



UNIVERSIDAD LA SALLE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios
de la Secretaría de Educación Pública según
acuerdo número 2005086 de fecha 7 de abril
de 2000

TESIS

“PERFIL DE DONANTE POR CAUSA SOCIAL EN ÁREA METROPOLITANA DE CIUDAD DE MÉXICO”

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTA:

Dulce Rebeca Cañón Reyes

Asesor: Dra. Blanca Elba García y García

Ciudad de México a 19 de octubre de 2021 2021

Ciudad de México a 6 de octubre de 2021

MTRA. ANA MARCELA CASTELLANOS GUZMÁN
DIRECTORA DE GESTIÓN ESCOLAR
UNIVERSIDAD LA SALLE
P R E S E N T E

Le informo que el (la) C. _____

Dulce Rebeca Cañón Reyes

Egresada(o) de la Facultad de Negocios

de la **UNIVERSIDAD LA SALLE**, del Doctorado en: _____

ADMINISTRACIÓN

Con reconocimiento de validez oficial de estudios de la Secretaría de Educación Pública según acuerdo número 2005086 de fecha 7 de abril de 2000.

Ha elaborado la tesis titulada: **“PERFIL DEL DONANTE POR CAUSA SOCIAL EN EL ÁREA METROPOLITANA DE LA CIUDAD DE MÉXICO.”**

De conformidad con la modalidad para la obtención de grado aprobada para este Doctorado de acuerdo a lo establecido en el Reglamento General de las Universidades La Salle Integrantes del Sistema Educativo de las Universidades La Salle.

Cumplió con todos los requisitos y el trabajo que fue elaborado bajo la conducción del Dra. Blanca Elba García y García, tiene la calidad suficiente para ser la base de sustentación de su Examen de Grado por lo que se le autoriza presentarlo.



Mtro. José Ramón Barreiro Iglesias
Director Facultad de Negocios

AGRADECIMIENTOS

Agradezco infinitamente a Dios, a mi mamá, mi papá y mi hermana Alejandra por toda la inspiración para trabajar en mis sueños y objetivos. A todos los seres de luz que me motivaron a continuar: Eriel, Abel, Yeshua, Santiago y San Francisco, gracias.

A mi hermana Sofia por su amor y apoyo incondicional. Gracias por siempre ser y estar. Gracias por ser maravillosa Maestra de vida. Te amo.

A José Luis Camacho Aparicio por impulsarme siempre a iniciar, continuar y concluir proyectos aún en contra de mis propios miedos. Gracias Fred Fred Fred. Te amo.

A mis amigos, Karina, Mao, Lalo, Dan, Janete y Davo que han permanecido como fieles testigos de mi pasión académica. Gracias por todas las porras y cariño.

A Elsa Reyes por sus mensajes claves de apoyo y reconocimiento a mi esfuerzo.

A Alma Calderón de la Barca por preocuparse en cada paso, en cada proyecto y darme ánimo.

A AdSpace Mkt por permitirme sembrar y cosechar mi vida académica. Gracias.

A mi asesora Dra. Blanca Elba García y García por su visión, dirección e impulso. No lo hubiera logrado sin ella.

Al Dr. Carlos Hoyosa por ser mi Sensei y siempre tener oídos, palabras y consejos para mi que son guía completa para mi desarrollo. ¡Gracias infinitas!

Agradezco a todos mis Docentes a lo largo de este camino, a todos mis alumnos y a todos los que han creído en mi y me apoyan en cada proyecto y cada logro. Gracias, gracias, gracias.

Gracias Universidad La Salle por ser tierra fértil de esta semilla que hoy germina.

Con todo el corazón... ¡Gracias!

ÍNDICE

| | |
|---|-----------|
| Introducción..... | 7 |
| 1 Capítulo 1. Problemática, Justificación y Objetivos de la investigación..... | 10 |
| 2 Capítulo 2. Instituciones sin fines de lucro | 15 |
| 2.1 Contexto legal de la donación en México | 15 |
| 2.1.1 ¿Qué es una Donataria Autorizada? | 16 |
| 2.1.2 ¿Quién puede ser una Donataria Autorizada? | 17 |
| 2.2 Las Instituciones sin fines de lucro (ISFL) | 22 |
| 2.3 Estructura de Ingresos ISFL..... | 31 |
| 3 Capítulo 3. Estudios relativos a la voluntad de donar | 37 |
| 3.1 La voluntad de donar y la felicidad | 40 |
| 3.2 ¿Quiénes tienen la voluntad de donar? | 46 |
| 3.2.1 Género | 46 |
| 3.2.2 Estado civil | 47 |
| 3.2.3 Ingreso..... | 47 |
| 3.2.4 Religión | 48 |
| 3.2.5 Educación | 50 |
| 3.2.6 Edad..... | 51 |
| 3.2.7 Socialización..... | 52 |
| 4 Capítulo 4. Perfil del donante..... | 56 |
| 4.1 Enfoque descriptivo de las investigaciones..... | 56 |
| 4.2 Modelo de investigación preponderante en los estudios sobre perfil del donante..... | 61 |
| 4.2.1 Características Intrínsecas..... | 64 |
| 4.2.2 Características extrínsecas | 66 |

| | |
|--|-----------|
| 4.3 Construcción del perfil donador | 68 |
| 5 Capítulo 5. Método | 72 |
| 5.1 Participantes | 72 |
| 5.2 Variables | 73 |
| 5.2.1 Instrumento de recolección de datos..... | 75 |
| 5.2.1.1 Medición de variables extrínsecas | 75 |
| 5.2.1.2 Medición de variables intrínsecas..... | 75 |
| 5.2.1.3 Medición de variable dependiente | 75 |
| 5.2.1.4 Medición de características de donaciones..... | 74 |
| 5.3 Procedimiento..... | 77 |
| 5.4 Análisis de datos..... | 78 |
| 6 Capítulo 6. Resultados..... | 80 |
| 6.1 Características extrínseca de donantes | 78 |
| 6.2 Características intrínsecas de donantes..... | 83 |
| 6.3 Características extrínsecas e intrínsecas de donantes y no donantes..... | 87 |
| 6.3.1 Características extrínsecas e intrínsecas estratificadas por género | 91 |
| 6.4 Distribución de donantes en las distintas causas sociales. | 93 |
| 6.4.1 Causas sociales con mayor contribución de donantes..... | 93 |
| 6.4.2 Tipo de donación realizada por causa social. | 93 |
| 6.4.3 Vía de donación realizada por causa social. | 93 |
| 6.5 Motivaciones de donar en las distintas causas sociales. | 94 |
| 6.6 Perfil característico de donante por causa social. | 98 |
| 6.6.1 Perfil del donante a causas sociales de Asistencia a pobres o poblaciones vulnerables..... | 99 |
| 6.6.2 Perfil del donante a causas sociales de Flora, fauna y medio ambiente. | 99 |
| 6.6.3 Perfil del donante a causas sociales de Salud..... | 99 |
| 6.6.4 Perfil del donante a causas sociales de Educación..... | 100 |

| | | |
|----------|---|------------|
| 6.6.5 | Perfil del donante a causas sociales de Ayuda humanitaria | 100 |
| 6.6.6 | Perfil del donante a causas sociales de Alimentación..... | 100 |
| 6.6.7 | Perfil general del donante a causas sociales en Ciudad de México..... | 103 |
| 7 | <i>Capítulo 7. Discusión</i> | 106 |
| 8 | <i>Referencias</i> | 112 |
| 9 | <i>Anexos</i> | 121 |

Introducción

Las instituciones sin fines de lucro registradas (ISFL) se definen como organizaciones sociales no lucrativas por ley o por costumbre que, al no perseguir beneficios, no distribuyen los excedentes que pudieran generar; sus decisiones y gestión son institucionalmente autónomas y separadas del gobierno, además de no imponer coercitivamente la participación en ellas (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2012). En ese sentido, el objetivo de estas organizaciones es atraer donantes para desarrollar sus objetos sociales por lo cual es deseable efectuar una investigación que permita identificar los mencionados donantes de forma más eficiente.

En México aún no se han efectuado investigaciones que permitan conocer el perfil de los individuos que donan a las ISFL, en ese sentido, estas organizaciones no tienen información suficiente para identificar potenciales donantes. Este problema no es trivial ya que las causas sociales atienden problemáticas diversas como servicios educativos, de salud, vivienda, derechos humanos y culturales, entre otros.

Se estima que 70% de los ingresos de las ISFL proviene de la sociedad civil, es decir, de esos donantes que deben ser identificados para dirigir hacia ellos los esfuerzos de la organización. Mientras las organizaciones sociales no sepan a quién dirigir sus esfuerzos de comunicación y captación de recursos, éstas no contarán con una eficiente y óptima administración de los recursos financieros orientados a este fin

Es por esto, que en la presente investigación se propone estudiar las características de los donantes por causa social en el área metropolitana de la Ciudad de México, ya que se detectó esta necesidad en las ISFL de esta región, con esto se busca contribuir a estas organizaciones para que los recursos económicos destinados a la captación de donantes, se efficienten y se administren de mejor manera para que sean encaminados al uso en beneficio de impacto social.

De esta forma, uno de los objetivos de la presente investigación fue encontrar algunas de las variables que describen el perfil del donante de las ISFL, considerando tanto características extrínsecas (edad, género, nivel educativo, actividad, estado civil, número de hijos e ingresos) como las intrínsecas (generosidad, propensión a donar, preferencia por hacer donaciones y caridad). Dichas características han sido propuestas por diversos investigadores en estudios realizados en otros países en torno al tema de la donación (Jeffers, 2009; Veldhuizen, 2009; Bekker, 2011; Halim,

2015; Lewin, 2014), cuyo objetivo primordial ha sido constante: perfilar las cualidades que constituyen a un determinado donador y proponer estrategias para que las ISFL obtengan recursos de la sociedad civil de forma eficiente.

El diseño de investigación que se propone en este documento es de corte no experimental y transversal, con información recolectada entre septiembre y diciembre de 2019 en la mencionada región de México. De la misma forma, se optó por un enfoque descriptivo, lo cual se alinea con los enfoques de investigaciones de autores como De la Hoz (2018), Blanca (2007), Bocanegra (2018) y Jeffres (2009); quienes han abordado el tema de perfil de donantes y que describiremos a detalle más adelante.

Tomando en cuenta lo anterior, la exposición del presente documento se dividió en las siguientes secciones:

En la primera se justifica la relevancia del tema y la necesidad de explorar el mencionado perfil en México, ya que de ese modo, las ISFL pueden enfocar sus esfuerzos en determinado sector de la población para obtener los recursos que requieren para el desarrollo de sus actividades no lucrativas.

En el capítulo 2 se describen el concepto y las características de una ISFL. Se muestran cifras de su evolución en nuestro país y la participación que tienen en el sistema económico mexicano. Asimismo, se enfatiza la diferenciación entre la ISFL y otras entidades similares como lo pueden ser las ONG, fundaciones, Asociaciones Civiles e Instituciones de asistencia privada. De la misma forma, se explora la estructura de ingresos para tener un mejor panorama de cómo estas instituciones obtiene sus recursos.

En el siguiente apartado se exponen una serie de estudios relativos a la voluntad de donar, o también denominado “willing to donate”. Aquí se abordan aspectos psicológicos que pueden explicar por qué algunas personas son propensas a donar y otras no. La discusión gira preponderantemente en torno a si donar hace sentir felices a las personas o existen otras emociones que impulsan contribuir a causas caritativas.

El capítulo 4 incluye estudios que buscan perfilar a los donantes y establecer factores que sean clasificables y detectables. Con la investigación realizada se agruparon estos factores en características intrínsecas (generosidad, caridad y propensión a donar) y extrínsecas (Edad, género, nivel educativo, actividad ocupacional, estado civil, presencia de hijos e ingresos)

La sección subsecuente toca la metodología empleada en este trabajo de investigación. Se explica la selección de participantes así como la definición de las variables en cuanto a su operacionalización. Derivado de lo anterior, se describe el instrumento de recolección de datos, el procedimiento empleado y el análisis estadístico.

El capítulo 6 agrupa los resultados en las variables previamente mencionadas: factores intrínsecos y extrínsecos. De la misma manera, se hace un perfil de donante por causa social en cuanto a las siguientes características: asistencia a pobres y poblaciones vulnerables; causas sociales y del medio ambiente; salud; educación; ayuda humanitaria y alimentación.

Finalmente, se realiza una discusión de los resultados obtenidos a través de la cual se busca esbozar el perfil de los donantes analizados en la Ciudad de México. Asimismo, los resultados se contrastan con los reportados en otros países de modo que se comprenda mejor el fenómeno observado.

Capítulo 1. Problemática, Justificación y Objetivos de la investigación

En México existen 60,205 de instituciones sin fines de lucro registradas (ISFL) (Sistema de Cuentas Nacionales de México INEGI, 2014) que pretenden erradicar diversos problemas humanitarios a nivel nacional. Asimismo, existen muchas organizaciones civiles “informales” o sin registro que día a día llevan acciones de servicio altruista para contribuir al bienestar social, animal y medio ambiental. Para el presente documento nos referiremos a instituciones sin fines de lucro (ISFL) aplicado tanto a organizaciones registradas como a organizaciones civiles sin registro.

Todas las ISFL requieren de recursos económicos y humanos para realizar sus actividades diarias, además requieren que ambos recursos perduren en el tiempo de manera sostenida; sin embargo, la realidad de todas y cada una de ellas es que, unas más, otros menos, viven con presión de no contar con los recursos suficientes. Esto a pesar de que, en principio, es posible acceder a recursos del Estado, corporaciones y la sociedad civil. Es decir, existen alternativas que se acomodan en mayor o menor medida a las circunstancias y el objeto social de cada ISFL. A pesar de esto, la postura frente a los recursos es constante: no se cuenta con suficiente capital para ayudar como ellas quisieran.

Esto provoca que las actividades de las ISFL se dividan entre las labores humanitarias y las labores de captación de recursos. Asimismo, sus objetivos siempre van en dos vías: el logro (o impacto) humanitario y el logro financiero existiendo una una tensión entre el cumplimiento de la misión social y la operación de la estructura administrativa necesaria para generar los ingresos suficientes para mantener la operación e incrementar el impacto que genera en el largo plazo (Chambers, 2014).

Aunque existen diferentes tamaños, a nivel financiero y de recursos humanos, de ISFL, ninguna está exenta de generar un plan para la fluidez financiera que les permita seguir ayudando ininterrumpidamente. Ya sea a través de un consejo administrativo – como pudiera presumirse en las grandes ISFL o transnacionales- o con una planeación estratégica por área, administrando tiempo, actividades y objetivos destinados a esta captación de recursos.

La gestión de fondos involucra hacer uso de los conocimientos administrativos para volver más eficiente la operación financiera de una empresa. Esto resulta evidente para cualquier empresa lucrativa, pero puede ser mal interpretado en el caso de las ISFL por el tipo de objetos sociales que

maneja. Debido a esto resulta importante remarcar que, independientemente de la ayuda que proporcione la ISFL, la administración de los recursos se debe realizar con el objetivo de obtener la mayor eficiencia. Lo anterior se logra a través de sistematizar la captación de los mencionados recursos a partir de la generación de perfiles de donantes.

Por otra parte, otro punto que denota la importancia de estudiar el tema del perfil de los donantes es que las generaciones jóvenes actuales en México, son identificadas con mayor sentido de responsabilidad social; de esa forma se les califica en general como “más altruistas” respecto a las generaciones antecesoras (Kotler, 2010). No obstante, la mayoría de jóvenes, limitados en recursos económicos propios, ayudan de diferentes formas al económico, por ejemplo: donan en especie, son voluntarios de los programas sociales, compran productos con causa³, generan actividades de manera informal con familiares y amigos para ayudar. Un gran ejemplo de esto, lo encontramos en el pasado terremoto de la Ciudad de México en 2017, la generación denominada *millennial*⁴ fue clave para las primeras acciones de remoción de escombros y rescates; organizados de manera informal y sólo a través de la comunicación en redes sociales.

Así como estas tendencias, que además agrupan características tanto demográficas como psicográficas⁵ de los sujetos, constituyen una fuente importante de información que las ISFL pueden retomar para obtener los beneficios de saber qué personas se sienten más identificados con donar a su programa social. Es decir, si se logra conocer quiénes son donantes, con qué características cuentan y algunas particularidades de su labor altruista, las mismas ISFL sabrán a quién dirigir todos sus esfuerzos de captación de recursos.

Al conocer el perfil de donadores que más se apegan al programa social de una ISFL, la empresa tendrá un uso más eficiente de los recursos y esfuerzos ya que todo trabajo de comunicación - mecanismo de captación- será totalmente dirigido al verdadero “donante de la causa”. Las ISFL estarán dirigiendo sus estrategias hacia la población con esas características identificadas, acortando tanto el tiempo de prospección como el tiempo en que puede generarse relación con estos donantes

³ Producto o servicio que de manera temporal o fija destina una parte o la totalidad de sus utilidades a la ayuda humanitaria (Kotler, 2010).

⁴ Aquellas personas nacidas entre 1980-2000. Se les conoce con este nombre porque han crecido con el cambio de milenio.

⁵ Personalidad, estilos de vida, intereses, gustos que pueden tener influencia en sus procesos de intercambio con una organización. Elementos básicos de Mercadotecnia. Eyssautier de la Mora Maurice, Trillas 2010.

dando paso a permitir flujos continuos de donaciones. Esto permitiría aumentar las posibilidades de continuidad y de crecer.

Cabe resaltar que en México, aún no existe la identificación de las características de los donantes y todas las ISFL continúan haciendo programas de captación a la población en general siguiendo diferentes estrategias de comunicación; esto genera desgaste de recursos monetarios y no monetarios ya que al no estar correctamente dirigida, dicha comunicación es una herramienta deficiente.

Al identificar las características del donante, como, por ejemplo, edad, escolaridad, nivel socioeconómico, estado civil, etc., las ISFL tendrán una correcta segmentación que les permita: encaminar sus esfuerzos a un grupo homogéneo, focalizar sus estrategias tanto de mercadotecnia como de comunicación, así como generar mensajes más efectivos.

A raíz de todo lo anterior, en la presente investigación se propone estudiar las características de los donantes por causa social en área metropolitana de Ciudad de México ya que se detectó que falta evidencia de investigaciones sobre esto de las ISFL, por lo cual se busca contribuir a las mismas para que los recursos económicos destinados a la captación de donantes, se ejerzan de manera eficiente y por lo tanto se vea reflejado en un beneficio de impacto social.

Objetivos de investigación

Con base en lo anterior y considerando la importancia de conocer las características preponderantes de las personas que realizan donaciones a distintas causas sociales, para encausar mejor las acciones de recaudación, en este trabajo se parte de los modelos de comportamiento de los donantes individuales los que proponen la existencia de factores intrínsecos y extrínsecos. De esta forma, en la presente investigación se plantean los siguientes objetivos:

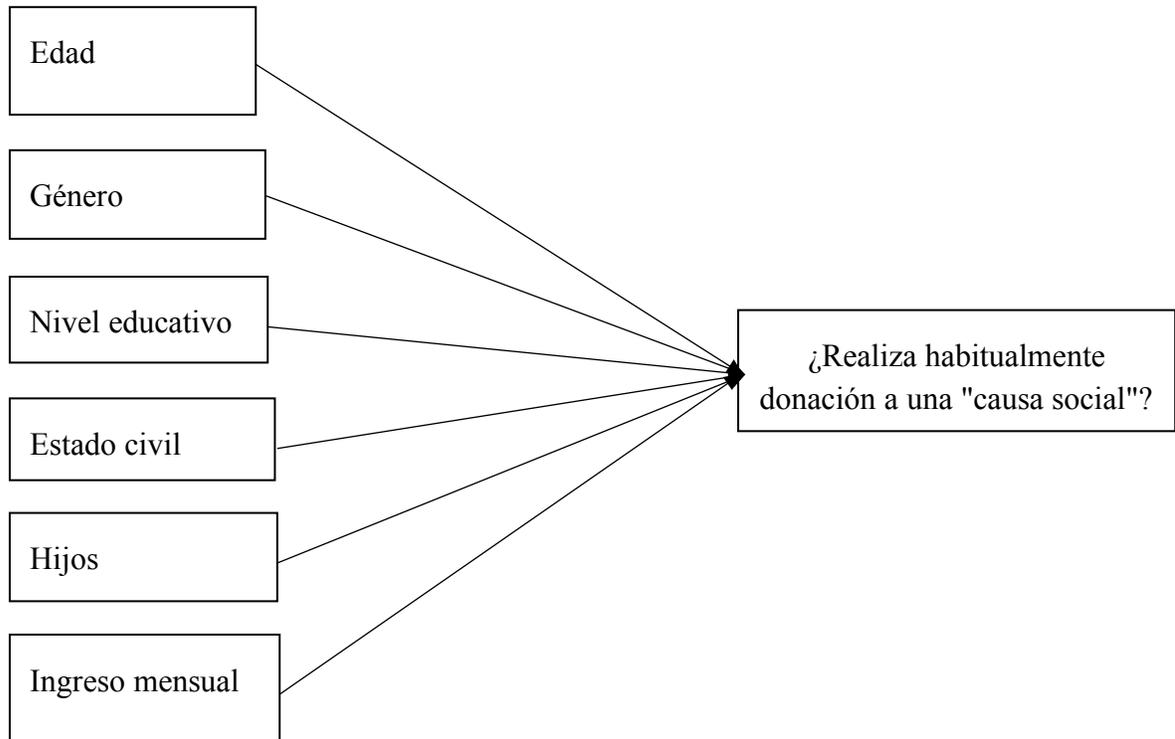
Objetivo General de Investigación

Describir el perfil del donante potencial a causas sociales través de sus características extrínsecas (edad, género, nivel educativo, actividad, estado civil, número de hijos e ingresos) e intrínsecas (generosidad, propensión a donar, estar a favor de hacer donaciones y caridad).

Objetivos específicos de investigación

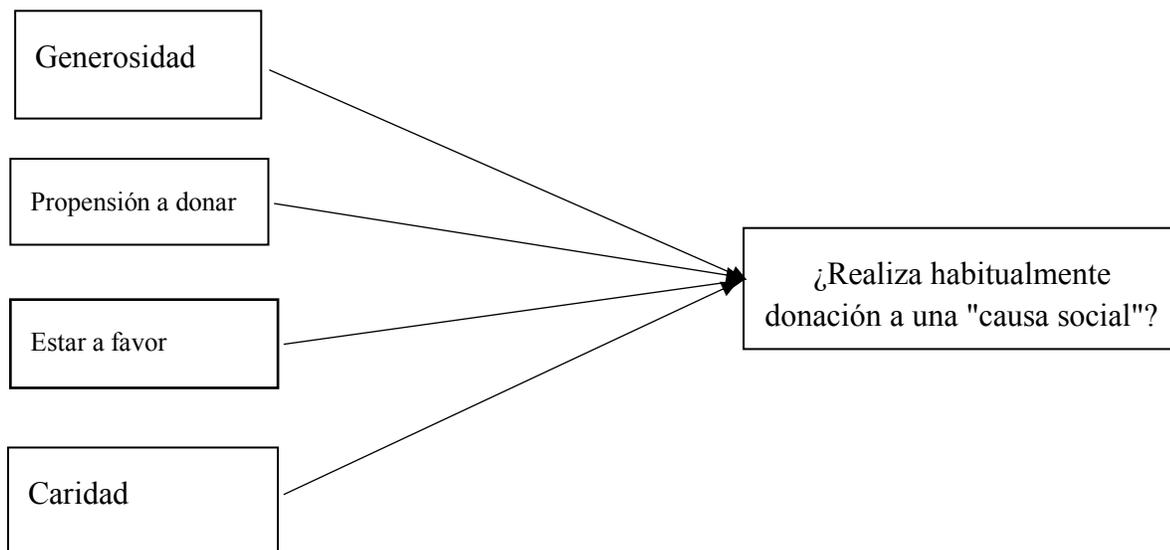
1.- Identificar las características extrínsecas que predominan en los donantes de la Ciudad de México para definir un perfil del donador y la contribución de cada variable en la predicción de realizar habitualmente una donación.

El modelo que representa este objetivo es:



2.- Identificar las características intrínsecas que predominan en los donantes de la Ciudad de México para definir un perfil del donador y la contribución de cada variable en la predicción de realizar habitualmente una donación.

El modelo que representa este objetivo es:



3.- Determinar si existe una diferencia de las características intrínsecas y extrínsecas entre donantes y no donantes que permita identificar el perfil que caracteriza a un donante.

4.- Identificar las causas sociales a las que más contribuyen las personas entrevistadas en la investigación, para detectar la existencia de alguna preferencia o tendencia de las causas sociales con mayores donantes en Ciudad de México.

5.- Encontrar las motivaciones que conducen a los donantes a contribuir con su apoyo a las diferentes causas sociales para encontrar una tendencia en las donaciones.

6.- Identificar la existencia de un perfil característico que lleve a los donantes a seleccionar una causa social específica.

Capítulo 2. Instituciones sin fines de lucro

El objetivo de este capítulo es describir la definición y características de las instituciones sin fines de lucro (ISFL) así como el panorama que se vive en México en el cual se observa que las ISFL requieren realizar esfuerzos activos para recaudar fondos de la sociedad civil. En ese sentido, cobran importancia aquellas investigaciones que estén dirigidas a identificar el perfil del donante para cada una de las áreas en las que estas ISFL se desempeñan.

De la misma forma, se presentan datos que nos ayudan a fundamentar la relevancia que tienen estas instituciones en el sistema económico ya que representan actualmente alrededor de 2.7% del PIB nacional. Abonar a su mejora financiera necesariamente repercutirá no solo en cuanto a los objetos sociales a los que se dedican las ISFL, sino a la dinámica de la economía en general.

2.1 Contexto legal de la donación en México

La evolución de la personalidad jurídica de las organizaciones dedicadas a fines de asistencia social ha sido grande a lo largo de la historia de México. Para contextualizar el presente estudio nos remitiremos a los antecedentes desde el siglo XX.

En enero de 1905 entró en vigor la “Ley de Beneficencia Privada para el Distrito Federal y Territorios Federales”. En diciembre de 1942, la Junta pasa a estar en control de la Secretaría de Asistencia Pública. El 14 de diciembre de 1988 es emitida la Ley de Instituciones de Asistencia Privada para el Distrito Federal en donde se desconcentra a la Junta, otorgándole autonomía técnica y operativa.

Porfirio Díaz Mori en sus 30 años de gobierno, fue un impulsor notable de la beneficencia de carácter público y privado, pero aun así existía una gran desigualdad de la población, lo cual dio origen a un movimiento revolucionario, que ocasionó la desaparición y el desmejoramiento de las sociedades de beneficencia.

A mediados del siglo XX se creó una buena cantidad de Entidades de la Sociedad Civil Organizada. En los años setenta se empezó a desarrollar una mayor fuerza izquierdista y las organizaciones de promoción del desarrollo tuvieron una mejora importante.

Con un acontecimiento que estremeció a todo el país en 1985 “El temblor del 85” surgió una nueva conciencia social, la sociedad civil por vez primera, se organizó de manera desinteresada, buscando el bienestar común que en este caso era poder rescatar a las personas de los escombros que habían destruido gran parte de la ciudad, se organizaron colectas de productos de primera necesidad, para poder ayudar a las personas que lo habían perdido todo. Sin embargo, en cuanto pasó de moda los ánimos decayeron y varias organizaciones que surgieron a raíz de este suceso, quedaron en decadencia, hasta desaparecer. A finales de ésta década, durante el gobierno de Carlos Salinas de Gortari creó el Programa Nacional de Solidaridad (Pronasol) que buscaba el bienestar de la población, hago alusión a dicho programa ya que el gobierno comenzó a invertir más recursos del erario público en la parte social, haciendo un poco de contrapeso a la sociedad civil organizada.

Para finales del siglo XX se retomó el auge de la legalización de las organizaciones mediante las figuras jurídicas Asociación Civil (A.C.) o Institución de Asistencia Privada, lo que promovió una profesionalización e institucionalización de este sector que había permanecido en una situación de informalidad y no tenía una atención permanente adecuada. A partir de esta figura es que se creó la donataria autorizada y la cual tiene el marco normativo que a continuación se describe.

2.1.1 ¿Qué es una Donataria Autorizada?

Se trata de una organización con fines no lucrativos, que se encuentra contemplada en el artículo 95 fracción VI, X, XI, XII, XIX, XX; artículos 96, 98 y 99 de la LISR, que puede recibir donativos deducibles de impuestos, que pueden ser en especie o en efectivo y ser provenientes de México y del extranjero (específicamente Estados Unidos).

Estas organizaciones tienen algunos beneficios fiscales, por ejemplo no son objetos del Impuesto Sobre la Renta por la venta de bienes raíces, intereses recibidos o por premios obtenidos. Para poder realizar la solicitud ante el SAT, es necesario reunir varios requisitos según el artículo 97 de la LISR:

- Que se constituya y funcione exclusivamente como entidad que se dedique a cualquiera de los fines a que se refieren las fracciones VI, X, XI, XII, XIX, XX del artículo 95 de la LISR.
- Que las actividades que lleven a cabo tengan como propósito primordial el cumplimiento de su objeto social, sin que puedan intervenir en campañas políticas o involucrarse en actividades de propaganda o destinadas a influir en la legislación

- Que destinen sus activos exclusivamente a los fines propios de su objeto social, no pudiendo otorgar beneficios sobre el remanente distribuible, lo cual debe constar en el acta constitutiva.
- Que al momento de su liquidación y con motivo de la misma, destinen la totalidad de su patrimonio a entidades autorizadas para recibir donativos deducibles, también debe constar en acta constitutiva.
- Mantener a disposición del público en general la información relativa a la autorización para recibir donativos, al uso y destino que se haya dado a los donativos recibidos, así como al cumplimiento de sus obligaciones fiscales.
- Informar a las autoridades fiscales, de los donativos recibidos en moneda nacional o extranjera, así como en piezas de oro o de plata cuyo monto sea superior a cien mil pesos.

El trámite para existir como Donataria Autorizada debe ser realizado en el Servicio de Administración Tributaria, quién hace una revisión detallada de la organización para determinar si es o no acreedora a dicha autorización, ya que en muchas ocasiones ésta es utilizada por las organizaciones con fines lucrativos como un medio para evadir impuestos.

2.1.2; Quién puede ser una Donataria Autorizada?

Aquellas cuyo objeto social o fin se ubique entre las actividades que pueden ser autorizadas para recibir donativos deducibles y que cumplan con los requisitos que disponen las leyes en la materia.

Se entiende como objeto social la actividad preponderante que va a llevar a cabo o el fin que tiene la organización, la cual debe estar plasmada en el acta constitutiva y estatutos sociales.

Asistenciales

Tienen por objeto el apoyo a:

- Personas, sectores y regiones de escasos recursos
- Comunidades indígenas
- Grupos vulnerables por edad, sexo o discapacidad.

Siempre y cuando se constituyan y funcionen exclusivamente como entidades que se dediquen a cualquiera de los siguientes fines:

- La atención a requerimientos básicos de subsistencia en materia de alimentación, vestido o vivienda.

- La asistencia o rehabilitación médica; entre otras, la psicoterapia, la terapia familiar, el tratamiento o la rehabilitación de personas discapacitadas y la provisión de medicamentos, prótesis, órtesis e insumos sanitarios, o a la atención en establecimientos especializados.
- La asistencia jurídica; entre otras, la representación ante autoridades administrativas o jurisdiccionales (salvo las electorales), el apoyo y la promoción para la tutela de los derechos de los menores, así como para la readaptación social de personas que han llevado a cabo conductas ilícitas.
- La rehabilitación de alcohólicos y farmacodependientes.
- La ayuda para servicios funerarios.
- Orientación social en materia de salud, familia, alimentación; entre otras, la atención o la prevención de la violencia intrafamiliar para la eliminación de la explotación económica de los niños o del trabajo infantil peligroso, y educación o capacitación para el trabajo.
- La promoción de la participación organizada de la población en las acciones que mejoren sus propias condiciones de subsistencia en beneficio de la comunidad.
- Apoyo en la defensa y promoción de los derechos humanos, capacitación, difusión, orientación y asistencia jurídica en materia de garantías individuales —incluida la equidad de género—, o de las prerrogativas inherentes a la naturaleza de la persona establecidas en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y en las disposiciones legales que de ella emanen, siempre que no impliquen o conlleven acciones de índole político, religioso o destinadas a influir en la legislación, y dichas acciones no estén vinculadas con actos o resoluciones de organismos y autoridades electorales, resoluciones de carácter jurisdiccional, conflictos de carácter laboral, la interpretación de las disposiciones constitucionales o legales y actos u omisiones entre particulares.

Educativas

Las que tienen como propósito la impartición de enseñanza contando con autorización o reconocimiento de validez oficial de estudios, de igual manera las creadas por decreto presidencial o por Ley, con objeto de enseñanza. Solo serán deducibles las donaciones no onerosas ni remunerativas que reciban, siempre y cuando se destinen a la adquisición de bienes de inversión, a la investigación científica o el desarrollo de tecnología, así como a gastos de administración hasta

por 5% de los donativos y, en su caso, de los rendimientos que perciban; y que dichas instituciones no hayan distribuido remanentes a sus socios o integrantes en los últimos cinco años.

Investigación científica o tecnológica

Siempre y cuando estén inscritas en el Registro Nacional de Instituciones y Empresas Científicas y Tecnológicas del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.

Culturales

Que se dediquen a las siguientes actividades:

- Promover y difundir música, artes plásticas, artes dramáticas, danza, literatura, arquitectura y cinematografía, así como al apoyo de las actividades de educación e investigación artística relacionadas con dichas artes.
- La protección, conservación, restauración y recuperación del patrimonio cultural de la nación (bienes muebles e inmuebles de carácter arqueológico, artístico e histórico) en los términos de la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas y la Ley General de Bienes Nacionales.
- La protección, conservación, restauración y recuperación del arte de las comunidades indígenas en todas las manifestaciones —de sus propias lenguas, usos y costumbres, artesanías y tradiciones— de la composición pluricultural que conforma el país.
- La instauración y establecimiento de bibliotecas que formen parte de la Red Nacional de Bibliotecas Públicas, de conformidad con la Ley General de Bibliotecas.
- El apoyo a las actividades y objetivos de los museos dependientes del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- La instauración y establecimiento de museos y bibliotecas que permitan el acceso al público en general.

Ecológicas

Dedicadas a las siguientes actividades:

- Investigación o preservación de la flora y fauna silvestres, terrestres o acuáticas, dentro de las zonas geográficas que determine el SAT, de conformidad con el Anexo 13 de la Resolución Miscelánea Fiscal

- Promoción de la prevención y control de la contaminación del agua, del aire y del suelo, la protección al ambiente y la preservación y restauración del equilibrio ecológico.

De preservación de especies en peligro de extinción

Aquellas actividades dedicadas a la reproducción de especies en protección y peligro de extinción y la conservación de su hábitat, previa opinión de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

De apoyo económico

Aquellas que aportan recursos económicos a las actividades de otras personas morales autorizadas para recibir donativos deducibles. También conocidas como Donatarias de primer piso.

Becantes

Aquellas que otorguen mediante concurso abierto al público en general y con base en la capacidad académica del candidato, becas para cursar estudios en instituciones de enseñanza que cuenten con autorización o reconocimiento de validez oficial de estudios, o cuando se trate de instituciones del extranjero que estén reconocidas por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología

Escuela-empresa

Aquellas que ejecuten programas escuela-empresa que sean parte del plan de estudios u objeto de organizaciones que obtengan la autorización para recibir donativos deducibles. Enseguida, se incluye un modelo de estatutos para solicitar autorización de recibir donativos deducibles de impuestos, emitido por el Servicio de Administración Tributaria.

De obras y servicios públicos

Aquellas que lleven a cabo obras o servicios públicos que deba efectuar la Federación, las entidades federativas o los municipios; entre otras:

- Las actividades cívicas de promoción y fomento de la actuación adecuada del ciudadano dentro de un marco legal establecido, asumiendo sus responsabilidades y deberes en asuntos de interés

público, siempre que no impliquen o conlleven acciones de proselitismo electoral, índole político partidista o religioso.

- El agrupar, representar, prestar servicios y apoyo a organizaciones civiles y fideicomisos autorizados para recibir donativos deducibles.

Las actividades destinadas a la prevención, el auxilio o la recuperación de uno o más miembros de la población ante la eventualidad de un desastre o siniestro.

Es indispensable que los estatutos y el acta constitutiva se mencione lo siguiente:

Del patrimonio y liquidación.

- Las Organizaciones Civiles o Fideicomisos deben funcionar como entidades que realicen exclusivamente las actividades susceptibles de autorizarse.

- Que destinen sus activos exclusivamente a los fines propios de su objeto social o fines, no pudiendo otorgar beneficios sobre el remanente distribuible a persona física alguna o a sus integrantes personas físicas o morales, salvo que se trate, en este último caso, de alguna de las personas morales o fideicomisos autorizados para recibir donativos deducibles, o se trate de la remuneración de servicios efectivamente recibidos. Esta disposición es de carácter irrevocable

- Que al momento de su liquidación y con motivo de la misma destinen la totalidad de su patrimonio a entidades autorizadas para recibir donativos deducibles. Esta disposición es de carácter irrevocable.

Asimismo, las organizaciones civiles y fideicomisos cuyo objeto social o fines sean de apoyo económico o de obras y servicios públicos:

- Deben funcionar como entidades que realicen exclusivamente las actividades que les fueron autorizadas.

- Que destinen la totalidad de sus ingresos a los fines para los que fueron creadas. Esta disposición es de carácter irrevocable.

- Que al momento de su liquidación destinen la totalidad de su patrimonio a entidades autorizadas para recibir donativos deducibles. Esta disposición es de carácter irrevocable.

Se considera que no contraviene lo dispuesto en los artículos 96 y 97 de la Ley del ISR, el que una donataria autorizada para recibir donativos deducibles de dicha contribución modifique las cláusulas de patrimonio y liquidación a que se refiere dicho precepto, para ajustarse a lo previsto por la Ley Federal de Fomento a las Actividades Realizadas por las Organizaciones de la Sociedad Civil, siempre y cuando continúe la manifestación en el sentido de que el patrimonio, incluidos los apoyos y estímulos públicos que se reciban, se destinará exclusivamente a los fines propios de su objeto social, sin otorgar beneficios sobre el remanente distribuible a persona física alguna o a sus integrantes personas físicas o morales, salvo que se trate, en este último caso, de alguna entidad Donataria Autorizada en los términos de la Ley del ISR, o se trate de la remuneración de servicios efectivamente recibidos, y que al momento de su liquidación y con motivo de ella destine la totalidad de su patrimonio a organizaciones civiles y fideicomisos autorizados para recibir donativos deducibles. Todo lo anterior con carácter de irrevocable en términos del artículo 97 de la Ley del ISR.

2.2 Las Instituciones sin fines de lucro (ISFL)

Las ISFL se definen como organizaciones sociales no lucrativas por ley o por costumbre que al no perseguir beneficios, no distribuyen los excedentes que pudieran generar; sus decisiones y gestión son institucionalmente autónomas y separadas del gobierno, además de no imponer coercitivamente la participación en ellas (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2012).

Según señalan Fernández y Pablos (1996), el objetivo de las entidades no lucrativas es proporcionar, en muchos casos gratuitamente, servicios a la sociedad, por lo que la gestión de estas organizaciones se orientará a proveer la mayor cantidad y los mejores servicios posibles con los recursos disponibles, y el éxito va a depender del grado en que se consiga.

No obstante, como el concepto de servicio es más vago y menos medible que el de beneficio, es más difícil medir la gestión de estas organizaciones. En sentido similar se manifiesta Torres (1989, pág. 472):

Puesto que servicio es un concepto menos mensurable que beneficio, se llega a la conclusión de que es difícil medir el rendimiento en la organización no lucrativa, y que todavía lo es más tomar decisiones entre distintas alternativas de acción, ya que en la mayoría de estas entidades la relación entre costes e ingresos no puede medirse con precisión.

A pesar de lo anterior, existen esfuerzos como los realizados por Martínez (2017) en las cuales se aplican técnicas para determinar las buenas prácticas de las entidades no lucrativas, como es el caso de un análisis envolvente de datos (DEA). A partir de este método se aplica una regresión Logit para poner a prueba co-variables de relevancia para determinado sector de las fundaciones como su tamaño, liquidez, endeudamiento y antigüedad.

Como indica Sajardo (1996, pág. 29), una gran mayoría de las actividades del sector no lucrativo quedan dentro de la esfera no mercantil o de “no mercado”, y pueden ser analizadas como bienes públicos o bienes colectivos. Por ello, se verán afectadas por la dificultad de medir el valor añadido, de encontrar índices de realización o resultados y de hallarse con la necesidad, o por el contrario la ausencia, de la sanción del mercado que posibilite o incite a una eficiente asignación de los recursos.

En consecuencia, desde una perspectiva económica, los rasgos que delimitan y caracterizan el entorno de las organizaciones no lucrativas pueden resumirse en los siguientes:

- La finalidad de estas organizaciones, al contrario que las empresas de negocios, no es el lucro, sino alcanzar metas no económicas.
- Los beneficios, si los hubiera, no pueden ser distribuidos, sino que han de dedicarse a la consecución de los fines de la entidad.
- La procedencia de los recursos es muy diversa, con predominio de las subvenciones públicas; contribuciones y donaciones, procedentes de los socios, de empresas de negocios o del público en general y, en menor medida, de las prestaciones de servicios realizadas.
- La actividad económica que realizan es, fundamentalmente, desarrollada en el sector de los servicios, por lo que sus outputs son de carácter intangible.
- Las dificultades de medir el éxito alcanzado por las organizaciones, pues carecen de un indicador último como el resultado empresarial.

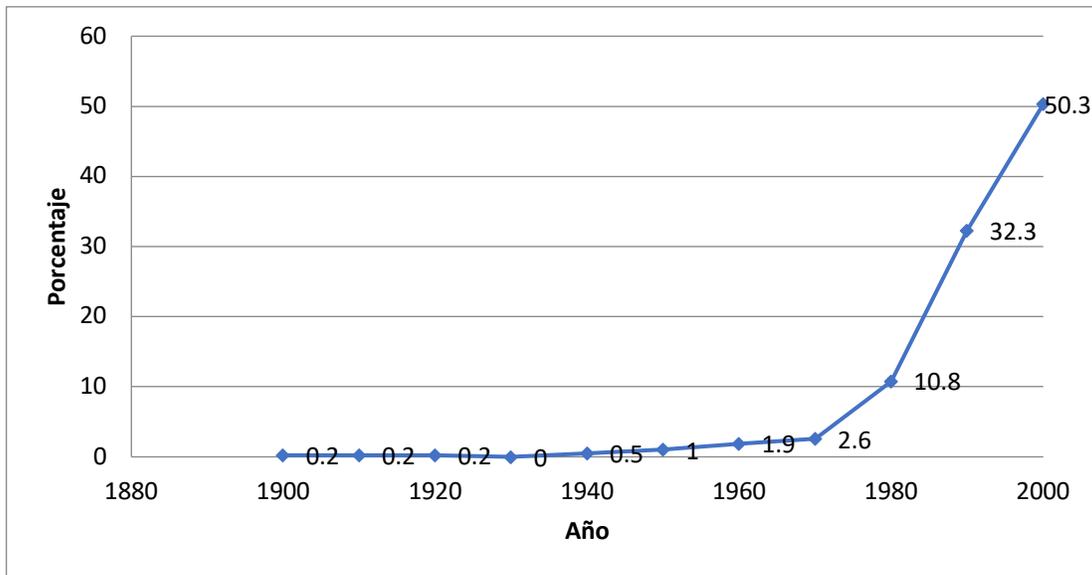
La existencia y la actuación de las organizaciones sin finalidades lucrativas están enmarcadas dentro del orden jurídico que les es propio. Este orden jurídico, sin duda, va a ejercer una influencia notable, que puede ir desde la promoción de este tipo de organizaciones hasta incluso la prohibición de su existencia. En general, los países desarrollados han venido dictando diversas regulaciones tendentes a promover estas entidades sin fines de lucro.

En México las ISFL ha cobrado protagonismo desde los ochenta como respuesta al proceso de expansión e instauración en la sociedad mexicana de una tradición cultural que se manifestaba por medio de las instituciones filantrópicas o por las instituciones de caridad. Sin embargo, las condiciones económicas, políticas y sociales de las décadas de los setentas hasta inicios del siglo XXI, incentivan “formas de organización autónomas y autogestionadas del aparato estatal para responder a necesidades sociales, culturales, políticas que no son atendidas por el Estado” (Gutiérrez Martínez, 2005, pág. 294).

La figura número 1 muestra como este sector ha crecido en el país vertiginosamente y esta tendencia se explica por tres grandes factores (Centro Mexicano para la Filantropía, Iniciativa Ciudadana, & Gestión Social y Cooperación, 2011).

- La crisis económica de 1982: fue el parteaguas asociado al reajuste estructural de la crisis de la deuda. Sectores populares y clases medias vieron perjudicadas sus condiciones de vida por la retirada del Estado en la provisión de bienes y subsidios, emergiendo alternativas autogestoras y movimientos urbano-populares que reivindicaban derechos.
- El terremoto en Ciudad de México de 1985: catalizó la organización ciudadana ante los desastros gubernamentales para atender los daños. Constituye un hito en la historia de la participación organizada y voluntaria pues surgieron escenarios que potenciaron a las ISFL en la diversificación de fuentes de financiamiento, la coordinación de esfuerzos y una mayor visibilidad pública.
- Las elecciones presidenciales de 1988: el descontento ciudadano detonó manifestaciones canalizadas en ISFL que marcaron sus límites y antagonismo hacia el gobierno (Centro Mexicano para la Filantropía, Iniciativa Ciudadana, & Gestión Social y Cooperación, 2011).

Figura 1
Constitución de ISFL en México

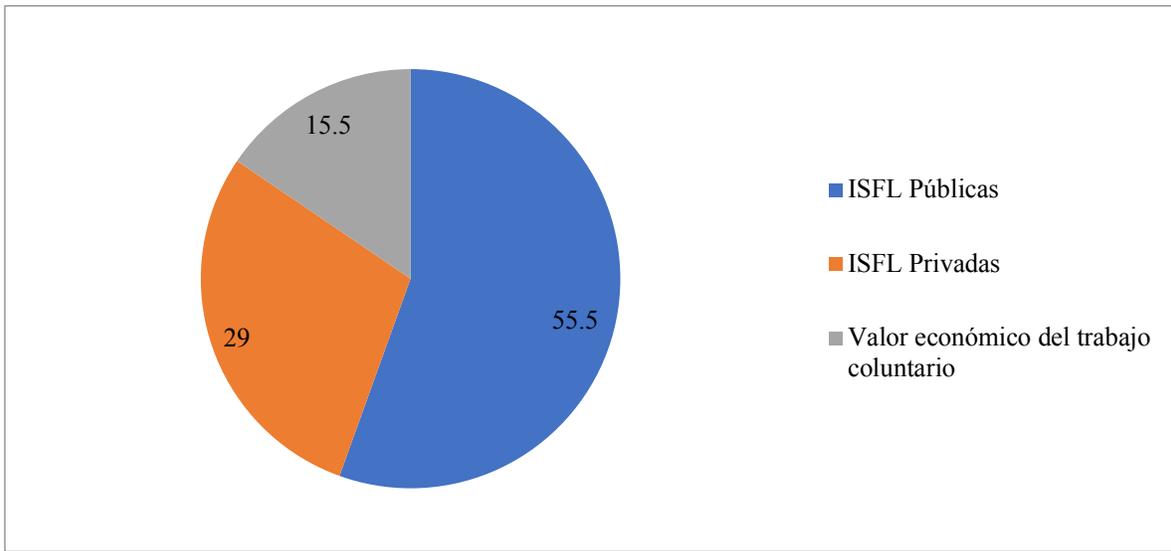


Fuente: INEGI. (2018). Cuenta Satélite de las ISFL México (2016). México. Recuperado de http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/StmaCntaNal/csifm2018_03.pdf

Adicionalmente, el terremoto de la Ciudad de México en 2017, demostró que la acción de la sociedad civil organizada tuvo mayor alcance y mejor respuesta que cualquier acción tanto del gobierno local como del gobierno federal. Dentro de los ejemplos podemos citar las acciones de rescate en los edificios derrumbados y el voluntariado en torno a la alimentación y protección de los afectados.

Actualmente el sector no lucrativo representa una participación del 2.7% en el Producto Interno Bruto mexicano. De acuerdo con datos del INEGI, la distribución se encuentra 55.5% para ISFL públicas; 29.0% IDFL privadas y un valor total de trabajo voluntario de 15.5%

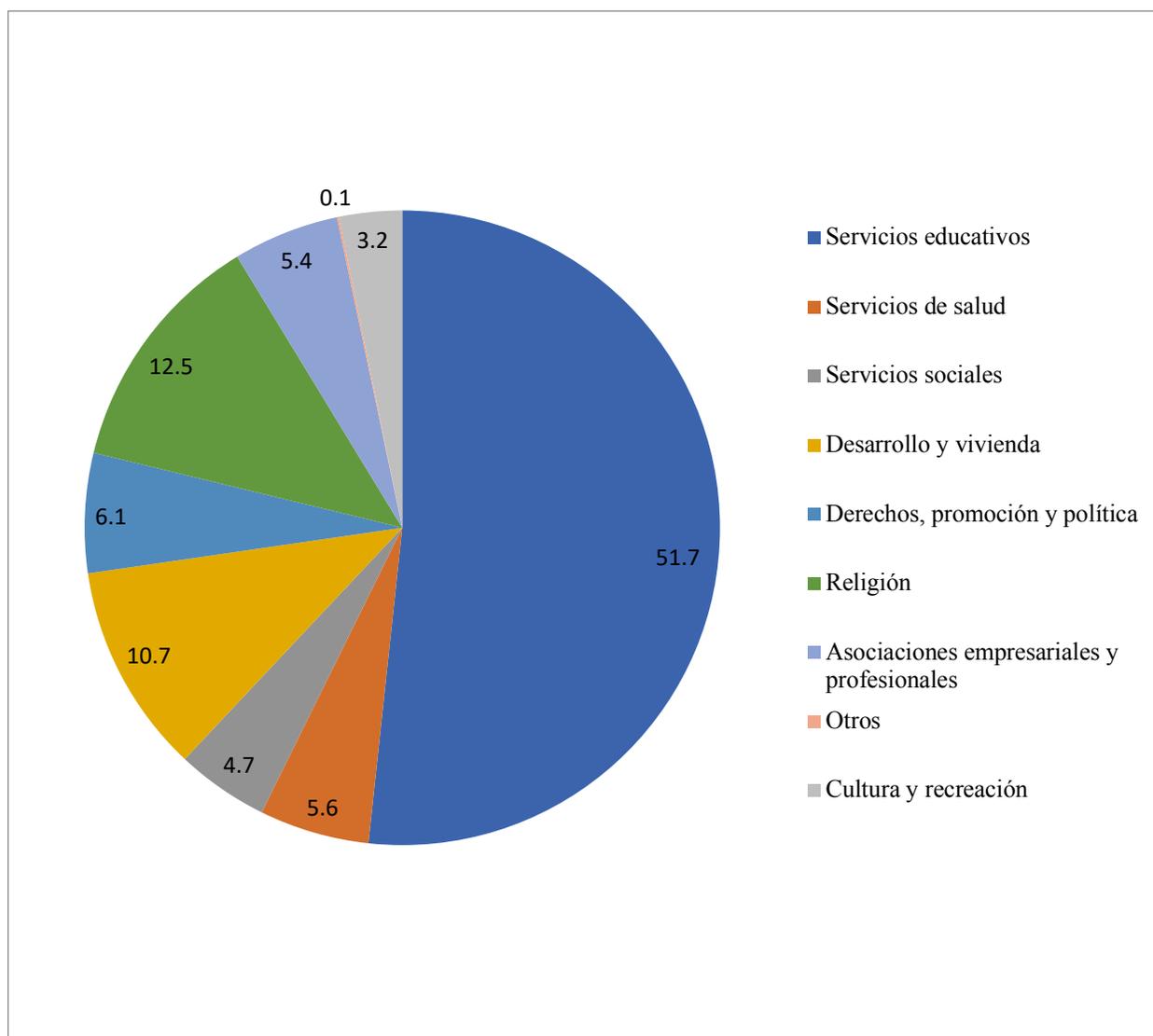
Figura 2
Participación porcentual de las ISFL en el PIB mexicano (%)



Fuente: INEGI. (2018). Recuperado de:
<http://www.corresponsabilidad.gob.mx/sistema/sirfosc/seccionpagina/contenido/seccioncontenido/>

De la misma forma, dentro de este panorama que reporta el INEGI se encuentra que el 51.7% de los objetos sociales de las ISFL están dirigidos a servicios educativos, seguidos de actividades religiosas (12.5%) y desarrollo y vivienda (10.7%)

Figura 3
Participación porcentual de ISFL por función social (%)



Fuente: INEGI. (2018). Recuperado de:
<http://www.corresponsabilidad.gob.mx/sistema/sirfosc/seccionpagina/contenido/seccioncontenido/Anexos/archivos/Anexo370.pdf>

Por otro lado cabe mencionar el creciente desempeño de este tipo de instituciones también incide en el papel de la sociedad civil en el desarrollo del país y su importancia estratégica para impulsar causas de bien común y apoyar a los grupos más vulnerables de la comunidad. El abanico de causas en las que las ISFL se abocan, demandan la necesidad de analizar este crecimiento para comprender la acción de la sociedad civil y así contribuir a mejorar su eficiencia, su impacto y potencial.

Existen múltiples razones que hacen cada vez más importante obtener un panorama más claro del amplio sector de las ISFL:

- Las ISFL constituyen una fuerza económica importante y cada vez mayor en todos los países del mundo. En los últimos tiempos se ha llegado a reconocer en las ISFL una importante presencia económica en países de todo el mundo. (Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, 2010, p. 14)
- Las ISFL tienen características propias que justifican que se las trate como sector separado para muchos fines analíticos que si no son consideradas pueden perder identificación y de este modo pasar inadvertidas.
- Las ISFL concitan un interés cada vez mayor en la política general pública, pues apoyan a mejorar la calidad de los servicios públicos y reducir carga al Estado.

Actualmente no se identifican claramente la gama de ISFL en el SCN y esto reduce las posibilidades de tomar decisiones específicas. Por ejemplo, comúnmente se confunden con: Organización no Gubernamental (ONG); fundaciones; organizaciones de filantropía.

Como puede apreciarse en la Tabla número 1, en estricto sentido sociológico todas las organizaciones son de índole social y civil, desde las empresas y partidos políticos hasta la familia y las iglesias, pasando por instituciones de asistencia privada, fundaciones, asociaciones de beneficencia pública o clubes deportivos. (Castañeda, 2013)

Tabla 1
Diferencia de términos con ISFL

| Tipo de organización | Definición | Función |
|-----------------------------|--|--|
| ONG | Institución sin ánimo de lucro que no depende del gobierno y realiza actividades de interés social o fines ideológicos. (UNHCR, 2019) | Asistencial (altruismo, beneficencia) Prestación de servicios con vínculos estrechos con el Gobierno Desarrollo social (proyectos sociales con enfoque democrático y participación ciudadana, fortalecimiento de la sociedad civil) |
| Fundación | Sociedad u organización que cuenta con un patrimonio y cuyos miembros se dedican a obras sociales, culturales o humanitarias sin finalidad | <ul style="list-style-type: none"> •Perseguir un fin de interés general determinado por su fundador. •Beneficiar a colectivos genéricos de personas. •Aplicar su patrimonio y todos sus recursos al cumplimiento de sus fines, sin ánimo de lucro, por lo que |

| | | |
|--|--|--|
| | lucrativa. (Biblioteca Jurídica, UNAM) | reinvierte los beneficios que pudiera obtener en su fin fundacional. |
| Asociación Civil | Contrato en virtud del cual varios individuos convienen en reunirse de manera que no sea enteramente transitoria, para realizar un fin común que no esté prohibido por la ley y que no tenga carácter preponderantemente económico. (Alfaro, 2000, p. 30) | Instituciones de beneficencia entre otras a las asociaciones civiles dotadas de personalidad jurídica propia, reconocidas por el Estado como auxiliares de la administración pública, constituidas en forma transitoria o permanente conforme a esta ley, con fines de utilidad pública, no lucrativos ni especulativos, humanitarios y en las que no designe individualmente al beneficiario. (Alfaro, 2000, p. 38) |
| Institución de Asistencia Privada (IAP) | Son entidades con personalidad jurídica y patrimonio propio, sin propósito de lucro que, con bienes de propiedad particular ejecutan actos de asistencia social bajo la figura de fundaciones o asociaciones (Ley de Instituciones de Asistencia Privada, art. 1). | Sin fines de lucro Se orientan a un beneficiario colectivo, sin distinción individual Tienen patrimonio propio para la realización de sus fines Suele contar con el apoyo de voluntarios Se consideran como instituciones de utilidad pública La asistencia social comprende acciones de promoción, previsión prevención, protección y rehabilitación |

Fuente: Elaboración propia para la investigación (2019).

Las características particulares aceptadas para las ISFL son: (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2012).

- Carácter no lucrativo: no pueden distribuir entre sus directores o administradores ninguna parte de las utilidades que obtengan.
- Producción de bienes públicos: Si bien a menudo producen bienes privados que se venden en el mercado, las ISFL también producen típicamente bienes colectivos que se financian por otros medios (por ejemplo, contribuciones de beneficencia y trabajo voluntario).
- Estructuras de dirección: sus órganos de dirección no resultan de elección pública y raras veces reciben remuneración, por tanto, tienen una administración diferente.
- Estructura de los ingresos: en particular, incluyen importantes aportaciones voluntarias de tiempo y dinero, lo cual requiere a su vez estrategias diferentes de obtención de recursos y distintas orientaciones respecto del mercado.
- Personal: a menudo incluye una cantidad importante de voluntarios;
- Fuentes de capital: las ISFL no pueden atraer capital accionario

- Régimen fiscal: suelen estar exentas de impuestos sobre la renta de las sociedades, ventas o el patrimonio.
- Régimen jurídico: Las ISFL están sujetas disposiciones legales especiales referentes a la composición de sus órganos de dirección, sus fines, sus ingresos, su participación en actividades políticas, la remuneración de su personal y sus normas en materia de contabilidad y presentación de informes.
- Falta de poderes soberanos: A pesar de que muchas veces reciben apoyo económico gubernamental, las ISFL carecen de la característica que define a las entidades estatales, es decir, “facultades coercitivas sobre todas las personas que residen o desarrollan sus actividades en un territorio determinado”
- Relativa independencia de las presiones políticas: Las ISFL actúan con una independencia considerablemente mayor respecto de las presiones políticas que las unidades gubernamentales.
- Tipos característicos de transacciones: efectúan gastos de consumo final y reciben pagos de transferencia a través de donaciones filantrópicas.

Como se puede observar en el anterior listado, la definición tiene características muy relacionadas con los entes similares descritos. Internacionalmente se determinan dos bases para clasificar las ISFL: una por actividad económica a que se dedican y la segunda en relación con su función. Sin embargo, en México la clasificación es por función social: enseñanza e investigación; desarrollo y vivienda; Religión; cultura y recreación; derechos, promoción y política; otros grupos. Ello reduce la posibilidad de tener información más detallada de las actividades específicas a las que se dedica cada ISFL. (INEGI, 2012).

Desde la perspectiva político-normativa, Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)¹ ha ofrecido una tipología que propone la división inicial de la sociedad civil en dos grandes categorías: la organizada y la no organizada. En la segunda categoría ubica a los movimientos o movilizaciones espontáneas o coyunturales que persiguen un fin particular y tienden a desarticularse rápidamente.

¹ Cemefi: Institución privada, no lucrativa, sin ninguna filiación a partido, raza o religión. Cuenta con la autorización del Gobierno de México para recibir donativos deducibles de impuestos. Su sede se encuentra en la Ciudad de México y su ámbito de acción abarca todo el país (Cemefi, 2019).

Se caracterizan por no contar con una estructura organizativa formalmente definida, aunque pueden llegar a convertirse posteriormente en organización. En la categoría de Sociedad civil organizada, Cemefi identifica dos grandes tipos de organizaciones: las lucrativas y las no lucrativas. Las primeras están referidas básicamente a las empresas. En el marco de las organizaciones de sociedad civil no lucrativas, Cemefi ubica al llamado “Tercer Sector”, que está integrado por cuatro grandes tipos de organizaciones, como se puede apreciar en la Tabla 2.

Tabla 2
Tercer Sector y su clasificación

| Tipo de ISFL | Definición | Número | Porcentaje |
|---------------------------------------|---|---------------|-------------------|
| De ayuda a terceros | Sector filantrópico que incluye a las Fundaciones, las Asociaciones operativas y las Instituciones al servicio del sector. | 19,428 | 54.9 |
| Religiosas | Se encuentran vinculadas directamente con alguna iglesia o culto, quienes en gran medida determinan sus actuaciones y mecanismos de organización. | 7,390 | 20.9 |
| De beneficio mutuo | Tienen beneficios exclusivos para sus integrantes, incluyen clubes sociales y deportivos, cámaras empresariales, colegios de profesionistas, sindicatos, entre otras. | 8,391 | 23.7 |
| Políticas y partidos políticos | Tienen como eje de su acción la búsqueda del poder político mediante el sistema de competencia democrático. | 148 | 0.4 |

Fuente: *Compendio Estadístico del Tercer Sector* (Cemefi, 2009), *Directorio de la Dirección general de asociaciones religiosas* (Segob, 2010), *Directorios de Asociaciones Políticas* (IFE e Institutos Electorales Estatales, 2010).

Por ello, el conocer el contexto social donde las ISFL se avocan puede proporcionar más información para identificar elementos que les apoyen en su proceso de consolidación y así generar mayor impacto en la sociedad.

2.3 Estructura de Ingresos ISFL

En cuanto a los ingresos, del total de ISFL registradas en México en 2018, solo el 6% recibió recursos públicos por un monto promedio de 2 millones de pesos, sin embargo, la cifra es casi 50% menos que el 2017 y fue repartido entre 2, 275 instituciones (Animal Político, marzo 2019). Ninguna de las ISFL depende de los recursos públicos ya que, para acceder a éstos, los directivos de las ISFL perciben trámites, calificaciones y controles arcaicos que desgastan sus recursos no monetarios. Por ese motivo, las ISFL deciden invertir sus recursos en otras tareas, o en opciones como concursos para fuentes de financiamiento internacional a través de Fundaciones Globales o campañas autogestionadas a través de plataformas digitales para la financiación colectiva (crowdfunding).

Paralelamente a lo antes mencionado en 2018, el presidente Andrés Manuel López Obrador, anunció que su gobierno ya no entregará recursos públicos a las organizaciones de la sociedad civil; dicha instrucción impactó negativamente a diversos programas e instituciones que atienden diversos problemas sociales en México. En la actualidad, los recursos de la administración pública son nulos en muchas de las ISFL y en algunas solo representa el 3% de su fuente de ingreso y son de forma intermitente (Verduzco M.I., 2015).

De acuerdo a información del Instituto Nacional de Desarrollo Social (Indesol), se estima que la esperanza de vida de las ISFL es de tres a cinco años precisamente por la falta de recursos para llevar a cabo sus acciones. Identificamos que la principal fuente de financiamiento de las ISFL proviene de la sociedad civil, es decir, de los donantes. Incluye importantes aportaciones voluntarias de tiempo y dinero, lo cual requiere a su vez estrategias diferentes de obtención de recursos. De hecho, en 2014 en la encuesta sobre ISFL de Inegi se reportó que las ISFL obtienen recursos en más de un 70% a través de personas de la sociedad civil, colocándola como la principal fuente de ingresos.

A raíz de lo anterior cabe destacar que existen diferentes herramientas para lograr esta recaudación de la sociedad civil. Es común ver campañas de donaciones en la calle tratando de captar gente para buscar donaciones individuales a través del diálogo directo. Esta estrategia requiere una inversión fuerte de personal y lo positivo es que pueden involucrar a la población en general, aunque refleje que no todas las personas son donantes. Se puede establecer de manera recurrente y tratando de abarcar diferentes puntos geográficos para lograr mayor cobertura y captación de recursos.

Lamentablemente, esta estrategia de recaudación ya cuenta con algunos niveles de desconfianza de la población por ser un método de fraude o de campañas falsas. Así mismo, también existen barreras para permitir que el personal de la ISFL se acerque a lograr la recaudación debido a la saturación de este tipo de campañas que son calificadas como intrusivas para las personas que van caminando.

Por otro lado, en México se ha implementado, cada día de mejor manera, la herramienta de “*Crowd Funding*”, conocida como donaciones digitales. Son diversas plataformas en línea, que, en otros países, donde hay más cultura de la donación, son la principal herramienta de recaudación. El crowdfunding de donaciones es aquel que no ofrece un retorno a las personas o empresas que aportan los fondos. Genera la satisfacción de haber participado en el proyecto o formar parte de una comunidad (Financiero, 2020).

Es importante resaltar que las mencionadas donaciones digitales, provienen de igual manera de individuos de la sociedad civil que se conectan a dicha plataforma y hacen donaciones de dinero con cargo a tarjetas bancarias. En ese sentido, la alternativa está dirigida a un público específico el cual conoce y se siente cómodo realizando operaciones en línea (CrowdFunding México, 2020).

Otra fuente de ingreso considerada en las ISFL son las donaciones corporativas. Las empresas hacen donaciones a lo largo del año a diferentes ISFL dado el incremento en la cultura de Empresas Socialmente Responsables y también puede volverse una fuente de voluntarios a través de los colaboradores. Se registra que hasta un 10% de los recursos de las ISFL provienen de esta fuente. Estas donaciones corporativas pueden incluir dinero, patrocinios (cuando la empresa se ocupa de todos – o gran parte- de los gastos de una campaña en particular), voluntariado de empleados, contribuciones en especie, publicidad relacionada con la causa, ventas con causa (la empresa acuerda donar determinado porcentaje de cada producto vendido para una obra de caridad determinada), etc.

Algunas de las estadísticas de las donaciones corporativas dicen que aproximadamente un tercio de todas las donaciones no se realizan en dinero además de que varían mucho dependiendo del tamaño de la compañía que ofrece las donaciones (CEMEFI, 2020). Muchas de las donaciones corporativas nacen de un fin no tan altruista ya que está comprobado que las empresas socialmente responsables mejoran su imagen corporativa y esto, con el tiempo, se traduce en ventas; pero sin duda es una oportunidad que las ISFL deberán entender para seguir solicitando dichos recursos corporativos.

En su libro *Fundraising for Social Change*, Kim Klei explica que los análisis han demostrado que cuando los grandes corporativos donan dinero, usualmente lo destinan a grupos que pertenecen a las siguientes categorías:

- Organizaciones que mejoran la comunidad donde los empleados de la corporación viven.
- Organizaciones que brindan a los empleados oportunidades de realizar trabajos voluntario y organizaciones a los que los empleados realizan donaciones. A veces la donación corporativa se produce igualando las donaciones de los empleados.
- Grupos que ayudan a que sus empleados sean más productivos, trabajando con problemas que tienen los empleados como abuso de alcohol, drogas o violencia familiar.
- Trabajos de investigación que ayudarán a la compañía a inventar nuevos productos o comercializar productos ya existentes.

Con esto podemos conocer que las corporaciones beneficiarán a las ISFL con motivos afines y que de todas las ISFL a las que pueden donar, hacen una segmentación para identificar también las que vayan más de acuerdo a la imagen de su corporación o de su marca; es decir, una marca de venta de útiles escolares, es más probable que done a una ISFL de educación para niños o cuidado del medio ambiente que a una ISFL de algún otro problema social. Sin embargo, esto no es una regla porque se debe asumir también que en las donaciones corporativas intervienen los valores, afinidades y empatías de los directivos hacia determinada causa social.

Otra vía de recaudación en ISFL son las donaciones de fundaciones nacionales e internacionales. CEMEFI cuenta con directorio de fundaciones y entidades donantes en el que se identifican las fundaciones que de manera sistemática, aportan recursos, principalmente económicos, a organizaciones que operan y ofrecen servicios a la sociedad. Existen fundaciones comunitarias, familiares, independientes, intermediarias y empresariales que tienen la característica común de otorgar recursos a las ISFL para apoyar programas y proyectos que realizan a beneficio de la población.

A decir de CEMEFI, en México no existe una tradición de fundaciones donantes, es decir, de organizaciones que cuenten con un patrimonio enajenado a favor de causas sociales cuyos rendimientos sean destinados al apoyo de causas sociales y que movilicen, en forma profesional, los recursos de las comunidades a favor de la comunidad misma.

Es probable, que para participar en los fondos de estas fundaciones, sea a través de una convocatoria donde se inscribe un solo proyecto y los recursos obtenidos a través de esta vía, deberán ser destinados específicamente para el proyecto inscrito y no se podrá destinar a otras áreas por lo que participar es una buena manera de recaudar fondos. No obstante, la mayoría de las veces no genera sostenibilidad financiera.

A manera de síntesis, en el gráfico número 2 se muestran las proporciones en las cuales las ISFL captan sus recursos. Aquí se evidencia que 70% de los ingresos proviene de la sociedad civil en general por lo cual surge la necesidad de conocer con más precisión el perfil de esos donantes dado que son ellos quienes mantienen a flote a la mayoría de estas instituciones.

Figura 4
Conformación de ingresos de ISFL en México



Elaboración propia con datos de Encuesta INEGI sobre ISFL: fuentes de ingreso, voluntariado, donaciones, clasificación funcional.

De esa forma, es fundamental para las ISFL que detecten de dónde llegan sus donativos más importantes en términos del monto que reciben para así poder establecer un plan que le permita la recaudación recurrente de dicha fuente de ingreso.

Las ISFL deben detectar a los individuos que tengan mayor empatía con su causa social con el fin de generar comunicación, estrategias y planes con mayor afinidad y, que de manera más orgánica, se eficienticen recursos de campañas para generar acciones recurrentes de este público que apoyan su causa.

Es relevante conocer las características de los donantes por causa social para hacer llegar las campañas de recaudación a este público en particular. Identificando los antecedentes de los donantes, respecto a las causas a las que donan y la vía por la cual lo hacen, las ISFL podrán identificar al público que les dará recursos.

Identificar plenamente el perfil de donante para determinada causa no es un ejercicio estático que se haga sólo una vez; antes bien, es un proceso dinámico que exige personal profesional con conocimientos en la gestión de recursos. De esa forma es que cobra particular importancia las habilidades y conocimiento derivados de la administración, ya que, como se menciona en la justificación, no basta con que las ISFL cuenten con personal comprometido con la ayuda social; es vital una estructura administrativa tal que le permita a la institución operar como una empresa autosuficiente.

En el siguiente capítulo se dará a conocer el estudio de las características de los individuos respecto a las causas a las que donan y cómo es que el perfil de un donante puede detonar una mejor manera de recaudación de fondos para las ISFL.

Capítulo 3. Estudios relativos a la voluntad de donar

Como parte de los objetivos de esta investigación tenemos el encontrar las motivaciones que conducen a los donantes a contribuir a causas sociales. Antes de presentar los estudios referentes al perfil del donante, mostraremos investigaciones que giran en torno a la voluntad de donar como acto humano.

Si bien las intuiciones no religiosas y la psicología popular sugieren que ayudar a los demás conduce a niveles más altos de felicidad, la evidencia existente solo apoya débilmente esta afirmación causal: la investigación en psicología, economía y neurociencia que explora los beneficios de las donaciones caritativas ha sido en gran medida correlacional, dejando abierta la pregunta si dar causa mayor felicidad o que es lo que motiva el willing to donate “la voluntad a donar”.

Ayudar a otros toma innumerables formas, desde dar dinero a obras de caridad hasta ayudar a un extraño a sacar su automóvil de la nieve, y surge de innumerables motivaciones, desde una empatía profundamente arraigada hasta un deseo más calculado de reconocimiento público. De hecho, los científicos sociales han identificado una serie de formas en las que el comportamiento caritativo puede conducir a beneficios para el donante, ya sea económicamente a través de exenciones fiscales socialmente a través de la señalización de la riqueza o el estatus (Griskevicius et al., 2017) o psicológicamente a través de experimentar bienestar al ayudar (Dunn, Aknin y Norton, 2008).

Las organizaciones benéficas tradicionalmente han capitalizado todas estas motivaciones para dar, desde intentar involucrar a los consumidores con publicidad cargada de emociones hasta presionar a los gobiernos para que ofrezcan incentivos fiscales. Los beneficios psicológicos de dar se subrayan, por ejemplo, ya que una parte de las ganancias de las compras de artículos de lujo por parte de los consumidores se dona al Fondo Mundial para el alivio del sida: Dar se siente bien, así que ¿por qué no? publicitar los beneficios de las “donaciones por interés propio”, permitiendo que las personas experimenten ese buen sentimiento mientras aumentan las contribuciones a la caridad al mismo tiempo.

Uno de los primeros estudios experimentales en demostrar que la felicidad aumenta el comportamiento caritativo fue realizado por Isen y Levin (1972), quienes demostraron que después de experimentar eventos positivos (como recibir galletas o encontrar una moneda de diez centavos

en un teléfono público), los participantes tenían más probabilidades para ayudar a los demás: por lo tanto, las personas que se sentían bien tenían más probabilidades de brindar ayuda.

Replicando este efecto en un contexto diferente, Aderman (1972) indujo un estado de euforia o depresión haciendo que los participantes leyeran declaraciones diseñadas para inducir estos estados de ánimo. Los participantes con un estado de ánimo positivo eran más propensos a ayudar con un favor al investigador durante el experimento, e incluso prometieron ayudar participando en un segundo experimento. También se ha demostrado que otros estados de ánimo positivos aumentan el altruismo; Se ha encontrado evidencia que los sentimientos de competencia, por ejemplo, aumentan la conducta de ayuda y voluntariado (Harris y Huang 1973), al igual que el éxito en las tareas.

Los niños pequeños muestran efectos similares del estado de ánimo al ayudar. Rosenhan, Underwood y Moore (1974) asignaron al azar a los estudiantes de segundo y tercer grado a condiciones de estado de ánimo positivas o negativas haciéndoles recordar recuerdos apropiados para el estado de ánimo. Para fortalecer la inducción del estado de ánimo, se pidió a los niños que hablaran sobre estos recuerdos y luego volvieran a pensar en ellos. A los niños se les permitió tomar algunos dulces de un cofre del tesoro (autogratificación) y también dar dinero a otros estudiantes si lo deseaban (comportamiento altruista).

Mientras tanto los niños felices como los tristes comían más dulces que los que estaban en la condición de control, solo los niños felices regalaban más dinero a sus compañeros de clase. Estos resultados también sugieren que el comportamiento prosocial puede no requerir el autosacrificio, ya que los niños felices se involucran tanto en una mayor autogratificación como en un comportamiento más altruista; como el caso de los consumidores que compran iPhones y disfrutan del producto al mismo tiempo que hacen obras de caridad.

De manera similar a los resultados para los adultos, otros estados de ánimo positivos, como la sensación de éxito, están relacionados con la conducta prosocial en los niños (Isen, Horn y Rosenhan, 1997). Si bien la mayoría de las investigaciones han explorado el impacto de la felicidad en el comportamiento prosocial a través de las inducciones del estado de ánimo, las extensiones recientes han examinado cómo los estados de ánimo naturales influyen en el comportamiento de ayuda.

Wang y Graddy (2018) sugieren que las personas felices son emocionalmente más capaces de ayudar a los demás y tienen personalidades más optimistas, lo que fomenta el comportamiento de donaciones caritativas. Usando la felicidad autoevaluada de las personas como un indicador de la inclinación psicológica a donar, encontraron que un sentimiento de felicidad afectaba la donación religiosa, pero no la donación secular, que puede haber surgido de la asociación de felicidad y donación religiosa en la mente de las personas. Konow y Earley (2018) también argumentaron que las personas más felices dan más porque son alimentadas por sus emociones positivas. En el contexto de un juego de dictador, donde un proponente dividió una dotación fija entre él y otro (el receptor), los individuos que eran más felices al comienzo del juego tenían más probabilidades de dar al menos un dólar a su pareja.

También se ha demostrado que los estados de ánimo positivos, ya sean inducidos experimentalmente o de forma natural, facilitan un comportamiento útil en el lugar de trabajo. Forgas, Dunn y Granland (2008) indujeron un estado de ánimo positivo, neutral o negativo en el personal de ventas de una tienda departamental al diseñar una interacción con un cómplice (que se hacía pasar por cliente) que variaba en agrado. Luego, otro cómplice se acercó al personal de ventas y pidió ayuda para encontrar un artículo que en realidad no existía. Mientras que los miembros del personal con experiencia eran en gran parte insensibles a los efectos del estado de ánimo, el personal sin experiencia brindó más ayuda, tratando de encontrar el artículo, sugiriendo alternativas y dedicando más tiempo a ayudar al cliente, que aquellos con un estado de ánimo neutral.

La evidencia convergente de los beneficios del estado de ánimo positivo en el comportamiento prosocial en el lugar de trabajo proviene de la investigación sobre el estado de ánimo natural; en un estudio de Williams y Shiaw (1999), los empleados que informaron estar de buen humor tenían más probabilidades de mostrar comportamientos de ciudadanía organizacional que no formaban parte de los requisitos formales de su trabajo.

En conjunto, la evidencia existente sugiere que las personas más felices realmente ayudan más en una variedad de contextos. Los estudios que utilizan la asignación aleatoria para inducir experimentalmente un estado de ánimo positivo han proporcionado evidencia importante de que la felicidad provoca un aumento de la conducta de ayuda. Respaldando la validez externa de estos hallazgos, también se ha demostrado que los estados de ánimo positivos que ocurren naturalmente

facilitan el comportamiento prosocial. Sin embargo, aunque nos hemos centrado en el impacto del estado de ánimo positivo al dar, otra área de investigación bien estudiada ha documentado el impacto del estado de ánimo negativo en la ayuda también, una aparente contradicción.

Por ejemplo, Cialdini et al. (1997) demostraron que ver a otra persona sufrir una descarga eléctrica leve motiva a un observador a ayudar a través de un sentido de mayor empatía y mayor tristeza personal. De manera similar, Small y Verrochi encontraron que las personas eran más comprensivas y propensas a donar cuando las apelaciones caritativas contienen víctimas con expresiones tristes, y la tristeza experimentada por parte del donante media el efecto de la expresión de la emoción en la simpatía. Sugerimos que una diferencia clave en la forma en que estas dos corrientes de investigación han operacionalizado el estado de ánimo puede explicar estos hallazgos aparentemente dispares.

La investigación que explora el impacto de los estados de ánimo positivos en la ayuda se ha centrado generalmente en la felicidad, ya sea incidental como para encontrar dinero, o global como para el bienestar general, sin relación con la causa específica o el individuo que necesita caridad, en oposición al estado de ánimo negativo directamente vinculado a la víctima: "Me siento bien en general, y por eso voy a dar" en lugar de "Me siento mal por esa persona, y por eso voy a dar". Las investigaciones futuras deberían manipular ambos factores de forma independiente para examinar la interacción del estado de ánimo positivo y negativo al dar.

La investigación revisada hasta ahora ha examinado cómo los estados de ánimo, tanto positivos como negativos, hacen que las personas den, además de explorar las consecuencias de este comportamiento para la víctima (es decir, si recibieron ayuda o no). Este trabajo, sin embargo, solo aborda una dirección de la flecha causal entre el estado de ánimo y la conducta prosocial.

3.1 La voluntad de donar y la felicidad

El diálogo sobre si el comportamiento prosocial aumenta el bienestar se remonta a la antigua Grecia, donde Aristóteles argumentó que el objetivo de la vida era lograr la "eudaemonía", que está estrechamente ligada a las concepciones modernas de la felicidad. Según Aristóteles, la eudaemonía es más que una experiencia hedónica placentera; eudaemonia es un estado en el que un individuo experimenta felicidad por el desempeño exitoso de sus deberes morales. En los últimos años, la opinión popular, los gurús de la autoayuda y las organizaciones comunitarias han

respaldado la idea de que ayudar a los demás tiene beneficios para el estado de ánimo. Aunque estas afirmaciones a veces superan la base de la evidencia, un creciente cuerpo de investigación proporciona un apoyo metodológicamente diverso para los beneficios hedónicos de la generosidad.

En el nivel más básico, la evidencia de imágenes de resonancia magnética funcional (fMRI) muestra que dar dinero a la caridad conduce a una actividad cerebral similar en regiones implicadas en la experiencia del placer y la recompensa. En un estudio realizado por Harbaugh, Mayr y Burghart (2007) se registró la actividad neuronal mientras los participantes decidían cómo dividir una suma de cien dólares entre ellos y un banco de alimentos local. Los resultados mostraron que las donaciones de la suma original de cien dólares al banco de alimentos llevaron a la activación en el estriado ventral, una región del cerebro asociada con la representación del valor de una variedad de estímulos gratificantes, desde la cocaína hasta el arte y las caras atractivas (Vartanian y Goel, 2014). Por lo tanto, estos resultados sugieren que dar (en forma de donaciones caritativas) es inherentemente gratificante.

Por su parte, Meier y Stutzer (2008) demostraron que el voluntariado aumenta la satisfacción con la vida, mediante el uso del Panel Socioeconómico Alemán, un estudio longitudinal de hogares alemanes. De acuerdo con otros estudios correlacionales de voluntariado y bienestar, encontraron que niveles más altos de trabajo voluntario estaban asociados con niveles más altos de satisfacción con la vida en general. Este estudio, sin embargo, es único en el sentido de que examina la relación entre la felicidad y el trabajo voluntario en torno al colapso de la República Democrática Alemana, proporcionando un diseño cuasi-experimental. Específicamente, al observar los datos recopilados poco después de la caída del muro de Berlín pero antes de la reunificación alemana, un momento en el que las oportunidades de voluntariado disminuyeron drásticamente en Alemania Oriental, la felicidad de los alemanes orientales se puede comparar con un grupo de control que no experimentó ningún cambio en su estado voluntario. Con este diseño, los autores pueden concluir que ayudar a los demás aumenta el bienestar. Si bien este estudio carece de una verdadera asignación aleatoria, ofrece evidencia intrigante del impacto del trabajo voluntario en el bienestar en un gran conjunto de datos representativo a nivel nacional.

Además, algunos trabajos experimentales apuntan a una relación causal entre dar y felicidad. Por ejemplo, cuando Field, Hernandez-Reif, Quintino, Schanberg y Kuhn (1998) pidieron a un grupo voluntario de personas mayores jubiladas que les diera a los bebés un masaje tres veces por semana

durante tres semanas, estas personas mayores experimentaron menos ansiedad y depresión, así como mejora de la salud y reducción de las hormonas relacionadas con el estrés. El apoyo adicional para un vínculo causal proviene del trabajo de Lyubomirsky, Tkach y Sheldon (2014), que muestra que simplemente pedirle a las personas que cometan actos de bondad al azar puede aumentar significativamente los niveles de felicidad durante varias semanas. Específicamente, en su investigación, Lyubomirsky y sus colegas asignaron aleatoriamente a los estudiantes a un grupo de control sin tratamiento o a un grupo experimental, en el que se les pidió a los estudiantes que cometieran cinco actos de bondad al azar por semana durante seis semanas. Como se predijo, los estudiantes que participaron en actos de bondad al azar fueron significativamente más felices que los controles.

Finalmente, Dunn, Aknin y Norton (2008) sugieren que el comportamiento financiero altruista, como dar obsequios y donaciones caritativas, puede promover la felicidad. En un estudio inicial, se pidió a una muestra representativa a nivel nacional de estadounidenses que calificara su felicidad general y proporcionara estimaciones mensuales de gastos personales y prosociales. Específicamente, se pidió a los participantes que informaran sus ingresos familiares anuales y el nivel de felicidad general y que estimen cuánto gastaban en un mes típico en (1) facturas / gastos, (2) regalos para ellos mismos, (3) regalos para otros y (4) donaciones a organizaciones benéficas. Se sumaron las categorías 1 y 2 para un índice de gasto personal y las categorías 3 y 4 para un índice de gasto prosocial. Por último, los participantes informaron su felicidad general en una escala de felicidad de un ítem (Abdel-Khalek, 2016) que simplemente preguntó a los participantes "¿Te sientes feliz, en general?" Los análisis revelaron que las personas que dedicaron más dinero al gasto prosocial informaron una mayor felicidad, mientras que el gasto personal no estaba relacionado con la felicidad. Incluso controlando los ingresos, un mayor gasto prosocial se asoció con una mayor felicidad; los ingresos tenían una asociación independiente y similar con la felicidad. Si bien estos resultados proporcionan una primera visión de la asociación entre el gasto prosocial y la felicidad en la población, la naturaleza correlacional de este estudio restringe la discusión de las afirmaciones causales.

Por lo tanto, también se ha utilizado un diseño experimental para probar la afirmación casual de que gastar dinero en otros conduce a niveles de felicidad más altos que gastar dinero en uno mismo (Dunn et al., 2008). La hipótesis planteada fue que los participantes asignados al azar para gastar

dinero de una manera prosocial serían más felices al final del día que otros asignados a gastar dinero en sí mismos. Se contactó a los participantes en persona durante las horas de la mañana (aproximadamente de 10 a.m. a mediodía) en lugares públicos y se les pidió que informaran sobre su nivel de felicidad inicial. Después de hacerlo, los participantes fueron asignados al azar a una de cuatro condiciones de gasto, recibiendo cinco o veinte dólares para gastar en ellos mismos o en otros.

Específicamente, se pidió a los participantes en la condición de gasto personal que usaran su ganancia inesperada en una factura, gasto o regalo para ellos mismos, mientras que a los participantes en la condición de gasto prosocial se les pidió que gastaran el dinero en un regalo para otra persona o en una donación a organizaciones benéficas. Se pidió a todos los participantes que gastaran el dinero de acuerdo con la dirección de gasto asignada antes de las 5 pm de ese día. Luego, un asistente de investigación se puso en contacto con los participantes en las horas de la noche (entre las 6 p.m. y las 8 p.m.) por teléfono para completar una encuesta de seguimiento que evaluó su nivel de felicidad actual. Como se predijo, los participantes a los que se les pidió gastar su ganancia inesperada de una manera prosocial fueron más felices al final del día que los participantes en la condición de gasto personal. Curiosamente, la cantidad de dinero que se les dio a las personas no influyó en lo felices que estaban esa noche, lo que sugiere que la forma en que las personas gastaban su dinero era más importante que la cantidad de dinero que recibían. Por lo tanto, este estudio experimental respalda la afirmación causal de que gastar dinero en otros conduce a una mayor felicidad que gastar dinero en uno mismo. Además, estos resultados sugieren que el monto del gasto no necesita ser grande para facilitar ganancias hedónicas positivas, ya que las compras prosociales realizadas con tan solo cinco dólares fueron suficientes para aumentar los niveles de felicidad.

Una implicación de la investigación revisada anteriormente es bastante clara: si donar hace feliz a la gente y la gente feliz da más, entonces una forma de aumentar las donaciones caritativas es simplemente informar a la gente de este circuito, haciendo un llamado racional que las donaciones egoístas pueden conducir a un mayor bienestar. De hecho, Dunn et al. (2008) mostró que las personas creen erróneamente que gastar dinero en sí mismas las hace más felices que gastar dinero en otros, lo que sugiere que hay un amplio espacio para que las personas sean “educadas” en sentido contrario.

Recientemente, muchas organizaciones parecen estar comprometidas en esfuerzos para vincular donaciones caritativas con campañas para sentirse bien, a diferencia de las campañas clásicas que involucran imágenes de personas necesitadas diseñadas para provocar tristeza y culpa, ahora los lemas de muchas de las organizaciones benéficas más grandes reflejan estos impulsos de sentirse bien: la Cruz Roja Americana les dice a los posibles donantes de sangre que “la necesidad es constante. La gratificación es instantánea CARE pide a los donantes que ayuden a empoderar a las mujeres de todo el mundo "con el lema" Soy poderosa "que se aplica tanto a los donantes como a los destinatarios, y Susan G. Komen for the Cure pregunta a cada donante:" ¿Estás inspirado ¿Salvar una vida?" Disfrute, gratificación instantánea, empoderamiento, inspiración: todos estos sentimientos ofrecen poderosos incentivos emocionales para que las personas donen.

Al mismo tiempo, sin embargo, cualquier científico social conoce los posibles costos de alterar los comportamientos que surgen de motivaciones intrínsecas, ya que los efectos irónicos a menudo surgen de incentivar dichos comportamientos. En una de las primeras demostraciones, Lepper, Greene y Nisbett (1973) demostraron que recompensar a los niños por su desempeño - "sobrejustificar" su interés - socavaba la motivación intrínseca de esos niños para hacerlo bien. De manera relacionada, Titmuss (1970) argumentó que pagar por la donación de sangre socavaría la utilidad social del acto. De manera más general, "desplazar" la motivación intrínseca a través de incentivos externos conlleva el riesgo de que los comportamientos incentivadores que están motivados socialmente puedan trasladar esos comportamientos del ámbito social al ámbito económico, a veces con un resultado inesperado y perjudicial. De hecho, presentar a las personas cuyo comportamiento caritativo está motivado por impulsos altruistas con apelaciones egoístas puede resultar alienante (Nelson, Brunel, Supphellen y Manchanda, 2006).

¿Qué sucede cuando los comportamientos sociales, como ayudar a otros, se mueven hacia el ámbito económico? En una convincente demostración, Gneezy y Rustichini (2015) documentaron el resultado irónico que surgió cuando los propietarios de un centro de cuidado infantil impusieron multas a los padres que llegaban tarde a recoger a sus hijos. Los retrasos en realidad aumentaron cuando se instituyeron las multas; Si bien la mayoría de los padres habían hecho un esfuerzo de buena fe por llegar a tiempo cuando no hacerlo era de mala educación con los propietarios del centro, la institución de las multas hizo que llegar tarde fuera un asunto económico, y los padres simplemente calculaban los costos y beneficios de la tardanza.

Lo más preocupante es que cuando los propietarios suspendieron las multas, los padres no volvieron a su comportamiento anterior, lo que sugiere que cuando los mercados sociales se vuelven económicos, puede ser difícil volver a cambiarlos. El impacto del cambio de los mercados sociales a los económicos ayuda a explicar algunos resultados curiosos en los que la gente trabaja más duro sin dinero que con un salario bajo (Gneezy y Rustichini, 2015). Las personas están dispuestas a comprometerse en esfuerzos tales como ayudar a otros o hacerles favores por motivos sociales; Sin embargo, una vez que se introduce el dinero, las personas se involucran en un análisis de costo-beneficio, y pequeñas cantidades de dinero no son suficientes para incentivarlos a hacer el trabajo que estaban dispuestos a hacer gratis por razones más altruistas; además, los mercados mixtos, donde existen incentivos tanto sociales como económicos, parecen mercados económicos, como si el mero olor a incentivos monetarios corrompiera las motivaciones sociales (Heyman y Ariely, 2014).

¿Cómo podrían desarrollarse estas dinámicas específicamente en el ámbito de las donaciones caritativas? Si bien los investigadores solo han prestado atención a este tema recientemente, los primeros resultados sugieren que la combinación de incentivos económicos con incentivos sociales puede tener efectos similares a los de otros dominios. A nivel general, la mera idea de dinero socava la motivación de las personas para participar en un comportamiento prosocial (Vohs, Mead y Goode, 2016), y varias investigaciones han demostrado el impacto negativo de mezclar incentivos con donaciones caritativas.

Por ejemplo, Falk (2017) examinó el impacto de enviar obsequios a posibles donantes en su frecuencia y cantidad de donaciones. Los obsequios pequeños aumentaron las donaciones en un 17% y los obsequios grandes en un 75%, pero las personas que recibieron obsequios grandes fueron más propensas a donar cantidades más pequeñas, mientras que aquellos que no recibieron obsequios fueron más propensos a donar grandes cantidades; Si bien solo son sugerentes, estos resultados implican que recibir regalos puede desplazar alguna motivación inherente para dar. Dos investigaciones que exploraron el impacto de las donaciones equivalentes, en las que un empleador u otra agencia iguala la cantidad de la donación a alguna organización benéfica, mostraron que la igualación sí aumentó la probabilidad de que las personas contribuyan (Karlan & List, 2007; Meier, 2007).

Sin embargo, es importante destacar que Meier (2008) mostró que, si bien las tasas de contribución iniciales aumentaron, las tasas de contribución en realidad disminuyeron una vez finalizada la oferta de contrapartida, lo que provocó una pérdida neta en las donaciones. Una vez más, estos resultados sugieren que proporcionar a las personas incentivos externos para donar (una donación equivalente o un obsequio) puede socavar parte de su interés intrínseco en dar a largo plazo.

3.2 ¿Quiénes tienen la voluntad de donar?

Hasta ahora se han visto los estudios que buscan establecer los mecanismos que explican el por qué ciertas personas tienen voluntad para donar. Ahora se proseguirá con el tema respecto a las predisposiciones que han encontrado los investigadores en este fenómeno ¿Quiénes tienen la voluntad de donar? ¿Cuál es su edad, género, estado civil, nivel de ingresos? En ese sentido, este apartado muestra aquellas tendencias que se logra identificar en este segmento de la población.

3.2.1 Género

En la investigación sobre donaciones caritativas, la influencia del género de un donante está recibiendo cada vez más atención. El tipo de relación que se encuentra entre género y la voluntad de donar depende en gran medida de las otras variables incluidas en los análisis empíricos. Cuantas más variables socioeconómicas, como edad, ingresos y nivel educativo, se incluyan en los modelos que examinan las donaciones caritativas, menores serán las diferencias de género informadas en las donaciones.

En ese sentido, al examinar solo la probabilidad de donar, Reed y Selbee (2002) encontraron que las mujeres tenían más probabilidades de donar que los hombres. Asimismo, Chang (2005) encontró que las mujeres donaban cantidades más altas que los hombres en Taiwán.

En los Países Bajos, utilizando un análisis de regresión de dos etapas de Heckman, Bekkers (2004) encontró que en la primera etapa del análisis la mayor probabilidad de donación de las mujeres estaba totalmente mediada por características de personalidad, incluidas las sociales con orientación en valores, la capacidad de adoptar la perspectiva de otra persona y la preocupación empática.

Finalmente, en otro análisis de datos de los Países Bajos, Wiepking y Maas (2009) mostraron que las mujeres tenían mayor voluntad de donar, pero esto sucedía solo después de que se habían generado un vínculo de empatía con la organización en cuestión.

3.2.2 Estado civil

Se ha detectado que el matrimonio se relaciona de manera positiva con la voluntad de donar (Brooks, 2005; Chang, 2005; Brown y Ferris, 2007; Wilhelm et al, 2008). Todos estos estudios son transversales y no muestran si las donaciones aumentan con el tiempo cuando las personas se casan. Los estudios rara vez examinan la relación de tipos de asociaciones distintas del matrimonio con la donación, pero cuando lo hacen, los resultados son similares (Wiepking y Maas, 2009). Al igual que el género, el matrimonio a menudo solo se incluye como una variable de control y, por lo tanto, no figura en la discusión de los resultados de los estudios cuyo interés principal son otros determinantes de la donación.

Este es especialmente el caso en los estudios publicados en el área de economía porque el estado civil tiene un efecto sobre el estado de desintegración y debe controlarse al estimar los efectos sobre los ingresos y los precios. De esta forma, la mayoría de estos estudios encuentran una relación positiva entre el matrimonio y las donaciones caritativas. Esto indica que existe una relación positiva bastante sólida entre el matrimonio y el comportamiento filantrópico en las especificaciones del modelo económico.

3.2.3 Ingreso

La investigación proporciona evidencia contundente de una relación positiva entre los ingresos, la riqueza y la cantidad donada a organizaciones benéficas (Auten et al, 2002). Hay cinco relaciones entre los recursos financieros y las donaciones filantrópicas que han sido de interés clave para los académicos que estudian el comportamiento filantrópico.

- La relación entre los recursos financieros y la incidencia de las donaciones (¿es más probable que donen quienes tienen más recursos financieros?);
- La relación entre los recursos financieros y la cantidad donada (¿dan más aquellos con niveles más altos de recursos financieros?);

- La relación entre los recursos financieros y la cantidad relativa donada (¿aquellos con niveles más altos de recursos financieros dan una porción menor de sus ingresos?);
- La relación entre los incentivos fiscales y las donaciones (¿los incentivos fiscales afectan más fuertemente las donaciones de quienes tienen mayores niveles de recursos financieros?);
- La relación entre las percepciones financieras y el dar (¿las personas que se sienten económicamente seguras dan más?).

Algunos estudios han encontrado una relación positiva entre los recursos financieros y la mayor voluntad a donar (Rooney et al, 2001; Cowley et al, 2011) mientras que otros han encontrado que las personas con más recursos financieros, como los ingresos del empleo y la riqueza, no exhiben una mayor incidencia de realizar donaciones filantrópicas que otras personas (Wiepking, 2007). Estos resultados diferentes podrían explicarse posiblemente por discrepancias en la frecuencia de la voluntad de donar.

3.2.4 Religión

La religión ha recibido amplia atención no solo en los estudios filantrópicos (Hodgkinson y Weitzman, 1996), sino también en la sociología de la religión. Bajo la etiqueta genérica "religión" se deben distinguir varias características más específicas, cuatro de las cuales se han estudiado con mayor frecuencia: (1) afiliación religiosa o membresía de la iglesia, es decir, si uno es miembro de un grupo religioso o iglesia; (2) participación o participación en la asistencia religiosa, es decir, en qué medida se participa en un grupo religioso; (3) preferencia o denominación religiosa, es decir, a qué grupo religioso pertenece uno; (4) creencia religiosa, es decir, el contenido de las opiniones religiosas de uno.

Las relaciones positivas entre la membresía de la iglesia, la frecuencia de asistencia a la iglesia y las donaciones aparecen en casi todos los artículos en los que se ha estudiado esta relación (Bekkers & Schuyt, 2008; Bielefeld, Rooney y Steinberg, 2005; Brown y Ferris, 2007; Chang, 2005; Chaves, 2002). Es más probable que los miembros de la iglesia reporten su participación en donaciones caritativas y reporten donaciones más altas. La asistencia más frecuente a la iglesia también se asocia con niveles más altos de participación en donaciones caritativas y mayores cantidades donadas.

El hallazgo de que la membresía y la asistencia a la iglesia se asocian con más donaciones no es sorprendente. Incluso se puede llamar tautológico ya que la membresía, la asistencia y las donaciones son indicadores de participación religiosa. Por lo tanto, muchos estudios han analizado específicamente las relaciones entre la participación religiosa y las donaciones a organizaciones distintas de la iglesia misma, a las que a menudo se hace referencia como "donaciones seculares". El hallazgo común en estos estudios es que las donaciones seculares también se asocian positivamente con la afiliación religiosa y la asistencia (Bekkers & Schuyt, 2008; Bielefeld, et al., 2005; Brooks, 2005; Brown & Ferris, 2007; Eckel y Grossman, 2003; Lyons y Nivison-Smith, 2006)

Por otro lado, varios estudios han analizado las diferencias entre grupos religiosos o denominaciones. En estos estudios, a menudo se encuentra que los protestantes dan más que los católicos, al menos en los EE. UU., Canadá y los Países Bajos (Bekkers & Schuyt, 2008; Berger, 2006; Chaves, 2002; Reed y Selbee, 2001; Zaleski y Zech, 1994). Los estudios que han utilizado categorías más refinadas de denominaciones religiosas encuentran que los protestantes más conservadores dan más que los grupos más liberales de protestantes (Bekkers & Schuyt, 2008; Berger, 2006; Brooks, 2006).

Solo unos pocos estudios han considerado las donaciones de otros grupos religiosos. Hoge y Yang (2006) encontraron que los judíos donaban cantidades más altas que los católicos y protestantes, pero no como una proporción de los ingresos. En Canadá, se encuentra que los judíos donan cantidades similares a las de los protestantes tradicionales, pero menores proporciones de ingresos (Berger, 2006). En Sudáfrica, es más probable que los cristianos se dediquen a la filantropía que los no cristianos o los no religiosos (Everatt, Habib, Maharaj y Nyar, 2005).

Las creencias religiosas solo se han analizado en raras ocasiones en relación con la filantropía. Davidson y Pyle (1994) encuentran que las creencias religiosas más ortodoxas y más fuertes están relacionadas positivamente con las contribuciones religiosas. También encuentran que esta relación está mediada por la asistencia a la iglesia, lo que indica que las personas con creencias religiosas más ortodoxas dan más a su iglesia porque están más involucradas en la comunidad religiosa. Olson y Caddell (1994) y Bekkers y Schuyt (2008) encuentran que la prominencia de la religión (el acuerdo con la afirmación de que la religión es importante en la vida del encuestado) se relaciona positivamente con las ofrendas religiosas principalmente a través de la asistencia a la

iglesia. Estos resultados están en línea con el hallazgo de Davidson y Pyle (1994) porque las personas con creencias más ortodoxas tienden a encontrar la religión más importante en sus vidas.

3.2.5 Educación

El nivel de educación es el segundo correlato omnipresente que se estudia en la voluntad de donar. Las relaciones positivas entre el nivel de educación y el dar se encuentran en la mayoría de los estudios empíricos que han incluido la educación como una variable (Bekkers & De Graaf, 2006; Bielefeld, et al., 2005; Brown y Ferris, 2007; Chang, 2005; Houston, 2006; Lyons y Nivison-Smith, 2006; Matsunaga, 2006; Mesch, Rooney, Steinberg y Denton, 2006; Reed y Selbee, 2002; Van Slyke & Brooks, 2005; Wilhelm, et al., 2008). Los niveles más altos de educación también se asocian con dar una mayor proporción de ingresos.

Tipos específicos de donaciones. Si bien la relación entre la educación y las donaciones anuales totales suele ser positiva, la relación entre la educación y las donaciones no es de ninguna manera la misma en todos los subsectores benéficos. En un estudio de donaciones a tipos específicos de organizaciones benéficas en Austria, la educación se relacionó positivamente con las donaciones para la protección del medio ambiente y los animales, la ayuda al desarrollo y los derechos humanos, pero se relacionó negativamente con las donaciones para la atención médica y la ayuda de emergencia (Srnska, Grohs y Eckler, 2003).

En lo que respecta al estudio de poblaciones específicas, Wu, Huang y Kao (2004) no encontraron ningún efecto de la educación sobre la probabilidad de dar en Taiwán, aunque la cantidad donada se relacionó positivamente con la educación. Park y Park (2004) no encontraron relación entre educación y donaciones en Corea. Feldstein y Clotfelter (1976) no encuentran diferencias entre los graduados universitarios y los que tienen una educación más baja, controlando la riqueza, los ingresos y el precio de los impuestos. Hoge y Yang (1994) encuentran una relación positiva de la educación con las contribuciones religiosas para los protestantes, pero no para los católicos.

Por otro lado, muchos estudios informan diferencias en las donaciones entre graduados en campos específicos de la educación. En los Países Bajos, Bekkers y De Graaf (2006) encuentran que los graduados en trabajo social y ciencias sociales, en agricultura y seguridad donan cantidades mayores, controlando un gran número de variables. El hallazgo sobre la mayor cantidad donada por graduados en ciencias sociales está en línea con los resultados de un estudio de exalumnos que

donaron a una pequeña universidad de artes liberales en los EE. UU., Informado por Wunnava y Lauze (2001), quienes encontraron que las carreras en ciencias sociales da más.

3.2.6 Edad

El hallazgo típico sobre la relación de la edad con la voluntad de donar en la literatura es que es positiva (Alpizar, Carlsson y Johansson-Stenman, 2008 Yamauchi y Yokoyama, 2005).

La mayoría de los estudios que han probado las tendencias cuadráticas encuentran que la relación de edad disminuye a mayor edad (Belfield y Beney, 2000; Chang, 2005; Lyons y Nivison-Smith, 2006)

Si bien la edad exacta a la que el gradiente de edad se debilita varía de un estudio a otro, tiende a ser después de los 65 años. Auten y Joulfaian (1996) encuentran que las donaciones son más altas entre las personas de 40 a 84 años que entre las personas más jóvenes o mayores. Andreoni (2001) y Hodgkinson y Weitzman (1996) encuentran una relación positiva hasta los 75 años, después de lo cual se observa una disminución. Wu, Huang y Kao (2004) hallaron una disminución en las donaciones después de los 65 años.

En un estudio con una gran proporción de encuestados mayores de 65 años, Schlegelmilch et al. (1997) encontraron una relación negativa entre la edad y la probabilidad de donar a obras de caridad. Brown y Lankford (1992) encuentran un aumento de las donaciones con la edad que se estabiliza después de los 45. En contraste con estos resultados, Randolph (1995) determinaron que las donaciones aumentan con la edad, a un ritmo creciente para los mayores de 40; una discrepancia que puede explicarse por el hecho de que Randolph no incluyó variables para el número de hijos y el estado civil distintas del matrimonio.

Las diferencias de edad interactúan con el género y los ingresos. Parece haber diferencias de género en la relación entre edad y dar. Duncan (1999) descubrió una relación de edad significativa para las esposas, pero no para los esposos. Se encontró una diferencia de género similar en un estudio de contribuciones religiosas (Sullivan, 1985). Daneshvary y Luksetich (1997) reportaron que las diferencias de edad varían según los ingresos: en los niveles de ingresos más altos, la donación no disminuye después de los 65 años.

Por otro lado, la donación religiosa parece estar más relacionada con la edad que la donación secular. Hrungrud (2004) halló una relación significativamente positiva entre la edad y las donaciones religiosas, pero no con otras donaciones. Yen (2002) encuentra una relación positiva entre la edad y las donaciones a la religión y la "caridad", pero no a "otras organizaciones". Sin embargo, en contraste con estos hallazgos, Brown y Ferris (2007) encuentran una relación positiva pero decreciente entre la edad y la cantidad donada a causas seculares, pero solo una relación positiva de la edad con las donaciones a organizaciones religiosas en edades más avanzadas. Varios estudios sobre donaciones a tipos específicos de causas seculares no encontraron diferencias de edad. Este es el caso de las donaciones a servicios humanos (Marx, 2000), a mendigos (Lee y Farrell, 2003) y a sociedades profesionales, organizaciones recreativas y organizaciones de mujeres (Knoke, 1990).

Wiepking (2006) encuentra una relación positiva entre la edad y la voluntad de donar a organizaciones que utilizan cartas de llamamiento como método de recaudación de fondos en los Países Bajos. Por el contrario, también encuentra que las personas mayores tienen una menor probabilidad de donar a organizaciones que solicitaron donaciones a través de colecciones puerta a puerta. Es probable que esto se deba a la inclinación de las personas mayores a no abrir la puerta durante las noches (Wiepking, 2010).

3.2.7 Socialización

Si bien relativamente pocos estudios han analizado la influencia de los antecedentes de los padres en el acto de dar, es probable que las características de los padres afecten la voluntad de donar en los niños.

Educación de los padres, ingresos y estabilidad familiar. Las circunstancias materiales en la familia de origen afectan muchos resultados de los niños, incluida la religiosidad, la educación, los ingresos y la salud y la longevidad. Como todas estas variables son predictivas de la donación, es probable que las condiciones materiales positivas en la niñez estén correlacionadas con una mayor donación en la edad adulta. De hecho, se encontró que el nivel de educación de los padres se relaciona positivamente con la cantidad donada en los Países Bajos (Bekkers, 2005). Por el contrario, un estudio de EE. UU. Encontró que los bajos ingresos y la inestabilidad familiar en la infancia se relacionaron con menos donaciones en la edad adulta (Bandy y Wilhelm, 2007).

Dos estudios sobre las contribuciones de los egresados muestran que los ingresos actuales de los padres (Marr, et al., 2005) y la asistencia actual de los padres a la iglesia (Lunn, et al., 2001) aumentan las donaciones.

En el tema de socialización religiosa, Simmons y Emanuele (2004) encuentran que las personas criadas en un hogar religioso dan cantidades más altas. Si bien este resultado es difícil de interpretar como un efecto de socialización porque el análisis no contenía una medida de la religiosidad actual, un estudio que incluye tal medida y una variedad de otros controles proporciona evidencia de un efecto de socialización religiosa (Bekkers, 2005).

El efecto de la socialización religiosa no se extiende a todos los tipos de donaciones. Regnerus, Smith y Sikkink (1998) encuentran que la importancia de la religión en la propia familia de jóvenes no está relacionada positivamente con las donaciones a organizaciones que ayudan a los pobres y necesitados una vez que se controla la asistencia actual a la iglesia y la importancia de la fe religiosa. Hoge y Yang (1994) encuentran que haber asistido a la Escuela Dominical religiosa está asociado con una mayor donación religiosa entre los católicos, pero no entre los protestantes. En modelos de regresión más extensos, se ha encontrado que la relación desaparece una vez que se incluyen la prominencia de la religión, las prácticas religiosas privadas y la asistencia actual a la iglesia. Este resultado sugiere que la socialización religiosa influye en las donaciones religiosas actuales a través de la religiosidad actual.

En su estudio entre presbiterianos, Lunn, Klay y Douglas (2001) encuentran que la frecuencia de la asistencia a la iglesia de los padres cuando el encuestado era un adolescente está relacionada positivamente con las donaciones religiosas en un análisis de regresión que incluye la afiliación religiosa personal y conyugal, la asistencia personal a la iglesia y creencias teológicas.

También cabe resaltar el modelado parental. Dar es una forma de comportamiento prosocial que a menudo los padres fomentan: muchas personas recuerdan que sus padres les enseñaron el valor de ayudar a los demás ofreciéndose como voluntarios (Independent-Sector, 2000). Un estudio en los EE. UU. que incluye una amplia variedad de controles (Wilhelm, et al., 2008) encuentra que las donaciones simultáneas de padres e hijos están significativamente correlacionadas.

Debido a que el comportamiento de donación de los padres en el pasado puede ser difícil de recordar para las personas, la mayoría de los estudios han buscado probar los efectos del modelo de los padres a través de preguntas sobre el voluntariado de los padres.

En los Países Bajos, se encontró que el voluntariado de los padres en la infancia de los encuestados estaba asociado con las donaciones actuales, incluso cuando se incluyó una amplia variedad de controles (Bekkers, 2005).

En cuanto a la participación juvenil, un análisis simple realizado por el Sector Independiente (2000) que compara valores medios revela que los adultos en los EE. UU. Que reportan actividad en asociaciones voluntarias cuando eran adolescentes dan más cuando son adultos. Feldman (2007) encuentra que esta asociación bivariada se mantiene cuando se incluyen numerosos controles. Bekkers (2005), utilizando datos del estudio de panel Giving in the Netherlands entre adultos de los Países Bajos, llega a un hallazgo similar.

El estudio también revela que la participación de los jóvenes es uno de los canales a través del cual los antecedentes de los padres afectan la voluntad de donar de los niños. Los hijos de padres con educación superior, los hijos de padres que están más fuertemente involucrados en la religión y los hijos de padres que se ofrecieron como voluntarios cuando sus hijos eran pequeños están dando cantidades más altas cuando son adultos porque es más probable que estos niños participen en asociaciones voluntarias.

Como se pudo observar a lo largo de este capítulo, existe evidencia que relaciona estados de felicidad o satisfacción personal con el acto de donar. Asimismo, hay tendencias en torno a la voluntad de donar en áreas como el género, la edad, el estado civil, el nivel de ingreso, la religión, el nivel de educación y la capacidad de socialización. Lo interesante es que identificamos áreas de oportunidad en las cuales las organizaciones caritativas pueden incursionar para “educar” a los individuos y de esa manera, generar estrategias distintas que vayan encaminadas a la mayor recaudación de fondos.

La estrategia consistiría en establecer un plan de ganar-ganar en la cual las personas necesitadas son apoyadas pero al mismo tiempo, aquel que proporciona recursos verá un beneficio al sentirse mejor ellos mismos. No se trata de apelar a la culpa o la lástima, más bien a una sinergia humanista en la cual se da promueve la felicidad con el simple acto de dar.

En el siguiente capítulo nos concentraremos en las investigaciones que abordan los perfiles de los donantes y como existen características que permiten identificarlos y de esa manera, dirigir mejor el mensaje que determinada institución caritativa desea transmitir a la sociedad.

Capítulo 4. Perfil del donante

En México no se ha explorado suficientemente el perfil de los donadores de las ISFL por lo cual estas instituciones se encuentran muchas veces limitadas financieramente, ya que no tienen el suficiente éxito para captar recursos, y así desempeñar adecuadamente sus objetos sociales.

El éxito al captar recursos depende de la relación que se establece con los donantes: personas o instituciones que, generalmente, comparten la misma misión, valores y objetivos que la organización, y desean contribuir para que se realicen actividades o proyectos y se cumplan las promesas de las organizaciones.

El objetivo del capítulo es describir las investigaciones que perfilan un tipo de donante y la manera en la que dona. Los estudios que se han realizado han sido generalmente extranjeros y han tenido un alcance descriptivo. Por ejemplo Halim (2015) y Lewin (2014) han reportado estudios en países como Gran Bretaña, Australia, Brunei y Pakistán para desarrollar una mejor comprensión de las características que tiene un sujeto donante.

Por su parte, Purnell (2013) ha trabajado en poblaciones de los Estados Unidos y concentró sus esfuerzos en la identificación de factores étnicos. Este estudio es paralelo al realizado en Holanda por Veldhuizen (2009) quien ha mostrado igual interés en conocer el impacto de la etnicidad en el perfilamiento del donante.

Otro de los estudios que cabe mencionarse es el de Jeffers (2009) quien analizó las razones por las cuales las personas donaban sus órganos y para lo cual incluyó como población de estudio distintas etnias. A este respecto se han suscitado debates en torno a los resultados obtenidos en virtud de que los resultados pueden llegar a ser contradictorios, por un lado se concluye que la etnia sí tiene influencia en la voluntad de donar y por otro lado, que es independiente de este factor.

4.1 Enfoque descriptivo de las investigaciones

Un punto relevante que debe tocarse es la metodología que han empleado los investigadores para esclarecer el perfil de los donantes. Independientemente de la causa o el enfoque motivacional para donar, los diseños de estudios que se han hallado al respecto son predominantemente descriptivos.

La intención de este apartado es remarcar que actualmente la investigación en torno a la donación ha girado alrededor de estudios descriptivos cuyos resultados no son para nada desdeñables. Para ilustrar lo anterior mencionamos los siguientes ejemplos:

De la Hoz (2018) y colaboradores aplicaron un estudio descriptivo retrospectivo en el cual buscaron determinar el perfil de donantes de un banco de sangre en Colombia. Para esto aplicaron una encuesta diseñada específicamente para las personas que asistieron al mencionado banco. Su conclusión principal fue que las mujeres constituyen el mayor número de individuos que donan.

Por su parte, Blanca (2007) y colaboradores se enfocaron en el perfil psicológico de potenciales donantes de órganos, para lograr esto, describieron los resultados de analizar factores como la emotividad, eficacia, pensamiento supersticioso, pensamiento esotérico, afabilidad, estabilidad emocional y apertura mental.

Lo mismo se observó para el caso de Bocanegra (2018) que planteó un estudio con el propósito de esbozar el perfil donantes de Lima hacia ONGs. Para ello se basaron en un diseño exploratorio, dada la indisponibilidad de datos preexistentes. De igual manera, la investigación se dirigió de forma descriptiva en la cual se utilizó la encuesta para identificar los factores que permitían inferir las características de un donador.

Otro ejemplo que se puede localizar en la literatura respecto a estudios descriptivos sobre donación es el reporte de Jeffres (2009). Aquí se analizan los factores de etnicidad, estado civil, edad, nivel de educación, ingreso anual y género. Como lo plantea el autor, estos datos buscan encontrar un patrón predictivo que permita a su vez evolucionar un modelo de perfil de donantes. Se advierte que esto no resulta fácil de lograr pero es a partir de describir el contexto de estudio que se puede alcanzar cierta luz en torno al tema.

Brashear (2010) aporta una revisión interdisciplinaria de literatura en la cual contrasta los resultados de diversos estudios descriptivos que abordan factores y características para la donación a organizaciones caritativas, Dentro de estos se encuentran variables agrupadas en factores intrapersonales, sociales y económicos. El aporte más relevante del trabajo consiste en la validación de las escalas de evaluación enfocadas a la voluntad de donar, esto con el objetivo de encontrar puntos en común dentro de la amplitud de estudios que incluye.

Filo (2020) hace énfasis en que el sentido fenomenológico de las donaciones implica necesariamente una revisión descriptiva de los casos y por lo tanto, un acercamiento empírico el cual se ve limitado por el contexto y las características de cada población estudiada: “Analizar y describir implica examinar los datos recopilados para los temas emergentes y luego identificar los significados de estos temas, lo que permite al equipo de investigación describir el fenómeno”

Algunos trabajos académicos han realizado propuestas de marketing en México para ayudar a que una institución específica obtenga más fondos. Esto necesariamente orilla a que se contemple un apartado de perfilamiento, aunque sea muy limitado en su alcance y su aplicabilidad fuera del estudio de caso. Salas (2014) es uno de estos ejemplos en cual buscó fortalecer el plan de marketing de una asociación civil para recaudar más recursos financieros y optó por el enfoque descriptivo para la segmentación de sus donantes potenciales.

Finalmente, cabe destacar el modelo descriptivo de Bekker y Wieeking (2011). A través de una revisión sistemática de la literatura (es decir, más de 500 artículos), los citados autores desentrañaron información que permite a los académicos y profesionales comprender mejor los predictores de la filantropía. De esa forma, se descubrieron ocho predictores que se explican a continuación:

Primero, la conciencia de la necesidad de los demás, se destaca como un requisito para que ocurra la filantropía que abarca la comprensión de una persona frente a la necesidad de apoyar a otros. Esta conciencia puede verse afectada por aquellas personas y entidades que solicitan donaciones y llaman más la atención sobre la causa y la necesidad de apoyo (Bekkers & Wieepking, 2011). En el contexto de las ISFL, este factor de conciencia de la necesidad se alinea con motivos como el deseo de mejorar la vida de los demás (Filo et al., 2008) y ayudar a las personas que sufren (Won, Park y Turner, 2010).

En segundo lugar, el predictor de solicitud, el cual se refiere simplemente a que se le pida que done (Bekkers & Wieepking, 2011). Los investigadores han demostrado que la mayoría de las donaciones se producen como resultado de solicitudes (Bryant et al., 2003). Este factor es importante para el contexto de las ISFL, ya que es muy poco probable que un participante de las ISFL reciba donaciones sin pedirlo, mientras que varios eventos brindan a los participantes herramientas (por ejemplo, sitios web personalizados) para ayudar con sus solicitudes de recaudación de fondos. No

obstante, los participantes de las ISFL han debatido la aprensión hacia la solicitud directa de donantes (Filo et al., 2018), lo que sugiere que se justifica una mayor investigación sobre este factor en lo que respecta a los donantes.

A continuación, el factor de costo/beneficio el cual influye en las donaciones desde una perspectiva económica en la que los donantes contribuyen en función de sopesar los costos relativos (es decir, el dinero) con los beneficios (p. Ej., Acceso y/o beneficios materiales como premios; Bekkers & Wiepking, 2011). Este factor se alinea con la noción de reciprocidad en la que los participantes de las ISFL pueden involucrarse en un evento porque se han beneficiado o anticipan beneficiarse de la causa (Filo et al., 2008). En particular, se encontró que los motivos relacionados con los beneficios, como los incentivos fiscales y los obsequios otorgados a los participantes, eran los menos influyentes (Won et al., 2010). No obstante, los incentivos fiscales pueden tener más impacto entre los donantes de las ISFL, ya que esto puede representar uno de los pocos beneficios tangibles que los donantes pueden recibir en este contexto.

Cuarto, el altruismo refleja las donaciones como un medio para lograr resultados e impacto positivo para la organización benéfica (Bekkers & Wiepking, 2011). El altruismo ha sido citado como un factor que impulsa la participación de las ISFL (Won et al., 2010). Este factor también se alinea con el deber de participación que se ha revelado entre los participantes de las ISFL (Bennett et al., 2007). Tanto el altruismo como la conciencia de la necesidad se alinean con factores asociados con ayudar a los demás. Sin embargo, los dos factores difieren en que la conciencia de la necesidad se basa en la comunicación de una necesidad por parte de una organización caritativa, mientras que el altruismo se basa en el deseo de un donante de tener un impacto.

En quinto lugar, la reputación se refiere a las consecuencias sociales que se derivan de la decisión de un individuo de donar a organizaciones benéficas, como el reconocimiento y la aprobación de los demás (Bekkers & Wiepking, 2011). Este factor también se alinea con factores como la ostentación y el estado del evento que pueden impulsar la participación (Bennett et al., 2007), junto con el beneficio de ser reconocido a través del apoyo a la caridad y el evento (Hyde et al., 2016). Como las donaciones a menudo se hacen públicas a través de páginas de recaudación de fondos y publicaciones en las redes sociales, la reputación puede influir en los donantes de las ISFL.

En sexto lugar, los beneficios psicológicos subrayan los beneficios intangibles que experimenta un donante al dar, como un mayor sentido de autoestima y alegría al ayudar a otros (Bekkers & Wiepking, 2011). Este factor se alinea con el motivo de la autoestima de los participantes, en el que experiencias que mejoraron la autoestima como resultado de su participación (Filo et al., 2008). Además, la euforia del ayudante, definida como la sensación edificante que los individuos experimentan cuando hacen una buena acción, se ha citado como un factor que impulsa la participación (Bennett et al., 2007). Estos mismos beneficios psicológicos pueden inducir a las personas a donar.

A continuación, los valores incorporan características intangibles de las personas para apoyar una organización benéfica. Esto puede incluir valores pro sociales así como valores no materialistas expresados a través de la donación (Bekkers & Wiepking, 2011). Esta sugerencia es paralela a la noción de recaudación de fondos como parte de la participación de las ISFL como expresión de la propia identidad (Wood et al., 2010). Además, se ha descubierto que el constructo de causa cargado de valor contribuye a la participación de estas organizaciones (Filo, Funk y O'Brien, 2009). Así como los valores pueden llevar a una persona a participar en otras causas benéficas, los valores también pueden llevar a un donante de genérico a hacer una contribución a la campaña de recaudación de fondos de un participante de una ISFL. Específicamente, se ha demostrado que los valores prosociales que subrayan el deseo de hacer del mundo un lugar mejor aumentan las donaciones a los grupos necesitados (Van Lange, Bekkers, Schuyt y Van Vugt, 2007).

Finalmente, la eficacia se refiere a la decisión de una persona de donar, porque cree que su contribución tendrá un impacto (Bekkers & Wiepking, 2011). En el contexto de las ISFL, se ha demostrado que la creencia en hacer una diferencia es un factor importante para los participantes (Filo, Groza y Fairley, 2012). Tanto los valores como la eficacia pueden impulsar a los donantes a apoyar a un participante del evento expresando los valores del donante y generando un impacto.

Cada uno de los ocho mecanismos identificados por Bekkers y Wiepking (2011) se alinea con aspectos de la experiencia de la EIS y puede reflejar factores que impulsan a los participantes a esforzarse para recaudar fondos para un evento y completarlo. Hasta la fecha, la investigación sobre la recaudación de fondos y la experiencia de las ISFL se ha centrado principalmente en la perspectiva de los participantes respecto a determinado evento (Daigo & Filo, 2019).

Nuestra conclusión, luego de esta exploración de la literatura, es que el fenómeno de la donación, así como el interés y esfuerzos efectuados en torno al tema, encaminan necesariamente a efectuar estudios descriptivos los cuales resultan de gran utilidad para los contextos seleccionados. Incluso se puede utilizar esta información empírica como base de predicción para identificar los individuos que son propensos a donar, pero se deben guardar las debidas proporciones y delimitaciones. De modo tal que generalizar datos parece algo aventurado en lo que concierne a definir perfiles de donación.

4.2 Modelo de investigación preponderante en los estudios sobre perfil del donante

La información disponible que hemos descrito hasta el momento nos otorga un panorama genérico de las características o factores que deben observarse para identificar a donadores potenciales. En general, la literatura sugiere que las variables que afectan los comportamientos individuales del donador podrían clasificarse en características extrínsecas e intrínsecas, lo cual constituye un modelo individual del comportamiento del donante. Las características extrínsecas representan los perfiles demográficos y sociodemográficos de los encuestados y los determinantes intrínsecos abordan los factores psicográficos subyacentes para apoyar una organización benéfica.

Nilceia y colaboradores (2014) han perfilado a los donantes desde un punto de vista extrínseco e intrínseco. En los determinantes extrínsecos consideran que la edad de un individuo se relaciona con su capacidad de donar, por ejemplo, un adulto que trabaja puede ayudar más que un adolescente que solo estudia. Según Royer (1989 apud Sargeant, 1999), un estudio en los EE.UU. señala que el 60% de las personas donantes tienen entre 60 y 76 años. El nivel socioeconómico también influye en la donación y causa una fuerza impresionante en la disposición a dar sin esperar nada a cambio. La geodemografía también juega un rol relevante ya que los individuos crean una identidad con el lugar en el que nacen, crecen, construyen su familia, es decir, donde viven. Así se genera una propensión a dar.

En lo que respecta a los determinantes intrínsecos se engloban necesidades psicológicas (autoestima, seguridad, poder) así como los sentimientos (miedo, culpa, piedad, satisfacción). Es casi imposible separar la motivación de la emoción que la acompaña y que es responsable del acto de donar. Así, cuanto más fuerte la necesidad, más intensa será la motivación. La necesidad busca un objetivo o algo que la satisfaga. Un individuo con hambre busca alimentos y hasta que no

satisfaga esa necesidad, no se concentrará ni en estudio ni en trabajo (Minicucci, 1995). Estas necesidades son dos básicamente: primarias (alimentación, ropa, seguridad) y secundarias (materiales, sociales, psicológicas). La teoría más conocida sobre este tema es la de Maslow. David McClelland desarrolló otra teoría que se basa en las necesidades humanas es conocida como Teoría de McClelland que implica tres necesidades específicas: de realización, filiación y de poder. De esa forma, las motivaciones internas son poderosas ya que se relacionan con todo lo que siente el individuo y cómo lo relaciona con el acto de donar.

Los modelos utilizados para la evaluación de donantes han consistido en análisis factoriales y regresiones logísticas. (Halim, 2015) El análisis factorial se utiliza en el desarrollo y evaluación de pruebas y escalas. Los factores se estiman con la ayuda de la varianza porcentual la cual estuvo dada con los valores de R Cox y Nagelkerke. La regresión logística se utilizó para analizar la relación entre variables. Básicamente se utiliza cuando las variables dependientes son categóricas. Específicamente se empleó la prueba de Wald la cual se emplea para probar el valor real del parámetro según la estimación de la muestra. De esta manera se obtienen una serie de parámetros que pueden utilizarse en la ecuación para calcular la probabilidad de que un caso caiga en una categoría específica. En el estudio de Halim et al se analizaron dos categorías, donantes versus no donantes y siete variables independientes. El análisis de regresión logística se adopta para el estudio para explicar la probabilidad de donaciones caritativas.

Para finalizar, la figura 5 muestra el modelo individual del comportamiento del donante presentado por Sargeant (1999) el cual se construye con entradas, procesamiento y salidas. Las entradas son los recursos y los datos internos o externos que engloban el proceso de decisión del donante. En esta etapa encontramos la apreciación del individuo en torno a la caridad, las marcas los hechos y la forma en que se piden los recursos.

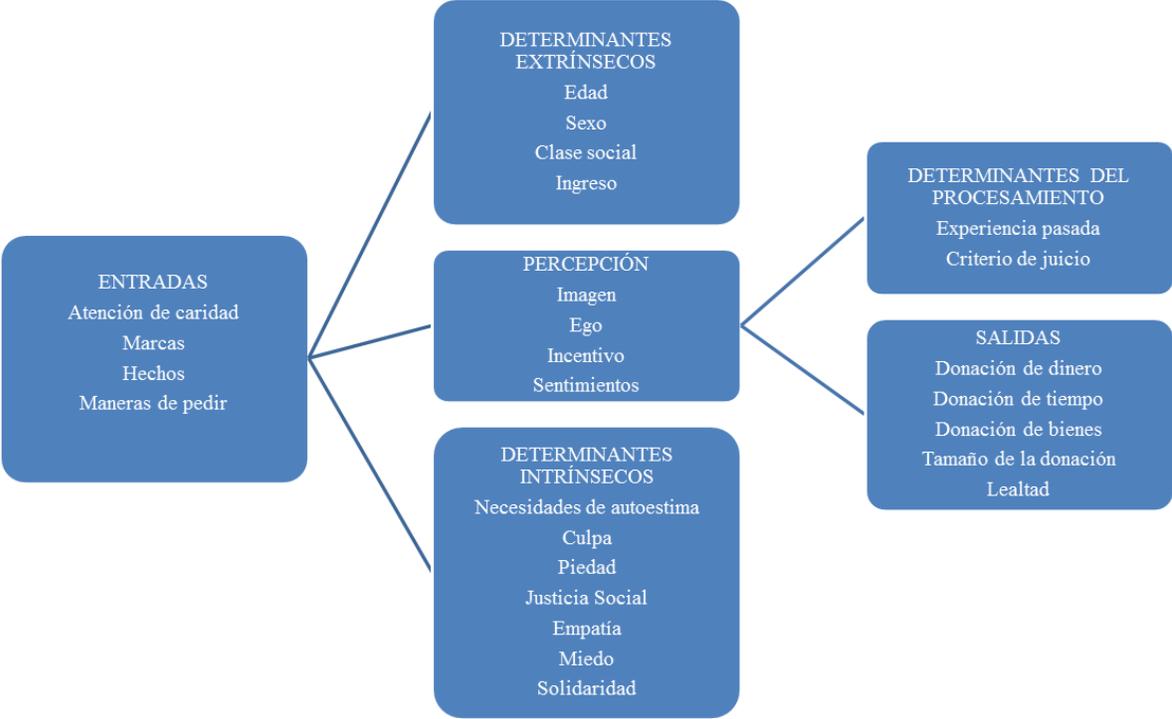
Durante el procesamiento, el donante recopila la información sobre las causas o entidades que va a elegir y define los criterios que considera en la evaluación. Aquí ubicamos los determinantes extrínsecos e intrínsecos, al igual que la percepción que tiene la persona en torno a su imagen, ego y sentimientos.

Por último, las salidas son el comportamiento del donante basado en las experiencias previas y el juicio que obtuvo de las mismas. Esto se puede materializar por medio de donaciones de dinero,

tiempo, bienes, etc. A partir del proceso de decisión del donante se pueden comprender los factores que influyen en su comportamiento.

Como se ha podido observar hasta este punto, los estudios sobre el perfil donante, independientemente de la causa a la que contribuya, han estado dirigidos al análisis de dos grandes factores que son los externos y los internos. Evidentemente cada contexto nos obliga a hacer adecuaciones respecto a las variables específicas que entran en cada una de estas clasificaciones. Pero con esta base teórica antecedentes que nos ayudan a generar nuestro propio perfil basado en estas premisas.

Figura 5
Modelo individual del comportamiento del donante



Fuente: Sargeant (1999)

4.2.1 Características Intrínsecas

Para fines de este trabajo, consideramos como características intrínsecas la generosidad, propensión a donar, estar a favor de hacer donaciones y caridad. Sargent (1999) afirma que las donaciones a causas sociales son resultado de un proceso cognitivo que intenta conocer al individuo considerando aspectos reales, imaginarios y espirituales.

Es casi imposible separar la motivación de la emoción que la acompaña y que es responsable del acto de donar (Murray, 1971; Bergamini, 2008). Así, cuanto más fuerte la necesidad, más intensa será la motivación. La necesidad busca un objetivo o algo que la satisfaga. Un individuo con hambre busca alimentos y hasta que no satisfaga esa necesidad, no se concentrará ni en estudio ni en trabajo (Minicucci, 1995).

Estas necesidades son dos básicamente: primarias (alimentación, ropa, seguridad) y secundarias (materiales, sociales, psicológicas). La teoría más conocida sobre este tema es la de Maslow (Dos Santos, 2014). David McClelland (citado en Jeffers, 2008) desarrolló otra teoría que se basa en las necesidades humanas es conocida como teoría de McClelland, que considera tres necesidades específicas: de realización, de filiación y de poder. Según esta teoría, el individuo intenta alcanzar metas y recompensas (realización), valora las relaciones humanas (filiación) e influye en las personas y en el ambiente (poder, control)

A este respecto se ha publicado que la religiosidad tiene poca influencia en la caridad; sin embargo, los donantes australianos también tienen más probabilidades de actitudes positivas de donación hacia organizaciones benéficas internacionales en oposición a las nacionales. (Lewin, et al., 2014).

En los cuatro factores psicográficos (generosidad, seguridad financiera, religiosidad, y mentalidad mundial) Lewin (2014) obtuvo los siguientes resultados: la generosidad percibida de uno mismo tuvo una influencia significativa en donaciones caritativas. La seguridad financiera percibida es un factor que determina si el encuestado es un donante potencial por lo tanto se ve como una característica determinante importante de las donaciones de caridad en Australia.

No obstante, los resultados no mostraron diferencias entre donantes y no donantes con respecto a la religión. Por lo tanto, donación caritativa en Australia es poco probable que sea impulsado por la religión, pero más por mejor autopercepción y seguridad financiera (Lewin, 2014).

Las percepciones de los individuos sobre su generosidad revelan que entre más alta sea esta, el individuo tenderá a concretar la acción de donar. Por otro lado, el tipo de donación sea caridad, altruista o para entidades gubernamentales influye en la decisión de donar (Schlegelmilch, 1997).

Sin embargo, los anteriores resultados puede resultar debatibles ya que Muchammad y Hameed (2013) no identificaron a la religión o la generosidad como factores determinantes en los donantes australianos.

Respecto a la generosidad también cabe recalcar los elementos psicológicos que se tocan ya que, en este punto, los sentimientos positivos que se generan al dar a otros representa la causa principal a la que apelan las organizaciones al momento de diseñar sus estrategias e identificar a sus prospectos.

A ese este respecto, cabe mencionar la investigación de Jeffers (2009). El estudio se enfoca al proceso de toma de decisiones por el que pasan las personas al decidir convertirse en donante de órganos. Porque la intención de comportamiento es clave, y analiza esta intención con respecto a la teoría del razonamiento a la acción (Fishbein y Ajzen), el estudio se enfoca a la comunicación de salud, para predecir intenciones de comportamiento y comportamiento.

Según esa teoría, la intención es el mejor predictor de participar en un comportamiento, y las actitudes y las normas sociales predicen las intenciones de comportamiento. Por lo tanto, esta investigación da un tratamiento diferente a los factores sociodemográficos porque los relacionan con postulados de actitudes y normas sociales que Fishbein y Ajzen.

La investigación se basa en datos de una encuesta telefónica de 2006 (N = 420) en el noreste de Ohio para examinar el impacto de la comunicación en las intenciones de las personas. El estudio actual apoya la hipótesis de que aquellos que expresan a otros su intención de donar, tienen más probabilidades de mostrar mayor disposición para convertirse en donante de órganos. Los resultados del estudio muestran que la comunicación con otros sobre la donación de órganos aumenta la disposición de los individuos a tener actitudes favorables a ser donante sobre ser un órgano.

Como lo menciona Dos Santos (2014, pág. 5) “Se nota que el donante, cuando realiza donaciones, espera algo a cambio, no necesariamente un retorno financiero, sino un retorno intangible, explicado por las distintas escuelas psicológicas”.

4.2.2 Características extrínsecas

Consideramos características extrínsecas los siguientes: Edad, género, nivel educativo, actividad ocupacional, estado civil, presencia de hijos e ingresos. A esta respecto, Lewin et al. (2014) realizaron un estudio de las características que tiene los donantes en Australia y encontraron que el género no influye en la tendencia de un individuo a donar. Lo anterior en concordancia con otros autores como Muchammad y Hameed (2013).

En contraste, Veldhuizen, (2009) encontró que el sexo sí influye: los hombres renunciaron claramente con menos frecuencia que las mujeres. Los donadores frecuentes son: mayores de 24 años, tienen un alto ingreso, una casa de alto precio, que vive en áreas menos urbanizadas. Por otro lado, el factor étnico no se encontró mucha diferencia, el riesgo de salud es un factor que influye para no ser donador. Con respecto al volumen de la donación, los hombres fueron cinco veces más donantes que las mujeres independientemente del número de invitaciones de donación.

En el área de la edad, Lewin et al (2014) reportaron una diferencia significativa entre el grupo de edad se demostró que las personas mayores tenían más probabilidades de donar que las personas más jóvenes. Más del 95% de las personas mayores de 46 años eran donantes en comparación con el 61% de las personas menores de edad de 25.

Por su parte, los resultados de Schlegelmilch (1997) muestran que la edad también es determinante, ya que hay disminución en la acción de donar después de los 65 años. Los voluntarios tienen más probabilidades de ser donantes, que no voluntarios, por lo que atraer a personas más jóvenes al voluntariado ciertamente aumentaría la probabilidad de que se conviertan en donantes.

En la dimensión del nivel educativo, Halim (2015) considera que mientras más alta sea la escolaridad del individuo, mayor es la tendencia a realizar donaciones económicas. Sin embargo esto solo se ha detectado en países como Gran Bretaña y Malasia. Schlegelmilch (1999) infiere que este factor es relevante en la medida que las donaciones implican contribuir a una causa académica o universitaria por lo cual se explica esa tendencia. Esto debido a que otros

investigadores no han encontrado al nivel educativo como un factor de peso al momento de convertirse en donador (Lewin, 2014).

El nivel de ingresos también ha sido identificado como un factor que contribuye a perfilar las características del donante. En ello concuerdan los estudios de Halim (2015); Lewin (2014); Veldhuizen (2009). Lee y Chang (2007) indican que mientras más seguridad financiera e ingresos reporta un individuo, las aportaciones se vuelven más sustanciales, independientemente de la causa que se esté ayudando.

Lo anterior también está influenciado por los beneficios fiscales que se obtienen en algunos países al realizar donaciones en instancias autorizadas. De esa forma, la proporción de donación cae dentro del rango deducible de impuestos. Sin embargo, el volumen neto de las aportaciones es alto.

Esto no significa que las personas están abocadas a donar exclusivamente por las ventajas económicas que les pueden representar. Existe un sector que realiza donaciones independientemente de las autorizaciones fiscales y que incluso emplea efectivo u otro medio que no puede ser comprobable posteriormente (Veldhuizen, 2009).

Por ejemplo, en la investigación de Dos Santos (2014) el 82,90% de los donantes explica que no pretenden que les descuenten impuestos a las ganancias por su donación. Tal vez esto se relacione con el perfil de la muestra según la cual el 42.3% gana hasta dos sueldos mínimos y no paga impuestos a las ganancias. En el caso de los individuos que ganan más por mes, el resultado podría ser otro.

Los resultados que aportan (Lee y Chang, 2007) indican que los determinantes que afectan el voluntariado son principalmente intrínsecos, mientras que los de donaciones monetarias son mayormente extrínsecos. Además, el nivel educativo y los ingresos son útiles para explicar y predecir montos de donación monetaria. El estudio concluye que existen grandes diferencias entre los resultados y los antecedentes de otros estudios.

La frecuencia con la que se llevan a cabo las donaciones está relacionada con las situaciones fiscales cuando este es el principal motor para realizar el acto. En ese sentido, se establecen aportaciones anuales que coinciden con el periodo de declaración de impuestos (Dos Santos, 2014). Cuando la motivación para donar obedece a empatía, generalmente se realizan cada vez que la instancia donataria organiza una campaña de difusión (Halim, 2015). No es visto como una

tendencia el que un individuo dona más dos veces al año, los casos encontrados obedecen a fuertes vinculaciones con las áreas que defiende la donataria (Veldhuizen, 2009).

El estado civil también influye en el perfil de un donante. Las investigaciones indican que generalmente una persona casada tiende a donar más que aquellas solteras (Dos Santos, 2014). Esto encuentra excepciones al momento de identificar causas que apoyan a padres y madres solteras. De la misma forma, existen reportes en los cuales los donantes son preponderantemente solteros y de una generación nacida entre 1980 y 1995 para lo cual los temas de interés son de corte ambiental y sustentabilidad (Awan, 2014).

En ese sentido, el estado civil y/o el número de hijos es un factor que impacta en la decisión de donar en la medida en la que los individuos se ven identificados con aquellas causas que apoyan. Aquí entra en juego nuevamente el proceso cognitivo intrínseco en el cual se genera empatía y se hace uso del sentimiento de satisfacción y generosidad.

4.3 Construcción del perfil donador

Definir el perfil de un donador basados en los resultados de distintas regiones y con objetivos tan dispares, como lo representa la actual literatura disponible, es una tarea ambiciosa cuyos resultados resultarán inevitablemente debatibles. Es decir, el mencionado perfil tendrá influencias irremediables en torno a la cultura, las costumbres y demás tendencias que se presenten en su contexto de vida.

Para muestra vale la pena retomar los resultados obtenidos por Hamil (2015) para cinco países distintos: Malasia, Bretaña, Australia, Brunei y Pakistán:

Tabla 3
Influencia de factores intrínsecos y extrínsecos de acuerdo a Hamil (2015)

| Tipo de característica | Indicador | Malasia | Bretaña | Australia | Brunei | Pakistán |
|------------------------|-----------------------|---------|---------|-----------|--------|----------|
| Extrínsecos | Género | No | No | No | No | No |
| | Edad | Sí | No | Sí | No | No |
| | Ingreso | Sí | Sí | Sí | No | Sí |
| | Educación | Sí | Sí | No | Sí | Sí |
| Intrínsecos | Generosidad percibida | No | Sí | Sí | No | Sí |
| | Seguridad financiera | No | No | Sí | No | Sí |
| | Religiosidad | Sí | Sí | No | Sí | Sí |

Fuente: Hamil (2015)

Se puede observar que mientras para Australia la religiosidad no es determinante al momento de hacer donaciones, sí resulta importante en países como Malasia, Bretaña, Brunei y Pakistán. O por otro lado, que la edad si es relevante en Malasia y Australia, pero no resultó de impacto en Bretaña, Brunei y Pakistán.

Incluso, el Índice de Donaciones Mundiales de CAF muestra que la tendencia a donar ha disminuido globalmente, aun cuando sigue en un punto alto registrado en 2016. El tipo de donación que se mantiene es la donación a un extraño. En 2016 la tendencia de donación incremental apuntó hacia África registrando un cambio positivo después de varios años de mantenerse a la baja. Existe aún apoyos a la vida monástica de Asia, pero esta se vio afectada por el cambio de régimen en China.

Relacionado con lo anterior, la economía global también es un factor debatible al momento de describir el perfil de un donante. Algunos autores han encontrado que en regiones desarrolladas los individuos tienden a ser más generosos que en regiones en vías desarrollo (Bekkers, 2010, Meijer, 2009). Sin embargo, se debe tener precaución en no generalizar estos resultados en el sentido de que existen a la par otros indicadores que pueden explicar esa evidencia desde otra perspectiva. Por ejemplo, el que en países desarrollados, los beneficios fiscales fomenten en mayor medida la donación para exención de impuestos.

Lo anterior también está condicionado a las áreas de ayuda o causas sociales por las cuales se dona. Por ejemplo, la ayuda humanitaria experimenta periodos de altas cuando existen desastres naturales y están en función de la difusión que se le dé a los hechos en cuestión (Dos Santos, 2014). Las causas ambientales tienen una tendencia más extendida que coincide con ciertos sectores de la población que han nacido entre 1980 y 1996 (Awa, 2014). Las donaciones a causas de salud también varían de una sociedad a otra y están relacionados con personas que han experimentado determinada enfermedad, o en su defecto, conocen a alguien cercano que la ha manifestado (Ranganathan, 2008).

Como pudo haber vislumbrado en el desarrollo de este trabajo, la generosidad no es un acto aislado; por el contrario, es un valor que puede expresarse de múltiples maneras y que tiende a

florecer cuando existe el entorno propicio y a retroalimentarse con otras formas de generosidad y solidaridad con el prójimo.

De esa forma, quienes donan a la Iglesia, tienen mayor inclinación a donar a organizaciones no religiosas. Quienes donan informalmente dando limosna a la gente en la calle, demuestran también esta generosidad donando a organizaciones que piden su apoyo. Quienes ayudan a sus vecinos, amigos y familiares prestándoles o dándoles dinero, comida o vestido cuando lo necesitan, tienden también a ayudar a extraños vía donativos institucionales. Quienes se comprometen con una causa afiliándose a una organización o donando su tiempo y trabajo como voluntarios, no se detienen allí y demuestran aún más su compromiso donando a dichas organizaciones.

Por lo tanto, fomentar una forma de solidaridad y de compromiso social fomentará las otras, y este debe ser el punto de encuentro en el que el objetivo común sea desencadenar este “círculo virtuoso”. A modo de síntesis, las características extrínsecas e intrínsecas identificadas en la revisión de literatura son los mostrados en la siguiente tabla:

Tabla 4

Síntesis de factores intrínsecos y extrínsecos que impactan en el perfil del donante

| Características extrínsecas | Características intrínsecas |
|--|--|
| Es más probable que los donantes sean mujeres que hombres. | Los donantes se perciben a sí mismos como más generosos que los no donadores |
| Los donantes tienen más probabilidades de ser personas mayores. | La seguridad financiera tiene un efecto significativo en las donaciones. |
| Es más probable que los donantes tengan mayores ingresos. | Los donantes se perciben a sí mismos como más seguros financieramente |
| Es más probable que los donantes tengan niveles más altos de educación. | Los donantes se perciben a sí mismos como más religiosos que los no donadores |
| | Campañas de recaudación de fondos: tiene efecto significativo en las donaciones |
| | Actitud individual hacia las donaciones de caridad: tiene efecto significativo en las donaciones |
| | Confianza en las organizaciones de caridad: tiene efecto significativo en las donaciones |

Fuente: Lewin, 2014; Schlegelmilch, 1997; Purnell, 2013, Jeffers, 2013)

Resulta en ese sentido crucial que, para el diseño de proyectos recaudatorios por parte del tercer sector en México, se hagan esfuerzos pertinentes con el objetivo de delinear una imagen más realista de los factores que mueven a donar a los habitantes de este país.

Capítulo 5. Método

Como se mostró previamente, el objetivo central es describir el perfil del donante potencial a causas sociales través de sus características extrínsecas (edad, género, nivel educativo, actividad, estado civil, número de hijos e ingresos) e intrínsecas (generosidad, propensión a donar, estar a favor de hacer donaciones y caridad).

El tipo de estudio que se presenta es no experimental dado que no se manipulan los factores planteados y solo se busca describir y comparar la información observada de acuerdo con los perfiles del donante. Asimismo, el diseño es transversal ya que consiste en analizar la información de los mencionados perfiles en un momento específico en el tiempo.

5.1 Participantes

El muestreo aplicado en esta investigación fue de tipo no probabilístico a conveniencia. Este tipo de muestreo se utiliza cuando no tenemos acceso a una lista completa de los individuos que forman la población (marco muestral).

Para acercarse a los participantes se utilizaron las herramientas que proporcionan las redes sociales. En los últimos tiempos, como un medio de acceder a los posibles participantes de estudios como este, cada vez se ha hecho más frecuente el uso de herramientas de la internet y las redes sociales. Entre otros autores, Domínguez (2020), expone diversas razones que han llevado al uso de este recurso en la investigación. El alcance de la tecnología y la red social WhatsApp nos permite tener una cobertura amplia en un menor tiempo (comparándolo con la aplicación de cuestionarios presenciales). De la misma manera, permite la ausencia de intermediarios, y una mejor localización de los equipos de trabajo con lo cual se abona a una mayor eficiencia en el desarrollo logístico de la investigación. Por otro lado, fomenta la ubicuidad del investigado así como acceso ágil y formatos estándar de la información: “la capacidad de acceder, casi simultáneamente, a múltiples lugares del espacio virtual, o trabajar y/o relacionarnos con varias partes del planeta al mismo tiempo, confiere al usuario/investigador esa misma capacidad de ubicuidad que tiene la información” (Domínguez, 2020, p. 5)

Al respecto de este tipo de canales de comunicación, Domínguez (2020) apunta que: “La comunicación entre usuarios se establece a diferentes niveles espacio/temporales, en diversos

sentidos y en base a las necesidades y voluntad de cada uno. Entre todos ellos se reproducen modos tradicionales de interacción: diálogos privados o públicos, fórums, circulares, debates, etc.”

De lo anterior expuesto, resaltamos el carácter voluntario que prevalece al usar redes sociales: no hay condicionamiento y el usuario está más dispuesto a participar por su propia voluntad dado que el tema es de su interés. Cuando se trata de algo en lo que no tiene afinidad, simplemente lo ignora (Domínguez, 2020). Así pues, al realizar una investigación basada en redes sociales debemos tener en mente que hay una motivación personal que permite inferir mayor grado de honestidad en las respuestas, comparado con el caso en que los participantes fueran condicionados por algún tipo de situación o gratificación.

Es por esto que para la recolección de la información, el instrumento de medición fue enviado por WhatsApp a personas que viviera en la Ciudad de México, entre septiembre y diciembre del 2019, y que fueran mayores de 18 años. El número total de participantes que respondieron el cuestionario fue 310 personas que contestaron el cuestionario, 155 no realizaban donaciones y 155 sí lo hacían.

La muestra total estuvo compuesta por 68% individuos del sexo femenino y 32% masculino. El nivel educativo en orden decreciente fue: 78% personas nivel licenciatura; 18% maestría; 3 % doctorado. Por otro lado, la ocupación se reportó: 43% empleados; 28% dependientes económicos (estudiantes y amas de casa); 24% emprendedores y 1 % jubilado.

El estado civil de los participantes fue 51% solteros; 43% casados; 7% separados o viudo. 48% personas reportaron tener hijos mientras que las 52% restantes indica que no los tiene. Finalmente, los ingresos fueron: 32% de \$13,500 a \$40,599; 25% de \$ 0 a \$ 3, 129.00; 11% \$10,690 a \$13,499; 11% de \$40,500 a \$98,499; 9% de \$ 3,130 a \$ 7, 779.00; 7% de más de \$98,000; 5% de \$ 7,800 a \$10,689.

5.2 Variables

Las variables se dividieron en factores extrínsecos (edad, género, nivel educativo, actividad ocupacional, estado civil, número de hijos e ingresos) e intrínsecos (generosidad, propensión a donar, estar a favor de las donaciones y caridad). En la tabla número 1 se definen las variables involucradas en el estudio, así como el tipo, escala y unidad de medición.

Tabla 5
Definición de variables

| Variable | Definición | Tipo y escala | Unidad de medición |
|------------------------------|--|--------------------------------------|---|
| Edad | Se establecen rangos de edad que comprendan 13 edades para agrupar conforme a bloques. | Cuantitativa Numérica Discreta | Años |
| Género | Diferencias y características biológicas, que los definen como hombres o mujeres. | Cualitativa Nominal | 1. Femenino 2. Masculino |
| Nivel educativo | Grado máximo de estudios terminado. | Cualitativa Nominal | 1. Licenciatura 2. Maestría 3. Doctorado |
| Actividad ocupacional | Ocupaciones que desarrolla una persona en su vida diaria. | Cualitativa Nominal | 1. Estudiantes y amas de casa (dependientes económicos) 2. Empleado 3. Emprendedor / Empresario. Comprende comerciantes y actividad freelance 4. Jubilado /pensionado |
| Estado civil | Condición de una persona según el registro civil en función de si tiene o no pareja y su situación legal respecto a esto. | Cualitativa Nominal | 1. Soltero 2. Casado 3. Separado /Viudo |
| Número de hijos | Presencia de infantes en el hogar. | Cualitativa dicotómica | 1. Si 2. No |
| Nivel de ingreso | Segmentación de ingresos y gastos de los hogares en México de acuerdo a los rangos generados por la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados (AMAI). | Cualitativa Nominal | 1. \$ 0 a \$ 3, 129.00 2. \$ 3,130 a \$ 7, 799.00 3. \$ 7, 800 a \$ 10, 689.00 4. \$ 10, 690 a \$ 13, 499.00 5. \$ 13, 500 a \$ 40, 599.00 6. \$ 40, 500 a \$ 98, 499.00 7. Más de \$ 98, 000 |
| Generosidad | Hábito del ser humano de dar y compartir con los demás sin recibir nada a cambio. | Cuantitativa ordinal | Escala del 1 al 10 |
| Propensión a donar | Acto de liberalidad por el cual una persona dispone de una cosa en favor de otras. | Cuantitativa ordinal | Escala del 1 al 10 |

| | | | |
|------------------------------------|---|------------------------|--|
| A favor de hacer donaciones | Disposición en beneficio y utilidad de las donaciones. | Cuantitativa ordinal | Escala del 1 al 10 |
| Caridad | Detectar si la persona ayudó a una persona que no conocía y necesitaba ayuda. | Cualitativa dicotómica | 1. Si 2. No |
| Causa a la que dona | Tema o grupo que se apoya con la donación de acuerdo a clasificación del Centro Mexicano de Filantropía México (CEMEFI) | Cualitativa Nominal | 1. Asistencia a pobres o poblaciones vulnerables 2. Educación 3 Vivienda 4. Salud 5. Desarrollo Social 6. Alimentación 7. Ayuda humanitaria 8. Empleo 9. Flora, fauna y medio ambiente |
| Forma de la donación | Método elegido por el participante para realizar la donación. | Cualitativa Nominal | 1. Monetaria 2. Especie 3. Voluntariado |

Fuente: Elaboración propia

5.2.1 Instrumento de recolección de datos

El cuestionario estuvo compuesto por 18 reactivos de opción múltiple que permitieron conocer cada una de las variables extrínsecas, así como las características de la donación que realizan los donantes de Ciudad de México. Así mismo con 3 reactivos con escala tipo Likert para evaluar las variables intrínsecas.

5.2.1.1 Medición de las variables extrínsecas

A través de 10 reactivos de opción múltiple, se midió género, nivel educativo, actividad ocupacional, estado civil, presencia de hijos y el nivel de ingreso mensual de los participantes. Un reactivo más con respuesta abierta fue la edad.

5.2.1.2 Medición de las variables intrínsecas

Para medir generosidad, propensión a donar y estar a favor de donaciones, se midieron a través de 3 reactivos ocupando escala tipo Likert, en una escala de 10 (la escala Likert puede variar de 4 a 10 puntos).

Para conocer si a pesar de que no fueran donantes recurrentes, las personas tendían a hacer caridad, ésta se midió por medio de un solo reactivo en el cual se hace el siguiente planteamiento: “¿Ha ayudado a una persona que no conocía y necesitaba ayuda en el último mes?”

Las mediciones de un solo ítem han resultado recomendables cuando el atributo a medir no se desea explorar en todas sus dimensiones, ya que los objetivos de la investigación están orientados en otra dirección (Diamantopoulos, Sarstedt, Fuchs, Wilesinsky y Kaiser, 2012). Asimismo, en muestras que son mayores a 50 participantes, se ha observado que los datos producidos por este tipo de mediciones resultan confiables y se correlacionan bien con medidas multi-items (Yohannes, 2011).

Al respecto, cabe mencionar que debido a limitaciones prácticas (p. Ej., Duración de la encuesta, disponibilidad de tiempo de los encuestados), existen situaciones en las que el uso de reactivos únicos (“single item measures”) para medir constructos complejos resulta de utilidad para capturar información que de otro modo no se medirían (Fisher, Matthews y Gibbons, 2015). Aunque las medidas de varios elementos son preferibles desde un punto de vista de la medición de constructos, en algunas circunstancias las medidas de un solo elemento pueden proporcionar información útil.

La estrategia comentada también ha sido utilizada dentro del contexto de la pandemia por COVID-19. Maftai (2020) en la que también se utilizaron ítems únicos o un solo reactivo midió el comportamiento de donación general de los participantes, utilizando el siguiente ítem: ¿Suele donar a ONG, participantes que responden en una escala dicotómica, con Sí o No como posibles respuestas? También evaluó las formas en que los participantes suelen donar (¿Cuáles son las formas en las que usted suele donar?). Un ítem de la escala exploró el motivo más frecuente de las donaciones (es decir, ¿cuál es el criterio que suele convencerle de hacer una donación?).

De esa forma, en esta investigación se optó por medir las características intrínsecas generosidad, propensión a donar y estar a favor de las donaciones en un solo ítem cada una, utilizándose una escala del 1 al 10 para ser respondida por los participantes, con la finalidad de evitar que las personas no estuvieran dispuestas a contestar el instrumento enviado a través de una red social, debido a considerarlo muy extenso, dado que tienden a desalentarse en completarlo por el tiempo que se invierte (Abdel, 2006).

En la misma línea, otra particularidad que nos orilló a elegir el enfoque de un solo reactivo medición de variables intrínsecas, es que esta puede permitir a los investigadores probar modelos más holísticos o completos de relaciones entre constructos en la investigación organizacional. Por ejemplo, Voydanoff (2007) indicó que una limitación significativa de muchos modelos de trabajo-familia existentes es que estos modelos no evalúan constructos conceptuales importantes. La razón es relativamente sencilla: en cualquier estudio dado, los investigadores a menudo están limitados por la cantidad de preguntas que pueden hacer.

5.2.1.3 Medición de la variable dependiente: Donación habitual

Para saber si participantes eran donantes habituales, debían responder a la pregunta ¿Realiza habitualmente donación a una "causa social"? teniendo como respuesta opción dicotómica. Con este reactivo, los no donantes, debían terminar el cuestionario pues la sección consecutiva se refiere a frecuencia y otras características de las donaciones realizadas.

5.2.1.4 Medición de las características de las donaciones

Para explorar las causas sociales a las que los participantes acostumbran donar, la forma en la que contribuyen y la frecuencia con la que lo hacen, se presentó a los participantes una matriz donde tenían que marcar una respuesta en las opciones presentadas: Causa social, tipo de donación (monetaria, en especie o voluntariado) así como si entrega la donación a una institución o directamente a la persona afectada. Esto permitió observar claramente las peculiaridades que acompañan a este donante respecto a la causa social a la que dona.

Finalmente, para entender las razones por las que los participantes hacen donaciones se hizo la siguiente pregunta abierta. “¿Por qué inició a donar a esta causa?” esto permitió que el participante tuviera la libertad de responder aportando mayor detalle en sus contestaciones.

5.3 Procedimiento

En una primera fase se aplicó la primera versión del cuestionario a 30 participantes con la finalidad de corroborar la claridad de los planteamientos. A raíz de los resultados se realizaron adecuaciones en cuanto a la redacción del instrumento.

Posteriormente el cuestionario diseñado en Google Forms se distribuyó de forma abierta por medio de WhatsApp a los contactos de la autora de esta tesis los cuales a su vez, los distribuyeron a distintas personas a través de sus redes y contactos, este tipo de plataformas en los últimos tiempos han sido de mucha utilidad en la investigación para recabar información (Efthymiou, 2012), facilitando acceso de los cuestionarios a personas que no están físicamente cercanas al investigador, aunado a esto, la orientación de estos formatos es que los propios participantes se vean motivados y la muestra se constituya a partir de esta premisa; claro está, respetando los criterios de espacialidad y temporalidad planteados previamente.

resultados fueron recibidos por correo electrónico y de ahí se obtuvo el cuestionario final puede apreciarse en el Anexo I. A raíz de lo anterior se concluyó que de las 310 personas que contestaron el cuestionario, 155 no realizaban donaciones y 155 sí lo hacían.

5.4 Análisis de datos

Los datos obtenidos fueron analizados como sigue:

- Análisis de datos por estadística descriptiva, se evaluaron las variables extrínsecas e intrínsecas y se expresaron como porcentajes. Las variables cuantitativas se reportaron como promedios.
- Análisis de datos por estadística inferencial, se hizo un contraste estadístico entre los grupos resultantes de las variables definidas previamente; las comparaciones de las variables dicotómicas se realizaron mediante la prueba Ji cuadrada de Pearson. Mientras que la prueba T de student se utilizó para la comparación de medias.
- También se realizaron dos estudios de regresión logística nominal para las variables extrínsecas y una regresión lineal con modelo enter para las características intrínsecas con el fin de tener el carácter atributivo de éstas para predecir la tendencia a donar.
- Ya que se obtuvieron respuestas numerosas y variadas de la razón por la cuál donan a una causa social en específico, se generó categorización de todas las respuestas reduciendo la variedad de respuestas codificadas y de esta manera tener un cómodo manejo de datos resultantes de la pregunta abierta. Es importante precisar que cada respuesta debía atribuirse a una sola categoría negando la posibilidad de codificar una respuesta en varias categorías.

Capítulo 6. Resultados

6.1 Características extrínsecas de donantes.

Como se establece en el primer objetivo de la investigación que es identificar las características que predominan en los donantes, se pretende detectar un patrón que permita caracterizar con claridad a las personas que hacen donaciones con cierta frecuencia. En la tabla número 6 se desglosan las características extrínsecas.

Tabla 6
Características extrínsecas de donantes

| Características Extrínsecas | | Donantes |
|-------------------------------------|-------------------------|-----------------|
| Género* | Femenino | 67.70 % |
| | Masculino | 32.30 % |
| Edad | 18 a 30 años | 41.30 % |
| | 31 a 43 años | 37.40 % |
| | 44 a 56 años | 18.01 % |
| | 57 a 69 años | 2.60 % |
| | 70 años en adelante | 0.06 % |
| Nivel educativo | Hasta licenciatura | 78.70 % |
| | Maestría | 18.10 % |
| | Posgrado | 3.20 % |
| Ocupación | Dependientes económicos | 14.00 % |
| | Empleado | 46.00 % |
| | Emprendedor/Empresario | 40.00 % |
| | Jubilado | 0.00 % |
| Estado civil | Soltero | 51.00 % |
| | Casado | 42.60 % |
| | Separado/viudo | 6.50 % |
| Hijos | Si | 48.40 % |
| | No | 51.60 % |
| Nivel de ingreso económico** | \$0 a \$ 3,129 | 24.50 % |
| | \$ 3,130 a \$ 7, 799 | 9.00 % |
| | \$ 7, 800 a \$ 10, 689 | 5.20 % |
| | \$ 10, 690 a \$13, 499 | 11.00 % |
| | \$ 13, 500 a \$40, 599 | 32.30 % |
| | \$ 40, 500 a \$ 98, 499 | 11.00 % |
| | Más de \$ 98, 000 | 7.10 % |

* Chi cuadrada=3.96, gl=1, p=.04

** Chi cuadrada=14.50, gl=6, p=.02

Por otra parte, las características extrínsecas desglosadas por género, se muestran en la siguiente table número 7. Este análisis surgió tras haber identificado que existía una diferencia significativa entre hombres y mujeres en cuanto a realización habitual de donaciones: una de las diferencias se encuentra en la edad; la mayoría de hombres donantes de encuentra en un rango mayor de edad que las mujeres donantes; son casados y con hijos, las mujeres son solteras sin hijos lo que podemos suponer que el ciclo de vida de los hombres influye en este perfil de donante.

Tabla 7
Características extrínsecas donantes por género

| Características extrínsecas | | Donantes | |
|-----------------------------------|-------------------------|----------|-----------|
| | | Femenino | Masculino |
| | | 67.70 % | 32.30 % |
| Edad | 18 a 30 años | 46.70 % | 30.00 % |
| | 31 a 43 años | 40.00 % | 32.00 % |
| | 44 a 56 años | 10.50 % | 34.00 % |
| | 57 a 69 años | 1.90 % | 4.00 % |
| | Más de 70 años | 1.00 % | 0.00 % |
| Nivel educativo | Hasta licenciatura | 84.90 % | 66.00 % |
| | Maestría | 12.40 % | 30.00 % |
| | Posgrado | 2.90 % | 4.00 % |
| Ocupación | Dependientes económicos | 34.30 % | 14.00 % |
| | Empleados | 47.60 % | 46.00 % |
| | Emprendedor | 17.10 % | 40.00 % |
| | Jubilado | 1.00 % | 0.00 % |
| Estado civil | Soltero | 56.20 % | 40.00 % |
| | Casado | 37.10 % | 54.00 % |
| | Separado / viudo | 6.70 % | 6.00 % |
| Hijos | Si | 30.00 % | 18.00% |
| | No | 37.00 % | 14.00% |
| Nivel de ingreso económico | \$0 a \$ 3,129 | 33.65 % | 6.00 % |
| | \$ 3,130 a \$ 7, 799 | 10.57 % | 6.00 % |
| | \$ 7, 800 a \$ 10, 689 | 5.76 % | 4.00 % |
| | \$ 10, 690 a \$13, 499 | 11.53 % | 10.00 % |
| | \$ 13, 500 a \$40, 599 | 25.96 % | 46.00 % |
| | \$ 40, 500 a \$ 98, 499 | 7.69 % | 16.00 % |
| | Más de \$ 98, 000 | 4.80 % | 12.00 % |

La tabla número 8 corresponde al análisis de las características extrínsecas para el total de las causas lo que nos permite tener una vista general de cómo se conforman. Con estos datos podemos observar con mayor claridad que el género femenino es determinante en el perfil de donante en el total de las causas sociales ya que presenta frecuencias mayores al 60%. Asimismo, el nivel de ingreso económico de los donantes, se concentra en los primeros cuatro rangos lo que habla que son ingresos correspondientes a clase media y clase baja. Los donantes no cuentan con niveles socioeconómicos altos. En el caso de donantes a la causa de Salud, cuentan con el nivel de ingreso más bajo.

Tabla 8
Características extrínsecas por causa social

| Características extrínsecas | | Asistencia a pobres o poblaciones vulnerables | Flora, fauna y medio ambiente. | Salud | Educación | Ayuda Humanitaria | Alimenta ción |
|-----------------------------|----------------------------|---|--------------------------------------|---------|-----------|----------------------|------------------|
| Género | Femenino | 60.00 % | 80.00 % | 68.20 % | 76.20 % | 68.40 % | 64.70 % |
| | Masculino | 40.00% | 20.00 % | 31.80 % | 23.80 % | 31.60 % | 5.30 % |
| Edad | 18 a 30 años | 35.00 % | 32.00 % | 50.00 % | 47.62 % | 42.11 % | 58.82 % |
| | 31 a 43 años | 35.00 % | 56.00 % | 31.82 % | 38.10 % | 36.84 % | 17.65 % |
| | 44 a 56 años | 20.00 % | 12.00 % | 18.18 % | 14.29 % | 15.79 % | 23.53 % |
| | 57 a 69 años | 7.50 % | 0.00 % | 4.55 % | 0.00 % | 5.26 % | 0.00 % |
| | 70 años en adelante | 2.50 % | 0.00 % | 0.00 % | 0.00 % | 0.00 % | 0.00 % |
| Nivel educativo | Hasta licenciatura | 70.00% | 88.00 % | 81.80 % | 76.20 % | 89.40 % | 64.70 % |
| | Maestría | 30.00 % | 4.00 % | 18.20 % | 14.30 % | 10.50 % | 29.40 % |
| | Posgrado | 0.00 % | 8.00 % | 0.00 % | 9.50 % | 0.00 % | 5.90 % |
| Ocupación | Dependientes económicos | 25.00 % | 16.00 % | 40.90 % | 38.10 % | 26.30 % | 29.40 % |
| | Empleados | 42.50 % | 64.00 % | 27.30 % | 42.90 % | 63.20 % | 41.20 % |
| | Emprendedor | 30.00 % | 20.00 % | 31.80 % | 9.50 % | 10.60 % | 29.40 % |
| | Jubilado | 2.50 % | 0.00 % | 0.00 % | 8.05 % | 0.00 % | 0.00 % |
| Estado civil | Soltero | 45.00 % | 44.00 % | 59.10 % | 66.70 % | 52.60 % | 41.20 % |
| | Casado | 50.00 % | 40.00 % | 40.90 % | 28.60 % | 42.10 % | 47.10 % |
| | Separado/viudo | 5.00 % | 16.00 % | 0.00 % | 4.80 % | 5.30 % | 11.80 % |
| Hijos | Si | 57.50 % | 40.00 % | 51.10 % | 28.60 % | 47.40 % | 52.90 % |
| | No | 42.50 % | 60.00 % | 40.90 % | 71.40 % | 52.60% | 47.10 % |

| Nivel de ingreso económico | \$0 a \$ 3,129 | 25.00 % | 20.00 % | 31.80 % | 28.60 % | 21.10 % | 17.60 % |
|----------------------------|-------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | \$ 3,130 a \$ 7, 799 | 0.00 % | 20.00 % | 13.60 % | 14.30 % | 0.00 % | 5.90 % |
| | \$ 7, 800 a \$ 10, 689 | 2.50 % | 4.00 % | 13.60 % | 4.80 % | 10.50 % | 0.00 % |
| | \$ 10, 690 a \$13, 499 | 7.50 % | 8.00 % | 9.10 % | 9.50 % | 15.80 % | 29.40 % |
| | \$ 13, 500 a \$40, 599 | 47.50 % | 36.00 % | 4.50 % | 19.00 % | 42.10 % | 35.30 % |
| | \$ 40, 500 a \$ 98, 499 | 12.50 % | 8.00 % | 13.60 % | 19.00 % | 0.00 % | 5.90 % |
| | Más de \$ 98, 000 | 5.00 % | 4.00 % | 13.60 % | 4.80 % | 10.50 % | 5.90 % |

Por otra parte, para identificar las variables extrínsecas y su contribución a la tendencia a donar, se aplicó una regresión logística multinomial.

Dado que en algunas de las opciones de las preguntas hechas a los participantes se tuvieron frecuencias bajas, los datos fueron reagrupados para concentrar un mayor número de casos por cada acción; por ejemplo, para las variables extrínsecas, el estado civil se concentra en solteros (solos) y casados; para la edad se crearon 4 grupos, el primero comprende edades de 17 a 30 años, el segundo grupo de 31 a 40 años, el tercer grupo de 41 a 50 años y el cuarto grupo de 50 a 74 años. Asimismo, en nivel educativo el reagrupamiento de información consta de solo tres niveles educativos: Estudios hasta secundaria, el segundo nivel es contar con preparatoria y el tercer nivel se refiere a todos aquellos con estudios superiores.

En la tabla número 9 podemos observar que los valores de Pseudo R cuadrada Cox y Snell indican una variabilidad del modelo de 9.2%; Nagelkerke 12.2% y McFadden 6.9%, que corresponde al porcentaje con el que las variables contribuyen a la predicción.

No obstante los valores anteriores, el modelo de regresión presentó una bondad de ajuste adecuada, en la tabla 19 puede observarse que Chi cuadrada no arroja un nivel de significancia menor a .05, es decir el modelo propuesto no es diferente al encontrado en el análisis.

Tabla 9

Regresión logística multinomial para variables extrínsecas de donantes

| Análisis | Pseudo R-cuadrada |
|-------------|-------------------|
| Cox y Snell | 0.092 |

| | |
|------------|-------|
| Nagelkerke | 0.122 |
| McFadden | 0.069 |

De esta forma, la tabla 10 explica los resultados de la regresión logística para las variables extrínsecas y la donación. Proporciona información sobre la contribución o importancia de cada variable predictora. La prueba que se utilizó se conoce como prueba de Wald. Esta prueba se utiliza para probar el valor real del parámetro según la estimación de la muestra. Los valores B proporcionados en la segunda columna son equivalentes a los valores B obtenidos en un análisis de regresión múltiple. Estos son los valores que se usarían en una ecuación para calcular la probabilidad de que un caso caiga en una categoría específica.

Tabla 10
Bondad de ajuste para variables extrínsecas de donantes

| | Chi cuadrada | gl | Sig |
|-------------------|--------------|-----|------|
| Pearson | 102.952 | 101 | .427 |
| Desviación | 127.549 | 101 | .038 |

Tabla 11
Relación entre variables extrínsecas y la donación.

| Sí realiza habitualmente donación a una "causa social" | B | Error típ. | Wald | gl | Sig. | Exp (B) |
|--|----------------|------------|-------|----|------|---------|
| Intersección | -.309 | .409 | .569 | 1 | .451 | |
| Mujer | .512 | .264 | 3.771 | 1 | .050 | 1.669 |
| Hombre | 0 ^b | . | . | 0 | . | |
| Solteros | -.476 | .312 | 2.316 | 1 | .128 | .622 |
| Casados | 0 ^b | . | . | 0 | . | |
| 17 a 30 años | .344 | .478 | .517 | 1 | .472 | 1.410 |
| 31 a 40 años | .475 | .437 | 1.180 | 1 | .277 | 1.607 |
| 41 a 50 años | .570 | .431 | 1.752 | 1 | .186 | 1.769 |
| 50 a 74 años | 0 ^b | . | . | 0 | . | |
| Hasta secundaria | -1.28 | .861 | 2.236 | 1 | .135 | .276 |

| | | | | | | |
|--|----------------|------|-------|---|------|-------|
| Preparatoria | .741 | .357 | 4.315 | 1 | .038 | 2.098 |
| Estudios superiores | 0 ^b | . | . | 0 | . | . |
| Nivel ingreso \$ 0 a \$ 3, 129.00 | .205 | .520 | .156 | 1 | .693 | 1.227 |
| Nivel ingreso \$ 3,130 a \$ 7, 799.00 | -1.010 | .549 | 3.429 | 1 | .064 | .362 |
| Nivel ingreso \$ 7, 800 a \$ 10, 689 | -.505 | .597 | .715 | 1 | .398 | .603 |
| Nivel ingreso \$ 10, 690 a \$ 13, 499.00 | -.359 | .464 | .599 | 1 | .439 | .698 |
| Nivel ingreso \$ 13, 500 a \$ 40, 599.00 | .257 | .369 | .484 | 1 | .487 | 1.293 |
| Nivel ingreso \$ 40, 500 a \$ 98, 499.00 | 0 ^b | . | . | 0 | . | . |
| No | -.240 | .334 | .514 | 1 | .473 | .787 |
| Si | 0 ^b | . | . | 0 | . | . |

b. Este parámetro se ha establecido a cero porque es redundante.

El análisis mostró que las mujeres (B=.512, con Wald=3.77, gl=1 y p=.050), las personas con preparatoria (B=.741, con Wald=4.31, gl=1 y p=.038), pudieran ser predictores de donación. El resto de las variables exhiben una significancia muy por encima del valor de referencia que es p=0.05 por lo tanto solo género mujeres y nivel de estudio preparatoria se determinan como variables extrínsecas que son predictores de características extrínsecas para realizar donaciones habituales.

6.2 Características intrínsecas de donantes.

Siguiendo con los objetivos de investigación, presentamos los resultados de las características intrínsecas de los donantes. Observamos que los donantes cuentan con medias altas en las tres variables medidas, la propensión a donar (M=7.27), la generosidad (M=7.15) y la de estar a favor de las donaciones (M= 8.14). Es importante enfatizar este último aspecto dado que presenta la media más alta entre los donantes, lo que indica que tiene un peso importante en la decisión a donar.

Tabla 12
Medias de las características intrínsecas de donantes

| Características Intrínsecas | Donantes |
|-------------------------------|----------|
| Generosidad * | 7.15 |
| Propensión a donar** | 7.27 |
| A favor de las donaciones *** | 8.14 |

*F 39.34 gl=1 p=.000 **F= 53.78 gl=1 p=.000 ***F=39.03 gl=1 p=.000

Por otra parte, si observamos las características intrínsecas comparando mujeres y hombres donantes, la tabla número 13 nos muestra que los hombres donantes presentan medias más bajas que las mujeres en las características intrínsecas. En donantes coinciden que estar a favor de hacer donaciones es la variable mejor calificada tanto en hombres como en mujeres. Identificar estas diferencias, contribuye en cierta medida a comprender que el varón donante no tenga esta reflexión -tan sensible- como las mujeres o que debido a su estado civil, no sean ellos quienes realizan la donación directamente (sino sus esposas).

Tabla 13
Medias de características intrínsecas de donantes

| Características intrínsecas | Donantes | |
|-----------------------------|----------|-----------|
| | Femenino | Masculino |
| Propensión a donar | 7.35 | 7.10 |
| A favor de las donaciones | 8.47 | 7.44 |
| Generosidad | 7.21 | 7.02 |

La tabla número 14 muestra que tanto hombre como mujeres presentan alto nivel de caridad. En el caso de los hombres superan a las mujeres en caridad probablemente hasta por naturaleza misma de proveer y procurar.

Tabla 14
Rasgo de caridad en donantes por género

| Sexo | Porcentaje |
|---------|------------|
| Hombres | 94.00% |
| Mujeres | 85.70% |

De la misma forma, agrupamos las características intrínsecas por el total de las causas y se plasman en la tabla número 15 para observar el comportamiento de estas características de manera específica.

Tabla 15
Características intrínsecas por causa social

| Características Intrínsecas | Asistencia a pobres o poblaciones vulnerables | Flora, fauna y medio ambiente | Salud | Educación | Ayuda Humanitaria | Alimentación |
|-----------------------------|---|-------------------------------|-------|-----------|-------------------|--------------|
|-----------------------------|---|-------------------------------|-------|-----------|-------------------|--------------|

| | | | | | | |
|----------------------------------|------|------|------|------|------|------|
| Propensión a donar | 7.37 | 7.36 | 6.91 | 7.95 | 6.68 | 7.12 |
| A favor de las donaciones | 7.95 | 8.72 | 7.73 | 7.95 | 8.05 | 8.24 |
| Generosidad | 7.23 | 7.16 | 6.77 | 7.67 | 7.05 | 6.82 |

Todas las causas cuentan con calificación de características intrínsecas con un rango entre 7.1 y 8.7, se puede interpretar que los donantes no se consideran con calificaciones buenas o muy buenas (puntaje mayor a 8 en la escala del 1 al 10) en estas dimensiones. Se infiere que esta autoevaluación de los donantes podría asomar un rasgo de humildad en ellos ya que, a pesar de hacer donaciones, los participantes están sugiriendo que “no son suficientes” o tal vez, que podrían hacer más para llegar a una calificación más alta.

Adicionalmente, el cuadro se presenta de izquierda a derecha de mayor a menor número de donantes; leyéndolo de esa manera y en combinación con las calificaciones, podemos cuestionarnos por qué la causa social Educación, contando con las mejores calificaciones no tiene el mayor número de donantes. Este análisis de características intrínsecas también permite un entendimiento por causa social.

Como hemos visto, la caridad es medida dentro de las características intrínsecas y como se muestra en la tabla número 16, la causa ayuda humanitaria, cuenta con los donantes con mayor rasgo de caridad.

Tabla 16
Rasgo de caridad por causa social

| Causa Social | Caridad |
|---|----------------|
| Asistencia a pobres o poblaciones vulnerables | 87.50% |
| Flora, fauna y medio ambiente | 80.00% |
| Salud | 86.36% |
| Educación | 90.48% |

| | |
|-------------------|--------|
| Ayuda humanitaria | 94.74% |
| Alimentación | 88.24% |

Vemos que todos los donantes son altamente caritativos, podría suponerse una lógica, pero si recordamos que caridad en esta investigación no fue una autoevaluación o auto calificación, los datos nos muestran que es una característica intrínseca de gran peso como donante independientemente de la causa social a la que donen.

Por otro lado, para conocer la contribución en la predicción de las variables intrínsecas medidas, se aplicó un análisis de regresión múltiple donde las variables independientes fueron generosidad, estar a favor de las donaciones, propensión a donar y caridad; de igual forma que para las variables extrínsecas, la variable dependiente fue realizar habitualmente una donación. El análisis arrojó una $R^2= 0.42$ ($F=20.36$ con $p=.000$) e identificó que estar a favor de las donaciones, la caridad y la propensión donar son las variables que contribuyen a la predicción. Como se puede observar en la tabla 17, es la caridad, es decir la tendencia que tiene la gente a ayudar a los demás, la variable que tiene mayor peso en llevar a las personas a realizar donaciones. Le sigue la propensión a donar es decir, existe una cierta probabilidad de que las personas que sienten la inclinación a ayudar a los demás, pueda ser un indicador de que en el futuro decidan hacer una donación a una causa social. Finalmente, la variable intrínseca que tiene un menor peso en la predicción corresponde a estar a favor de la donación; se pudiera pensar que ésta puede ser consecuencia de las otras.

Tabla 17
Regresión lineal variables intrínsecas

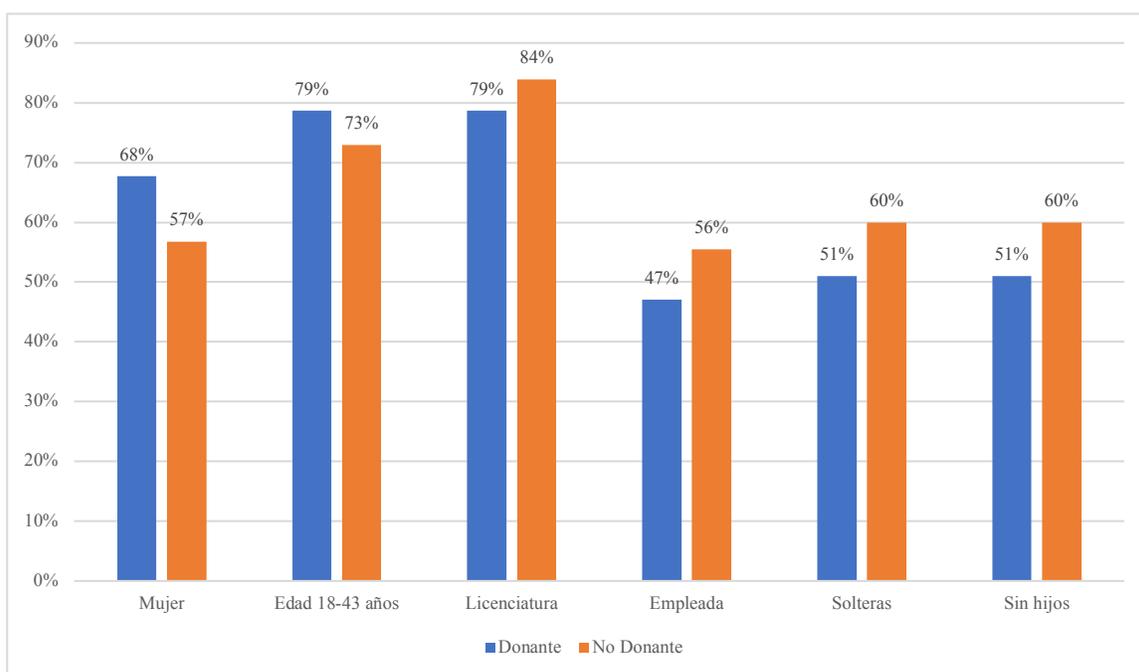
| Variables Intrínsecas | Beta | t | p |
|------------------------------|-------------|----------|----------|
| A favor de la donación | -0.15 | 13.55 | .00 |
| Caridad | 0.22 | -2.29 | .02 |
| Propensión a donar | -0.21 | 4.23 | .00 |

$R^2= 0.42$, $F=20.36$ con $p=.000$

6.3 Características extrínsecas e intrínsecas de donantes y no donantes.

Haciendo un análisis de contraste entre donantes y no donantes, encontramos, en primera instancia, que si existen diferencias en sus características extrínsecas. Los resultados se ilustran en la figura 6. Se puede observar que las diferencias se ubican en las variables de género y nivel de ingreso económico. El resto de las características no refleja una diferencia significativa entre los grupos de donantes y no donantes.

Figura 6
Características extrínsecas preponderantes entre donantes y no donantes



Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario

La información anterior ayudó también a comprender que podemos ir perfilando al donante de acuerdo con estas características extrínsecas: Son mujeres en un rango de edad de 18 a 43 años, con nivel de estudios de licenciatura, de ocupación empleada, estado civil soltera y sin hijos.

Por otra parte, presentamos los resultados de las características intrínsecas entre ambos grupos para identificar las diferencias que existen entre ellos. A diferencia de los no donantes, en la tabla 18 observamos que los donantes cuentan con medias más altas en las tres variables medidas, la propensión a donar ($M=7.27$), la generosidad ($M=7.15$) y la de estar a favor de las donaciones ($M=$

8.14). Es importante enfatizar este último aspecto dado que presenta la media más alta entre los donantes, lo que indica que tiene un peso importante en la decisión a donar.

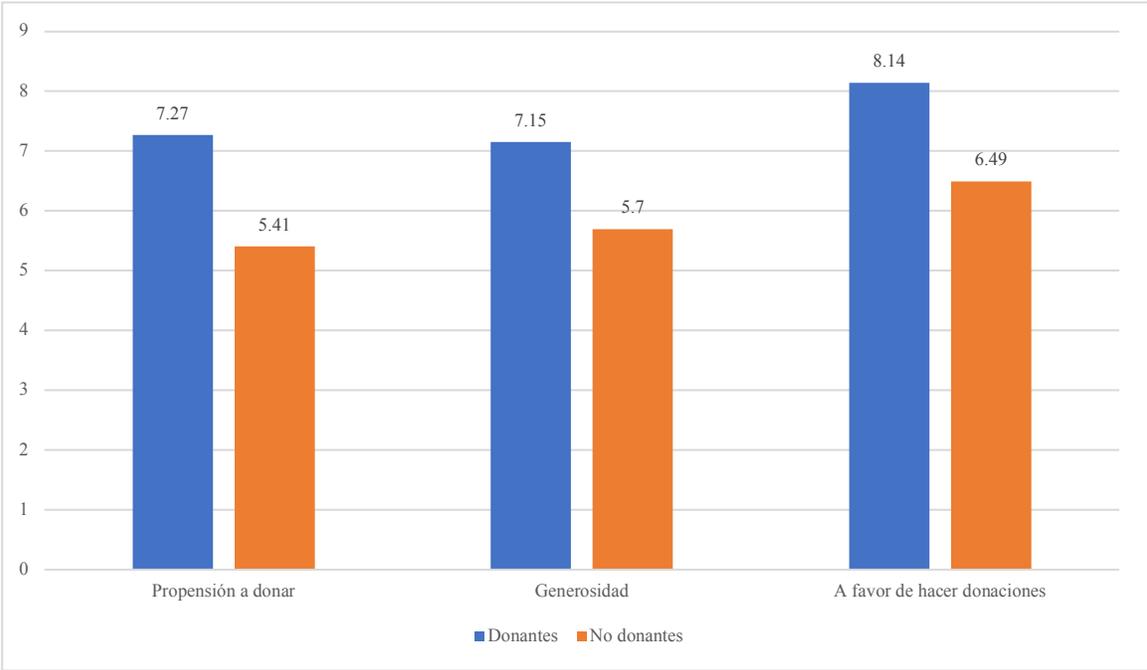
Tabla 18
Medias de las características intrínsecas de donantes y no donantes

| Características Intrínsecas | Donantes | No donantes |
|------------------------------|----------|-------------|
| Propensión a donar* | 7.27 | 5.41 |
| A favor de las donaciones ** | 8.14 | 6.49 |
| Generosidad *** | 7.15 | 5.70 |

*F= 53.78 gl=1 p=.000 **F=39.03 gl=1 p=.000 ***F 39.34 gl=1 p=.000

Asimismo, se realizó un análisis de varianza de clasificación simple con cada una de esta variables, el cuál arrojó diferencias estadísticamente significativas entre donantes y no donantes, las que se aprecian mejor en la figura número 7.

Figura 7
Características intrínsecas entre donantes y no donantes



Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario

De lo anterior se destaca que los no donantes presentan medias más bajas tanto en generosidad como en propensión a donar; se evalúan ligeramente arriba de calificación aprobatoria (6.49) en estar a favor de las donaciones lo cual podría resultar el elemento que nos permite entender que no donen, ya que, como lo expresan, no están tan favor de hacerlas.

De la misma forma, otra característica intrínseca evaluada en los participantes es la presencia de caridad en ellos. Encontramos que el 88.40% de los donantes presentan esta característica y existen 61.90% de no donantes también con rasgos de caridad. Si entendemos que caridad se preguntó en término global y no por auto calificación, detectamos que los no donantes son caritativos de manera filantrópica, es decir, cuentan con esta cualidad aún si ser conscientes de ello. Esto puede resultar en una característica clave que permita convertir a un no donante en donante.

Al conocer las características extrínsecas e intrínsecas de los donantes y no donantes, las diferencias relevantes entre un grupo y otro radica principalmente en las características intrínsecas. Son variables contrastantes entre ambos grupos.

Puede ser relevante que, si recordamos el cuestionario, la calificación de estas cuatro dimensiones de características intrínsecas, se preguntan antes de clasificarse como donantes o no donantes, podemos asumir que el ser donante te hace calificarte mejor y viceversa; es decir un donante -antes de ser clasificado como tal- ya se considera más generoso, con más propensión y a favor de hacer donaciones que el que no dona.

Tras revisar los datos anteriores, considerando la variable género, parece que son las mujeres, las que tienden a realizar más donaciones que los hombres. Sin embargo, se observa que un 32.2% de varones, acostumbran ayudar a diferentes causas. Dado que el interés de esta tesis es conocer las características de las personas que pudieran ser donantes potenciales para las causas sociales, se podría considerar como un dato complementario, la identificación del perfil que caracteriza a los hombres donantes. Como se mencionó al inicio de esta sección, no se trata de conocer las diferencias significativas entre estos grupos, si no detectar los rasgos que predominan entre las personas que son donantes.

6.3.1 Características extrínsecas e intrínsecas estratificadas por género

En la tabla número 19 podemos ver de manera desglosada las características extrínsecas desglosadas por género y por grupo de donantes y no donantes. Las mujeres donantes se encuentran en un rango de edad entre 18 y 30 años, con estudios hasta licenciatura, empleadas, solteras sin hijos con un rango de ingreso mensual el mes bajo. Por su parte, los hombres donantes, se encuentran en un rango de edad entre 44 y 56 años, con un nivel de estudios hasta licenciatura,

con actividad ocupacional de empleados, son casados con hijos y con nivel de ingreso económico del nivel 5.

Tabla 19
Características extrínsecas donantes y no donantes por género.

| Características extrínsecas | | Donantes | | No donantes | |
|-----------------------------------|-------------------------|----------|-----------|-------------|-----------|
| | | Femenino | Masculino | Femenino | Masculino |
| Edad | 18 a 30 años | 46.70 % | 30.00 % | 52.30 % | 32.80 % |
| | 31 a 43 años | 40.00 % | 32.00 % | 23.90 % | 35.80 % |
| | 44 a 56 años | 10.50 % | 34.00 % | 22.70 % | 29.90 % |
| | 57 a 69 años | 1.90 % | 4.00 % | 0.00 % | 1.50 % |
| | Más de 70 años | 1.00 % | 0.00 % | 1.10 % | 0.00 % |
| Nivel educativo | Hasta licenciatura | 84.90 % | 66.00 % | 88.60 % | 77.60 % |
| | Maestría | 12.40 % | 30.00 % | 11.40 % | 22.4 % |
| | Posgrado | 2.90 % | 4.00 % | 0.00 % | 0.00 % |
| Ocupación | Dependientes económicos | 34.30 % | 14.00 % | 28.40 % | 17.90 % |
| | Empleados | 47.60 % | 46.00 % | 50.00 % | 62.70 % |
| | Emprendedor | 17.10 % | 40.00 % | 20.50 % | 17.90 % |
| | Jubilado | 1.00 % | 0.00 % | 1.10 % | 1.50 % |
| Estado civil | Soltero | 56.20 % | 40.00 % | 68.20 % | 49.30 % |
| | Casado | 37.10 % | 54.00 % | 27.30 % | 40.30 % |
| | Separado / viudo | 6.70 % | 6.00 % | 4.50 % | 10.40 % |
| Hijos | Si | 30.00 % | 18.00% | 20.64 % | 18.58 % |
| | No | 37.00 % | 14.00% | 36.12 % | 24.51 % |
| Nivel de ingreso económico | \$0 a \$ 3,129 | 33.65 % | 6.00 % | 21.59 % | 9.00 % |
| | \$ 3,130 a \$ 7, 799 | 10.57 % | 6.00 % | 20.45 % | 14.90 % |
| | \$ 7, 800 a \$ 10, 689 | 5.76 % | 4.00 % | 7.95% | 6.00 % |
| | \$ 10, 690 a \$13, 499 | 11.53 % | 10.00 % | 17.04% | 16.40 % |
| | \$ 13, 500 a \$40, 599 | 25.96 % | 46.00 % | 22.72 % | 29.90 % |
| | \$ 40, 500 a \$ 98, 499 | 7.69 % | 16.00 % | 9.09 % | 19.40 % |
| | Más de \$ 98, 000 | 4.80 % | 12.00 % | 1.13 % | 4.50 % |

La tabla número 19 muestra que los hombres tanto de donantes como de no donantes presentan más personas caritativas en su grupo que en el de mujeres. En el caso de donantes los hombres superan a las mujeres en caridad probablemente hasta por naturaleza misma de proveer y procurar. Es destacable que sean 8.3 puntos porcentuales la diferencia entre un grupo y el otro. Adicionalmente, esta información sigue aportando a considerar caridad como una característica intrínseca importante y que puede ser utilizada como característica clave para esta investigación.

La tabla número 20 nos muestra que los hombres donantes presentan medias más bajas que las mujeres en las características intrínsecas (aunque lo mismo sucede con los hombres vs mujeres no donantes). En donantes coinciden que estar a favor de hacer donaciones es la variable mejor

calificada tanto en hombres como en mujeres. Identificar estas diferencias, contribuye en cierta medida a comprender que el varón donante no tenga esta reflexión -tan sensible- como las mujeres o que debido a su estado civil, no sean ellos quienes realizan la donación directamente (sino sus esposas).

Tabla 20
Medias de características intrínsecas de donantes y no donantes por género.

| Características intrínsecas | Donantes | | No donantes | |
|----------------------------------|----------|-----------|-------------|-----------|
| | Femenino | Masculino | Femenino | Masculino |
| Propensión a donar | 7.35 | 7.10 | 5.35 | 5.87 |
| A favor de las donaciones | 8.47 | 7.44 | 6.97 | 5.79 |
| Generosidad | 7.21 | 7.02 | 5.62 | 5.49 |

Por otra parte, al revisar la variable intrínseca de caridad, vemos que el género masculino tanto en donantes como no donantes cuenta con mayor rasgo de caridad que las mujeres.

Tabla 21
Rasgo de caridad en donantes y no donantes por género

| Caridad | Donantes | | No donantes | |
|----------------|----------|-----------|-------------|-----------|
| | Femenino | Masculino | Femenino | Masculino |
| Caridad | 85.70 % | 94.00 % | 56.80 % | 77.70% |

6.4 Distribución de donantes en las distintas causas sociales.

Otro de los objetivos de la investigación fue identificar las causas sociales a las que más frecuentemente donan los participantes. Por otro lado, conocer el tipo de donación que acostumbran dar a esta causa (donación monetaria, donación en especie o voluntariado) y finalmente cuál era la vía por la que hacían llegar su donación (a través de una institución o directamente a la persona afectada) nos permite comprender mejor las propiedades de la donación por causa social.

6.4.1 Causas sociales con mayor contribución de donantes.

En la tabla 22 se aprecia que la mayor proporción de donantes se decanta por la asistencia a los pobres o familias vulnerables (25.8%), seguido de temas relacionados con el medio ambiente (16.12%). En contraste, las causas dirigidas a la vivienda y el empleo mostraron un interés bajo en comparación con el resto las causas analizadas (1.93% y 0.64% respectivamente)

Tabla 22
Distribución de donantes por causa social

| Causa social a la que dona | Porcentaje de personas que donan |
|---|---|
| Asistencia a pobres o poblaciones vulnerables | 25.80 % |
| Flora, fauna y medio ambiente | 16.12 % |
| Salud | 14.19 % |
| Educación | 13.54 % |
| Ayuda Humanitaria | 12.25 % |
| Alimentación | 10.96 % |
| Desarrollo Social | 4.50 % |
| Vivienda | 1.93 % |
| Empleo | 0.64 % |

Se puede explicar que la causa de asistencia a pobres o poblaciones vulnerables se lleve una cuarta parte de donantes de la investigación porque tiene una interpretación amplia y a juicio de cada participante, poblaciones vulnerables puede abarcar, mujeres, etnias, migrantes, personas con discapacidad y minorías.

Por otra parte, destaca que la causa social de flora, fauna y medio ambiente, se encuentre en segundo lugar de participación de donantes. Tanto si es un tema actual el cambio climático mundial como la mayor conciencia del ser humano por la naturaleza y los animales, también el surgimiento acrecentado de organización para atención de perros y gatos sin hogar puede estar apoyando este segundo lugar de donantes.

6.4.2 Tipo de donación realizada por causa social.

La tabla número 23 nos revela el tipo de donación que se hace por causa social. A nivel general, el tipo de donación que más destaca es la donación monetaria. Si ponemos atención en los temas de asistencia a pobres, la aportación monetaria se eleva hasta un 57.5%, muy similar a los temas de medio ambiente. Esto genera un gran contraste con las personas que donan a temas de empleo quienes manifestaron en un 100% realizarlo en especie, evidentemente solo dando empleo es la manera en la que se puede apoyar a esta causa.

Tabla 23
Tipo de donación por causa social

| Causa social a la que dona | Tipo de donación | | |
|---|-------------------------|----------------|---------------------|
| | Monetaria | Especie | Voluntariado |
| Asistencia a pobres o poblaciones vulnerables | 57.50% | 25.00% | 17.50% |
| Flora, fauna y medio ambiente | 56.00 % | 28.00 % | 16.00 % |
| Salud | 31.82 % | 31.82 % | 36.36 % |
| Educación | 66.67 % | 14.29 % | 19.05 % |

| | | | |
|-------------------|---------|---------|---------|
| Ayuda Humanitaria | 63.16 % | 26.32 % | 10.53 % |
| Alimentación | 41.18 % | 47.06 % | 11.76 % |
| Desarrollo Social | 42.86 % | 28.57 % | 28.57 % |
| Vivienda | 66.67 % | 33.33 % | 0.00 % |
| Empleo | 0.00 % | 100.0 % | 0.00 % |

El tipo de donación nos ayuda también a comprender como se configuran las causas sociales y sobre todo, tener evidencia de qué está dispuesto a donar la persona ante cada situación. Por ejemplo, la causa social de Salud, cuenta con un mejor equilibrio entre sus tres tipos de donación, lo que permite entender que donar dinero, medicamento, equipo médico, así como ofrecer ayuda personal y presencial (voluntariado) es totalmente útil para dicha causa. Si observamos la causa empleo, entendemos que monetariamente no se puede ayudar a la causa como tal, solamente donando en especie – es decir otorgando empleos- es la mejor manera en la que se puede apoyar a esta causa. Por otra parte, la causa alimentación, es otra de las dos causas sociales en la que donan principalmente en especie y refuerza la idea de que conocer esta información nos ayuda a la comprensión del actuar de los donantes por causa social.

6.4.3 Vía de donación realizada por causa social.

En la tabla número 24 se expone la vía de donación por la cual el donante entrega su ayuda a la causa social. Por ejemplo, en el caso de la asistencia a pobres, donarlo a una institución se lleva la mayoría con 52.5% contra donarlo directamente a la persona afectada con un 47.5%. Las diferencias se mantienen cuando tocamos los temas a los que menos donaron los participantes; así, el rubro de empleo indica que el 100% de las donaciones van directamente a la persona afectada.

Sin embargo, el tipo de donación se debe interpretar por causa social en específico y es por eso que se lleva a cabo este análisis para entender dichas particularidades.

Tabla 24
Vía de donación por causa social.

| Causa social a la que dona | Vía de donación | |
|---|-------------------|------------------------------------|
| | A una institución | Directamente a la persona afectada |
| Asistencia a pobres o poblaciones vulnerables | 47.50 % | 52.50% |
| Flora, fauna y medio ambiente | 72.00 % | 28.00 % |
| Salud | 68.18 % | 31.82 % |
| Educación | 61.90 % | 38.10 % |
| Ayuda Humanitaria | 36.84 % | 63.16 % |
| Alimentación | 41.18 % | 58.82 % |

| | | |
|-------------------|---------|---------|
| Desarrollo Social | 71.43 % | 28.57 % |
| Vivienda | 33.33 % | 66.67 % |
| Empleo | 0.00% | 100.0% |

La vía de donación también nos permite entender mejor el comportamiento no sólo del donante, sino de la naturaleza de la causa social. Este entendimiento mejora juntando esta información con la de tipo de donación. Si analizamos la causa de desarrollo social, por ejemplo, los donantes dan dinero una institución ya que el desarrollo social se mide a lo largo del tiempo y supone la presencia de una institución que de manera sostenida en el tiempo pueda lograr este impacto de desarrollo. Por otra parte, la asistencia a pobres cuenta mayormente con donación monetaria y dada directamente a la persona afectada, lo que en México entendemos como limosna.

Adicional a este entendimiento, conocer que la vía de donación con más donantes es hacia una institución nos permite pensar que existe credibilidad y confianza de los donantes en las instituciones para hacer llegar su ayuda a una causa.

6.5 Motivación de donar en las diversas causas sociales.

La investigación también comprende un objetivo para reconocer las motivaciones de donación a las causas sociales; este objetivo fue propuesto con el fin de tener otra variable que nos ayude a comprender aún mejor a los donantes.

Este análisis responde a la última pregunta del cuestionario, que como se recordará, era una pregunta abierta y para la cual se hizo una clasificación de las respuestas calculándose la frecuencia con la que aparecieron las respuestas en los datos. Al total de preguntas abiertas se hicieron siete clasificaciones como se describen a continuación.

Todas las respuestas que mencionaban ponerse en el lugar de la persona afectada, imaginarse en una realidad ajena, así como declarar emociones por los afectados, fueron clasificadas en una categoría denominada empatía que cuenta con el porcentaje más alto (20%) de donantes.

Para satisfacción personal, la segunda razón con mayor frecuencia, se incluyeron las respuestas que mencionaban sentirse mejor por hacer donaciones, sentirse mejor persona, tener mejor estado de ánimo al hacer donaciones, así como tener el gusto por hacer donaciones.

La tercera clasificación es cultura familiar la cual incluye las respuestas de ser una costumbre en casa y/o familia; manifestar que es una actividad rutinaria en su familia, así como los padres que mencionaron que sus hijos les han solicitado proporcionar ayuda frecuente a una de las causas.

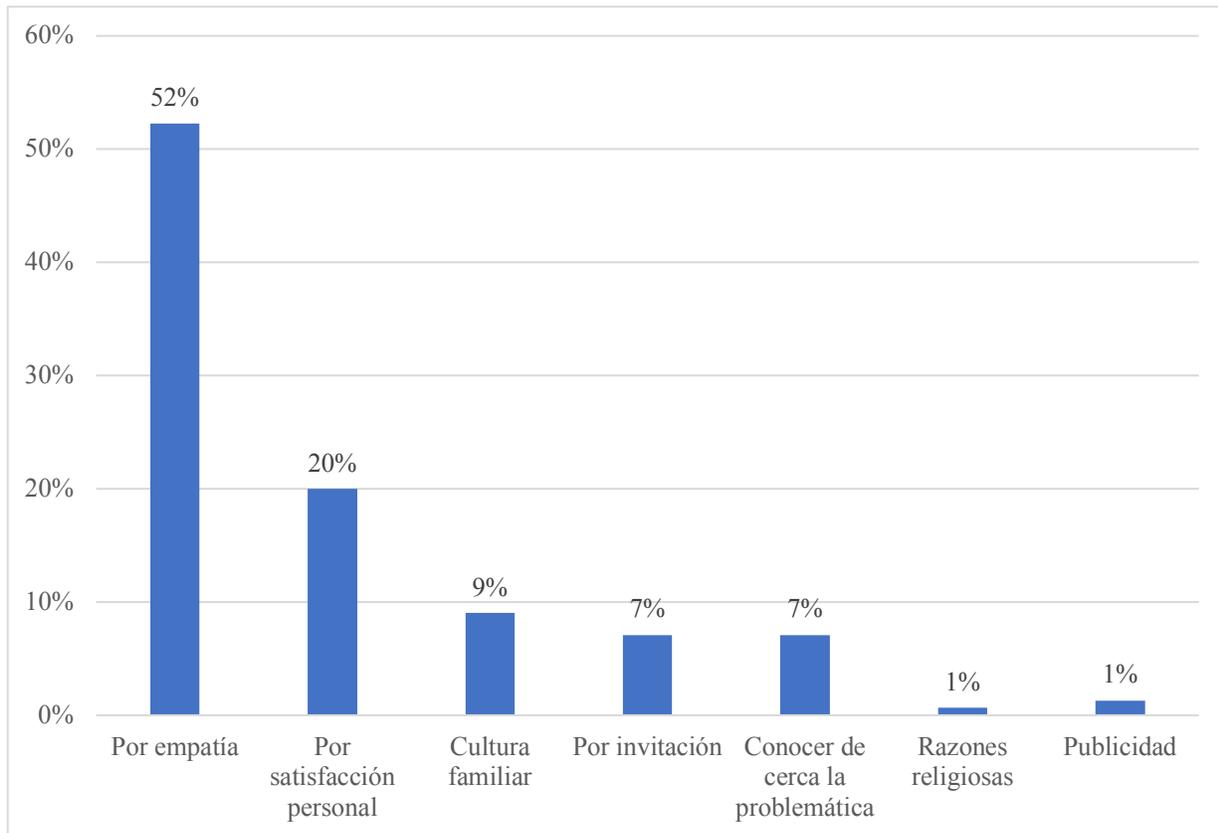
Por otra parte, la clasificación de invitación, reúne las respuestas de haber sido abordado por un promotor de la causa social ya sea en oficinas o vía pública; asimismo, lo que manifestó tener amigos involucrados en alguna organización o labor social que los invitaron a participar con cargos recurrentes en sus tarjetas bancarias.

Una clasificación más, que es conocer de cerca la problemática, reúne las respuestas que manifiestan tener un familiar o amigo cercano que sufrió ese problema, así como tener cerca de casa (geográficamente hablando) personas que sufren alguno de los problemas que atienden las diversas causas sociales.

Tenemos, además, la categoría de razones religiosas, la cual incorpora todas las respuestas que mencionan instituciones religiosas que les acercaron a participar como donantes.

Por último, la clasificación por publicidad, con 1% de donantes, abarca las respuestas que los donantes dieron acerca de haber recibido mensajes en tiendas, cajeros automáticos y otras campañas de televisión o radio.

Figura 8
Razones de donación.



Fuente: Elaboración propia con datos del cuestionario

Conocer estas razones de donación nos abre un panorama para entender que es más valioso que el donante tenga empatía con la causa que generar publicidad para atraerlos. De acuerdo con esta investigación, existen 6 razones con mayor relevancia que la publicidad para tener un donante.

6.6 Perfil característico de donante por causa social.

Nuestro último objetivo de investigación se centra en determinar el perfil de donante por causa social. Cabe resaltar que las causas denominadas “Desarrollo Social”, “Vivienda” y “Empleo”, examinadas en la sección anterior, se han eliminado del presente análisis puesto cuentan con baja frecuencia de donantes (menor al 5%), por ello consideramos que la cantidad de casos no son determinantes para un perfil de donante.

Con todo este análisis, podemos identificar las particularidades en las características extrínsecas e intrínsecas de cada tipo de donante de acuerdo a la causa social a la que donan. Con esto se genera perfil de donante por causa social a la que donan:

6.6.1 Perfil del donante a causas sociales de Asistencia a pobres o poblaciones vulnerables.

Características extrínsecas: Mujeres entre 18 y 43 años, con nivel educativo de licenciatura, ocupación empleadas, casadas con hijos y un rango de ingreso económico de entre \$ 13, 500 a \$ 40, 599.00 mensuales.

Características intrínsecas: Estar a favor de las donaciones es la característica intrínseca con mejor evaluación, seguida por propensión a donar y por último generosidad. Este grupo cuenta con 87.50% de donantes que son caritativos.

Tipo de donación: Monetaria.

Vía de donación: Directamente a la persona afectada.

6.6.2 Perfil del donante a causas sociales de Flora, fauna y medio ambiente.

Características extrínsecas: Mujeres entre 31 y 43 años, con nivel educativo de licenciatura, ocupación empleadas, solteras sin hijos y un rango de ingreso económico de entre \$ 13, 500 a \$ 40, 599.00 mensuales.

Características intrínsecas: Estar a favor de las donaciones es la característica intrínseca con mejor evaluación, seguida por propensión a donar y por último generosidad. Este grupo cuenta con 80 % de donantes que son caritativos.

Tipo de donación: Monetaria.

Vía de donación: A una institución.

6.6.3 Perfil del donante a causas sociales de Salud.

Características extrínsecas: Mujeres entre 18 y 30 años, con nivel educativo de licenciatura, dependientes económicos (estudiantes), solteras con hijos y un rango de ingreso económico de entre \$ 0 a \$ 3, 129.00 mensuales.

Características intrínsecas: Estar a favor de las donaciones es la característica intrínseca con mejor evaluación, seguida por propensión a donar y por último generosidad. Este grupo cuenta con 86.36 % de donantes que son caritativos.

Tipo de donación: Voluntariado.

Vía de donación: A una institución.

6.6.4 Perfil del donante a causas sociales de Educación.

Características extrínsecas: Mujeres entre 18 y 30 años, con nivel educativo de licenciatura, empleadas, solteras sin hijos y un rango de ingreso económico de entre \$ 0 a \$ 3, 129.00 mensuales.

Características intrínsecas: Estar a favor de las donaciones y propensión a donar son sus características mejor evaluadas con la misma calificación ambas y por último generosidad. Este grupo cuenta con 90.48 % de donantes caritativos.

Tipo de donación: Monetaria.

Vía de donación: A una institución.

6.6.5 Perfil del donante a causas sociales de Ayuda humanitaria.

Características extrínsecas: Mujeres entre 18 y 30 años, con nivel educativo de licenciatura, empleadas, solteras sin hijos y un rango de ingreso económico de entre \$ 13, 500 a \$ 40, 599.00 mensuales.

Características intrínsecas: Estar a favor de las donaciones es la característica intrínseca con mayor evaluación, seguida por generosidad y por último propensión a donar. Este grupo cuenta con 94.74 % de donantes caritativos. Es el perfil con mayor rango de caridad de todos los perfiles.

Tipo de donación: Monetaria.

Vía de donación: Directamente a la persona afectada.

6.6.6 Perfil del donante a causas sociales de Alimentación.

Características extrínsecas: Mujeres entre 18 y 30 años, con nivel educativo de licenciatura, empleadas, casadas con hijos y un rango de ingreso económico de entre \$ 13, 500 a \$ 40, 599.00 mensuales.

Características intrínsecas: Estar a favor de las donaciones es la característica intrínseca con mayor evaluación, seguida por propensión a donar y por último generosidad. Este grupo cuenta con 88.24 % de donantes caritativos.

Tipo de donación: Especie.

Vía de donación: Directamente a la persona afectada.

Lo anterior se observa condensado en la Tabla 26. Aquí podemos apreciar que el tipo de donación preponderante es la monetaria pero existen algunas diferencias en cuanto al área de la salud y la alimentación. Igualmente se reafirma que las mujeres predominan como factor esencial de las características extrínsecas. Finalmente, cabe contrastar que la vía de donación es institucional excepto para los casos de ayuda humanitaria, asistencia a pobres y vulnerables, así como la alimentación, en cuyos casos se efectúa directamente a la persona afectada.

Tabla 26
Perfil de donantes por causas sociales

| Causa social | Características extrínsecas | Características intrínsecas | Tipo de donación | Vía de donación |
|---|---|--|-------------------------|-------------------------------------|
| Asistencia pobres poblaciones vulnerables. | a Mujeres entre 18 y 43 años, con nivel educativo de licenciatura, ocupación empleadas, casadas con hijos y un rango de ingreso económico de entre \$ 13, 500 a \$ 40, 599.00 mensuales. | Estar a favor de las donaciones es la característica intrínseca con mejor evaluación, seguida por propensión a donar y por último generosidad. Este grupo cuenta con 87.50% de donantes que son caritativos. | Monetaria | Directamente a la persona afectada. |
| Flora, fauna y medio ambiente. | Mujeres entre 31 y 43 años, con nivel educativo de licenciatura, ocupación empleadas, solteras sin hijos y un rango de ingreso económico de | Estar a favor de las donaciones es la característica intrínseca con mejor evaluación, seguida por propensión a donar y por último generosidad. Este grupo cuenta con | Monetaria. | A una institución. |

| | | | | |
|---------------------------|--|---|--------------|-------------------------------------|
| | entre \$ 13, 500 a \$ 40, 599.00 mensuales. | 80 % de donantes que son caritativos. | | |
| Salud. | Mujeres entre 18 y 30 años, con nivel educativo de licenciatura, dependientes económicos (estudiantes), solteras con hijos y un rango de ingreso económico de entre \$ 0 a \$ 3, 129.00 mensuales. | Estar a favor de las donaciones es la característica intrínseca con mejor evaluación, seguida por propensión a donar y por último generosidad. Este grupo cuenta con 86.36 % de donantes que son caritativos. | Voluntariado | A una institución. |
| Educación | Mujeres entre 18 y 30 años, con nivel educativo de licenciatura, empleadas, solteras sin hijos y un rango de ingreso económico de entre \$ 0 a \$ 3, 129.00 mensuales. | Estar a favor de las donaciones y propensión a donar son sus características mejor evaluadas con la misma calificación ambas y por último generosidad. Este grupo cuenta con 90.48 % de donantes caritativos. | Monetaria | A una institución. |
| Ayuda humanitaria. | Mujeres entre 18 y 30 años, con nivel educativo de licenciatura, empleadas, solteras sin hijos y un rango de ingreso económico de entre \$ 13, 500 a \$ 40, 599.00 mensuales. | Estar a favor de las donaciones es la característica intrínseca con mayor evaluación, seguida por generosidad y por último propensión a donar. Este grupo cuenta con 94.74 % de donantes caritativos. Es el perfil con mayor rango de caridad | Monetaria | Directamente a la persona afectada. |

| | | de todos los perfiles. | | |
|---------------------|--|---|---------|-------------------------------------|
| Alimentación | Mujeres entre 18 y 30 años, con nivel educativo de licenciatura, empleadas, casadas con hijos y un rango de ingreso económico de entre \$ 13, 500 a \$ 40, 599.00 mensuales. | Estar a favor de las donaciones es la característica intrínseca con mayor evaluación, seguida por propensión a donar y por último generosidad. Este grupo cuenta con 88.24 % de donantes caritativos. | Especie | Directamente a la persona afectada. |

6.6.7 Perfil general del donante a causas sociales en Ciudad de México.

Para concluir este análisis podemos definir un perfil de donante de la siguiente manera:

Características extrínsecas: Mujeres entre 18 y 43 años, con nivel educativo de licenciatura, ocupación empleadas, solteras sin hijos y un rango de ingreso económico de entre \$ 0 a \$ 40, 599.00 mensuales.

Características intrínsecas: Estar a favor de las donaciones es la característica intrínseca con mejor evaluación, seguida por propensión a donar y por último generosidad. El 88.40% % de donantes son caritativos.

Tipo de donación: Monetaria.

Vía de donación: A una institución.

6.7 Contribución de variables para donadores

Con el perfil descrito a lo largo de este capítulo, se realizó un análisis probit con la intención de cuantificar en qué medida las variables numéricas como lo son la edad, generosidad, propensión a donar y estar a favor de realizar donaciones, contribuyen a que un individuo se catalogue como donador y no donador (decisión binaria).

Los modelos de elección binaria son modelos donde la variable dependiente sólo toma dos valores: 1 para indicar “Sí” o 2 para indicar “No”. Los modelos concretos de estimación son: probabilidad lineal, logit y probit.

El modelo Probit es un tipo de modelo econométrico de elección binaria. Es decir, de elección entre dos opciones. Se caracteriza por basarse en una distribución acumulada normal estándar. Una distribución acumulada normal estándar vinculada a una variable aleatoria es una función que reporta la posibilidad de que dicha variable muestre un valor menor o igual a un número determinado, que funciona como un umbral.

De esa forma, tenemos una ecuación que explica la variable dependiente Y, y ello, en función de una o más variables independientes (X):

$$Y = a + bX_1$$

Entonces, cuando Y es mayor que cierto umbral, sucede o no un determinado evento.

En ese sentido, se estableció que la variable dependiente “Y” del estudio es: ¿Realiza habitualmente donaciones? (sí=1, no=2) Esto se puso en contraste con la frecuencia observada para los 310 individuos y las covariables numéricas, que son las únicas que acepta este estudio. El resultado completo puede verse en la tabla del anexo II.

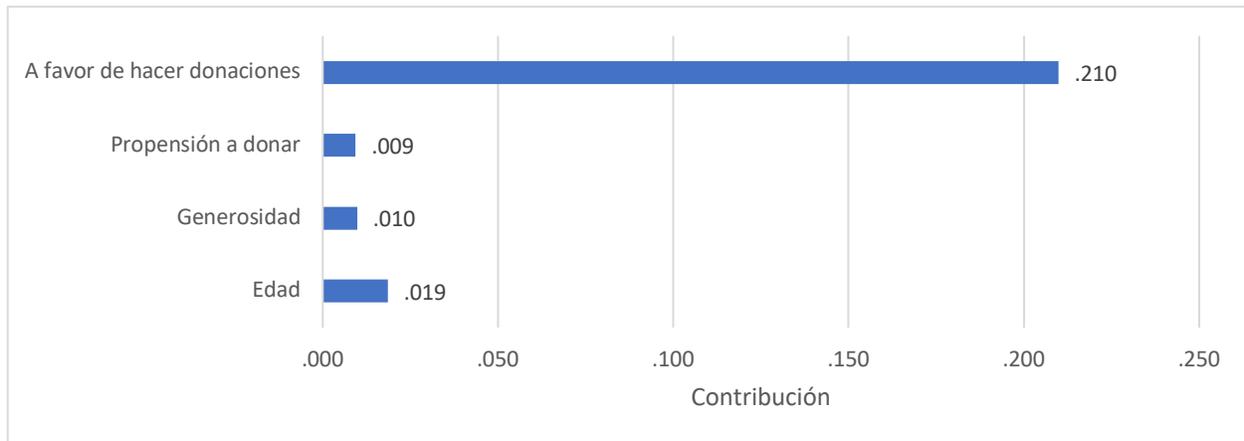
De forma ilustrativa, en la Tabla 27 se aprecia el promedio general de contribuciones para las cuatro covariables. La contribución está determinada entre el 0 y el 1 donde el 1 es una contribución del 100%. A partir de esto, se corroboran los hallazgos detectados previamente: la mayor contribución a la variable dependiente es estar a favor de hacer donaciones, con un 21% aproximadamente. De ahí seguiría la edad con un 1.9%, la generosidad con 1% y la propensión a donar con un 0.9%. (Figura 9)

Tabla 27
Síntesis de análisis probit

| | Edad | Generosidad | Propensión a donar | A favor de hacer donaciones |
|----------------------------|-------------|--------------------|---------------------------|------------------------------------|
| Promedio total | .019 | .010 | .009 | .210 |
| Desviación estándar | 0.0017426 | 0.00110093 | 0.0011445 | 0.03057792 |

P<0.05

Figura 9
Síntesis de análisis probit



En lo que respecta a la ecuación que se originan a partir del modelo, y retomando lo explicado previamente, tendríamos lo siguiente:

$$Y (\text{¿Realiza habitualmente donaciones?}) = a + b (\text{propensión a donar}) X_n$$

El software realiza una serie de iteraciones hasta que llega a un punto de convergencia en el que puede establecer el grado en que cada una de las covariables X (generosidad, propensión a donar, a favor de donaciones y edad) contribuyen a una decisión binaria: Sí realiza donaciones o No realiza donaciones. En la Tabla 28 se observan los parámetros y coeficientes de la ecuación probit.

Tabla 28
Parámetros coeficientes de la ecuación probit

| Parámetro | | Estimación | Error típico | Z | Sig. | Intervalo de confianza al 95% | |
|---------------------------|---------------------------|------------|--------------|--------|-------|-------------------------------|-----------------|
| | | | | | | Límite inferior | Límite superior |
| PROBIT^a | GENEROSIDAD | 0.049 | 0.005 | 9.085 | 0 | 0.038 | 0.059 |
| | PROPENSION A DONAR | -0.016 | 0.005 | -3.154 | 0.002 | -0.027 | -0.006 |
| | A FAVOR DE DONACIONES | -0.046 | 0.004 | -12.98 | 0 | -0.053 | -0.039 |
| | EDAD | -.017 | .008 | -2.302 | .021 | -.032 | -.003 |
| | Intersección ^b | | | | | | |
| | Sí | -0.668 | 0.028 | - | 0 | -0.696 | -0.641 |
| | No | -0.696 | 0.022 | - | 0 | -0.718 | -0.673 |
| | | | | 24.196 | | | |
| | | | | 31.428 | | | |

^a. Modelo PROBIT: PROBIT(p) = Intersección + BX

^b. Corresponde a la variable de agrupación DEPENDIENTE: Propensión a donar

Es importante recalcar que el análisis probit solo admite variables numéricas, por lo cual no se tuvo por objetivo determinar la contribución de cada variable hasta sumar el 100%. Más bien, se pretendió cuantificar el peso o contribución de algunas características en los análisis descritos anteriormente.

Capítulo 7. Discusión

Esta investigación se basa en la premisa de que existen diferentes perfiles de donantes según la causa social de determinada ISFL. Una vez que estas organizaciones caritativas conocen con precisión el tipo de personas que concuerdan con esas causas pueden motivarlos a donar y así lograr una fuente recurrente de ingresos que les permita sostenerse financieramente en el tiempo y seguir logrando el impacto social que se proponen.

Lo anterior demanda que comprendamos quiénes son y cómo son esos donantes, ya que actualmente en México no existe dicha información para orientar a las ISFL. Los estudios internacionales muestran que los donantes cuentan con características extrínsecas e intrínsecas que influyen en la decisión de donar y la manera en la que donan (Lewin, 2014; Schlegelmilch, 1997; Purnell, 2013, Jeffers, 2013). Sin embargo, estos estudios también muestran, que existen diferencias en la contribución de cada característica en el proceso de donación (Hamil 2015). Derivado de esto se postula que por cada causa social, los donantes tengan características extrínsecas e intrínsecas particulares (Sargeant 1999).

Los resultados obtenidos en la presente investigación muestran que existe un perfil con características extrínsecas y características intrínsecas por cada causa social y nos permite explorar elementos -tales como el tipo de donación y la vía por la cual donan- que mejoran la comprensión de dicho donante frente a la causa social a la que dona. Así, por ejemplo, de acuerdo a la tabla 16 podemos ver que en causas humanitarias, de asistencia a pobres y grupos vulnerables o temas de alimentación, la vía que se prefiere es donación directa a la persona afectada.

De la misma forma, la investigación, en concordancia con Veldhuizen (2009), apunta a que el género tiene una tendencia marcada en las mujeres por ser una característica extrínseca que predomina en el perfil del donante, en contraste con lo analizado en otros países tales como Malasia, Bretaña, Australia, Brunei, Pakistán (Hamil 2015; Muchammad y Hameed 2013; Lewin

et al.2014). De esta forma, concluimos que ser mujer es el género predominante del perfil de cada causa social en esta investigación.

El rango de edad de donantes de cada causa social reporta una diferencia (Schlegelmilch, 1997) y se concentra en los primeros dos grupos establecidos en la investigación -abarcando de 18 a 43 años- dando paso a que los adultos jóvenes, para la presente investigación, son la fuerza donante en cada causa social. La causa social que atiende flora, fauna y medio ambiente cuenta con donantes entre 31 y 43 años de edad de acuerdo, lo cual está en concordancia con Awan (2014) quien reporta que los donantes nacidos entre 1980 y 1995 se interesan en temas de corte ambiental y sustentabilidad.

En lo que respecta al nivel educativo, los donantes se concentraron en nivel licenciatura en todas las causas sociales. Destaca que los donantes con mayor grado de estudios (Posgrado) hacen donación a la causa social de educación (Schlegelmilch 1999).

La ocupación predominante es ser empleado. La única ocupación diferente la tiene el perfil que dona a la causa social de salud; su principal ocupación es ser estudiante o ama de casa englobada en la actividad de dependientes económicos. Ser emprendedor es una ocupación en segundo orden de frecuencia dentro de las causas sociales de ayuda a pobres y en alimentación. La causa social con mayor número de jubilados es la causa social de educación.

El estado civil es una característica extrínseca que influye en el perfil de un donante (Dos Santos, 2014); los participantes casados donan a la causa de asistencia pobres y alimentación; el resto de causas sociales cuentan con donantes solteras. La presencia de hijos se muestra en la mitad de los perfiles de donantes por causa social. Estado civil y/o el número de hijos es un factor que impacta en los individuos que se ven identificados con aquellas causas que apoyan (Awan, 2014).

El nivel de ingresos también ha sido identificado como un factor que contribuye a perfilar las características del donante (Halim, 2015; Lewin, 2014; Veldhuizen, 2009). El nivel de ingresos comprendido entre \$0 y \$7,799.00 pesos mensuales reflejan el prevaleciente rango en los diferentes perfiles por causa, por lo nos alineamos a la idea de que las personas en lugares con mayor desigualdad de ingresos pueden estar más dispuestas a ayudar a extraños (Smith 2020).

Por otro lado, la investigación muestra que dentro de las características intrínsecas, las variables como la generosidad, caridad y la propensión donar pueden ser predictoras para la realización de

donaciones. La generosidad percibida de uno mismo tiene una influencia significativa en donaciones como lo reporta Lewin (2014); no obstante, no es una de las características intrínsecas mejor valoradas por los donantes de las diferentes causas sociales. Estar a favor de las donaciones es una característica intrínseca que, ya sea de manera global como en cada perfil por causa social, tiene mayores medias dentro de los donantes. Haciendo una comparación con los no donantes, los donantes se perciben a sí mismos como más generosos (Purnell, 2013) particularmente, los hombres donantes y no donantes presentan promedios más bajos que las mujeres.

La caridad resultó una de las características que puede predecir mejor la tendencia a donar, ya que es la única característica que representa una diferencia significativa entre donantes y no donantes. Ser caritativo es una característica presente en donantes y no donantes (61.90%) y es una elección intencional e individual que hacemos para contribuir a causas sociales (McIvor 2019). Cabe resaltar que la caridad es una característica incluida en el comportamiento pro-social identificado como una de las razones que hace que las personas ayuden a los demás (Smith 2019).

La causa social con mayor número de donantes es la asistencia a pobres o grupos vulnerables con tipo de donación monetaria otorgada directamente a la persona afectada; de esa forma observamos que es la causa social la que explica el tipo de donación y la vía de donación de los donantes. De acuerdo a cada causa social, lo que predomina es que se haga a través de instituciones (como es el caso de las ISFL). La confianza en las instituciones tiene un efecto significativo en las donaciones (Jeffers, 2013) y esta vía de donación está presente en 4 de las causas sociales de la investigación.

La empatía es la principal motivación por la que donan seguida por satisfacción personal. De acuerdo a Levine (2019) donar es bueno para quien recibe la ayuda así como para quien la da; las personas que donan tienden a decir que están más satisfechas. En otro orden de ideas, religiosidad tiene poco efecto en la donación (Lewin, et al., 2014) ubicándose en la penúltima posición de razones de donaciones.

De los datos obtenidos se puede concluir que el perfil de los donantes depende de la causa social y el tipo de donación, así como las vías por la cual hace llegar su ayuda. Independientemente de esto, la caridad es la característica que puede predecir una tendencia a donar. La asistencia a pobres o poblaciones vulnerables es la causa social con más donantes y la principal razón para realizar la donación es por sentir empatía.

Esta investigación corrobora hallazgos de otras investigaciones realizadas sobre perfil de donante y su contraste con el grupo de no donantes; asimismo, nos permitió comparar el peso de las variables extrínsecas e intrínsecas, tras lo que se concluye que estas últimas tienen una mayor relevancia ya que apelan a los sentimientos de las personas y se reflejan en su comportamiento caritativo. Lo anterior tiene implicaciones valiosas ya que puede ser utilizado como base para que las propias ISFL efectúen sus perfilamientos con mayor delimitación y tomen en cuenta las características que hemos hallado. No obstante, no debe perderse de vista que los resultados de este documento resultan de una exploración, y tal y como lo hemos venido recalando a lo largo del documento, los contextos de cada causa social, de cada región y segmentación poblacional, pueden arrojar diferencias significativas

De la misma forma, no debemos olvidar que la finalidad de este perfilamiento de donantes, tal y como se describió al inicio de este documento, es que las instituciones tengan más información y de esa manera pueda utilizar sus recursos de forma más eficiente.

Cabe resaltar que la inquietud de esta investigación surge porque es muy importante perfilar el público que son donadores potenciales para una causa social, de manera que todas las acciones de atracción de donaciones, así como campañas de comunicación, puedan enfocarse en dichos segmentos y se vuelvan acciones eficientes y totalmente dirigidas. Que cada organización entienda quien es empático con su causa y puede convencer de donar más fácilmente.

El perfilamiento de donantes no es un asunto trivial, las ISFL invierten casi la misma proporción de dinero en campañas de recaudación que en los costos de impacto social, por lo que la insistencia de encontrar un perfil de donante es que un peso ahorrado (eficientado) en campañas, se convierte en un peso más que podrá ser destinado para comida, educación o cualquier beneficio que otorga determinada ISFL.

El corte descriptivo de la investigación es el primer paso para contar con información de personas y entendiendo un primer camino de estar alineados con el tipo de estudios existentes en el estado del arte. Pero al mismo tiempo, hemos buscado consolidar estas cifras con una serie de análisis de regresión, con la intención de detectar si hay un patrón que permita predecir la propensión a donar.

Lo que hallamos en las mencionadas regresiones, entre las características extrínsecas y los diferentes factores estudiados, nos indican que la propensión a donar se encuentra en individuos

del sexo femenino y estado civil soltero. En lo que respecta a estar a favor de las donaciones, las mujeres surgen nuevamente como un factor que marca una diferencia estadística en el modelo.

En lo que toca a las variables intrínsecas, se remarca que los factores que pueden predecir la propensión a donar es estar a favor de las donaciones y ser caritativos. No obstante, la generosidad no resultó determinante en el modelo estudiado

Otro de los aspectos que queremos destacar de esta investigación es que los resultados obtenidos contribuyen a la disciplina de la Administración ya que mostramos datos que competen al área financiera de la organización; específicamente, que los recursos sean administrados más eficientemente con esta contribución. Asimismo, dentro de las áreas funcionales de la organización que requieren administración está el área de captación de recursos y dentro de esta zona se encuentra la Mercadotecnia (entendimiento del público de las organizaciones).

Derivado de lo anterior, la investigación aporta beneficios aplicables en términos administrativos ya que permite utilizar conocimiento obtenido a través de una metodología el cual está encaminado a alcanzar los objetivos de la organización. También podemos abonar desde el punto de vista en el que la administración persigue la satisfacción de objetivos institucionales por medio de una estructura y los esfuerzos coordinados de distintas áreas.

Paralelamente, una reflexión que surge de la experiencia al desempeñarnos en este ramo es darnos cuenta que la publicidad, por sí misma, es de las menores razones por las cuales la gente dona a una causa social; este hallazgo permite a una ISFL, construir acciones o actividades de recaudación mucho más apegadas a la empatía y no solo depender de mensajes publicitarios que pueden generar cansancio en el público y hasta aversión.

Por ello nos parece pertinente finalizar esta discusión citando información de un caso que ha utilizado su propio sistema de identificación de donantes tras lo cual ha logrado resultados positivos. Nos referimos a los datos proporcionados por AdSpace MKT S.A. de C.V. en el contexto de su trabajo con la Fundación Lazos. La empresa pasó de un universo de 1 723 881 personas a una muestra perfilada de 905 612. Se contrastaron los datos obtenidos en ambos escenarios y los resultados se pueden observar en la siguiente tabla:

Tabla 29
Ejemplo ilustrativo de los beneficios del perfilamiento de donantes

| | Sin perfilamiento | Con perfilamiento |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Donadores potenciales | 1 723 881 | 905 612 |
| Campaña de e-mail | \$17 238 | \$9 056 |
| Pauta RRSS | \$3000 semanales | \$1500 semanales |
| Telemarketing | \$8000 semanales | \$5000 semanales |
| Total | \$28 238 | \$15 556 |

A partir de lo anterior se evidenció un ahorro de \$12 682, lo cual, para la causa social que persigue la fundación, representa un impacto positivo ya que el perfilamiento le permite ayudar por 3 años escolares a un niño de primaria. Reiteramos que este es un ejercicio ilustrativo que tiene la finalidad de generar conciencia sobre los beneficios que tiene conocer el tipo de donadores que pueden participar en determinada causa.

En cuanto a las líneas que emergen de esta investigación para estudios futuros mencionamos la relevancia que tiene analizar a las personas que no se consideran caritativas pero aun así ayudan económicamente a personas de manera “informal”. Durante la recolección de datos se notó que algunos participantes no hacían donaciones a ISFL u otras instituciones pero erogaban apoyos a necesitados como personas en situación de calle o que contaban con alguna discapacidad que les dificulta laborar. Estos donadores informales representan un área de oportunidad para que las ISFL ajusten sus estrategias y atraigan igualmente a estas personas que están dispuestas a ayudar.

Por último, se recomienda que para estudios posteriores se pueda hacer el mismo diseño del proyecto, pero explorando a los donantes a nivel nacional. Asimismo, se puede estudiar donantes ocasionales con la finalidad de averiguar si las características extrínsecas y las características intrínsecas del donante recurrente prevalecen en este tipo de donante ocasional y asimismo, conocer si alguna de las características, ya sea extrínseca o intrínseca, puede predecir la conducta recurrente u ocasional hacia la donación.

Referencias

- Abdel-Khalek, A. M. (2016). Measuring happiness with a single-item scale. *Social Behavior and Personality*, 34, 139-150.
- Aderman, D. (1972). Elation, depression, and helping behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 91-101.
- Alpizar, F., Carlsson, F., & Johansson-Stenman, O. (2008). Anonymity, Reciprocity and Conformity: Evidence from Voluntary Contributions to a Natural Park in Costa Rica. *Journal Of Public Economics*, 92(5-6), 1047-1060.
- Auten, G.E., Sieg, H. and Clotfelter, C.T. (2002) 'Charitable giving, income and taxes: an analysis of panel data', *The American Economic Review*, 92(1): 371-82
- Awan, M. Y., & Hameed, F. (2014). The Effect of Demographic, Socio-economic and Other Characteristics on Donations. *Journal of Social Sciences*, 24: 55-76.
- Baena, G. (2017) *Metodología de la investigación*. México, D. F.: Grupo Editorial Patria.
- Bailey, C. (2018) *A guide to qualitative field research*. Thousand Oaks, California: SAGE.
- Bekkers, R. (2004) *Giving and volunteering in the Netherlands: sociological and psychological perspectives*. PhD dissertation, Department of Sociology, Utrecht University, the Netherlands.
- Bekkers, R., & Schuyt, T. (2008). And who is your neighbor? Explaining denominational differences in charitable giving and volunteering in the Netherlands. *Review Of Religious Research*, 50(1), 74-96
- Bekkers, R., & Wiepking, P. (2010). A literature review of empirical studies of philanthropy: Eight mechanisms that drive charitable giving. *Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 2-92.
- Belfield, C. R., & Beney, A. P. (2000). What Determines Alumni Generosity? Evidence for the UK. *Education Economics*, 8(1), 65-80.

- Bennett, R., Mousley, W., Kitchin, P., & Ali-Choudhury, R. (2007). Motivations for participating in charity-affiliated sporting events. *Journal of Customer Behaviour*, 6(2), 155–178.
- Berger, I. E. (2006). The Influence of Religion on Philanthropy in Canada. *Voluntas*, 17, 115–132
- Brooks, A.C. (2005) ‘Does social capital make you generous?’ *Social Science Quarterly*, 86(1): 1–15
- Brown, E. and Ferris, J.M. (2007) ‘Social capital and philanthropy: an analysis of the impact of social capital on individual giving and volunteering’, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 36(1): 85–99
- Bryant, W.K., Jeon-Slaughter, H., Kang, H., & Tax, A. (2003). Participation in philanthropic activities: Donating money and time. *Journal of Consumer Policy*, 26, 43–73.
- Butler, L. (2018) *Qualitative inquiry: thematic, narrative and arts-based perspectives*. Los Angeles: SAGE.
- CEMEFI (2020) Filantropía corporativa en economías emergentes <https://www.cemefi.org/servicios/noticias/filantropicas/1877-filantropia-corporativa-en-economias-emergentes> Consultado el 20 de marzo de 2020
- Chang, W.-C. (2005) ‘Religious giving, non-religious giving, and after-life consumption’, *Topics in Economic Analysis and Policy*, 5(1), article 13
- Charities Aid Foundation (CAF). (2017). CAR World giving index 2017. USA.
- Chaves, M. (2002). Financing American Religion. *New Directions for Philanthropic Fundraising*, 35, 41-54
- Cialdini, R.B., Schaller, M., Houlihan, D., Arps, K., Fultz, J., & Beaman, A.L. (1997). Empathy-based helping: Is it selflessly or selfishly motivated? *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 749-759
- Cowley, E., McKenzie, T., Pharoah, C. and Smith, S. (2011) *The new state of donation: Three decades of household giving to charity 1978–2008i*, Bristol and London: Centre for Market and Public Organisation.

- Creswell, J. (2018) *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Thousand Oaks, California: SAGE.
- CrowFunding México (2020) Casos exitosos de CrowFunding <http://www.crowdfundingmexico.mx/blog/casos-exitosos-en-crowdfunding-de-donacion> Consultado el 20 de marzo de 2020
- Davidson, J. D., & Pyle, R. E. (1994). Passing the Plate in Affluent Churches: Why Some Members Give More Than Others. *Review of Religious Research*, 36(2), 181-196.
- Diamantopoulos, Sarstedt, Fuchs, Wilesinsky y Kaiser (2012) Guidelines for choosing between multi-item and single-item scales for construct measurement: a predictive validity perspective. *J. of the Acad. Mark. Sci.* 40(5):434–449
- Domínguez, E (2020) la investigación científica a través de internet: el ejemplo de los movimientos migratorios en el mundo. Recuperdo de: <http://www.ub.edu/geocrit/arac-19.htm>
- Dos Santos, N (2014) Tercer sector y donantes individuales factores intrínsecos y extrínsecos relacionados con el proceso de donación de recursos. *INVENIO*. 17 (33); 115-130
- Dunn, E. W., Aknin, L. B., & Norton, M. I. (2008). Spending money on others promotes happiness. *Science*, 319, 1687-1688.
- Eckel, C. C., & Grossman, P. J. (2003). Rebate versus matching: does how we subsidize charitable contributions matter? *Journal of Public Economics*, 87, 681-701.
- Efthymiou, D., & Antoniou, C. (2012). Use of social media for transport data collection. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 48, 775-785.
- Everatt, D., Habib, A., Maharaj, B., & Nyar, A. (2005). Patterns of Giving in South Africa. *Voluntas*, 16(3), 275-291.
- Falk, A. (2017). Gift exchange in the field. *Econometrica*, 75, 1501-1511.
- Feldstein, M., & Taylor, A. (1976). The Income Tax and Charitable Contributions. *Econometrica*, 44(6), 1201-1222.

- Fernández J. M. y Pablos J. L. (1996) El proceso de gestión de las entidades no lucrativas y las normas de información presupuestaria elaboradas por el Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC), *Actualidad Financiera*, Monográfico Contabilidad, Marzo, págs. 51-65
- Field, T. M., Hernandez-Reif, M., Quintino, O., Schanberg, S., & Kuhn, C. (1998). Elder retired volunteers benefit from giving massage therapy to infants. *Journal of Applied Gerontology*, 17, 229-239.
- Filo, K., Funk, D.C., & O'Brien, D. (2008). It's really not about the bike: Exploring attraction and attachment to the events of the Lance Armstrong Foundation. *Journal of Sport Management*, 22(5), 501–525
- Financiero (2020) *Donaciones* <https://nuevofinanciero.com/crowdfunding-donaciones-solidarios-interes-comun/> Consultado el 20 de marzo de 2020
- Fisher, Matthews y Gibbons (2015) Developing and Investigating the Use of Single-Item Measures in Organizational Research. *Journal of Occupational Health Psychology*. Advance, 4(15): 1-23.
- Forgas, J.P., Dunn, E., & Granland, S. (2008). Are you being served...? An unobtrusive experiment of affective influences on helping in a department store. *European Journal of Social Psychology*, 38, 333-342.
- Gneezy, U. & Rustichini, A. (2015). A fine is a price. *Journal of Legal Studies*, 29, 1-18
- Griskevicius, V., Tybur, J.M., Sundie, J.M., Cialdini, R.B., Miller, G.F., & Kenrick, D.T. (2017). Blatant benevolence and conspicuous consumption: When romantic motives elicit strategic costly signals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93, 85-102
- Halim Bin Mohd Noor; Nurul Amyra Mat Isa; Hamidah Muhd Irpanb; Hasan Bin Bahromb, Arifin Bin Md Salleh; Abdul Rahim Bin Ridzuan, (2015). Characteristic Affecting Charitable Donations Behavior: Empirical Evidence from Malaysia. *Procedia Economics and Finance*. 31: 563 – 572.

- Harbaugh, W. T., Myer, U., & Burghart, D. R. (2007). Neural responses to taxation and voluntary giving reveal motives for charitable donations. *Science*, 316, 1622-1625.
- Harris, M.B., & Huang, L.C. (1973). Helping and the attribution process. *Journal of Social Psychology*, 90, 291-297.
- Hernández, S. (2012) *Metodología de la investigación*. México, D. F.: McGraw-Hill.
- Heyman, J., & Ariely, D. (2014). Effort for payment: A tale of two markets. *Psychological Science*, 15, 787-793.
- Hodgkinson, V. A., & Weitzman, M. S. (1996). *Giving and Volunteering in the United States*. Washington: Independent Sector
- Hoge, D. R., & Yang, F. (1994). Determinants of Religious Giving in American Denominations: Data from Two Nationwide Surveys. *Review of Religious Research*, 36(2), 123-148.
- Hrung, W. B. (2004). After-Life Consumption and Charitable Giving. *American Journal of Economics and Sociology*, 63(3), 731-745.
- Hyde, M.K., Dunn, J., Bax, C., & Chambers, S.K. (2016). Episodic volunteering and retention: An integrated theoretical approach. *Non-profit and Voluntary Sector Quarterly*, 45(1), 45–63
- INEGI (2018) ISFL <http://www3.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/422/vargrp/VG7>
Consultado el 20 de marzo de 2020
- Isen, A. M., Horn, N., & Rosenhan D.L. (1997). Effects of success and failure on children's generosity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 27, 239-247
- Jeffres, Leo W. ; Carroll, Jeanine A. ; Med, Bridget E.; Rubenking, MA; Amschlinger, MA. (2008). Communication as a predictor of willingness to donate one's organs: an addition to the theory of reasoned action. *Progress in Transplantation*, 18: 257-262.
- Karlan, D., & List, J. A. (2007). Does price matter in charitable giving? Evidence from a large-scale natural field experiment. *American Economic Review*, 97, 1774–1793.

- Konow, J., & Earley, J. (2018). The hedonistic paradox: Is homo economicus happier? *Journal of Public Economics*, 92, 1-33
- Lee, B. A., & Farrell, C. R. (2003). Buddy, can you spare a dime? Homelessness, panhandling, and the public. *Urban Affairs Review*, 38(3), 299-324
- Lepper, M. R., Greene, D., & Nisbett, R.E. (1973). Undermining children's intrinsic interest with extrinsic reward. *Journal of Personality and Social Psychology*, 28, 129–37.
- Lewin Michael; Ian Phau & Aaron Lim. (2014). An Investigation of the Characteristics of Australian Charitable Donors. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 26:4, 372-389.
- Lunn, J., Klay, R., & Douglass, A. (2001). Relationships among giving, church attendance, and religious beliefs: the case of the Presbyterian Church (USA). *Journal for the Scientific Study of Religion*, 40(4), 765-775
- Lyons, M., & Nivison-Smith, I. (2006). Religion and Giving in Australia. *Australian Journal of Social Issues*, 41(4), 419-436.
- Lyubomirsky, S., Tkach, C., & Sheldon, K. M. (2014). Pursuing sustained happiness through random acts of kindness and counting one's blessings: Tests of two six-week interventions. Unpublished data, Department of Psychology, University of California, Riverside.
- Marr, K. A., Mullin, C. H., & Siegfried, J. J. (2005). Undergraduate financial aid and subsequent alumni giving behavior. *Quarterly Review of Economics and Finance*, 45, 123-143
- Marx, J. D. (2000). Women and Human Services Giving. *Social Work*, 45(1), 27-38
- Meier, S., & Stutzer, A. (2008). Is volunteering rewarding in itself? *Economica*, 75, 39-59.
- Meijer, M.M. (2009) The effects of charity reputation on charitable giving. *Corp. Reputation Ref.*, 12: 33-42.
- Mftei, A (2020) The more you have, the less you give? Prospective donation behavior for COVID-19 causes. *Romanian Journal of Applied Psychology*. 22(1): 15-20.

- Minicucci, A (1995) *Psicología aplicada à Administração*. 5. ed. São Paulo, Atlas
- Muhammad Younus Awan; Farhina Hameed. (2014). *Research Journal of Social Sciences*. 6(2): 55-76.
- Nelson, M.R., Brunel, F.F. Supphellen, M., & Manchanda, R.J. (2006). Effects of culture, gender, and moral obligations on responses to charity advertising across masculine and feminine cultures. *Journal of Consumer Psychology*, 16, 45–56
- Olson, D. V. A., & Caddell, D. (1994). Generous Congregations, Generous Givers: Congregational Contexts that Stimulate Individual Giving. *Review of Religious Research*, 36(2), 168-180.
- Purnell TS; Powe NR; Troll MU; Wang N-Y; Haywood C Jr; LaVeist TA; Boulware LE. (2013). Measuring and explaining racial and ethnic differences in willingness to donate live kidneys in the United States. *Clin Transplant*: 27: 673–683.
- Ranganathan, S. K. & Henley, W. H. (2008). Determinants of charitable donation intentions: a structural equation model. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 13(1), 1-11.
- Reed, P.B. and Selbee, L.K. (2002) ‘Is there a distinctive pattern of values associated with giving and volunteering? The Canadian case’, Paper presented at the 32nd ARNOVA conference, Montreal, Canada
- Regnerus, M. D., Smith, C., & Sikkink, D. (1998). Who Gives to the Poor? The Influence of Religious Tradition and Political Location on the Personal Generosity of Americans Toward the Poor. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 37(3), 481-493.
- Rooney, P.M., Steinberg, K. and Schervish, P.G. (2001) ‘A methodological comparison of giving surveys: Indiana as a test case’, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 30(3): 551–68
- Rosenhan, D. L., Underwood, B., & Moore, B. (1974). Affect moderates self-gratification and altruism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30, 546-52.
- Sajardo Moreno, A. (1996) *Análisis económico del Sector No lucrativo*. Valencia: Tirant lo Blanch.

- Sargeant, A (1999) Charitable giving: towards a model of donor behaviour. *Journal of Marketing Management*. 15(2): 215-238
- Schlegelmilch, Bodo B. (1997). Characteristics affecting charitable donations: empirical evidence from Britain *Journal of Marketing Practice, Applied Marketing Science*, 3 (1): 14-28.
- Simmons, W. O., & Emanuele, R. (2004). Does government spending crowd out donations of time and money? *Public Finance Review*, 32(5), 498-511
- Srnka, K. J., Grohs, R., & Eckler, I. (2003). Increasing Fundraising Efficacy by Segmenting Donors. *Australasian Marketing Journal*, 11(1), 70-86.
- Torres Pradas, L. (1989), Entidades no lucrativas en el sector público, *Técnica Contable*, (5) 491: 471-476.
- Van Lange, P.A., Bekkers, R., Schuyt, T.N., & Van Vugt, M. (2007). From games to giving: Social value orientation predicts donations to noble causes. *Basic and Applied Social Psychology*, 29(4), 375–384.
- Van Slyke, D. M., & Brooks, A. C. (2005). Why Do People Give? New Evidence and Strategies for Nonprofit Managers. *American Review of Public Administration*, 35(3), 199-222.
- Vartanian, O. & Goel, V. (2014). Neuroanatomical correlates of aesthetic preferences for paintings. *NeuroReport*, 15, 893-897
- Veldhuizen, I. J. T.; Doggen, C. J. M.; Atsma, F.; De Kort, W. L. A. M. (2009) Donor profiles: demographic factors and their influence on the donor career. *Journal compilation International Society of Blood Transfusion*, 97: 129–138.
- Vohs, K.D., Mead, N.L., & Goode, M.R. (2006). The psychological consequences of money. *Science*, 314, 1154-1156.
- Voydanoff, P. (2007). *Work, family, and community: Exploring interconnections*. Mahwah, NJ: Erlbaum

- Wang, L., & Graddy, E. (2018). Social capital, volunteering, and charitable giving. *Voluntas*, 19, 23-42.
- Wiepking, P. and Maas, I. (2009) 'Resources that make you generous: effects of social and human resources on charitable giving', *Social Forces*, 87(4): 1973–96
- Wilhelm, M.O., Brown, E., Rooney, P.M. and Steinberg, R.S. (2008) 'The intergenerational transmission of generosity', *Journal of Public Economics*, 92: 2146–56.
- Williams, S., & Shiaw, W. T. (1999). Mood and organizational citizenship behavior: The effects of positive affect on employee organizational citizenship behavior intentions. *Journal of Psychology*, 133, 656–668.
- Won, D., Park, M., & Turner, B.A. (2010). Motivations for participating in health related charity sport events. *Journal of Venue and Event Management*, 1(1), 17–44.
- Wunnava, P. V., & Lauze, M. A. (2001). Alumni giving at a small liberal arts college: evidence from consistent and occasional donors. *Economics of Education Review*, 20, 533-543
- Yamauchi, N., & Yokoyama, S. (2005). What Determines Individual Giving and Volunteering in Japan? An Econometric Analysis Using the 2002 National Survey Data. Paper presented at the 34th Arnova Conference, Washington, DC
- Yohannes et al. (2011) Reliability and validity of a single item measure of quality of life scale for adult patients with cystic fibrosis *Health and Quality of Life Outcomes*, 9(105); 1-8.
- Yu-Kang Lee; Chun-Tuan Chang. (2007). Who Gives What to Charity? Characteristics Affecting Donation Behavior. *Social Behavior and Personality*, 35 (9): 1173-1180.
- Zaleski, P. A., & Zech, C. E. (1994). Economic and Attitudinal Factors in Catholic and Protestant Religious Giving. *Review of Religious Research*, 36(2), 158-167

Anexo 1. Cuestionario

PERFIL DE DONANTE

Instrucciones: A continuación se preguntan sobre la donación a causas sociales además de algunos datos demográficos. Le pido por favor responda a cada una de ellas. Los datos son anónimos. Si usted responde este cuestionario damos por hecho que da su consentimiento para hacer uso estadístico de la información que proporcione.

| | |
|-------------|--|
| Edad | |
|-------------|--|

| | | |
|---------------|---|---|
| Género | F | M |
|---------------|---|---|

Nivel educativo:

| | |
|-----------------------|--|
| Secundaria Completa | |
| Preparatoria completa | |
| Licenciatura completa | |
| Maestría Completa | |
| Doctorado Completo | |

Elige una de las siguientes opciones como actividad ocupacional preponderante

| | |
|--------------------------|--|
| Estudiante | |
| Ama de casa | |
| Empleado | |
| Emprendedor / Empresario | |
| Comerciante | |
| Freelance | |
| Jubilado /pensionado | |

Estado civil:

| | |
|----------|--|
| Soltero | |
| Casado | |
| Separado | |
| Viudo | |

¿Tiene hijos?

| | |
|----|--|
| Si | |
| No | |

Número de hijos:

Rango de edad de sus hijos:

| | |
|-----------------|--|
| 12 años o menos | |
| 13 a 18 años | |
| 19 a 23 años | |
| Más de 24 años | |

¿Tiene nietos?

| | |
|----|--|
| Si | |
| No | |

Nivel de ingreso mensual

| | |
|----------------------------|--|
| \$ 0 a \$ 3, 129.00 | |
| \$ 3,130 a \$ 7, 799.00 | |
| \$ 7, 800 a \$ 10, 689.00 | |
| \$ 10, 690 a \$ 13, 499.00 | |
| \$ 13, 500 a \$ 40, 599.00 | |
| \$ 40, 500 a \$ 98, 499.00 | |
| Más de \$ 98, 000 | |

¿Vive en Área Metropolitana de CdMx?

| | |
|----|--|
| Si | |
| No | |

En un rango del 1 al 10 qué tan generoso para causas sociales se considera. (10 es la calificación más alta)

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

En un rango del 1 al 10 qué tan propenso se considera para donar a causas sociales (10 es la calificación más alta)

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

En un rango del 1 al 10 qué tan a favor está de hacer donaciones a causas sociales (10 es la calificación más alta)

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|

¿Ha ayudado a una persona que no conocía y necesitaba ayuda en el último mes?

| | |
|----|--|
| Si | |
| No | |

¿Realiza habitualmente donación a una "causa social"?

Si

No

Si la respuesta es NO, favor de terminar encuesta

¿Cada cuándo realiza esta donación?

| | |
|--------------|--|
| Cada mes | |
| Cada 3 meses | |

| | |
|--------------|--|
| Cada 6 meses | |
| Cada Año | |

Pensando en la causa social QUE TIENE MAYOR IMPORTANCIA PARA USTED, le pido que del siguiente listado elija la categoría a la que dona.

LA CAUSA SOCIAL CON MAYOR IMPORTANCIA A LA QUE DONA

| | |
|---|--|
| Asistencia a pobres o poblaciones vulnerables | |
| Educación | |
| Vivienda | |
| Salud | |
| Desarrollo Social | |
| Alimentación | |
| Ayuda humanitaria | |
| Empleo | |
| Flora, fauna y medio ambiente | |

¿Cómo hace mayormente la donación a la causa social seleccionada?

| | |
|--------------|--|
| Monetaria | |
| Especie | |
| Voluntariado | |

¿A quién le entrega esta donación?

| | |
|------------------------------------|--|
| A una institución | |
| Directamente a la persona afectada | |

¿Por qué inició a donar a esta causa?

¡Muchas gracias por contestar la encuesta!

Anexo II. Probit

| Frecuencia | Realiza donaciones | Contribución |
|-------------------|---------------------------|---------------------|
|-------------------|---------------------------|---------------------|

| | | Edad | Generosidad | Propensión a donar | A favor de hacer donaciones |
|----|---|------|-------------|--------------------|-----------------------------|
| 1 | 1 | .018 | .009 | .008 | .237 |
| 2 | 1 | .018 | .010 | .009 | .231 |
| 3 | 1 | .019 | .010 | .009 | .218 |
| 4 | 1 | .018 | .011 | .010 | .214 |
| 5 | 1 | .020 | .010 | .009 | .220 |
| 6 | 1 | .020 | .011 | .011 | .187 |
| 7 | 1 | .017 | .011 | .010 | .232 |
| 8 | 1 | .019 | .009 | .008 | .210 |
| 9 | 1 | .020 | .010 | .010 | .219 |
| 10 | 1 | .020 | .011 | .010 | .218 |
| 11 | 1 | .017 | .011 | .011 | .210 |
| 12 | 1 | .019 | .009 | .009 | .235 |
| 13 | 1 | .018 | .010 | .010 | .231 |
| 14 | 1 | .019 | .010 | .009 | .222 |
| 15 | 1 | .019 | .010 | .010 | .218 |
| 16 | 1 | .020 | .011 | .010 | .195 |
| 17 | 1 | .020 | .011 | .010 | .214 |
| 18 | 1 | .020 | .011 | .010 | .223 |
| 19 | 1 | .018 | .011 | .010 | .201 |
| 20 | 1 | .020 | .010 | .009 | .183 |
| 21 | 1 | .020 | .011 | .011 | .232 |
| 22 | 1 | .019 | .011 | .010 | .188 |
| 23 | 1 | .019 | .011 | .010 | .205 |
| 24 | 1 | .020 | .011 | .010 | .218 |
| 25 | 1 | .019 | .011 | .010 | .192 |
| 26 | 1 | .019 | .010 | .010 | .218 |
| 27 | 1 | .019 | .010 | .010 | .211 |
| 28 | 1 | .019 | .010 | .010 | .222 |
| 29 | 1 | .017 | .011 | .010 | .204 |
| 30 | 1 | .020 | .009 | .008 | .222 |
| 31 | 1 | .019 | .011 | .010 | .218 |
| 32 | 1 | .019 | .010 | .010 | .222 |
| 33 | 1 | .017 | .010 | .010 | .218 |
| 34 | 1 | .020 | .009 | .009 | .241 |
| 35 | 1 | .018 | .011 | .011 | .210 |
| 36 | 1 | .019 | .010 | .009 | .205 |
| 37 | 1 | .019 | .010 | .010 | .214 |
| 38 | 1 | .017 | .011 | .010 | .241 |

| | | | | | |
|----|---|------|------|------|------|
| 39 | 1 | .018 | .009 | .009 | .304 |
| 40 | 1 | .017 | .010 | .010 | .218 |
| 41 | 1 | .019 | .009 | .009 | .234 |
| 42 | 1 | .019 | .010 | .010 | .205 |
| 43 | 1 | .019 | .010 | .009 | .151 |
| 44 | 1 | .019 | .010 | .010 | .191 |
| 45 | 1 | .019 | .011 | .010 | .210 |
| 46 | 1 | .019 | .010 | .010 | .248 |
| 47 | 1 | .020 | .011 | .010 | .248 |
| 48 | 1 | .020 | .011 | .010 | .210 |
| 49 | 1 | .019 | .011 | .010 | .231 |
| 50 | 1 | .020 | .010 | .010 | .214 |
| 51 | 1 | .020 | .011 | .010 | .257 |
| 52 | 1 | .022 | .011 | .011 | .267 |
| 53 | 1 | .019 | .012 | .013 | .218 |
| 54 | 1 | .018 | .011 | .010 | .218 |
| 55 | 1 | .019 | .009 | .010 | .251 |
| 56 | 1 | .014 | .010 | .010 | .151 |
| 57 | 1 | .018 | .007 | .007 | .209 |
| 58 | 1 | .019 | .010 | .009 | .196 |
| 59 | 1 | .018 | .010 | .010 | .205 |
| 60 | 1 | .018 | .010 | .009 | .178 |
| 61 | 1 | .020 | .010 | .009 | .261 |
| 62 | 1 | .019 | .011 | .010 | .214 |
| 63 | 1 | .020 | .010 | .010 | .265 |
| 64 | 1 | .021 | .011 | .010 | .252 |
| 65 | 1 | .021 | .011 | .011 | .239 |
| 66 | 1 | .019 | .011 | .011 | .222 |
| 67 | 1 | .019 | .011 | .010 | .219 |
| 68 | 1 | .021 | .011 | .010 | .183 |
| 69 | 1 | .014 | .012 | .011 | .178 |
| 70 | 1 | .018 | .007 | .007 | .183 |
| 71 | 1 | .018 | .010 | .009 | .218 |
| 72 | 1 | .019 | .009 | .009 | .201 |
| 73 | 1 | .017 | .010 | .010 | .218 |
| 74 | 1 | .021 | .009 | .008 | .218 |
| 75 | 1 | .020 | .011 | .011 | .218 |
| 76 | 1 | .020 | .011 | .010 | .175 |
| 77 | 1 | .022 | .011 | .011 | .231 |
| 78 | 1 | .019 | .013 | .012 | .182 |

| | | | | | |
|-----|---|------|------|------|------|
| 79 | 1 | .019 | .010 | .010 | .226 |
| 80 | 1 | .019 | .010 | .010 | .167 |
| 81 | 1 | .018 | .011 | .010 | .196 |
| 82 | 1 | .016 | .010 | .009 | .159 |
| 83 | 1 | .017 | .008 | .008 | .159 |
| 84 | 1 | .019 | .009 | .009 | .188 |
| 85 | 1 | .019 | .011 | .010 | .219 |
| 86 | 1 | .019 | .010 | .010 | .147 |
| 87 | 1 | .019 | .011 | .010 | .252 |
| 88 | 1 | .019 | .011 | .010 | .252 |
| 89 | 1 | .017 | .011 | .010 | .209 |
| 90 | 1 | .019 | .009 | .008 | .210 |
| 91 | 1 | .017 | .010 | .010 | .204 |
| 92 | 1 | .019 | .009 | .008 | .229 |
| 93 | 1 | .015 | .010 | .010 | .218 |
| 94 | 1 | .019 | .008 | .008 | .231 |
| 95 | 1 | .017 | .010 | .009 | .260 |
| 96 | 1 | .017 | .009 | .008 | .218 |
| 97 | 1 | .018 | .009 | .008 | .232 |
| 98 | 1 | .019 | .010 | .009 | .254 |
| 99 | 1 | .014 | .011 | .010 | .208 |
| 100 | 1 | .022 | .007 | .007 | .213 |
| 101 | 1 | .022 | .013 | .012 | .214 |
| 102 | 1 | .018 | .013 | .012 | .143 |
| 103 | 1 | .020 | .010 | .009 | .218 |
| 104 | 1 | .019 | .011 | .010 | .218 |
| 105 | 1 | .021 | .010 | .009 | .209 |
| 106 | 1 | .019 | .011 | .011 | .231 |
| 107 | 1 | .019 | .011 | .010 | .210 |
| 108 | 1 | .021 | .010 | .010 | .203 |
| 109 | 1 | .019 | .011 | .011 | .196 |
| 110 | 1 | .020 | .011 | .010 | .183 |
| 111 | 1 | .019 | .011 | .011 | .214 |
| 112 | 1 | .018 | .010 | .010 | .192 |
| 113 | 1 | .018 | .010 | .009 | .204 |
| 114 | 1 | .020 | .010 | .009 | .192 |
| 115 | 1 | .015 | .011 | .010 | .200 |
| 116 | 1 | .019 | .008 | .007 | .179 |
| 117 | 1 | .019 | .011 | .010 | .210 |
| 118 | 1 | .018 | .011 | .010 | .236 |

| | | | | | |
|-----|---|------|------|------|------|
| 119 | 1 | .019 | .010 | .009 | .175 |
| 120 | 1 | .020 | .010 | .010 | .210 |
| 121 | 1 | .019 | .011 | .010 | .186 |
| 122 | 1 | .018 | .010 | .009 | .183 |
| 123 | 1 | .018 | .009 | .009 | .192 |
| 124 | 1 | .020 | .010 | .009 | .183 |
| 125 | 1 | .018 | .011 | .010 | .188 |
| 126 | 1 | .019 | .010 | .009 | .196 |
| 127 | 1 | .018 | .010 | .009 | .192 |
| 128 | 1 | .018 | .010 | .009 | .197 |
| 129 | 1 | .017 | .009 | .009 | .162 |
| 130 | 1 | .020 | .009 | .008 | .183 |
| 131 | 1 | .020 | .011 | .010 | .163 |
| 132 | 1 | .017 | .011 | .010 | .222 |
| 133 | 1 | .020 | .009 | .008 | .167 |
| 134 | 1 | .017 | .011 | .010 | .200 |
| 135 | 1 | .018 | .009 | .008 | .175 |
| 136 | 1 | .018 | .010 | .009 | .177 |
| 137 | 1 | .017 | .010 | .009 | .167 |
| 138 | 1 | .018 | .009 | .009 | .163 |
| 139 | 1 | .018 | .010 | .009 | .192 |
| 140 | 1 | .018 | .009 | .009 | .210 |
| 141 | 1 | .019 | .010 | .009 | .210 |
| 142 | 1 | .015 | .010 | .010 | .137 |
| 143 | 1 | .017 | .008 | .007 | .328 |
| 144 | 1 | .015 | .009 | .009 | .245 |
| 145 | 1 | .019 | .008 | .007 | .211 |
| 146 | 1 | .015 | .010 | .010 | .229 |
| 147 | 1 | .016 | .008 | .008 | .260 |
| 148 | 1 | .016 | .009 | .008 | .235 |
| 149 | 1 | .016 | .008 | .008 | .166 |
| 150 | 1 | .015 | .008 | .008 | .237 |
| 151 | 1 | .015 | .008 | .008 | .210 |
| 152 | 1 | .018 | .008 | .007 | .230 |
| 153 | 1 | .020 | .010 | .009 | .211 |
| 154 | 1 | .020 | .011 | .010 | .214 |
| 155 | 1 | .015 | .011 | .010 | .210 |
| 156 | 2 | .020 | .011 | .009 | .311 |
| 157 | 2 | .017 | .007 | .011 | .155 |
| 158 | 2 | .020 | .011 | .007 | .176 |

| | | | | | |
|-----|---|------|------|------|------|
| 159 | 2 | .017 | .009 | .010 | .206 |
| 160 | 2 | .020 | .011 | .009 | .270 |
| 161 | 2 | .019 | .008 | .010 | .284 |
| 162 | 2 | .020 | .011 | .008 | .188 |
| 163 | 2 | .014 | .010 | .010 | .201 |
| 164 | 2 | .024 | .010 | .009 | .185 |
| 165 | 2 | .020 | .007 | .010 | .152 |
| 166 | 2 | .019 | .013 | .006 | .160 |
| 167 | 2 | .020 | .011 | .014 | .188 |
| 168 | 2 | .020 | .010 | .011 | .197 |
| 169 | 2 | .020 | .010 | .010 | .183 |
| 170 | 2 | .017 | .010 | .010 | .261 |
| 171 | 2 | .021 | .011 | .010 | .205 |
| 172 | 2 | .019 | .009 | .010 | .242 |
| 173 | 2 | .018 | .011 | .008 | .222 |
| 174 | 2 | .016 | .010 | .011 | .287 |
| 175 | 2 | .021 | .010 | .009 | .210 |
| 176 | 2 | .020 | .008 | .009 | .234 |
| 177 | 2 | .022 | .011 | .007 | .197 |
| 178 | 2 | .020 | .010 | .011 | .241 |
| 179 | 2 | .019 | .012 | .010 | .230 |
| 180 | 2 | .020 | .010 | .011 | .220 |
| 181 | 2 | .025 | .010 | .010 | .197 |
| 182 | 2 | .015 | .010 | .010 | .251 |
| 183 | 2 | .017 | .014 | .010 | .174 |
| 184 | 2 | .020 | .008 | .014 | .193 |
| 185 | 2 | .020 | .009 | .007 | .188 |
| 186 | 2 | .023 | .010 | .008 | .215 |
| 187 | 2 | .017 | .010 | .010 | .222 |
| 188 | 2 | .019 | .012 | .010 | .210 |
| 189 | 2 | .018 | .008 | .012 | .176 |
| 190 | 2 | .015 | .010 | .008 | .167 |
| 191 | 2 | .016 | .009 | .009 | .227 |
| 192 | 2 | .018 | .007 | .009 | .183 |
| 193 | 2 | .019 | .008 | .007 | .241 |
| 194 | 2 | .017 | .009 | .008 | .204 |
| 195 | 2 | .020 | .010 | .009 | .206 |
| 196 | 2 | .018 | .009 | .009 | .197 |
| 197 | 2 | .021 | .011 | .008 | .172 |
| 198 | 2 | .019 | .010 | .011 | .250 |

| | | | | | | |
|-----|--|---|------|------|------|------|
| 199 | | 2 | .021 | .011 | .009 | .192 |
| 200 | | 2 | .020 | .010 | .011 | .210 |
| 201 | | 2 | .020 | .011 | .009 | .241 |
| 202 | | 2 | .019 | .010 | .011 | .171 |
| 203 | | 2 | .018 | .010 | .010 | .210 |
| 204 | | 2 | .020 | .010 | .009 | .205 |
| 205 | | 2 | .019 | .009 | .009 | .239 |
| 206 | | 2 | .019 | .011 | .009 | .222 |
| 207 | | 2 | .019 | .010 | .011 | .210 |
| 208 | | 2 | .015 | .010 | .010 | .222 |
| 209 | | 2 | .019 | .010 | .009 | .204 |
| 210 | | 2 | .018 | .007 | .010 | .222 |
| 211 | | 2 | .019 | .010 | .007 | .210 |
| 212 | | 2 | .019 | .009 | .009 | .225 |
| 213 | | 2 | .020 | .010 | .009 | .200 |
| 214 | | 2 | .017 | .010 | .010 | .230 |
| 215 | | 2 | .015 | .010 | .009 | .188 |
| 216 | | 2 | .019 | .009 | .010 | .214 |
| 217 | | 2 | .017 | .007 | .008 | .216 |
| 218 | | 2 | .018 | .010 | .007 | .218 |
| 219 | | 2 | .018 | .009 | .009 | .183 |
| 220 | | 2 | .020 | .009 | .008 | .214 |
| 221 | | 2 | .019 | .010 | .009 | .217 |
| 222 | | 2 | .017 | .010 | .009 | .191 |
| 223 | | 2 | .019 | .010 | .010 | .213 |
| 224 | | 2 | .016 | .009 | .009 | .152 |
| 225 | | 2 | .019 | .010 | .008 | .222 |
| 226 | | 2 | .020 | .008 | .010 | .168 |
| 227 | | 2 | .015 | .010 | .008 | .168 |
| 228 | | 2 | .020 | .010 | .010 | .175 |
| 229 | | 2 | .018 | .007 | .010 | .192 |
| 230 | | 2 | .018 | .010 | .007 | .164 |
| 231 | | 2 | .019 | .010 | .010 | .222 |
| 232 | | 2 | .020 | .009 | .009 | .268 |
| 233 | | 2 | .019 | .010 | .009 | .200 |
| 234 | | 2 | .018 | .010 | .009 | .210 |
| 235 | | 2 | .019 | .010 | .010 | .197 |
| 236 | | 2 | .020 | .010 | .009 | .210 |
| 237 | | 2 | .020 | .010 | .009 | .214 |
| 238 | | 2 | .019 | .010 | .009 | .321 |

| | | | | | | |
|-----|--|---|------|------|------|------|
| 239 | | 2 | .019 | .011 | .010 | .171 |
| 240 | | 2 | .018 | .010 | .010 | .194 |
| 241 | | 2 | .019 | .010 | .009 | .192 |
| 242 | | 2 | .018 | .009 | .009 | .241 |
| 243 | | 2 | .019 | .010 | .009 | .235 |
| 244 | | 2 | .017 | .009 | .010 | .222 |
| 245 | | 2 | .019 | .010 | .009 | .210 |
| 246 | | 2 | .017 | .009 | .010 | .197 |
| 247 | | 2 | .016 | .010 | .008 | .187 |
| 248 | | 2 | .018 | .009 | .010 | .222 |
| 249 | | 2 | .014 | .008 | .009 | .239 |
| 250 | | 2 | .019 | .009 | .008 | .210 |
| 251 | | 2 | .017 | .007 | .009 | .212 |
| 252 | | 2 | .017 | .010 | .007 | .179 |
| 253 | | 2 | .016 | .009 | .009 | .222 |
| 254 | | 2 | .019 | .009 | .008 | .183 |
| 255 | | 2 | .015 | .008 | .008 | .214 |
| 256 | | 2 | .019 | .010 | .008 | .210 |
| 257 | | 2 | .022 | .008 | .009 | .227 |
| 258 | | 2 | .019 | .010 | .007 | .209 |
| 259 | | 2 | .020 | .012 | .009 | .211 |
| 260 | | 2 | .019 | .010 | .012 | .254 |
| 261 | | 2 | .020 | .010 | .009 | .171 |
| 262 | | 2 | .019 | .010 | .010 | .254 |
| 263 | | 2 | .023 | .010 | .009 | .236 |
| 264 | | 2 | .016 | .010 | .010 | .207 |
| 265 | | 2 | .017 | .012 | .010 | .282 |
| 266 | | 2 | .016 | .008 | .013 | .231 |
| 267 | | 2 | .020 | .009 | .008 | .258 |
| 268 | | 2 | .018 | .008 | .008 | .210 |
| 269 | | 2 | .019 | .010 | .008 | .239 |
| 270 | | 2 | .019 | .010 | .010 | .214 |
| 271 | | 2 | .019 | .010 | .009 | .211 |
| 272 | | 2 | .017 | .010 | .009 | .191 |
| 273 | | 2 | .019 | .010 | .010 | .189 |
| 274 | | 2 | .018 | .008 | .009 | .188 |
| 275 | | 2 | .020 | .010 | .008 | .253 |
| 276 | | 2 | .018 | .009 | .009 | .200 |
| 277 | | 2 | .016 | .010 | .009 | .239 |
| 278 | | 2 | .019 | .009 | .010 | .214 |

| | | | | | |
|-----|---|------|------|------|------|
| 279 | 2 | .016 | .008 | .009 | .145 |
| 280 | 2 | .018 | .010 | .008 | .152 |
| 281 | 2 | .020 | .008 | .009 | .145 |
| 282 | 2 | .019 | .009 | .008 | .210 |
| 283 | 2 | .018 | .010 | .009 | .222 |
| 284 | 2 | .017 | .010 | .010 | .168 |
| 285 | 2 | .019 | .009 | .009 | .168 |
| 286 | 2 | .016 | .009 | .009 | .175 |
| 287 | 2 | .019 | .010 | .009 | .192 |
| 288 | 2 | .020 | .008 | .010 | .164 |
| 289 | 2 | .018 | .010 | .008 | .222 |
| 290 | 2 | .021 | .010 | .010 | .268 |
| 291 | 2 | .019 | .010 | .010 | .200 |
| 292 | 2 | .022 | .011 | .009 | .210 |
| 293 | 2 | .020 | .010 | .011 | .197 |
| 294 | 2 | .018 | .012 | .009 | .210 |
| 295 | 2 | .019 | .010 | .011 | .176 |
| 296 | 2 | .018 | .009 | .010 | .206 |
| 297 | 2 | .016 | .010 | .009 | .270 |
| 298 | 2 | .016 | .009 | .010 | .284 |
| 299 | 2 | .018 | .008 | .010 | .188 |
| 300 | 2 | .021 | .008 | .008 | .201 |
| 301 | 2 | .019 | .009 | .008 | .185 |
| 302 | 2 | .018 | .011 | .009 | .152 |
| 303 | 2 | .019 | .010 | .011 | .160 |
| 304 | 2 | .016 | .009 | .009 | .188 |
| 305 | 2 | .015 | .010 | .009 | .197 |
| 306 | 2 | .015 | .008 | .010 | .183 |
| 307 | 2 | .020 | .007 | .007 | .261 |
| 308 | 2 | .019 | .007 | .007 | .205 |
| 309 | 2 | .022 | .010 | .007 | .242 |
| 310 | 2 | .021 | .010 | .010 | .222 |

P<0.05