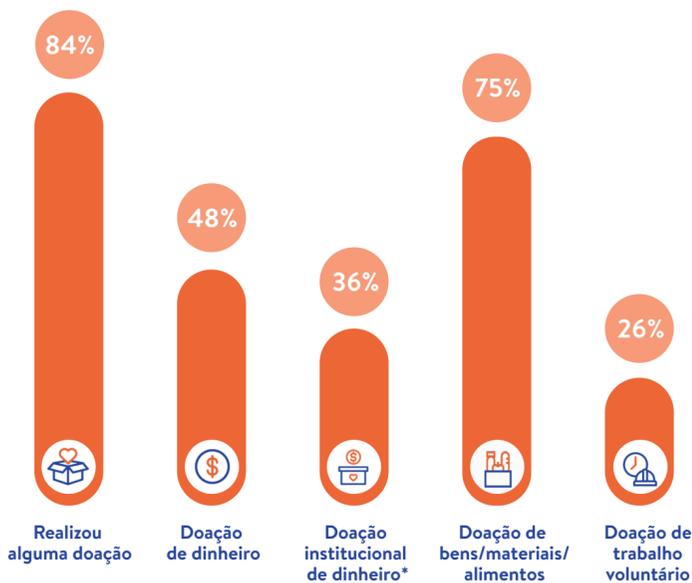


PESQUISA DOAÇÃO BRASIL 2022

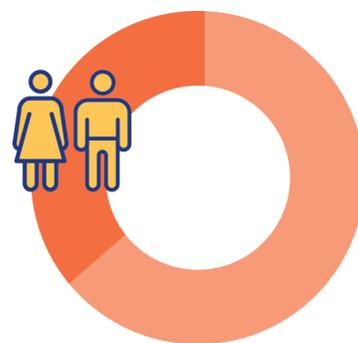
Conheça os destaques sobre a doação individual no Brasil em 2022

QUANTOS BRASILEIROS DOARAM EM 2022

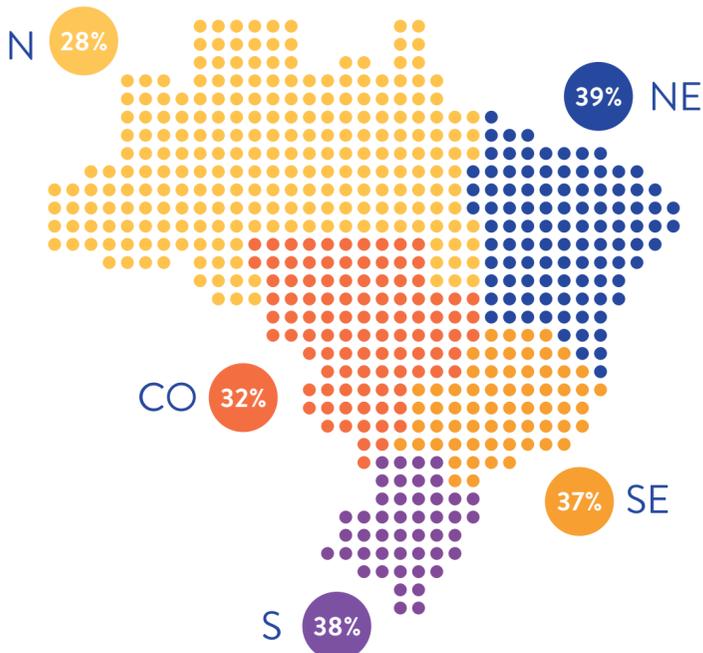


* Doação institucional é aquela feita para ONGs e/ou projetos socioambientais. Não considera doações de esmola, dízimo ou dinheiro para conhecidos.

36% dos brasileiros doaram para ONGs, projetos sociais e ambientais, o que corresponde a **42,5 milhões** de doadores institucionais no país



PROPORÇÃO DE DOADORES INSTITUCIONAIS POR REGIÃO



QUANTO CADA DOADOR DOOU DURANTE O ANO

A Pesquisa Doação Brasil considera a mediana dos valores doados

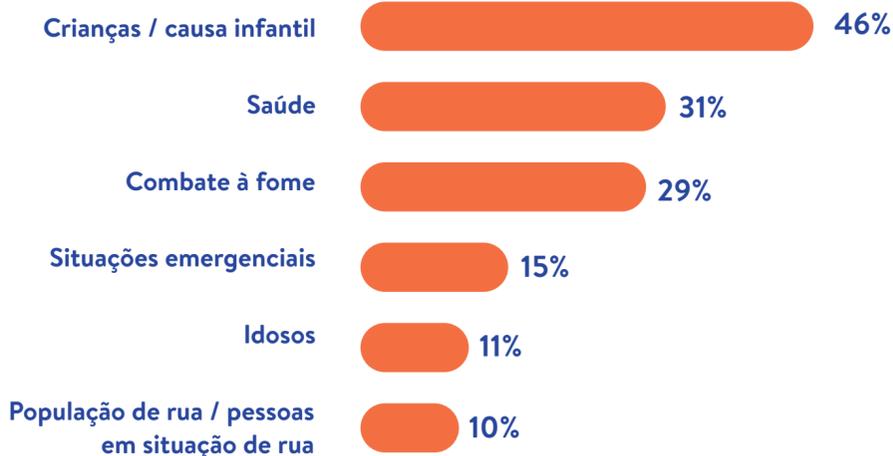


O meio de pagamento mais usado nas doações foi o **PIX**. Outro destaque foi para a doação por **arredondamento de compras, que cresceu 10 pontos percentuais em relação a 2020**.

R\$ 12,8 bilhões

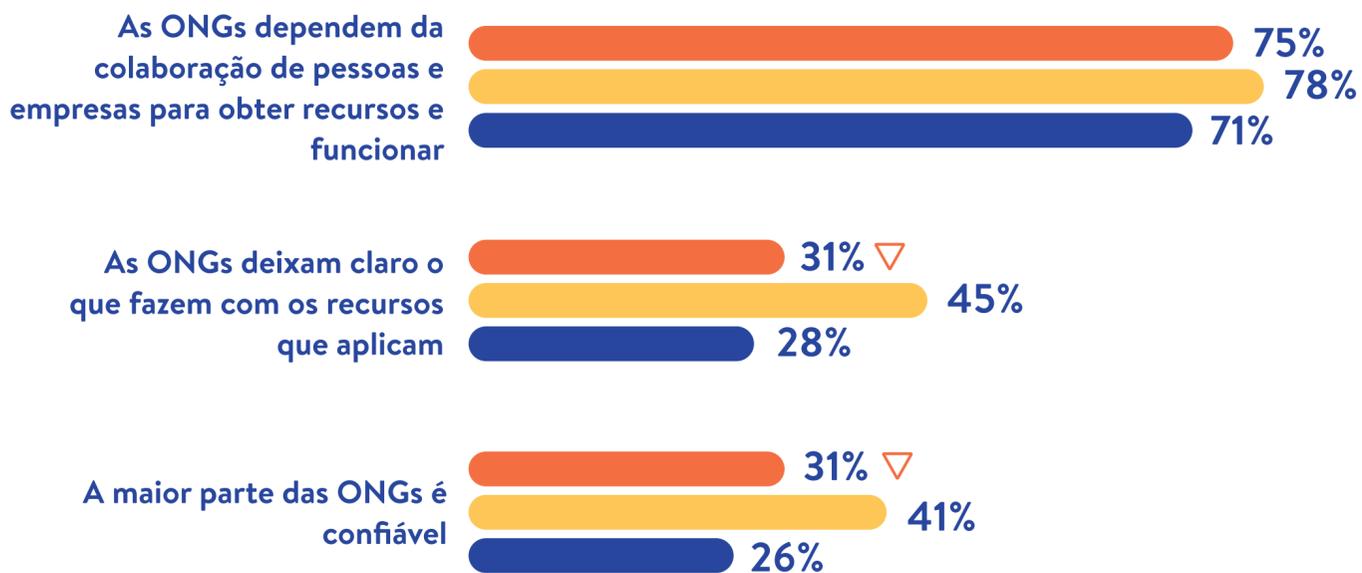
é o valor estimado do total de doações para ONGs realizadas por indivíduos em 2022

PRINCIPAIS CAUSAS PROCURADAS PARA DOAÇÕES

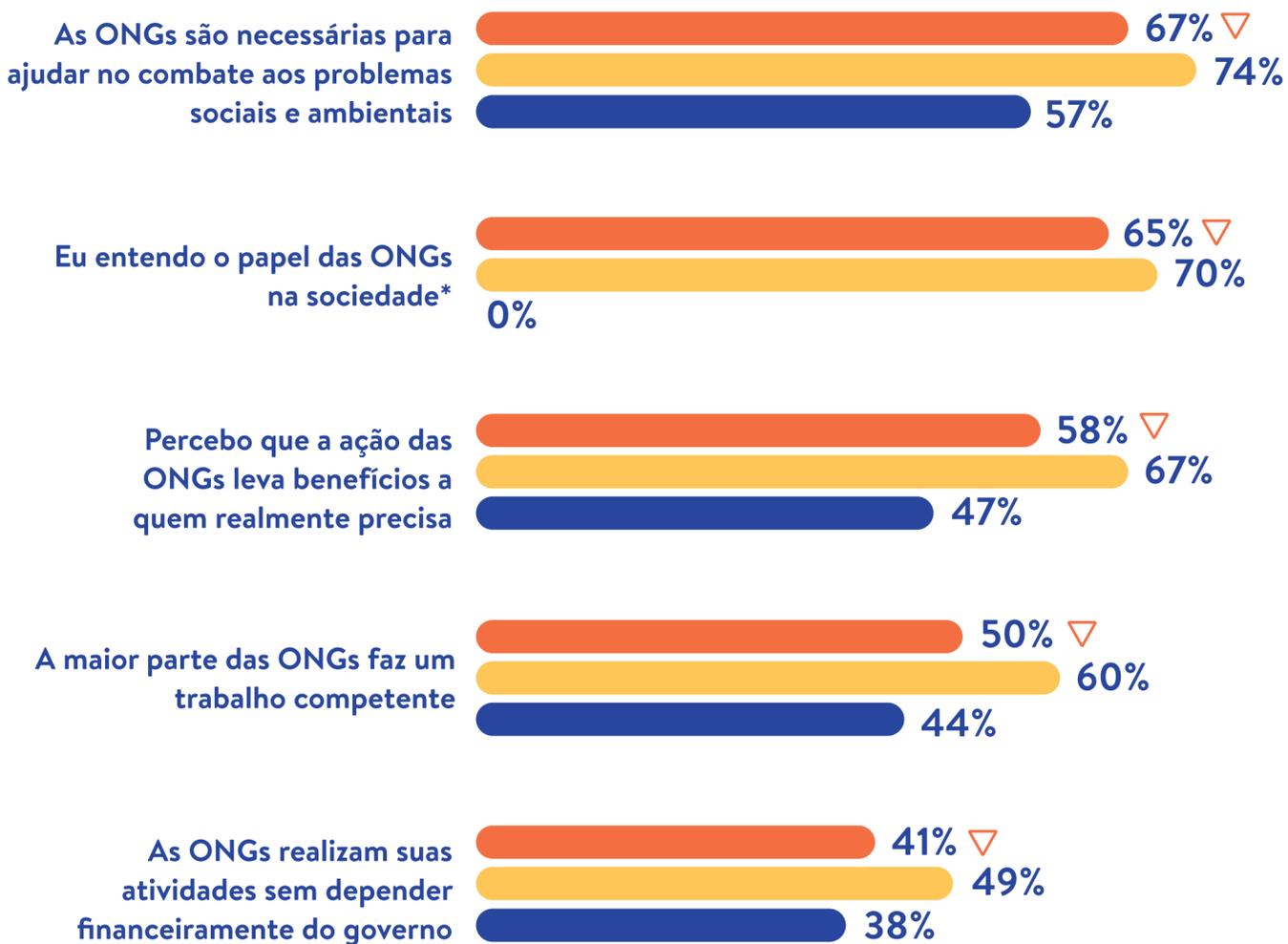


PERCEPÇÃO SOBRE AS ONGs

ACCOUNTABILITY



PAPEL



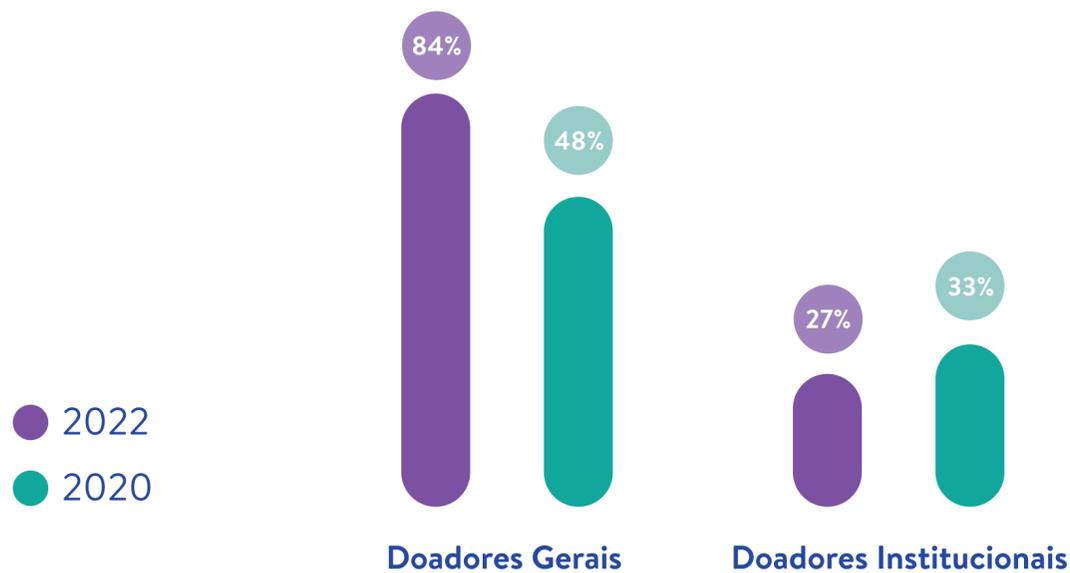
● 2022 ● 2020 ● 2015

ONGs não conseguiram manter percepção positiva conquistada durante a pandemia, quando foram protagonistas de grandes ações. Apesar da piora da imagem junto aos brasileiros, o nível ainda é superior àquele identificado em 2015.

GERAÇÃO Z

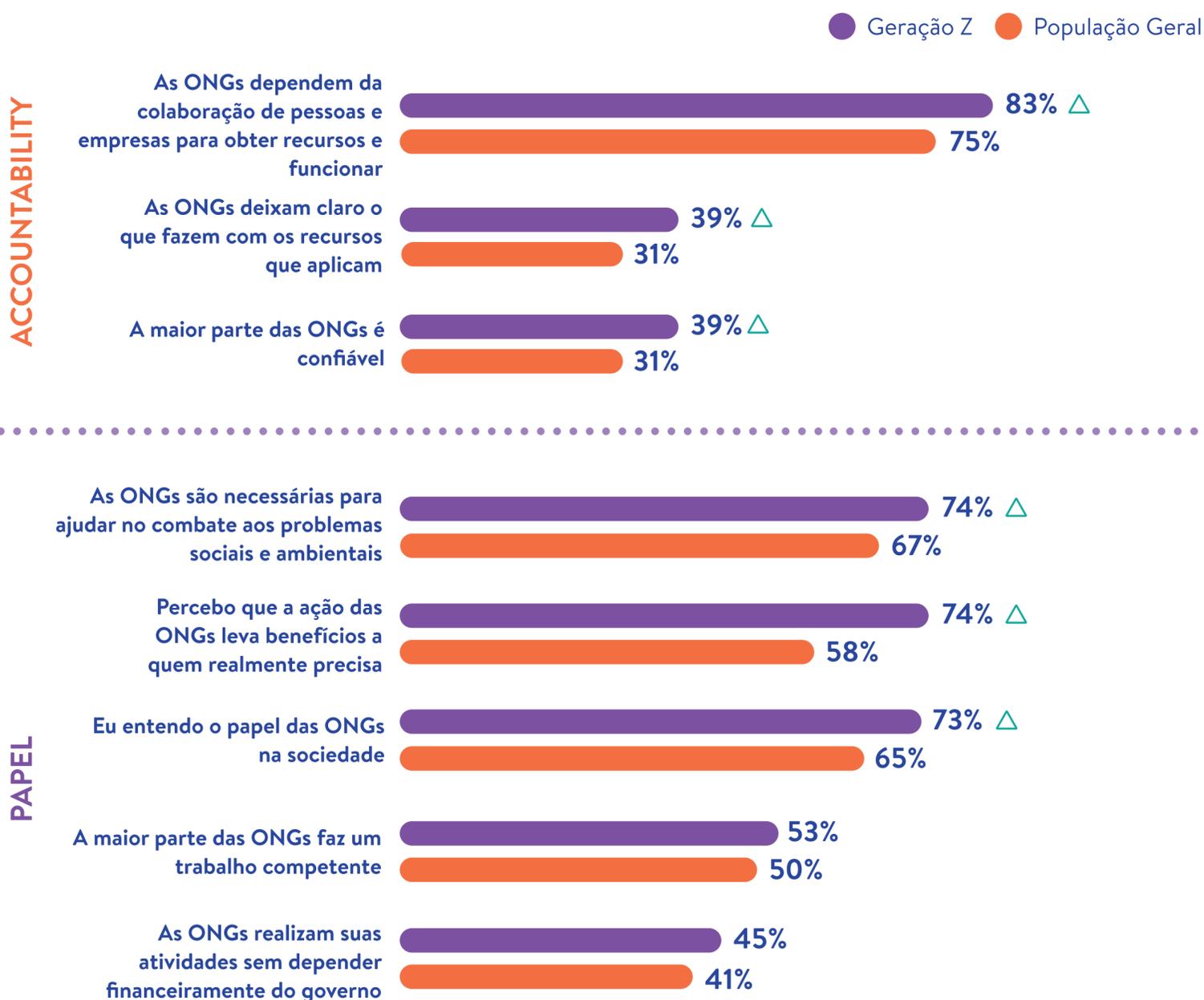
Saiba o que pensam e como doam os jovens de 18 a 27 anos

JOVENS ESTÃO DOANDO MAIS



Jovens praticam mais doações do que antes, porém o aumento não se reflete na doação de dinheiro para instituições sociais

PERCEPÇÃO SOBRE AS ONGs



A Geração Z tende a ter uma visão mais positiva em relação às ONGs.



QUAIS FATORES MAIS INFLUENCIAM NA DECISÃO DE DOAR?

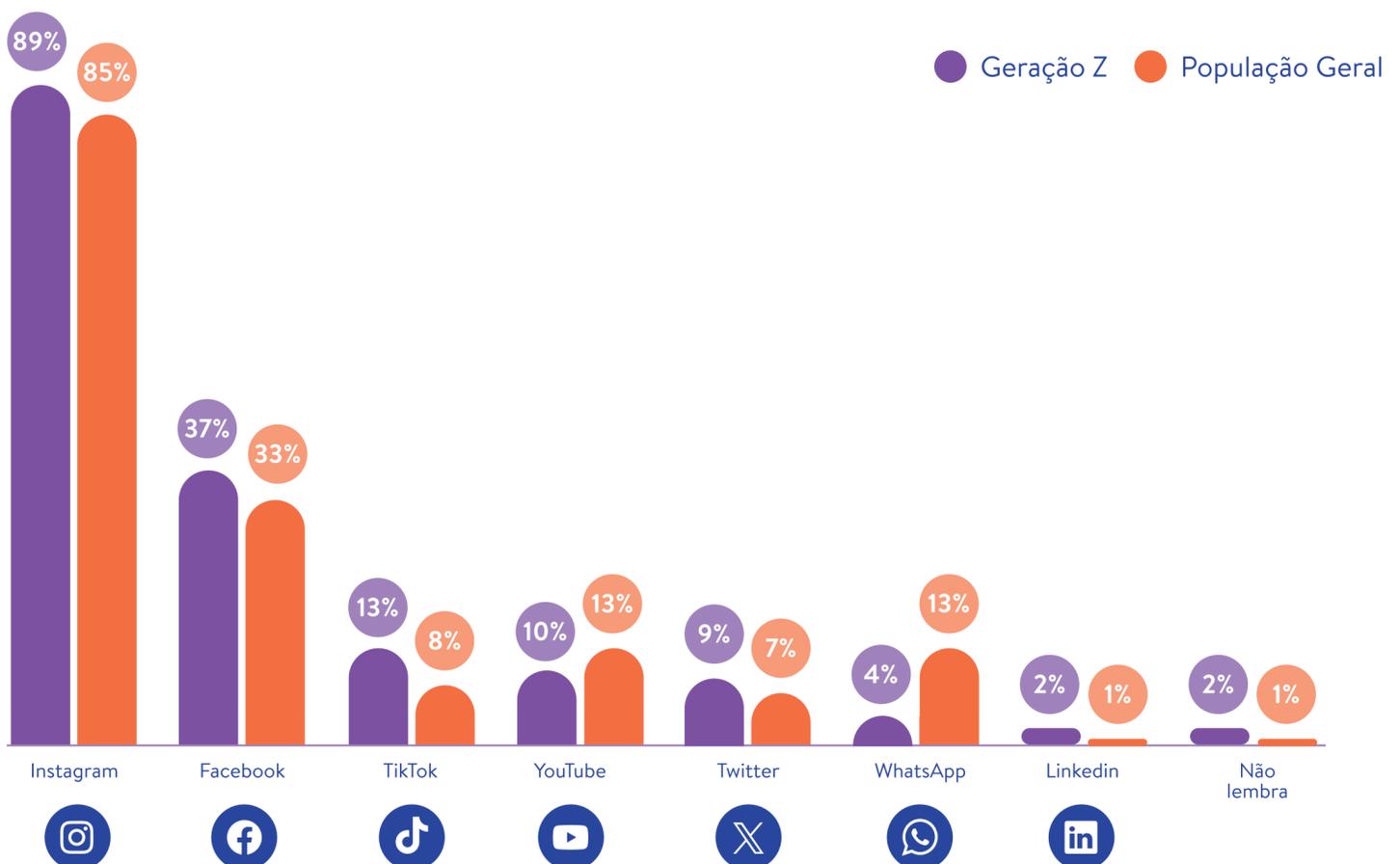
● Geração Z ● População Geral



Um em cada quatro jovens considera influenciadores digitais e redes sociais na decisão de doar, bastante acima da média da população.



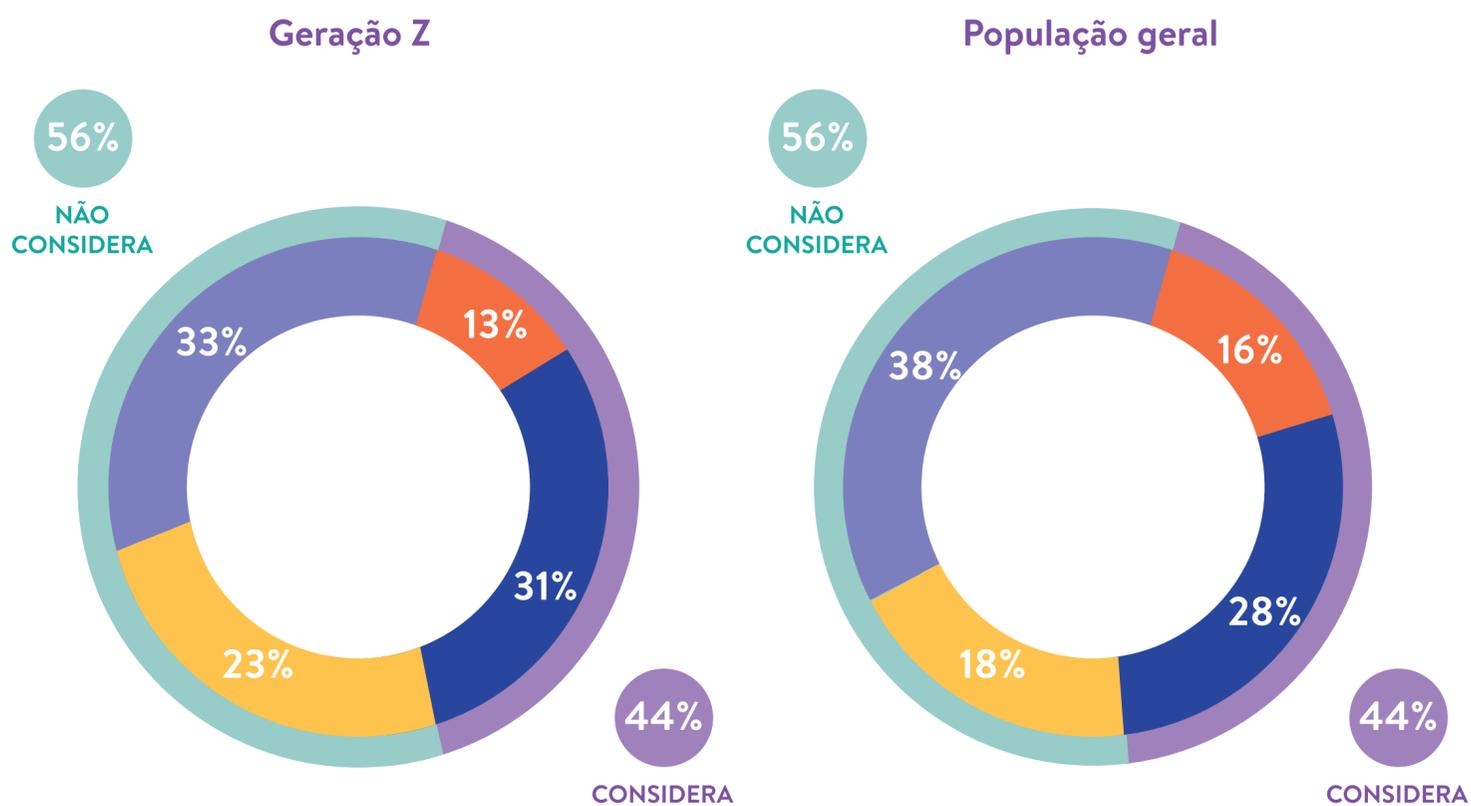
INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS



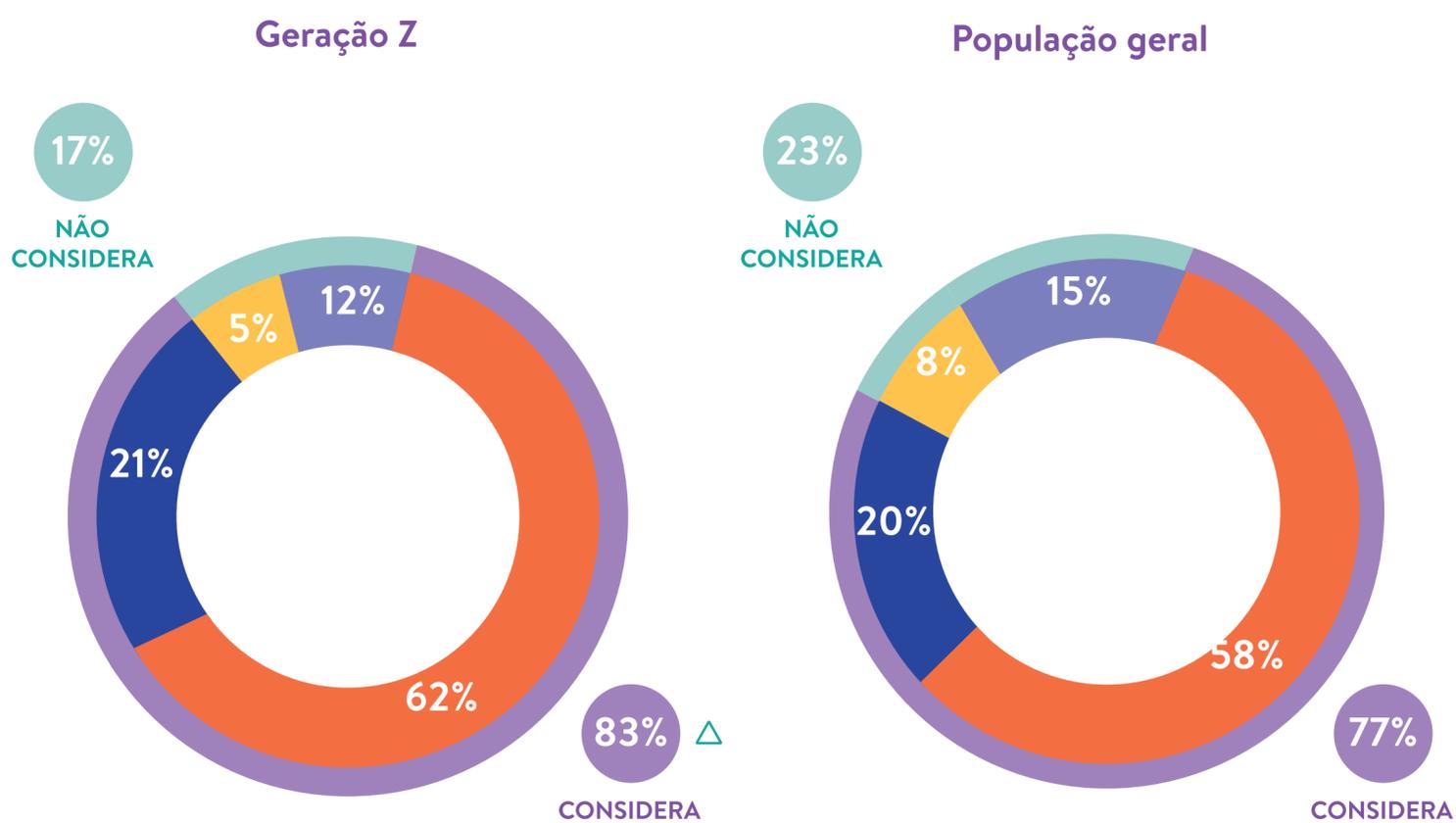


REPUTAÇÃO DE MARCAS E EMPRESAS

Ao decidir comprar um produto ou contratar um serviço, você leva em consideração se essa marca ou empresa faz investimento social e/ou apoia causas?



Ao decidir comprar um produto ou contratar um serviço, você leva em consideração se essa **marca ou empresa esteve envolvida em práticas inadequadas** (por exemplo: trabalho infantil, atitude preconceituosa, corrupção etc.)?



- Sim, considera e isso sempre influencia suas escolhas
- Sim, considera e às vezes isso influencia suas escolhas
- Sim, está atento a isso, mas não afeta suas escolhas
- Não considera nada disso quando faz suas escolhas

PESQUISA
DOAÇÃO
BRASIL
2022

Acesse todos os resultados em
pesquisadoacaobrasil.org.br

COORDENAÇÃO



IDIS
DESENVOLVENDO O
INVESTIMENTO SOCIAL

CAF
Charities Aid Foundation

REALIZAÇÃO



PROMOTOR

BEJA
INSTITUTO

**MOVIMENTO
BEMMAIOR**

raízen

ENGAJADOR

GALO DA MANHÃ

instituto ACP

MOL
INSTITUTO

MOBILIZADOR

doare

phi Philantropia
Inteligente