

7

MITOS E VERDADES

sobre captação de recursos
e cultura de doação



INC + MOBILIZA

SU MÁRIO

Apresentação.....	3
Mitos.....	4
Verdades.....	12
Exercício de reflexão.....	20
Conheça a Mobiliza e a Nossa Causa.....	21
Expediente.....	22



“Os problemas significativos que enfrentamos não podem ser resolvidos no mesmo nível de pensamento que estávamos quando os criamos.”

Albert Einstein

O campo social brasileiro é diverso e a captação de recursos é um dos grandes desafios com que gestores e ativistas se deparam quando pretendem crescer e ampliar o impacto do seu trabalho.

Nesse campo, encontramos realidades distintas, desde organizações muito bem estruturadas, com áreas de captação de recursos profissionais, até voluntários e ativistas querendo começar um trabalho em torno de uma causa, que mobilizam recursos com amigos próximos e muitas vezes do próprio bolso.

Quando se vêem frente a frente com o desafio de mobilizar recursos para suas causas, gestores e ativistas têm algo em comum – costumam ter visões pré concebidas sobre a captação de recursos e a cultura de doação no Brasil. Muitas questões que tomamos como

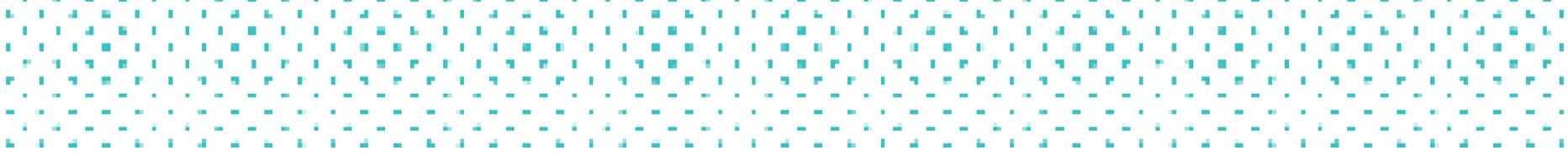
verdade são apenas mitos, visões distorcidas da realidade, que construímos ao longo da nossa vida, seja pelo que escutamos desde nossa infância ou por ideias que vão se espalhando sem controle e que nublam nossa percepção.

Ao criar essa lista de mitos e verdades sobre captação de recursos e cultura de doação no Brasil, esperamos que você possa rever seus conceitos e desbloquear o potencial para ampliar sua capacidade de mobilizar recursos.

Ao final do material, há um roteiro de reflexão para você fazer individualmente ou em grupo. Espero que o material ajude você a ampliar sua percepção sobre o assunto.

RODRIGO ALVAREZ (Mobiliza)

E AMANDA RIESEMBERG (Nossa Causa)

- 
- 1.** Brasileiros não doam
 - 2.** Captar recursos é captar dinheiro
 - 3.** Para captar recursos é preciso conhecer pessoas ricas
 - 4.** Somente OSCs famosas captam recursos
 - 5.** Captação de recursos = elaboração de projetos
 - 6.** É necessário ter um especialista em captação de recursos para começar a captar
 - 7.** Fatos e estatísticas são suficientes para mobilizar doações

MMI TROS

MUITOS

1

Brasileiros não doam

É verdade que não temos uma cultura de doação tão desenvolvida no Brasil se formos nos comparar com países que têm cultura filantrópica mais antiga, como os EUA, por exemplo. Na comparação, os americanos doam 2% do PIB deles e os brasileiros próximo de 0,2% do nosso PIB.

Mas **não** é verdade que o brasileiro não tem cultura de doar. Pesquisas recentes mostram que os brasileiros doam mais do que imaginamos.

Pesquisas:

- ▶ [Brasil Giving 2020 - Um retrato da doação no Brasil - IDIS](#)
- ▶ [Doação Brasil \(2016\) - IDIS](#)

É uma doação mais centrada em atender necessidades assistenciais, mais mobilizada pela ajuda aos mais vulneráveis do que à justiça social e ao desenvolvimento.

A mobilização de mais de R\$ 6 bilhões durante a pandemia da COVID-19, registrada pelo [Monitor das doações da ABCR](#) é uma demonstração clara de que brasileiros doam e vão doar mais, quanto melhor for o trabalho de influência das OSCs sobre a sociedade.

Entenda mais sobre o [impacto da COVID-19 sobre as OSCs brasileiras.](#)

2

Captar recursos é captar dinheiro

MILITROS

Pensamos que captar recursos é a mesma coisa que mobilizar as pessoas a doarem dinheiro, mas isto é apenas parte da verdade. Para resolver problemas sociais precisamos de todo tipo de recurso – financeiro (dinheiro), humano (talento e voluntariado), materiais (alimentos, roupas, insumos para construção) e imateriais (criatividade, influência).

Os recursos podem vir de inúmeras formas e muitas vezes uma pessoa que não está disposta a oferecer recursos financeiros pode oferecer capacidade de influência, recursos materiais ou tempo.

Conseguir enxergar recursos de uma forma mais ampla nos ajuda a desfazer o mito de que captar recursos é a mesma coisa que captar doações em dinheiro.



MITOS

B Para captar recursos é preciso conhecer pessoas ricas

Um dos mitos mais disseminado – e menos verdadeiro – neste campo é o de que é fundamental ter acesso a pessoas ricas para conseguir recursos. Muitas vezes, os recursos estão mais próximos de você do que imagina.

Comece mapeando sua rede próxima – familiares, amigos, colegas de trabalho, o comércio do bairro. É mais fácil alguém que está mais próximo – e mais conectado com o problema que você pretende resolver – se mobilizar para fazer uma doação.

Captar recursos envolve criar uma rede grande de muitas pessoas doando. Nem sempre as pessoas começam doando muito. Se o trabalho for bem feito e você for bem sucedido em demonstrar os resultados atingidos com as doações, seus doadores podem também influenciar suas próprias redes e, nesse processo de mobilização de círculos de influência, você pode alcançar doadores de alta renda.

MILITROS

4 Somente OSCs famosas captam recursos

Ter uma marca forte e reconhecida é importante, mas não é fundamental para começar a captar recursos.

Pessoas doam porque querem fazer a diferença no mundo. Se você tem uma causa que valha a pena a atenção das pessoas, comece.

Lembre-se de que organizações como Greenpeace, Médicos Sem Fronteiras, GRAACC, Doutores da Alegria

etc. um dia foram apenas uma ideia. A marca dessas OSCs foi construída por resultados concretos e por uma comunicação efetiva.

Portanto, ainda não ter uma marca famosa não é um impedimento para começar a captar recursos. Comece de onde você está, com o que você tem.

Lembre-se da frase de Margareth Mead: "Nunca duvide que um pequeno grupo de pessoas conscientes e engajadas possa mudar o mundo. De fato, sempre foi assim que o mundo mudou."

MITOS

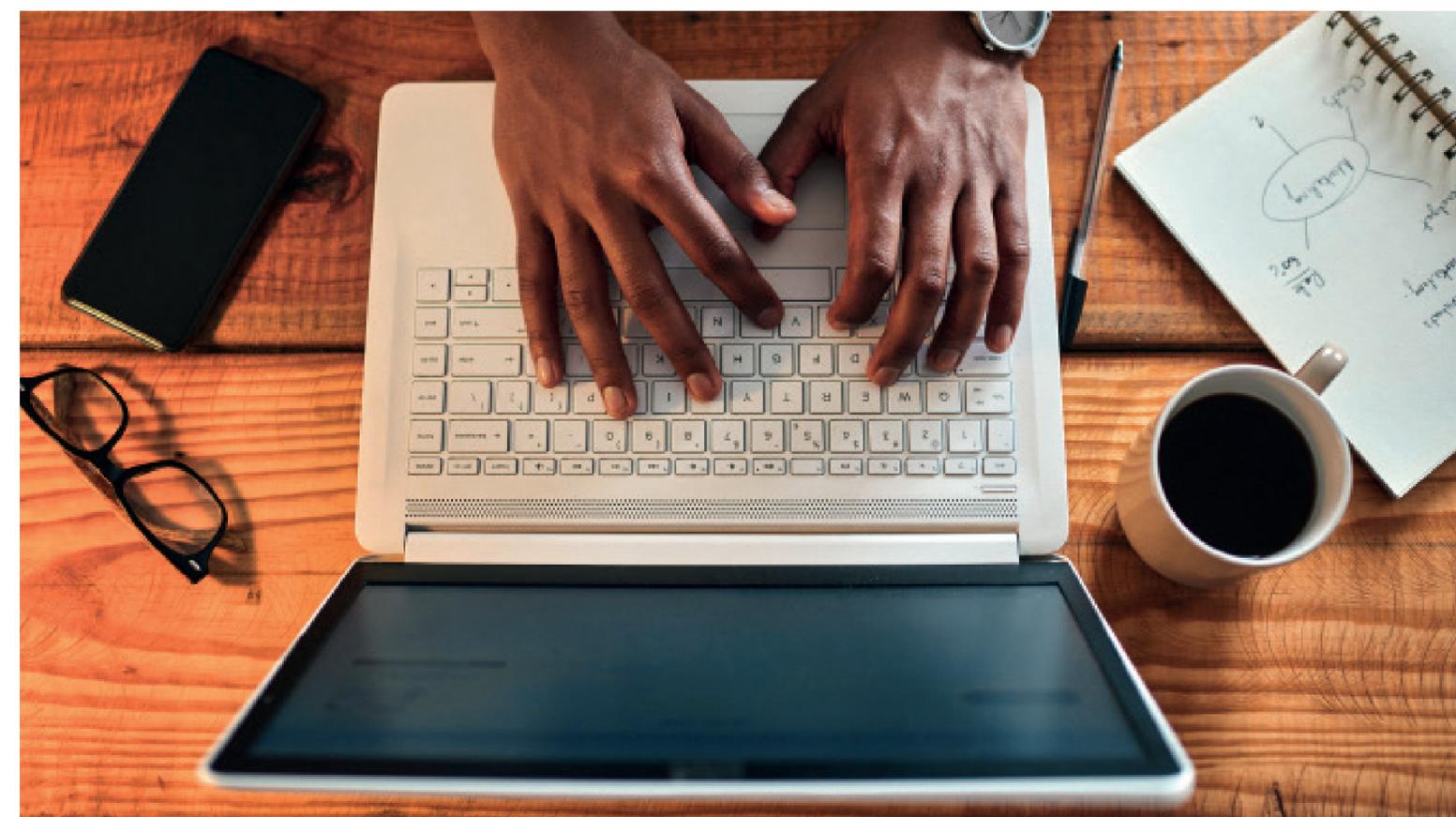
5

Captação de recursos = elaboração de projetos

Outro mito recorrente é que a única forma de captar recursos é elaborando projetos para aplicar em editais. Não é verdade.

Aplicar projetos em editais é **apenas uma** das estratégias de captação de recursos. Você pode escrever cartas/ e-mails com pedidos de doação, fazer pedidos em conversas presenciais, criar campanhas em plataformas de crowdfunding, realizar eventos, etc.

Existem muitas e diversas formas de captar recursos e elaborar projetos para editais é apenas uma delas.



MITOS

6

É necessário ter um especialista em captação de recursos para começar a captar

O Brasil é o país dos intermediários, o país da “criação de dificuldades para vender facilidades”. Nessa cultura, criamos o conceito do captador de recursos terceirizado – aquela pessoa que julgamos ter as conexões certas, que conhece o caminho das pedras, que sabe onde “se escondem os doadores”.

Essa figura (do captador de recursos externo especialista) é uma invenção brasileira. E este talvez seja um dos maiores mitos que bloqueiam o potencial de captação de recursos para causas de impacto social.

Os verdadeiros doadores querem estar próximos de quem eles irão apoiar, conhecer os empreendedores sociais pessoalmente. Já que captação de recursos é a construção de relações de longo prazo, a proximidade do doador com a organização apoiada precisa ser construída sem intermediários.

Se você não tem uma equipe de captação, novamente nosso conselho é começar com o que você tem. Invista parte do seu tempo para começar a se dedicar, estudar o assunto e fazer ações que comecem a história de captação de sua organização.

7 Fatos e estatísticas são suficientes para mobilizar doadores

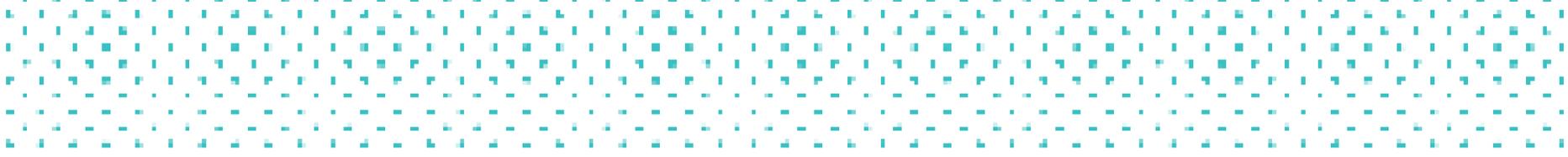
A doação começa no coração, não na cabeça. Por isso, pessoas se mobilizam mais por histórias de transformação do que por fatos e evidências.

Claro que é também importante gerar evidências racionais para mobilizar doadores, mas são as histórias que mais mobilizam.

E como as empresas e as fundações são também feitas de pessoas, nunca desconsidere o fator emocional, mesmo quando estiver interagindo com doadores/investidores sociais que têm processos padronizados e racionais de doação/investimento social.

No final das contas, a decisão final é de uma pessoa, ou um grupo de pessoas, e elas são influenciadas pelas suas emoções mais do que imaginam.

Sobre a influência das emoções na doação, indicamos o livro "[Emotionraising](#)", de Francesco Ambrogetti.

- 
- 1.** Ninguém doa se não houver solicitação
 - 2.** Em um processo de doação, ambos os lados ganham
 - 3.** É preciso escutar antes de falar
 - 4.** A gratidão precede a doação
 - 5.** OSCs podem oferecer muito antes de pedir
 - 6.** Captação de recursos é um trabalho em equipe
 - 7.** Pessoas doam para pessoas

DOAR SEM PEDIR

1 Ninguém doa se não houver solicitação



Esta é uma grande verdade. Pode parecer óbvio entender que as pessoas não doam se não foram solicitadas, mas às vezes não solicitamos.

Em geral, em nossa cultura brasileira, pedir doações é associado à mendicância, a um favor, à fraqueza ou à vulnerabilidade. Muitas pessoas relatam que não se sentem à vontade em pedir doações porque podem ser interpretadas como estando pedindo para si próprias.

Curioso ver que uma pessoa que solicita investimentos para sua própria empresa para gerar lucros privados é valorizado e visto como um empreendedor, mas uma pessoa que solicita recursos para gerar resultados sociais, que interessam a todos, é visto como um pedinte.

Outra certeza provável é que você vai receber mais “não” que “sim”. Portanto, quanto mais solicitar, maior a chance de chegar aos resultados esperados.

2 Em um processo de doação, ambos os lados ganham

Outra verdade incontestável é que o ato de doar gera prazer, sentimento de pertencimento, realização pessoal e espiritual, enfim, uma série de benefícios que fazem da doação um ato que traz uma enorme sensação de bem-estar.

Vivemos em uma era de resgate de valores humanos e espirituais, portanto, solicitar uma doação é como oferecer a alguém a oportunidade de fazer a diferença no mundo. E isso tem um grande valor.

Permitir que alguém demonstre gratidão, que se torne importante junto à sua comunidade, que seja responsável por transformações sociais e ambientais são algumas das coisas que são oferecidas a quem doa.

Logo, solicitar recursos não pode nunca ser entendido como um ato em que um lado oferece e o outro recebe. Ambos os lados oferecem e recebem.

3 É preciso escutar antes de falar

As pessoas doam quando são mobilizadas por algo que as toca intimamente. Bons profissionais de captação de recursos procuram entender quem doa para se comunicar de forma a conectar seu discurso com os interesses e necessidades de seu interlocutor.

Por isso, ouvir, compreender seu doador antes de oferecer algo é fundamental. A pior sensação para quem doa é ser visto como um caixa eletrônico.

Para saber mais como conectar os interesses dos doadores com sua organização, indicamos a leitura do artigo ***"The Science of what makes people care"***.



4

A gratidão precede a doação



Pessoas gratas doam mais. Esta é uma grande verdade.

Alunos beneficiados por uma bolsa de estudos em uma universidade tendem a querer doar para seu Fundo de Bolsas no futuro; pacientes que foram curados de câncer em um hospital querem devolver o bem que o hospital fez em forma de doações.

Algumas culturas costumam associar a doação com o termo "give back", ou seja "dar de volta", o que demonstra que, muitas vezes, a doação é um símbolo de gratidão pelo que me foi dado por uma organização, por uma comunidade ou por uma pessoa.

Como leitura complementar, indicamos o livro "Confiança, Doação, Gratidão", de Lex Boss – Editora Antroposófica.

5 OSCs podem oferecer muito antes de pedir



Como consequência da verdade anterior, uma outra verdade é que organizações sociais podem oferecer muito antes de solicitar uma doação.

Em primeiro lugar: oferecer resultados e impacto social de qualidade. Mas também podem oferecer conteúdos, oportunidades de relacionamento, compreensão das necessidades de seus doadores.

Organizações permeáveis, porosas, que escutam a sociedade e seus doadores, têm muito mais chances de serem consideradas como dignas de receber uma doação do que aquelas que são fechadas ao mundo exterior e se perdem dentro de sua própria lógica de apenas sobreviver.

6

Captação de recursos é um trabalho em equipe

Quem capta recursos não precisa ser um lobo solitário. Um dos desafios quando se cria uma área profissional de captação de recursos em uma organização é achar que os resultados de captação de recursos serão exclusivos da área.

Começando da liderança da organização (muitas vezes a figura mais importante na captação de recursos), passando pela equipe programática (que constrói projetos junto com a pessoa responsável pela captação de recursos) e se estendendo a toda organização – todas e todos têm uma parte importante na captação de recursos, seja trazendo ideias de possíveis financiadores ou simplesmente realizando um trabalho de excelência. **Isto sim vai atrair mais doações.**



Pessoas doam para pessoas



Entender que o ato de doação é um ato que se faz de pessoa para pessoa é uma chave fundamental para o processo de captação de recursos.

De um lado, a pessoa que doa precisa ser vista como alguém que tem suas paixões, necessidades e interesses próprios. De outro lado, quem solicita precisa ser alguém com credibilidade e histórico de realizações.

Pessoas costumam doar ao saber que a liderança da organização é alguém com quem se identificam, em quem confiam, a quem são creditados resultados e credibilidade.

O ato de doar é um ato de uma pessoa que confia em outra pessoa.

EXERCÍCIO PARA REFLEXÃO

1. Entre os **mitos** apontados no texto acima, quais são aqueles que você acredita que mais influenciam sua forma de ver a captação de recursos?

2. Quais são as consequências que acreditar nesses **mitos** traz para sua vida (ou da sua organização)?

3. Entre as **verdades** apontadas no texto acima, quais são aquelas que mais te tocam?

4. Relembre alguma história vivida por você que converge com alguma das **verdades** apontadas no texto.

5. Ao passar pelas questões acima, o que você aprende sobre si e sobre a cultura de sua organização?

MOBILIZA

A Mobiliza desenvolve líderes e organizações sociais para que sejam mais eficazes, transparentes e financeiramente equilibrados, gerando mudanças sociais e ambientais sistêmicas e duradouras.

Queremos que o Brasil seja um país mais doador e que os doadores tenham mais confiança nas organizações da sociedade civil.

Somos especializados no desenho de estratégias de mobilização de recursos e de filantropia colaborativa para investidores sociais e organizações da sociedade civil.

Clique [aqui](#) para nos conhecer mais e saber como ampliar seu potencial de captação de recursos.

NOSSA CAUSA

Somos uma OSC formada por jovens, que compartilha conhecimentos e realiza projetos de impacto social para potencializar a atuação de pessoas interessadas em mudar o mundo.

Clique [aqui](#) para conhecer nosso Portal de Conteúdo.

Expediente

Autores | Mobiliza e Nossa Causa

Redação | Rodrigo Alvarez (Mobiliza)

Revisão e edição | Camilla Ceylão e Amanda Riesemberg (Nossa Causa)

Design Gráfico | Ana Paula Bomgiorno e Isa Imay (Nossa Causa)

Data de publicação | Outubro, 2020

