



Proyecto sobre Filantropía y Sociedad Civil  
Un esfuerzo para entenderlas y fortalecerlas

# **Donaciones y donantes en México: Una mirada a través de la *II Encuesta Nacional de Filantropía y Sociedad Civil***

Dr. Michael Layton

Dr. Alejandro Moreno



# Índice

I. Introducción

II. Donaciones a campañas o colectas

III. Donaciones a organizaciones formales

IV. Preferencias para donar: ¿Directamente a los necesitados? o ¿a instituciones?

V. La importancia de pedir

VI. Filantropía en la coyuntura

VII. Conclusiones



# I. ¿Quién dona, cómo lo hace y hacia dónde canaliza sus aportaciones?

“ Encuesta Nacional de Filantropía y Sociedad Civil (ENAFI)”, aplicada por el Proyecto sobre Filantropía y Sociedad Civil del Departamento de Estudios Internacionales del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM).

Descubrimientos y objetivos:

I.(2005) Preferencias de la solidaridad mexicana canalizadas por las vías informales en lugar de las institucionales y sus implicaciones para la sociedad civil organizada

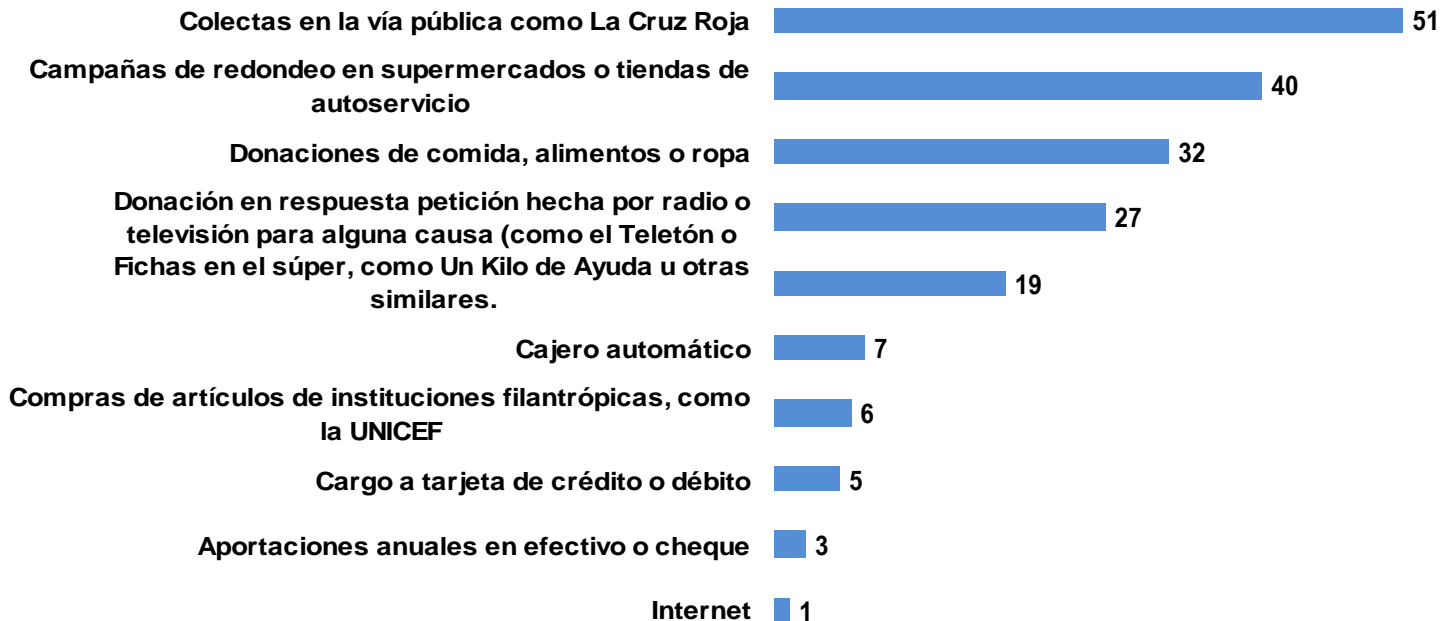
II.(2008) Profundizar en el entendimiento sobre la cultura de donación en México al explorar más fondo las motivaciones detrás de la preferencia de dar directamente a la gente necesitada y estableciendo un *benchmarking* para observar los cambios en los hábitos y predilecciones de los mexicanos a través del tiempo.

- levantada por la empresa DATA Opinión Pública y Mercados S.C
- noviembre del 2008.
- la muestra se compuso de 1,490 casos, y todos los encuestados son mayores de 18 años con credencial de elector.
- el nivel de confianza es de 95 por ciento y existe un margen de error de +/- 2.5.
- A la petición del Centro para el Fortalecimiento de de la Sociedad Civil impulsado por el Tecnológico de Monterrey y la Fundación del Empresario Chihuahuense (FECHAC) se llevó a cabo una muestra especial para la ciudad de Chihuahua.



## II. Donaciones a campañas o colectas

En últimos 12 meses ¿contribuyó a alguna campaña de recolección de fondos por medio de...? (% de respuestas "Sí")



¿Quiénes son más propensos a donar y cuáles son las vías que utilizan?

Localidad: Urbana

Escolaridad: alta

Estado civil: sin pareja

Percepción del ingreso: le da para vivir sin grandes dificultades



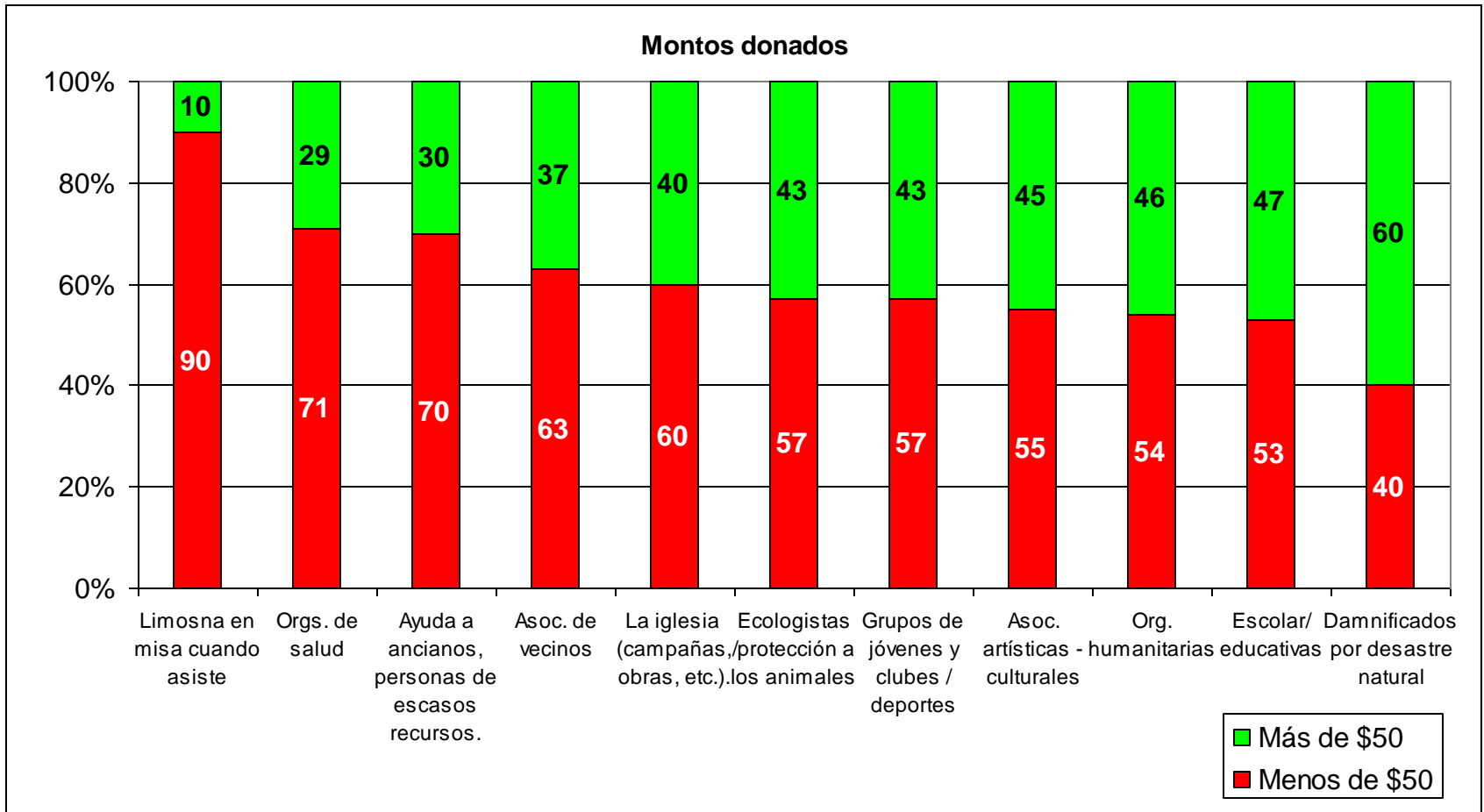
### III. Donaciones a organizaciones formales

¿En los últimos 12 meses hizo una donación a alguna de las siguientes organizaciones?  
(% de respuestas "Sí")





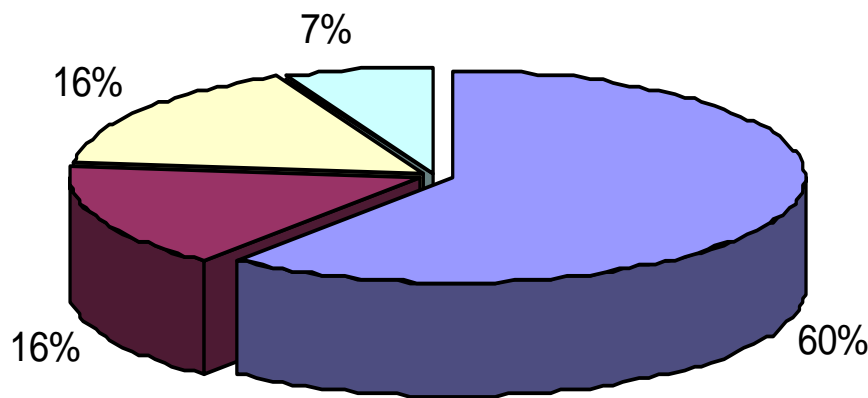
## III. Donaciones a organizaciones formales





## IV. Preferencias para donar: ¿Directamente a los necesitados? o ¿a instituciones?

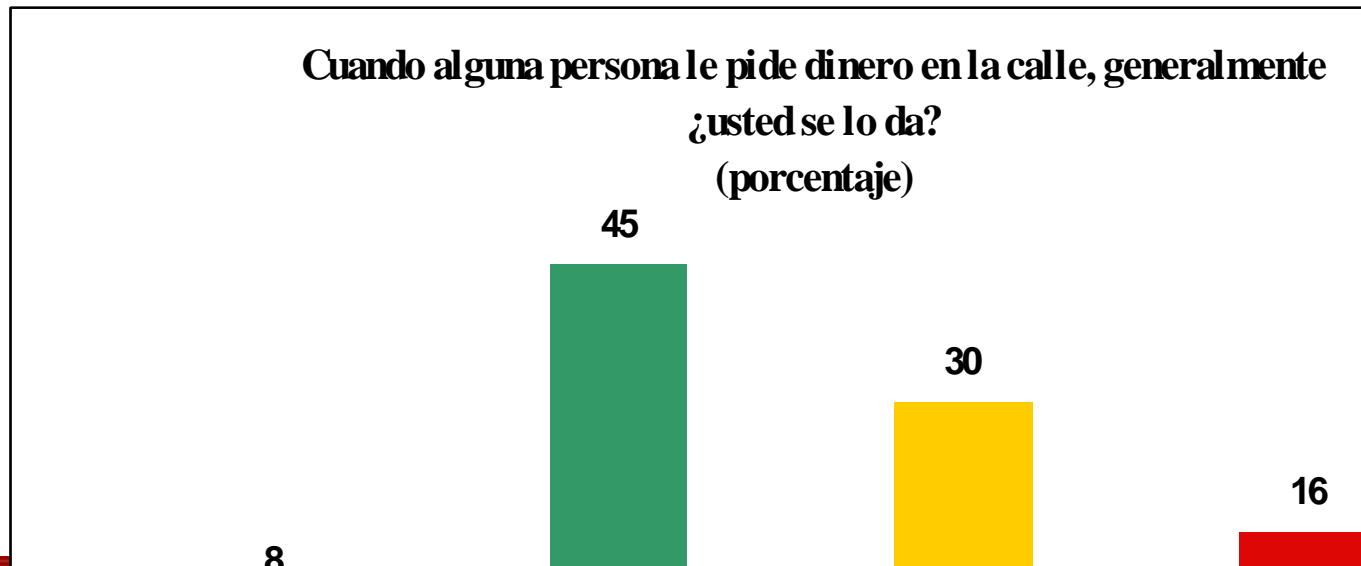
¿Cómo prefiere realizar la aportación o dar ayuda?



- Darlo directamente a una persona necesitada.
- Darlo a través de instituciones o organizaciones
- Le da lo mismo
- NS-NC



## **IV. Preferencias para donar: ¿Directamente a los necesitados? o ¿a instituciones?**







# Proyecto sobre Filantropía y Sociedad Civil

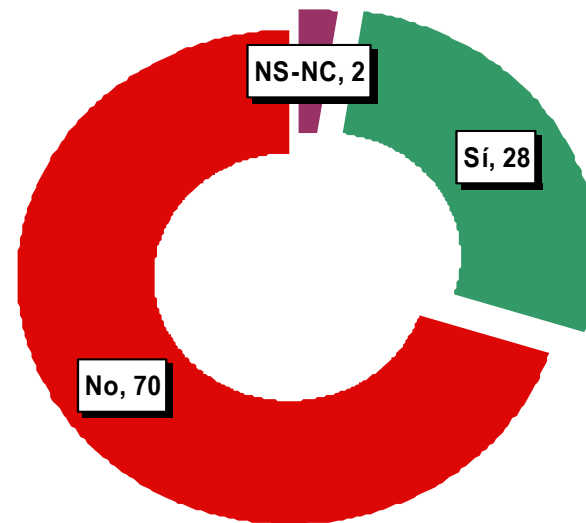
Un esfuerzo para entenderlas y fortalecerlas

	¿Quiénes prefieren donar a directamente a las personas necesitadas?	¿Quiénes prefieren donar a través de organizaciones?	¿A quiénes les da lo mismo?
<b>Localidad</b>	rural	urbana	urbana
<b>Escolaridad</b>	baja	entre mayor escolaridad, mayor la preferencia a donar a través de instituciones	alta
<b>Género</b>	no existe diferencia entre hombres y mujeres	entre más joven es una persona, mayor preferencia a donar a través de canales formales	no hay una tendencia
<b>Estado civil</b>	las personas que viven con una pareja (casadas o que viven en unión libre) prefieren dar directamente	no hay una tendencia	no hay una tendencia
<b>Edad</b>	entre más años tiene una persona, mayor es su propensión	no hay una tendencia	entre 30 y 49
<b>Nivel de ingreso del hogar</b>	no hay una tendencia	a mayor ingreso mayor tendencia a vías formales	a mayor ingreso mayor tendencia a vías formales
<b>Percepción del Ingreso</b>	entre mejor es ésta hay menor propensión.	mayor preferencia a donar así en las personas que creen que <i>les alcanza justo, sin grandes dificultades.</i>	conforme mejor es la percepción, mayor la preferencia de no tener preferencia



## V. La importancia de pedir

**En los últimos 12 meses, ¿Le han requerido o pedido a usted o a algún miembro de su hogar, algún tipo de donación en dinero o en especie, por parte de cualquier organización o institución incluyendo organizaciones religiosas?**





# Proyecto sobre Filantropía y Sociedad Civil

Un esfuerzo para entenderlas y fortalecerlas

## V. La importancia de pedir en colectas y en organizaciones: Le pidieron donar vs. Donativos en colectas

	Colectas en la vía pública como La Cruz Roja		
En los últimos 12 meses, ¿le han requerido o pedido..., algún tipo de donación en dinero o en especie...?	Sí	No	Total
Sí	62%	38%	100%
No	49%	51%	100%
<b>Promedio</b>	<b>52%</b>	<b>48%</b>	<b>100%</b>
	Campañas de redondeo en supermercados o tiendas de autoservicio		
En los últimos 12 meses, ¿le han requerido o pedido..., algún tipo de donación en dinero o en especie...?	Sí	No	Total
Sí	53%	47%	100%
No	34%	66%	100%
<b>Promedio</b>	<b>40%</b>	<b>60%</b>	<b>100%</b>
	Campañas de donaciones de comida, alimentos o ropa		
En los últimos 12 meses, ¿le han requerido o pedido..., algún tipo de donación en dinero o en especie...?	Sí	No	Total
Sí	44%	56%	100%
No	29%	71%	100%
<b>Promedio</b>	<b>33%</b>	<b>67%</b>	<b>100%</b>



# Proyecto sobre Filantropía y Sociedad Civil

Un esfuerzo para entenderlas y fortalecerlas

## V. La importancia de pedir en colectas y en organizaciones: Le pidieron donar vs. donativos a organizaciones

	Organizaciones relacionadas con la salud			
En los últimos 12 meses, ¿le han requerido o pedido..., algún tipo de donación en dinero o en especie...?	No	Sí especie	Sí dinero	Total
Sí	75%	5%	20%	100%
No	86%	3%	10%	100%
<b>Promedio</b>	<b>83%</b>	<b>4%</b>	<b>13%</b>	<b>100%</b>
	Organizaciones humanitarias			
En los últimos 12 meses, ¿le han requerido o pedido..., algún tipo de donación en dinero o en especie...?	No	Sí especie	Sí dinero	Total
Sí	90%	4%	7%	100%
No	97%	1%	1%	100%
<b>Promedio</b>	<b>95%</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>	<b>100%</b>
	Organizaciones para ayudar a los damnificados por algún desastre natural			
En los últimos 12 meses, ¿le han requerido o pedido..., algún tipo de donación en dinero o en especie...?	No	Sí especie	Sí dinero	Total
Sí	68%	24%	8%	100%
No	84%	13%	3%	100%
<b>Promedio</b>	<b>80%</b>	<b>16%</b>	<b>4%</b>	<b>100%</b>



## VI. Filantropía en la coyuntura

**CRISIS ECONÓMICA:** La “ENAFI 2008” se levantó en noviembre de 2008, cuando aún el impacto más fuerte de la crisis económica global para el país no había llegado.

- 48% la población en México es menos dispuesta a hacer donativos, en dinero y especie, para ayudar a otras personas.
- Únicamente el 12% considera estar más dispuesto y el 38% no ha cambiado su disposición debido a la crisis.
- ¿Quiénes están más disponibles a donar? Son los hombres entre 30 y 49 años, de zonas urbanas, con escolaridad media, que viven con una pareja (casadas o en unión libre), en un hogar cuyo nivel de ingreso es de entre 1,301 y 3,900 pesos y que perciben que con éste *les alcanza justo, sin grandes dificultades*.

### **SEGURIDAD:**

- Debido a la inseguridad el 44% de la población está menos dispuesta a hacer donativos para ayudar a otras personas.
- Al 41% esto no le afecta en sus motivaciones
- A un 12% lo motiva para donar más.
- El perfil de este grupo de la población que está más dispuesto es exactamente el mismo que la persona dispuesta a realizar más donativos durante la crisis económica.



## V. Conclusiones

### Objetivos:

1. Entender **cómo** las organizaciones civiles y algunas campañas se han visto **beneficiadas** por los donativos individuales, en dinero y especie, durante 2008.
2. Construir un **perfil** de las personas que son más propensas a donar en este sentido.
3. Identificar **factores útiles** para entender la filantropía en México.
  1. Marcada preferencia en la generosidad del mexicano para ejecutarse más por las **vías informales** La confianza explica en buena medida el porqué.
    1. ¿Cómo generar la **confianza**?
    2. **Transparencia y la rendición de cuentas**: camino natural para hacerlo.
    3. El **panorama actual** hace menos sencillo la recolección de fondos porque la gente está menos dispuesta a realizar donativos.
4. **Sustentabilidad financiera** de las OSC podemos identificar desafíos, pero también oportunidades.
  1. El reto más grande es la falta de **confianza**
  2. La falta de **presencia** que tiene las organizaciones en la vida cotidiana.
  3. Mayor **visibilidad** en los medios



## V. Conclusiones

5. El sector tiene dos cosas a favor: que los mexicanos son **solidarios** y generosos y que si creen que ellos mismos pueden tener un **impacto** en su comunidad.
6. El objetivo, entonces, es posicionar a las **organizaciones como los vehículos** más adecuados para canalizar la generosidad y la buena voluntad del pueblo mexicano.
  1. En el **corto plazo** lo anterior implica ajustar las campañas de recaudación para reflejar la cultura tal cual es, acercar las instituciones a la gente y reconocer a los donantes como una fuente de apoyo en muchos sentidos y como un público a lo cual se debe rendir cuentas.
  2. En el **mediano y largo plazo** significa que las OSC tienen que tomar en cuenta la necesidad de un cambio cultural y promover una relación mas profunda con la gente.



# Proyecto sobre Filantropía y Sociedad Civil

Un esfuerzo para entenderlas y fortalecerlas

Gracias por su atención

Contacto:

[layton@itam.mx](mailto:layton@itam.mx)

[amoreno@itam.mx](mailto:amoreno@itam.mx)

[www.filantropia.itam.mx](http://www.filantropia.itam.mx)