

PONTÍFICA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO - PUC – SP  
COORDENADORIA GERAL DE ESPECIALIZAÇÃO APERFEIÇOAMENTO  
E EXTENSÃO - COGEAE

*Andréia Dias Pereira*

**CAPTAR RECURSOS JUNTO A PESSOAS FÍSICAS: UMA OPÇÃO  
PARA DIVERSIFICAR AS FONTES DE RECURSOS**

SÃO PAULO

2017

*Andréia Dias Pereira*

**CAPTAR RECURSOS JUNTO A PESSOAS FÍSICAS: UMA OPÇÃO  
PARA DIVERSIFICAR AS FONTES DE RECURSOS**

Trabalho de conclusão de curso de pós-graduação apresentado como parte das atividades para obtenção do título de especialização em Gestão de Projetos Sociais em Organização do Terceiro Setor da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Coordenadoria Geral de especialização Aperfeiçoamento e extensão (COGEAE)

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Mestre Miriam Ferrari

Data da apresentação: \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2017

**Membros componentes da Banca Examinadora**

---

Prof<sup>ª</sup>. Mestre Miriam Ferrari  
Pontifícia Universidade Católica – PUC SP

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Maria Amélia Jundurian Corá  
Pontifícia Universidade Católica – PUC SP

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a minha irmã Ana Carla, por suas palavras objetivas e realistas de apoio para concretizar este trabalho, a minha mãe Jaci, por acreditar sem sombra de dúvidas que o objetivo seria atingido, ao meu companheiro Elson, que a seu modo esteve ao meu lado, as companheiras da SOF Laís e Tica por me incentivarem sempre e a tod@s que de alguma forma me enviaram boas vibrações.

A mente que se abre a uma nova ideia  
jamais voltará ao seu tamanho original.

Albert Einstein

## **LISTA DE SIGLAS**

ABONG - Organização Brasileira de Organizações Não-Governamentais

CNPJ - Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica

CPF - Cadastro de Pessoas Físicas

ECA - Estatuto da Criança e do Adolescente

FEBRABAN - Federação Brasileira de Bancos

FGV – Fundação Getúlio Vargas

FUMCAD - Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente

GIFE – Grupo de Institutos, Fundações e Empresas

ICMS - Imposto Sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços

IDIS - Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social

INSS - Instituto Nacional de Serviço Social

IPC – Índice de preço ao consumidor

IPTU - Imposto Predial e Territorial Urbano

ISS - Imposto Sobre Serviços

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

MROSC - Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil

MACF - Movimento de Apoio a Cidadania Fiscal

NEATS - Núcleo de Estudos Avançados do Terceiro Setor

ONG - Organização Não-Governamental

OSC - Organização da Sociedade Civil

OSCIP - Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público

PEC – Proposta de Emenda Constitucional

PUC – Pontifícia Universidade Católica

SOF - Sempre Viva Organização Feminista

GIFE - Grupo de Institutos, Fundações e Empresas

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	7
JUSTIFICATIVA .....	8
OBJETIVOS .....	9
CAPÍTULO 1 – CAPTAÇÃO DE RECURSOS .....	10
CAPÍTULO 2 – MODALIDADES DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS .....	12
2.1 Empresas .....	12
2.2 Governo .....	13
2.2.1 Fomento e Convênios.....	13
2.2.2 Incentivos Fiscais .....	14
2.2.3 Imunidades e isenções.....	15
2.2.4 Créditos de ICMS.....	15
2.2.5 Emendas parlamentares.....	16
2.3 Fundações, Igrejas e Cooperação Internacional.....	16
2.4 Eventos e Geração de renda.....	17
CAPÍTULO 3 – CAPTAÇÃO DE RECURSOS COM PESSOAS FÍSICAS .....	17
3.1 Mala Direta .....	18
3.2 Telemarketing.....	18
3.3 Financiamento Coletivo – Crowdfunding.....	19
3.4 Face to Face .....	20
3.5 Voluntários .....	20
3.6 Perfil dos doadores no Brasil .....	21
CAPÍTULO 4 – MOTIVAÇÃO .....	22
CAPÍTULO 5 – METODOLOGIA .....	24
CAPITULO 6 - ESTUDO DE CASO .....	25
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	28
REFERÊNCIAS .....	30

## INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo principal pesquisar os motivos que tornam a captação de recursos com pessoas físicas uma alternativa promissora para as organizações e está estruturado da seguinte forma.

No primeiro capítulo, abordaremos o conceito da captação de recursos, qual a sua importância para manutenção das organizações sociais e uma ação necessária para garantir a permanência e obtenção de novos doadores.

No segundo capítulo vamos enumerar as modalidades de captação de recursos, destacando suas principais características, os desafios enfrentados para colocá-las em práticas e algumas dificuldades impostas pelo governo.

O terceiro capítulo falará sobre a captação de recursos com pessoas físicas, demonstrando quais as principais técnicas que podem ser utilizadas e o perfil do doador brasileiro.

No quarto capítulo falaremos sobre motivação, definindo o conceito e descrevendo os motivos que impulsionam os doadores a realizarem doação.

No quinto capítulo falaremos sobre a metodologia utilizada para realização da pesquisa, as técnicas que vão nortear todo o andamento e estrutura do trabalho.

No sexto e último capítulo, teremos o estudo de caso, que falará sobre a SOF Sempre Viva Organização Feminista, as formas que utiliza para captação de recursos e quais suas expectativas e visão sobre a captação de recursos com pessoas físicas.

Nas considerações finais, falaremos sobre os resultados obtidos com esta pesquisa, elucidando as principais descobertas e propondo novas perspectivas para futuras pesquisas sobre o tema.

Esta pesquisa busca contribuir para os acúmulos sobre captação de recursos com pessoas físicas, pois no Brasil conforme Pereira (2001, p. 18-19), a bibliografia neste campo de estudo é limitada se comparada a outros países.

## JUSTIFICATIVA

Hoje o desafio de todas as organizações sociais é manter sua estrutura, suas atividades e a realização da sua missão.

Cada vez mais os recursos financeiros estão escassos e é preciso reinventar a forma de obter financiamento para as atividades.

Com a SOF Sempreviva Organização Feminista não é diferente, ela luta pela igualdade de gênero e por um mundo mais justo para todas e todos, onde o capital não será o protagonista e sim as pessoas. A SOF possui aproximadamente 55% de recursos provenientes de cooperação internacional e 45% de governo federal e municipal, conforme balanço patrimonial publicado no ano de 2015.

No mercado empresarial, as possíveis empresas que teriam interesse em realizar doações para uma entidade feminista, estão no campo da moda, beleza e utilidades domésticas. Estes nichos de mercado impõe padrões de beleza e reforçam que a responsabilidade pelas tarefas domésticas são exclusivamente das mulheres, indo na contramão da luta da organização contra coisificação das mulheres e pela igualdade de gênero, por isso não há interesse em realizar captação de recursos junto às empresas.

Como uma alternativa de obtenção de recursos, este trabalho propõe a realização da captação de recursos com pessoas físicas, pois além de ser um recurso que pode ser aplicado em qualquer atividade da organização, ele tende a aumentar, pois hoje apenas 46% da população brasileira realiza doações em dinheiro para organizações sociais, conforme pesquisa IDIS 2016.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo geral:**

Investigar quais os motivos que tornam a captação recursos com pessoas físicas uma alternativa promissora em uma organização social localizada na cidade de São Paulo.

### **Objetivos específicos:**

Identificar quais as formas de captação de recursos utilizadas pela organização social SOF Sempreviva Organização Feminista.

Verificar os motivos que impulsionam a organização social SOF Sempreviva Organização Feminista iniciar a captação recursos com pessoas físicas.

## CAPÍTULO 1 – CAPTAÇÃO DE RECURSOS

Captação de recursos é uma das denominações utilizadas pelas organizações sociais para a atividade de obter recursos financeiros, através de doações, a fim de realizar a manutenção das suas atividades. Em Brito e Melo (2007) diz, “Captação de recursos', 'mobilização de recursos', 'autosustentação', 'sustentabilidade institucional' e 'marketing social' são termos que circulam e denominam práticas que guardam semelhanças entre si, mas também algumas diferenças” (BRITO E MELO, 2007, p. 177).

Toda organização social realiza captação de recursos para manutenção de suas atividades e realização da sua missão, e esta captação pode ser através do governo, cooperação internacional, empresas e com as pessoas físicas, sendo necessário desenvolver estratégias para obter fundos. No próximo capítulo, vamos aprofundar cada uma destas modalidades.

As organizações sociais, para manter sua sustentabilidade e o foco na sua missão precisam diversificar as fontes de recursos, pois quando o financiador não puder mais apoiar esta organização, existirão outras possibilidades para manter a execução dos projetos e o seu funcionamento. Numa publicação da Abong (Associação Brasileira de Organizações Não-governamentais), intitulada “O dinheiro das ONGs” (2014), a socióloga Anna Peliano diz que: “Diversificar o financiamento é muito importante. Quando uma organização fica dependente de um só financiador, fica na dependência também da orientação dele. Quanto mais diversas as fontes, maior a autonomia e sustentabilidades das OSCs” (ABONG e OBSERVATÓRIO DA SOCIEDADE CIVIL, 2014, p. 53).

Outro motivo que deve impulsionar as organizações sociais a buscar novas fontes de recursos é a legitimação da causa. Quanto mais pessoas conhecerem seus projetos e apoiarem a sua permanência, maior será o reconhecimento da importância destas atividades, garantindo sua continuidade dentro da sociedade, proporcionando a visibilidade da organização e contribuindo para obtenção de novos apoios. Cruz e Estraviz (2008, p. 18), destacam que uma organização não tem legitimidade apenas com dez ou doze cidadãos defendendo a sua causa e sim com o patrocínio empresarial, apoio dos funcionários e de diferentes setores da sociedade, gerando mais ideias, maiores obtenções de recursos, melhores serviços prestados e uma causa mais forte.

Para todas as organizações sociais, a manutenção das atividades é um grande desafio, há uma preocupação constante em obter novos recursos. Algumas organizações, nesta busca para obtenção de recursos, acabam se desviando da sua missão, deixando que os financiadores

interfiram em sua razão de ser, devido a escassez dos recursos financeiros. Por isso, é necessário manter a atenção, não deixando suas características primordiais para atender as demandas do financiador.

Vimos até agora o conceito de captação de recursos, a importância que esta atividade representa para organização e que a sua diversificação contribui para manutenção das atividades, agora vamos falar sobre uma das ações que as organizações sociais precisam implementar dentro da sua rotina para manter e atrair novos doadores.

Transparente segundo o dicionário Aurélio é o que se deixa atravessar pela luz, permitindo a visão dos objetos; evidente, claro.

Os doadores precisam saber onde a organização está utilizando os recursos captados. Isto pode ser feito através de publicações no site, envio por e-mail ou cartas de informes semestrais ou anuais, das atividades realizadas, e quanto dos recursos financeiros foram destinados para a sua realização, quanto custa a manutenção da sede e dos colaboradores. A esta atividade se dá o nome de transparência, pois deixa evidente e claro onde estão sendo aplicados os recursos financeiros da organização. Pereira (2001) ressalta:

É necessário organização para captar recursos, administrá-los de maneira eficiente e, principalmente, manter os doadores informados sobre os projetos para os quais colaboraram, assim como sobre a própria instituição, sua administração, seu desenvolvimento, suas conquistas: O doador se sentirá mais satisfeito sabendo que está colaborando para uma grande causa numa organização bem administrada. (PEREIRA, 2001, p. 45)

Com a implementação de procedimentos que garantam a transparência aos doadores, a organização aumentará as possibilidades de novas contribuições, pois evidenciará que possui idoneidade e que sua missão está sendo cumprida a partir das contribuições recebidas.

Para realizar uma captação de recursos bem-sucedida é necessário manter o foco na missão, diversificar as fontes de recursos e ter mecanismos de transparências para manutenção dos doadores.

## CAPÍTULO 2 – MODALIDADES DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS

Neste capítulo vamos abordar as modalidades de captação de recursos, que podem ser através de empresas, governo, fundações, igrejas, cooperação internacional, eventos, geração de renda e captação de recursos com pessoas físicas, esta, em específico abordaremos no próximo capítulo. É importante as organizações conhecerem todas as modalidades com o intuito de diversificar as fontes de recursos. Conforme abordado no primeiro capítulo, a diversificação é essencial para a manutenção da organização.

### 2.1 Empresas

Para iniciar a captação de recursos com as empresas é necessário realizar uma pesquisa prévia e um planejamento de ações, pois existem inúmeras possibilidades, e para se ter sucesso é preciso definir qual o seguimento da empresa, qual a região, priorizando a área de atuação da organização, verificar se o ramo de atividade tem afinidade com a missão da organização, se já possui investimentos sociais através de editais ou a partir de seus próprios institutos. Freller (2014) ressalta que não bastam bons projetos, relacionamentos ou bater na porta, é necessário realizar uma intensa pesquisa prévia.

Após realizar a pesquisa prévia e definir qual empresa será abordada para pedir apoio, é necessário pensar nos possíveis contatos que possam colaborar no agendamento de uma visita na empresa, com a indicação de alguém próximo aos responsáveis pela empresa fica mais fácil a abordagem. Cruz e Estraviz (2008, p. 81) apontam para a importância de valorizar os contatos, pois as chances de conseguir agendar uma visita aumentam quando a pessoa que indicou é um amigo próximo ou familiar.

Outro passo importante na captação com as empresas é elaborar as contrapartidas disponíveis para retribuir a doação. As empresas doam, mas querem receber algo em troca que possa dar visibilidade a empresa, contribuindo para o marketing da marca. Em Cruz e Estraviz (2008, p. 81), fica claro que na maioria das vezes as empresas apoiam, mas querem em troca divulgação, e que a organização necessita fazer um estudo prévio dos benefícios que irá oferecer.

De acordo com o Censo GIFE (Grupo de Institutos, Fundações e Empresas) de 2014, pesquisa realizada com 113 organizações associadas de origem empresarial, familiar, independente ou comunitária que investem em projetos de finalidade pública no Brasil,

observamos que foram investidos 3 bilhões de reais e destes 613 milhões correspondem à doação de empresas (GIFE, 2015).

No último ano, houveram mudanças significativas na política brasileira, que geraram uma retração econômica. Provavelmente, na edição do GIFE de 2016, poderemos observar o impacto destas mudanças nas doações das empresas, entretanto, esta modalidade de captação não deixa de ser atrativa, pois há empresas interessadas em para apoiar os projetos sociais, mas é necessário, fazer planejamentos e pesquisa para atingir o objetivo almejado.

## **2.2 Governo**

Os recursos do governo podem ser utilizados através de fomento, convênios, contrato, auxílio e subvenção, incentivos fiscais, imunidade e isenções tributárias, créditos de ICMS e emendas parlamentares. A seguir, vamos falar sobre algumas formas de captação com o governo.

### **2.2.1 Fomento e Convênios**

Uma parte das políticas públicas são implementadas e realizadas pelas organizações sociais, principalmente na área da saúde, educação e assistência social. No site da Abong, em uma notícia publicada em 2014, verificamos a importância das organizações: “Às ONGs cabe o papel primordial – mas não exclusivo – de: formular e desenvolver alternativas para tornar as políticas efetivas; colaborar para a sua disseminação, alargando e qualificando o raio de alcance da burocracia federal” (ABONG, 2014).

Para regular estas parcerias, foi criada, em 2014, a lei 13.019, uma conquista das organizações sociais, pois estas participaram do seu processo de construção através da agenda do MROSC (Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil), para garantir maior efetividade da legislação e abarcar as especificidades presentes no terceiro setor. Na publicação sobre o MROSC, da Secretaria-Geral da Presidência da República et al. (2015), verificamos:

“A agenda do MROSC está orientada pelo fato de que a incidência, o impacto e a riqueza das organizações da sociedade civil na participação social e na execução de políticas públicas precisam ser acompanhados de um quadro normativo que reconheça e valorize o trabalho das organizações à altura dos desafios da democracia brasileira”. (SECRETARIA-GERAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA et al., 2015, p. 27)

Antes da lei 13.019/2014, as parcerias realizadas com o governo eram denominadas convênios e, após a lei entrar em vigor, estas parcerias são chamadas de fomento, apenas na área de saúde permanecem os convênios. O governo lança um chamamento público, com as especificações para realização das parcerias, e as propostas que contemplarem todos os requisitos solicitados celebrarão o fomento. Esta legislação é nacional, e normatiza as parcerias realizadas pelo distrito, estados e municípios, tornando as regras iguais para as parcerias em todas as esferas governamentais.

### **2.2.2 Incentivos Fiscais**

Os incentivos fiscais são mecanismos utilizados pelo governo para incentivar algumas atividades específicas.

O governo concede incentivos fiscais para pessoas físicas que fazem a declaração de imposto de renda completo e doam para os fundos de crianças e adolescentes, federais, estaduais e municipais, projetos culturais e artísticos, atividade audiovisuais e projetos de incentivo a práticas esportivas.

As pessoas jurídicas que são tributadas pelo regime de lucro real, podem também ter dedução de impostos quando realizarem doações OSCIPs (Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público), instituições de ensino e pesquisa, projetos culturais e artísticos, fundos de crianças e adolescentes, federais, estaduais e municipais, atividades áudio visual e projetos de incentivo à práticas esportivas.

Estes incentivos são assegurados pelas seguintes legislações: Lei nº 8.069/90 (Estatuto da Criança e do Adolescente - ECA); Lei municipal 11.247/92 (Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente - FUMCAD); Lei nº 8.313/91 (Lei Rouanet); Lei nº 8.685/93 (Lei do Audiovisual); Lei nº 9.790/99 (Lei das OSCIPs); Lei nº 9.249/95 (regula doações de incentivos ensino e pesquisa); Lei nº 11.438/06 (Lei de incentivo à esportes).

Podemos observar que muitas organizações podem ser beneficiadas através das leis de incentivos, mas não todas, e esta pode ser uma das reivindicações da sociedade civil para que todas as organizações possam utilizar leis que incentivem a doação e tenham mais um diferencial no momento da captação de recursos.

### **2.2.3 Imunidades e isenções**

Algumas organizações possuem imunidades e isenções tributárias, que as isentam de pagar impostos como IPTU, INSS, ISS entre outros. Estas isenções são concedidas pelo governo e contribuem para que as organizações possam destinar seus recursos para sua atividade-fim, uma vez que contribuem para manutenção das políticas públicas na sociedade. Tiisel (2011) diz: “Seja na imunidade ou na isenção, o resultado prático é a exoneração tributária concedida às entidades do Terceiro Setor, em contrapartida (segundo entendem alguns) aos relevantes serviços públicos prestados à sociedade” (TIISEL, 2011, p. 34).

A isenção da cota patronal do INSS é concedido especificamente para as entidades Beneficentes de Assistência Social e representa uma parte significativa nos orçamentos destas organizações.

### **2.2.4 Créditos de ICMS**

O governo do estado de São Paulo, concede até 20% do ICMS efetivamente recolhido pelo estabelecimento e seus consumidores. Para obter este crédito ao adquirir mercadorias, o consumidor deve solicitar a inclusão do seu CPF na nota fiscal no momento da compra. Muitas organizações se beneficiam deste crédito e pede para os consumidores doarem as notas fiscais. Também são realizadas parcerias com os lojistas e uma caixa é colocada nos estabelecimentos comerciais para que as notas sejam depositadas, depois, estas caixas são recolhidas e é realizada a digitação, no site da fazenda de São Paulo, dos dados da nota no CNPJ da organização.

Neste ano de 2017, o Programa da Nota Fiscal Paulista completa 10 anos, e o governo anunciou que a partir de setembro, as organizações só poderão receber doações através de um aplicativo para celular criado pelo governo ou pelo site da Secretaria da Fazenda, pois não será mais permitido deixar nos estabelecimentos as urnas para coleta das notas. Esta decisão irá dificultar o recebimento das doações, prejudicando mais de 4 mil organizações que se beneficiam dos créditos.

O Movimento de Apoio a Cidadania Fiscal (MACF), um grupo que reúne as organizações que recebem as doações de notas está pressionando o governo para não realizar alteração nas regras, pois doar tem que ser fácil e muitas pessoas não tem afinidade com as ferramentas tecnológicas e acesso a internet, deixando potenciais doadores de fora.

### **2.2.5 Emendas parlamentares**

Emenda parlamentar é um dispositivo legal disponível nas três esferas governamentais: federal, estadual e municipal.

Os parlamentares têm direito a emendas individuais que possibilitam a modificação do orçamento anual, podendo alocar recursos para projetos que visam atender demandas das comunidades que representam e estes projetos podem ser realizados por organizações sociais.

As organizações, para acessarem este recurso, necessitam apresentar um projeto a um parlamentar que tenha afinidade com a atividade realizada pela organização, para que ele possa pleitear uma emenda para a sua realização.

A execução do projeto tem que seguir as normas da Lei 13.019/2014 e passar por todos os procedimentos burocráticos de formalização para liberação do recurso.

No encontro temático realizado pelo Neats (Núcleo de Estudos Avançados do Terceiro Setor) da PUC no dia 04/05/2017, o tema abordado foi emendas parlamentares. No desenvolvimento do debate, uma reflexão realizada foi que, com a limitação do aumento dos gastos públicos para os próximos 20 anos através da PEC 241/16, uma das saídas será a utilização das emendas parlamentares como complemento do orçamento de alguns setores que tem um crescimento exponencial.

### **2.3 Fundações, Igrejas e Cooperação Internacional**

Fundações são organizações formadas a partir de uma grande quantia de capital, imóveis, patentes e direitos. Elas são fiscalizadas pelo Ministério Público, que tem como função garantir que os recursos estão sendo utilizados na a atividade fim da fundação.

Algumas fundações possuem projetos próprios e outras financiam projetos de outras organizações. Através de pesquisas em *websites*, é possível identificar estas fundações tanto nacionais quanto internacionais. Segundo Cruz e Estraviz (2008): “A internet pode se transformar em um excelente aliado na busca de instituições financiadoras. Hoje em dia existem *sites* que informam os prazos de inscrição para apresentação de projetos a fundações nacionais e internacionais” (CRUZ E ESTRAVIZ, 2008, p. 82).

As igrejas são organizações religiosas que recebem muitas doações dos fiéis. Para acessar este recurso, é necessário a identificação com a crença pregada e que o projeto seja

acolhido pela igreja e conseqüentemente pelos fiéis. Cruz e Estraviz (2008, p. 83) dizem que quando a igreja acolhe um projeto, os fiéis tendem a contribuir também.

As cooperações internacionais são aportes financeiros realizados em projetos no país que têm origem internacional, e esta pode ser bilateral ou multilateral. Bilateral é quando a cooperação se realiza de um país para o outro e multilateral é quando é feita por organismos como a União Europeia, onde mais de um país a compõe.

Como nas fundações para saber o que é necessário e como participar dos editais é primordial realizar pesquisas em *websites*.

## **2.4 Eventos e Geração de renda**

Realizar eventos para captação de recursos é prazeroso e ao mesmo tempo estressante. Exige muita organização, venda de convites e mobilização dos participantes. Porém, gera um momento de celebração, divulgação da marca da organização, oportunidade para conquistar novos doadores e voluntários.

Os eventos mais comuns são jantares beneficentes, festa da pizza e festa junina, entre outros. A organização tem que utilizar sua criatividade para elaborar bons eventos que se adequem ao perfil da sua rede de contatos.

Projetos de geração de renda são uma boa alternativa para que as organizações tenham mais autonomia para gestão dos recursos. Por ser um dinheiro livre, pode ser utilizado para custear qualquer necessidade da organização.

Muitas organizações realizam brechós, vendem produtos e serviços, alugam salas e cobram taxas de associados. Um exemplo é a organização Dorina Nowill, que possui uma loja de *outlet* de roupas, que recebe doações de peças com pequenos defeitos das confecções.

O intuito deste capítulo foi listar as principais modalidades de captação de recursos e suas principais características.

## **CAPÍTULO 3 – CAPTAÇÃO DE RECURSOS COM PESSOAS FÍSICAS**

Captar recursos com pessoas físicas exige que a organização social tenha estratégias para demonstrar aos indivíduos o que ela faz, como ela faz, qual a importância deste trabalho na sociedade. Assim, os doadores se sentirão motivados a realizar a doação. Drucker (2002, p.

42), ressalta que é necessário conquistar o coração e a cabeça dos doadores, relatando de uma forma compreensível as ações da organização.

Outro passo necessário para realizar a captação de recursos com pessoas físicas é implantar os meios de pagamento, estes devem ser simples e de fácil acesso para todos os interessados, além de ter uma base de dados com o cadastro dos doadores.

A seguir, listaremos alguns métodos de captação de recursos com pessoas físicas.

### **3.1 Mala Direta**

O método de mala direta, consiste em enviar cartas a pessoas que já doam para a organização e possíveis doadores. Além de conseguir apoios financeiros, a mala direta sensibiliza as pessoas sobre a causa e divulga as ações da organização.

Para que a mala direta seja eficaz o envelope deve ser atrativo, incentivando a pessoa a abri-lo. A mensagem interna deve conter frases curtas, letras grandes, uma mensagem que aproxime o leitor da organização, pequenos brindes, como calendários, adesivos, marca páginas para livros e conter opções para realização o apoio, que podem ser através de envio de carta resposta para finalizar a doação, pagamento de boleto, doação direta pelo site da organização ou contato telefônico.

Muitas organizações enviam boletos para possíveis doadores, sem valor, para que a pessoa possa escolher e sem identificação do pagador, porém, com as novas regras para emissão de boleto proposta pela FEBRABAN (Federação Brasileira de Bancos) que deverá entrar em vigor até o final de 2017, deve ser informado o CPF e o valor para pagamento na impressão dos boletos, e isto aumentará os custos de impressão dos boletos e inviabilizará o recebimento de doação dos indivíduos que não constam o CPF na base de dados da organização.

### **3.2 Telemarketing**

O telemarketing é um sistema muito conhecido, amplamente utilizado por empresas, e consiste em realizar contato com o doador através de telefone.

Para ter sucesso nesta forma de captação é necessário ter uma equipe bem treinada para que a abordagem ao doador não seja evasiva e acabe em resultados negativos. Na base de dados, é possível registrar se o doador gosta de receber ligações e aceita fazer doações por telefone, possibilitando realizar o contato com quem gosta deste tipo de abordagem.

Para esta modalidade de captação, também pode ser utilizado o trabalho voluntário, pedindo para que estes façam contato com os conhecidos e amigos, solicitando uma contribuição.

### **3.3 Financiamento Coletivo – *Crowdfunding***

O financiamento coletivo, mais conhecido como *Crowdfunding*, é uma ferramenta utilizada via *websites* para financiar pequenos projetos, como eventos, impressão de livros, lançamento de discos e outras milhões de ideias que podem virar realidade através de um financiamento coletivo.

Esta é uma prática antiga que surgiu no século XVII, com a finalidade de publicar livros impressos. Os doadores, como recompensa, eram mencionados nas primeiras páginas dos livros. Em 1885, o financiamento coletivo entrou para a história com destaque mundial, quando foi lançada em Nova York uma campanha para aquisição do pedestal de granito para a estátua da liberdade, por Joseph Pulitzer, em seu jornal *The New York World*. Foi arrecadado mais de cem mil dólares, sendo muitas doações menos de um dólar.

Para realizar um financiamento coletivo é necessário ter um projeto, saber quanto ele vai custar e procurar um dos sites disponíveis que hospedam as campanhas, estes sites cobram uma taxa administrativa sobre o valor arrecado que varia de site para site. O Catarse foi um dos primeiros sites de financiamento coletivo no Brasil, mas existem muitos outros como Kickante, Juntos.com.vc e Benfeitoria. Geralmente, é necessário gravar um vídeo apresentando o projeto, definir o tempo necessário para arrecadar o montante e quais serão as recompensas aos doadores, que variam de acordo com o valor doado. Estas recompensas podem ser camisetas, bonés, canecas, pôsteres, tudo o que a criatividade permitir. Depois da campanha entrar no ar, é só divulgar para a rede de contatos, arrecadando as doações. Se não conseguir arrecadar o valor previsto, em alguns sites é devolvido todo o valor aos doadores, em outros, o valor da taxa administrativa aumenta.

O financiamento coletivo é uma boa alternativa para as organizações custearem pequenos projetos. No seu desenvolvimento, pode aumentar a rede de contatos, fazendo com que mais pessoas conheçam as ações da organização, porém, para realizar a doação, o doador deverá ter acesso a internet.

### **3.4 Face to Face**

*Face to Face* é um termo em inglês que, em sua tradução literal, significa cara a cara. Este método de captação de recursos pode ser realizado por voluntários, funcionários ou até mesmo por uma empresa terceirizada.

Muitas organizações utilizam este método para conquistar novos doadores, que consiste em abordar as pessoas, principalmente na rua para explicar o que a organização faz e pedir seu apoio financeiro através de uma doação única ou mensal, por meio de cartão de crédito ou débito em conta. Esta abordagem também pode ser realizada porta a porta, em comércios, shoppings, universidades, eventos etc.

A organização internacional Teto, está presente no Brasil há 10 anos, trabalha pelo direito das pessoas que vivem na favela e busca construir moradias mais dignas, promover educação, formar lideranças e envolver toda a comunidade em projetos para melhoria no bairro. O Teto realiza ações nas ruas que é chamada de coleta onde são realizadas intervenções artísticas para pedir doações e se utiliza um cofre em forma de casinha para serem depositadas as moedas, em maio de 2017 foi arrecadado R\$ 394.357,69 para custear as atividades da organização, onde mais de 6 mil voluntários se inscreveram para ajudar na ação, no vídeo da coleta podemos observar que os voluntários se sentem especiais por fazerem parte, estar juntos com os beneficiários e poder ajudar a transformar a realidade das pessoas que necessitam. No site está todas as informações necessárias para quem quer se inscrever e ser voluntário.

Este método é muito eficaz, mas exige um grande investimento em recursos humanos, treinamento para sua implantação e criatividade para chamar a atenção dos doadores.

### **3.5 Voluntários**

O trabalho voluntário é a doação de parte do tempo, trabalho e talento dos indivíduos para causas de interesse social e comunitário. Este pode ser realizado presencialmente ou a distância.

Para ter trabalhadores voluntários na organização é necessário formalizar esta parceria através de um termo de adesão ao voluntariado, conforme a Lei do voluntário 9.608/1998 e realizar um bom treinamento, pois é fundamental conhecer o trabalho desenvolvido na organização.

Uma captação de recursos bem-sucedida conta com a colaboração dos voluntários da organização, do conselho e da diretoria, que geralmente são voluntárias, eles devem ser envolvidos na construção das estratégias ou até mesmo serem apoiadores financeiros.

Os voluntários, por serem de diferentes grupos sociais, podem conquistar muitos apoiadores, eles estão na entidade por vontade própria e provavelmente se dedicarão com alegria nas tarefas designadas.

### **3.6 Perfil dos doadores no Brasil**

Conhecer o perfil das pessoas que doam é muito importante para construir estratégias de sensibilização pela causa.

Em 1998, foi realizada uma pesquisa nacional coordenada por Leilah Landim e Maria Celi Scalon considerada como pioneira, traçando o perfil dos doadores no Brasil. 50% da população brasileira realizava doações em dinheiro ou bens para instituições, sendo 21% em dinheiro e 29% bens, principalmente alimentos. Destas doações, 50% são destinadas a instituições religiosas, 53,7% dos doadores frequentam cultos religiosos e, se somar os que doam para pessoas diretamente, chega a quase 80% da população. Quanto maior a renda e a escolaridade, maior a probabilidade de doação, a renda média familiar dos que realizavam doações em dinheiro era de 7,4 salários mínimos, que correspondiam a R\$ 962,00 e a escolaridade média dos que doavam bens e dinheiro era de 6 anos, sendo que a escolaridade da população se concentrava de 4 a 7 anos de estudo entre indivíduos economicamente ativos, totalizando 31%, segundo pesquisa do IBGE. 55% dos doadores tinham mais de 40 anos e a média dos que realizaram doações em dinheiro era de 44 anos. As doações em dinheiro conforme declaração dos doadores totalizaram R\$ 1,7 bilhão, uma média de R\$158,00, por doador, por ano (BRITO E MELO, 2007).

Em 2016, foi publicada uma pesquisa realizada pelo IDIS (Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social), referente a 2015, com o mesmo intuito da realizada em 1998, onde constatou-se que: 77% da população doou dinheiro, tempo ou bens, incluindo esmolas e dízimos, 46% doaram dinheiro para instituições, a porcentagem de mulheres que doaram é maior que a dos homens, das instituições que receberam doação, 30% são religiosas e apenas 35% dos doadores afirmaram que doaram sem influência religiosa. Mais da metade dos doadores com nível superior e a partir dos 40 anos realizaram doações em dinheiro, as pessoas com renda familiar a partir de 4 salários mínimos que correspondiam a R\$ 3.520,00

realizam mais doações e que o valor estimado em doações no país seria de R\$ 13,7 bilhões, uma média de R\$ 240,00, por doador e por ano (IDIS, 2016).

Podemos observar que neste intervalo de 18 anos, algumas características dos doadores permanecem as mesmas. As pessoas tendem a doar dinheiro a partir dos 40 anos e, quanto maiores escolaridade e renda, maior a probabilidade de doação. Em 1998, as doações para instituições religiosas correspondiam a 50% e em 2015 correspondem a 30%, houve uma diminuição, mas não podemos deixar de destacar que a prática religiosa incentiva a realização de doações. A doação em dinheiro era realizada por 21% dos doadores e em 2015 aumentou para 46%, o aumento foi de quase 120%, mas se corrigirmos o valor da doação de 1998 por pessoa de R\$ 158,00 pelo índice IPC-Brasil (FGV) para 2015 equivaleria a R\$ 480,00, demonstrando que houve uma diminuição monetária no valor doado de 100%, isto é R\$158,00 em 1998 comprava mais bens do que R\$ 240,00 em 2015. Na pesquisa de 1998, não teve recorte de gênero, porém, em 2015 verificou-se que as mulheres doam mais do que os homens.

A partir destas informações, temos um perfil geral dos indivíduos que realizam doações de recursos, contribuindo para elaborar campanhas mais efetivas.

## **CAPÍTULO 4 – MOTIVAÇÃO**

A motivação é outro aspecto que podemos observar nos indivíduos para entender os motivos que os levam a doar.

Motivação tem origem nas necessidades que um indivíduo possui, e para satisfazer as necessidades todas as ações são direcionadas para alcançar esta satisfação, a energia aplicada para saciar a necessidade é denominada motivação, conforme Bergamine e Coda (1997, p.24).

Maslow foi um psicólogo que desenvolveu um trabalho intitulado “Uma teoria da motivação humana”, onde classifica as necessidades, organizando-as numa hierarquia, sendo elas: necessidades fisiológicas, de segurança, de pertença e amor, de estima, de autorrealização, de desejos de saber e entender e de estéticas. Quando uma necessidade é saciada, outra entra em seu lugar, alterando o motivo que impulsiona o indivíduo, segundo Maslow (in: Sampaio, 2009, p.8) “O homem é um animal desejante e raramente atinge um estado de completa satisfação exceto por um curto período de tempo. Assim que um desejo é satisfeito, outro explode e assume o seu lugar”. (SAMPAIO, 2009, p. 8).

As necessidades são consequências da natureza de cada pessoa, elas possuem níveis de subjetividade e parte do sujeito, por isso não é possível criá-las, como a necessidade é o motor

que impulsiona a motivação, conclui-se que não é possível motivar as pessoas, o que pode ser feito é oferecer meios para satisfazer as necessidades já existentes, Cortella (2016, p. 59) diz que apesar da palavra motivação significar movimento ela é um estado interior.

Em 2012, Ferrari, em sua dissertação de mestrado, analisou, através de grupos focais, pessoas que realizam doações, a fim de descobrir suas motivações para o ato de doar sobre a dimensão subjetiva.

A subjetividade, segundo Bock, Furtado e Teixeira (2006), “é o mundo de ideias, significados e emoções construído internamente pelo sujeito a partir de suas relações sociais, de suas vivências e de sua constituição biológica; é também, fonte de suas manifestações afetivas e comportamentais” (BOCK, FURTADO E TEIXEIRA, 2006, p. 23).

Identificou-se que as pessoas realizam doações porque acreditam que devem contribuir para mudar as desigualdades, se identificam com a causa, se sentem bem ao doarem e são reconhecidas por este ato, por terem práticas religiosas, e que estas pessoas podem influenciar outras a realizarem doações pelo simples fato de fazerem o bem.

Ferrari, propõe que sejam estudados os motivos que levam os doadores a doar para as organizações através de grupos focais, pois os motivos são intrínsecos de cada indivíduo, e sabendo os motivos, é possível definir quais as necessidades que foram saciadas, que estão ligadas a autorrealização, e desenvolver campanhas menos capitalistas e mais altruístas, despertando sentimentos humanitários e criando mecanismos para desenvolver uma micropolítica do bem.

Na pesquisa IDIS de 2015, também foram avaliados os motivos que influenciam na doação, e as respostas abertas demonstraram que as pessoas se solidarizam com os mais necessitados e, nas respostas fechadas de múltiplas escolhas, as respostas de maior porcentagem de escolha foram: porque faz bem, porque acredito que devemos participar de problemas sociais, porque me identifico com a causa (IDIS, 2016).

Se fizermos um comparativo com a dissertação de Ferrari (2012) e a pesquisa IDIS (2016), podemos afirmar que as pessoas doam por se sentirem bem e querem de alguma maneira contribuir para diminuir as desigualdades sociais, doando para causas que as sensibilizam.

## CAPÍTULO 5 – METODOLOGIA

Pesquisar abre caminhos para novas possibilidades, novos questionamentos, novas formas de leituras do mundo. Para Pescuma e Castilho (2013, p. 13) a pesquisa como princípio criativo promove transformações sociais e pessoais, suscitando questionamentos criativos, capacidades de invenções de soluções para desafios, descobertas ou criações alternativas.

Para iniciar este trabalho, realizou-se uma pesquisa bibliográfica, onde foram consultados livros, sites, periódicos, trabalhos acadêmicos, revistas, artigos, que abordam o assunto de captação de recursos e captação de recursos com foco em pessoas físicas, reunindo um arcabouço teórico, com informações sobre a importância da captação de recursos, as formas para realizar a captação e o motivo que faz a captação de recursos com pessoas físicas, ser uma alternativa promissora para diversificação de fontes de financiamentos para as organizações sociais. Segundo Marques (2001, p. 98), é necessário convocar uma específica comunidade de argumentação para que se realize a certificação social dos saberes que será discutido em cada tópico a ser desenvolvido.

Após reunir o arcabouço teórico, foi realizado um estudo de caso na SOF Sempre Viva Organização Feminista, que está localizada na cidade de São Paulo e luta pela igualdade de gênero, com o intuito de observar as formas utilizadas para captação de recursos e os motivos que a impulsionam iniciar a captação de recursos com pessoas físicas. Segundo Gil (2010, p. 118), o estudo de caso instrumental tem o propósito de aprimorar o conhecimento ou desenvolver teorias. Para Laville e Dionne (2008): “É preferentemente usado para o fim de precisar os conhecimentos adquiridos, esclarecê-los, aprofundá-los” (LAVILLE E DIONNE, 2008, p.157).

Realizar o estudo de caso contribuiu com esta pesquisa, enriquecendo os dados coletados com a visão de uma organização social sobre a captação de recursos com pessoas físicas, pois foi possível averiguar o tema sobre outra perspectiva e entender as expectativas da SOF Sempre Viva Organização Feminista, ampliando os resultados finais, conforme diz Yin (2010): “Como método de pesquisa, o estudo de caso é usado em muitas situações, para contribuir ao nosso conhecimento dos fenômenos individuais, grupais, organizacionais, sociais, políticos e relacionados” (YIN, 2010, p. 24).

Foi realizado um estudo de caso único de natureza típica, com o objetivo de analisar, uma organização social da cidade de São Paulo, dentre outras que realizam a captação de recursos, para manutenção de suas atividades. Segundo Yin (2010, p. 72), o estudo de caso

único representativo ou típico tem como objetivo observar situações do cotidiano ou de um lugar comum.

Os dados analisados são de natureza qualitativa, pois a pesquisa tem como um dos objetivos conhecer as motivações que impulsionam a organização social iniciar a captação de recursos com pessoas físicas, para Laville e Dionne (2008, p.43), os pesquisadores que defendem a pesquisa qualitativa, dizem que esta leva em consideração as motivações, representações e valores, que são dificilmente quantificáveis, mas contribuem com aspectos essenciais para compreensão.

Na primeira etapa do estudo de caso foi realizada uma pesquisa documental na organização social, buscando enumerar as formas utilizadas para realização da captação de recursos, segundo Yin (2010, p. 130), os documentos desempenham um papel fundamental para coletas de dados no estudo de caso.

Na segunda etapa foram realizadas duas entrevistas, uma com a gerente do departamento administrativo financeiro e a outra com uma colaboradora da equipe de projetos. Estas entrevistas são não-estruturadas, pois através de uma conversa, sem perguntas pré-formuladas, foram confirmadas e complementadas as informações obtidas através da pesquisa documental e identificadas quais as expectativas em relação a captação de recursos com pessoas físicas. Para Laville e Dionne (2008, p.190), não há modelos para entrevistas não- estruturadas, no diálogo, o pesquisador pode manter o controle, partilhar este controle até abandoná-lo, incentivando o entrevistado a se expressar livremente.

Após realizarmos estas etapas, obtivemos uma visão ampliada sobre a captação de recursos com pessoas físicas.

## **CAPITULO 6 - ESTUDO DE CASO**

O estudo de caso foi estruturado da seguinte forma: num primeiro momento, foram realizadas pesquisas bibliográficas com o intuito de se conhecer um pouco da história da organização e quais as formas utilizadas para realizar a captação de recursos e manter as atividades. Num segundo momento, foram realizadas duas entrevistas, uma com a gerente do departamento administrativo financeiro e outra com umas das colaboradoras da equipe de projetos, obtendo a visão dos dois departamentos existentes na organização, com o intuito de confirmar as informações obtidas através da pesquisa bibliográfica e entender as motivações da

organização para iniciar a captação de recursos com pessoas físicas. Para as entrevistas, se utilizou a forma não estruturada, isto é, foi realizada uma conversa sobre o tema, deixando o assunto se desenvolver livremente.

A SOF Sempreviva Organização Feminista é uma organização situada no bairro de Pinheiros da cidade de São Paulo, que luta pela igualdade de gênero e por um mundo mais justo para todas e todos, onde o capital não será o protagonista, mas sim as pessoas.

A SOF foi fundada em 1963 e em seus primórdios realizava atendimento ambulatorial, focado na saúde das mulheres, destinado às camadas mais pobres da população, realizando planejamento familiar. Na década de 80, com a luta pelo SUS, a organização foi deixando aos poucos o atendimento ambulatorial, pois entendia que a responsabilidade de realizar o atendimento era do SUS e foi ampliando a área de formação para saúde comunitária e direitos reprodutivos através de grupos educativos. A área de atuação se estendeu por toda a cidade de São Paulo e posteriormente assumiu um caráter nacional. Em 1986, encerrou o atendimento ambulatorial e a atuação foi direcionada para projetos que contribuíssem para o fortalecimento dos movimentos populares e de mulheres. Atualmente, a atuação é realizada prioritariamente junto a mulheres, brancas, negras e lésbicas, de idades variadas do campo e da cidade garantindo uma dimensão de educação para a cidadania, o fortalecimento da organização de grupos populares, o desenvolvimento da economia solidária, a luta pelos direitos das mulheres, igualdade de gênero e o fornecimento de materiais educativos.

Para manutenção das suas atividades, a SOF realiza captação de recursos através de chamamento públicos de prestação de serviços e celebração de convênios com a prefeitura e com o governo federal, tem projetos apoiados pela cooperação internacional, pede contribuição financeira para algumas atividades e impressão de materiais para sindicatos e entidades parceiras, realiza um brechó por ano, obtém colaboração de pessoas físicas, através de livros, canecas, camiseta e bandeiras e somente quando se realiza grandes atividades solicita doações para pessoas físicas.

Com a escassez de recursos a SOF necessita desenvolver novas formas de captação para manutenção das suas atividades, e uma das opções possíveis é realizar captação de recursos com pessoas físicas, porém não existe nenhuma expertise desenvolvida pela organização, e não há recursos humanos disponíveis. A organização deverá desenvolver estratégias que possibilitem iniciar esta forma de captação de recursos.

As entrevistas permearam esta perspectiva, demonstrando a visão da entidade sobre a captação de recursos com pessoas físicas.

Na entrevista com a colaboradora da área de projetos, verificamos que a organização já teve a intenção de realizar captação de recursos com pessoas físicas, mas não haviam muitas tecnologias disponíveis para viabilizar a arrecadação e devido ao grande trabalho de planejamento e organização, que avaliaram ser necessário, não colocaram em prática. Porém, hoje, a organização tem que lidar com a escassez de recursos e uma forma de diversificação seria realizar um projeto para captar recursos com pessoas físicas. A organização avalia que este seria um momento oportuno, pois muitas pessoas manifestam o desejo de realizar uma contribuição e existem muitas tecnologias disponíveis para viabilizar a arrecadação, além da tranquilidade de ter uma nova fonte de recursos, dando mais autonomia para organização, diminuindo a necessidade de buscar editais e viabilizando realizar mais atividades que os editais não apoiam.

Na entrevista com a gerente do departamento administrativo financeiro, identificamos que, no princípio, os recursos provenientes da cooperação internacional e dos editais nacionais eram suficientes para manter as atividades da organização e a falta de cultura de doação do Brasil, a necessidade de um grande esforço para realizar a captação de recursos com pessoas físicas e a impossibilidade de oferecer dedução no imposto de renda para os doadores foram empecilhos para colocar em prática alguma iniciativa. Como observado pela colaboradora da área de projeto, a gerente do financeiro aponta para escassez de recursos disponíveis como um incentivo para realizar a captação de recursos com pessoas físicas como uma forma de diversificação, porém ressalta que a organização, além de quebrar paradigmas para superar a falta de cultura de doação no Brasil, tem que mudar a cultura institucional e ser bem criativa, pois a SOF atua na área de defesa e ampliação de direitos e assessoria a movimentos sociais e não possui muito apelo para incentivar doações, quanto organizações que trabalham com atendimento à população carente, mas acredita ser uma iniciativa que terá resultados de médio a longo prazo deve ser iniciada.

Observamos que a escassez de recursos é o principal motivo que impulsiona a SOF iniciar a captação de recursos com pessoas físicas, que as entrevistadas de cada área possuem visões diferentes referente a esta modalidade de captação, mas acreditam que seja uma alternativa promissora para os próximos anos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Existe uma diminuição das fontes de financiamento para as instituições e cada vez mais se faz necessário buscar novas alternativas para manutenção de suas atividades.

Por meio da pesquisa, podemos observar que realizar a captação de recursos com pessoas físicas exige envolvimento de todos os colaboradores da organização e do conselho, voluntários engajados na causa, que seja realizado um planejamento para definir qual será a forma que mais se adeque à realidade da organização, investimento em treinamento, tecnologias, ferramentas e comunicação para conquistar doadores.

Os objetivos específicos desta pesquisa foram verificar as formas de captação de recursos utilizadas pela SOF e os motivos que a impulsionam a iniciar captação de recursos com pessoas físicas.

Identificamos que a SOF utiliza a captação de recursos através da cooperação internacional, governo federal e municipal, através de fomentos e prestação de serviços, parcerias para impressão de materiais e contribuições por produtos e que a escassez de recursos é o principal motivo para realizar a captação de recursos com pessoas físicas, seguido pela falta de meios disponíveis para receber doações de pessoas que acreditam no trabalho da organização que gostariam de contribuir para o desenvolvimento das atividades.

O objetivo geral foi de investigar os motivos que torna uma alternativa promissora a captação de recursos com pessoas físicas em uma organização social localizada na cidade de São Paulo.

Os motivos são resultados das necessidades de cada indivíduo, é a força, o impulso para satisfazer a necessidade e estes são específicos para cada ser humano.

Na pesquisa podemos observar que os motivos que as pessoas doam, estão ligados as necessidades de autorrealização, pois ao doarem se sentem bem e querem contribuir para diminuir as desigualdades sociais.

A captação de recursos com pessoas físicas pode ser promissora, a partir do momento em que as organizações conhecerem seus doadores, e entenderem seus motivos de realizar doação, poderão fazer campanhas que despertem o desejo de doar, reduzindo o princípio capitalista de toma lá, dá cá.

No desenvolvimento de campanhas, onde o senso humanitário seja estimulado, pode ser criado um movimento de solidariedade, onde as pessoas se sentirão responsáveis pelas causas que as sensibilizam e se serão compelidas a realizarem doação.

O motivo que torna a captação de recurso com pessoa física promissora é a necessidade de pedir apoio aos indivíduos, de uma forma cativante, que satisfaça sua necessidade de autorrealização.

O Censo Filantropia de 2016 mostra que 45,5 % dos participantes afirmaram que as organizações onde trabalham, tem a doação de pessoas físicas como uma das principais fontes de recursos (REDE FILANTROPIA, 2016), isto demonstra que as pessoas doam as entidades para as quais elas se identificam.

Com a crise econômica no Brasil, as organizações têm perdido apoios financeiros tanto de pessoas físicas quanto jurídicas, compelindo-as a diminuir o número de atendimento, número de colaboradores, para continuar existindo, conforme União Global, 2017. Este cenário afeta diretamente a disposição dos indivíduos a realizarem doação, pois seus motivos serão direcionados para outras necessidades, conforme a hierarquia de necessidades apresentadas por Maslow.

Para avançarmos nos estudos sobre os motivos para captar recursos com pessoas físicas, podem ser realizadas pesquisas com o intuito de mapear os motivos que impulsionam a doação, contribuindo para o arcabouço teórico sobre o tema.

## REFERÊNCIAS

ABCR. **Fracassa tentativa de acordo entre ONGs, FEBRABAN e BACEN.** 2017. Disponível em: <<http://captadores.org.br/2017/05/09/fracassa-tentativa-de-acordo-entre-ongs-febraban-e-bacen/>>. Acesso em 21 mai. 2017.

ABCR. **Mudanças nas regras da Nota Fiscal Paulista prejudicam as ONGs.** 2017. Disponível em: <<http://captadores.org.br/2017/04/04/mudancas-nas-regras-da-nota-fiscal-paulista-prejudicam-as-ongs/>>. Acesso em 17 jun. 2017.

ABONG, Observatório da Sociedade Civil. **O dinheiro das ONGs: Como as Organizações da Sociedade Civil sustentam suas atividades - e porque isso é fundamental para o Brasil.** São Paulo: ABONG, 2014, 56 p.

ABONG. **Pesquisa retrata cooperação das ONGs nas políticas públicas.** 2014. Disponível em: <<http://www.abong.org.br/noticias.php?id=7309>>. Acesso em 30 abr. 2017.

ABUMANSSUR, Helda Oliveira, HARDWICK, Mary. **Captação de recursos da teoria à prática.** 2002. Disponível em: <[www.apaers.org.br/arquivo.phtml?a=5701](http://www.apaers.org.br/arquivo.phtml?a=5701)>. Acesso em 21 mai. 2017.

AURELIO, Buarque de Holanda Ferreira. **Minidicionário da língua portuguesa.** 3ª edição revista e ampliada. 9ª impressão. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

BBC. **The Statue of Liberty and America's crowdfunding pioneer.** 2013. Disponível em: <<http://www.bbc.com/news/magazine-21932675>>. Acesso em 28 mai. 2017.

BERGAMINI, Cecília W., CODA, Roberto. **Psicodinâmica da Vida Organizacional: Motivação e Liderança.** 2ª edição. São Paulo: Atlas, 1997.

BOCK, Ana Mercês Bahia, FURTADO, Odair, TEIXEIRA, Maria de Lourdes Trassi. **Psicologias: Uma Introdução ao estudo de psicologia.** 13ª edição. São Paulo: Saraiva, 2006.

BOL. **Arrecadação "face-to-face" aumenta captação de recursos de ONGs no Brasil**, 2013. Disponível em: <<https://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/brasil/2013/12/11/arrecadacao-face-to-face-melhora-captacao-de-recursos-de-ongs-no-brasil.htm>>. Acesso em 01 jun. 2017.

BRITO, Márcia; MELO, Maria Emília. **Hábitos de doar e captar recursos no Brasil**. 1ª ed. São Paulo: Peirópolis, 2007.

CENTRO DE VOLUNTÁRIOS DE SÃO PAULO. Disponível em: <<http://www.voluntariado.org.br/default.php?p=principal.php>>. Acesso em 02 mai. 2017.

CORTELLA, Mario Sérgio. **Por que fazemos o que fazemos?: aflições vitais sobre trabalho, carreira e realização**. 1ª edição. São Paulo: Planeta, 2016.

CRUZ, Célia Meirelles; ESTRAVIZ, Marcelo. **Captação de Diferentes Recursos para Organizações Sem Fins Lucrativos**. Reimpressão da 2. Ed. São Paulo: Global Editora, 2008.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Administração de Organizações sem fins lucrativos: princípios e práticas**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

FERRARI, Miriam. **Um estudo da dimensão subjetiva do doador de recursos financeiros às organizações do terceiro setor na cidade de São Paulo: contribuições para compreender o ato de doação**. 2012. 149 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2012. Disponível em: <<https://tede2.pucsp.br/handle/handle/16995>>. Acesso em: 12 mar. 2017.

FRELLER, Michel. **Fontes para mobilização de recursos – 2**. 2016. Disponível em: <<http://captamos.org.br/news/2319/fontes-para-mobilizacao-de-recursos-2>>. Acesso em: 22 abr. 2017.

\_\_\_\_\_. **Fontes para mobilização de recursos – 3**. 2016. Disponível em: <<http://captamos.org.br/news/2851/fontes-para-mobilizacao-de-recursos-3>>. Acesso em: 01 mai. 2017.

\_\_\_\_\_. **Mobilização de recursos para organizações sem fins lucrativos por meio da geração de renda própria.** 2014. 148 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2014. Disponível em: <<https://tede2.pucsp.br/handle/handle/1102>>. Acesso em: 07 mai. 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO, **Secretaria da Fazenda.** Disponível em: <<http://www.nfp.fazenda.sp.gov.br/default.asp>>. Acesso em 01 mai. 2017

Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE). **Censo GIFE 2014.** 2015. Disponível em: <<http://keyfacts.censo2014.gife.org.br/panorama.html>>. Acesso em: 23 abr. 2017.

IBGE. Disponível em: <[http://serieestatisticas.ibge.gov.br/lista\\_tema.aspx?op=0&no=1](http://serieestatisticas.ibge.gov.br/lista_tema.aspx?op=0&no=1)>. Acesso em 10 jun. 2017.

IDIS. **Pesquisa Doação Brasil,** 2015. Disponível em: <<http://idis.org.br/pesquisadoacaobrasil/publicacao/>>. Acesso em 10. jun. 2017.

KICKANTE. **História do Crowdfunding: amor e vanguardismo desde o século XVII,** 2014. Disponível em: <<https://blog.kickante.com.br/historia-do-crowdfunding-amor-e-vanguardismo-desde-o-seculo-xvii/>>. Acesso em 28 mai. 2017.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. **A Construção do Saber:** manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Reimpressão. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

MARQUES, Mario Osório. **Escrever é preciso:** o princípio da pesquisa. 4 ed. Ijuí: Unijuí, 2001.

MEREGE, Luiz Carlos; MOUSSALEM, Marcia (Orgs.). **Dicionário do Terceiro Setor.** 1 ed. São Paulo: Plêiade, 2011.

PEREIRA, Custódio Filipe de Jesus. **Captação de recursos (fund raising):** Conhecendo melhor porque as pessoas contribuem. 1ª Reimpressão. São Paulo: Editora Mackenzie, 2001.

PESCUMA, Derna; CASTILHO, Antonio Paulo Ferreira de. **Projeto de Pesquisa – o que é? como fazer? um guia para sua elaboração.** 8 ed. São Paulo: Olho d'Água, 2013.

PREVIDÊNCIA SOCIAL. **Histórico do valor do salário mínimo e teto para contribuição.** 2013. Disponível em: <<http://www.previdencia.gov.br/servicos-ao-cidadao/informacoes-gerais/historico-valor-salario-minimo-teto-contribuicao/>>. Acesso em 05.jun. 2017.

REDE FILANTROPIA. **Censo Filantropia.** 2016. Disponível em: <<http://www.filantropia.org/informacao/censo-filantropia>>. Acesso em: 18 jun. 2017.

SAMPAIO, Jáder dos Reis. **O Maslow desconhecido: uma revisão de seus principais trabalhos sobre motivação.** Revista de Administração - RAUSP, vol.44, núm. 1, Enero-Marzo, 2009. Disponível em:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223417526001>> Acesso em: 01 jul. 2017.

SECRETARIA-GERAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA et al. **Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil: A construção da Agenda no governo Federal – 2011 a 2014.** Brasília: Governo Federal, 2014.

SENADO FEDERAL. **Emendas ao Orçamento.** Senado Notícias. Disponível em: <<http://www12.senado.leg.br/noticias/glossario-legislativo/emendas-ao-orcamento>>. Acesso em 06. Mai. 2017.

TETO, **O que é TETO.** Disponível em: < <http://www.techo.org/paises/brasil/teto/o-que-e-teto>>. Acesso em 01.jun. 2017.

THISEL, Danilo Brandani (Coordenação). **Captação de Recursos para o Terceiro Setor – Aspectos Jurídicos.** São Paulo: Comissão de Direito do Terceiro Setor – OAB/SP, 2011. Disponível em: <[http://www.oabsp.org.br/comissoes2010/direito-terceiro-setor/cartilhas/captacao\\_aspjur21092011%20revisada.pdf](http://www.oabsp.org.br/comissoes2010/direito-terceiro-setor/cartilhas/captacao_aspjur21092011%20revisada.pdf)> Acesso em: 01 mai. 2017.

UNIÃO GLOBAL. **Crise econômica afeta entidades sociais no Brasil.** Disponível em: <<https://www.uniaoglobalbr.org/single-post/2016/1/13/A-cri-se-Econ%C3%B4mica-afeta-as-doa%C3%A7%C3%B5es-para-entidades-Sociais>> Acesso em: 02 jul. 2017.

YIN, Roberto K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** Reimpressão da 4 ed. Porto Alegre. Bookman, 2010.