

Índice

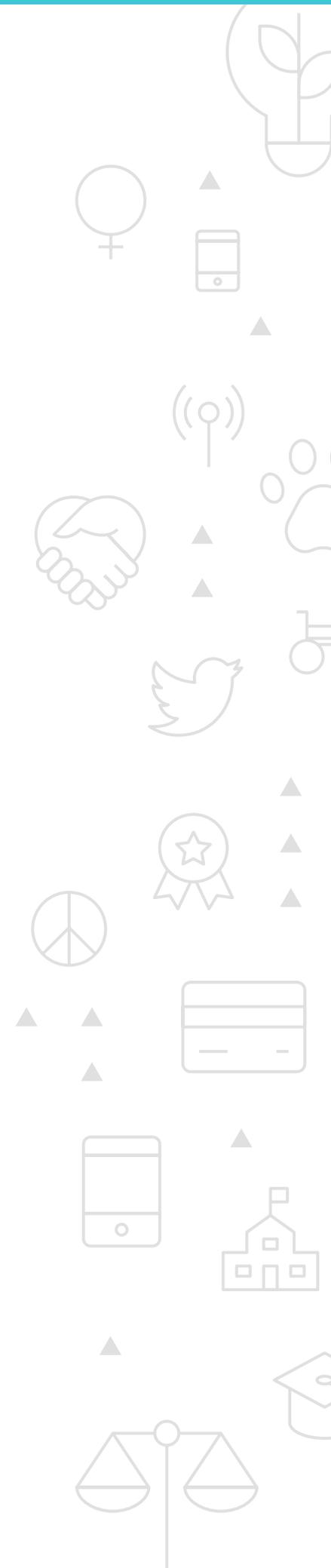
- 3** Sobre o relatório
- 5** Sobre os participantes da pesquisa

ONGs EM TODO O MUNDO

- 6** Comunicações pela internet e por e-mail
- 8** Angariação de fundos online
- 10** Mídia social
- 15** Tecnologia móvel
- 17** Gerenciamento de dados e segurança
- 19** Classificações da efetividade da tecnologia da ONG

FOLHAS DE DADOS

- 20** Tecnologia de ONGs na África
- 21** Tecnologia de ONGs na Ásia
- 22** Tecnologia de ONGs na Austrália e Oceania
- 23** Tecnologia de ONGs na Europa
- 24** Tecnologia de ONGs na América do Norte
- 25** Tecnologia de ONGs na América do Sul
- 26** Referências de tecnologia de ONGs para o sucesso



Sobre o relatório

5.352 ONGs · 164 PAÍSES · 6 CONTINENTES

O **Relatório Global de Tecnologia de ONGs (techreport.ngo)** é um projeto de pesquisa anual que busca obter um melhor entendimento de como organizações não governamentais (ONGs) usam a tecnologia. **Patrocinado pela Public Interest Registry e pesquisado pela Nonprofit Tech for Good**, o relatório resume como as ONGs usam a internet e as comunicações por e-mail, ferramentas de angariação de fundos online, mídia social, tecnologia móvel e gerenciamento de dados e software de segurança.

Agora na sua terceira edição, a meta principal do relatório deste ano é oferecer um conjunto atualizado de referências de tecnologia para ONGs em todo o mundo. No início do relatório, os dados da pesquisa recebem uma média global, mas devido a disparidades regionais no acesso à internet e infraestrutura, o relatório subsequentemente apresenta os dados da pesquisa por continente.

O Relatório Global de Tecnologia de ONGs é um relatório irmão do **Relatório Global de Tendências de Doação (givingreport.ngo)**. As descobertas de ambos os relatórios almejam ajudar ONGs a determinar se estão usando efetivamente a tecnologia para inspirar a filantropia e alcançar a sua missão e seus programas.

METODOLOGIA

O Relatório Global de Tecnologia de ONGs de 2018 é baseado em resultados da pesquisa de 5.352 ONGs em todo o mundo. A pesquisa foi promovida online de 1o de agosto de 2017 a 31 de outubro de 2017, e para alcançar um público global, a pesquisa foi publicada em árabe, inglês, francês, português e espanhol. Devido à metodologia usada, é importante observar que os resultados só representam as visões de participantes que (1) leem árabe, inglês, francês, português ou espanhol; (2) têm acesso à internet; e (3) usam e-mail e/ou mídias sociais. Cada ano, a medida que mais ONGs em todo o mundo participam da pesquisa, o relatório se torna mais preciso nas suas descobertas e útil para a comunidade de ONGs.

SOBRE A



Public Interest Registry

PIR.ORG

Sediada em Reston, Virgínia, a Public Interest Registry é uma organização sem fins lucrativos criada pela Internet Society em 2003 para gerenciar o domínio .ORG. Em 2015, a PIR lançou os domínios .NGO e .ONG para atender melhor ao setor de ONGs.

SOBRE A



Nonprofit Tech for Good

NPTECHFORGGOOD.COM

Com quase 100 mil visitantes por mês e mais de um milhão de seguidores nas redes sociais, a Nonprofit Tech for Good é uma angariadora de fundos online líder e blog de mídia social para profissionais sem fins lucrativos em todo o mundo.

NOSSO MODELO DE PARCERIA

O nosso modelo de parceria é simples e inovador: em troca da promoção da pesquisa para ONGs no seu país ou região, os nossos parceiros recebem os dados anônimos e um infográfico correspondente para o seu país. A maioria da pesquisa de tecnologia de ONGs é baseada em dados de ONGs localizadas em países desenvolvidos. Através das parcerias, podemos aumentar a participação de ONGs também localizadas em países em desenvolvimento e emergentes, portanto oferecendo um entendimento mais diverso e equilibrado de como as ONGs em todo o mundo usam a tecnologia.

PARCEIROS DE 2018



Sobre os participantes da pesquisa

CONTINENTES

América do Norte **46,7%**
Europa **19,2%**
África **16,8%**
Ásia **9,8%**
Austrália e Oceania **4,5%**
América do Sul **3%**

PAÍSES

Estados Unidos **37%**
Canadá **7,8%**
África do Sul **6,2%**
Reino Unido **4,5%**
Índia **4,3%**
Nigéria **4,1%**
Austrália **3,5%**
Espanha **2,7%**
Portugal **1,8%**
Brasil **1,3%**
Quênia **1,3%**
Suíça **1,3%**
Alemanha **1,2%**
Outros **23%**

TAMANHO*

Pequeno **55,9%**
Médio **33,9%**
Grande **10,2%**

CAUSAS

Crianças e jovens **14,2%**
Desenvolvimento comunitário **11,4%**
Educação e alfabetização **11,2%**
Saúde e bem-estar **9,8%**
Serviços humanos e sociais **9,2%**
Direitos humanos e civis **5,9%**
Ambiente e conservação **4,9%**
Mulheres e meninas **4,9%**
Desenvolvimento internacional e alívio **4%**
Pesquisa e política pública **3,9%**
Artes e cultura **3,8%**
Direitos dos deficientes **3,1%**
Fé e espiritualidade **3,1%**
Fome e sem teto **2,9%**
Animais e vida selvagem **2,5%**
Mídia pública e comunicações **2,5%**
Paz e não violência **1,7%**
Responsabilidade corporativa **1%**

TERMINOLOGIA

Organização sem fins lucrativos (OSFL) **43,4%**
Organização não governamental (ONG) **24,1%**
Instituição de caridade **9,3%**
Fundação **6,3%**
Organização de sociedade civil (OSC) **4,1%**
Associação membro **4,1%**
Organização religiosa **3,6%**
Instituição de educação superior **1,9%**
Outros **3,2%**

* NÃO HÁ PADRÃO INTERNACIONAL DO QUE DEFINE UMA ONG COMO PEQUENA, MÉDIA OU GRANDE. ENTÃO PERGUNTAMOS AOS PARTICIPANTES PARA AUTO-IDENTIFICAREM SUA ONG COMO PEQUENA, MÉDIA OU GRANDE.

Internet e comunicação por e-mail

DESCOBERTAS PRINCIPAIS

As ONGs começaram a sua transição de comunicações impressas para online no início dos anos 1990. Organizações como Anistia Internacional e a World Wildlife Fund lançaram seus primeiros sites em 1992, e logo depois começaram a experimentar o uso de e-mails como uma ferramenta de comunicação em massa e angariação de fundos. Na época, sites eram feitos usando HTML rudimentar, e e-mails de grupos eram enviados por cópia ou através de listas. Nas quase três décadas desde então, **a internet e as comunicações por e-mail se tornaram as ferramentas de comunicação mais poderosas online que as ONGs têm para inspirar a filantropia** e conscientizar sobre a sua missão e programas.

“Em 1985, os pioneiros da Rede Mundial de Computadores priorizaram a criação de um espaço na internet para organizações comprometidas com causas sociais. Nos 33 anos que se passaram, .org se tornou a extensão de domínio mais confiada do mundo.”

BRIAN CUTE, CEO, PUBLIC INTEREST REGISTRY

A base da internet e das comunicações por e-mail é a extensão de domínio .org que, de acordo com o Relatório de Tendências Globais em Doações, é a extensão de domínio mais confiada em todo o mundo. **Cada página publicada e e-mail enviado usando .org reforça a credibilidade da marca .org**, assim como a credibilidade dos 68% das ONGs, organizações sem fins lucrativos e instituições de caridade em todo o mundo que usam .org. Para os milhões de ONGs que se espera que entrem online pela primeira vez nas próximas décadas, seu primeiro passo para construir

uma marca online com credibilidade é decidir que nome e extensão de domínio usar para suas comunicações pela internet e por e-mail.

No início dos anos 2000, as ONGs começaram a atualizar os sistemas de gerenciamento de conteúdo (CMSs) para publicar sites. Lançado em 2003, o **Wordpress é um CMS agora usado por 44% das ONGs do mundo**. Durante este tempo, as ONGs também começaram a usar serviços de marketing por e-mail, como Constant Contact e MailChimp, e atualmente apenas 8% das ONGs continuam enviando atualizações de e-mail e chamadas de angariação de fundos aos seus doadores e apoiadores usando e-mail em cópia.

Hoje, **92% das ONGs no mundo possuem um site. Desses sites, 87% são compatíveis com dispositivos móveis**. Os primeiros sites e e-mails eram feitos para visualização em computadores desktop e laptops, mas hoje os sites e e-mails são feitos para uma base de usuários de internet global que é predominantemente móvel. Avanços no HTML e CSS deram início ao design responsivo nos anos 2010 e possibilitaram que ONGs mudassem facilmente para comunicações de internet e e-mail compatíveis com dispositivos móveis.

COMUNICAÇÕES PELA WEB E POR E-MAIL

BREVE RESUMO

92%

DAS ONGs NO MUNDO
POSSUEM UM SITE



38%

PUBLICAM REGULARMENTE
UM BLOG NO SITE*



87%

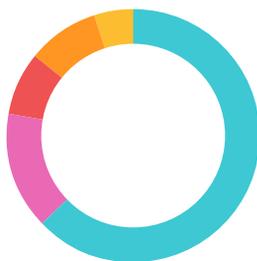
POSSUEM UM SITE E UM BLOG
COMPATÍVEIS COM DISPOSITIVOS MÓVEIS



COMO AS ONGs ENVIAM ATUALIZAÇÕES E PEDIDOS DE ARRECADAÇÃO DE FUNDOS POR E-MAIL

63%

DAS ONGs ENVIAM REGULARMENTE
ATUALIZAÇÕES E PEDIDOS DE
ARRECADAÇÃO DE FUNDOS POR
E-MAIL PARA DOADORES
E APOIADORES



63% SERVIÇO DE MARKETING POR E-MAIL

15% POR MEIO DE NOSSO CRM

8% USANDO CÓPIA OCULTA (CCO)

9% OUTRO

5% NÃO SABEM

NÚMERO MÉDIO DE ASSINANTES DE E-MAIL

7.357

ONGs DE PEQUENO PORTE

28.932

ONGs DE MÉDIO PORTE

63.048

ONGs DE GRANDE PORTE

DOMÍNIO USADO PARA COMUNICAÇÕES PELA WEB E POR E-MAIL



68% .ORG

10% CÓDIGOS DE PAÍSES**

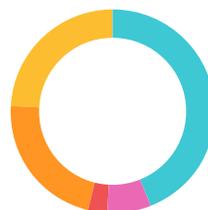
8% .COM

2% .NET

2% .NGO

10% OUTRO

CMS (SISTEMA DE GERENCIAMENTO DE CONTEÚDO) USADO PARA O SITE



44% WORDPRESS

7% DRUPAL

3% JOOMLA

22% NÃO SABEM

24% OUTRO CMS

Arrecadação de fundos on-line

DESCOBERTAS PRINCIPAIS

As ONGs que adotaram inicialmente e foram pioneiras nas comunicações por internet e e-mail também foram as primeiras organizações a abraçar os botões "Doe Agora". Paypal e Blackbaud lançaram suas primeiras ferramentas de angariação de fundos online em 1999 e os serviços de angariação de fundos como CanadaHelps, JustGiving e Network for Good chegaram em 2000 e 2001. Os custos de assinatura e as taxas de processamento de doações eram altos nos primeiros anos, assim como as expectativas da equipe de angariação de fundos, que esperavam que a tecnologia fosse gerar um novo fluxo de receita confiável para suas organizações.

As doações online cresceram em média 8% anualmente nos últimos cinco anos nos EUA. Excelentes práticas online—desde web design cuidadoso até gerenciamento ativo de mídias sociais—agora são fundamentais para um engajamento bem-sucedido do doador.

ASHLEY THOMPSON, DIRETORA GERENTE DO BLACKBAUD
INSTITUTE FOR PHILANTHROPIC IMPACT & 2018 PARTNER

Ao longo dos anos 2000, as ONGs experimentaram promover botões "Doe Agora" e páginas de doação online, e através de um processo de tentativa e erro, aprenderam uma estratégia vencedora que ainda funciona hoje. Especificamente, as ONGs que são bem-sucedidas na angariação de fundos online abraçaram uma estratégia de conteúdo de publicação regular de artigos de notícias e posts de blogs focados em histórias de esperança e empatia que incluem uma chamada proeminente que depois é compartilhada em atualizações de e-mail e chamadas de angariação de fundos. Publicar o mesmo conteúdo na mídia social

também inspira doações, mas a partir de 2018, o e-mail ainda é a ferramenta de angariação de fundos online mais poderosa.

Hoje, **72% das ONGs do mundo aceitam doações nos seus sites** e 63% enviam regularmente atualizações de e-mail e chamadas de angariação de fundos aos seus doadores e apoiadores. Cartões de crédito, PayPal e débito direto são as formas mais aceitas de pagamento, mas carteiras digitais e criptomoedas, como Bitcoin, provavelmente se tornarão mais amplamente aceitas nos próximos anos.

33% das ONGs utilizam um serviço de arrecadação de fundos ponto a ponto on-line À medida que os doadores cada vez mais preferem doar para campanhas de angariação de fundos online criadas por familiares e amigos, as ONGs que investiram os recursos necessários para experimentar a angariação de fundos de ponto a ponto continuarão coletando as recompensas financeiras por vários anos.

Os nossos dados deste ano também revelam que **47% das ONGs participam do #GivingTuesday**. À medida que a conscientização sobre #GivingTuesday se expande globalmente, o movimento #GivingTuesday continuará crescendo.

ARRECAÇÃO DE FUNDOS ON-LINE

BREVE RESUMO

72%

DAS ONGs AO REDOR DO MUNDO ACEITAM DOAÇÕES ON-LINE EM SEUS SITES



MÉTODOS DE PAGO ACEPTADOS

80% CARTÃO DE CRÉDITO

47% PAYPAL

40% DÉBITO DIRETO

3% CARTEIRA DIGITAL

1% BITCOIN

33%

DAS ONGs UTILIZAM UM SERVIÇO DE ARRECAÇÃO DE FUNDOS PONTO A PONTO ON-LINE



33%

DOS DOADORES AO REDOR DO MUNDO FIZERAM DOAÇÕES PARA UMA CAMPANHA DE ARRECAÇÃO DE FUNDOS PONTO A PONTO*

18%

DOS DOADORES AO REDOR DO MUNDO CRIARAM UMA CAMPANHA DE ARRECAÇÃO DE FUNDOS PONTO A PONTO NOS ÚLTIMOS 12 MESES*

47%

DAS ONGs AO REDOR DO MUNDO PARTICIPAM DO #DIADEDOAR



91%

DOS DOADORES CONCORDAM QUE ONGs EXPRESSAM GRATIDÃO EFICAZMENTE PELAS DOAÇÕES FEITAS*



É MAIS PROVÁVEL QUE DOADORES CONFIEM EM SITES E ENDEREÇOS DE E-MAIL QUE USEM*



7% .EDU

6% .NGO

É MENOS PROVÁVEL QUE DOADORES CONFIEM EM SITES E ENDEREÇOS DE E-MAIL QUE USEM*



13%
CÓDIGOS DE PAÍS**

Mídia social

DESCOBERTAS PRINCIPAIS

A ascensão das mídias sociais começou durante uma era da internet em que os tecnólogos cunharam a Web 2.0. Enquanto a Web 1.0 é definida pela experiência estática e não interativa indicativa dos anos 1990, a Web 2.0 é caracterizada por uma experiência dinâmica e interativa, como a condução de uma busca personalizada no Google ou a publicação de uma atualização de status no Facebook. **A Web 2.0 foi uma consequência da Web 1.0**, e a transição de conteúdo estático para dinâmico mudou fundamentalmente como as ONGs se comunicam com seus doadores e apoiadores.

“Levou uma década para as ONGs aprenderem como usar as redes sociais efetivamente para fortalecimento de marca e convencimento. A angariação de fundos tem sido um desafio, mas mudanças demográficas e percepções dos doadores indicam que as redes sociais estão no caminho para se tornarem ferramentas de angariação de fundos muito poderosas.”

HEATHER MANSFIELD, FUNDADORA DA NONPROFIT TECH FOR GOOD

As ONGs começaram a experimentar pela primeira vez as mídias sociais em torno de 2003, através dos blogs, inicialmente com o Blogger. Naquela época, **fazer um blog era uma mudança radical na estratégia de conteúdo e foi considerado arriscado para uma ONG se abrir para comentários públicos**. A ironia é que agora, 15 anos depois, as ONGs anseiam pelos comentários e engajamento nas mídias sociais, e hoje 38% das ONGs regularmente publicam um blog no seu site.

Ainda mais impactante para o setor de ONGs foi a ascensão das redes sociais. O Myspace foi lançado em 2003, o Facebook em 2004, o YouTube em 2005, e o Twitter em 2006. As ONGs que adotaram primeiro, como a Human Society e o Greepeace, começaram

a criar páginas no Myspace e canais no YouTube em 2005, depois grupos no Facebook em 2006, e perfis no Twitter vieram logo depois. O fato de que as redes sociais eram grátis impulsionou as ONGs em todo o mundo para abraçar a interação social e **a história não dá muito crédito ao papel que as ONGs têm na ascensão das redes sociais**. Na verdade, as ONGs que adotaram primeiro eram ativas em redes sociais muito antes de a ideia ter ocorrido às instituições governamentais e corporações.

Hoje, as redes sociais são uma parte integral da estratégia de comunicações e angariação de fundos das ONGs. 93% das ONGs em todo o mundo possuem uma página no Facebook, 77% têm um perfil no Twitter, 56% têm uma página no LinkedIn e 50% têm um perfil no Instagram. Ainda mais impressionante é que **71% das ONGs concordam que a mídia social é efetiva para angariação de fundos online** e 25% dos doadores dizem que a mídia social é a ferramenta de comunicação que mais lhes inspiram a doar.

FACEBOOK BREVE RESUMO

93%

DAS ONGs AO REDOR DO MUNDO
POSSUEM UMA PÁGINA NO FACEBOOK



30%

POSSUEM UM GRUPO DO FACEBOOK

COM QUE FREQUÊNCIA ONGs POSTAM EM SUAS
PÁGINAS NO FACEBOOK



25% UM POST POR DIA

23% UM POST A CADA DOIS DIAS

19% UM POST POR SEMANA

18% DOIS OU MAIS POSTS POR DIA

15% MENOS DE UM POST POR SEMANA

NÚMERO MÉDIO DE SEGUIDORES NO FACEBOOK

8.722

ONGs DE PEQUENO PORTE

32.092

ONGs DE MÉDIO PORTE

109.158

ONGs DE GRANDE PORTE

41%

DAS ONGs USARAM O FACEBOOK PARA
FAZER UMA LIVE DE UM EVENTO ESPECIAL OU
APRESENTAR O TRABALHO DA ORGANIZAÇÃO*



25%

DOS DOADORES DIZEM QUE REDES SOCIAIS
SÃO AS FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO
QUE MAIS LHE INSPIRAM A DOAR

62%

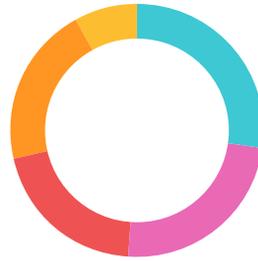
DESSES DOADORES DIZEM QUE O
FACEBOOK É A MAIS INSPIRADORA**



TWITTER BREVE RESUMO

COM QUE FREQUÊNCIA AS ONGs ENVIAM TWEETS

77%
DAS ONGs AO REDOR DO MUNDO
POSSUEM UM PERFIL NO TWITTER



24% DOIS A CINCO TWEETS POR DIA
21% MENOS DE UM TWEET POR SEMANA
18% UM TWEET POR DIA
18% UM TWEET A CADA DOIS DIAS
12% UM TWEET POR SEMANA
7% CINCO OU MAIS TWEETS POR DIA

NÚMERO MÉDIO DE SEGUIDORES NO TWITTER

4.241
ONGs DE PEQUENO PORTE

17.737
ONGs DE MÉDIO PORTE

39.496
ONGs DE GRANDE PORTE

17%
PARTICIPARAM DE OU ORGANIZARAM
UM TWEETCHAT*



34%
PAGARAM POR PUBLICIDADE EM
REDES SOCIAIS*



LINKEDIN BREVE RESUMO

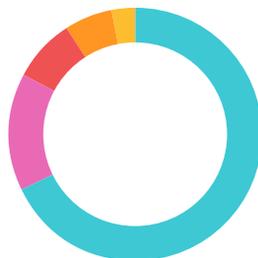
56%

DAS ONGs AO REDOR DO MUNDO
POSSUEM UMA PÁGINA NO LINKEDIN

17%

POSSUEM UM GRUPO NO LINKEDIN

COM QUE FREQUÊNCIA ONGs POSTAM EM SUAS
PÁGINAS NO LINKEDIN



68% MENOS DE UM POST POR SEMANA

15% UM POST POR SEMANA

8% UM POST A CADA DOIS DIAS

6% UM POST POR DIA

3% DOIS OU MAIS POSTS POR DIA

NÚMERO MÉDIO DE SEGUIDORES NO LINKEDIN

785

ONGs DE PEQUENO PORTE

2.837

ONGs DE MÉDIO PORTE

10.107

ONGs DE GRANDE PORTE

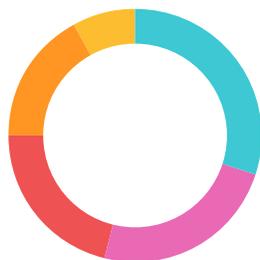
INSTAGRAM BREVE RESUMO

50%

DAS ONGs AO REDOR DO
MUNDO POSSUEM UM PERFIL
NO INSTAGRAM



COM QUE FREQUÊNCIA ONGs COMPARTILHAM EM
SEUS PERFIS NO INSTAGRAM



30% MENOS DE UM COMPARTILHAMENTO POR SEMANA

24% UM COMPARTILHAMENTO POR SEMANA

21% UM COMPARTILHAMENTO A CADA DOIS DIAS

17% UM COMPARTILHAMENTO POR DIA

8% DOIS OU MAIS COMPARTILHAMENTOS POR DIA

NÚMERO MÉDIO DE SEGUIDORES NO INSTAGRAM

1.837

ONGs DE PEQUENO PORTE

7.675

ONGs DE MÉDIO PORTE

19.365

ONGs DE GRANDE PORTE

REDES SOCIALES

32%

DAS ONGs AO REDOR DO MUNDO
POSSUEM UMA ESTRATÉGIA PARA
TEXTOS EM REDES SOCIAIS*



95%

CONCORDAM QUE REDES
SOCIAIS SÃO EFICAZES PARA
CONSCIENTIZAÇÃO ON-LINE
DA MARCA*

71%

CONCORDAM QUE REDES
SOCIAIS SÃO EFICAZES PARA
ARRECAÇÃO DE FUNDOS
ON-LINE*

REDES SOCIAIS USADAS POR ONGs



93% PÁGINA NO FACEBOOK

77% PERFIL NO TWITTER

57% CANAL NO YOUTUBE

56% PÁGINA NO LINKEDIN

50% PERFIL NO INSTAGRAM

30% GRUPO NO FACEBOOK

20% PÁGINA NO GOOGLE+

17% GRUPO NO LINKEDIN

13% PERFIL NO PINTEREST

9% CANAL NO VIMEO

8% PERFIL NO FLICKR

3% BLOG NO TUMBLR

1% PERFIL NO REDDIT

80%

CONCORDAM QUE REDES SOCIAIS SÃO
EFICAZES PARA RECRUTAMENTO DE
VOLUNTÁRIOS*



78%

CONCORDAM QUE REDES SOCIAIS SÃO
EFICAZES PARA RECRUTAMENTO DE
PARTICIPANTES DE EVENTOS*



Tecnologia móvel

DESCOBERTAS PRINCIPAIS

O lançamento do primeiro Apple iPhone em 2007 introduziu uma nova era nas comunicações das ONGs e na angariação de fundos. O design inovador do iPhone e a tecnologia exclusiva da tela de toque fizeram dele um líder de vendas instantaneamente, e hoje o iPhone permanece como o smartphone mais vendido em todo o mundo. Até 2009, **as ONGs que adotaram primeiro estavam lançando seus próprios aplicativos de iPhone**, que consistiam de um feed RSS do seu blog e um link para a página de doação do seu site. Com falta de criatividade, a primeira geração de aplicativos móveis desenvolvida pelas ONGs para iPhones e smartphones com Android, como Samsung Galaxy,

falhou miseravelmente e, até hoje, desenvolver um aplicativo em que doadores e apoiadores toquem para abrir mais de uma vez é um desafio.

No início dos anos 2010, o setor de ONGs também estava experimentando o uso de SMS em lote para distribuir atualizações de notícias urgentes e chamadas de ação. **O devastador terremoto que atingiu o Haiti em 2010 depois deu surgimento à tecnologia de texto para doação.** Nos anos seguintes, as ONGs estavam ansiosas por experimentar campanhas de SMS e de texto para doação, mas até 2014 a maioria das ONGs estava perdendo o interesse. Como a primeira geração de aplicativos móveis desenvolvidos pelas ONGs,

as primeiras campanhas de SMS e texto para doação falharam por que as ONGs não tinham uma estratégia móvel abrangente. Nos aplicativos móveis e nas mensagens de texto, as ONGs estavam criando links para páginas na internet e de doação que não eram compatíveis com dispositivos móveis, portanto inefetivas. Atualmente, **apenas 15% das ONGs ao redor do mundo enviam regularmente mensagens de texto para doadores e apoiadores.** No futuro, será interessante ver se a inovação na tecnologia de SMS e texto para doação pode renovar o interesse do setor de ONGs no lançamento de campanhas de SMS e texto para doação.

Hoje, os principais aplicativos móveis do mundo são redes sociais e aplicativos de mensagens, ou seja, WhatsApp, Facebook, Messenger e Instagram - todos de propriedade do Facebook, Inc. O aplicativo de mensagens Snapchat é popular na América do Norte, o Viber é na Europa, e o LINE na Ásia. Sem dúvida, aplicativos de mensagem e pagamentos de mensagens são as próximas fronteiras nas comunicações móveis e angariação de fundos. A partir de agora, **18% das ONGs usam aplicativos de mensagens para se comunicar com apoiadores e doadores**, mas esse número provavelmente vai crescer dramaticamente nos próximos anos.

O WhatsApp transformou como as ONGs se comunicam na Nigéria. Mais baratos que SMS, as ONGs estão criando grupos de WhatsApp para o engajamento e compartilhamento de informações. Através da África, o WhatsApp está iniciando uma segunda onda na revolução móvel.

OYEBISI BABATUNDE OLUSEYI, DIRETOR EXECUTIVO, NIGERIA NETWORK OF NGOs & 2018 PARTNER

TECNOLOGIA MÓVEL BREVE RESUMO

18%
USAM APLICATIVOS DE MENSAGENS
PARA SE COMUNICAR COM
APOIADORES E DOADORES



APLICATIVOS DE MENSAGENS USADOS POR ONGs

64% WHATSAPP

58% FACEBOOK MESSENGER

4% SNAPCHAT

4% VIBER

3% WECHAT

2% LINE

2% SIGNAL

NÚMERO MÉDIO DE SEGUIDORES NO WHATSAPP

559

ONGs DE PEQUENO PORTE

1.329

ONGs DE MÉDIO PORTE

3.608

ONGs DE GRANDE PORTE

15%

DAS ONGs AO REDOR DO MUNDO ENVIAM
REGULARMENTE MENSAGENS DE TEXTO PARA
DOADORES E APOIADORES



43%

DESSAS ONGs UTILIZAM UM SERVIÇO DE
DOAÇÃO POR MENSAGEM DE TEXTO PARA
ARRECADAÇÃO DE FUNDOS VIA SMS



NÚMERO MÉDIO DE ASSINANTES DE SMS

2.284

ONGs DE PEQUENO PORTE

17.076

ONGs DE MÉDIO PORTE

22.299

ONGs DE GRANDE PORTE

Gerenciamento e segurança de dados

DESCOBERTAS PRINCIPAIS

As ONGs em todo o mundo estão em extrema necessidade de modernização na forma como gerenciam e protegem os dados das suas organizações. O processo desatualizado de gerenciar as informações de contato dos doadores e as transações através de Excel e software Gerente de Relacionamento com Clientes (CRM) legado está atrasando as ONGs e sua capacidade de serem organizações eficientes e orientadas aos dados. É um desafio atualizar a tecnologia da informação (TI) das organizações, mas numa era com crescentes ameaças de cibersegurança, um melhor gerenciamento de dados e segurança é imperativo.

A migração dos dados de uma ONG para a nuvem pode ser assustador, mas os potenciais benefícios de menores custos, melhor segurança e a capacidade de acessar os dados remotamente são tão valiosos que procrastinar sobre a decisão faz pouco sentido.

MARCUS HARVEY, CONSULTOR E GERENTE DE SERVIÇOS DE TI,
INFOXCHANGE & 2018 PARTNER

A boa notícia é que os sistemas de TI disponíveis para as ONGs hoje são significativamente melhorados quando comparados a uma década atrás. Muitos CRMs agora podem ser perfeitamente integrados com software de gerenciamento de eventos e angariação de fundos online, assim como serviços de marketing de e-mail e para propósitos de segurança, o software CRM está se mudando para a nuvem. Em terminologia simples, **a computação em nuvem significa dar suporte e acesso a dados e software na internet, em vez de no disco rígido de um computador.** Hoje, 45% das ONGs usam um software CRM para rastrear doações e gerenciar comunicações com doadores e apoiadores. Dessas, 64% usam um software CRM baseado na nuvem.

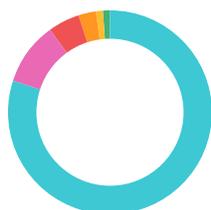
As ONGs também estão começando a usar a tecnologia de criptografia para proteger os seus dados CRM, arquivos digitais e comunicações. Para acessar dados, arquivos, e-mails, textos ou mensagens criptografados, é necessário inserir uma chave secreta ou senha e, de acordo com os dados deste ano, **41% das ONGs usam tecnologia de criptografia para proteger os seus dados e comunicações.**

Finalmente, os dados deste ano revelaram que sistemas operacionais as ONGs usam na sua computação do dia a dia. **80% das ONGs do mundo usam o Microsoft Windows para computadores de mesa e laptops**, enquanto que apenas 8% usam o Windows Phone. Em relação a smartphones e tablets, o Google Android ultrapassa o Apple iOS. Para muitas ONGs, o hardware da Apple é caro demais, e até que isso mude, o Microsoft Windows e o Google Android continuarão liderando no setor das ONGs.

GERENCIAMENTO E SEGURANÇA DE DADOS

BREVE RESUMO

SISTEMA OPERACIONAL USADO POR ONGs EM DESKTOPS E LAPTOPS



80% MICROSOFT WINDOWS

10% APPLE macOS

5% CHROME OS

3% LINUX OS

1% NÃO SABE

1% OUTRO

SISTEMA OPERACIONAL USADO POR ONGs EM SMARTPHONES E TABLETS



38% GOOGLE ANDROID

34% APPLE iOS

8% WINDOWS PHONE

18% NÃO SABE

2% OUTRO

45%

USAM UM SOFTWARE DE CRM (GESTÃO DE RELACIONAMENTOS COM CLIENTES) PARA RASTREAR DOAÇÕES E GERENCIAR AS COMUNICAÇÕES COM APOIADORES E DOADORES



64%

USAM UM SOFTWARE DE CRM NA NUVEM



POR QUE ONGs USAM TECNOLOGIA DE CRIPTOGRAFIA

41%

USAM TECNOLOGIA DE CRIPTOGRAFIA PARA PROTEGER DADOS E COMUNICAÇÕES



32% PARA PROTEGER INFORMAÇÕES DA ORGANIZAÇÃO

29% PARA PROTEGER INFORMAÇÕES DE DOADORES

23% PARA PROTEGER A PRIVACIDADE DE COMUNICAÇÕES POR E-MAIL

13% PARA PROTEGER A PRIVACIDADE DE COMUNICAÇÕES MÓVEIS

Classificações da efetividade

DA TECNOLOGIA DA ONG

5.352 ONGs · 164 PAÍSES · 6 CONTINENTES

Quais são as ferramentas de comunicação e angariação de fundos mais efetivas para ONGs? Pediu-se aos participantes da pesquisa para classificarem as ferramentas listadas abaixo como (1) Muito efetiva; (2) Um pouco efetiva; (3) Não muito efetiva; ou (4) Não efetiva. As respostas deles forneceram percepções valiosas sobre que ferramentas as ONGs deveriam priorizar nas suas comunicações e estratégia de angariação de fundos.

	MUITO EFETIVA	UM POUCO EFETIVA	NÃO MUITO EFETIVA	NÃO EFETIVA
SITE	34%	47%	15%	4%
ATUALIZAÇÕES DE E-MAIL	32%	50%	14%	4%
CHAMADOS DE ANGARIAÇÃO DE FUNDOS POR E-MAIL	21%	43%	26%	10%
MENSAGENS DE TEXTO	11%	21%	31%	37%
TEXTO PARA DAR	7%	20%	31%	42%
ARRECADAÇÃO DE FUNDOS PONTO A PONTO	23%	33%	21%	23%
MÍDIA SOCIAL	33%	45%	17%	5%
APLICATIVOS DE MENSAGENS	10%	25%	29%	36%
VÍDEO	32%	40%	16%	12%
ANÚNCIOS DE MOTOR DE BUSCA	15%	34%	28%	24%
ANÚNCIOS DE MÍDIA SOCIAL	20%	41%	22%	17%
NEWSLETTERS IMPRESSAS	16%	38%	25%	21%
CHAMADOS DE ANGARIAÇÃO DE FUNDOS IMPRESSOS	24%	36%	21%	19%
RELATÓRIOS ANUAIS IMPRESSOS	20%	42%	25%	12%

FOLHA DE DADOS

Tecnologia de ONGs na África

898 ONGs • 45 PAÍSES

74% das ONGs na África possuem um site. Desses sites, **87%** são compatíveis com dispositivos móveis.

67% usam o domínio .ORG. **11%** usam .COM. **7%** usam códigos de país. **2%** usam .NET. **1%** usa .NGO. **12%** usam outros domínios.

41% usam o WordPress como o Sistema de gerenciamento de conteúdo de seus sites. **4%** usam Joomla. **2%** usam Drupal. **17%** usam outro CMS e **36%** não sabem.

55% das ONGs na África aceitam doações on-line em seus sites. Desses sites, **65%** aceitam pagamentos por débito direto. **50%** aceitam pagamentos com cartão de crédito. **35%** aceitam PayPal. **4%** aceitam pagamentos por carteira digital. **1%** aceita Bitcoin.

31% usam um serviço de arrecadação de fundos ponto a ponto on-line.

17% participam do #diadedoar.

55% das ONGs na África enviam regularmente atualizações e pedidos de arrecadação de fundos por e-mail para apoiadores e doadores. Dessas, **45%** usam um serviço de marketing por e-mail. **22%** enviam e-mails usando Cópia oculta (Cco). **8%** enviam e-mails usando seu CRM. **18%** enviam e-mails usando outro método e **7%** não sabem.

34% enviam regularmente mensagens de texto para apoiadores e doadores. Dessas, **38%** também utilizam um serviço de doação por mensagem de texto para arrecadação de fundos via SMS.

85% das ONGs na África possuem uma Página no Facebook e **29%** têm um Grupo no Facebook. **62%** possuem um Perfil no Twitter. **39%** possuem uma Página no LinkedIn e **20%** têm um Grupo no LinkedIn. **30%** possuem um Perfil no Instagram. Outras redes sociais usadas: **38%** YouTube, **21%** Google+, **5%** Pinterest, **3%** Vimeo, **2%** Flickr e **1%** Tumblr.

34% usam aplicativos de mensagens para se comunicar com apoiadores e doadores. Dessas, **87%** usam WhatsApp. **52%** usam Facebook Messenger. **4%** usam Viber. **3%** usam LINE e WeChat. **1%** usa Snapchat.

85% das ONGs na África usam o Microsoft Windows como sistema operacional em computadores desktop e laptops. **6%** usam Google Chrome OS. **4%** usam Apple macOS. **1%** usa outro sistema operacional e **4%** não sabem.

66% usam o Google Android como sistema operacional em smartphones e tablets. **14%** usam Windows Phone. **8%** usam Apple iOS. **2%** usam outro sistema operacional e **10%** não sabem.

15% usam um software de CRM (Gerenciamento de relacionamentos com clientes) para rastrear doações e gerenciar comunicações com apoiadores e doadores. Dessas, **67%** usam um CRM com base na nuvem.

33% usam tecnologia de criptografia para proteger dados e comunicações. Dessas, **25%** para proteger informações da organização. **19%** para proteger a privacidade de comunicações por e-mail. **15%** para proteger informações de doadores. **11%** para proteger a privacidade de comunicações móveis.



SOBRE AS ONGs

49% se definem como pequenas ONGs. 38% como médias. 13% como grandes. **5 principais países:** África do Sul (37%), Nigéria (24%), Quênia (8%), Uganda (5%) e Tanzânia (3%). **5 principais causas:** crianças e jovens (20%), desenvolvimento comunitário (18%), educação (10%), saúde e bem-estar (9%) e mulheres e meninas (9%). 44% se definem como ONGs. 35% como organizações sem fins lucrativos. 8% como CSO. 4% como fundações. 3% como instituições de caridade.

FOLHA DE DADOS

Tecnologia de ONGs na **Ásia**

527 ONGs • 39 PAÍSES

81% das ONGs na Ásia possuem um site. Desses sites, **86%** são compatíveis com dispositivos móveis.

63% usam o domínio .ORG. **10%** usam .COM. **10%** usam códigos de país. **6%** usam .NGO. **2%** usam .NET. **9%** usam outros domínios.

42% usam o WordPress como o Sistema de gerenciamento de conteúdo de seus sites. **4%** usam Drupal. **3%** usam Joomla. **16%** usam outro CMS e **35%** não sabem.

56% das ONGs na Ásia aceitam doações on-line em seus sites. Desses sites, **65%** aceitam pagamentos com cartão de crédito. **61%** aceitam pagamentos por débito direto. **36%** aceitam PayPal. **11%** aceitam pagamentos por carteira digital. **3%** aceitam Bitcoin.

39% usam um serviço de arrecadação de fundos ponto a ponto on-line.

30% participam do #diadedoar.

55% das ONGs na Ásia enviam regularmente atualizações e pedidos de arrecadação de fundos por e-mail para apoiadores e doadores. Dessas, **48%** usam um serviço de marketing por e-mail. **20%** enviam e-mails usando Cópia oculta (Cco). **11%** enviam e-mails usando seu CRM. **13%** enviam e-mails usando outro método e **8%** não sabem.

28% enviam regularmente mensagens de texto para apoiadores e doadores. Dessas, **49%** também utilizam um serviço de doação por mensagem de texto para arrecadação de fundos via SMS.

86% das ONGs na Ásia possuem uma Página no Facebook e **46%** têm um Grupo no Facebook. **62%** possuem um Perfil no Twitter. **47%** possuem uma Página no LinkedIn e **24%** têm um Grupo no LinkedIn. **39%** possuem um Perfil no Instagram. Outras redes sociais usadas: **49%** YouTube, **31%** Google+, **6%** Pinterest, **5%** Flickr, **4%** Vimeo e Tumblr, **3%** VK e **1%** Reddit.

35% usam aplicativos de mensagens para se comunicar com apoiadores e doadores. Dessas, **69%** usam WhatsApp. **52%** usam Facebook Messenger. **9%** usam Viber. **5%** usam Snapchat. **4%** usam LINE. **3%** usam Signal e Snapchat.

84% das ONGs na Ásia usam o Microsoft Windows como sistema operacional em computadores desktop e laptops. **6%** usam Apple macOS. **4%** usam Google Chrome OS. **2%** usam Linux OS. **1%** usa outro sistema operacional e **3%** não sabem.

62% usam o Google Android como sistema operacional em smartphones e tablets. **16%** usam Apple iOS. **13%** usam Windows Phone. **1%** usa outro sistema operacional e **8%** não sabem.

23% usam um software de CRM (Gerenciamento de relacionamentos com clientes) para rastrear doações e gerenciar comunicações com apoiadores e doadores. Dessas, **67%** usam um CRM com base na nuvem.

37% usam tecnologia de criptografia para proteger dados e comunicações. Dessas, **27%** usam tecnologia de criptografia para proteger informações da organização. **20%** para proteger a privacidade de comunicações por e-mail. **19%** para proteger informações de doadores. **14%** para proteger a privacidade de comunicações móveis.



SOBRE AS ONGs

50% se definem como pequenas ONGs. 38% como médias. 12% como grandes. **5 principais países:** Índia (44%), Paquistão (7%), Filipinas (6%), Bangladesh (3%) e Arábia Saudita (3%). **5 principais causas:** desenvolvimento comunitário (17%), crianças e jovens (16%), educação (14%), saúde e bem-estar (8%) e mulheres e meninas (7%). 51% se definem como ONGs. 22% como organizações sem fins lucrativos. 8% como fundações. 7% como CSO. 4% como instituições de caridade.

FOLHA DE DADOS

Tecnologia de ONGs na Austrália e Oceania

238 ONGs • 5 PAÍSES

99% das ONGs na Austrália e Oceania possuem um site. Desses sites, **86%** são compatíveis com dispositivos móveis.

55% usam o domínio .ORG. **11%** usam .COM. **9%** usam códigos de país. **2%** usam .NGO. **1%** usa .NET. **22%** usam outros domínios.

32% usam o WordPress como o Sistema de gerenciamento de conteúdo de seus sites. **4%** usam Drupal e Joomla. **36%** usam outro CMS e **24%** não sabem.

70% das ONGs na Austrália e Oceania aceitam doações on-line em seus sites. Desses sites, **84%** aceitam pagamentos com cartão de crédito. **45%** aceitam pagamentos por débito direto. **40%** aceitam PayPal. **2%** aceitam pagamentos por carteira digital. **1%** aceita Bitcoin.

46% usam um serviço de arrecadação de fundos ponto a ponto on-line.

11% participam do #diadedoar.

65% das ONGs na Austrália e Oceania enviam regularmente atualizações e pedidos de arrecadação de fundos por e-mail para apoiadores e doadores. Dessas, **62%** usam um serviço de marketing por e-mail. **24%** enviam e-mails usando seu CRM. **6%** enviam e-mails usando Cópia oculta (Cco). **4%** enviam e-mails usando outro método e **4%** não sabem.

13% enviam regularmente mensagens de texto para apoiadores e doadores. Dessas, **38%** também utilizam um serviço de doação por mensagem de texto para arrecadação de fundos via SMS.

94% das ONGs na Austrália e Oceania possuem uma Página no Facebook e **31%** têm um Grupo no Facebook. **73%** possuem um Perfil no Twitter. **57%** possuem uma Página no LinkedIn e **12%** têm um Grupo no LinkedIn. **49%** possuem um Perfil no Instagram. Outras redes sociais usadas: **54%** YouTube, **14%** Google+, **11%** Vimeo, **8%** Pinterest, **4%** Flickr e **1%** Tumblr.

8% usam aplicativos de mensagens para se comunicar com apoiadores e doadores. Dessas, **88%** usam o Facebook Messenger. **12%** usam WhatsApp. **6%** usam WeChat.

83% das ONGs na Austrália e Oceania usam o Microsoft Windows como sistema operacional em computadores desktop e laptops. **13%** usam Apple macOS. **1%** usam Google Chrome OS. **1%** usa outro sistema operacional e **2%** não sabem.

45% usam o Apple iOS como sistema operacional em smartphones e tablets. **21%** usam Google Android. **12%** usam Windows Phone. **4%** usam outro sistema operacional e **18%** não sabem.

57% usam um software de CRM (Gerenciamento de relacionamentos com clientes) para rastrear doações e gerenciar comunicações com apoiadores e doadores. Dessas, **58%** usam um CRM com base na nuvem.

38% usam tecnologia de criptografia para proteger dados e comunicações. Dessas, **32%** para proteger informações da organização. **25%** para proteger informações de doadores. **21%** para proteger a privacidade de comunicações por e-mail. **11%** para proteger a privacidade de comunicações móveis.



SOBRE AS ONGs

56% se definem como pequenas ONGs. 36% como médias. 8% como grandes. **5 principais países:** Austrália (79%), Nova Zelândia (17%), Guam (2%), Ilhas Cook (1%) e Fiji (1%). **5 principais causas:** saúde e bem-estar (16%), crianças e jovens (14%), serviços humanos e sociais (14%), desenvolvimento comunitário (11%) e educação (8%). 45% se definem como ONGs. 24% como instituições de caridade. 14% como organizações sem fins lucrativos. 6% como fundações. 6% como associações de membros.

FOLHA DE DADOS

Tecnologia de ONGs na Europa

1.021 ONGs • 41 PAÍSES

97% das ONGs na Europa possuem um site. Desses sites, **86%** são compatíveis com dispositivos móveis.

53% usam o domínio .ORG. **21%** usam códigos de país. **6%** usam .COM. **2%** usam .NET e .NGO. **1%** usa .NGO. **15%** usam outros domínios.

37% usam o WordPress como o Sistema de gerenciamento de conteúdo de seus sites. **12%** usam Drupal. **4%** usam Joomla. **29%** usam outro CMS e **18%** não sabem.

59% das ONGs na Europa aceitam doações on-line em seus sites. Desses sites, **74%** aceitam pagamentos com cartão de crédito. **59%** aceitam PayPal. **57%** aceitam pagamentos por débito direto. **5%** aceitam pagamentos por carteira digital. **1%** aceita Bitcoin.

35% usam um serviço de arrecadação de fundos ponto a ponto on-line.

26% participam do #diadedoar.

57% das ONGs na Europa enviam regularmente atualizações e pedidos de arrecadação de fundos por e-mail para apoiadores e doadores. Dessas, **59%** usam um serviço de marketing por e-mail. **16%** enviam e-mails usando seu CRM. **8%** enviam e-mails usando Cópia oculta (Cco). **9%** enviam e-mails usando outro método e **8%** não sabem.

11% enviam regularmente mensagens de texto para apoiadores e doadores. Dessas, **50%** também utilizam um serviço de doação por mensagem de texto para arrecadação de fundos via SMS.

94% das ONGs na Europa possuem uma Página no Facebook e **30%** têm um Grupo no Facebook. **80%** possuem um Perfil no Twitter. **58%** possuem uma Página no LinkedIn e **18%** têm um Grupo no LinkedIn. **45%** possuem um Perfil no Instagram. Outras redes sociais usadas: **64%** YouTube, **23%** Google+, **11%** Flickr e Vimeo, **10%** Pinterest, **2%** Tumblr, **1%** Reddit e **1%** Weibo.

17% usam aplicativos de mensagens para se comunicar com apoiadores e doadores. Dessas, **65%** usam WhatsApp. **57%** usam Facebook Messenger. **3%** usam Snapchat, Viber e WeChat. **2%** usam LINE e Signal.

83% das ONGs na Europa usam o Microsoft Windows como sistema operacional em computadores desktop e laptops. **9%** usam Apple macOS. **2%** usam Google Chrome OS e Linux OS. **1%** usa outro sistema operacional e **3%** não sabem.

47% usam o Google Android como sistema operacional em smartphones e tablets. **25%** usam Apple iOS. **8%** usam Windows Phone. **1%** usa outro sistema operacional e **19%** não sabem.

39% usam um software de CRM (Gerenciamento de relacionamentos com clientes) para rastrear doações e gerenciar comunicações com apoiadores e doadores. Dessas, **57%** usam um CRM com base na nuvem.

40% usam tecnologia de criptografia para proteger dados e comunicações. Dessas, **31%** para proteger informações da organização. **26%** para proteger informações de doadores. **23%** para proteger a privacidade de comunicações por e-mail. **11%** para proteger a privacidade de comunicações móveis.



SOBRE AS ONGs

55% se definem como pequenas ONGs. 33% como médias. 12% como grandes. **5 principais países:** Reino Unido (24%), Espanha (14%), Portugal (9%), Suíça (7%) e Alemanha (6%). **5 principais causas:** crianças e jovens (13%), desenvolvimento comunitário (10%), educação (10%), desenvolvimento internacional e alívio (10%) e saúde e bem-estar (9%). 31% se definem como ONGs. 21% como organizações sem fins lucrativos. 18% como instituições de caridade. 10% como fundações. 8% como associações de membros.

FOLHA DE DADOS

Tecnologia de ONGs na América do Norte

2.508 ONGs • 22 PAÍSES

98% das ONGs na América do Norte possuem um site. Desses sites, **88%** são compatíveis com dispositivos móveis.

77% usam o domínio .ORG. **8%** usam .COM. **6%** usam códigos de país. **2%** usam .NET. **1%** usa .NGO. **6%** usam outros domínios.

47% usam o WordPress como o Sistema de gerenciamento de conteúdo de seus sites. **6%** usam Drupal. **2%** usam Joomla. **26%** usam outro CMS e **19%** não sabem.

86% das ONGs na América do Norte aceitam doações on-line em seus sites. Desses sites, **88%** aceitam pagamentos com cartão de crédito. **47%** aceitam PayPal. **28%** aceitam pagamentos por débito direto. **2%** aceitam pagamentos por carteira digital.

31% usam um serviço de arrecadação de fundos ponto a ponto on-line.

62% participam do #diadedoar.

71% das ONGs na América do Norte enviam regularmente atualizações e pedidos de arrecadação de fundos por e-mail para apoiadores e doadores. Dessas, **71%** usam um serviço de marketing por e-mail. **16%** enviam e-mails usando seu CRM. **3%** enviam e-mails usando Cópia oculta (Cco). **6%** enviam e-mails usando outro método e **4%** não sabem.

7% enviam regularmente mensagens de texto para apoiadores e doadores. Dessas, **44%** também utilizam um serviço de doação por mensagem de texto para arrecadação de fundos via SMS.

97% das ONGs na América do Norte possuem uma Página no Facebook e **28%** têm um Grupo no Facebook. **85%** possuem um Perfil no Twitter. **63%** possuem uma Página no LinkedIn e **16%** têm um Grupo no LinkedIn. **61%** possuem um Perfil no Instagram. Outras redes sociais usadas: **61%** YouTube, **18%** Pinterest, **17%** Google+, **12%** Vimeo, **10%** Flickr, **4%** Tumblr e **1%** Reddit.

10% usam aplicativos de mensagens para se comunicar com apoiadores e doadores. Dessas, **68%** usam o Facebook Messenger. **32%** usam WhatsApp. **10%** usam Snapchat. **3%** usam WeChat. **2%** usam LINE, Signal e Viber. **1%** usa Kik.

77% das ONGs na América do Norte usam o Microsoft Windows como sistema operacional em computadores desktop e laptops. **14%** usam Apple macOS. **5%** usam Google Chrome OS. **1%** usa outro sistema operacional e **3%** não sabem.

49% usam o Apple iOS como sistema operacional em smartphones e tablets. **20%** usam Google Android. **6%** usam Windows Phone. **3%** usam outro sistema operacional e **22%** não sabem.

61% usam um software de CRM (Gerenciamento de relacionamentos com clientes) para rastrear doações e gerenciar comunicações com apoiadores e doadores. Dessas, **65%** usam um CRM com base na nuvem.

46% usam tecnologia de criptografia para proteger dados e comunicações. Dessas, **38%** para proteger informações de doadores. **37%** Para proteger informações da organização. **26%** para proteger a privacidade de comunicações por e-mail. **16%** para proteger a privacidade de comunicações móveis.



SOBRE AS ONGs

60% se definem como pequenas ONGs. 31% como médias. 9% como grandes. **5 principais países:** Estados Unidos (79%), Canadá (16%), México (2%), Costa Rica (1%) e Guatemala (1%). **5 principais causas:** serviços humanos e sociais (13%), crianças e jovens (12%), educação (12%), saúde e bem-estar (11%) e desenvolvimento comunitário (8%). 62% se definem como organizações sem fins lucrativos. 8% como ONGs. 8% como instituições de caridade. 6% como fundações. 5% como organizações religiosas.

FOLHA DE DADOS

Tecnologia de ONGs na América do Sul

160 ONGs • 12 PAÍSES

88% das ONGs na América do Sul possuem um site. Desses sites, **87%** são compatíveis com dispositivos móveis.

78% usam o domínio .ORG. **5%** usam .COM. **4%** usam códigos de país. **2%** usa .NGO. **11%** usam outros domínios.

57% usam o WordPress como o Sistema de gerenciamento de conteúdo de seus sites. **3%** usam Drupal e Joomla. **15%** usam outro CMS e **22%** não sabem.

56% das ONGs na América do Sul aceitam doações on-line em seus sites. Desses sites, **76%** aceitam pagamentos com cartão de crédito. **49%** aceitam pagamentos por débito direto. **35%** aceitam PayPal. **4%** aceitam pagamentos por carteira digital. **4%** aceitam Bitcoin.

28% usam um serviço de arrecadação de fundos ponto a ponto on-line.

41% participam do #diadedoar.

45% das ONGs na América do Sul enviam regularmente atualizações e pedidos de arrecadação de fundos por e-mail para apoiadores e doadores. Dessas, **56%** usam um serviço de marketing por e-mail. **16%** enviam e-mails usando seu CRM. **13%** enviam e-mails usando Cópia oculta (Cco). **11%** enviam e-mails usando outro método e **4%** não sabem.

13% enviam regularmente mensagens de texto para apoiadores e doadores. Dessas, **28%** também utilizam um serviço de doação por mensagem de texto para arrecadação de fundos via SMS.

98% das ONGs na América do Sul possuem uma Página no Facebook e **34%** têm um Grupo no Facebook. **71%** possuem um Perfil no Twitter. **55%** possuem um Perfil no Instagram. **41%** possuem uma Página no LinkedIn e **5%** têm um Grupo no LinkedIn. Outras redes sociais usadas: **72%** YouTube, **22%** Google+, **11%** Flickr, **6%** Pinterest e Vimeo, **3%** Tumblr e **1%** Reddit.

40% usam aplicativos de mensagens para se comunicar com apoiadores e doadores. Dessas, **90%** usam WhatsApp. **56%** usam Facebook Messenger. **4%** usam Signal e Snapchat. **2%** usam Viber e WeChat.

78% das ONGs na América do Sul usam o Microsoft Windows como sistema operacional em computadores desktop e laptops. **11%** usam Google Chrome OS. **4%** usam Apple macOS e Linux OS. **1%** usa outro sistema operacional e **2%** não sabem.

78% usam o Google Android como sistema operacional em smartphones e tablets. **8%** usam Apple iOS. **5%** usam Windows Phone. **9%** não sabem.

28% usam um software de CRM (Gerenciamento de relacionamentos com clientes) para rastrear doações e gerenciar comunicações com apoiadores e doadores. Dessas, **78%** usam um CRM com base na nuvem.

31% usam tecnologia de criptografia para proteger dados e comunicações. Dessas, **23%** para proteger informações da organização. **19%** para proteger informações de doadores. **11%** para proteger a privacidade de comunicações por e-mail. **7%** para proteger a privacidade de comunicações móveis.



SOBRE AS ONGs

56% se definem como pequenas ONGs. 31% como médias. 13% como grandes. **5 principais países:** Brasil (44%), Argentina (13%), Colômbia (11%), Trinidad e Tobago (7%) e Chile (6%). **5 principais causas:** crianças e jovens (18%), desenvolvimento comunitário (12%), educação (12%), direitos humanos e civis (9%) e ambiente (8%). 34% se definem como ONGs. 20% como organizações sem fins lucrativos. 19% como CSO. 12% como fundações. 6% como associações de membros.

Referências de tecnologia

DE ONGs PARA O SUCESSO

5.352 ONGs · 164 PAÍSES · 6 CONTINENTES

Quantos assinantes e seguidores a sua ONG deveria ter? Foi pedido que os participantes da pesquisa inserissem o número de assinantes e seguidores que têm para suas campanhas de e-mail e mensagens de texto e em mídia social e móvel. As respostas deles, com médias por continente, possibilitam que as ONGs meçam se estão acima ou abaixo da média comparadas a outras ONGs localizadas na sua região do mundo.

	ÁFRICA	ÁSIA	AUSTRÁLIA E OCEANIA	EUROPA	AMÉRICA DO NORTE	AMÉRICA DO SUL
ASSINANTES DE E-MAIL	5.298	10.460	13.625	23.181	21.839	9.725
ASSINANTES DE SMS	6.265	7.701	4.762	7.472	2.305	2.128
SEGUIDORES NO FACEBOOK	8.404	33.824	14.079	27.204	26.766	13.360
SEGUIDORES NO TWITTER	5.630	9.703	3.021	9.077	15.172	5.593
SEGUIDORES NO INSTAGRAM	1.327	4.877	1.656	4.032	7.862	1.777
SEGUIDORES NO LINKEDIN	1.261	931	987	2.118	2.676	573
CONTATOS DO WHATSAPP	1.300	1.471	N/A *	738	662	374

* DADOS INSUFICIENTES



Obrigado às 5.352 ONGs em todo o mundo que participaram da Pesquisa Global de Tecnologia de ONGs de 2017.

A sua contriuição é bastante agradecida.

PATROCINADO POR PIR.ORG



PESQUISA DE NPTECHFORGOOD.COM



PROJETADO POR BUREAUFORGGOOD.COM

BUREAU for **GOOD**

AGENDE AS DATAS

A Pesquisa Global de Tendências de Doação de 2018 será liberada em 22 de abril de 2018.

A Pesquisa Global de Tecnologia de ONGs de 2018 será liberada em 1 de agosto de 2018.

#NGOTECH18
TECHREPORT.NGO