

Pulso Brasil

Engajamento em
Causas & ONGs

Edição 158 | Maio 2018

E C O N O M I A . P O L Í T I C A . S O C I E D A D E

1

O que é o Pulso Brasil?

É o mais completo monitoramento de opinião pública sobre política, economia, consumo e questões sociais realizado no Brasil.

2

Fornecer aos decisores das áreas públicas, privadas e do terceiro setor, informações precisas e imparciais sobre o desenvolvimento das grandes questões que influenciam os rumos do Brasil hoje e amanhã.

3

É realizado mensalmente pela *Ipsos Public Affairs* desde 2005.

Como é feito? 1.200 entrevistas

pessoais e domiciliares, realizadas mensalmente em 72 municípios em todo o Brasil.

Amostra probabilística, com cota no último estágio de seleção e margem de erro de ± 3 pontos percentuais, **representativa da população brasileira** de áreas urbanas de acordo com dados oficiais do IBGE (Censo 2010 e PNAD 2014).

8%

23%

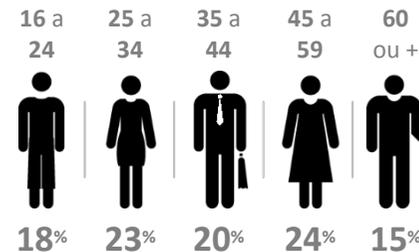
8%

47%

14%

Pesquisa realizada entre os dias 1 e 16 de maio de 2018.

FAIXA ETÁRIA



Margem de erro: 3% | O resultados apresentados podem exceder ou ficar abaixo de 100% devido a arredondamentos ou repostas de múltipla escolha.

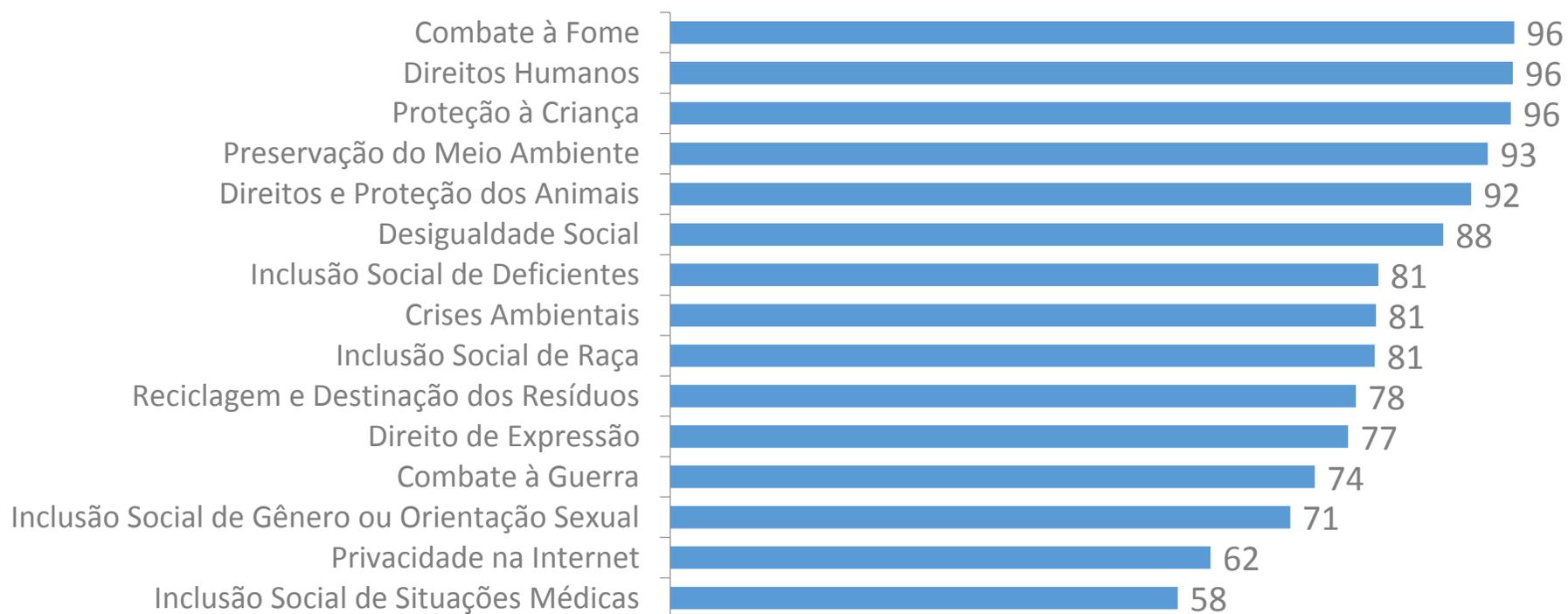
01.

Causas

Causas que já ouviu falar

Para cada causa deste cartão, diga se o(a) Sr(a) já ouviu falar ou nunca ouviu falar da causa:

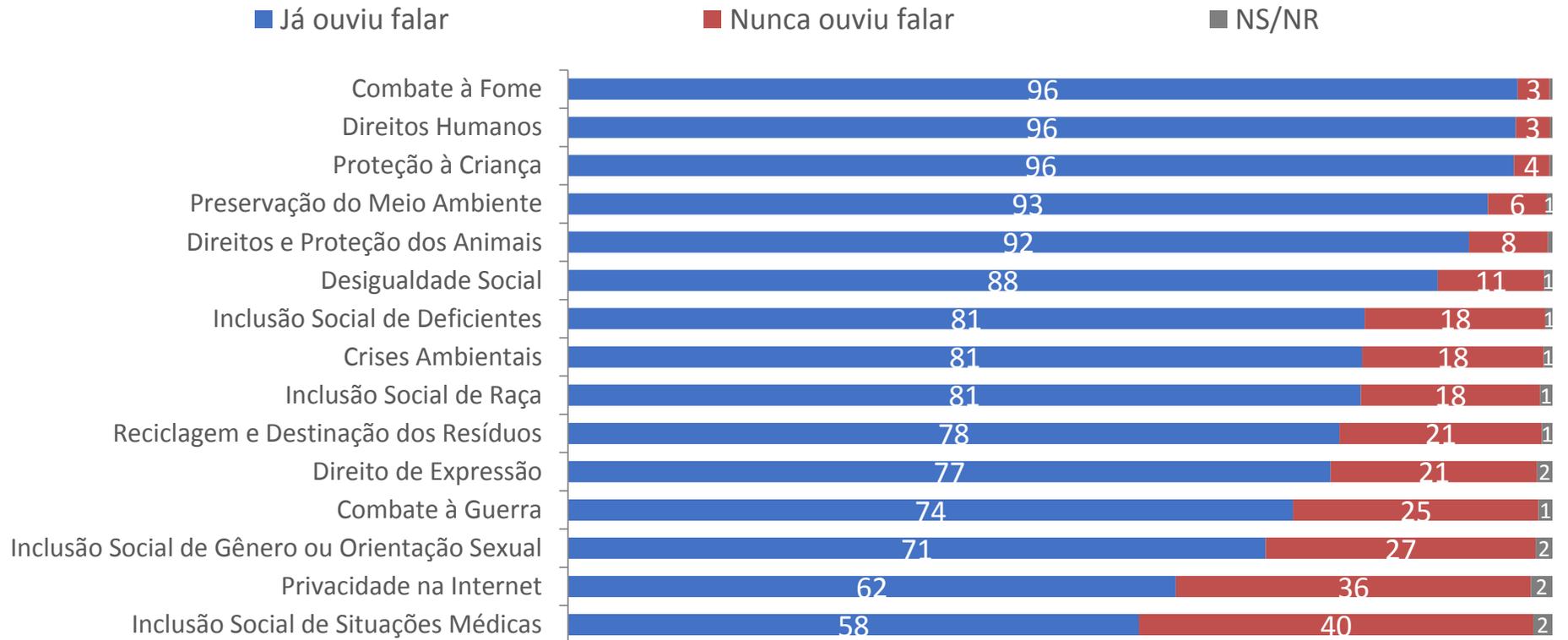
Pulso Brasil | Base 1200



Conhecimento de causas

Para cada causa deste cartão, diga se o(a) Sr(a) já ouviu falar ou nunca ouviu falar da causa:

Pulso Brasil | Base 1200

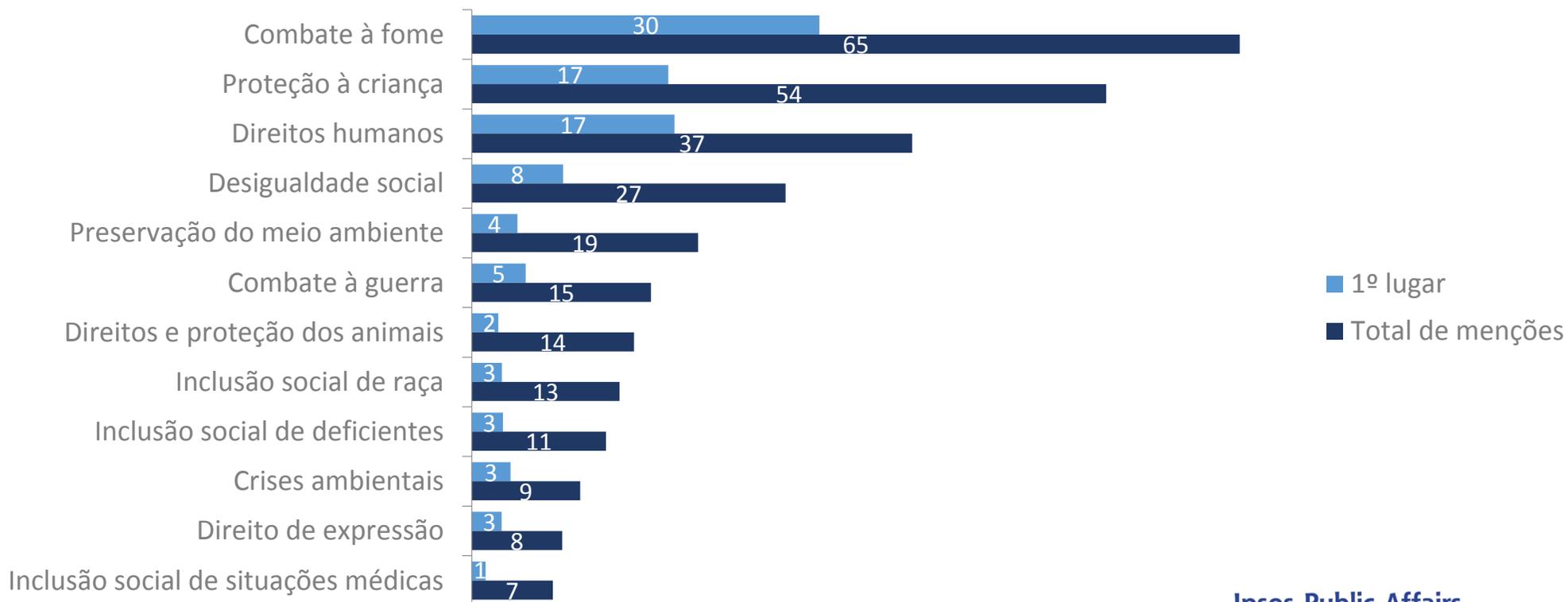


Ipsos Public Affairs

Causas que considera mais importante

Entre as causas listadas neste cartão, qual a que o(a) Sr(a) considera a mais importante: %Principais menções

Pulso Brasil | Base 1200

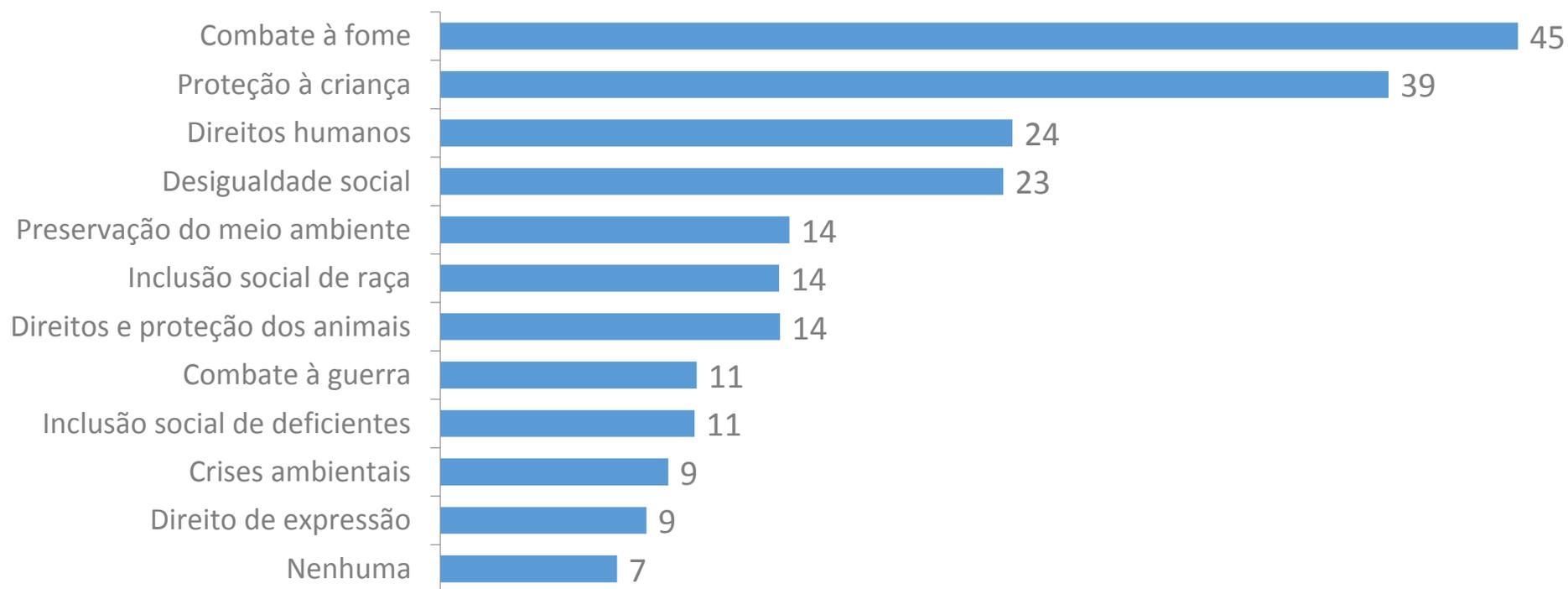


Causas que mais tem interesse

E entre as causas listadas, qual a que mais lhe desperta interesse?

%Principais menções

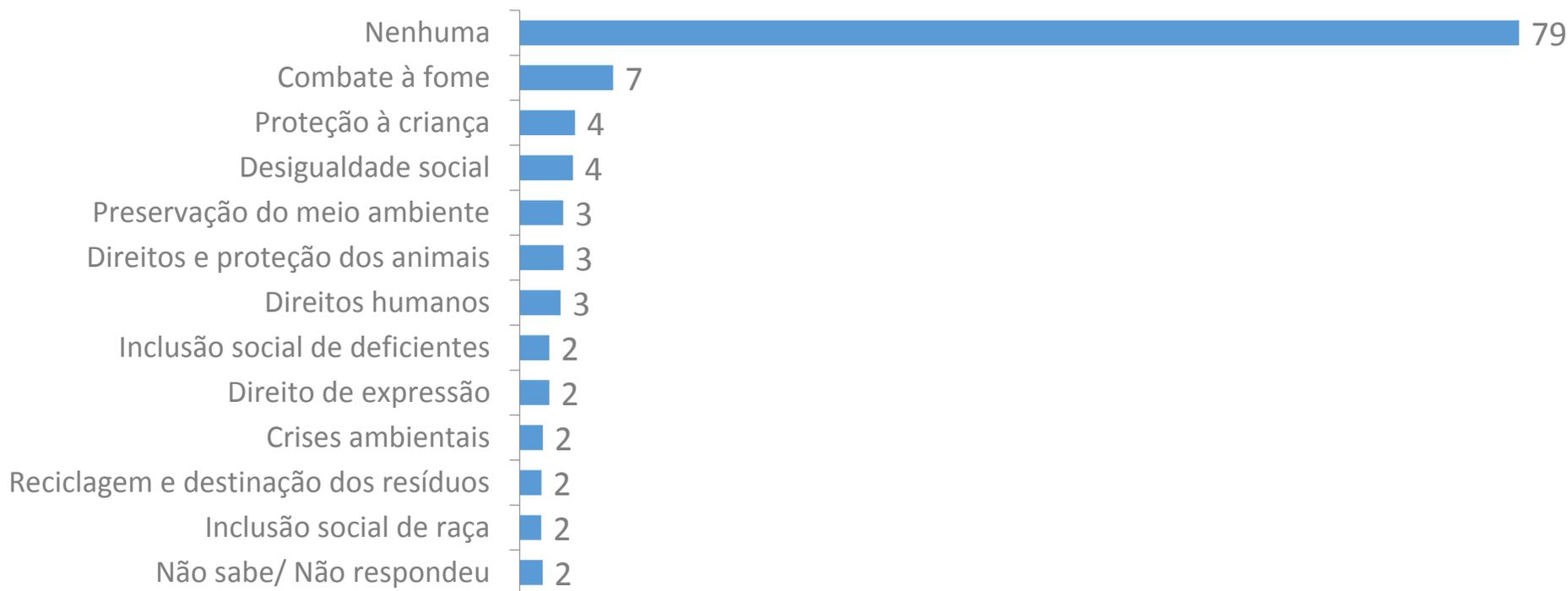
Pulso Brasil | Base 1200



Causas que participou diretamente nos últimos 12 meses

Qual(is) destas causas o(a) Sr(a) já participou diretamente nos últimos 12 meses?
%Principais menções

Pulso Brasil | Base 1200



Forma de doação

Esta participação de [...] foi em que forma? Foi uma doação de:

Pulso Brasil

| % | Mobilização de outras pessoas em torno da causa | Tempo, como trabalho voluntário | Bens materiais (como roupas / móveis / comida) | Dinheiro | Economia na utilização | Reciclagem | Audiências públicas | Debate na Internet | Palestras | Outra forma | BASE |
|--|---|---------------------------------|--|----------|------------------------|------------|---------------------|--------------------|-----------|-------------|------|
| Preservação do meio ambiente | 70 | 18 | 6 | 2 | 3 | 2 | | | | | 41 |
| Privacidade na internet | 95 | | 5 | | | | | | | | 14 |
| Direitos humanos | 77 | 13 | 5 | 2 | | | 3 | | | | 39 |
| Combate à guerra | 85 | | 7 | 9 | | | | | | | 11 |
| Crises ambientais | 78 | 8 | 14 | | | | | | | | 22 |
| Combate à fome | 34 | 7 | 45 | 12 | | 1 | | | | | 89 |
| Direitos e proteção dos animais | 49 | 16 | 15 | 18 | | | | 3 | | | 41 |
| Reciclagem e destinação dos resíduos | 50 | 17 | 14 | | | 14 | | | | 5 | 21 |
| Proteção à criança | 58 | 13 | 21 | 5 | | | 2 | | | | 52 |
| Inclusão social de deficientes | 63 | 11 | 11 | 12 | | | | | 3 | | 28 |
| Inclusão social de gênero ou orientação sexual | 55 | 45 | | | | | | | | | 18 |
| Inclusão social de raça | 87 | 9 | 4 | | | | | | | | 21 |
| Inclusão social de situações médicas | 88 | | 12 | | | | | | | | 5 |
| Desigualdade social | 74 | 11 | 8 | 3 | | | 2 | | | 1 | 50 |
| Direito de expressão | 82 | 3 | 10 | | | | | | | 4 | 28 |
| Outros | 33 | 14 | 12 | | 16 | | 13 | | 11 | | 7 |

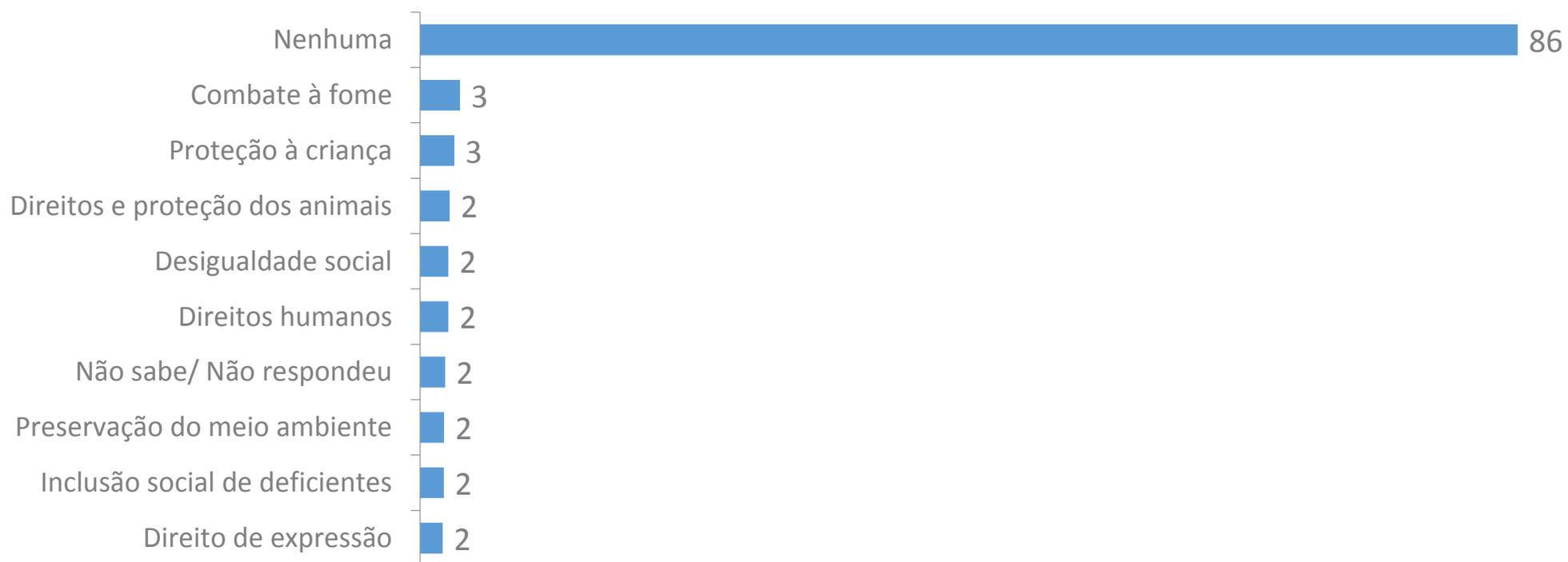
Ipsos Public Affairs

Causas que participou compartilhando informações nas redes sociais

Em qual(is) destas causas o(a) Sr(a) participou compartilhando ativamente informações nas redes sociais, como por ex: Facebook, Whatsapp, Youtube e Twitter, nos últimos 12 meses?

Pulso Brasil | Base 1200

%Principais menções

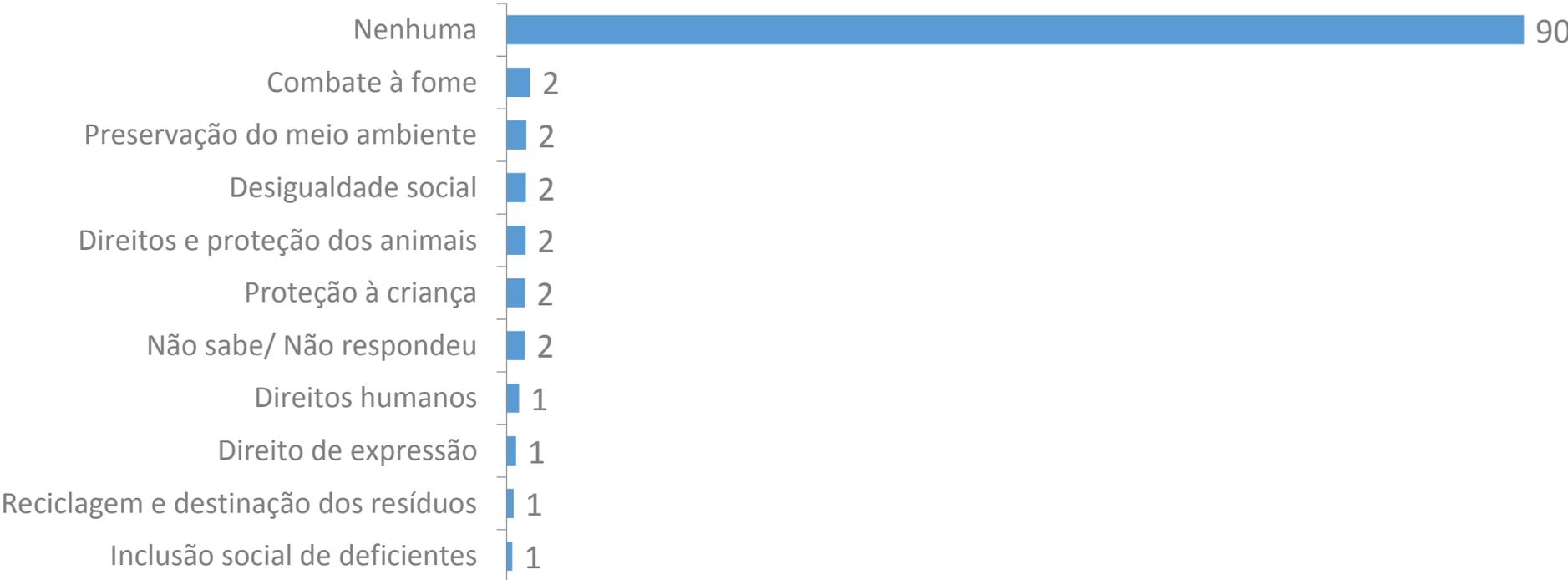


Causas que mobilizou amigos ou parentes para participar

Em qual(is) destas causas o(a) Sr(a) mobiliza diretamente amigos e/ou parentes para participar de abaixo-assinados, encontros, levantar recursos para a resolução do problema?

Pulso Brasil | Base 1200

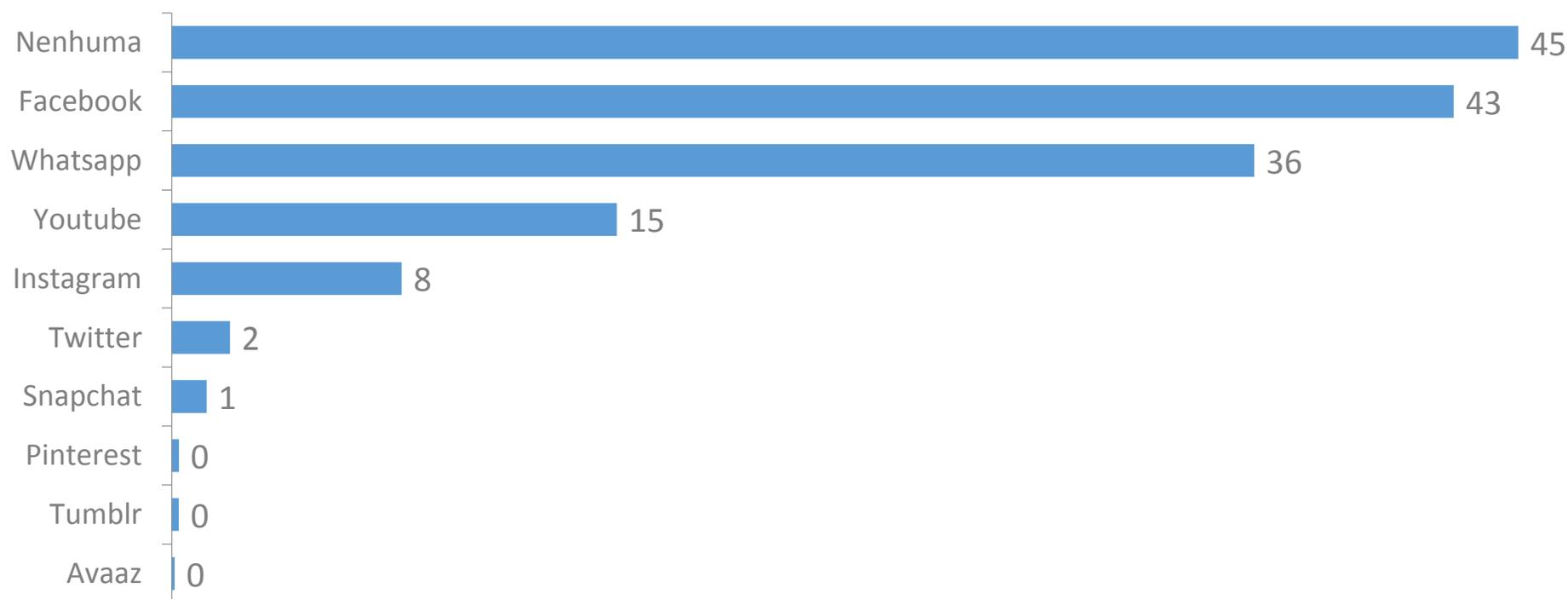
%Principais menções



Quais redes sociais prefere para obter mais informações sobre causas

Pensando em redes sociais, como por exemplo Facebook, Whatsapp, Snapchat, qual, ou quais, das seguintes redes sociais o(a) Sr(a) prefere usar para obter mais informações sobre uma causa:

Pulso Brasil | Base 1200



02.

ONGs

Já ouviu falar em ONGs?

O(a) Sr(a) já ouviu falar em "ONGs" - Organizações não Governamentais?

Pulso Brasil | Base 1200

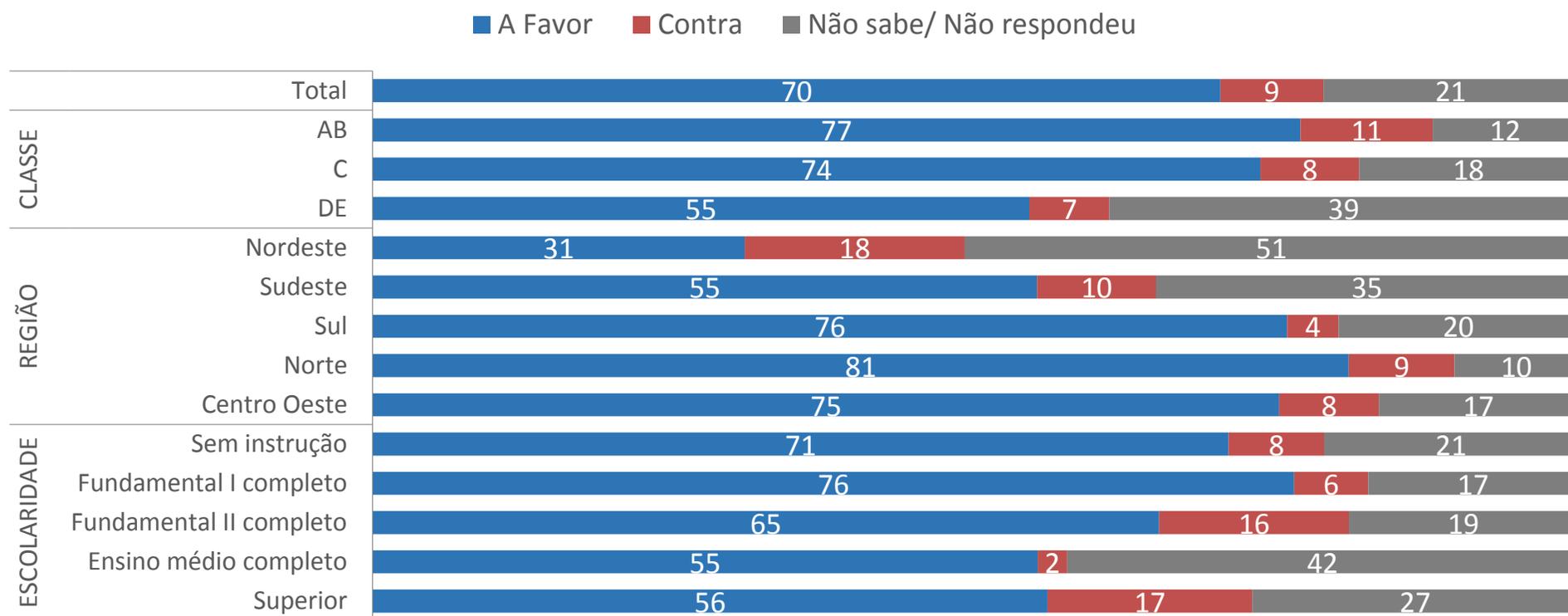
■ SIM, ouviu falar ■ NÃO, não ouviu falar ■ Não sabe/ Não respondeu



Favorabilidade às ONGs?

Considerando tudo o que o(a) Sr(a) sabe ou já ouviu falar sobre esse assunto, o(a) sr(a) diria que é a favor ou contra as ONGs?

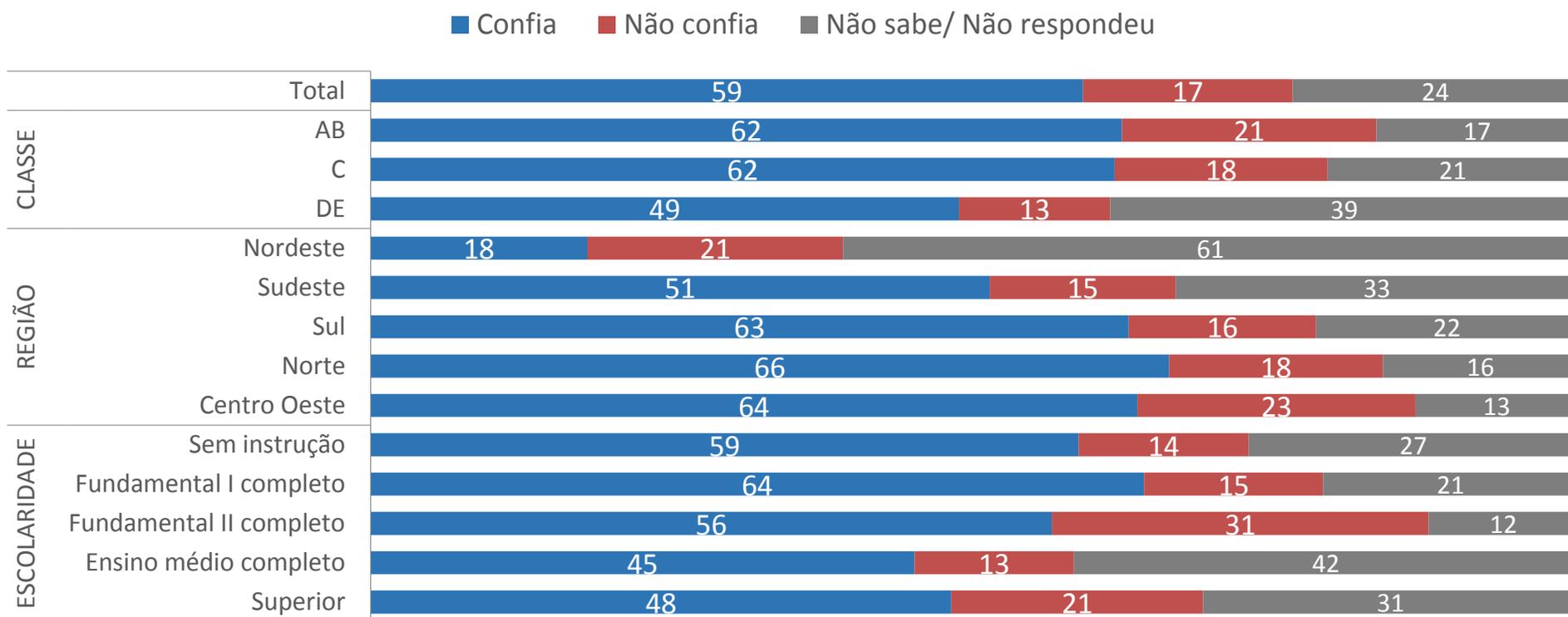
Pulso Brasil | Base 1200



Confia ou não confia nas ONGs?

Considerando tudo o que o(a) Sr(a) sabe ou já ouviu falar sobre ONGs, o(a) sr(a) diria que, de forma geral, o(a) sr(a) confia ou não confia nas ONGs?

Pulso Brasil | Base 1200

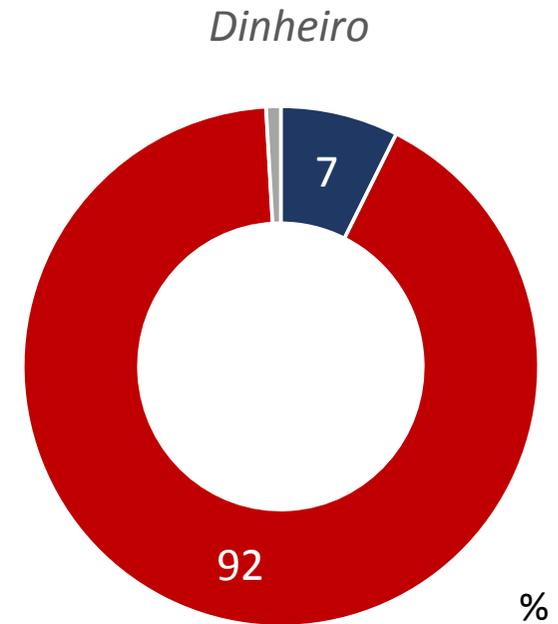
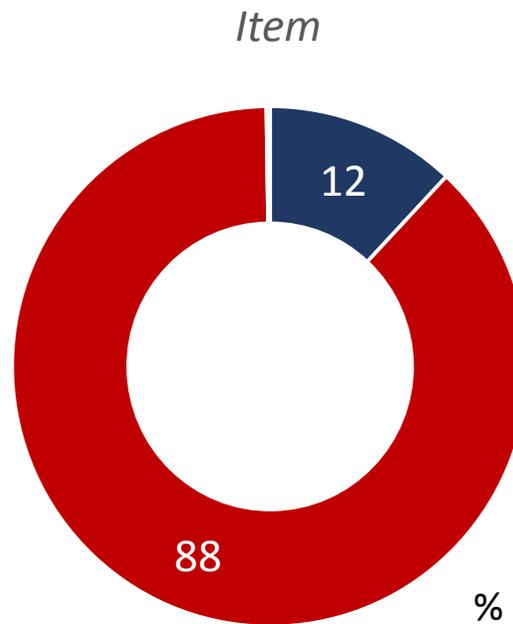
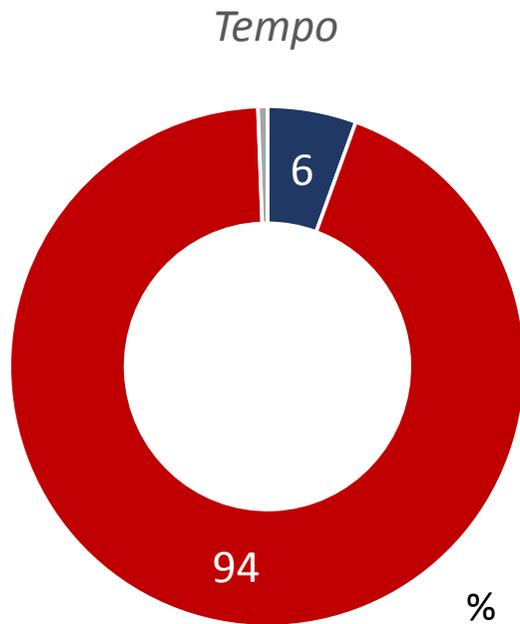


Doações a ONGs nos últimos 12 meses



O(a) Sr(a) doou seu tempo ou trabalhou voluntariamente para alguma ONG nos últimos 12 meses? | O(a) Sr(a) doou algum bem material como por exemplo roupas, móveis ou alimentos para alguma ONG nos últimos 12 meses? | O(a) Sr(a) apoiou alguma ONG financeiramente nos últimos 12 meses?

Pulso Brasil | Base 1200



Doou tempo ou fez trabalho voluntario em ONGs nos últimos 12 meses?



O(a) Sr(a) doou seu tempo ou trabalhou voluntariamente para alguma ONG nos últimos 12 meses?

Pulso Brasil | Base 1200

Doar tempo é o tipo de engajamento mais raro → não deveria ser o contrário em um período de alto desemprego?

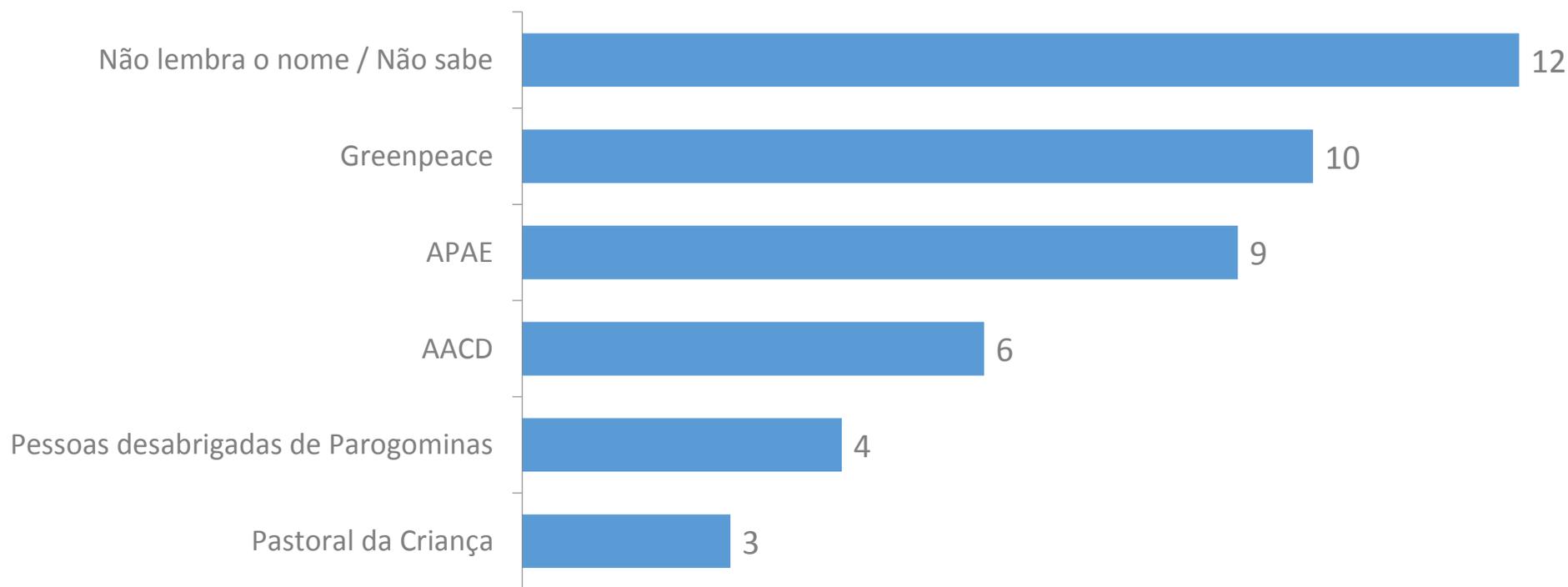
■ SIM, doou tempo ■ NÃO, não doou tempo ■ Não sabe/ Não respondeu



Para qual ONG doou tempo?

Se sim, para qual ONG o(a) Sr(a) doou seu tempo?
%Principais menções

Pulso Brasil | Base doou tempo: 67



Doou algum bem material para ONGs nos últimos 12 meses?

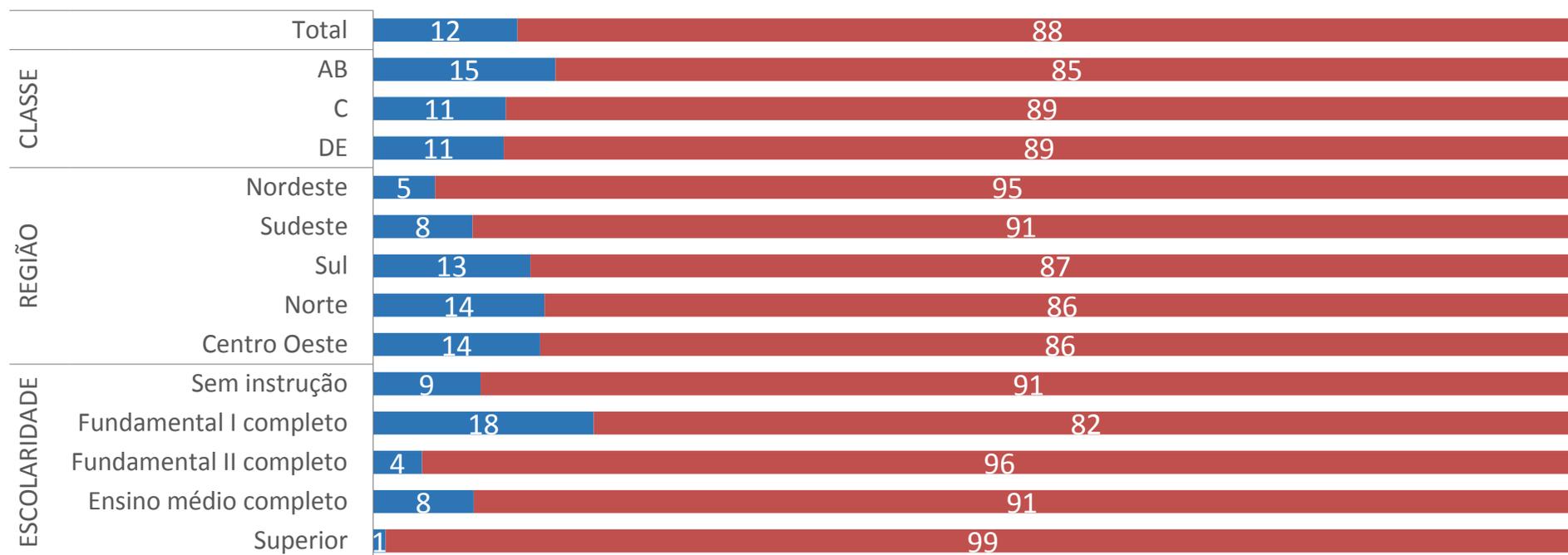


O(a) Sr(a) doou algum bem material como por exemplo roupas, móveis ou alimentos para alguma ONG nos últimos 12 meses?

Pulso Brasil | Base 1200

Doar itens é o engajamento mais praticado, mesmo assim 88% não doou nada nos últimos 12 meses

■ SIM, doou bem ■ NÃO, não doou bem ■ Não sabe/ Não respondeu

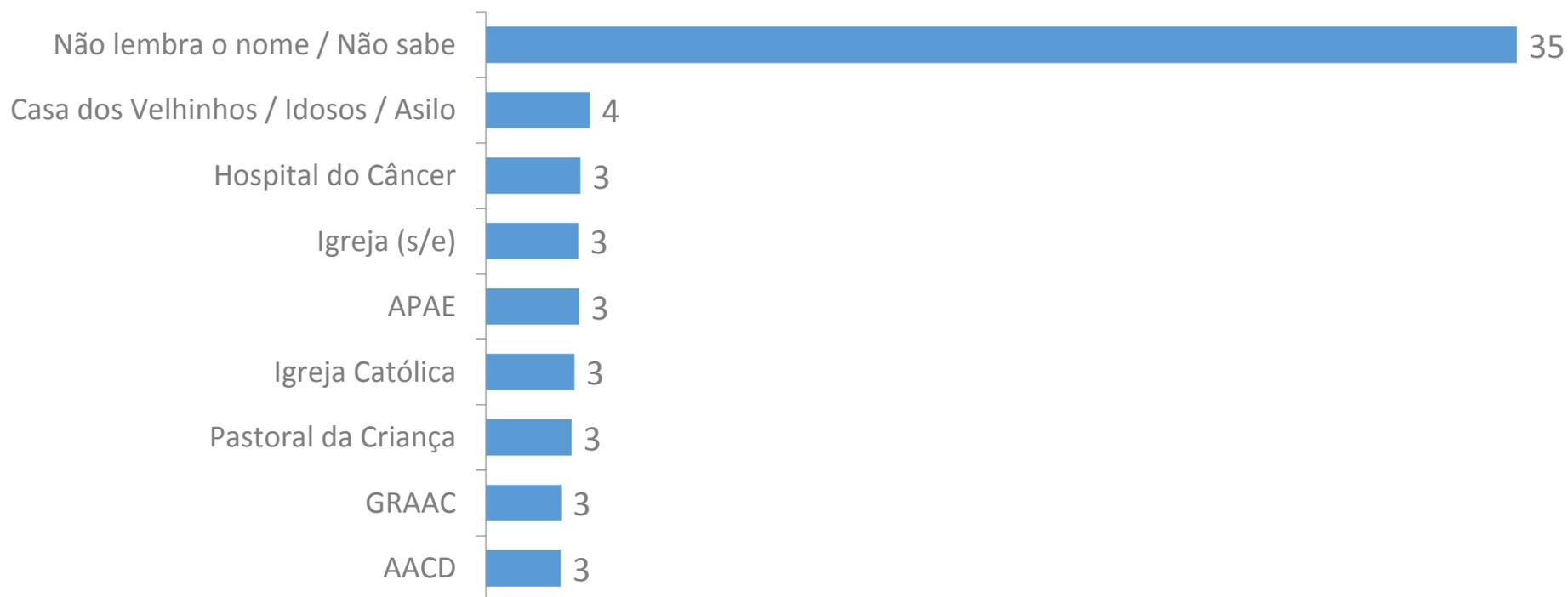


Para qual ONG doou bem material?

e sim, para qual ONG o(a) Sr(a) doou o bem?

%Principais menções

Pulso Brasil | Base doou bem: 144



Apoiou financeiramente alguma ONG nos últimos 12 meses?



O(a) Sr(a) apoiou alguma ONG financeiramente nos últimos 12 meses?

Pulso Brasil | Base 1200

Doar dinheiro é tão difícil quanto doar tempo. Os números baixos podem ser reflexo da crise

■ SIM, doou dinheiro ■ NÃO, não doou dinheiro ■ Não sabe/ Não respondeu

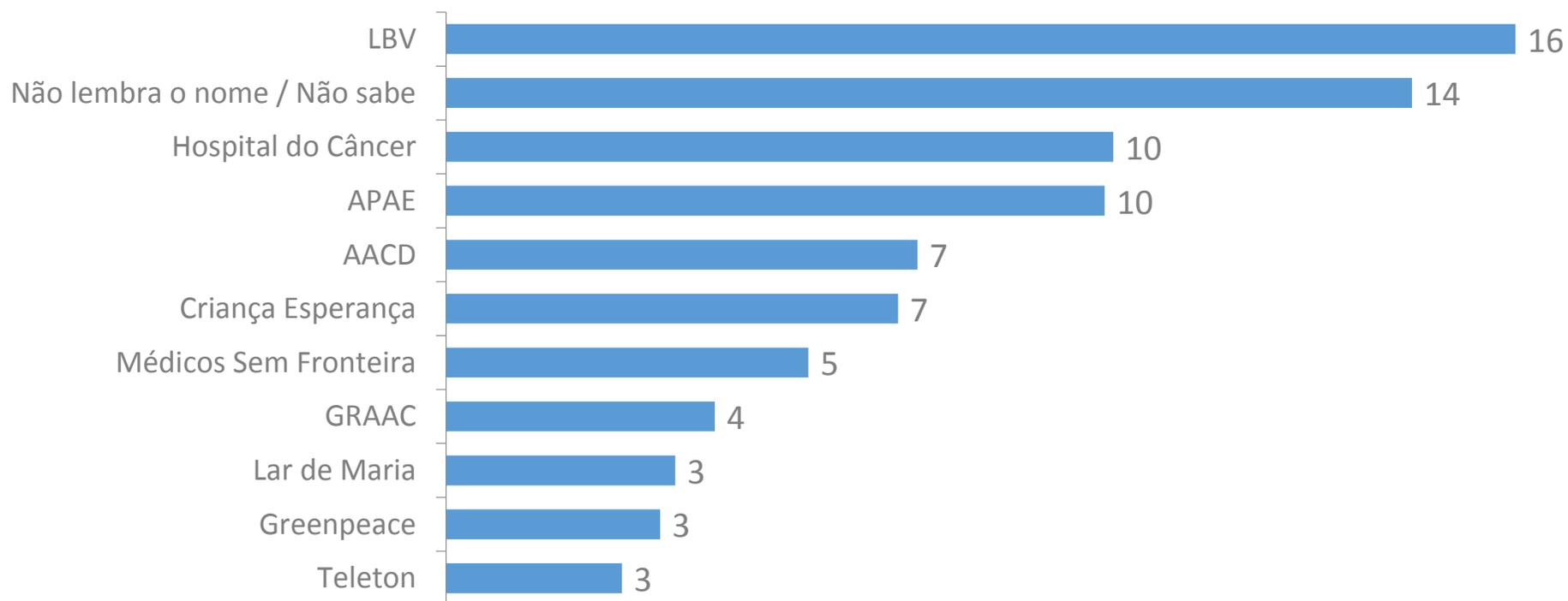


Para qual ONG doou recurso financeiro?

Para qual ONG o(a) Sr(a) doou o recurso financeiro?

%Principais menções

Pulso Brasil | Base doou recurso financeiro: 89



Canais de awareness e sensibilização

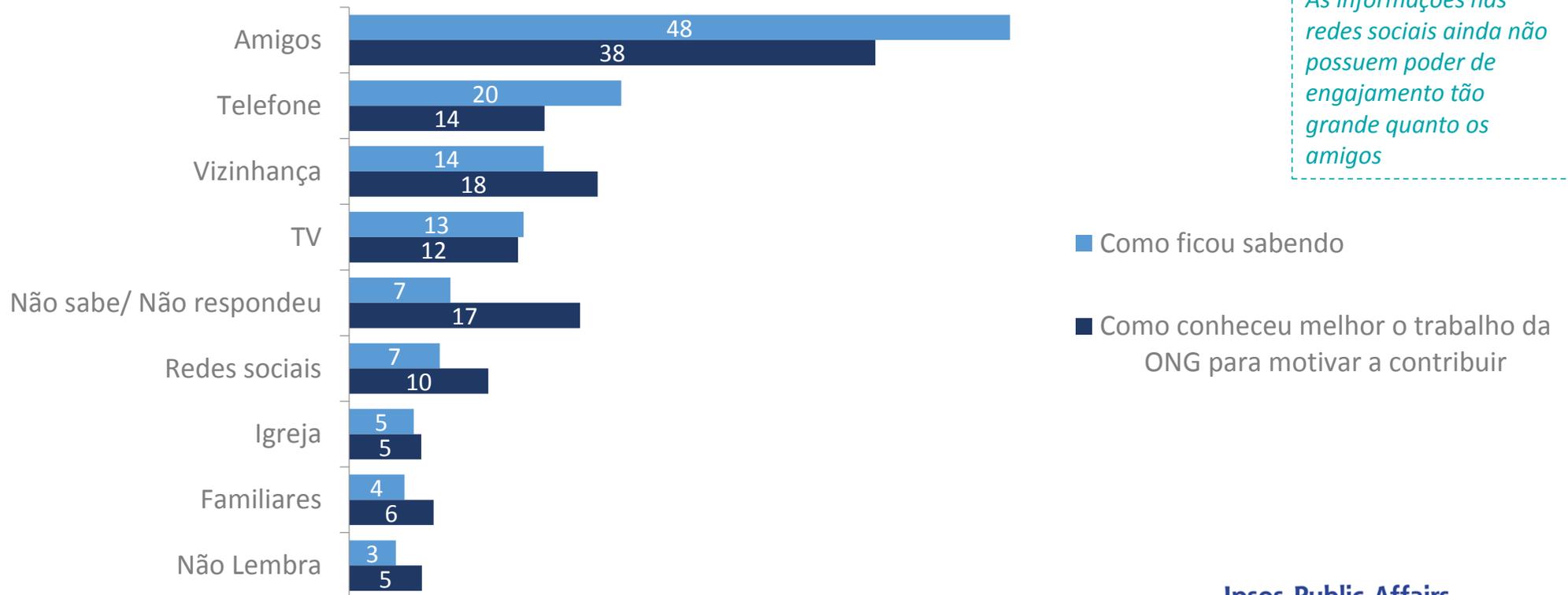
Pensando nas ONGs que o(a) Sr(a) contribuiu, qual foi a forma que ficou sabendo da existência da [...]? | E de que forma o(a) Sr(a) conheceu melhor o trabalho da ONG para lhe motivar a contribuir para [...]?

Pulso Brasil | Base contribui: 206

%Principais menções



As informações nas redes sociais ainda não possuem poder de engajamento tão grande quanto os amigos



Pretende doar para ONGs nos próximos 12 meses?

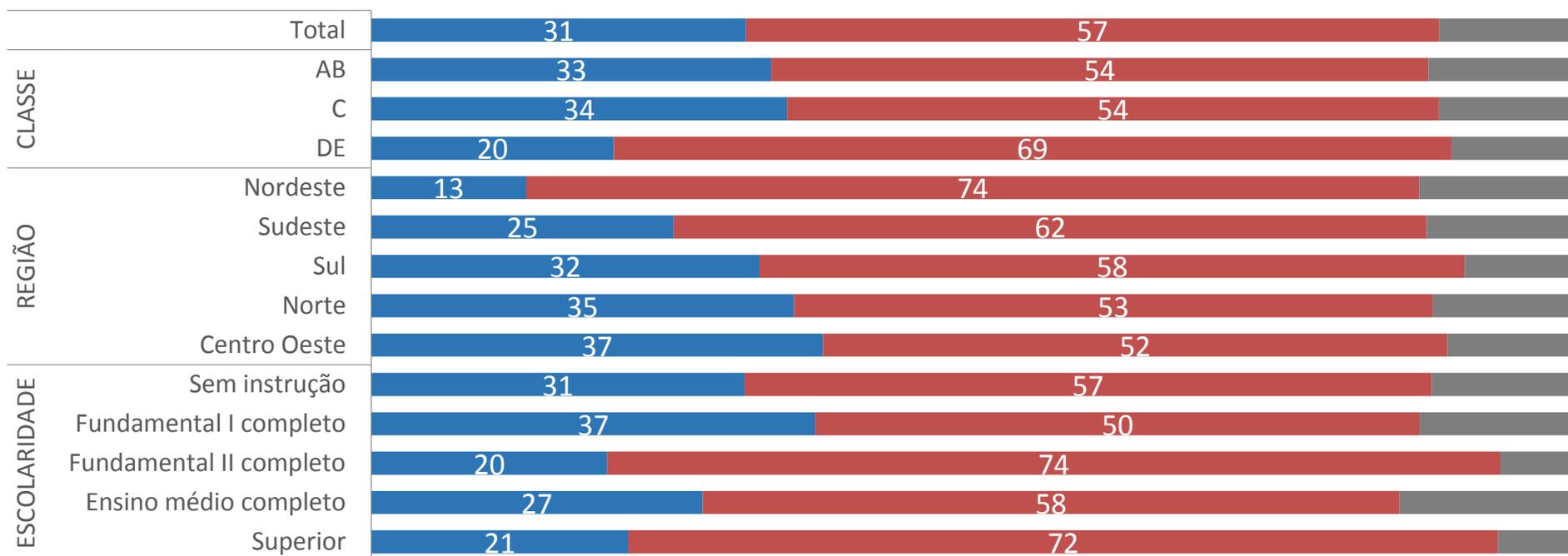


Pensando nos próximos 12 meses, o(a) Sr(a) pretende doar tempo, objetos ou recursos para alguma ONG?

Pulso Brasil | Base 1200

As pessoas estão doando bem menos do que pretendem → faltam oportunidades?

■ SIM, pretende ■ NÃO, não pretende ■ Não sabe/ Não respondeu

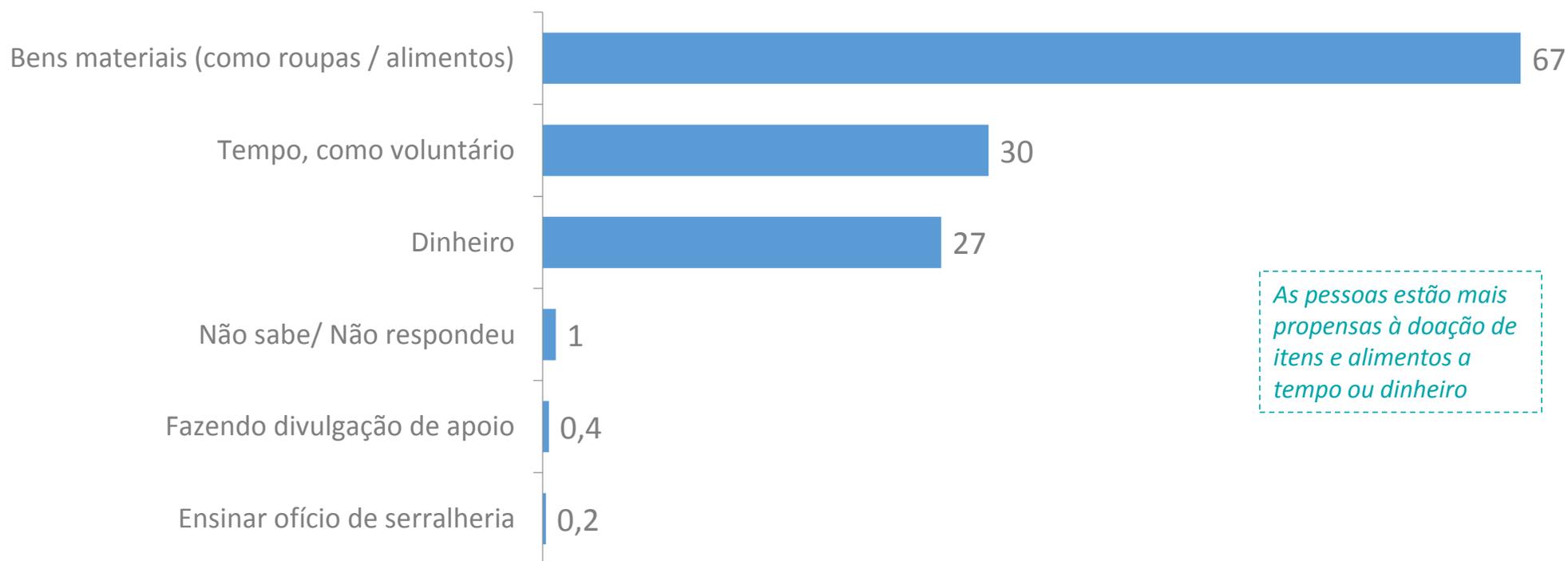


O que pretende doar



O que o(a) Sr(a) prefere doar):

Pulso Brasil | Base pretende doar: 372



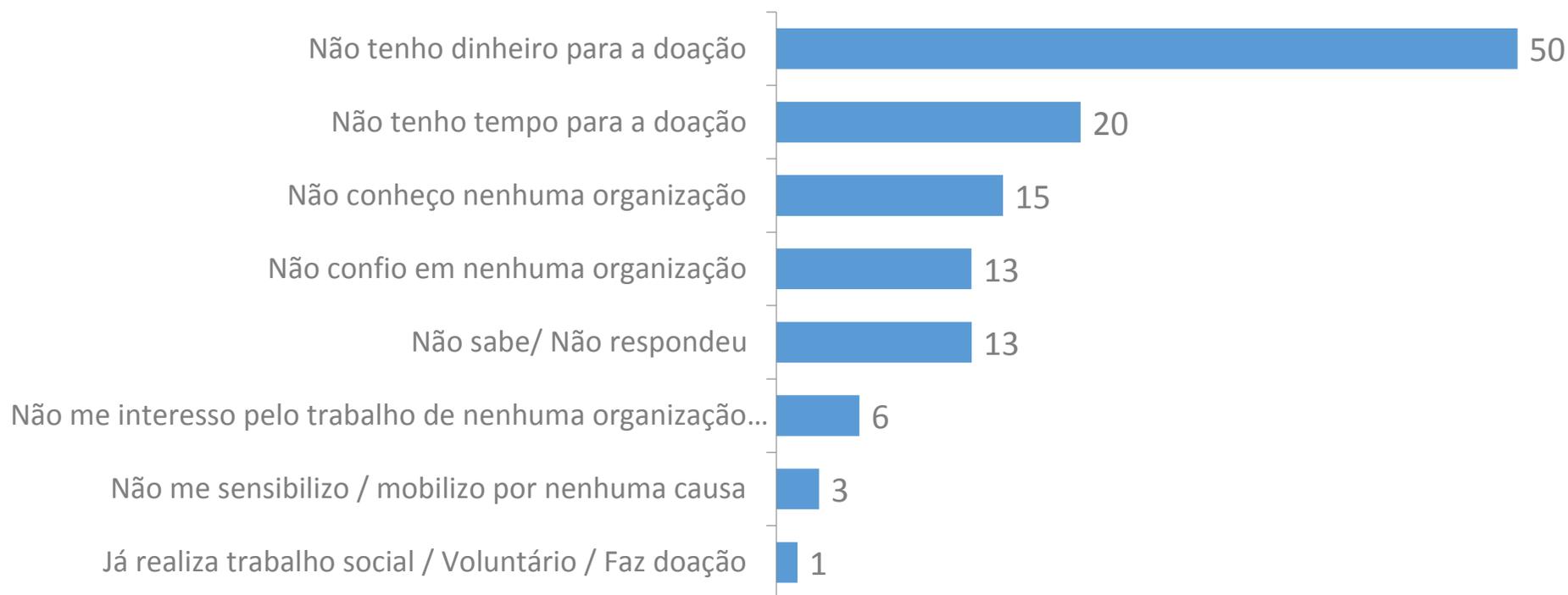
As pessoas estão mais propensas à doação de itens e alimentos a tempo ou dinheiro

Porque não pretende doar?

Por qual motivo não pretende doar tempo, objetos ou recursos para alguma ONG?

Pulso Brasil | Base não pretende doar: 828

%Principais menções

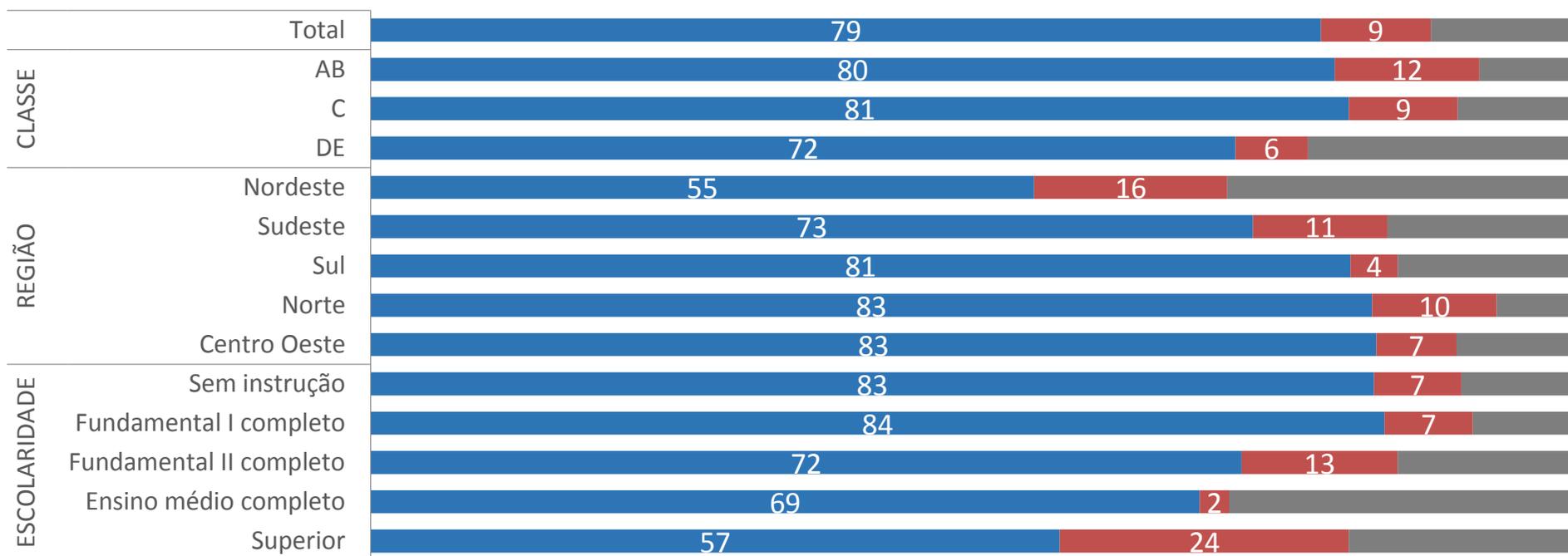


Favorabilidade as ONGs

Por fim, o(a) sr(a) diria que é a favor ou contra as ONGs?

Pulso Brasil | Base 1200

■ A Favor ■ Contra ■ Não sabe/ Não respondeu



Ipsos Public Affairs

OBRIGADO!

DANILO CERSOSIMO

Diretor

✉ Danilo.Cersosimo@ipsos.com

☎ +55 11 2159-8578

MARIE MARCHIORI

Research Manager

✉ marie.marchiori@ipsos.com

☎ +55 11 2159-8592

RUPAK PATITUNDA

Research Manager

✉ rupak.patitunda@ipsos.com

☎ +55 11 2159-8504

PRISCILLA BRANCO

Research Executive

✉ Priscilla.Branco@ipsos.com

☎ +55 11 2159-8726