

2021

CAMPEÕES DO CHECKOUT BENEFICENTE DOS ESTADOS UNIDOS



Pesquisa bianual do setor pela Engage for Good analisando campanhas que arrecadaram mais de um milhão de dólares ao canalizar a generosidade dos consumidores para boas causas no ponto de venda.

76 campanhas arrecadaram

US\$ 605 milhões

em 2020, um aumento de 24% em relação a 2018



Mais de

US\$ 4,9 bilhões

arrecadados ao longo de 3 décadas

Top 5 campanhas de 2020 por dólares arrecadados

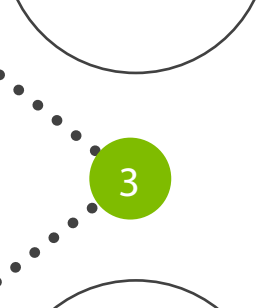
US\$ 82 milhões

para milhares de entidades beneficentes escolhidas pelos consumidores



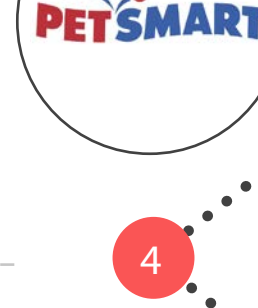
US\$ 67,9 milhões

para organizações locais de combate à fome



US\$ 44 milhões

para iniciativas de bem-estar animal



US\$ 40 milhões

para jovens carentes e assistência em desastres



US\$ 28 milhões

para o Children's Miracle Network Hospitals



O clube do bilhão de dólares

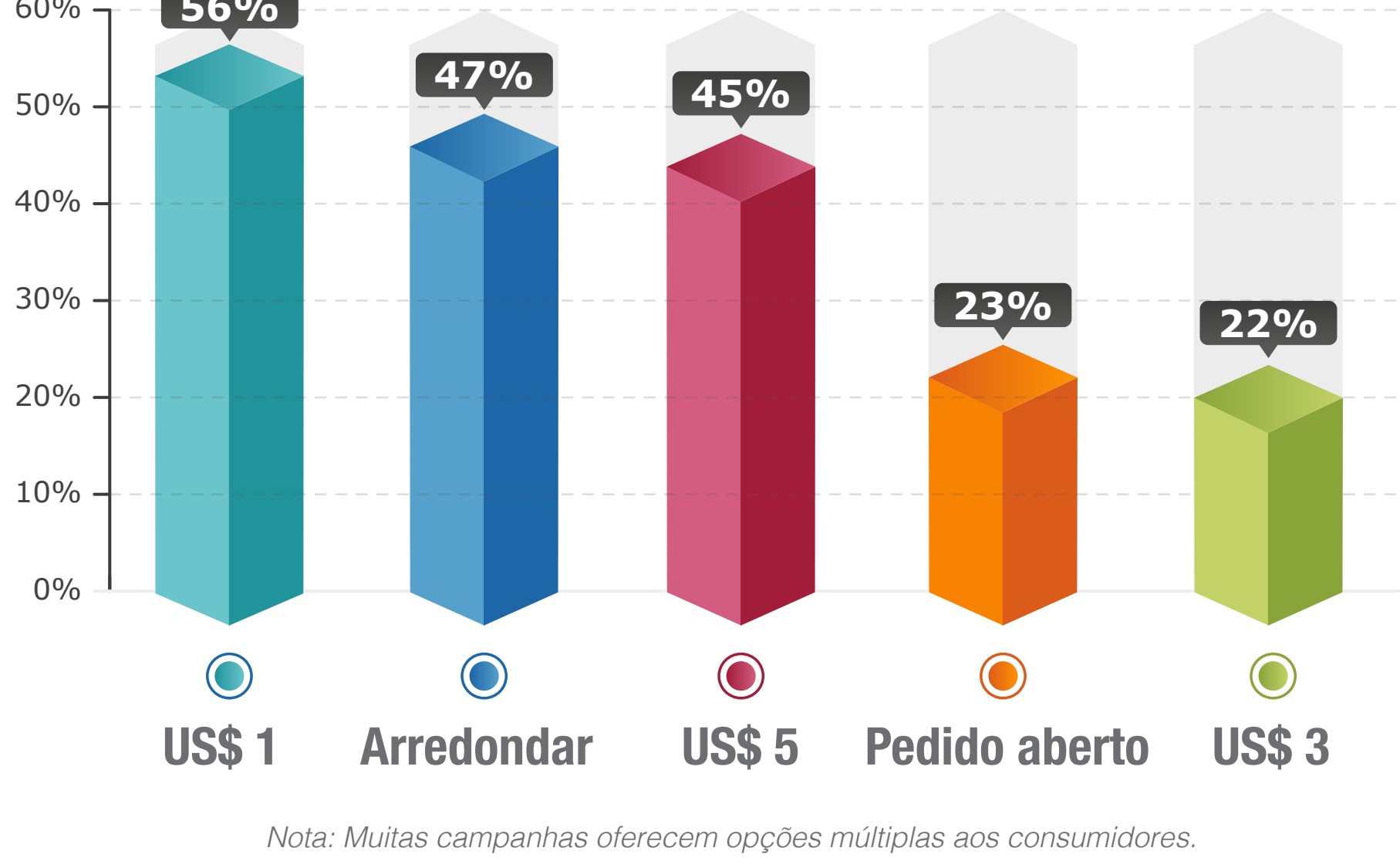
Essas organizações arrecadaram mais de **US\$ 1 bilhão** por meio de suas atividades de arrecadação de fundos em pontos de venda ao longo da duração de seus programas:

US\$ 1,14 bilhão desde 2003

US\$ 1 bilhão + desde 1987



Quantias em dólar solicitadas com mais frequência



Nota: Muitas campanhas oferecem opções múltiplas aos consumidores.

56%

usaram a máquina de cartão para ajudar nos pedidos de doação no ponto de venda

Dentre os que usaram a máquina de cartão



Nota: Muitas campanhas usaram a máquina de cartão em uma variedade de modos.

23% Taxa média de participação do consumidor

A pandemia de Covid-19

79%

 das campanhas foram afetadas de algum modo pela pandemia

Dentre elas:

28%

 mudou a estratégia de uma campanha programada para lidar com questões relacionadas à pandemia

25%

 arrecadou mais dinheiro do que previsto

23%

 arrecadou menos dinheiro do que previsto

21%

 estendeu a duração da campanha

10%

 encurtou a duração da campanha

Nota: Muitas campanhas foram afetadas de diferentes modos.

A escassez de moedas de 2020

34%

 disseram que sua campanha foi afetada de algum modo pela escassez de moedas

Dentre os que foram afetados pela escassez de moedas:

35%

adicionaram novos elementos à campanha (por ex. arredondar)

19%

adiantaram o início da campanha

19%

criaram ou "ativaram" a campanha para lidar especificamente com a escassez de moedas

Nota: Muitas campanhas foram afetadas de diferentes modos.

A arrecadação de fundos em pontos de venda continua a prosperar

Total ao longo dos anos da pesquisa dos Campeões do Checkout Benéfico

