



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

# Fundraising y análisis del mercado: La competencia está en las calles

**Michael Layton, PhD**

Cuarto Congreso Hemisférico de Fundraising  
Latinoamerica

Association of Fundraising Professionals

9 de Mayo de 2008



**ITAM**



## La competencia está en las calles

Es necesario *entender la cultura de donaciones existente* a fin de *desarrollar y ejercer un liderazgo* capaz de *promover un cambio cultural* a favor de la filantropía o inversión social.



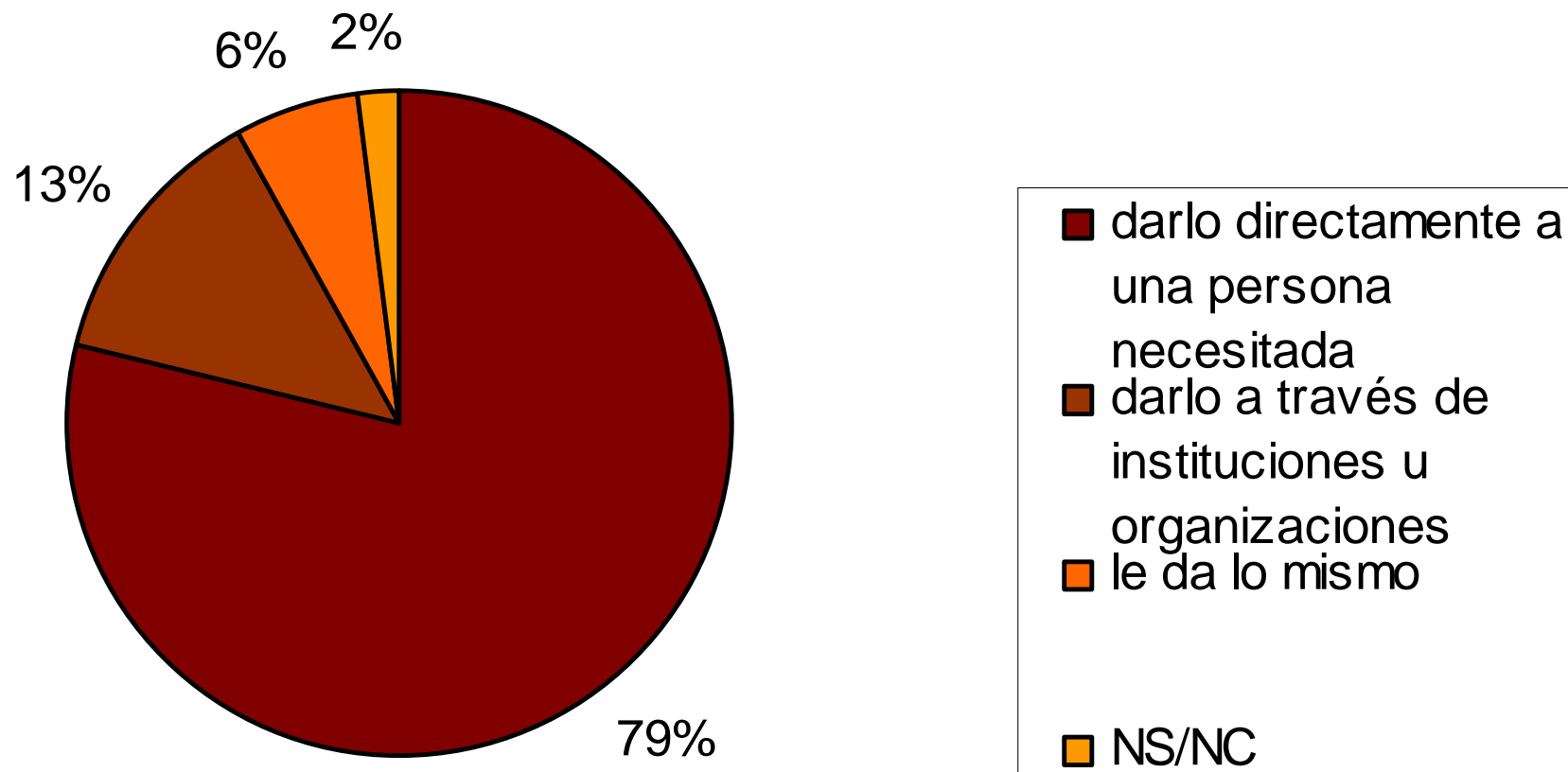
# Metodología ENAFI

- Tipo de estudio: Encuesta en vivienda.
- Fechas de levantamiento de la encuesta: del 26 de febrero al 6 de marzo de 2005.
- Población sujeta a estudio: ciudadanos mayores de 18 años.
- Representatividad del estudio: Nacional
- Tamaño de la Muestra: 1500 personas.
- Intervalo de confianza del 95% y un margen de error de +/- 3.5%.



# Lismosna gana a donaciones

¿Cómo prefiere usted, realizar aportaciones o dar ayuda?





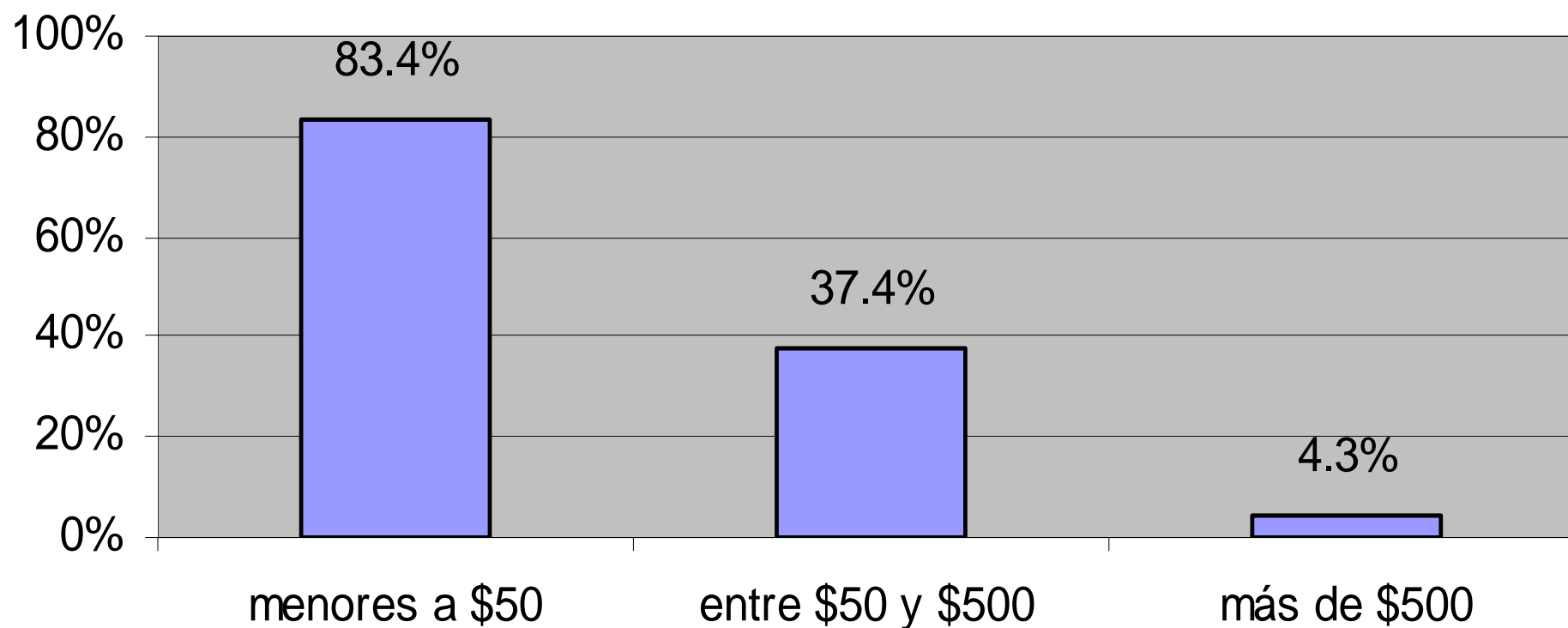
## En los últimos 12 meses, ¿Contribuyó Usted a organizaciones o causas sociales en alguna de las siguientes formas?

Dar limosna a gente en la calle	77.1%
Participando en colectas en la vía pública como la de la Cruz Roja	69%
Donando comida, alimentos ó vestimenta	58%
Participando en campañas como la del redondeo en supermercados	45%
Haciendo donaciones para el Teletón ó el Juguetón	43%
Comprando fichas en el súper (como las de "Un kilo de ayuda")	38%
Respondiendo a una petición hecha por radio o TV	23%
Comprando artículos de instituciones filantrópicas como la UNICEF	17%
Por medio de cajero automático	9%
A través de deducciones periódicas de nómina ó al sueldo	8%
Por internet	3%



## Monto de donaciones que dio a organizaciones

(en MXN pesos)





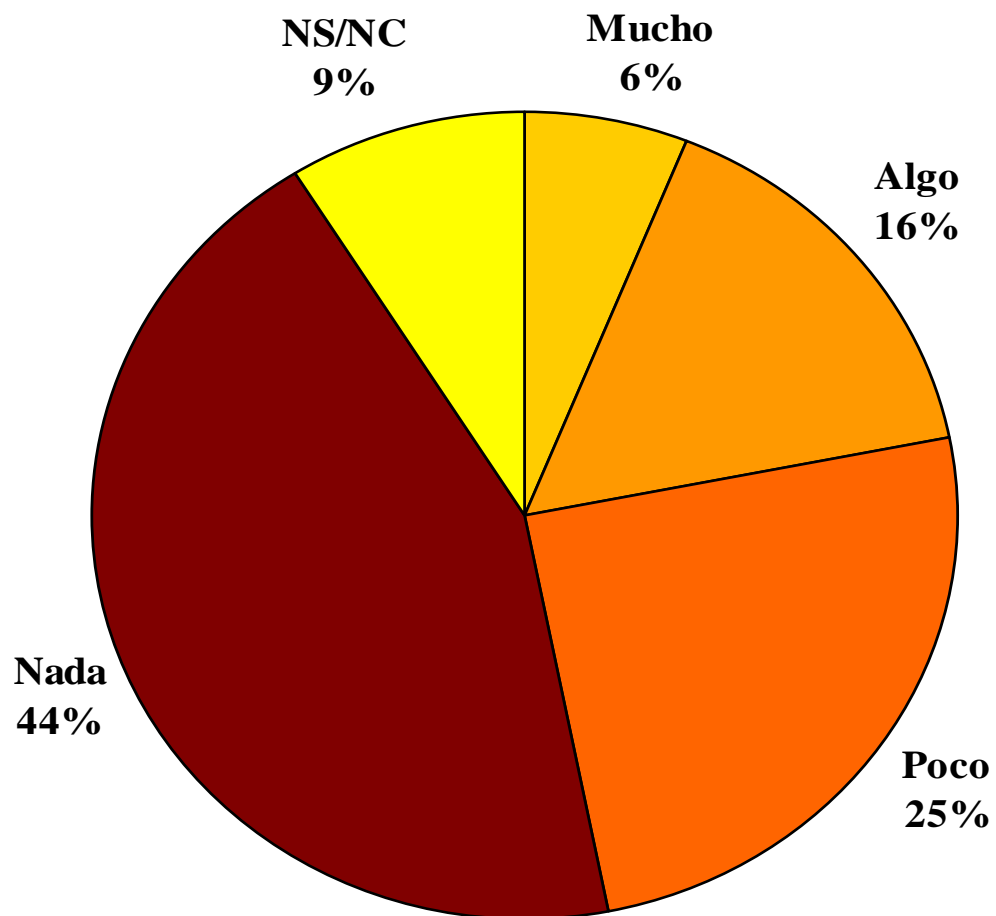
# Confianza en las instituciones





# Desconfianza en las organizaciones

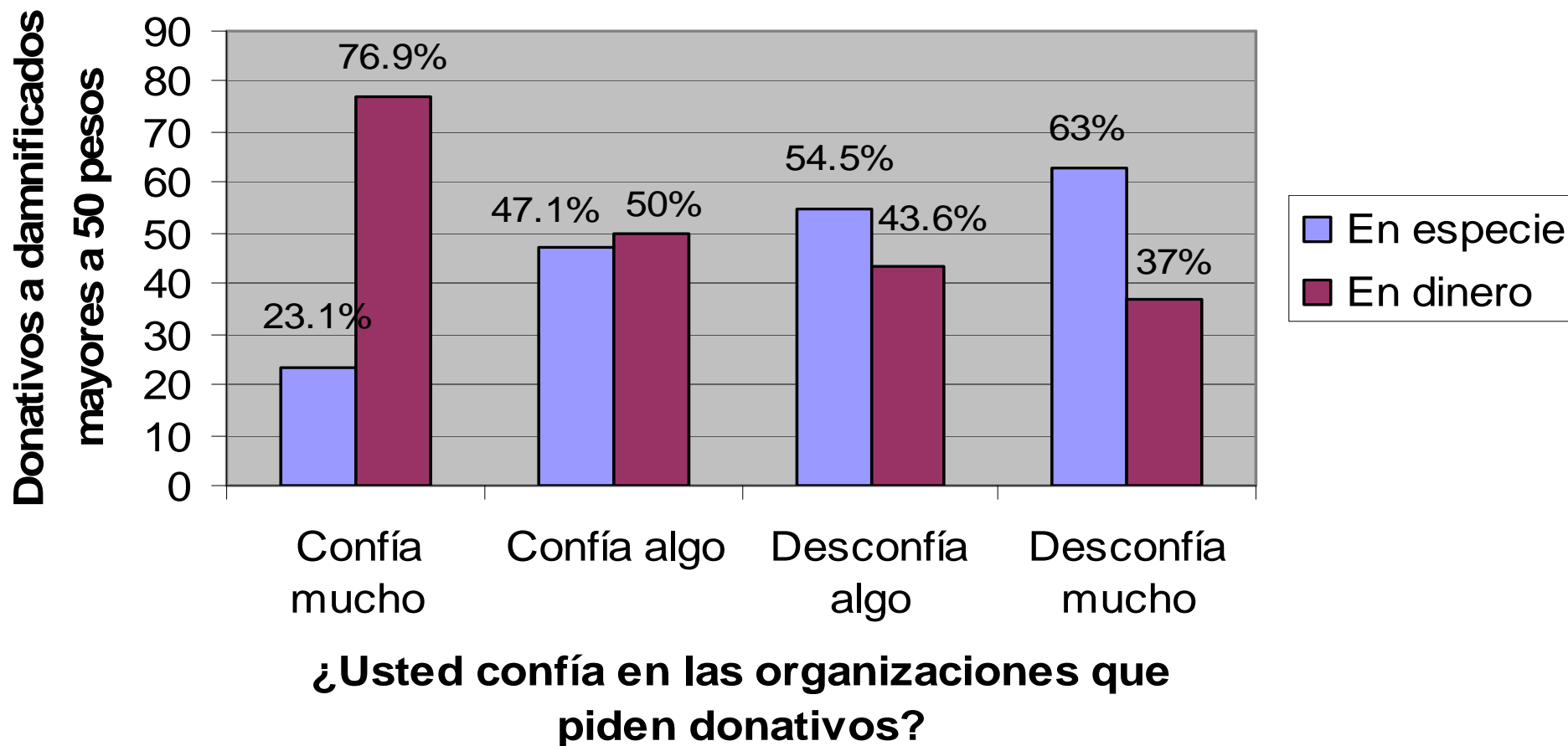
¿Podría decirme cuanta confianza tiene en las instituciones?







# Donativos a damnificados





# La competencia está en las calles... ¿Usted acostumbra...?

**Dar dinero a viejitas que piden dinero en la calle**

**82.2%**



**Dar dinero a organizaciones de ayuda a ancianos, personas de escasos recursos, etc.**

**22.3%**



# La competencia está en las calles... ¿Usted acostumbra...?

**Dar dinero a niños en la calle**

**66.1%**



**Dar dinero a organizaciones humanitarias**

**15.1%**



# La competencia está en las calles... ¿Usted acostumbra...?

**Dar dinero a limpia-parabrisas**

**48.6%**



**Dar dinero a Grupos de jóvenes y clubes /  
deportes**

**11%**



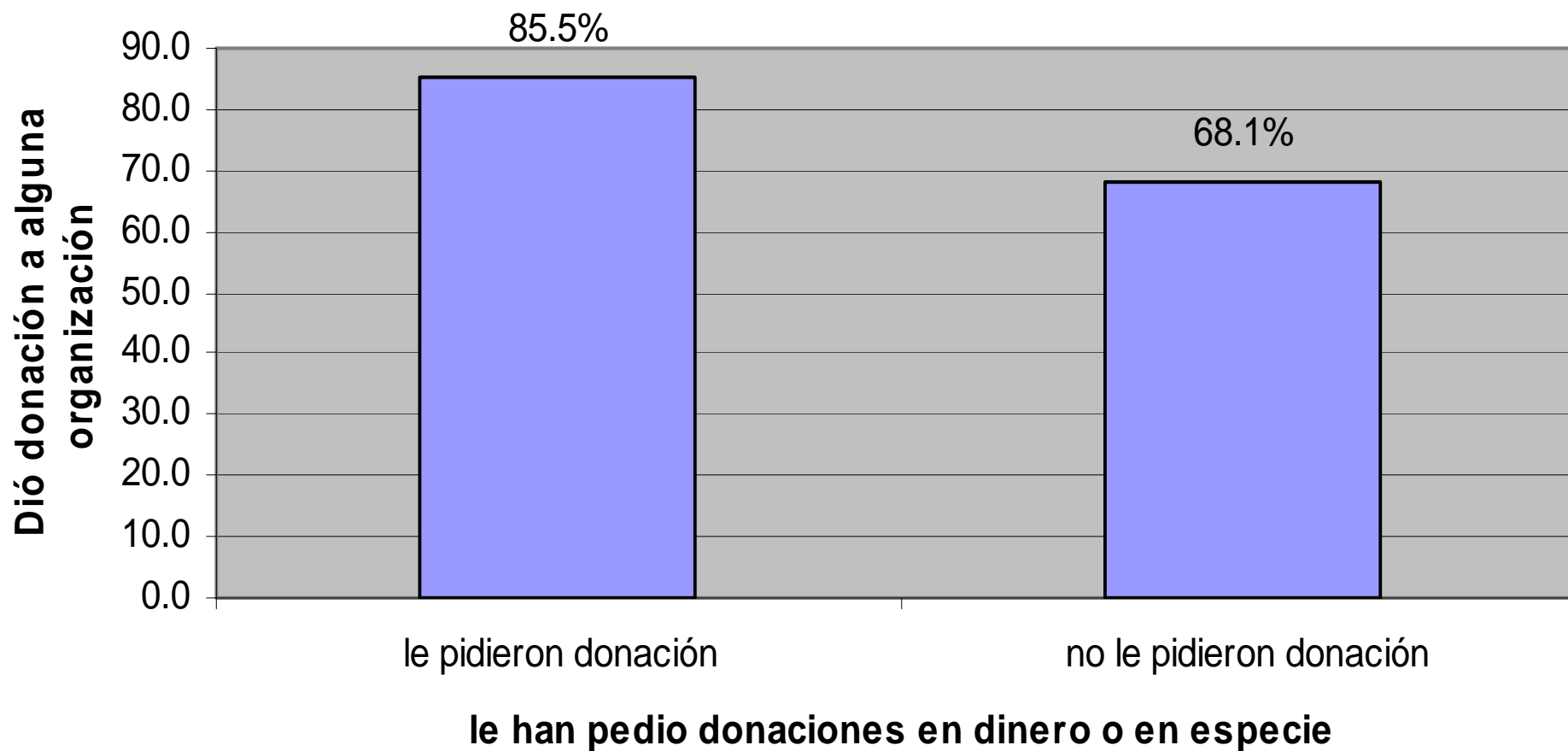
# ¿Por qué los limosneros les ganan a los profesionales?

Porque...

- Están presentes en la vida cotidiana.
- Piden a ***todos***.
- Tienen una relación con la gente: solidaridad.
- Su metodología corresponde a la cultura dominante.

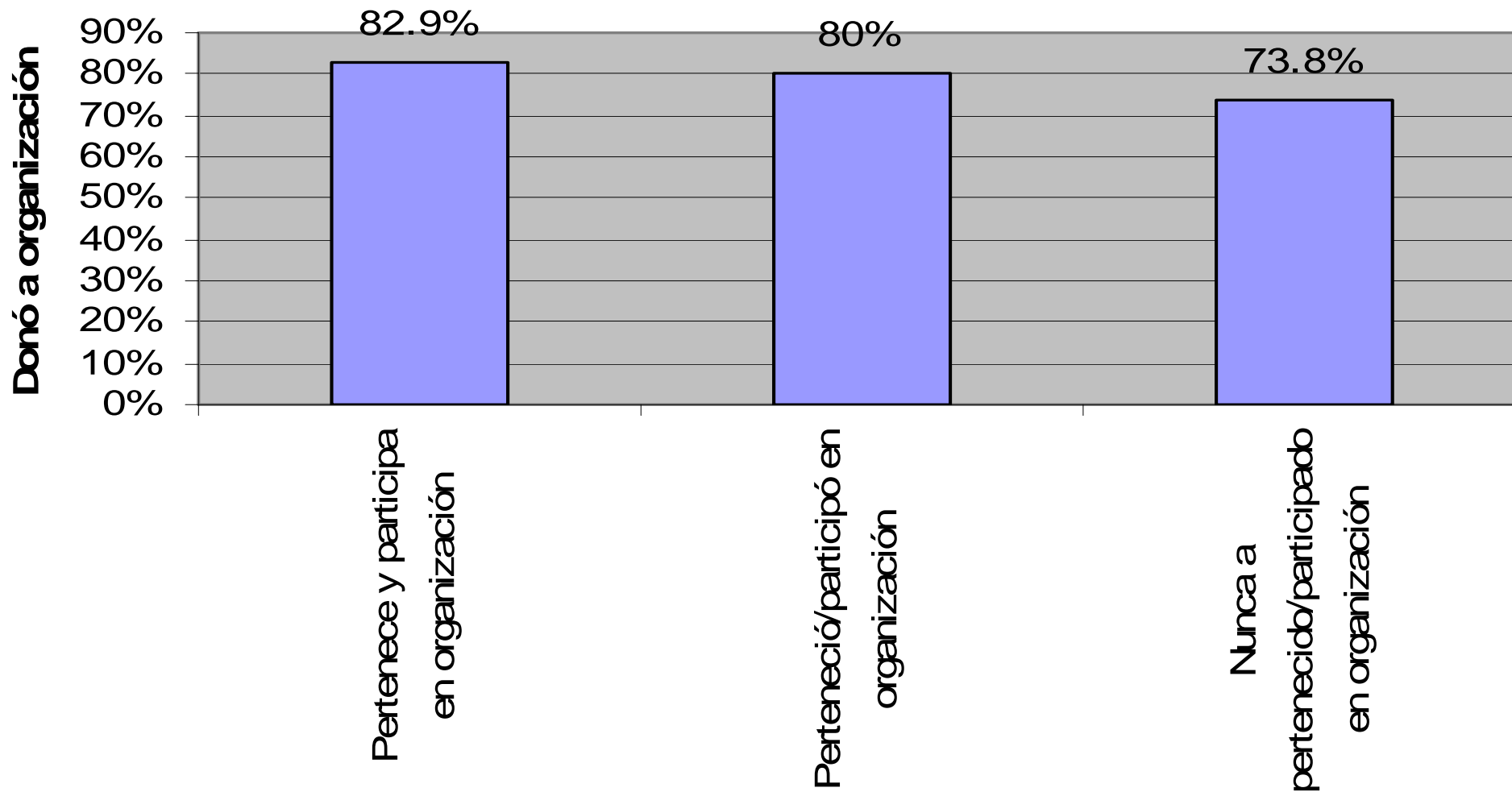


## Impacto de la petición en las donaciones



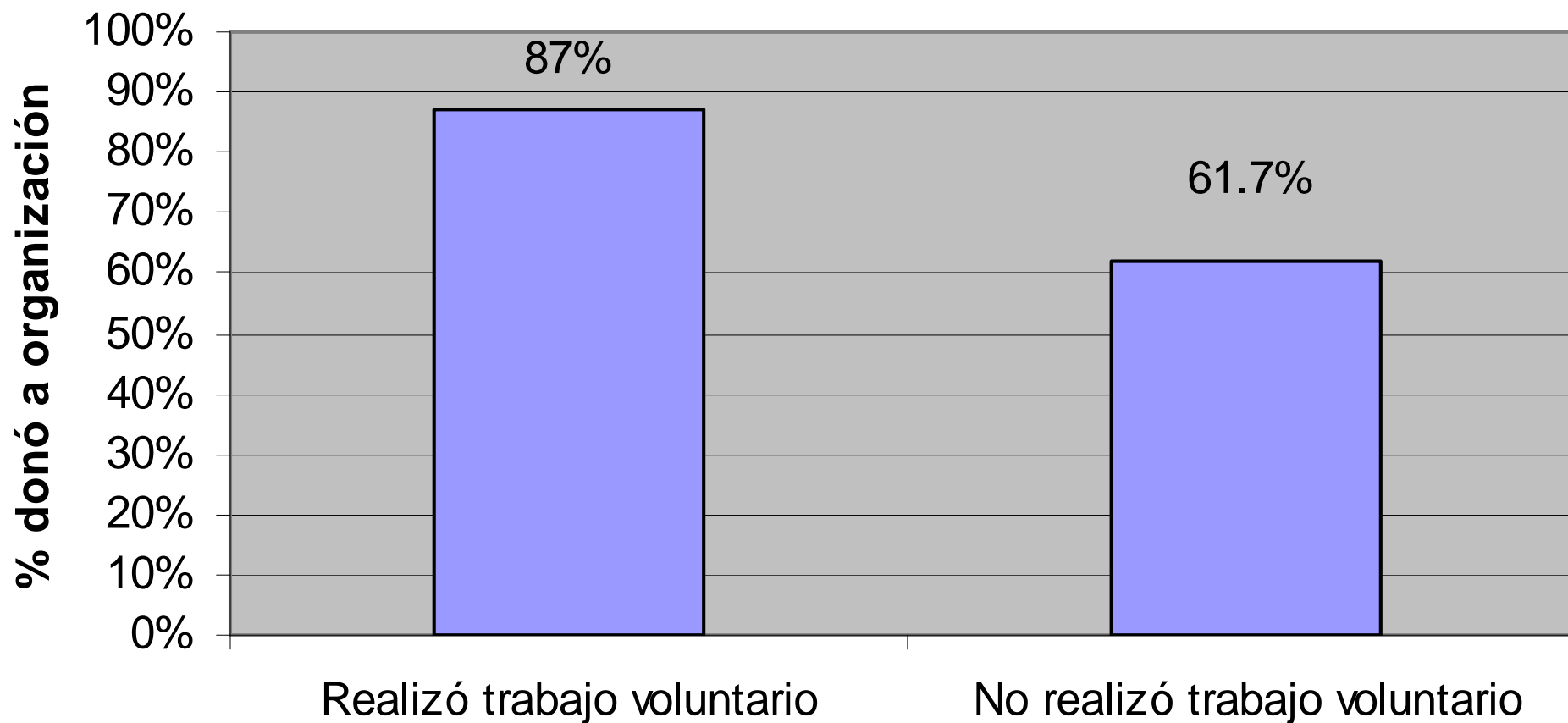


## Pertenencia, participación y donaciones





## Generosidad en tiempo y dinero







# ¿Qué hay que hacer?

Nuevas técnicas no son suficientes.

Fortalecer y mejorar la relación entre donantes-el público y las organizaciones.

Enfatizar su ventaja competitiva – ***el impacto*** – vía la rendición de cuentas.

Promover un cambio cultural a favor de la filantropía o inversión social.



¡Gracias!

ITAM

Michael D. Layton

Proyecto sobre Filantropía y Sociedad Civil

ITAM

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

Para más información:

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