete em cada 10 (72%) acham que deveriam ter feito mais. Quase oito em cada 10 (77%) concordam que o governo deveria oferecer apoio financeiro a organizações da sociedade civil (OSCs) que correm o risco de entrar em colapso devido à pandemia. Essa afirmação também foi apoiada por uma grande maioria (73%) daqueles que não fizeram nenhuma atividade beneficente nos últimos 12 meses, o que sugere que mesmo aqueles que não se envolvem pessoalmente com organizações da sociedade civil (OSCs) reconhecem a necessidade de sobreviverem. Apenas uma minoria (15%) acredita que não é responsabilidade do governo apoiar organizações da sociedade civil (OSCs) em tempos de crise.

As mulheres são mais propensas a concordar que o governo não fez o suficiente para apoiar OSCs durante a pandemia (77% vs 67% dos homens) e que o apoio financeiro deve ser oferecido para evitar o colapso das OSCs (82% vs 72%). Os homens são mais propensos do que as mulheres a concordar que não cabe ao governo apoiar OSCs (19% vs 12%).

Figura 13: Até que ponto você concorda ou discorda das seguintes afirmações?



Base: todos os adultos com mais de 18 anos 2020 (n=1.040)

Como as OSCs lidaram com a pandemia

Ao longo de 2020, a CAF pesquisou um pequeno número de OSCs no Brasil para entender como elas estavam respondendo à crise e identificar para que precisavam do apoio de formuladores de políticas e de doadores. Os resultados desta pesquisa foram publicados em tempo real e podem ser encontrados no site do IDIS.

METODOLOGIA

Este relatório é baseado em dados coletados pelo YouGov em nome da CAF.

No Brasil, foram realizadas 1.040 entrevistas online entre 10 e 24 de novembro de 2020. A pesquisa foi realizada usando o painel online do YouGov.

Devido ao nível de penetração da internet no Brasil (70%)¹, a amostra é representativa da população urbana e é ponderada por dados populacionais conhecidos sobre dados demográficos, incluindo idade e sexo.

As diferenças são relatadas no nível de confiança de 95% (o nível de confiança de que os resultados são um reflexo verdadeiro de toda a população). A margem de erro máxima (a quantidade de erro de amostragem aleatória) é calculada como $\pm 3\%$.

Porcentagens mostradas nas visualizações de dados

As porcentagens apresentadas nesta publicação são todas arredondadas para o número inteiro mais próximo ou para uma casa decimal. Na realidade, porém, para a análise da CAF, os dados subjacentes são arredondados para duas casas decimais. Isso significa que, em algumas ocasiões, a soma de dois pontos em um gráfico parece diferir da figura correspondente no texto. Isso ocorre porque os gráficos foram arredondados para números inteiros, enquanto o texto se refere aos dados subjacentes que foram arredondados para duas casas decimais.

1 União Internacional de Telecomunicações (UIT), Banco de Dados de Indicadores de Telecomunicações Mundiais/TIC 2018

CAF Internacional

A CAF Internacional é uma rede de organizações independentes, lideradas localmente, que trabalham na vanguarda da filantropia. Apoia o fortalecimento da cultura de doação e da sociedade civil, além de aproveitar o conhecimento e a experiência locais para apoiar doadores, empresas e a sociedade civil a alcançar impactos cada vez maiores. Em 2021, mais de 70.000 organizações da sociedade civil receberam mais de £500 milhões em doações em mais de 100 países.

IDIS – Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social

Rua Paes Leme, 524, cj. 161 Pinheiros,
São Paulo-SP 05424-904

T: +55 11 3037 8212

E: comunicacao@idis.org.br

@IDIS_Noticias



IDISNews



IDIS – Instituto para o



Desenvolvimento do
Investimento Social

www.idis.org.br

Charities Aid Foundation

10 St Bride Street London EC4A 4AD
25 Kings Hill Avenue, Kings Hill, West
Malling, Kent ME19 4TA UK

T: +44 (0)3000 123 000

E: research@cafonline.org

@CAF



Charities Aid Foundation



www.cafonline.org