

Por que as Pessoas Maduras Doam mais Dinheiro e/ou Bens? Estudo Realizado com Doadores com mais de 50 Anos no Espírito Santo - Brasil^{1 2}

Emerson Wagner Mainardes, Nivea Coelho Pereira Degasperri e Rozélia Laurett

Resumo

O objetivo deste estudo foi evidenciar os motivos que favorecem a doação de dinheiro e/ou bens por pessoas maduras no estado do Espírito Santo, Brasil, no ano de 2015. Para alcançá-lo, primeiro fez-se uma revisão da literatura sobre o tema. Em seguida, realizou-se uma pesquisa exploratória e qualitativa, utilizando a técnica da análise de conteúdo por meio de 12 entrevistas semiestruturadas com pessoas na faixa etária entre 50 e 65 anos. Conclusivamente, foram identificadas 26 variáveis, categorizadas em cinco grupos, os quais, na visão dos entrevistados, tendem a motivar as doações de dinheiro e/ou bens provindos das pessoas maduras. As características socioeconômicas, a influência da religião, os benefícios psicológicos, a identificação com a causa e a contribuição social tendem a interferir na decisão da pessoa madura a doar dinheiro e/ou bens para a caridade. Sabendo disto, os gestores das instituições de caridade podem planejar melhor as suas ações de marketing para atrair esse perfil de doador. Além disso, as autoridades competentes podem também estabelecer políticas públicas para promover e aumentar o montante a ser doado por este público e ainda facilitar o repasse do recurso a ser doado para determinadas instituições de caridade.

Palavras-chave

Filantropia. Motivadores para a Doação. Doação de Dinheiro/Bens. Doação por Pessoas Maduras. Características Pessoais de Doação.

Abstract

The objective of this study was to identify the reasons that favor the donation of money and/or goods by middle-aged people. To do so, first we carried out a literature review on the subject. Then, an exploratory and qualitative survey was performed, using the content analysis technique with 12 semi-structured interviews with people aging between 50 and 65. Conclusively, we identified 26 variables, categorized into five groups, which, from the interviewees' point of view, tend to motivate the donation of money and/

or goods by middle-aged people. Socioeconomic characteristics, religious influence, psychological benefits, identification with the cause and social contribution tend to guide middle-aged people's decision to give away money and/or goods to charity. Based on that, managers of charity institutions can better plan their marketing actions to attract more donors. Besides that, authorities may also set up public policies to promote and increase the amount to be donated as well as facilitate fund transfer.

Keywords

Philanthropy. Donation motivators. Donating Money/Goods. Donation by Middle-Aged People. Personal Characteristics for Donation.

INTRODUÇÃO

É conhecido que muitas pessoas doam uma parte da sua renda para uma variedade de indivíduos ou grupos de forma direta ou por meio de instituições de ensino, instituições religiosas, campanhas políticas e organizações de caridade (KONOW, 2010). Por outro lado, de acordo com Grace e Griffin (2006), com as mudanças ocorridas na economia, na política e no ambiente social de muitos países, houve uma redução no repasse financeiro para as organizações de caridade por parte dos governos e também dos indivíduos.

Neste cenário, no qual, de um lado, há evidências de que pessoas doam dinheiro e/ou bens para organizações de caridade e, do outro, uma tendência à redução do montante a ser doado, muitos pesquisadores têm dedicado esforços para aprimorar os conhecimentos sobre os motivadores de doação de dinheiro e/ou bens. Porém, muitos destes estudos foram concentrados em pesquisas sobre os fatores demográficos como preditores de doação: Bennett (2003); Schuyt e Bekkers (2004); Bekkers e Wiepking (2006; 2007); Grace e Griffin (2006); Wiepking (2009); Bekkers e Wiepking (2011); Verhaert e Van den Poel (2011); Bachke, Alfnes e Wik (2014).

Verhaert e Van den Poel (2011) afirmaram que as características sociodemográficas apresentam preditores tradicionais de doações e, por isso, compreender doações de caridade dentro desse contexto é um elemento crucial para atrair e reter doadores privados. No entanto, para Knowles, Hyde e White (2012), embora importantes, estas pesquisas, em sua maioria, não fornecem uma explicação do porquê algumas pessoas realizam doações para caridade.

Bekkers e Wiepking (2011) revisaram uma vasta literatura sobre doação e identificaram que, no contexto sociodemográfico, a religião, a educação, a idade e as práticas de socialização são variáveis consideradas importantes preditoras de doação de dinheiro e/ou bens.

Neste sentido, recorrendo ao estudo de Knowles, Hyde e White (2012) sobre uma comparação internacional dos níveis nacionais de doação, foi evidenciado que, na Austrália,

no ano de 2006, 77% dos australianos entrevistados haviam doado dinheiro no ano anterior para organizações de caridade, sendo que o maior percentual destes doadores estava na faixa etária entre 45 e 54 anos e o menor percentual na faixa etária entre 18 e 24 anos.

Considerando isto e os achados nas pesquisas encontradas nas bases dos periódicos científicos CAPES, EBSCO, Emerald, Springer, Taylor & Francis, SAGE, Science Direct e Google Acadêmico, realizadas no período entre 2014 e 2015, percebeu-se que os debates sobre a doação de dinheiro e/ou bens que provêm das pessoas mais maduras estão contemplados em alguns estudos que reconhecem esta doação como uma importante fonte de financiamento das organizações filantrópicas (BANKS; TANNER, 1999; ECKEL; GROSSMAN, 1998; APINUNMAHAKUL; DEVLIN, 2008; BEKKERS; SCHUYT, 2008; BEKKERS; WIEPKING, 2006; CARPENTER; CONNOLLY; MYERS, 2008). Ainda assim, pouco se conhece sobre os motivos que levam estas pessoas a doar.

Diante do exposto, percebe-se que o doador mais maduro pode ser um potencial financiador das organizações de caridade, e conhecer melhor os motivos pelos quais estas pessoas doam mais do que outras mais jovens parece ser importante. Assim, este estudo procurou responder a seguinte questão de pesquisa: por que pessoas maduras doam mais dinheiro e/ou bens para organizações de caridade?

Desta forma, como contribuição teórica, este estudo torna-se relevante devido à necessidade de compreender melhor o comportamento do doador de dinheiro e/ou bens mais maduro, pois a maior parte da literatura existente ainda não investigou com exclusividade este perfil de doador. Além disso, a relação entre idade e a doação não é totalmente clara e a maioria dos estudos existentes discorrem sobre quem doa o quê, porém, há pouco estudo sobre o porquê algumas pessoas doam mais do que outras (BEKKERS; WIEPKING, 2011). No Brasil, não foram encontradas pesquisas com este foco.

Como contribuição prática, embora seja conhecido que indivíduos mais maduros doam para a caridade, torna-se importante investigar melhor o que os motiva a doar, pois estes resultados oferecem informações que podem colaborar para a criação de campanhas para a captação de recursos das instituições que querem melhorar a sua estratégia de marketing e sobreviver diante da concorrência existente entre as organizações de caridade (VERHAERT; VAN DEN POEL, 2011).

Para identificar os motivos que conduzem as pessoas mais maduras a realizarem a doação de dinheiro e/ou bens, realizou-se uma pesquisa qualitativa com entrevistas semiestruturadas junto a doadores frequentes com idade entre 50 e 65 anos. O resultado da análise do conteúdo das entrevistas complementado pelos achados na literatura possibilitou compreender que as pessoas mais maduras tendem a doar dinheiro e/ou bens devido às suas condições socioeconômicas, por serem influenciados pela religião, para obter benefícios psicológicos, mas também por interesse em dar a sua parcela de contribuição social, assim como, por se identificarem com algumas causas especiais, como, por exemplo, para ajudar pessoas idosas ou crianças.

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Em concordância com a maioria da literatura, Wiepking e Bekkers (2012) resumem doações de caridade como a doação voluntária de dinheiro para uma organização que beneficia os outros.

As investigações sobre a doação de caridade têm sido realizadas, principalmente, sob a lente acadêmica da economia, na qual utiliza-se a renda e os preços para explicar o comportamento individual de doação, e, numa visão mais socioeconômica, observa-se como a origem social e étnica, religião, idade, região e escolaridade interferem no processo de doação (GITTELL; TEBALDI, 2006). Corroboram com esta afirmativa os pesquisadores Lee e Chang (2007) ao sugerirem que as doações monetárias tendem a ser determinadas por condições demográficas e socioeconômicas (idade, sexo, ter ou não família e estado civil). Já para Yörük (2012), os fatores econômicos e sociais, tais como renda, idade, tamanho da família, estado civil, casa própria, atividade religiosa, situação empregatícia e nível de escolaridade interferem na decisão do doador.

Desta forma, parece ser evidente que os fatores sociodemográficos, incluindo a idade do doador, interferem positivamente na decisão de doar, pois Sargeant (1999), há mais de uma década, já considerava os doadores mais maduros como mais propensos a doar mais para a caridade.

Sobre outra perspectiva, Banks e Tanner (1999), em um estudo que verificou a interação entre idade e renda e idade e educação, concluíram que não existem diferenças nas tendências em doar por idade, quando comparadas famílias mais jovens, com idades entre 20 e 34 anos, e famílias mais velhas, com idades acima de 65 anos. Neste estudo, foi evidenciado que as pessoas que estão neste intervalo de idade, ou seja, entre 35 e 65 anos, tendem a serem mais propícias a realizar doações de dinheiro e/ou bens.

Praticamente, os achados na literatura sobre a idade têm relação positiva com a doação (BANKS; TANNER, 1999; ECKEL; GROSSMAN, 1998; APINUNMAHAKUL; DEVLIN, 2008; BEKKERS; SCHUYT, 2008; BEKKERS; WIEPKING, 2006; CARPENTER; CONNOLLY; MYERS, 2008). Estes estudos têm demonstrado que os indivíduos mais maduros são mais propensos a efetuar doações de dinheiro e/ou bens para organizações de caridade do que os jovens (CARPENTER; CONNOLLY; MYERS, 2008).

Bekkers e Wiepking (2007), por exemplo, verificaram que a relação da idade com a filantropia, na literatura, é importante, mas encontraram um efeito positivo em pessoas com até 75 anos. Após esta idade, foi observada uma redução da doação. Apinunmahakul e Devlin (2008) também afirmaram que a idade tem um impacto positivo em relação a doações em dinheiro: quanto mais velha mais dinheiro a pessoa doa.

Wiepking (2009), em seu estudo sobre os motivos das famílias de baixa renda efetuar doações, identificou que as pessoas maduras são mais predispostas a doar, ainda que tenham baixo poder aquisitivo. Neste caso, supõe-se que o fato das pessoas maduras já estarem

aposentadas pode ser uma explicação plausível para que as doações ocorram nesta fase da vida e que esta decisão independe da renda familiar. Ainda de acordo com este autor, ao examinar também os resultados entre os grupos demográficos, constatou que o apoio a instituições de caridade relacionadas com a saúde aumentou consideravelmente com a idade, levando a supor que pessoas maduras tendem a doar mais quando a instituição beneficiada com a doação integra a área da saúde. Isso pode ocorrer devido à preocupação com a sua própria morte, pois, segundo estudo de Bekkers e Wiepking (2011), outra possível explicação sobre a doação por parte de pessoas maduras está relacionada ao ciclo de vida, ou seja, na velhice as pessoas estão mais perto do fim da sua vida e isto pode levá-las a doar mais nesta fase.

Ainda sobre o estudo de Bekkers e Wiepking (2011), os autores identificaram outros motivos que podem levar as pessoas maduras a doar mais dinheiro e/ou bens, como, por exemplo: situação financeira estável; filhos já formados e, conseqüentemente, eles estão menos preocupados com o futuro financeiro dos seus filhos; maior envolvimento religioso na fase idosa, aumentando a sua predisposição a doar.

Sobre a preferência por instituições de caridade específicas, o estudo de Van Iwaarden *et al.* (2009) demonstrou que os inquiridos mais maduros têm preferência por ajudar pessoas com deficiência, cegos e outras causas de apoio à sociedade.

A revisão de estudos sobre os motivos pelos quais indivíduos mais maduros realizam doações de dinheiro e/ou bens sugere variáveis que tendem a anteceder o ato de doação. No entanto, estima-se que, além dos motivos encontrados na literatura, existem outros fatores que supostamente conduzem o comportamento do doador mais maduro. Diante disso, e visando conhecer profundamente os motivos que levam pessoas maduras a doar para a caridade, foi necessário realizar uma pesquisa qualitativa com entrevistas semiestruturadas junto a doadores frequentes com idade entre 50 e 65 anos.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com o propósito de compreender os motivadores que favorecem as pessoas maduras a efetuarem mais doações de dinheiro e/ou bens para a caridade, questão de pesquisa deste trabalho, foi realizado um estudo exploratório qualitativo utilizando a técnica de análise de conteúdo, por meio de entrevistas semiestruturadas.

A população-alvo do estudo foi formada por doadores individuais de dinheiro e/ou bens, brasileiros, com idade entre 50 e 65 anos. Para compor a amostra, foram selecionadas 12 pessoas que estavam neste intervalo de idade e que afirmaram terem doado dinheiro e/ou bens para a caridade com frequência nos 12 meses anteriores à pesquisa. Optou-se por pessoas de profissões e gênero diferentes, moradores de regiões distintas. Foi definido incluir apenas 04 aposentados como forma de obter uma amostra mais diversificada possível, evitando tendências ou vieses. O perfil dos entrevistados participantes da pesquisa está apresentado no Quadro 1.

Quadro 1 - Perfil dos entrevistados

Entrevistado	Idade	Gênero	Profissão	Nº filhos	Estado Civil	Município
E1	54	F	Gerente de Educação	02	Casada	Vitória
E2	55	F	Arquiteta	02	Casada	Vitória
E3	55	F	Gerente de Educação	02	Casada	Vitória
E4	62	F	Aposentada	-	Solteira	Itaguaçu
E5	59	M	Aposentado	02	Casado	Stª Mª de Jetibá
E6	60	M	Empresário	02	Casado	Stª Mª de Jetibá
E7	62	M	Aposentado	02	Divorciado	Vitória
E8	63	M	Aposentado	02	Casado	Vitória
E9	61	M	Empresário	03	Casado	Itarana
E10	54	M	Atendente de Farmácia	02	Casado	Itarana
E11	64	F	Empresária e Política	02	Casada	Itarana
E12	58	F	Costureira	03	Casada	Stª Leopoldina

Fonte: Dados da pesquisa

Os doadores participantes das entrevistas foram identificados pelo pesquisador por meio de amigos que conheciam pessoas com o perfil adequado e indicadas por organizações de caridade e/ou instituições religiosas. Depois de identificados, os doadores foram contatados pessoalmente. Na oportunidade, foi apresentado o objetivo da pesquisa e os mesmos foram convidados a fazer parte da amostra do estudo. Quando houve aceitação por parte do doador, as entrevistas foram agendadas e realizadas seguindo os protocolos de confidencialidade e autorização para gravação. Os doadores foram identificados neste estudo como E1 a E12, garantindo o anonimato dos entrevistados.

Para coletar os dados, utilizou-se a técnica de entrevistas em profundidade (semiestruturadas), com auxílio de um roteiro com abordagens, o qual conduziria o indivíduo a falar sobre os motivos que o levam ao ato de doação, como, por exemplo: idade que começou a doar; sentimento mais evidente ao doar; preferências para efetuar as doações; montantes doados; expectativas com relação às doações; principais motivos que o levaram a doar; histórico de doação.

As entrevistas foram realizadas por meio de uma conversa informal, gravada mediante a concordância do entrevistado, com objetivo de registrar, primeiramente, os seus dados pessoais, importantes para caracterização da amostra, e, em seguida, encontrar relatos sobre

a doação de dinheiro e/ou bens que correspondessem com as questões contidas no roteiro proposto. Estas entrevistas tiveram duração de 30 a 80 minutos e, posteriormente, foram transcritas e analisadas na íntegra. A primeira coleta de dados ocorreu com 05 entrevistados no mês de novembro de 2014, sendo possível identificar as primeiras constatações. Na sequência, houve necessidade de realizar uma nova rodada de entrevistas com mais 07 entrevistados. No final das 12 entrevistas, foram evidenciados 26 motivos que favorecem a doação de dinheiro e/ou bens para a caridade por pessoas mais maduras, como pode ser observado no tópico a seguir.

ANÁLISE DOS DADOS

Ao analisar o conteúdo das entrevistas gravadas, foi possível evidenciar nos relatos dos entrevistados 26 motivos que podem influenciar as pessoas mais maduras a efetuarem doação de dinheiro e/ou bens.

Como forma de facilitar a compreensão destas 26 variáveis reveladas nas entrevistas, foi proposto um agrupamento por similaridade do conteúdo revelado pelos entrevistados que compuseram a amostra, conforme apresentados na sequência.

CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÔMICAS

Integra este grupo cinco características socioeconômicas peculiares às pessoas maduras que efetuam doações de dinheiro e/ou bens: estarem estáveis financeiramente; terem casa própria; terem aposentadoria; terem filhos/netos e tradição familiar.

As variáveis que compõem este grupo foram as mais citadas pelos doadores e apareceram em 22 trechos das entrevistas realizadas. A variável que obteve mais destaque no grupo e também em todo o estudo foi tradição familiar, evidenciada por 10 dos 12 doadores (E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7, E10, E11, E12) e pode ser constada na fala de E11, por exemplo: “[...] meus pais também faziam doações, a família do meu marido também sempre fez, a minha sogra morou aqui por muitos anos e também sempre fazia doações, sempre foi muito forte a tradição de doar [...]”.

Isto leva a supor que o fato de ter um histórico de doação na família pode ter influenciado a doação nesta fase da vida. A tradição familiar também aparece no estudo de Sargeant e Woodliffe (2007), no qual, apesar de não ser voltado para o indivíduo mais velho, o histórico familiar de doação é visto como um fator influenciador do processo de doação.

Outro motivo que surgiu nos trechos das entrevistas dos doadores (E2, E3, E4, E5, E6, E7) está relacionado à estabilidade financeira da pessoa mais velha. Isto ficou explícito no relato de E2: “[...] agora que estou ganhando melhor, não tenho do que reclamar [...]”. E também na fala de E6: “[...] e agora que eu tenho uma situação financeira melhor, ajudo com doações [...]”.

Na literatura, Bekkers e Wiepking (2011) também identificaram que a situação financeira estável, bem como possuir filhos já formados, tem uma importante relação com a doação realizada pela pessoa mais madura. No caso do motivo relacionado a ter filhos, isto pode ocorrer, segundo estes autores, devido aos filhos das pessoas maduras já terem estudado e, conseqüentemente, não precisarem mais da ajuda financeira dos seus pais, como citou E8:

[...] tenho três filhos, o mais velho é um cirurgião plástico, outro trabalha no Ministério do Planejamento, é gestor de políticas públicas, hoje está em São Paulo terminando o doutorado dele, é formado em Direito na USP. Tenho uma filha que está no oitavo período de medicina, minha mulher é aposentada [...].

As outras duas variáveis que compõem o grupo também foram citadas pelos entrevistados. Ter casa própria foi relatado nas falas dos doadores E3 e E8. Bekkers e Wiepking (2006) já destacavam, há quase uma década, que o fato de um indivíduo ter adquirido casa própria mostra-se como um dos principais preditores de doação. No entanto, o seu estudo tratava a doação num aspecto geral, não estava diretamente relacionada à pessoa mais madura. No caso da variável “aposentadoria”, esta foi evidenciada pelo entrevistado E3 quando relatou que: “[...] meu pai, depois que ficou velho, ficou muito envolvido com a questão da doação. Depois que ele aposentou [...]”. Não foram encontradas referências que abordassem a aposentadoria como variável alinhada com a doação de dinheiro e/ou bens.

INFLUÊNCIA DA RELIGIÃO

Este grupo, formado pelas variáveis: participação em grupos religiosos; ser incentivado pela religião e temor a Deus ou desejo de cumprir as regras de Deus/precisa contar com Deus, parece ter considerável significado para as pessoas maduras efetuarem doações de dinheiro e/ou bens para a caridade. Parece que este comportamento vai além da pessoa madura ter e seguir uma religião específica. A pessoa madura pode ser motivada, por exemplo, por fazer parte de um grupo religioso específico, mesmo sem praticar uma ou outra religião. Bekkers e Wiepking (2011) afirmaram que a “religião” possui outras características e devem ser distinguidas, como, por exemplo: filiação religiosa ou ser membro de uma igreja; envolvimento e presença religiosa, ou seja, até que ponto participa de um grupo religioso; preferência religiosa ou denominação, ou seja, a qual grupo religioso pertence e crença religiosa (o conteúdo do ponto de vista religioso). Isto pode ser observado no relato do entrevistado E8:

[...] trata-se de um grupo que esteve presente nas comunidades eclesiais de base, que, de alguma maneira, acabaram se distanciando da igreja por algum momento e daí tentamos celebrar a fé, e a forma que conseguimos fazer isto foi essa [...]”. (Se referindo ao fato de que o que levou o grupo a ter se organizado para doação foi em função de exercitar a fé).

Além do relato do entrevistado E8, percebeu-se também a influência da participação em grupos religiosos na fala do entrevistado E1: “[...] independente da religião, foi uma oportunidade que surgiu na igreja messiânica [...]”.

Neste ponto de vista, Bekkers e Wiepking (2011) encontraram uma relação positiva entre a doação por pessoas maduras e a religião. Eles afirmaram que, na fase madura, há um maior envolvimento religioso, aumentando assim a predisposição a doar.

O indivíduo mais velho pode ser motivado também apenas pelo fato de ter fé ou, até mesmo, por temor a Deus e necessidade de fazer a doação para garantir vida eterna. Isto ficou evidente no relato de E5: “[...] porque cada ser humano vai ter que prestar conta um dia dos seus atos e, se eu fiz um ato bom, Deus vai levar em consideração [...]”.

Não foram encontrados na literatura estudos que pesquisaram apenas o ato de fé como motivador para doação, nem por pessoas maduras e nem por indivíduos jovens. Foi encontrado somente que organizações baseadas na fé têm uma maior probabilidade de receber doações de pessoas religiosas (WIEPKING, 2010).

Apesar de toda esta reflexão, a doação efetuada por indivíduos mais maduros que possuem uma religião ou estão ligados a uma Igreja específica demonstra considerável relevância e foram evidenciadas nos relatos dos doadores E4, E5, E7 e E12. Neste sentido, o doador E4, ao ser indagado sobre o fato da sua religião fazer a diferença na decisão de doar para a caridade, disse: “Faz, sim. Sempre se escuta tantas coisas sobre a necessidade de fazer o bem na Igreja. Sim, a religião me incentiva a doar [...]”. De acordo com Bekkers e Schuyt (2008), estas doações podem ocorrer, porque a principal parte dessas contribuições beneficia a própria igreja.

Desta forma, após análise destes relatos e da literatura pesquisada, torna-se evidente que as pessoas maduras podem ser motivadas a doar dinheiro e/ou bens por influência da sua religião.

BENEFÍCIOS PSICOLÓGICOS

Para compor este agrupamento, percebeu-se que havia certa afinidade entre os motivos relacionados com benefícios psicológicos e sentimentos que, possivelmente, conduziram os entrevistados a fazerem suas doações, tais como: para ajudar a si próprio; para sentir-se útil; por ter sentimento altruísta; por sentir prazer/alegria/felicidade em doar; por ter sido ajudado no passado; porque, após os 50 anos, a pessoa fica mais sensível; por desejar fazer o bem; e por ter se tornado mais seletiva nas demandas recebidas.

Dentro deste grupo, a variável que recebeu maior destaque foi a relacionada com os sentimentos de prazer, alegria e felicidade ao doar, citada por sete entrevistados (E1, E2, E4, E6, E8, E9, E11), ficando evidente na declaração de E11: “[...] você doa com alegria, que é a parte melhor, doar com alegria, aquilo te faz bem também, que lhe proporciona, de certa forma, um sentimento prazeroso, acho que são várias coisas que te fazem doar, são sentimentos de alegria [...]”.

Embora não tenham sido encontrados na literatura consultada estudos que investigaram os benefícios psicológicos e os sentimentos que podem levar a pessoa mais madura ao ato de

doação, os autores Sargeant e Woodliffe (2007) disseram que as pessoas podem doar para a caridade para serem beneficiadas psicologicamente, como, por exemplo, para melhorar sua autoestima, para obter satisfação, alegria de doar, dentre outros. Entretanto, por outro lado, os indivíduos podem também realizar doações simplesmente por quererem o melhor para o outro, demonstrando ser o altruísmo o seu maior motivo para doação (WIEPKING; BEKKERS, 2012). Assim, pensar nas outras pessoas primeiro, demonstrando sentimentos de altruísmo, também foi evidenciado pelos entrevistados e constatado no relato de E5 ao ser questionado sobre o porquê efetua suas doações: “[...] quando você ajuda, você tem que pensar primeiro nos outros. Eu acho que a ajuda é mais nesse sentido [...]”. Isso pode ocorrer devido ao desejo de fazer o bem, assim como citou E1: “[...] o importante é fazer o bem [...]”.

Sobre outra perspectiva, na visão do entrevistado E8, suas doações o fazem se sentir útil: “[...] eu não conseguiria viver se não estivesse envolvido com as doações, me sentiria um parasita [...]”. Este relato vai ao encontro do que foi revelado no estudo de Bekkers e Wiepking (2006), ao afirmarem que, quando os doadores concedem a um pedido de uma organização de caridade, eles tendem a se ver como pessoas úteis, além de tentar agir de acordo com a maneira que eles se veem a si mesmos, como, por exemplo, cidadãos honestos que se preocupam com a comunidade. Afirmativa esta refletida também na fala de E3: “[...] olha, acho que quem faz doação, primeiro quer ajudar a si próprio, muito mais do que ajudar o outro [...]”. Levando a concluir que as pessoas mais maduras podem se envolver com a caridade para ajudar a si mesmas.

Com o avançar da idade, a pessoa pode ir ficando também mais serena e, conseqüentemente, mais sensível à doação. Esta questão pode ser evidenciada no relato de E3: “[...] então, meu pai, depois que ficou velho, ficou muito envolvido com a causa da doação. Depois que ele aposentou, ficou com o coração mole [...]”.

Ainda ao analisar o depoimento do entrevistado E3, foi possível identificar que parece que, ao chegar à idade madura, as pessoas tornam-se mais seletivas nas demandas recebidas. Isto foi revelado quando ele relatou: “[...] estamos vivendo num mundo complexo, onde o tempo é uma questão que traz uma tensão muito grande e a pessoa, só depois dos 50 anos, começa a ficar mais seletiva nas demandas que recebe e daí começa a ficar mais atenta a essas outras coisas [...]”.

Percebeu-se que isso pode ocorrer também devido à pessoa mais velha ter precisado de ajuda no passado, assim como E11 precisou e deixou claro na sua fala: “[...] eu também precisei de ajuda, eu também fui ajudada [...]”.

Desta forma, após relatos dos entrevistados que compuseram este grupo, pode-se sugerir que as pessoas maduras efetuam doações motivadas por benefícios psicológicos que o ato de doação de dinheiro e/ou bens lhes proporciona.

IDENTIFICAÇÃO COM A CAUSA

Ao analisar o conteúdo das entrevistas, também foi observado que as pessoas mais maduras possuem preferências por causas com as quais mantêm uma identificação ou afinidade. As causas encontradas nos relatos dos doadores e que compuseram este grupo foram: causas em favor dos idosos (asilos), pessoas com deficiência, crianças, e preferência em ajudar pessoas próximas.

Neste grupo, ficou evidente que a principal causa com a qual as pessoas maduras se identificam é a de pessoas com deficiências. Citada por seis entrevistados (E1, E2, E4, E6, E8, E9), a doação feita por pessoas maduras para as causas voltadas para as pessoas com deficiência parece ganhar destaque, como pode ser observado na fala do E2: “[...] no Brasil, uma pessoa que não possui deficiência, já é difícil, quanto mais para uma pessoa com alguma deficiência. Por isso, ajudo essas pessoas há alguns anos[...]”.

A causa em favor de pessoas idosas também recebeu atenção do entrevistado E3, o que pode ser evidenciado quando ele diz: “[...] então, o que eu percebo, por exemplo, no caso do asilo, conversando outro dia com o papai, a maioria dos doadores são pessoas idosas, pessoas aposentadas [...] que já começam a ver o envelhecimento. Então, doadores jovens, são raros [...]”.

Na literatura que trata sobre a preferência por instituições de caridade específicas, Van Iwaarden *et al.* (2009) afirmaram que indivíduos mais maduros têm preferência por ajudar as organizações de caridade que assistem pessoas com deficiência e causas de apoio à sociedade. Com relação à preferência pela ajuda às causas envolvendo pessoas com deficiência, em particular os deficientes visuais, parece realmente ter uma importância para as pessoas maduras, conforme se observa no trecho extraído da entrevista de E2: “[...] então apareceu uma pessoa deficiente visual no meu serviço pedindo ajuda, depois disto, passei a doar uma quantia mensal para aquela pessoa, porque sei que pessoas carentes de visão têm necessidade [...]”.

Seguindo a lógica das causas mais preferidas pelas pessoas mais maduras, está a que envolve as crianças, relatadas nas entrevistas dos doadores E2, E4, E6 e E7. Neste sentido, ficou evidente a preferência da doadora E4 ao dizer: “[...] quando vimos na televisão aquelas crianças magrinhas, gera um desespero. Tudo o que pudesse doar para as crianças, eu doaria, com certeza. Me dá uma tristeza ver aquilo [...]”.

Neste caso, ao buscar na literatura que trata da doação de forma geral, sem o foco na idade, a preferência por ajudar organizações que acolhem crianças é bastante evidente. No recente estudo de Bachke, Alfnes e Wik (2014), por exemplo, as crianças são vistas como mais vulneráveis e recebem as maiores doações. Segundo este estudo, na Noruega, 90% das contribuições de doações privadas encontra-se nas Aldeias de Crianças SOS, uma ONG com foco em órfãos e crianças sem cuidado parental. Por outro lado, no estudo de Wiepking (2009), o suporte para instituições de caridade infantil caiu quando as categorias de idade aumentaram.

A preferência em ajudar pessoas próximas foi o quinto motivador a compor este último grupo e foi evidenciado pelos doadores E6, E10, E12. Neste ponto de vista, a opinião do entrevistado E6 foi a seguinte: “[...] eu procuro mais ajudar quem está em volta de mim, tenho minhas dúvidas, porque têm tantas coisas erradas. Eu e minha esposa, em uma certa época, mandávamos doações para pessoas desconhecidas, mas tem gente aqui de perto que precisa de ajuda também [...]”.

Ao concluir os depoimentos dos entrevistados que compuseram este grupo, foi possível observar que as pessoas mais maduras podem ser motivadas a doar dinheiro e/ou bens devido à identificação com a causa.

CONTRIBUIÇÃO SOCIAL

Este grupo foi estruturado por meio da identificação de variáveis que surgiram nos depoimentos dos entrevistados, fazendo uma conexão com as expectativas sociais que pessoas maduras possuem ao efetuarem uma doação de dinheiro e/ou bens. Integram este grupo as seguintes variáveis: desejo de fazer a diferença; despertar/tornar-se mais atento com a doação; desejo de deixar um legado e um mundo melhor; envolver-se mais com as questões sociais e doações; ter mais senso de responsabilidade social/cidadania.

Neste grupo, as variáveis mais citadas foram “despertar/tornar-se mais atento com a doação” e “ter mais senso de responsabilidade social/cidadania”. Estas foram evidenciadas com os depoimentos de E8, o qual relatou que, ao se tornar mais maduro, ficou também mais preocupado com a organização da sociedade e que isto o despertou para a doação: “[...] e daí você começa a ter uma preocupação política e da organização da sociedade, então, você começa a contribuir com a instituição de caridade [...]”. Neste mesmo sentido, pode-se observar também uma preocupação com o desenvolvimento social na fala de E1: “[...] é um compromisso que tenho como cidadã, um respeito com as pessoas que estão lá do outro lado que nem mesmo os conheço [...]”.

Mesmo não sendo com o foco na idade, Schuyt e Bekkers (2004) também consideraram que pessoas que possuem senso de responsabilidade social e cidadania podem ser potenciais doadores de dinheiro e/ou bens.

Outra variável, menos citada, mas não menos importante, refere-se ao desejo da pessoa mais velha deixar um legado ou um mundo melhor para os outros que irão ficar, como, por exemplo, para seus filhos e netos. Este relato pode ser evidenciado pelo entrevistado E8, ao dizer: “[...] eu tenho filhos e tenho netos, eu preciso entregar a eles um mundo melhor do que eu recebi, então, se estou fazendo doações estou contribuindo [...]”.

Este tema foi abordado na literatura por Wiepking, Scaife e McDonald (2012), os quais argumentaram que uma pessoa pode doar devido ao desejo de deixar um legado de caridade. Bennett (2003) também corrobora esta afirmativa, pois considera que algumas pessoas experimentam a doação por quererem fazer do mundo um lugar melhor.

O desejo de fazer a diferença para a sociedade também foi evidenciado nas entrevistas, demonstrando que a preocupação em contribuir com o desenvolvimento social é algo que leva a pessoa mais madura a doar, conforme relatado por E11: “[...] eu sempre faço doações achando que estou fazendo a diferença [...] se não fizer diferença, não vale a pena fazer. É necessário fazer a diferença para mim e para o próximo que está sendo ajudado [...]”.

A literatura também traz essa contribuição, apesar de não ser especificamente sobre a doação por parte das pessoas maduras. Sargeant e Woodliffe (2007) disseram que pessoas fazem doações para a caridade com o objetivo de fazer a diferença na sociedade. Talvez esta atitude tenha a ver com o apontado pelo estudo de Bekkers e Wiepking (2011), o qual dizia que a pessoa mais madura pode efetuar doações devido ao ciclo de vida; por achar que está perto do fim da sua vida e isto pode levá-la a doar mais nesta fase. Assim, estima-se que as pessoas maduras efetuam doações de dinheiro e/ou bens como forma de contribuir socialmente com um mundo melhor.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Após análise criteriosa dos relatos, foi possível evidenciar nos depoimentos dos entrevistados 26 motivos que tendem a favorecer a doação de dinheiro e/ou bens procedentes das pessoas maduras.

O resultado desta análise permitiu a criação de 05 grupos que, na visão dos participantes da pesquisa, tendem a favorecer a doação de dinheiro e/ou bens de pessoas mais maduras: características socioeconômicas, influência da religião, benefícios psicológicos, identificação com a causa e contribuição social, apresentados no Quadro 2.

Quadro 2 - Motivos que conduzem as pessoas maduras a doar dinheiro e/ou bens

Grupos	Variáveis	Entrevistados
Características Socioeconômicas	Ser estável financeiramente	E2, E3, E4, E5, E6, E7
	Ter casa própria	E3, E8
	Ter aposentadoria	E3
	Ter filhos/netos	E7, E8, E11
	Tradição familiar	E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7, E10, E11, E12
Influência da Religião	Participação em grupos religiosos	E3, E8, E10
	Ser incentivado pela religião	E4, E5, E7, E12
	Temor a Deus ou desejo de cumprir as regras de Deus	E5, E11

Grupos	Variáveis	Entrevistados
Benefícios Psicológicos	Autoajuda	E3
	Para sentir-se útil	E8
	Desejo de fazer o bem	E1
	Ser mais seletivo nas demandas recebidas	E3
	Por ter sido ajudado no passado	E11
	Tornar-se mais sensível	E3
	Prazer/alegria/felicidade em doar	E1, E2, E4, E6, E8, E9, E11
	Altruísmo	E5, E8
Identificação com a Causa	Se preocupar com as causas em favor dos idosos (asilos)	E3
	Ser mais sensível às causas envolvendo os cegos	E2, E3
	Ser mais sensível às causas envolvendo crianças	E2, E4, E6, E7
	Preferência em ajudar pessoas próximas	E6, E10, E12
	Estar mais sensível às causas envolvendo pessoas com deficiência	E1, E2, E4, E6, E8, E9
Contribuição Social	Desejo de fazer a diferença	E4, E11
	Desejo de deixar um legado e um mundo melhor	E8, e 11
	Despertar/tornar-se mais atento com a doação	E1, E3, E8
	Envolver-se mais com as questões sociais e doações	E3
	Ter mais senso de responsabilidade social/cidadania	E1, E5, E8

Fonte: Elaboração própria, 2015.

Como demonstrado no Quadro 2, a formação dos cinco agrupamentos possibilitou apresentar, de maneira sucinta, os principais motivadores que levam as pessoas maduras a doar dinheiro e/ou bens, evidenciados pelos 12 entrevistados.

Ao analisar o agrupamento proposto, é possível observar que existem afinidades entre os atributos alocados em cada grupo e que estes atributos tendem a ser peculiares da pessoa madura, apesar de alguns deles já terem sido investigados em estudos que buscaram

compreender os motivadores de doação de dinheiro e/ou bens de forma mais abrangente, sem a intenção de aprofundar na doação realizada por doadores mais maduros (BEKKERS; WIEPKING, 2006; BEKKERS; WIEPKING, 2011; MAINARDES *et al.* 2015).

Observando o Quadro 2, é possível perceber também que os grupos são independentes entre si em seus aspectos, sendo econômico, religioso, psicológico, pela causa e social. Cada grupo apresenta variáveis com características específicas relacionadas aos aspectos internos de tomada de decisão para realizar a doação.

O grupo 1, por exemplo, apresenta questões pessoais, mais voltadas para as características socioeconômicas, aquelas relacionadas à condição de vida da pessoa mais madura; enquanto o grupo 2 apresenta características que estão ligadas à religião. Já o grupo 3 traz questões ligadas aos benefícios psicológicos que a doação de dinheiro e/ou bens produz na pessoa mais madura ao efetuar a doação de dinheiro e/ou bens. Enquanto o 4º grupo reúne variáveis relacionadas às causas pelas quais as pessoas maduras tendem a preferir na hora de efetuar a doação de dinheiro e/ou bens. O 5º e último grupo reuniu variáveis que expressam uma preocupação com o contexto social, ou melhor, aquilo que a pessoa madura deseja mudar numa sociedade.

Neste sentido, percebe-se que os cinco grupos sugeridos convergem para as questões individuais que tendem a favorecer a doação de dinheiro e/ou bens. Desta maneira, os agrupamentos propostos retratam características que são inerentes aos indivíduos, aquelas vinculadas à sua condição de vida, preferências, sentimentos e desejos. Algo assim já foi observado pelos pesquisadores Bekkers e Wiepking (2011), ao estimular pesquisadores e profissionais do setor da filantropia a ampliar os estudos sobre as características individuais que motivam a doação de dinheiro e/ou bens, e pelo estudo recente de Mainardes *et al.* (2015), os quais propuseram um modelo que representa o comportamento do doador brasileiro de dinheiro e/ou bens sob duas vertentes: características pessoais e motivadores externos.

Desta forma, ao analisar o Quadro 2, pode-se sugerir que o doador mais maduro tende a ser motivado, prioritariamente, por questões internas, ou seja, por características inerentes dos próprios indivíduos. Na amostra utilizada, não foram observados relatos de doação motivados por agentes externos, como, por exemplo, campanhas relacionadas a datas comemorativas, grandes catástrofes, motivos políticos, participação em sorteios, dentre outras.

Ao examinar, por exemplo, o primeiro grupo, “Características socioeconômicas”, pode-se verificar que o comportamento vinculado às variáveis presentes neste grupo tende a ocorrer em pessoas mais maduras e que são de caráter individual. A estabilidade financeira, primeira variável que compõe este grupo, por exemplo, normalmente ocorre a partir dos 50 anos. A aposentadoria, outra variável que compõe este grupo, também, salvo condições especiais, ocorre após os 50 anos.

Neste mesmo sentido, o segundo grupo, “Influência da religião”, reúne variáveis que estão relacionadas ao temor a Deus, a fé e a participação em grupos religiosos. Este comportamento também tende a ser mais presente na pessoa mais madura, a qual tem mais tempo para se

dedicar aos trabalhos ligados a uma religião. O terceiro grupo, “Benefícios psicológicos”, foi composto por variáveis que expressam uma necessidade de doar para receber algum benefício próprio, como, por exemplo, doar para a autopromoção de alegria, felicidade e prazer. Este grupo tende a representar o sentimento das pessoas ao doar dinheiro e/ou bens. Estes sentimentos parecem ser comuns na vida da pessoa mais madura como uma forma de compensação por tudo que já recebeu durante todo o seu ciclo de vida.

Já o grupo 4, “Identificação com a causa”, reflete a escolha que a pessoa mais madura tende a fazer na hora de decidir suas doações. Talvez isto ocorra pelo fato de a maioria dos doadores já ter convivido com realidade da causa pela qual optou depositar sua ajuda ou pelo fato de ter parentes próximos que passaram ou passam por situações parecidas com as causas escolhidas. O quinto e último grupo, “Contribuição social”, expressa o desejo de cuidar do outro, preocupar-se com o todo, ter um senso de responsabilidade social, algo que também parece ser peculiar da pessoa mais madura e que está relacionado às suas características pessoais.

Desta maneira, por meio dos achados identificados na literatura e análise dos dados, foi possível evidenciar 26 motivadores que favorecem a doação de dinheiro e/ou bens por meio das pessoas mais maduras. Para facilitar a compreensão do modelo por parte dos dirigentes ou gestores de marketing de organizações filantrópicas, foi proposto o agrupamento das variáveis resultando em cinco grupos que, na perspectiva desta pesquisa, reúnem características pessoais que conduzem as pessoas mais maduras a efetuarem doações de dinheiro e/ou bens.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste estudo foi compreender os motivos que levam pessoas maduras a efetuarem doações de dinheiro e/ou bens. O resultado obtido por meio da análise de dados possibilitou apontar 26 variáveis que representam os motivadores que favorecem a doação de dinheiro e/ou bens por pessoas maduras. Para melhor apresentar estes resultados, foi proposto o agrupamento destas variáveis por afinidade, gerando, assim, cinco grupos: características socioeconômicas; influência da religião, benefícios psicológicos; identificação com a causa e contribuição social, apresentados no Quadro 2.

Como contribuição teórica, espera-se que as constatações sobre os motivos que favorecem a doação de dinheiro e/ou bens advindas de pessoas maduras possam contribuir com os estudos relacionados à idade e filantropia desenvolvidos anteriormente. Espera-se também que este estudo motive novas investigações sobre esta temática, uma vez que foi observada uma carência de estudos sobre a doação de dinheiro e/ou bens no Brasil, especialmente, com foco nas pessoas mais maduras.

Como contribuição prática, almeja-se que este estudo ofereça subsídios para que os gestores das organizações de caridade ou profissionais do marketing social possam melhorar suas estratégias de captação de recursos junto a pessoas físicas mais maduras. Uma vez conhecidos os motivadores que favorecem a doação de dinheiro e/ou bens destas pessoas,

pode-se tornar o processo de captação de recursos mais eficaz, com redução de tempo e de custos, utilizando abordagens adequadas para um público específico e com características peculiares. Espera-se também que o estudo colabore para a criação de estratégias internas para estimular as práticas de doações deste potencial doador, e, conseqüentemente, aumentar o montante doado para organizações de caridade.

Como contribuição para a sociedade, a partir deste estudo, as autoridades competentes podem criar políticas públicas de incentivo à captação de recursos por meio das pessoas mais maduras. Criar, por exemplo, incentivos de doação, descontando diretamente da aposentadoria ou mesmo criar benefícios fiscais para o doador regular com idade acima de 50 anos. Pode também estabelecer benefícios de desconto em determinados impostos, tais como IPTU, IPVA, dentre outros, assim como criar campanhas públicas com vistas a esclarecer e sensibilizar a população sobre a importância da doação para a caridade. Estas ações poderiam aumentar o montante de doação no Brasil e o número de pessoas ajudadas.

Uma das limitações observadas neste estudo está relacionada à quantidade de doadores pesquisados. Embora tenham sido evidenciados 26 motivadores que tendem a favorecer a doação de dinheiro e/ou bens por meio da pessoa mais madura, pode ainda haver outros motivos que não foram identificados aqui, como, por exemplo, os motivadores externos da doação. Além disso, a amostra selecionada para esta pesquisa contemplou apenas doadores brasileiros, residentes no Estado do Espírito Santo, o que pode ser compreendido como outro limitador, uma vez que pessoas mais maduras e de outras culturas poderiam não se comportar da mesma forma.

Por fim, utilizou-se, para este estudo, uma pesquisa qualitativa, com uma amostra relativamente pequena, o que justifica deixar como recomendação de investigações futuras, a aplicação da pesquisa envolvendo um maior número de entrevistados e maior abrangência relacionadas a outras culturas. Sugere-se também investigar os motivadores externos que mais influenciam as pessoas mais maduras, bem como se recomenda uma pesquisa confirmatória, de caráter quantitativo, para validar os cinco grupos propostos neste estudo.

NOTAS

- 1 Submetido à RIGS em: maio 2016. Aceito para publicação em: set. 2017.
- 2 Este artigo obteve apoio do CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - projetos 407880/2013-5 e 303669/2015-2) e da FAPES (Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Espírito Santo).

REFERÊNCIAS

APINUNMAHAKUL, Amornrat; DEVLIN, Rose Anne. Social networks and private philanthropy. **Journal of Public Economics**, v. 92, n. 1, p. 309-328, 2008.

BACHKE, Maren Elise; ALFNES, Frode; WIK, Mette. Eliciting donor

preferences. **VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, v. 25, n. 2, p. 465-486, 2014.

BANKS, James; TANNER, Sarah. Patterns in household giving: Evidence from UK data. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, v. 10, n. 2, p. 167-178, 1999.

BEKKERS, René; WIEPKING, Pamala. To give or not to give, that is the question: How methodology is destiny in Dutch giving data. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, v. 35, n. 3, p. 533-540, 2006.

_____; WIEPKING, Pamala. Understanding philanthropy: A review of 50 years of theories and research. In: ANNUAL CONFERENCE OF THE ASSOCIATION FOR RESEARCH ON NONPROFIT AND VOLUNTARY ACTION. 35. Anais... Chicago, 2007.

_____; SCHUYT, Theo. And who is your neighbor? Explaining denominational differences in charitable giving and volunteering in the Netherlands. *Review of Religious Research*, p. 74-96, 2008.

_____; WIEPKING, Pamala. Who gives? A literature review of predictors of charitable giving part one: religion, education, age and socialisation. *Voluntary Sector Review*, v. 2, n. 3, p. 337-365, 2011.

BENNETT, Roger. Factors underlying the inclination to donate to particular types of charity. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, v. 8, n. 1, p. 12-29, 2003.

CARPENTER, Jeffrey; CONNOLLY, Cristina; MYERS, Caitlin Knowles. Altruistic behavior in a representative dictator experiment. *Experimental Economics*, v. 11, n. 3, p. 282-298, 2008.

ECKEL, Catherine C.; GROSSMAN, Philip J. Are women less selfish than men?: Evidence from dictator experiments. *The Economic Journal*, v. 108, n. 448, p. 726-735, 1998.

GITTELL, Ross; TEBALDI, Edinaldo. Charitable giving: Factors influencing giving in US states. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, v. 35, n. 4, p. 721-736, 2006.

GRACE, Debra; GRIFFIN, Deborah. Exploring conspicuousness in the context of donation behaviour. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, v. 11, n. 2, p. 147-154, 2006.

KNOWLES, Simon R.; HYDE, Melissa K.; WHITE, Katherine M. Predictors of young people's charitable intentions to donate money: an extended theory of planned behavior perspective. *Journal of Applied Social Psychology*, v. 42, n. 9, p. 2096-2110, 2012.

KONOW, James. Mixed feelings: Theories of and evidence on giving. *Journal of Public Economics*, v. 94, n. 3, p. 279-297, 2010.

LEE, Yu-Kang; CHANG, Chun-Tuan. Who gives what to charity? Characteristics affecting donation behavior. *Social Behavior and Personality: an International Journal*, v. 35, n. 9, p. 1173-1180, 2007.

MAINARDES, E.; LAURETT L.; DEGASPERI N.; LASSO S. Personal characteristics and external motivators as antecedents to the act of money and/or goods donation. In: *INTERNATIONAL CONGRESS OF THE INTERNATIONAL ASSOCIATION ON PUBLIC AND NONPROFIT MARKETING*. 14. 2015, Vitória (ES). Anais... Vitória: IAPNM, 2015.

SARGEANT, Adrian. Charitable giving: Towards a model of donor behaviour. *Journal of Marketing Management*, v. 15, n. 4, p. 215-238, 1999.

_____; WOODLIFFE, Lucy. Gift giving: an interdisciplinary review. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, v. 12, n. 4, p. 275-307, 2007.

SCHUYT, T. N. M.; SMIT, Jan; BEKKERS, Rene. Constructing a philanthropy-scale: Social responsibility and philanthropy. In: *ARNOVA-CONFERENCE*. 33. Anais... Los Angeles, 2004.

VAN IWAARDEN, Jos et al. Charities: how important is performance to donors? *International Journal of Quality & Reliability Management*, v. 26, n. 1, p. 5-22, 2009.

VERHAERT, Griet A.; VAN DEN POEL, Dirk. Empathy as added value in predicting donation behavior. *Journal of Business Research*, v. 64, n. 12, p. 1288-1295, 2011.

WIEPKING, Pamala et al. (Ed.). *The state of giving research in Europe: Household donations to charitable organizations in twelve European countries*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2009.

WIEPKING, Pamala. Democrats support international relief and the upper class donates to art? How opportunity, incentives and confidence affect donations to different types of charitable organizations. *Social Science Research*, v. 39, n. 6, p. 1073-1087, 2010.

_____; SCAIFE, Wendy; MCDONALD, Katie. Motives and barriers to bequest giving. *Journal of Consumer Behaviour*, v. 11, n. 1, p. 56-66, 2012.

_____; BEKKERS, René. Who gives? A literature review of predictors of charitable giving. Part Two: Gender, family composition and income. *Voluntary Sector Review*, v. 3, n. 2, p. 217-245, 2012.

YÖRÜK, Barış K. Do fundraisers select charitable donors based on gender and race? Evidence from survey data. *Journal of Population Economics*, v. 25, n. 1, p. 219-243, 2012.

**Emerson
Wagner
Mainardes**

Ph.D. em Gestão (UBI, Covilhã / Portugal). Professor Associado da FUCAPE Business School, Vitória/ES, Brasil. Mestrado em Administração (FURB, Blumenau), especialização em Administração e graduação em Engenharia Elétrica. Professor e pesquisador em Administração e Marketing. Pesquisador do CNPq e do NECE (Núcleo de Estudos em Ciências Empresariais). Co-editor da *Brazilian Business Review*. Especialização: Marketing em terceiro setor.

**Nivea Coelho
Pereira
Degasperi**

Mestre em Administração pela FUCAPE Business School. Graduada em Administração pela FAESA, MBA em Marketing Estratégico na Universidade de Vila Velha - UVV. Pós-graduada em Administração Educacional da Faculdade São Camilo. Áreas principais: Gestão de Negócios, Marketing, Gestão de Educação Profissional e Tecnologia. Experiência com empresas privadas e sem fins lucrativos.

Rozélia Laurett

Doutoranda em Gestão na Universidade da Beira Interior (UBI – Covilhã/Portugal), mestre em Administração pela FUCAPE Business School. Graduada em Administração pela Universidade de Vila Velha - UVV, MBA em Gestão de Projetos (Metodologia PMI) pela UVV (2011), MBA em Gestão de Recursos Humanos com ênfase em Psicologia, UNESC (2015). Trabalha nas seguintes áreas: Empreendedorismo, Gestão de Negócios, Marketing e Recursos Humanos. Experiência com setor público, privado e sem fins lucrativos.