#Yo Dono Porque Mx 2020

¿POR QUÉ DONAN LAS PERSONAS EN MÉXICO?

SICDOS agencia consultora creativa

INNOVA SOCIAL

Alternativas y Capacidades A.C.

#undíaparadar MEXICO

ÍNDICE

1 ¿Qué es #YoDonoPorqueMx?

2 ¿Quiénes participaron en #YoDonoPorqueMx 2020?

3 ¿Por qué donan las personas en México?

4 ¿Qué dicen las organizaciones que participaron?

5 ¿Qué sigue para el storytelling de donantes?

1. ¿QUÉ ES #YODONOPORQUEMX?

#YoDonoPorqueMx es una campaña que invita a las personas a compartir sus historias de donación respondiendo a la pregunta: **¿Qué te motiva a donar a tu causa u organización de la sociedad civil preferida?**

Es una iniciativa impulsada por líderes del movimiento #UnDíaParaDar México, tomando como inspiración el creciente número de investigaciones que demuestran el poder de la prueba social.

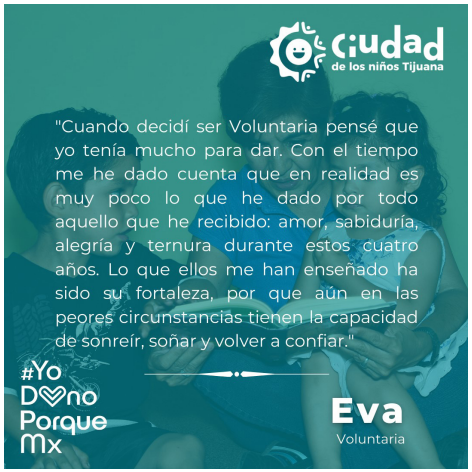
También representa una forma creativa de aprovechar al máximo el impacto y alcance de las redes sociales para:

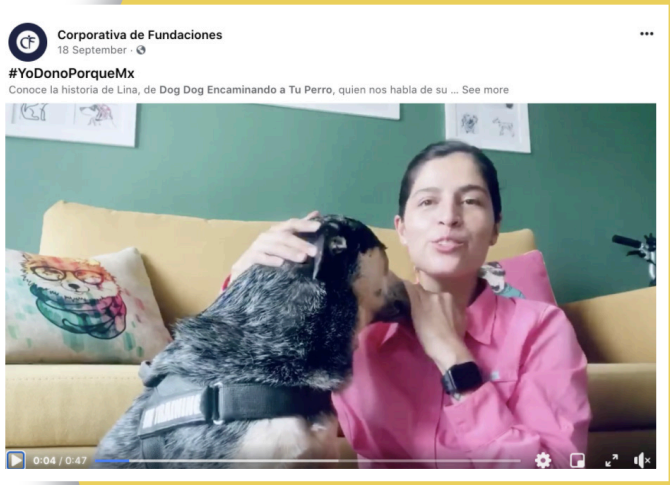
> Visibilizar la acción de donar;
> Abonar a la construcción de confianza en las OSC;
> Fortalecer la cultura de donación.

¿QUÉ ES LA "PRUEBA SOCIAL"?

La prueba social está basada en el fenómeno de la demostración social, en donde las personas se ven influenciadas por la acción de otras personas, asumiendo que es correcto.

Aplicado a la filantropía, ver a otras personas que donan tiempo y recursos a buenas causas, refuerza la confianza en las personas y coloca al acto de donar como una acción factible y deseable.





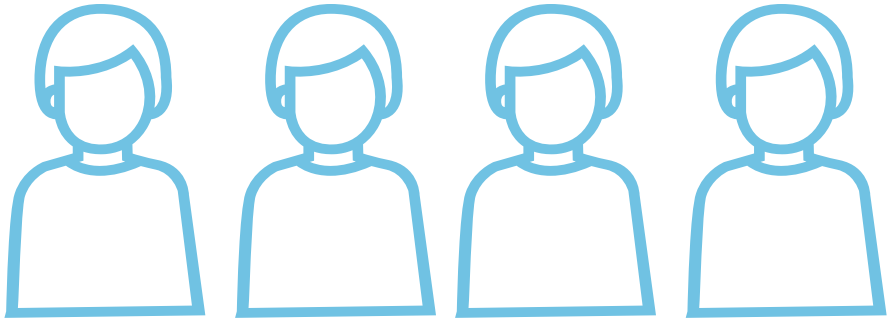
2. ¿QUIÉNES PARTICIPARON EN #YODONOPORQUEMX 2020?

Durante septiembre de 2020 más de 200 personas compartieron historias y testimonios en redes sociales con el hashtag #YoDonoPorqueMx.

El **68%** compartieron su historia por video, mientras que el **32%**, optaron por texto acompañado de una imagen o únicamente texto.

El **65%** de las personas que compartieron historias son mujeres.

La mayor actividad de la campaña se registró del 20 al 30 de septiembre, donde se concentraron el **51%** de las historias.



El **71%** se identificó como personas donantes y el **19%**, como voluntarias. El resto mencionó colaborar en alguna organización o no lo especificó.

Sólo el **20%** de las historias se publicaron en redes sociales personales. El **80%**, directamente en las de las organizaciones.

3. ¿POR QUÉ DONAN LAS PERSONAS EN MÉXICO?

Las motivaciones se clasificaron de acuerdo a 5 categorías principales:

CONTRIBUCIÓN 33%
Quieren ser parte de un cambio positivo y regresar algo de lo que la vida les ha dado.

CONFIANZA 25%
Confían en la labor de las organizaciones que apoyan.

SATISFACCIÓN 25%
Sienten plenitud y oportunidades para crecer personalmente.

EMPATÍA 14%
Demuestran sensibilidad ante las causas y condiciones que atraviesan otras personas.

EXPERIENCIA PROPIA 3%
Han vivido una situación relacionada con la causa que apoyan.

3. ¿POR QUÉ DONAN LAS PERSONAS EN MÉXICO?

"Lo he vivido..."
"Gran parte de mi educación fue gracias a una beca."

"Conozco personalmente..."
"Estoy convencida de cómo cambia la vida de las personas."

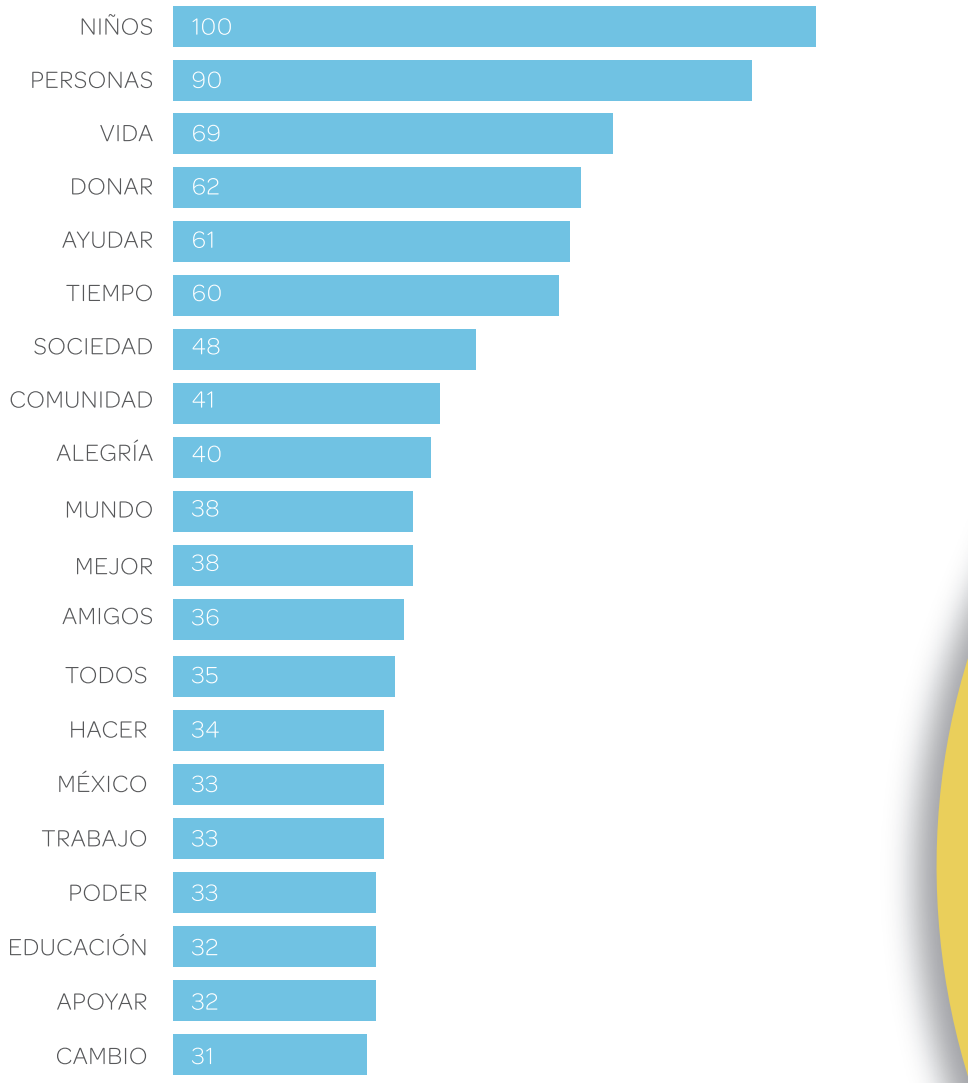
"Todos podemos sumar y cambiar la parte del mundo que nos corresponde."
"Muestro mi gratitud a la vida."
"Aporto mi granito de arena."

"Me hace sentir feliz."
"Me ha hecho crecer como persona."

"Mejorar la calidad de vida de las personas."
"Amar al ser humano sin prejuicios."

Las palabras utilizadas con mayor frecuencia en las historias ilustran y contextualizan las motivaciones de las personas.

20 PALABRAS MÁS FRECUENTES EN LAS HISTORIAS



> La palabra más frecuente en las historias es **"NIÑOS"**, remarcando lo importante que es esta causa para muchas personas.

> El uso repetido de **"PERSONAS"**, **"VIDA"**, **"DONAR"** y **"AYUDAR"**, reflejan el espíritu de filantropía que representan las historias.

> Palabras como **"TIEMPO"**, **"SOCIEDAD"**, **"COMUNIDAD"**, **"ALEGRÍA"** y **"MUNDO MEJOR"** reflejan las esperanza de las personas cuando donan.

Para conocer si existe una correspondencia entre la relación de las narradoras con las organizaciones y sus motivaciones para donar, realizamos un análisis adicional, encontrando que:

Las personas identificadas como **DONANTES** son motivadas a donar principalmente por la **CONFIANZA.**

Las personas identificadas como **VOLUNTARIAS** son motivadas a donar principalmente por **EXPERIENCIA PERSONAL.**

Reflexionamos sobre el tipo de motivación y observamos que:

- Las personas que expresan **empatía, confianza y experiencia propia** tienden a enfocarse primero en las necesidades **de los demás, así como en la importancia de ayudar al otro.**

- **Aquéllas que manifiestan un sentido de contribución y satisfacción,** tienden a iniciar su historia desde su propia perspectiva y se enfocan en los beneficios que deriven del acto de donar tiempo o dinero.

58%

de las personas expresan un motivo relacionado con su propio bienestar o desarrollo.

CONTRIBUCIÓN

SATISFACCIÓN

42%

dona por motivos relacionados con el desarrollo y bienestar de los demás.

CONFIANZA

EMPATÍA

EXPERIENCIA PROPIA

A pesar de que es común pensar que **DONAR ES UN ACTO DESINTERESADO** a favor de los demás, las historias indican que las personas reconocen y **SE MOTIVAN DE MANERA SIGNIFICATIVA POR LOS BENEFICIOS PROPIOS** que conlleva el ayudar a alguien.

4. ¿QUÉ DICEN LAS ORGANIZACIONES QUE PARTICIPARON?

"Fue una muy buena experiencia. Es devolver una mirada de su organización, que vista con ojos de fuera. Al ver y escuchar lo que otros y otras dicen, es una inyección de vitalidad y ánimo."

Linabel Sarlat, Las Hormigas

"Hablar de los motivos e historias de voluntariado, sin que haya un motivo específico ... para las empresas es una oportunidad de difundir lo que hacen de manera congruente con su política de ayuda a la comunidad."

Jorge Neri,
Junta de Asistencia Privada CDMX

"Varias personas dijeron que era pretencioso. Piensan que quienes donan son los millonarios y lo hacen para tener reconocimiento a cambio. Por eso, hemos estado hablando de que un donativo no es lo que te sobra, no es caridad, es hacer un esfuerzo para compartir lo que tienes para construir el mundo mejor."

Elisa González, Niños en Alegría

"Vimos un incremento en las redes sociales. La gente nos contactó ofreciendo ser voluntarios. Decían, "me meti a verlos", "quiero ser voluntario", "¿cómo les puedo ayudar?"

Paola Martinelli, Special Olympics

CONCLUSIONES

El storytelling de donantes representa una estrategia innovadora que humaniza e inspira confianza en el trabajo de las organizaciones de la sociedad civil. Participar en #YoDonoPorqueMx, o compartir historias de donantes en cualquier momento del año, se convierte en una actividad valiosa para fortalecer las herramientas de las organizaciones. Si la iniciativa sigue creciendo, puede abonar de manera significativa a la construcción de confianza y el fortalecimiento de la cultura de la donación.

RECOMENDACIONES

PERSONAS

Si has aportado a alguna organización, ¡anímate a compartir tu experiencia!

Hablar sobre lo que donamos no es un acto de arrogancia o vanidad; refleja tu compromiso con la causa y tu deseo de ver que más personas se sumen.

ORGANIZACIONES

Lograr que tus donantes compartan sus historias tomará un poco de tiempo, pero es una inversión que vale la pena.

Podrás ver un aumento en tu visibilidad, mayor interacción en redes sociales, y las personas tendrán mayor confianza para apoyarte en el futuro.

FORTALECEDORAS

Aumentar la participación de las personas en las causas que las inspiran, es un objetivo importante desde muchos ángulos.

Las redes sociales pueden ser de ayuda o de estorbo. Apostemos por ayudar a las organizaciones a aprovecharlas mejor y los resultados podrán ser sorprendentes.

¡GRACIAS POR COMPARTIR TU HISTORIA!

Sé parte del movimiento más grande de generosidad

@undiaparadarmx
www.undiaparadar.mx