



 #undíaparadar  
MEXICO

#Yo  
Dno  
Porque



## #YoDonoPorque Reporte 2018

Publicación de #undíaparadar México

### **Autores:**

Abril Rocabert, Beatriz Martínez, Daniela Arroyo, Daniel Revilla, Emanuel Johansen, Marian Olvera.

Alternativas y Capacidades, A.C. es una Organización de la Sociedad Civil (OSC) que fortalece capacidades de incidencia en la sociedad civil organizada, promueve la inversión social estratégica y trabaja por un entorno propicio para la participación en la esfera pública, con el objetivo de contribuir al desarrollo social de México.

Anita Gallagher

InnovaSocial es una consultora con especialización en iniciativas de impacto social. Lidera el movimiento #undíaparadar (#GivingTuesday) en México.

Agradecemos el apoyo del equipo de #GivingTuesday global y The Gates Foundation para la realización de #YoDonoPorque. Este reporte presenta los resultados principales de la campaña; sin embargo, las opiniones expresadas son de los autores únicamente.

# Índice



- |  |                |
|--|----------------|
| <b>1. Introducción:</b><br>¿En qué consiste #YoDonoPorque?                                   | <b>pag. 5</b>  |
| <b>2. Resultados:</b><br>#YoDonoPorque en números  | <b>pag. 11</b> |
| <b>3. Hallazgos:</b><br>¿Qué aprendimos?   | <b>pag. 16</b> |
| <b>4. Conclusiones:</b><br>¿Qué debemos hacer para fortalecer la cultura de donar en México? | <b>pag. 23</b> |



Hace más de 14 años que conocí el mundo de la sociedad civil organizada en México, una sociedad conformada por diferentes grupos de personas preocupadas por contribuir a la solución de distintos problemas públicos y deseos de ser parte de la transformación de nuestro país.

No pasó mucho tiempo para que comenzara a vislumbrar los enormes desafíos: falta de recursos y una inversión social privada poco estratégica, desconocimiento y desconfianza hacia el trabajo de las OSC, poca o nula comprensión sobre el papel que tenemos en el espacio público, en la construcción de la gobernanza de México.

A estas dificultades, hoy tenemos que añadir la constante desacreditación del trabajo realizado por la sociedad civil organizada, reducción de recursos públicos dirigidos hacia las OSC y descalificación de protestas sociales, que promueven aún más la desconfianza hacia nuestro sector.

Hoy más que nunca es fundamental promover y ser parte de iniciativas que contribuyan con narrativas positivas al fortalecimiento de la cultura filantrópica en México. En esta lógica, la campaña #YoDonoPorque cobra particular relevancia, en medio de un contexto que requiere aumentar la participación ciudadana en causas sociales.

**#YoDonoPorque busca generar información que permita identificar factores que puedan afectar o fomentar el desarrollo de la cultura filantrópica en México** - el presente reporte es el primer esfuerzo que se realiza para dar pie a esta construcción.

#YoDonoPorque, en un escenario en el que se está poniendo en riesgo la participación de las OSC en el espacio público y la labor que realizamos, **es una forma creativa de abrir canales de comunicación y movilización con las personas que apoyan a las OSC con su tiempo, talento y recursos en efectivo o en especie.** Es un sector de la población con el que poco se había tenido acercamiento y que, sin duda, es fundamental para ampliar el impacto de las acciones que buscan dar solución a los problemas públicos que nos aquejan como país.

**#YoDonoPorque es un punto de partida para iniciar la apuesta hacia la transformación de la cultura filantrópica en México.**

**MARIAN OLVERA**  
Directora

Alternativas y Capacidades A.C.





# 1. Introducción

¿En qué consiste #YoDonoPorque?

# 1.1 ¿En qué consiste #yodonoporque?



#YoDonoPorque es una campaña en la que se invita a las personas a contar su historia de donar para visibilizar y fortalecer la cultura filantrópica en México. Esta campaña se realizó en noviembre y diciembre de 2018, en el marco de #UnDíaParaDar, movimiento global que busca multiplicar las buenas acciones de las personas.

En México la proporción de donaciones realizadas por individuos hacia Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) es relativamente baja y diversas normas sociales y/o culturales inhiben a las personas el compartir con otras sus motivos para donar.

Este reporte resume los resultados de la campaña y presenta nuestro análisis de las historias con el fin de generar aprendizajes para la comunidad de OSC y para siguientes ediciones de #YoDonoPorque.

## #YoDonoPorque nace con la siguiente hipótesis:

Al invitar a las personas a compartir historias en redes sociales acerca de sus donativos de tiempo, talento y recursos, podremos:

**Visibilizar la acción de donar**, contribuyendo a su validación y motivando a más personas a donar.

**Entender más acerca de las motivaciones** que llevan a las personas a donar, para poder orientar mejor a organizaciones que recaudan fondos de donantes individuales.

## 1.2 ¿Cómo funcionó?



### La dinámica

Durante noviembre 2018 se invitó al público en general a compartir su historia de donar, es decir, una historia personal que responda a la pregunta: ¿Qué te motiva a donar a tu causa u organización preferida?

Las historias podían referirse a donativos de todo tipo: recursos, tiempo o talento.

Las historias se cargaron a la plataforma de [www.undiaparadar.mx](http://www.undiaparadar.mx) mediante una aplicación, donde aparecieron en una "galería" de historias multimedia.

Conoce las historias y vota por tu historia favorita.

#YoDonoPorque es una campaña para contar historias sobre lo que nos motiva a donar. Al compartir una historia personal sobre qué te motiva a donar, nos ayudas a conocer más acerca de la cultura de la donación en México, y puedes inspirar a más personas a apoyar a sus causas favoritas. Y ¡hay más! Puedes votar por la historia que más te guste. Las 15 historias más populares serán evaluadas por un panel de jueces destacados del mundo filantrópico y habrá premios para las organizaciones nominadas. Consulta las reglas oficiales para más información.

La fuerza de la naturaleza es impresionante, me ha tocado conocer muchas personas que han estado en huracanes, inundaciones, terremotos y lo más difícil son los días después de los fenómenos, el...



## 1.2 ¿Cómo funcionó?



### Los incentivos

Como mecanismo para aumentar la difusión y participación en la iniciativa, se ofrecieron donativos monetarios a las organizaciones mencionadas en las tres historias ganadoras:

Primer lugar: \$15,000 MXN

Dos segundos lugares: \$7,500 MXN

De igual forma, mediante distintos mensajes en redes sociales se invitó al público a visitar la galería de historias y votar por su favorita.

**Un Día Para Dar México**  
Published by Anita Gallagher [?] · 4 December 2018 · 🌐

Nuestro país está lleno de personas generosas: ¿Quieres conocer algunas de ellas?

VISITA la galería de #YoDonoPorque y VOTA por tu historia favorita. Luego COMPARTÉ en tus redes para que más personas visiten y voten.

👉 [www.undiaparadar.mx/YoDonoPorque](http://www.undiaparadar.mx/YoDonoPorque)

Tienes hasta el viernes 7 de diciembre. Las historias con más votos pasarán al final y podrán ganar un premio de \$15,000 o \$7,500 en donativo para la causa nominada. ¡Tu voto ayuda!

#YoDonoPorque

**Visita,  
vota,  
comparte.**

📍 #undíaparadar MEXICO

## 1.2 ¿Cómo funcionó?



### Los finalistas y el jurado

Al final de la campaña, se compartieron las 15 historias con el mayor número de votos a un jurado integrado por representantes de las organizaciones aliadas de #undíaparadar:

- Ángeles Conde, Directora, Fundación Majocca A.C.
- Emanuel Johansen, Coordinador de Inversión Social, Alternativas y Capacidades A.C.
- Junueth Mejía, Gerente de Desarrollo, HIPGive
- Daniela Ramos, Coordinadora de Comunicación y Marketing, Donadora.

Las historias finalistas fueron evaluadas por el jurado tomando en cuenta la originalidad, relevancia y calidad narrativa de las mismas. Los tres ganadores fueron:

#### Primer lugar

Luis Alcalá a nombre de Formando Emprendedores, A.B.P.

#### Segundo lugar

Bastien Oste a nombre de Amigos Sin Frontera, A.C y Jesús Arras, a nombre de Centro Caritativo para Atención de Enfermos de SIDA, A.C.



## 1.3 Difusión



#YoDonoPorque fue promovido principalmente de manera digital mediante dos estrategias:

- Difusión directa desde las redes sociales y correos de #undiaparadar.
- Difusión realizada por los aliados estratégicos de #undiaparadar hacia sus respectivas audiencias.

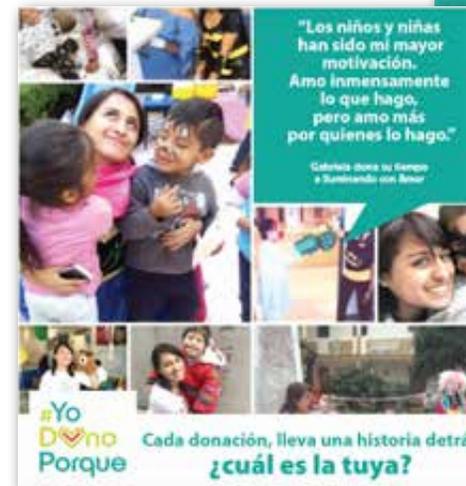
Además, se promocionó en distintos congresos y eventos de capacitación de OSC con el apoyo del material de difusión.



Video de promoción



Toolkit para OSC



Publicaciones en redes sociales



# 2. Resultados

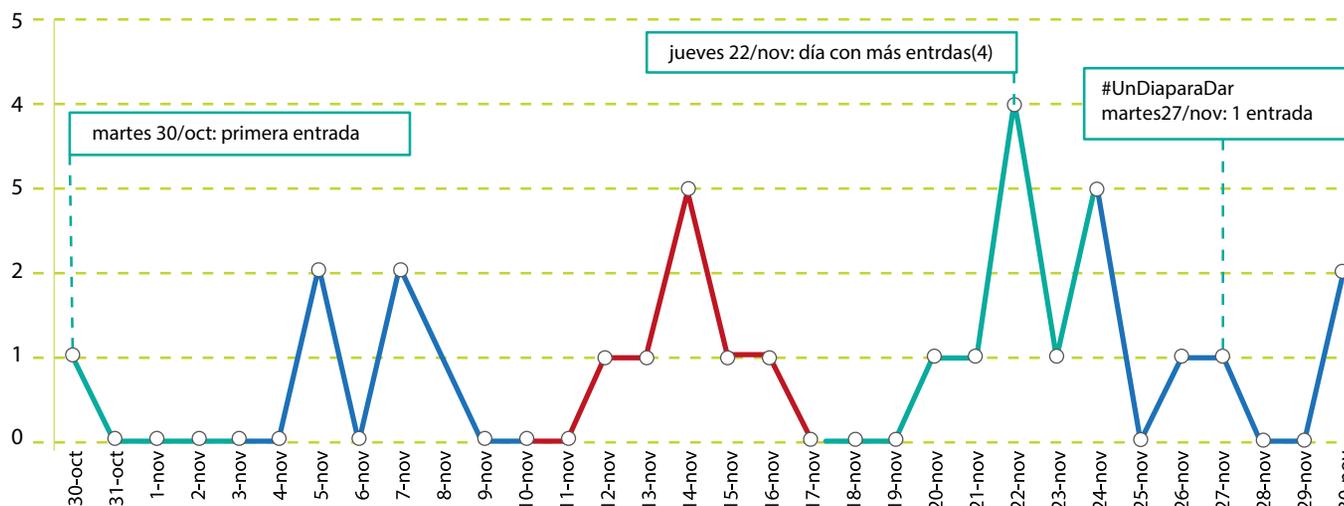
**#YoDonoPorque en números**

## 2.1 Historias



En total, 27 historias calificaron para el concurso. Para fines de análisis y aprendizaje únicamente, se incluye una historia adicional compartida en redes sociales.

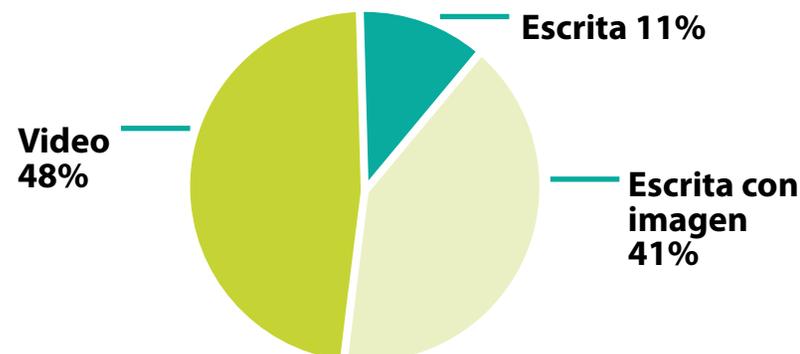
### Envío de las historias por fechas



- Los días con mayor actividad fueron días laborales, en específico miércoles y jueves.
- Se registró mayor actividad durante la semana del 18 al 24 de noviembre de 2018 (37% del total de entradas).

**27** historias compartidas con el mensaje **#Yo D❤️no Porque**

### Formato de las historias

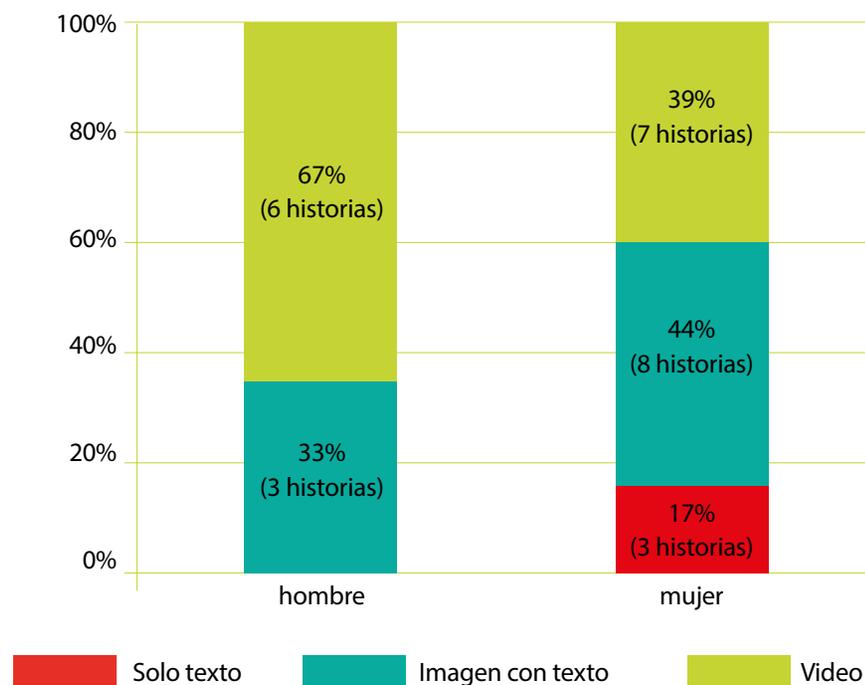


## 2.2 Narradores



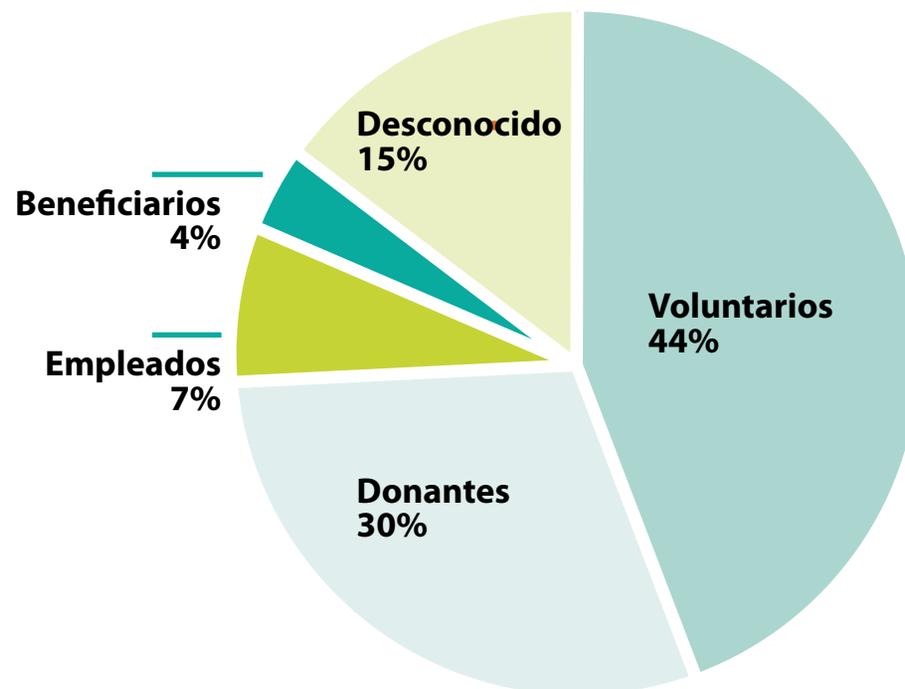
De las 27 personas que narraron historias, 18 fueron mujeres y 9 hombres.

### Formato de las historias por sexo



Los hombres demostraron un mayor preferencia por el medio de videos.

### Relación narradores - OSC



Casi cinco de cada 10 narradores participa de manera directa con las OSC nominadas mediante una relación de voluntariado.

## 2.3 Organizaciones



**22 organizaciones** fueron mencionadas en las historias, mismas que se ubican en **13 diferentes estados**.

En cuánto a áreas de trabajo, la mayoría ofrecen servicios asistenciales.



**9** organizaciones enfocadas en **SERVICIOS ASISTENCIALES**



**6** organizaciones enfocadas en **SALUD**



**5** organizaciones enfocadas en **EDUCACIÓN**



**2** organizaciones enfocadas en **PARTICIPACIÓN Y ACCIÓN CIUDADANA**



**1** organización enfocada en **MEDIO AMBIENTE**



## 2.4 Visitas y votos



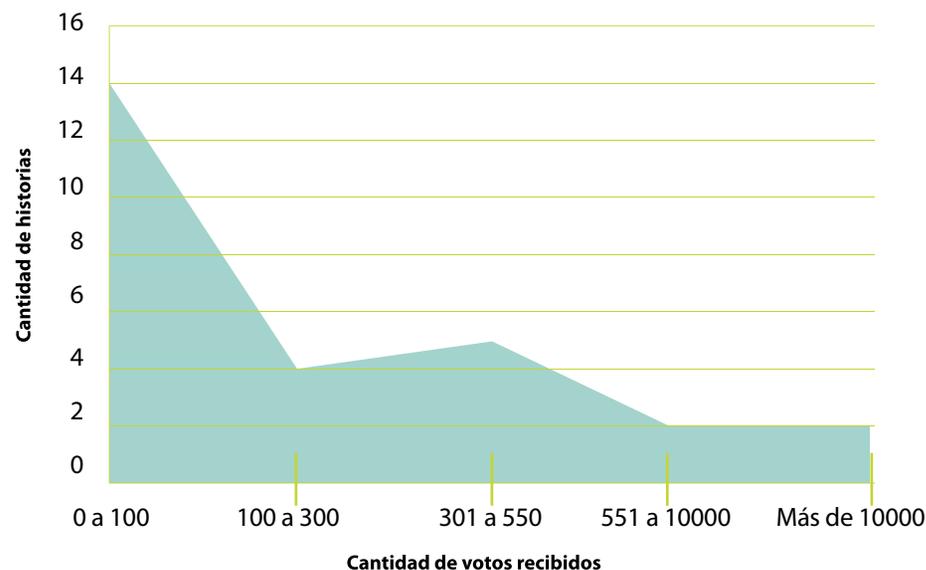
La sección **#YoDonoPorque** recibió **25,215** visitas durante el periodo del concurso, representando el **69%** del total de visitas a [www.undiaparadar.mx](http://www.undiaparadar.mx). El **86%** de visitas se realizaron por teléfono móvil.

Según datos de la aplicación utilizada para administrar los votos, **15,458** visitantes generaron **6,928** votos:

Número más bajo de votos	0
Número más alto de votos	1367
Promedio de votos	257

**24%** del total de las personas que visitaron la galería de historias tienen entre **18 y 34 años de edad** lo cual sugiere una alta participación de jóvenes en el mundo de la filantropía.

### Cantidad de historias que recibieron cierto número de votos



Nueve historias obtuvieron de 301 a más de 1000 votos. Se puede inferir que estas nueve personas dedicaron más tiempo en la difusión de sus historias para obtener un mayor impacto en la sociedad.



# 3. Hallazgos

¿Qué aprendimos?



### Cultura filantrópica en México

México se caracteriza por un alto sentido de solidaridad; sin embargo, la cultura filantrópica está más orientada al apoyo directo a personas y grupos en necesidad o estado vulnerable, antes que a través de las organizaciones de la sociedad civil (OSC).

La última edición de la Encuesta Nacional de Filantropía (ENAFI)<sup>1</sup>, realizada el año 2013, señala que 82% de la población mexicana prefiere realizar aportaciones o dar ayuda directamente a las personas necesitadas, frente a un 10% que prefiere hacerlo a través de instituciones u organizaciones; en 2008 estos porcentajes representaban el 60% y el 16% respectivamente.

La Encuesta Nacional de Solidaridad y Acción Voluntaria (ENSAV) de 2016 reitera la preferencia por el apoyo directo a individuos: de un estimado de 27,659.9 millones de pesos (MDP) donados en dinero (más apoyos otorgados en especie) por la población mexicana en 2016, el 69.4% de las personas dice haberlo donado directamente a las personas afectadas, frente a un 23.8% que canalizó su donación a través de una organización no eclesial<sup>2</sup>.

La cultura filantrópica en México se explica, al menos en parte, en la fuerte tradición religiosa de la población mexicana, misma que se repite en varios países de América Latina. Por un lado, la Iglesia ha tenido un rol histórico preponderante en la atención de diversas causas sociales, principalmente de perfil asistencial, con base en la virtud católica de la caridad.

1 Encuesta Nacional sobre Filantropía y Sociedad Civil (ENAFI) del ITAM; <http://www.enafi.itam.mx/es/results.php>

2 Butcher, Jacqueline. Generosidad en México II: Fuentes, cauces y destinos. Centro de Investigaciones y Estudios sobre Sociedad Civil (CIESC), Tecnológico de Monterrey y Editorial Porrúa. 2017.

## 3.1 Contexto



Por otro lado, la organización de la sociedad a través de iniciativas cívicas autónomas no tuvo gran arraigo en la sociedad mexicana al menos hasta finales del siglo XX.

Fue hasta la década de los ochenta, a raíz del terremoto de 1985 y la pasividad del gobierno ante la catástrofe, que se presentó un crecimiento importante en el número de OSC constituidas legalmente, mismas que comenzaron a visibilizarse como actor social alternativo al Estado. Sin embargo, la prevalencia de grandes problemas como la corrupción, la desigualdad y la violencia contribuye a que persista una desconfianza generalizada de la población hacia instituciones de todo tipo que participan en asuntos públicos, incluidas las OSC.

### Normas sociales y/o culturales en torno de la donación

A estos factores hay que sumar la preferencia de las personas que donan mediante formas que les permitan ser parte directa de la solución. Estudios de opinión pública a personas de distintos niveles socioeconómicos coinciden en que una de las causas de preferir ayudar directamente a la población, es la sensación de bienestar que les produce, percepción que disminuye si se participa a través de OSC.

De manera interesante, los estudios realizados en otros países (Estados Unidos, Canadá, Países Bajos y Reino Unido), indican que una de las motivaciones principales de las personas al donar es la sensación de bienestar y felicidad, pero indican que en otros países esto ocurre aún cuando las personas realizan sus donaciones directamente a las OSC.<sup>3</sup>

3. Bekkers, R., & Wiepking, P. A literature review of empirical studies of philanthropy: Eight mechanisms that drive charitable giving. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(5), 924-973. 2011

## 3.1 Contexto



Además, un gran número de estudios indica que el hecho de ver a otras personas donando a una organización o causa, sin importar sus características, transmite la señal de que esa organización merece recibir donaciones, lo que a su vez inspira a otras personas a donar, generando un efecto dominó.

Otras investigaciones afirman aun cuando las personas niegan el sentir presión por sus pares al momento de donar, se sabe que la “aprobación social” tiene un peso importante dentro de las motivaciones que llevan a las personas a donar.”<sup>4</sup>

Por lo tanto, la conclusión para otros países, especialmente los Estados Unidos y Canadá, y que falta comprobar para México, es que la mayoría de las veces el donar tiene una mayor relación con los recursos, normas sociales y relaciones personales de cada individuo que con una verdadera actitud altruista.

4. Para más información sobre el papel del capital social y las normas sociales al momento de donar, recomendamos Bournes J., Mochnacki A., Rosenbaum W. & Curran A., 2018, *Issues & Innovations in Charitable Giving Behavior, A Research Review*, June 2018.

## 3.2 Hallazgos



### Palabras más usadas por las narradoras

Un análisis de texto de las historias indica que:

- Las historias narradas definen el acto de donar como una experiencia de vida que impacta de forma positiva a quien la realiza y a las personas beneficiadas.
- Los narradores resaltan que donar no necesariamente implica dinero, ya que dar tiempo y trabajo a quien lo necesita son otras formas de hacerlo.
- Los narradores también expresan gratitud al donar y se sienten plenos de poder ayudar a distintas causas, en especial a aquellas que atienden a niños.



## 3.2 Hallazgos



### Temas o causas principales de las historias

El análisis del texto de las historias revela que los temas más apoyados por los y las narradores son:



**4** EDUCACIÓN



**5** ASISTENCIA A NIÑAS, NIÑOS Y JÓVENES VULNERABLES



**5** SALUD FÍSICA Y MENTAL



**2** PARTICIPACIÓN CÍVICA



**3** PERSONAS CON DISCAPACIDAD



**2** DESASTRES NATURALES



**3** GENEROSIDAD EN GENERAL



**3** OTROS

## 3.2 Hallazgos



### Motivos principales expresados

El análisis profundo de los motivos expresados en las historias demuestra cuatro principales motivaciones.

#### EMPATÍA

Es la motivación más frecuente para donar. La mayoría de los narradores expresó el deseo de mejorar las condiciones de vida de personas en situaciones desfavorables, ya sea por su situación económica o por vivir con enfermedades crónicas.

#### SATISFACCIÓN

Esta motivación define la plenitud que los narradores sentían al momento de donar. También expresaban una sensación de bienestar mutuo al plantear la idea de que son los donantes quienes reciben más al poder ayudar a aquellos que lo necesitan.

#### CONTRIBUCIÓN

Esta motivación fue frecuente en las historias donde los narradores buscaban contribuir al desarrollo de su localidad y contexto social.

#### EXPERIENCIA PERSONAL

Los narradores que se identificaban con esta motivación, comenzaron a donar a partir de una experiencia de vida que los llevó a fortalecer la empatía e involucrarse en distintas causas y grupos vulnerables.



# 4. Conclusiones

¿Qué podemos hacer para fortalecer la cultura de donar en México?

## 4.1 Conclusiones



En un contexto filantrópico en el que la sociedad mexicana prefiere apoyar directamente a las personas en necesidad en lugar de a las organizaciones y en el que los donativos hacia las OSC son otorgados en su mayoría por grandes empresas e/o instituciones filantrópicas, #YoDonoPorque impulsa la importancia de donar de manera individual a las OSC, generando aprendizajes sobre qué motiva a las personas a donar a sus causas preferidas.

A partir del primer ejercicio de #YoDonoPorque, encontramos los siguientes resultados:

- Las y los mexicanos no están familiarizados/as aún con la idea de compartir sus historias personales de donar, en ocasiones, debido a creencias culturales y/o religiosas que consideran que la filantropía es algo que debe realizarse en privado.
- Muchas OSC no están acostumbradas a dirigir sus campañas de recaudación de fondos hacia los donantes individuales y la idea de compartir testimonios de donantes es algo nuevo que todavía no está valorado como una estrategia relevante de comunicación y/o recaudación.

Tomando en cuenta los diferentes estudios sobre el tema y los niveles de participación en esta campaña, se emiten tres tipos de recomendaciones para potencializar la iniciativa en el futuro y elevar la cantidad y calidad de información sobre la donación de individuos en México:

1. Recomendaciones generales para la organización de #YoDonoPorque.
2. Recomendaciones para Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) y la recaudación de fondos.
3. Recomendaciones para narradores que comparten sus historias de donación.

## 4.2 Recomendaciones generales



#YoDonoPorque ha demostrado ser una iniciativa valiosa que genera nueva información acerca de las motivaciones de donantes individuales.

Con el fin de que pueda seguir creciendo, recomendamos:

- Reforzar la estrategia de comunicación, centrando el foco de la campaña en el llamado a la acción y marcando la diferencia entre #YoDonoPorque como campaña específica y #undíaparadar como movimiento mayor.
- Lanzar un hashtag exclusivo para México (#YoDonoPorqueMX), para que las personas puedan subir sus historias directamente en sus redes sociales y sean fáciles de identificar.
- Crear más elementos de apoyo, como toolkits, imágenes y mensajes, para que las personas y organizaciones que participen puedan crear y compartir historias con mayor facilidad.



## 4.3 Recomendaciones para OSC



### ¿Cómo usar las historias de donar para atraer a más donantes individuales?

En México es común que las personas que donan mantengan en privado sus aportaciones y experiencias; sin embargo, nada motiva más a otras personas a donar que saber que un conocido tuyo ya lo ha hecho anteriormente.

Si colaboras en una OSC y deseas afianzar la relación con tus donantes y atraer a más personas a tu causa, recomendamos:

#### 1. Reconocer que tus voluntarios y donantes son los voceros ideales.

No hay mejor forma de visibilizar tu causa y la forma en la que trabajas que apoyarte de personas que ya colaboran contigo.

Trabaja junto con los tuyos para identificar y difundir las diferentes razones que ellas y ellos han encontrado para contribuir constantemente a tu OSC, de esta manera obtendrás un efecto multiplicador entre tus donantes.

#### 2. Inspirar confianza.

Tal vez tus donantes no se sientan cómodos compartiendo su historia, siendo algo nuevo al que no están acostumbrados.

Puedes explicar que el propósito no es vanagloriarse, sino demostrar que la organización es confiable mediante información actualizada y testimonios reales.

#### 3. Hacer de la tecnología un aliado de tu causa.

Utiliza las redes sociales para difundir las historias de tus donantes e inspirar a más personas a aportar tiempo, talento o recursos a tu organización.

Es recomendable compartir historias en videos de 30-45 segundos, o en imágenes con un texto corto; lo importante es que sean historias auténticas, o inclusive espontáneas, de personas que creen en ti.

## 4.3 Recomendaciones para OSC



### ¿Cómo usar las historias de donar para atraer a más donantes individuales?

#### 4. Aprender de lo que compartan tus donantes.

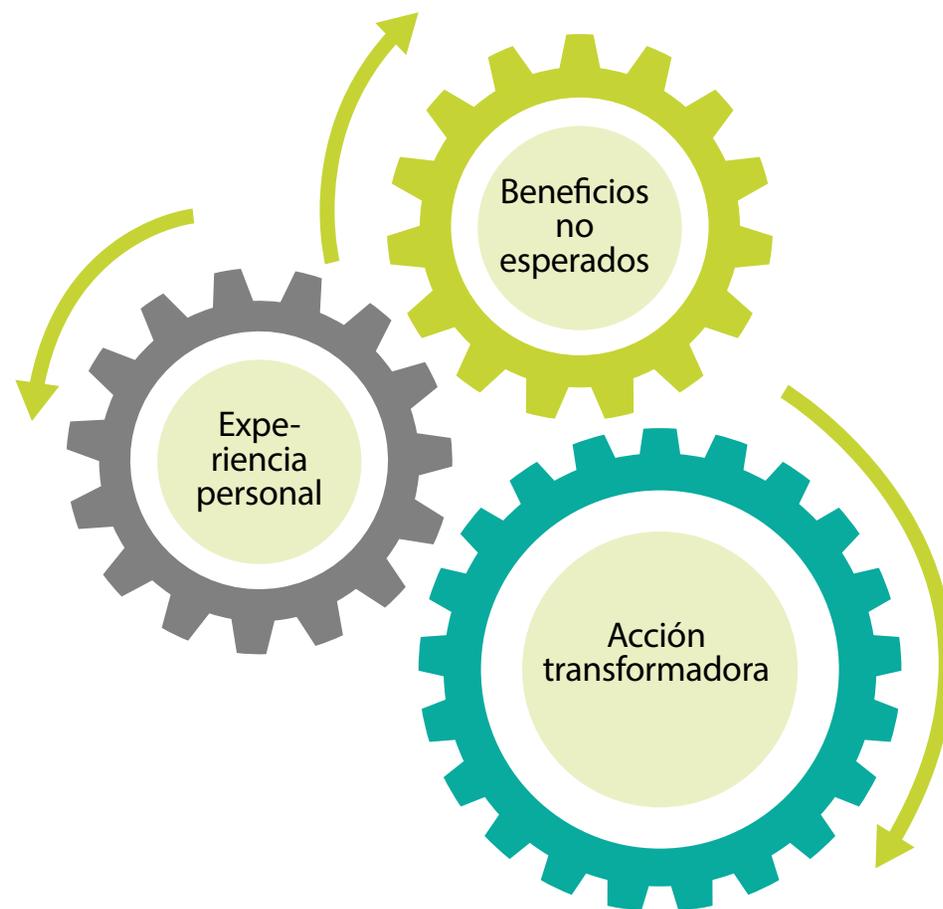
Después de reunir las historias de tus donantes, no olvides estudiarlas para determinar qué indican sobre lo que realmente motiva a las personas a donar.

De esta manera podrás ajustar tu estrategia de comunicación y vinculación para inspirar a aún más personas a donar.

#### ¿Qué tipo de historia es mejor?

Según los estudios, las historias de donantes que más inspiran son las que:

- Ilustran cómo la acción de donar transforma la realidad de los demás.
- Parten de una experiencia personal de vida.
- Reconocen que la persona que dona también recibe un beneficio.



## 4.3 Recomendaciones para OSC



### Tips adicionales para atraer donantes individuales

#### 1. Sé transparente: construye una relación de confianza con tus donantes mediante la rendición de cuentas.

Hacer pública información clara sobre qué acciones has llevado a cabo con los donativos recibidos y los resultados obtenidos dará mayor legitimidad a tu organización e incrementará los niveles de confianza, lo cual motiva a las personas a participar activamente, ya sea con talento, tiempo o recursos económicos.

#### 2. Posiciona los beneficios de una filantropía organizada.

Puedes comunicar a tu audiencia que sí resulta efectivo donar a través de una organización y no sólo directamente a las personas en situaciones de necesidad. En particular puedes ilustrar cómo se generan mayores resultados gracias a la continuidad de los proyectos y/o por el mayor número de beneficiarios.

#### 3. Visibiliza la acción de donar como acción transformadora.

Impulsar el desarrollo social sostenible de nuestro país requiere la colaboración de todas y todos los ciudadanos. Generar apoyo de parte de individuos para tu organización no sólo te permite acceder a fondos valiosos, sino contribuir a fortalecer una sociedad en la que todas las personas aportemos a la solución de problemas públicos.

## 4.4 Recomendaciones para narradores



### ¿Cómo crear una buena historia?

Si quieres compartir una historia que realmente inspire a otras personas a convertirse en donantes o voluntarias, recomendamos:

- 1. Responde a las preguntas guía** para estructurar tu historia si te hace falta inspiración.
- 2. Comunica tu historia de manera atractiva y concisa;** que sea fácil de compartir en redes sociales. Puede ser una imagen con texto o un video de 30-45 segundos.
- 3. No te preocupes tanto por la calidad técnica o el diseño gráfico.** Las historias auténticas y espontáneas suelen tener mayor significado e inspiran a más personas.
- 4. Menciona el nombre de la organización** y etiquétala en redes sociales. No olvides usar el hashtag #YoDonoPorqueMx

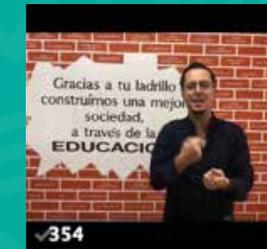
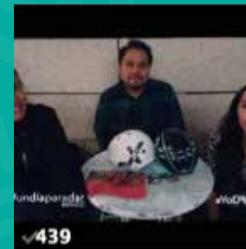
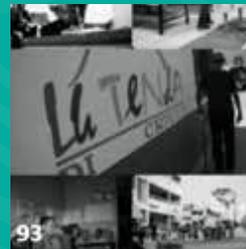
¿Qué te inspira a donar?

¿De qué forma donas?

¿Cómo te hace sentir?

¿Por qué invitarías a alguien más a donar?

# #YoD❤️noPorque



**Gracias**  
a todas las personas  
que compartieron sus historias