



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

Michael D. Layton, Ph.D.



ÍNDICE

I. Introducción

II. Donaciones a organizaciones formales

III. Donaciones a campañas o colectas

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

V. Filantropía en la coyuntura

VI. Conclusiones



I. Introducción

- ❖ Descubrimientos y objetivos:
 - 2005: Generar datos confiables sobre la sociedad civil en México. Preferencias de la solidaridad mexicana canalizadas por las vías informales en lugar de las institucionales.
 - 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.



Metodología

- ✓ 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 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 organizaciones formales

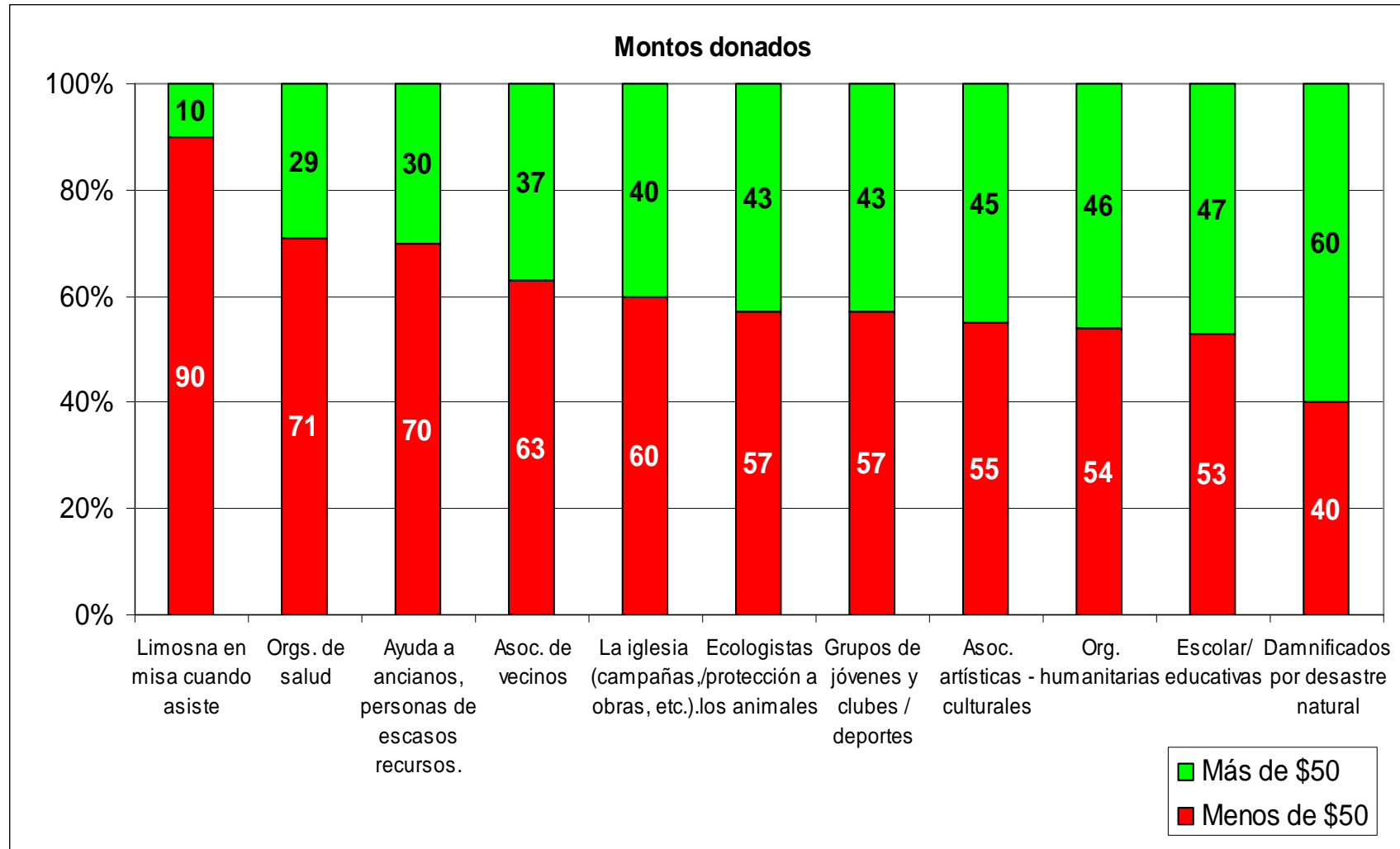


III. Donaciones a organizaciones formales





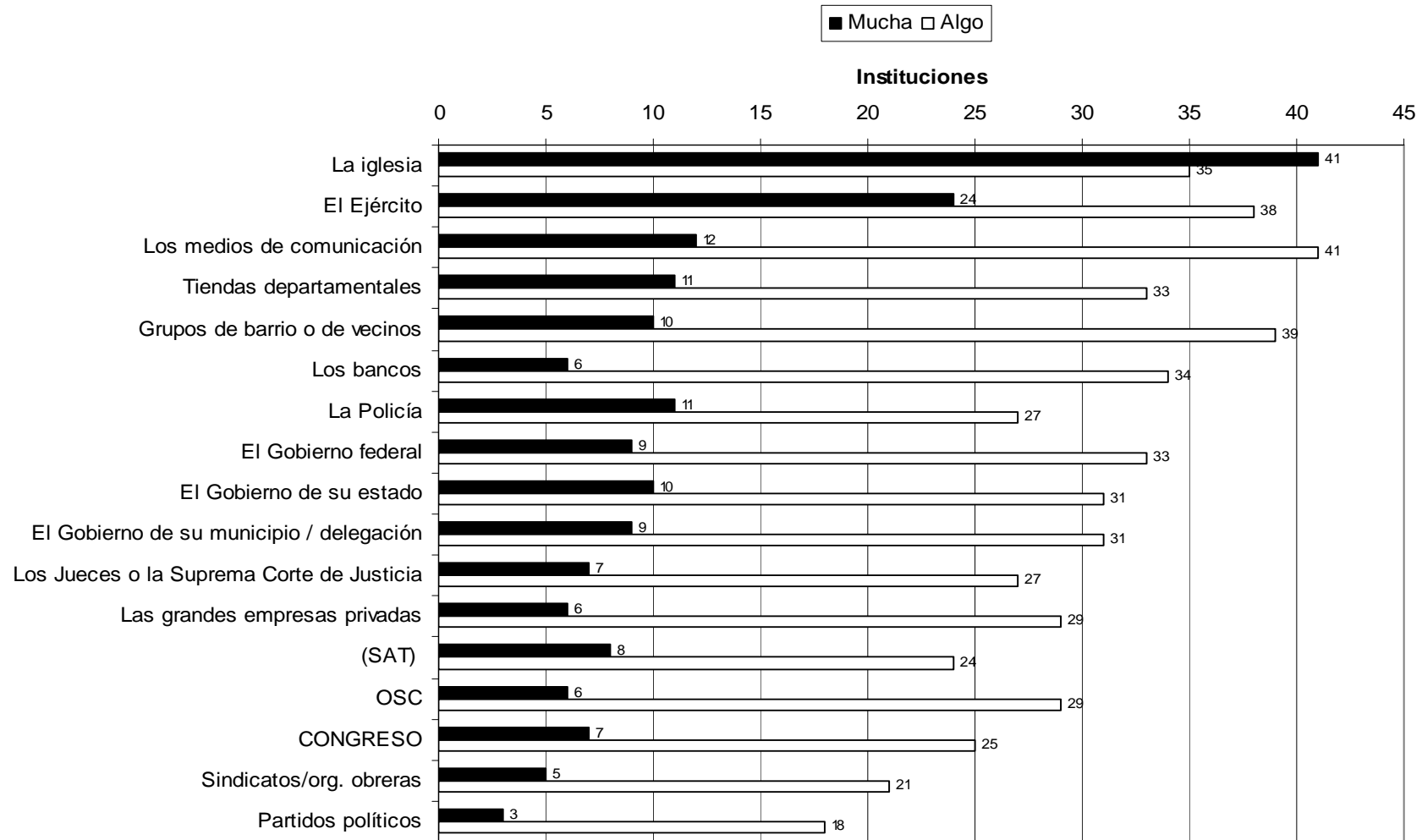
III. Donaciones a organizaciones formales





III. Donaciones a organizaciones formales: Confianza

Confianza en las Instituciones

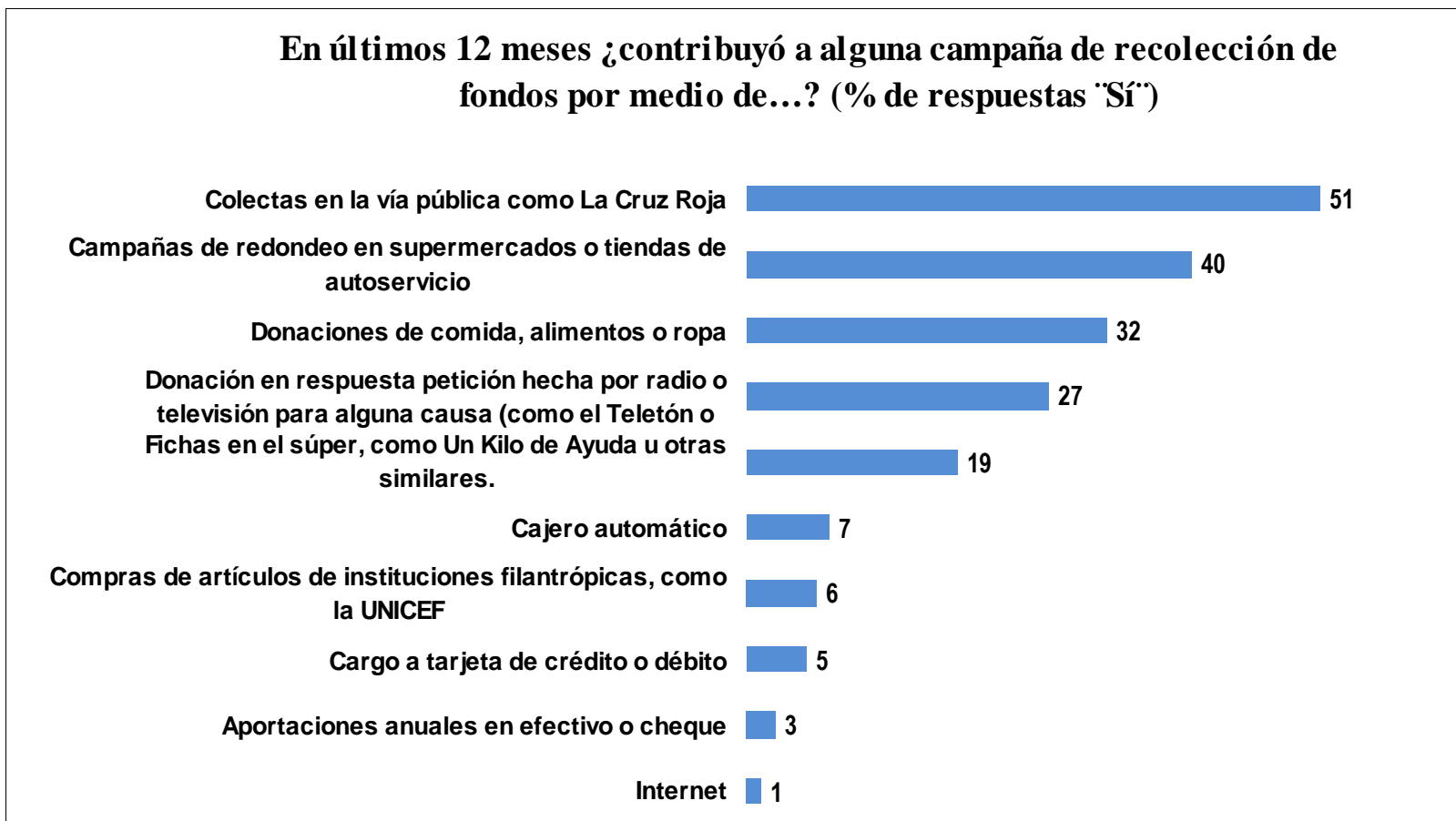




III. Donaciones a campañas o colectas



II. Donaciones a campañas o colectas



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

Localidad: Urbana

Escolaridad: alta

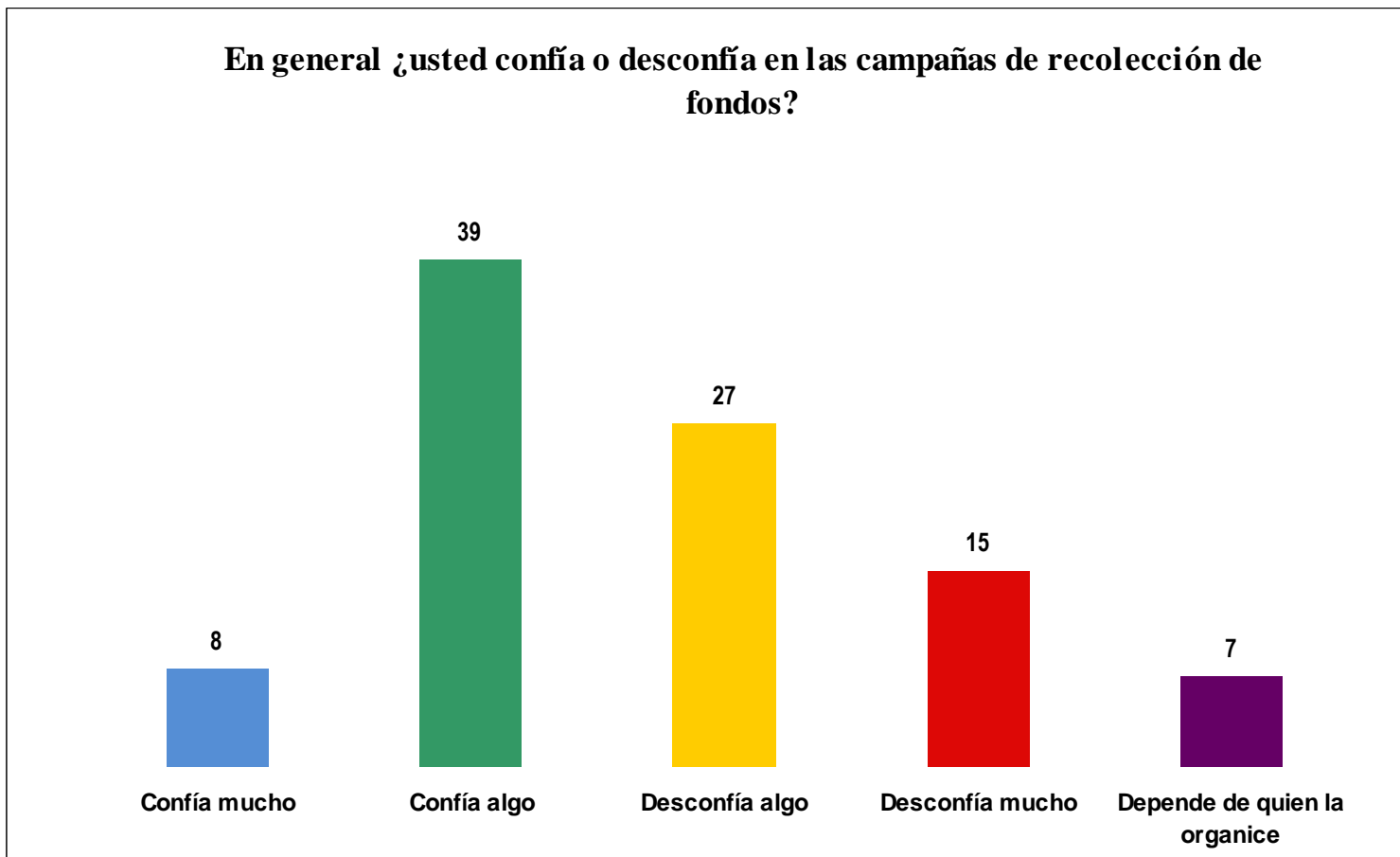
Estado civil: sin pareja

Percepción del ingreso: le da para vivir sin grandes dificultades





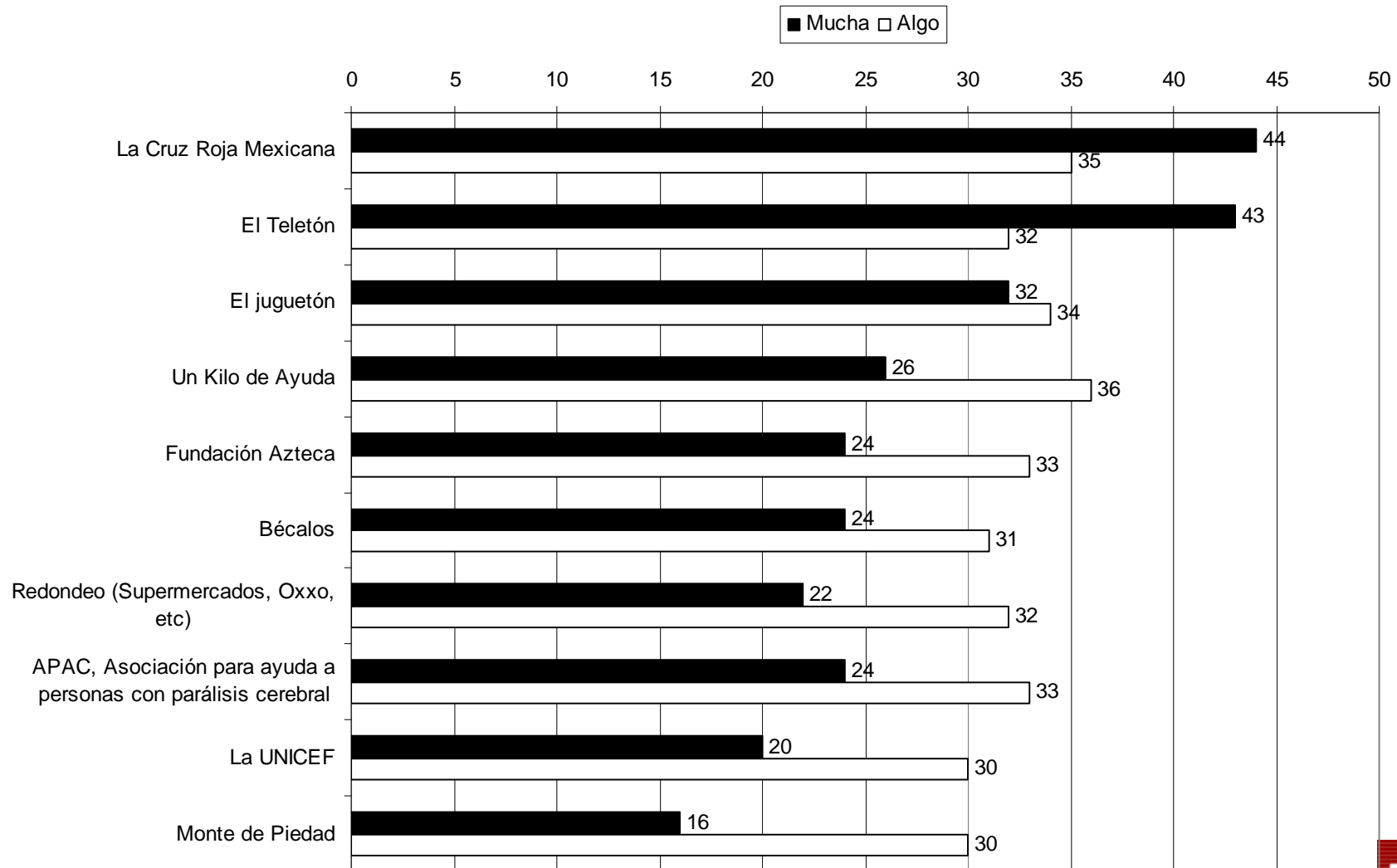
II. Donaciones a campañas o colectas: Confianza





II. Donaciones a campañas o colectas: Confianza

Confianza en organizaciones para ayuda de grupos vulnerables

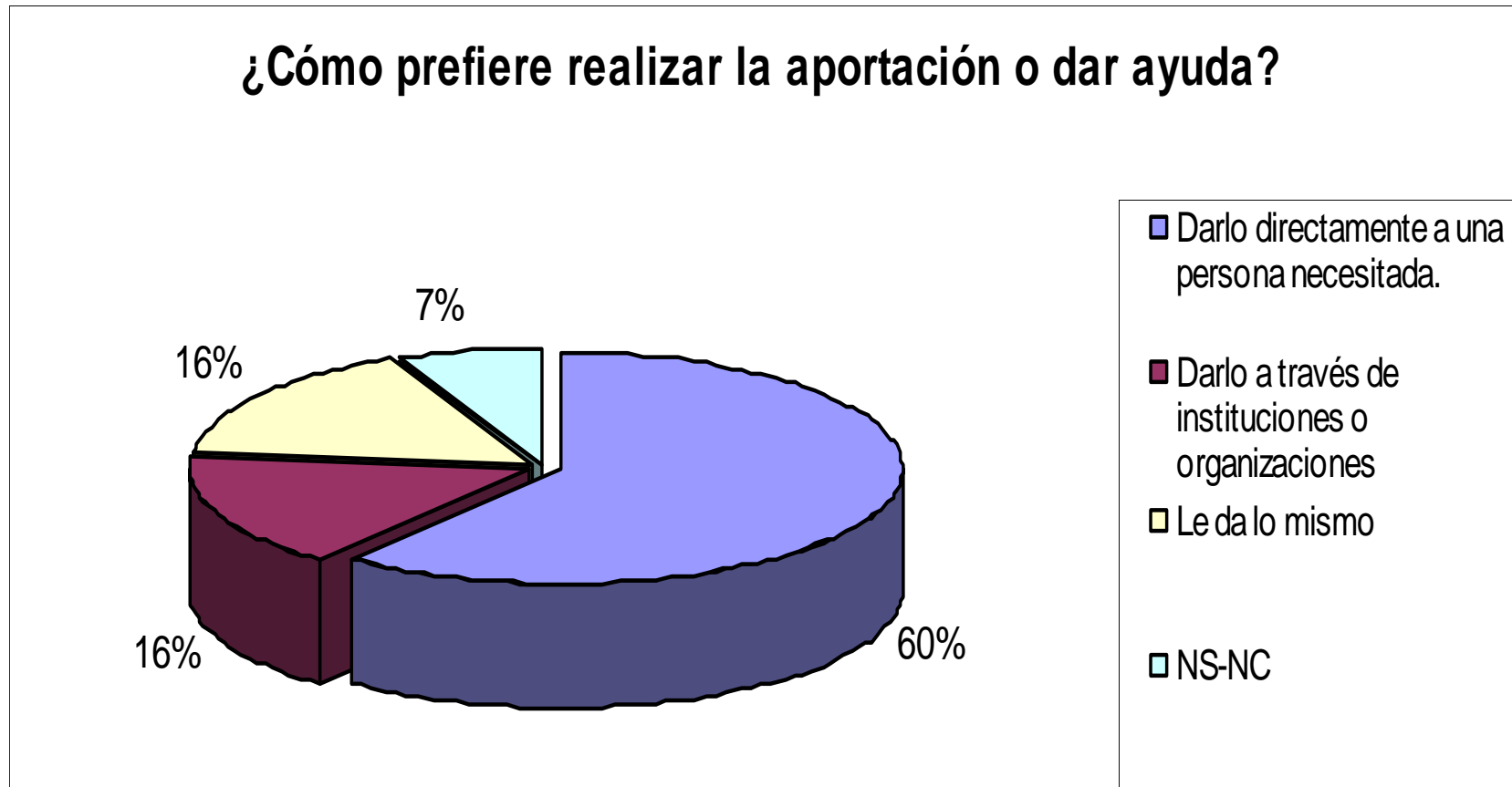


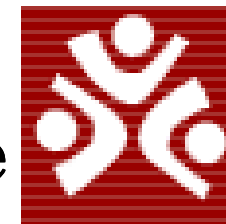


IV. Preferencias para donar:
¿Directamente a los necesitados?
o ¿a instituciones?

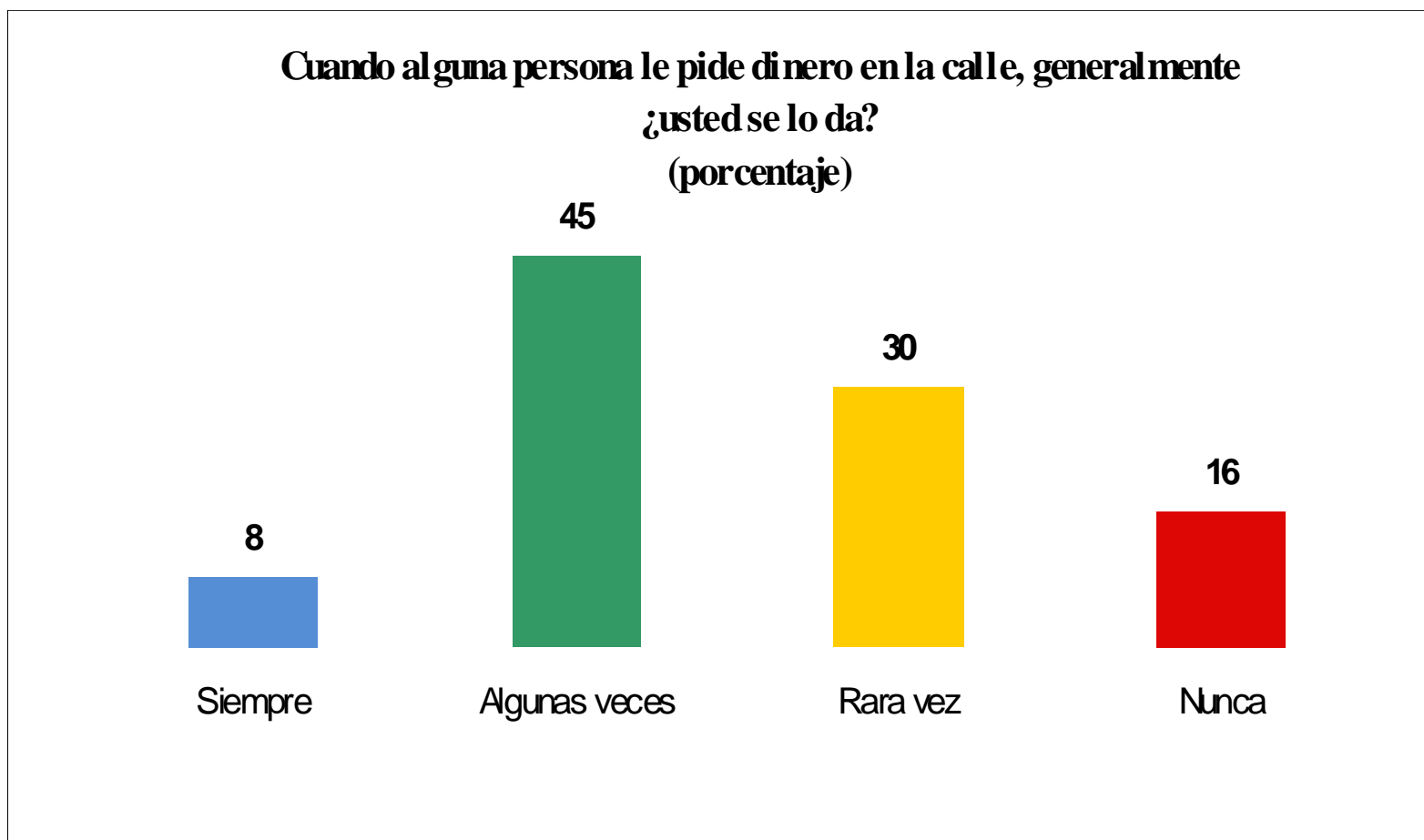


IV. Preferencias para donar: ¿Directamente a los necesitados? o ¿a instituciones?





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





	¿Quiénes prefieren donar a directamente a las personas necesitadas?	¿Quiénes prefieren donar a través de organizaciones?	¿A quiénes les da lo mismo?
Localidad	rural	urbana	urbana
Escolaridad	baja	entre mayor escolaridad, mayor la preferencia a donar a través de instituciones	alta
Género	no hay tendencia	no hay tendencia	no hay tendencia
Estado civil	las personas que viven con una pareja (casadas o que viven en unión libre) prefieren dar directamente a personas necesitadas	no hay tendencia	no hay tendencia
Edad	entre más años tiene una persona, mayor es su propensión a dar directamente a personas necesitadas	entre más joven es una persona, mayor preferencia a donar a través de canales formales	entre 30 y 49
Nivel de ingreso del hogar	no hay tendencia	a mayor ingreso mayor tendencia a vías formales	a mayor ingreso mayor tendencia a vías formales
Percepción del Ingreso	entre mayor la percepción de ingreso menor propensión a dar a las personas necesitadas	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





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

¿Por qué prefiere dar su aportación directamente a una persona necesitada? (60%)					
Nivel de Ingreso	Otras / NS-NC	Porque es muy fácil	Por lástima / caridad / solidaridad	Confía que va usar bien su aportación	Porque no confía en las organizaciones
NS-NC	2%	16%	30%	42%	10%
Hasta \$1,300	3%	18%	24%	40%	15%
\$1,301-\$3,900	4%	22%	33%	31%	11%
\$3,901-\$6,500	3%	25%	27%	32%	13%
\$6,501-\$13,000	2%	22%	26%	29%	21%
\$13,001 ó más	2%	7%	31%	26%	33%
Promedio	3%	18%	28%	33%	17%



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

¿Por qué prefiere dar su aportación a través de instituciones u organizaciones civiles? (16%)					
	NS-NC	Porque mi aportación tiene mayor impacto	Confío en que organización usará bien el dinero	Porque es deducible de impuestos	La gente sigue pidiendo y no se resuelve nada
NS-NC	0%	9%	77%	9%	6%
Hasta \$1,300	0%	16%	68%	11%	5%
\$1,301-\$3,900	3%	19%	47%	7%	18%
\$3,901-\$6,500	1%	18%	69%	2%	8%
\$6,501-\$13,000	2%	19%	60%	0%	14%
\$13,001 ó más	0%	14%	59%	5%	23%
Promedio	1%	16%	63%	5%	12%

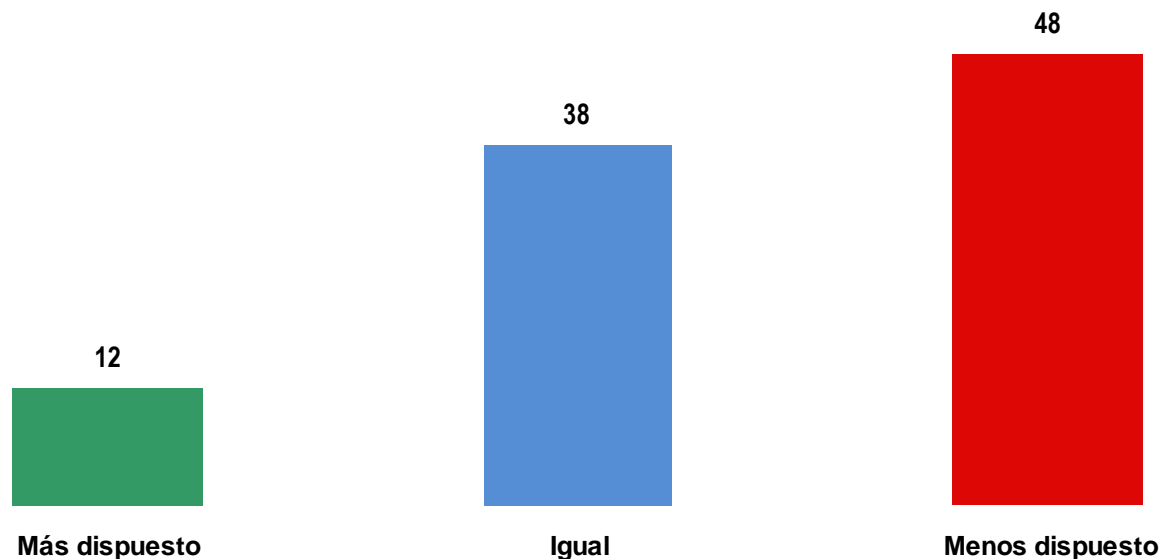


V. Filantropía en la coyuntura



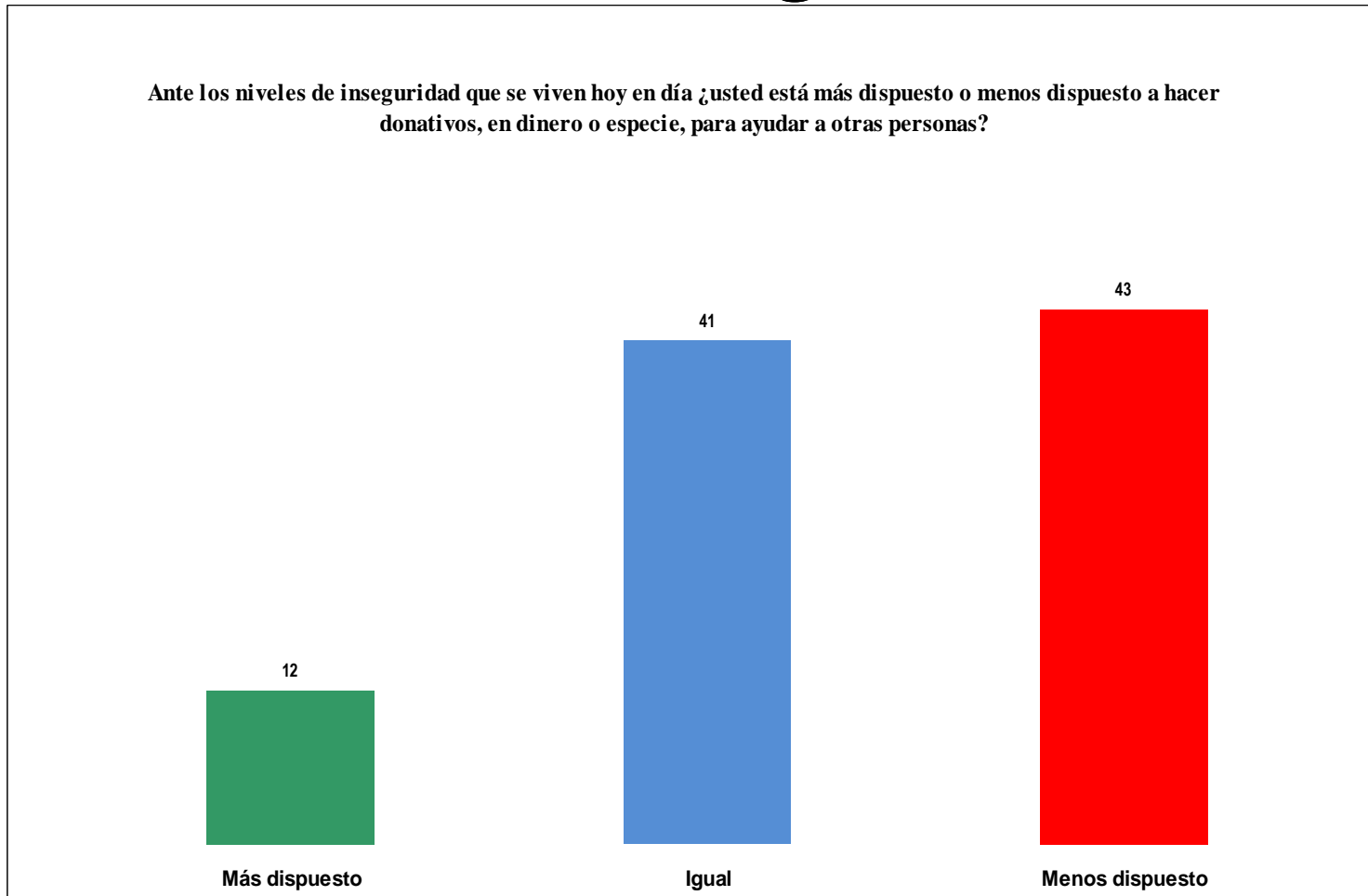
V. Filantropía en la coyuntura: Crisis Económica

Ante la crisis económica que se vive hoy en día, ¿usted está más dispuesto o menos dispuesto a hacer donativos, en dinero o especie, para ayudar a otras personas?





V. Filantropía en la coyuntura: Crisis de Inseguridad





VI. CONCLUSIONES



VI. CONCLUSIONES

- La generosidad “a la mexicana” se lleva a cabo más por vías informales que por las institucionales.
- La generosidad es un reflejo de la familiaridad y la confianza, entonces visibilizar las organizaciones y ganar la confianza es el gran reto de la sociedad civil mexicana.
- La coyuntura no favorece a la generosidad.



¡GRACIAS POR SU
ATENCIÓN!

Michael Layton
layton@itam.mx