



GIVING REPORT 2019 BRASIL

Um retrato
da doação
no Brasil

#BrazilGiving
#DoacaoBrasil
Fevereiro 2019

CONTEÚDO

Introdução	3
Sobre o IDIS	3
Prefácio	4
Sobre a CAF	4
Principais conclusões	5
Detalhamento dos resultados	6
1.0 Quadro geral de como as pessoas se envolvem	6
2.0 Como as pessoas se envolvem – detalhamento	7
2.1 Doação em dinheiro	7
2.2 Voluntariado	7
3.0 Doação típica	8
4.0 Para quais causas as pessoas doam	9
5.0 Como as pessoas doam	10
6.0 Por que as pessoas doam	11
7.0 Engajamento na sociedade civil	12
8.0 O impacto das organizações sociais	13
9.0 Estimulando futuras doações	14
Metodologia	15

INTRODUÇÃO

Sobre este relatório

É com muita satisfação que apresentamos a segunda edição do Brasil Giving Report, desta vez abrangendo o período de agosto de 2017 a julho de 2018. Trata-se de um retrato do comportamento e do pensamento dos brasileiros no que diz respeito a doação, voluntariado e engajamento cívico.

Esta segunda edição nos permite ver que os números variaram pouco em relação aos 12 meses anteriores, o que poderia ser visto como algo positivo, devido ao período de turbulência atravessado pelo país. Mas, em verdade, não se trata de uma boa notícia, já que nos mantém no mesmo patamar, mostrando que a Cultura de Doação não tem avançado no Brasil.

Continuamos a doar de forma esporádica, sem comprometimento com a sustentabilidade das organizações da sociedade civil. E também doamos relativamente pouco, em termos financeiros, 0,2% do PIB (Produto Interno Bruto), se comparados a países com maior tradição filantrópica, como o Reino Unido ou os EUA, com 0,5% e 1,4% de seus PIBs respectivamente.

Mas temos avanços importantes que ajudarão o desenvolvimento da cultura de doação no Brasil. No início deste ano foi aprovada a lei 13.800 que regulamenta a criação dos fundos patrimoniais filantrópicos, instrumento muito importante para o financiamento de longo prazo das organizações da sociedade civil e que foi objeto de esforços de advocacy do IDIS e parceiros ao longo de mais de 6 anos.

Além disso, o IDIS lançou, em dezembro de 2018, uma grande Campanha por uma Cultura de Doação, baseada em um teste, simples e divertido, que identifica as causas dos cidadãos e os conecta às organizações sociais que atuam diretamente com os temas sua preferência. Esta é uma das diversas ações que o IDIS promove para fortalecer o investimento social privado no Brasil.

Dezenas de milhares de pessoas já fizeram o teste, faça também: www.descubrasuacausa.net.br.



Paula Fabiani
Diretora-presidente
IDIS Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social

Sobre o IDIS

O IDIS Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social é uma organização da sociedade civil de interesse público (OSCIP) e integra a Aliança Global da Charities Aid Foundation (CAF) no Brasil. Fundado em 1999, o IDIS trabalha para construir e apoiar uma sociedade civil próspera e sustentável, fornecendo soluções filantrópicas estratégicas para indivíduos, famílias, fundações, institutos e corporações. Pioneiro no apoio técnico às práticas filantrópicas no Brasil, o IDIS realizou a primeira avaliação de Retorno Social do Investimento (SROI) no país e é responsável por elaborar a primeira pesquisa abrangente sobre doações no Brasil.

Recentemente, o IDIS desempenhou um papel fundamental na criação de um ambiente positivo para a sociedade civil que gerou frutos importantes, liderando os esforços para a aprovação de uma legislação federal para os fundos patrimoniais filantrópicos e também uma política pública estadual voltada exclusivamente para a primeira infância.

PREFÁCIO

O relatório Giving Report 2018 Brasil faz parte de uma série internacional, produzida pela Aliança Global da CAF, uma rede mundial de organizações que trabalham nas fronteiras da filantropia e da sociedade civil. A série também inclui relatórios sobre a Austrália, Bulgária, Canadá, Índia, Rússia, África do Sul, Estados Unidos e Reino Unido.

Esta é a segunda edição desta coleção exclusiva de relatórios por países. A medida que a série cresce, poderemos analisar as tendências da doação pela primeira vez: o por quê e como as pessoas de diferentes idades e grupos sociais doaram em diferentes países; o modo como eles doam e a quem eles ajudam, além de compreender melhor a participação das pessoas em atividades sociais e cívicas, além de doações financeiras e voluntariado.

Esperamos que este conjunto de relatórios nos proporcione uma compreensão maior do que nunca das diferentes maneiras pelas quais as pessoas doam e as lições que todos podemos aprender em diferentes partes do mundo.



Michael Mapstone
Diretor Internacional
Aliança Global CAF

Sobre a CAF

A CAF (Charities Aid Foundation) é uma organização filantrópica internacional do Reino Unido com nove escritórios em seis continentes. Existimos para ir mais longe e, juntos, transformar mais vidas e comunidades em todo o mundo. Somos defensores da promoção da doação e há 90 anos ajudamos doadores, empresas, instituições filantrópicas e organizações sociais a aumentar seu impacto

Somos a CAF e fazemos as doações terem impacto.

PRINCIPAIS CONCLUSÕES

As principais conclusões de nossa análise sobre doações individuais no Brasil são as seguintes:

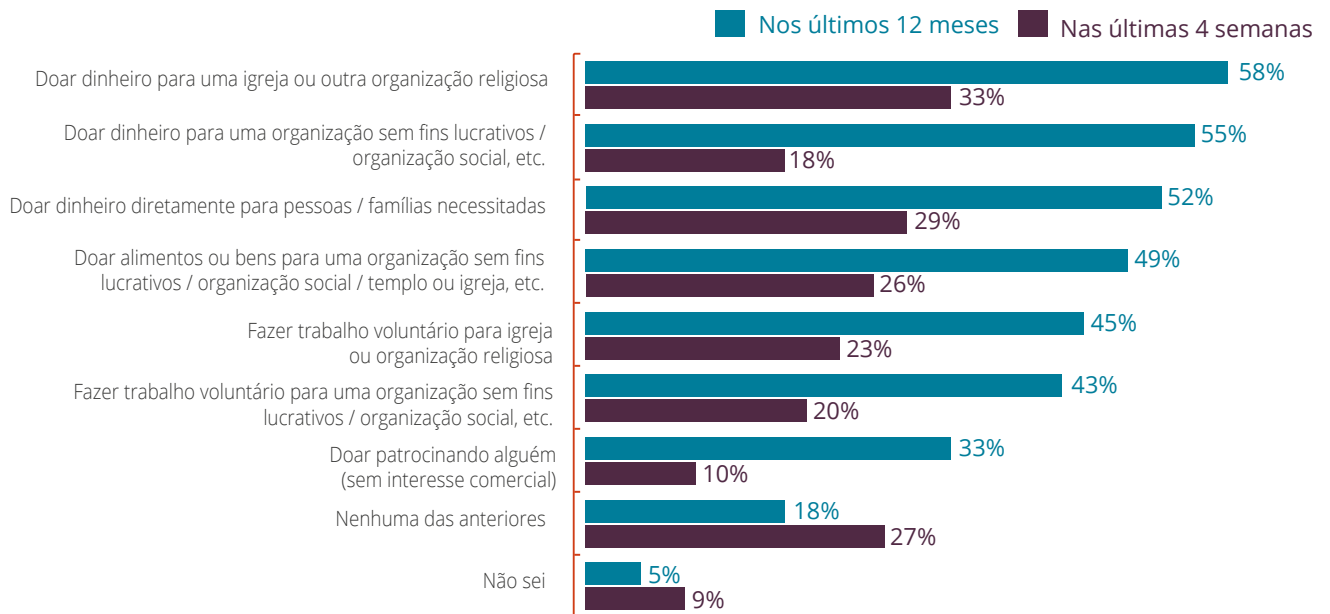
- As pessoas no Brasil continuam a doar dinheiro no mesmo ritmo registrado em 2017. Sete em cada dez (70%) doaram dinheiro nos últimos 12 meses, seja a uma organização social, a uma igreja ou organização religiosa, ou patrocinando alguém.
- As causas mais populares permanecem as mesmas do ano passado, com aproximadamente metade dos doadores (52%) apoiando organizações religiosas/igrejas.
- A quantia típica doada (mediana) ou patrocinada pelos que fizeram doações nos últimos 12 meses é de R\$200.
- A doação em dinheiro é o método mais comum, sendo utilizado por cerca de dois terços dos doadores (68%).
- As principais razões para doar permanecem inalteradas desde 2017. “Porque faz com que se sintam bem” é a razão mais comum para a doação, com metade das pessoas citando esse motivo.
- De forma consistente com os resultados de 2017, mais de metade das pessoas (53%) fez trabalho voluntário nos últimos 12 meses.
- A maioria dos entrevistados considera que o impacto das organizações sociais no Brasil é positivo para as comunidades locais, para o Brasil como um todo e internacionalmente.
- “Ter mais dinheiro” é o fator mais citado pelos pesquisados como estímulo para as pessoas doarem mais tempo, bens ou dinheiro nos próximos 12 meses (57%).

DETALHAMENTO DOS RESULTADOS

1.0 Quadro geral de como as pessoas se envolvem

Todos os entrevistados receberam uma lista de sete atividades e responderam se haviam realizado qualquer uma delas nos últimos 12 meses e nas últimas 4 semanas.

Figura 1: Qual das seguintes atividades você realizou, ou não, nos últimos 12 meses/4 semanas?



Base: todos os adultos com mais de 18 anos de idade (n=1.022)

Os patamares de doação permaneceram consistentes com 2017. Quase oito em cada dez pessoas afirmam ter praticado pelo menos uma das atividades listadas nos últimos 12 meses (78% contra 76% em 2017), principalmente doando dinheiro para uma igreja ou outra organização religiosa (58%), para uma organização social/organização sem fins lucrativos (55%) ou diretamente para pessoas necessitadas (52%). Pouco mais de seis em cada dez pessoas realizaram uma das atividades nas últimas 4 semanas (63% contra 64% em 2017).

As mulheres são mais propensas que os homens a ter participado nos últimos 12 meses de alguma das atividades listadas (80% contra 75% dos homens).

2.0 Como as pessoas se envolvem – detalhamento

2.1 Doação em dinheiro

Sete em cada dez pessoas (70%) relatam ter doado dinheiro nos últimos 12 meses, em conformidade com os padrões observados em 2017 (68%). Isso ocorreu através de uma combinação de doação para uma igreja ou organização religiosa (58%), para uma organização social/organização sem fins lucrativos (55%) ou patrocinando alguém (33%). Além desses métodos formais, 52% das pessoas também fizeram doações em dinheiro, de modo mais informal, diretamente para pessoas e famílias necessitadas (o índice aumenta para 60% no caso da faixa etária entre 25 e 34 anos).

Mais de duas a cada cinco pessoas (46%) afirmaram ter doado dinheiro nas últimas 4 semanas, índice inalterado desde 2017.

Embora tenha havido pouca diferença entre os grupos etários na tendência de fazer doações em 2017, na pesquisa de 2018 as pessoas com idade entre 25 e 34 anos se mostraram significativamente mais propensas a doar nos últimos 12 meses em comparação com as de mais de 55 anos (75% contra 64%). Especificamente, houve um aumento significativo na proporção de pessoas da faixa etária entre 25 e 34 anos que doaram dinheiro para uma organização social/organização sem fins lucrativos nos últimos 12 meses (de 52% para 62%) e que patrocinaram alguém (crescimento de 32% para 43%).

Aqueles com renda familiar anual superior a R\$50.000 se mostraram significativamente mais propensos a praticar alguma das atividades de doação (77% contra 68% dos com renda familiar anual abaixo de R\$10.000), da mesma forma que em 2017.



2.2 Voluntariado

Cerca de metade das pessoas (53%) fez trabalho voluntário nos últimos 12 meses, de forma consistente com os resultados de 2017 (52%). Mais de quatro a cada dez o fizeram para uma organização religiosa (45%) e uma proporção similar para uma organização sem fins lucrativos/organização social (43%), o que significa que algumas pessoas se ofereceram para ambas as atividades.

Os brasileiros mais jovens se mostraram mais propensos a fazer trabalho voluntário para uma organização sem fins lucrativos/organização social nos últimos 12 meses, com metade (51%) dos da faixa etária entre 18 e 24 anos se voluntariando em comparação com 43% na média geral.

Enquanto em 2017 mulheres e homens se mostraram igualmente dispostos a fazer trabalho voluntário nos últimos 12 meses (52% e 51%, respectivamente), em 2018 as mulheres se mostraram mais propensas do que os homens (56% contra 49%). Em especial, as mulheres mostraram maior tendência a se voluntariar para uma organização sem fins lucrativos/organização social, com 47% tendo atuado assim nos últimos 12 meses, em comparação com 38% dos homens.

As principais causas do voluntariado permanecem inalteradas desde o ano passado. Os voluntários se mostram mais dispostos a oferecer o seu tempo em apoio a organizações religiosas (42%), crianças (29%) e ajuda aos mais pobres (26%). Como em 2017, os jovens com idade entre 18 e 24 anos apresentam propensão significativamente maior do que a média de fazer trabalho voluntário em apoio às crianças (42% contra 29% na média) e às pessoas com deficiência (19% contra 12% na média)

3.0 Doação típica

Os entrevistados foram perguntados sobre quanto doaram nos últimos 12 meses, ou nas últimas 4 semanas.

Entre os que doaram nos últimos 12 meses (mas não nas últimas 4 semanas), a quantia típica (mediana) doada foi R\$200, enquanto a doação média foi de R\$532 no período. Entre os que fizeram doações ou patrocinaram alguém nas últimas 4 semanas, as doações típicas (mediana) e a média foram R\$114 e R\$382, respectivamente.



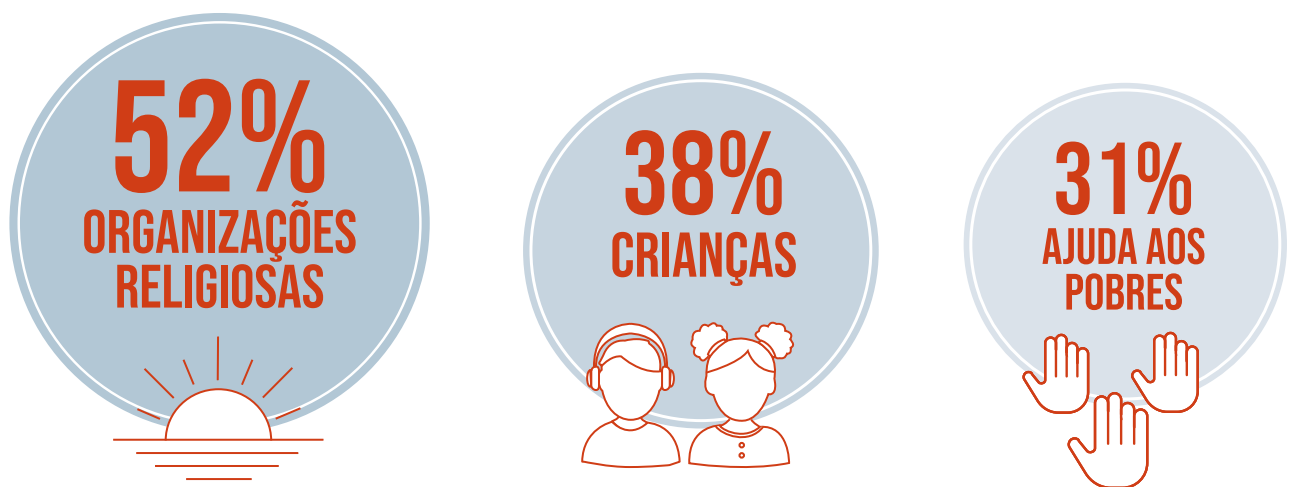
4.0 Para quais causas as pessoas doam

As três principais causas para doação são as mesmas das relatadas em 2017 e com taxas muito semelhantes. Apoiar organizações religiosas/igrejas é a causa mais popular no Brasil, com metade dos doadores (52%) tendo feito esta opção. Em seguida vem o apoio às crianças (38%) e ajuda aos pobres (31%). A única causa com uma diminuição significativa em 2018 é o apoio às instituições médicas (de 12% dos doadores para 8%).

Os jovens com idade entre 18 e 34 anos são significativamente mais propensos do que a média a apoiar os sem-teto (30% contra 24% na média), assim como as mulheres (28% contra 20% dos homens). As mulheres também mostram maior disposição do que os homens de apoiar o bem-estar animal (22% contra 11%).

As pessoas com renda familiar anual acima de R\$100.000 apresentam uma tendência quase duas vezes maior do que a média de fazer doações para causas da juventude (13% contra 7% na média).

Figura 2: Para quais das seguintes causas você doou nos últimos 12 meses/4 semanas?



Base: Todos os doadores (n=712)

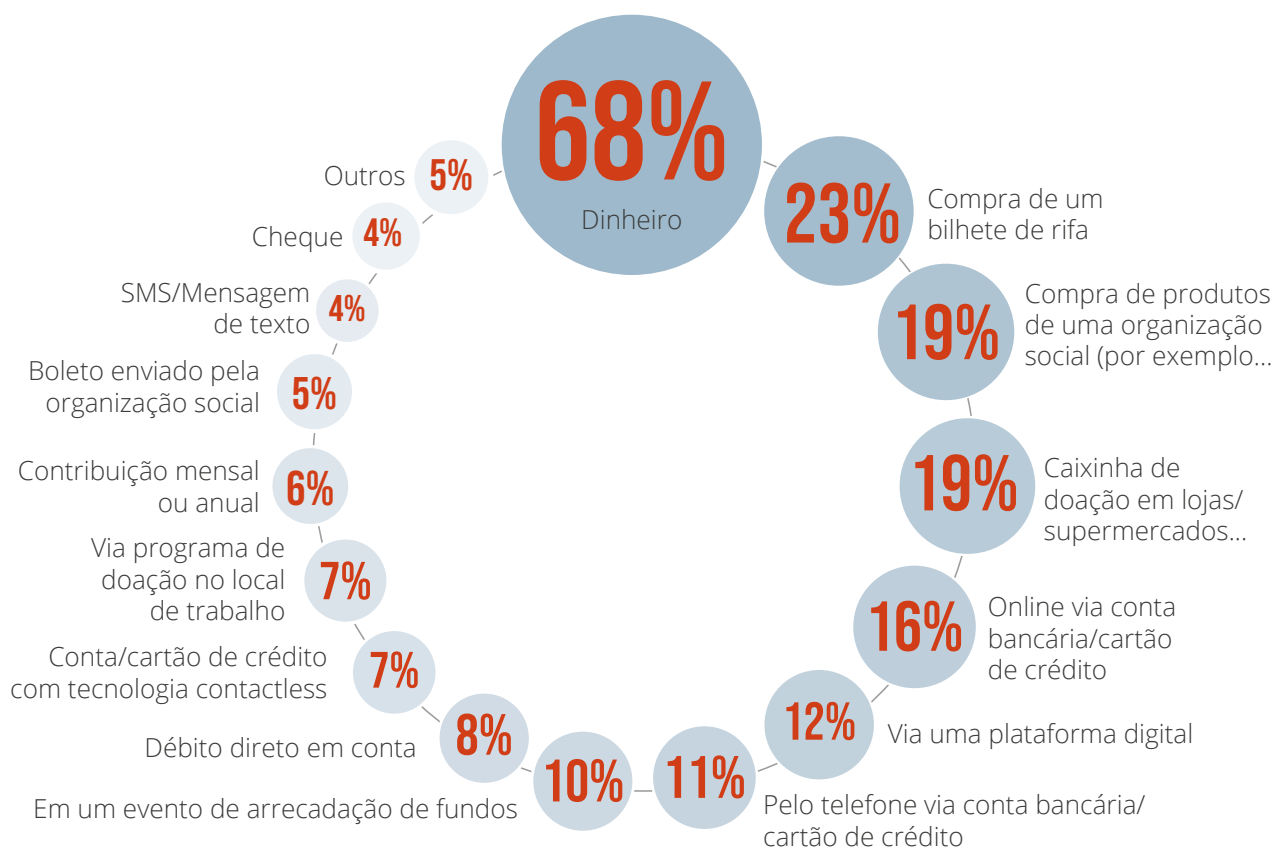
5.0 Como as pessoas doam

A doação em dinheiro é o método mais utilizado pelos doadores (68%), seguido pela compra de bilhetes de rifa (23%) e compra de produtos de uma organização social (19%). As doações por meio de mensagens de texto (4%) e cheque (4%) são as menos comuns. Em 2018 foram feitos aprimoramentos na formulação desta pergunta, o que impede uma comparação direta com os resultados de 2017.

As mulheres se mostraram mais propensas que os homens a utilizar as caixinhas de doação em lojas/supermercados (22% contra 15%).

As pessoas com idade entre 25 e 34 anos apresentam maior tendência a doar em plataformas digitais de pagamento, com uma em cada cinco (19%) tendo escolhido esta opção nos últimos 12 meses, comparado com apenas 3% daqueles com mais de 55 anos de idade. Os mais jovens, com idade entre 18 e 24 anos, são mais propensos a doar via SMS/mensagens de texto (7%) do que as pessoas com mais de 55 de idade, sendo que tal método não foi utilizado por nenhum dos entrevistados desta última faixa. As pessoas mais velhas preferem doar via boletos enviados pelas organizações sociais (10%).

Figura 3: Nos últimos 12 meses/4 semanas você doou para uma causa por algum dos seguintes métodos?



Base: Todos os doadores (n=712). As respostas "Nenhuma das opções acima" (1%), "Não sabe" (2%) e "Prefere não dizer" (3%) não estão representadas.

6.0 Por que as pessoas doam

As três principais razões para doar não mudaram desde 2017. “Porque faz com que se sintam bem” é a razão mais comum, com metade dos doadores citando-a como um dos motivos. “Preocupar-se com a causa” (42%) e “querer ajudar as pessoas menos favorecidas” (40%) são as que vêm em seguida.

As mulheres são mais propensas que os homens a afirmar que doam porque percebem que podem fazer a diferença (44% contra 35%) e por ajudá-las a se tornar uma pessoa melhor (36% contra 28% dos homens). Esta última representa um aumento significativo em relação ao ano passado, quando 28% das mulheres a tinham apontado como uma das razões.

Embora os mais jovens, com idade entre 18 e 24 anos, sejam mais propensos que seus colegas mais velhos a dizer que foram influenciados pelo comportamento de doação em suas famílias, apenas pouco mais de um em dez (12%) apresentou essa alternativa como uma razão para doar. Eles são mais propensos do que a média a doar porque percebem que podem fazer a diferença (49% contra 39% no geral). Indo contra a intuição, também apresentam tendência maior do que a faixa etária mais velha a afirmar que doam para servir de exemplo aos outros – cerca de um terço (30%) em comparação com um quinto (19%) das pessoas com mais de 55 anos de idade.

Poucos doadores citam a cultura de doação como uma razão para doar, com apenas uma em cada quatorze pessoas (7%) doando porque a sociedade espera isso delas.

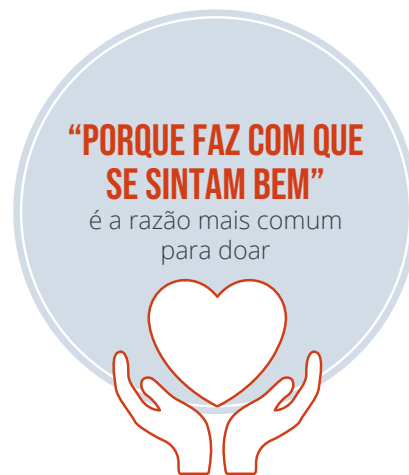
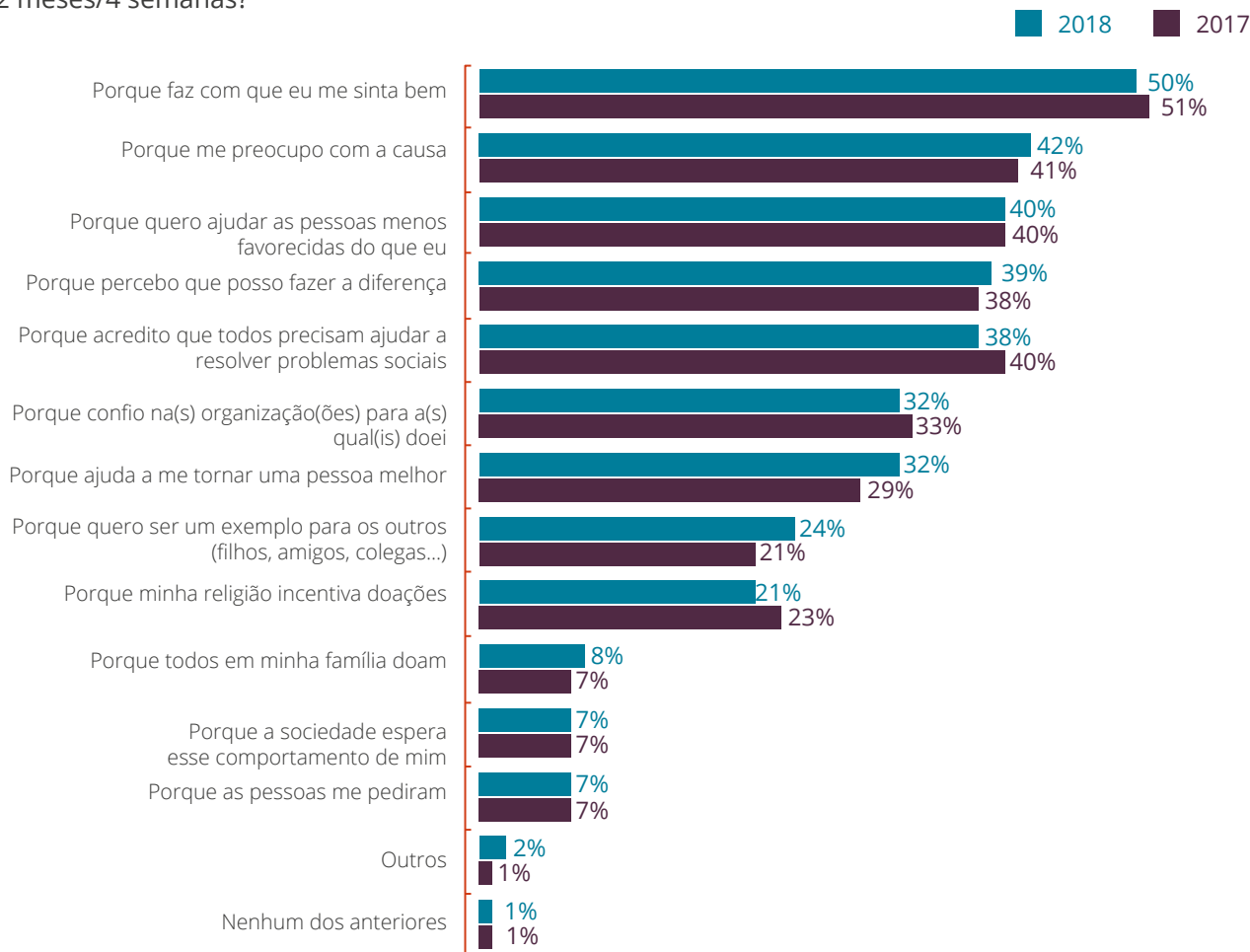


Figura 4: Quais dos seguintes fatores são motivos, ou não, para você ter doado dinheiro nos últimos 12 meses/4 semanas?

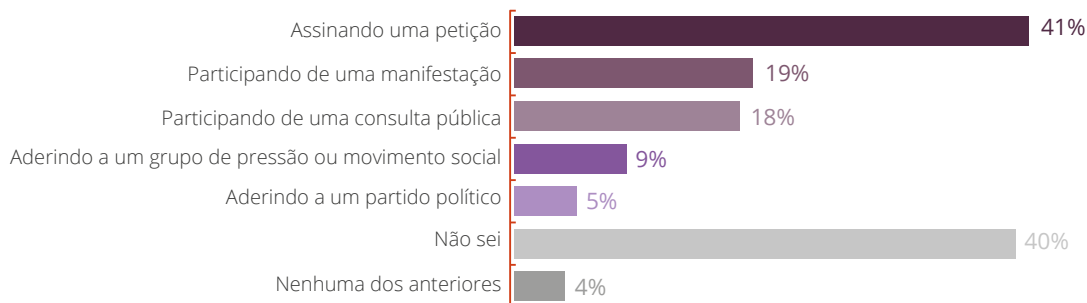


Base: todos os doadores; 2018 (n=712); 2017 (n=878)

7.0 Engajamento na sociedade civil

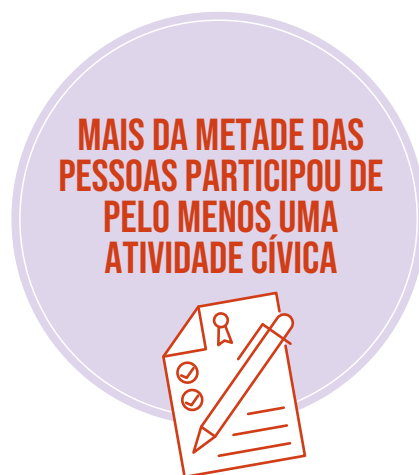
Em 2018 também perguntamos sobre a participação das pessoas em outras atividades sociais e cívicas além das doações já descritas anteriormente no relatório. A todos os entrevistados foi mostrada uma lista com cinco atividades para responderem se praticaram alguma delas nos últimos 12 meses.

Figura 5: Nos últimos 12 meses você teve uma participação ativa em uma causa política ou social de uma das seguintes formas?



Base: todos os adultos com mais de 18 anos de idade (n=1.022)

Mais da metade das pessoas pesquisadas (56%) participou de pelo menos uma das atividades cívicas listadas. Os mais jovens, com idade entre 18 e 34 anos, representam o grupo etário com maior tendência a participar de uma manifestação nos últimos 12 meses, com um quarto (24%) tendo respondido positivamente. Esse número é significativamente maior que o das pessoas com mais de 55 anos de idade, das quais 13% afirmaram ter participado de uma manifestação. Os jovens entre 18 e 24 anos também se mostraram mais dispostos a aderir a um grupo de pressão ou movimento social (13% contra 7% dos acima de 45 anos de idade).



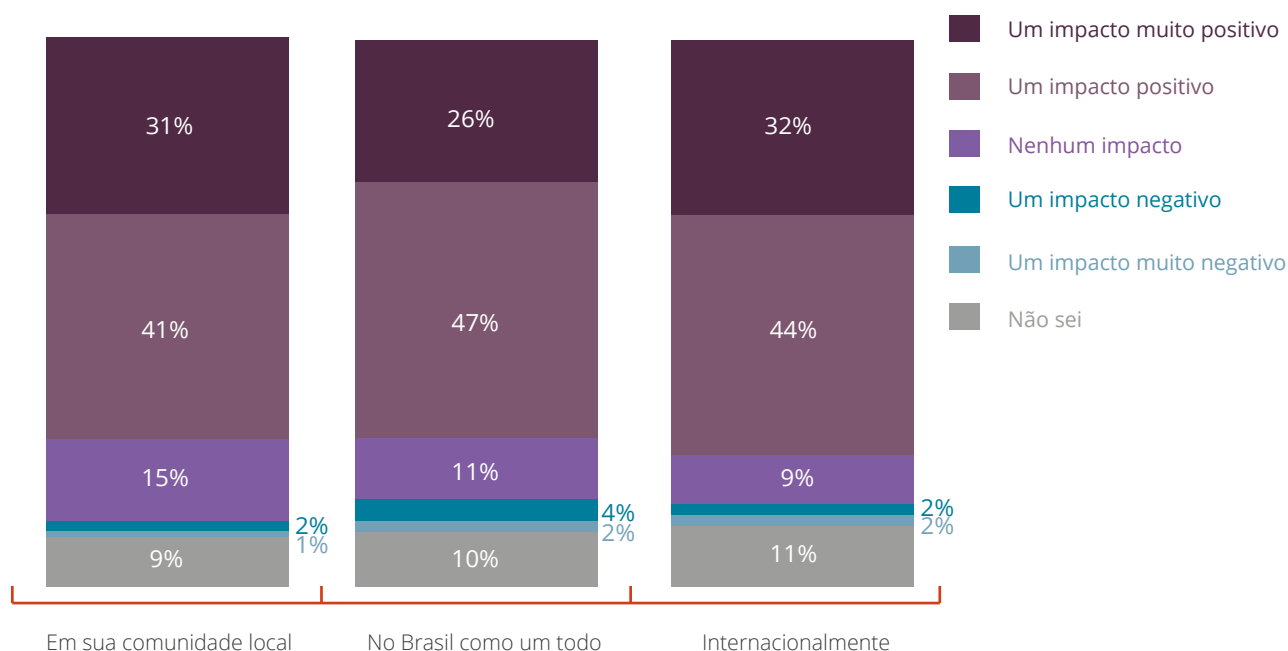
8.0 O impacto das organizações sociais

Três quartos dos pesquisados (76%) afirmam que as organizações sociais tiveram um impacto positivo internacionalmente, com cerca de um terço (32%) dizendo que tiveram um impacto muito positivo. Uma proporção semelhante relata que as organizações sociais tiveram um impacto positivo em sua comunidade local e no Brasil como um todo (ambos 73%). Pouquíssimas pessoas afirmam que as organizações sociais tiveram um impacto negativo nessas áreas (6% ou menos para cada).

Os jovens com idade entre 18 e 24 anos apresentam uma tendência significativamente maior do que a média de perceber um impacto positivo das organizações sociais no Brasil como um todo (85% contra 73% na média). Também são mais propensos que o grupo mais velho a afirmar que houve um impacto positivo internacionalmente (82% contra 70%) e na comunidade local (75% contra 64%).

Aqueles com renda familiar anual superior a R\$50.000 apresentam maior tendência do que os com renda familiar inferior a R\$10.000 a afirmar que as organizações sociais tiveram um impacto positivo em sua comunidade local (79% contra 70%).

Figura 6: Que impacto você acha que as organizações sociais tiveram...



Base: todos os adultos com mais de 18 anos de idade (n=1.022)

9.0 Estimulando futuras doações

“Ter mais dinheiro” é o maior motivador para doações futuras, com mais da metade citando esse fator (57%). Esse número permanece praticamente inalterado desde 2017 (59%). Na sequência dos motivadores, “saber com certeza como o dinheiro é gasto” (46%) e “mais transparência no terceiro setor/organizações sociais” (33%) são as formas mais citadas de estímulo à doação.

Os entrevistados mais jovens, com idade entre 18 e 24 anos, tendem a se sentirem mais estimulados a doar dinheiro tempo ou bens, do que a média, nos próximos 12 meses, diante dos seguintes motivadores: ter mais informações sobre organizações sem fins lucrativos/organizações sociais (35% contra 25% na média), ter melhor acesso a formas pagamentos (23% contra 13%), ter acesso a programas de doação no local de trabalho (20% contra 11%), e serem convidados a doar (18% contra 9%).



METODOLOGIA

Este relatório se baseia em dados coletados pelo YouGov a pedido da CAF.

No Brasil foram feitas 1.022 entrevistas online entre 2 de agosto e 31 de agosto de 2018. O levantamento foi conduzido por um parceiro de pesquisas online do YouGov.

Devido ao grau de penetração da internet no Brasil (45%), a amostra é representativa da população urbana e é ajustada aos dados demográficos conhecidos da população, incluindo idade e gênero.

As diferenças são apontadas com grau de confiança de 95% (o nível de confiança de que os resultados são um verdadeiro reflexo de toda a população). A margem de erro máxima (a quantidade de erro de amostragem aleatória) é calculada em $\pm 3\%$.

Aliança Global CAF

A Aliança Global CAF é uma rede internacional de organizações independentes, geridas localmente, que fazem um trabalho pioneiro com a filantropia e a sociedade civil. É defensora cultura de doação na sociedade civil e utiliza o conhecimento e a expertise para auxiliar doadores, empresas e a sociedade civil a aumentar seu impacto. No ano passado, mais de 70 mil instituições beneficentes receberam mais de 500 milhões de libras esterlinas em doações, por intermédio da Aliança Global, em mais de 100 países.

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

 @cafonline

 Charities Aid Foundation

www.cafonline.org



Instituto para o Desenvolvimento
do Investimento Social