Los argentinos y las donaciones 2022:

Marzo 2023

VOICES! RESEARCH & CONSULTANCY

Qendar

CIS Centro de Innovación Social

Universidad de San Andrés

CULTURA DE DAR

Cultura de Dar

Qendar, VOICES! y CIS-UdeSA, lanzan en 2022 la Iniciativa “Cultura de Dar”, un proyecto para proveer información de gran utilidad sobre el financiamiento del Sector Civil y, de esa manera, promocionar una “Cultura de Dar” en el país.

Una “Cultura de Dar” es una en donde la gente entiende como un valor y un deber ser solidario y compartir con la sociedad parte de lo que tiene gracias a su educación, esfuerzo e ingresos o patrimonio. Donde participar en la comunidad es un hábito, una expectativa y un estilo de vida.

La gente se une a la vida en comunidad y contribuye con su tiempo, talento y dinero cuando la cultura apoya y alienta este comportamiento.

CULTURA DE DAR

En 2022, esta iniciativa consistió en un estudio cuantitativo online de 1229 casos sobre donaciones en población general y un estudio cualitativo mediante 6 focus groups entre donantes frecuentes, esporádicos y no donantes Este informe contiene hallazgos de estos dos estudios. La iniciativa tiene potencial de expandirse a Iberoamérica a través de los años.

Cultura de Dar

Qendar

mteahan@qendar.com.ar
www.qendar.com.ar
+54 11 5554 7200 Int 7279

CIS Centro de Innovación Social | Universidad de San Andrés

cis-proyectos@udesa.edu.ar
www.udesa.edu.ar/cis
+54 11 7078 0400 ext 4320

VOICES! RESEARCH & CONSULTANCY

constanzacilley@voicesconsultancy.com
www.voicesconsultancy.com
+54 911 6572 4467

DETALLES METODOLÓGICOS:

Cuantitativo

UNIVERSO

Población adulta con acceso a internet

COBERTURA GEOGRÁFICA
Nacional

TÉCNICA DE RECOLECCIÓN
Encuesta auto administrada a través de panel online

TAMAÑO MUESTRAL

1229

FECHA DE CAMPO
Octubre 2022

Cualitativo

TECNICA

Focus groups

COBERTURA GEOGRÁFICA
AMBA

TARGET

Hombres y mujeres de NSE medio amplio segmentados por comportamiento hacia las donaciones (donante habitual, donante ocasional, no donante) y edad (35-55 y 56 y mas)

TAMAÑO MUESTRAL

6 grupos entre 5-7 participantes cada uno

FECHA DE CAMPO
Noviembre/ Diciembre 2022

LA AGENDA DE LA SESIÓN

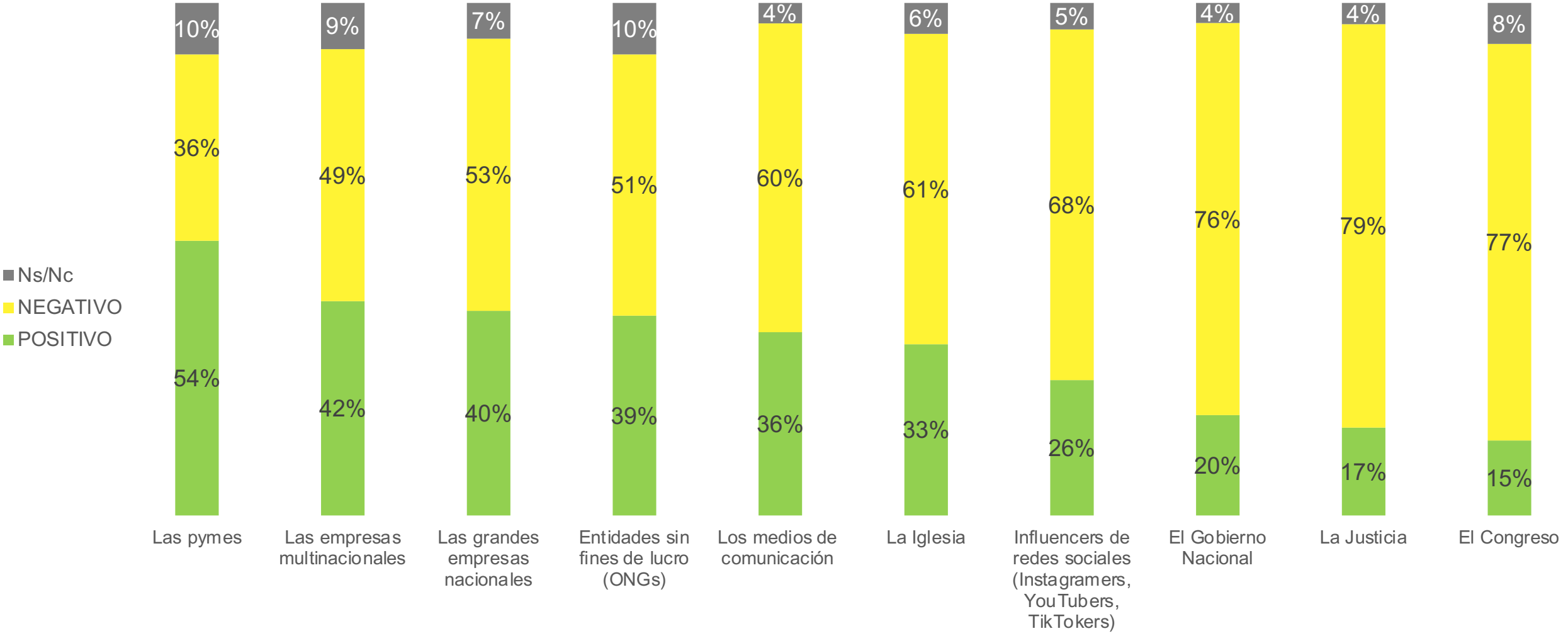
1. La confianza entre los argentinos
2. Cuántos argentinos donan y cómo lo hacen
3. Opiniones acerca de las donaciones
4. Preferencias en las donaciones
5. La experiencia de donar
6. Cómo comunican las OSC
7. No donantes
8. Expectativas sobre donaciones futuras
9. Datos principales
10. Conclusiones

01

La confianza entre los argentinos

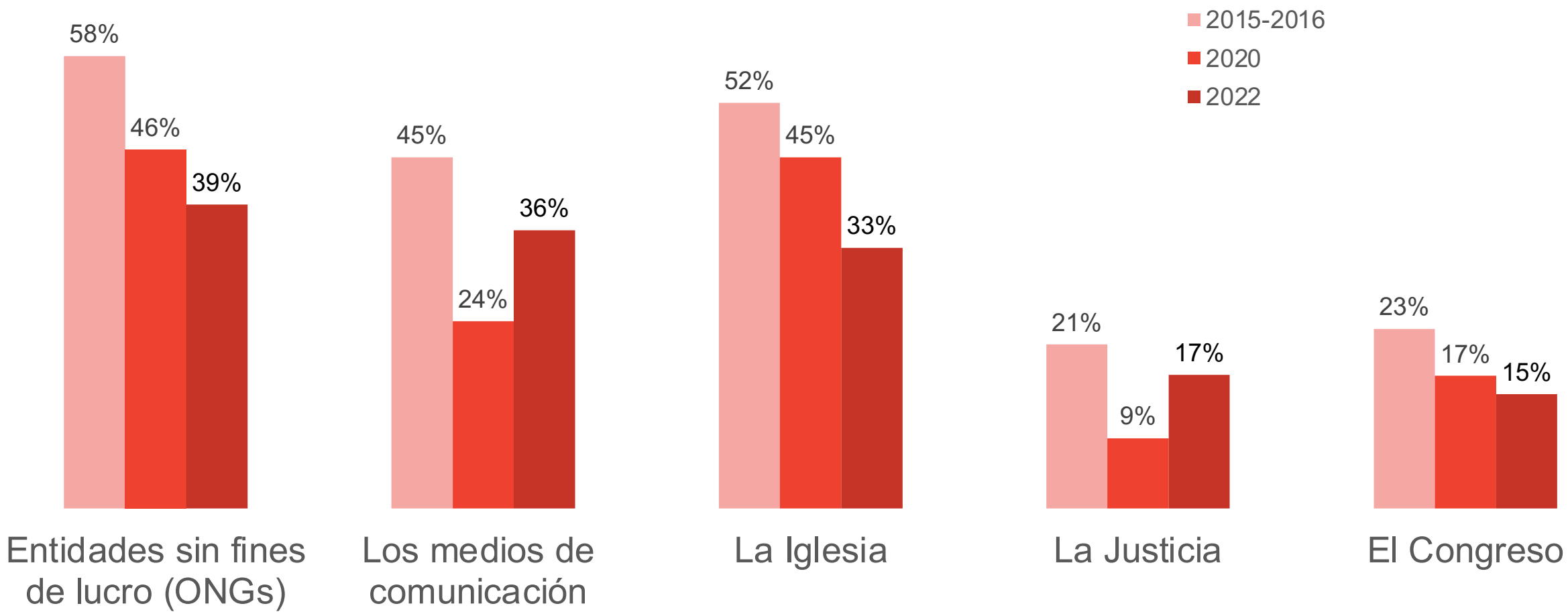
Gran crisis de desconfianza en las instituciones.

Las OSCs han perdido lugar frente a las empresas, que las superan (PYMES) o igualan (grandes) en imagen



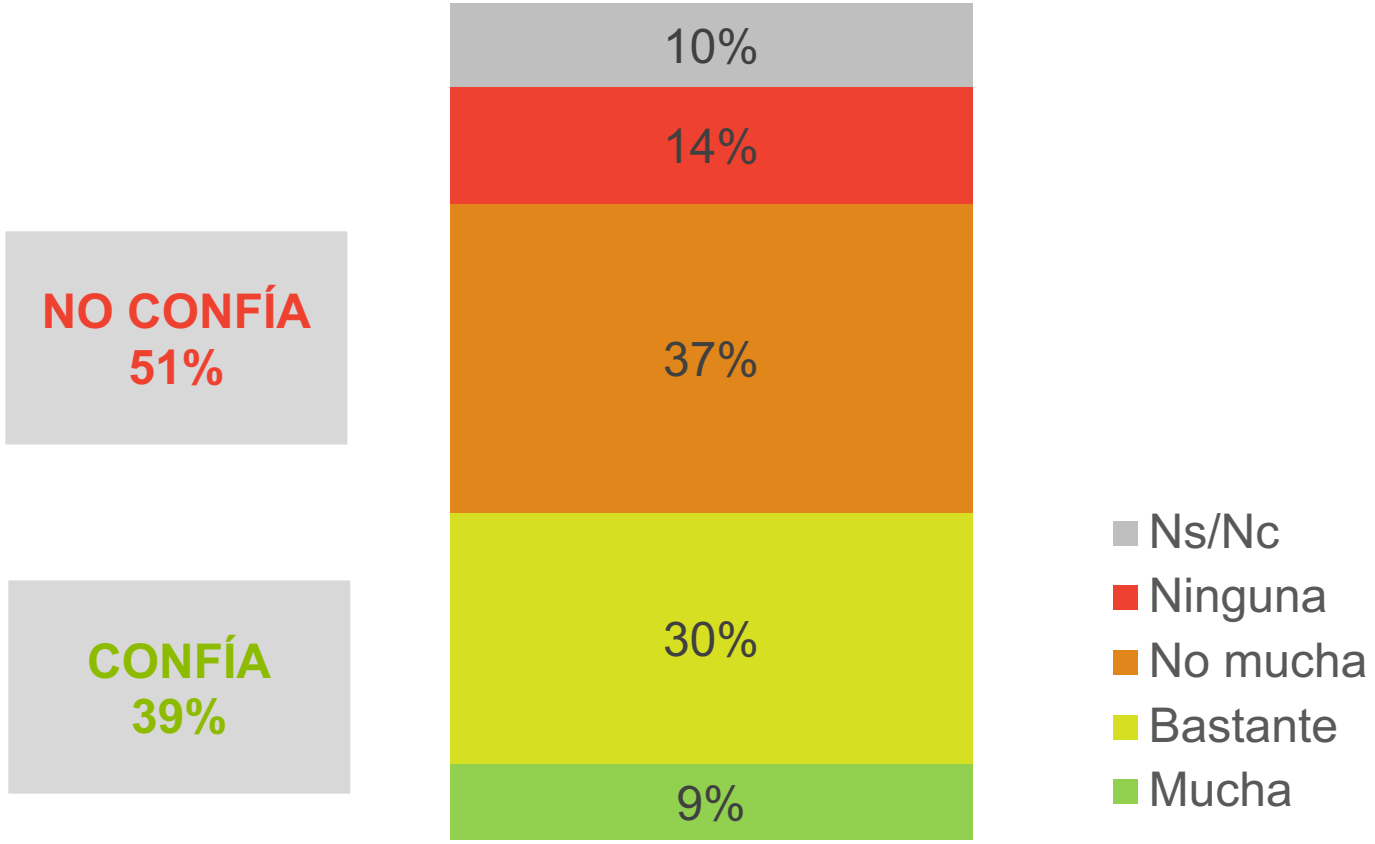
Voy a nombrarle una serie de organizaciones. Para cada una de ellas, ¿podría decirme cuanta confianza tiene: Mucha confianza, bastante confianza, no mucha confianza o ninguna confianza?
Base: Población total

Las OSCs vienen perdiendo confianza



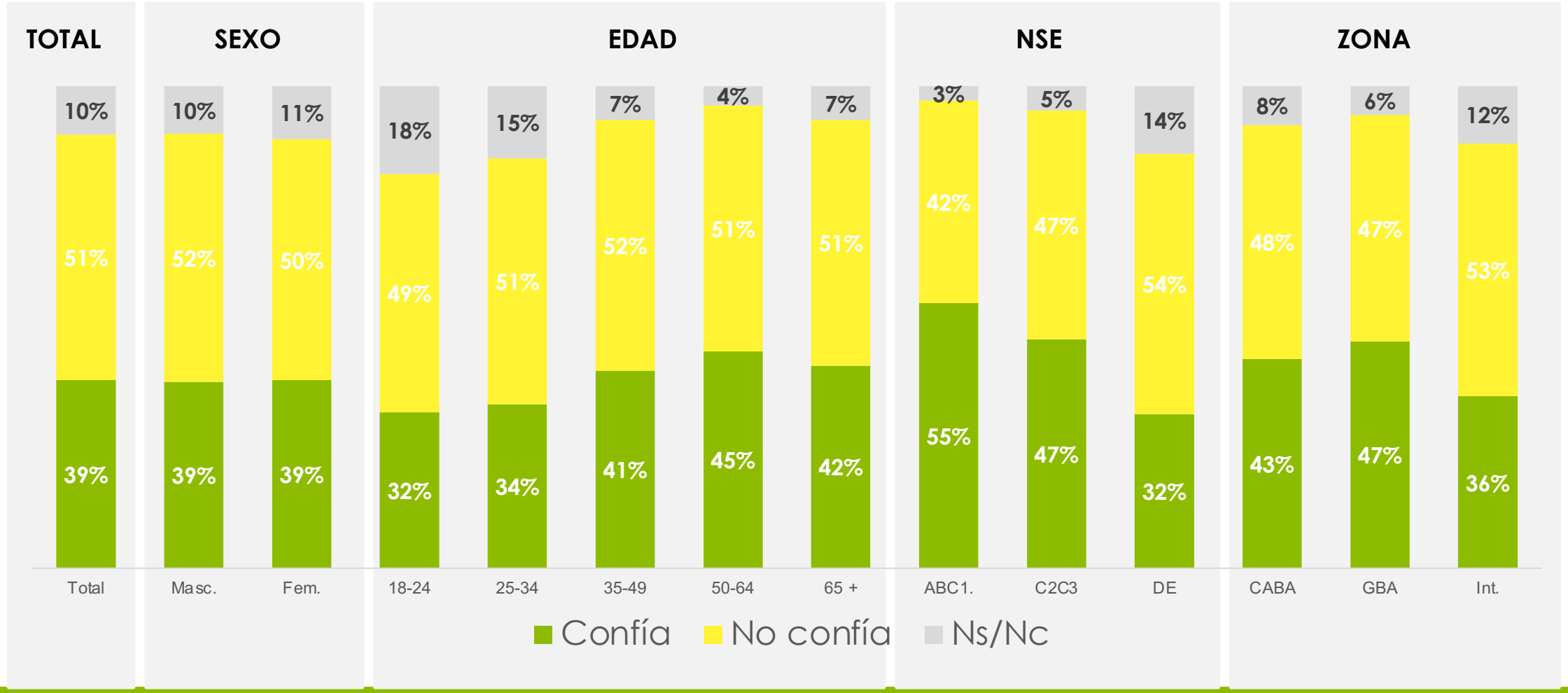
Voy a nombrarle una serie de organizaciones. Para cada una de ellas, ¿podría decirme cuánta confianza tiene: Mucha confianza, bastante confianza, no mucha confianza o ninguna confianza?
Base: Población total

5 de 10 encuestados no confía en las OSCS y 4 de 10 sí confían.



Voy a nombrarle una serie de organizaciones. Para cada una de ellas, ¿podría decirme cuánta confianza tiene: Mucha confianza, bastante confianza, no mucha confianza o ninguna confianza?
Base: Población total

La **confianza** es mayor en segmento ABC1, en región Metropolitana y en personas de 35 años y más.
La **desconfianza** está mas acentuada en segmentos en NSE bajo y en el Interior del país.
En el segmento joven baja la confianza en OSCS y aumenta el % de no respuesta.



Las experiencias negativas vividas minan la confianza de los argentinos en las instituciones relacionadas con las donaciones.

i. El recuerdo La campaña solidaria para los combatientes de la Guerra de Malvinas.La desconfianza en las acciones del gobierno salpican a las acciones de las OSC :

"(…) desconfía del Estado cuando hubo campañas, en el pasado, (…) recordaremos la campaña de Malvinas, yo tenía 19 años y fue muy trágico porque a los chicos no les llegó absolutamente nunca nada, yo estaba haciendo el servicio militar. Esa plata se escabulló mucho la confianza de las personas en la solidaridad a través de los organismos públicos". NO DONANTE, 35-55 años

ii. La venta de bienes donados a ONGs sin declarar el uso del dinero recaudado y sin explicitar que esos bienes serían vendidos:

"No doné más a las iglesias porque sé que hacen la feria americana y vende lo que doné y no quiero que lo vendan, quiero que les den la ropa. No sé qué hacen con esa plata". NO DONANTE, 35-55 años

iii. El caso de abuso sexual y corrupción de menores del Padre Grassi en la Fundación Felices los Niños:

"La experiencia de Felices los Niños con el benemérito Grassi". NO DONANTE, 35-55 años.

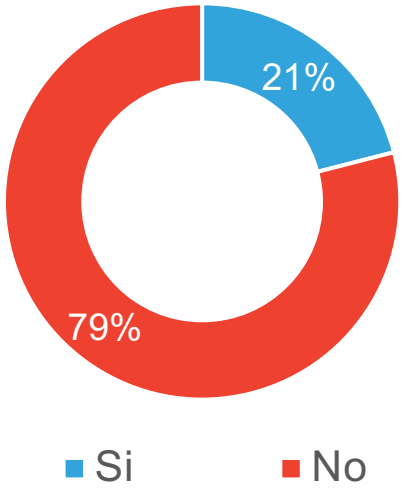
02

Cuántos argentinos donan y cómo lo hacen

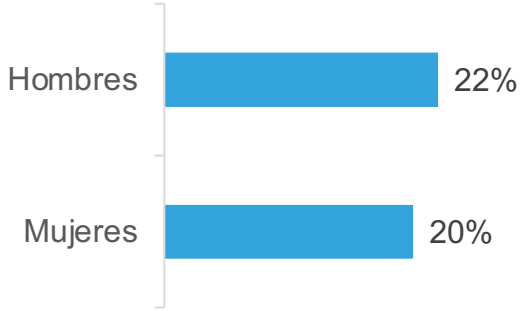
DONACIÓN DE BIENES A OSCS EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES:

Es más alta entre personas de 50 años y más, en el segmento de mayor NSE y entre quienes declararon confianza en las OSC

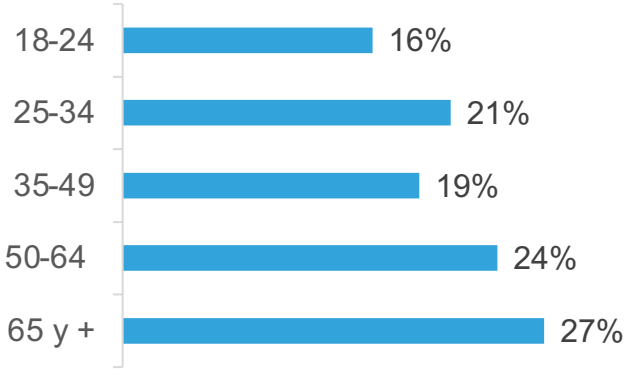
DONACIÓN DE BIENES – ULTIMOS 12 MESES



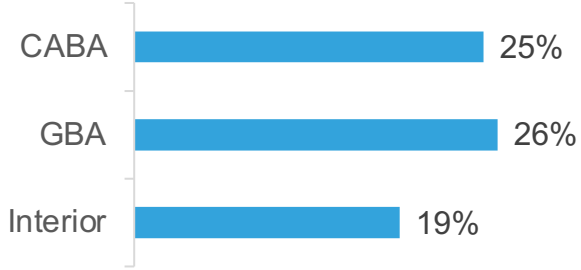
SEXO



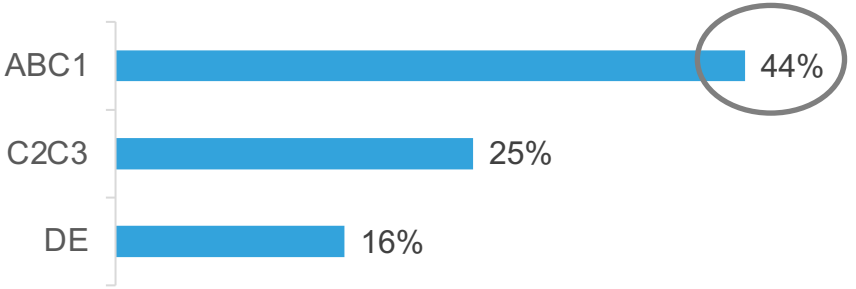
EDAD



REGIÓN



NSE

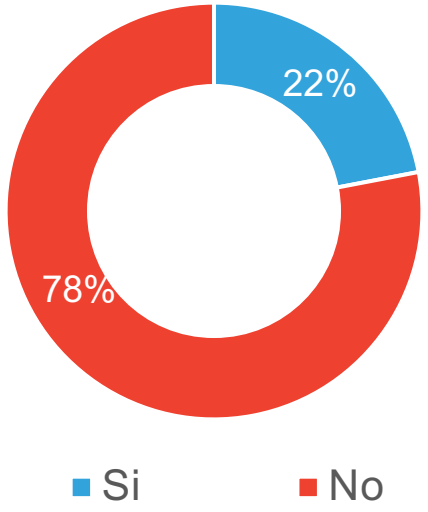


¿Realizó Ud. o no alguna donación de bienes a una organización sin fines de lucro en los últimos 12 meses? / ¿Realizó Ud. o no alguna donación de dinero a una organización sin fines de lucro en los últimos 12 meses?
Base: Población total

DONACIÓN DE DINERO A OSCS EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES

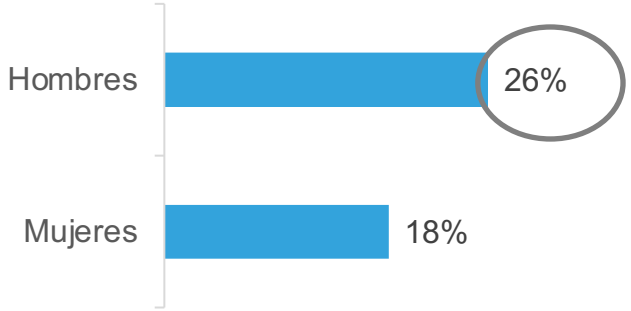
Es más alta entre varones y en ABC1 casi la mitad donó dinero en el último año.

DONACIÓN DE DINERO– ULTIMOS 12 MESES

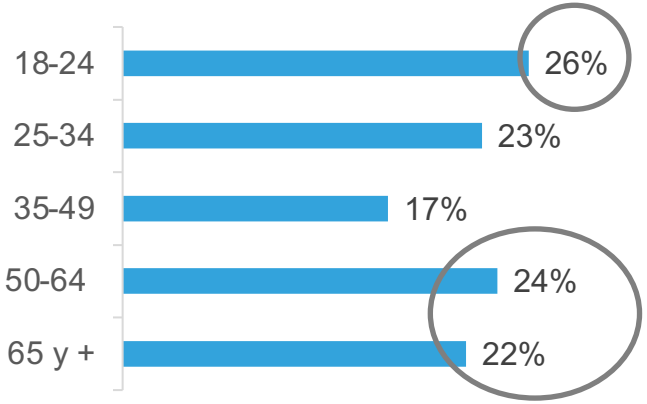


Crece muy levemente con relación a 2020 (de 19% a 22%)

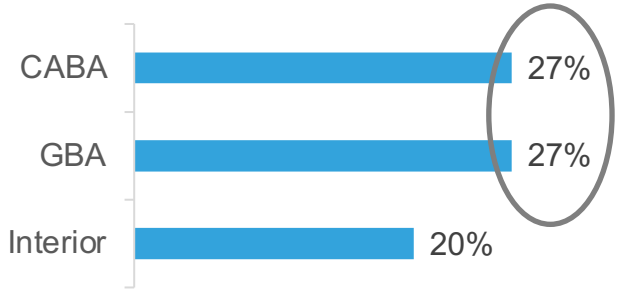
SEXO



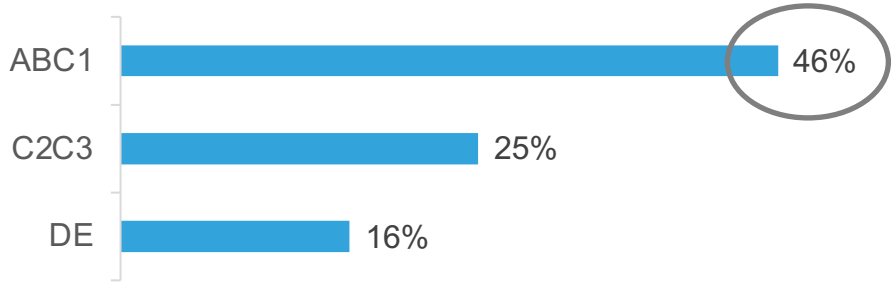
EDAD



REGIÓN



NSE

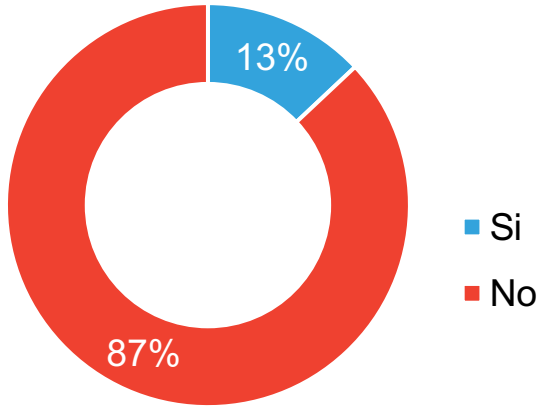


¿Realizó Ud. o no alguna donación de dinero a una organización sin fines de lucro en los últimos 12 meses?
Base: Población total

DONACIÓN MENSUAL DE DINERO A OSCS

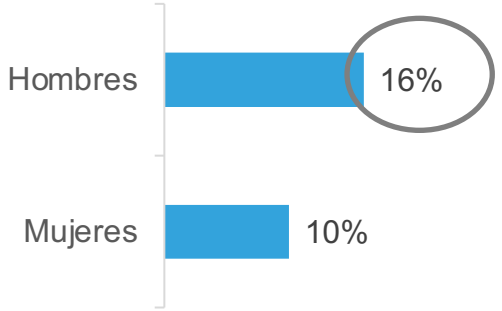
Es más frecuentes entre varones, personas de 50 años y más y mayor nivel socioeconómico.

DONACIÓN MENSUAL DE DINERO– ULTIMOS 12 MESES

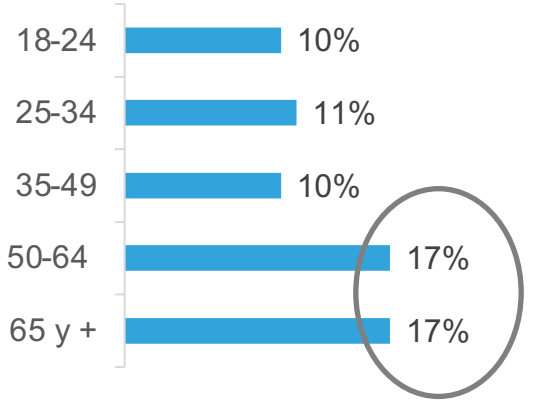


Crece muy levemente con relación a 2020 (de 11% a 13%)

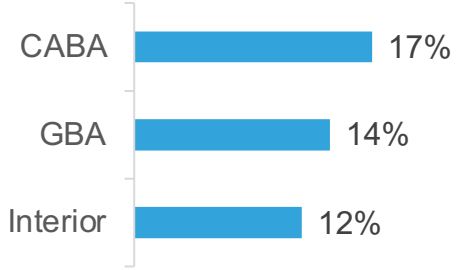
SEXO



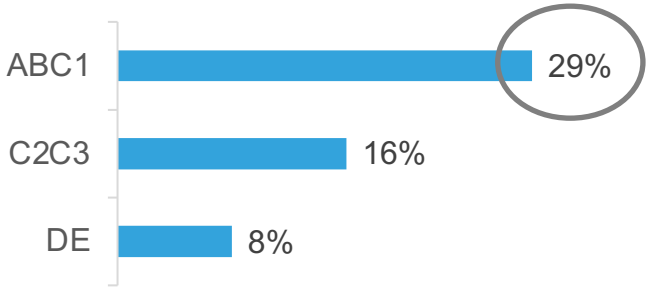
EDAD



REGIÓN

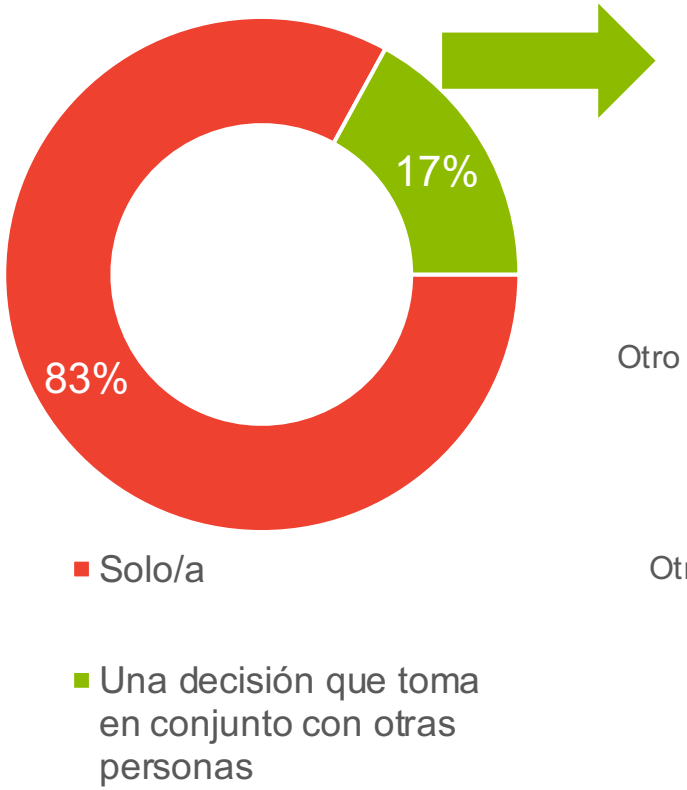


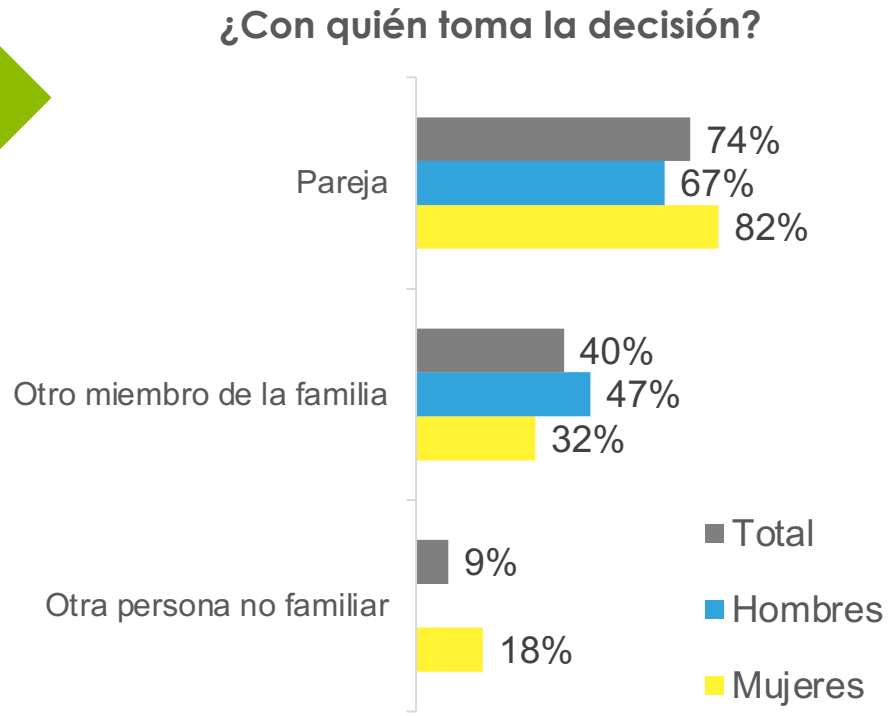
NSE



¿Realizó Ud. o no alguna donación mensual de dinero a alguna organización en los últimos 12 meses?
Base: Población total

8 de cada 10 argentinos **toma solo/a la decisión de a quién y cuánto donar.**





Base: Los que toman la decisión en conjunto con otras personas

6 de cada 10 donan a 1 organización y 4 de cada 10 a 2 o mas

59%	31%	10%
Una organización	Dos/ Tres organizaciones	Cuatro o más organizaciones

Media de OSC a las que dona de manera mensual

1.9

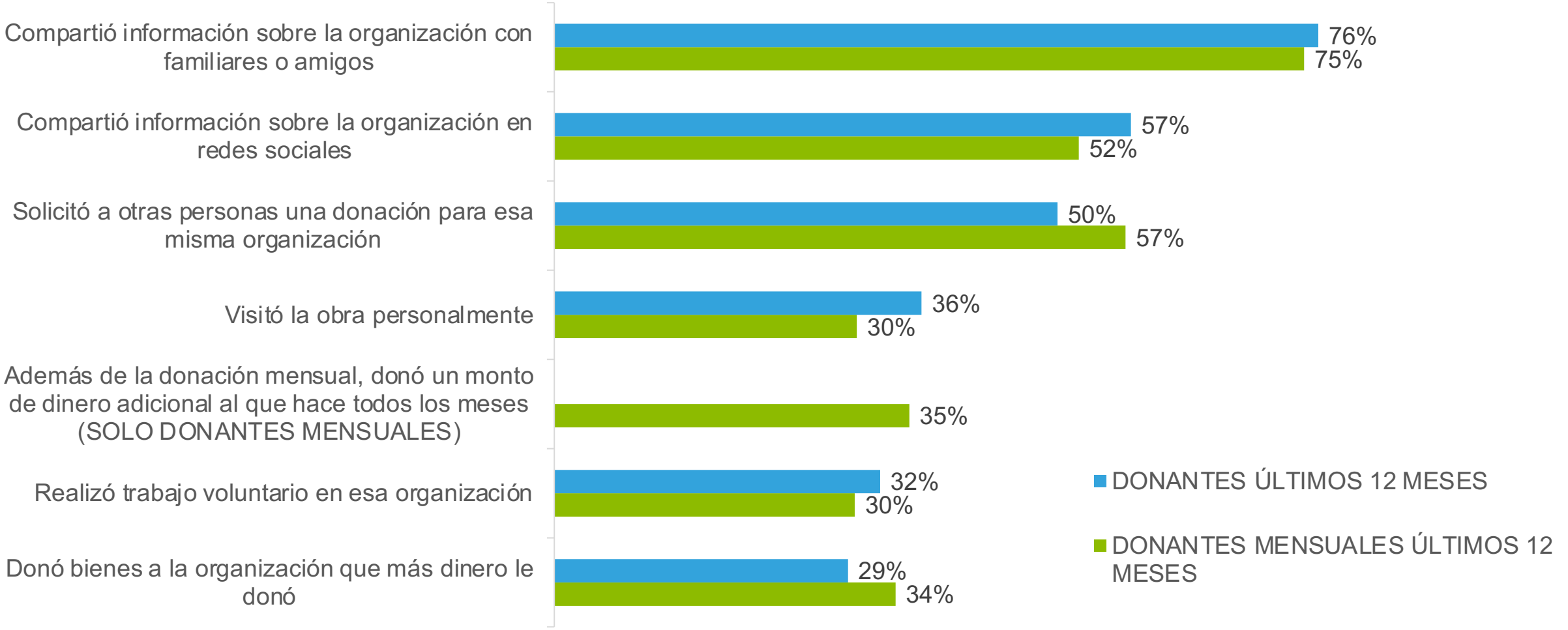
La decisión acerca de a quien donar y cuanto donar, ¿la toma Ud. solo o es una decisión compartida con alguna otra persona?
Base: Los que realizaron donaciones de dinero a alguna OSC últimos 12 meses

Se detecta un cambio importante en los modos de pago, con **una baja en efectivo y un gran crecimiento de los modos digitales** sobretodo MP/ billeteras virtuales.

	Donantes mensuales	
	2020	**2022**
Efectivo	47%	30%
MercadoPago u otra billetera virtual	2%	24%
Transferencia bancaria	9%	21%
Débito automático en la tarjeta o cuenta bancaria	35%	33%
Pagó online con la tarjeta de crédito o débito	5%	25%
Pago telefónico con tarjeta de crédito o débito	23%	18%

Pensando en los últimos 12 meses, ¿de qué maneras realizó la o las donaciones de dinero?
Base: Los que realizaron donaciones de dinero mensuales a alguna OSC últimos 12 meses

Los **donantes de dinero tienen una actitud proactiva** con la difusión de las organizaciones y sus causas. Además **entre los que confían en OSCS algunas acciones se intensifican.**



Indique si realizó o no en el último año la siguiente acción
Base: Los que realizaron donaciones de dinero a alguna OSC últimos 12 meses

Los donantes más jóvenes son los que más realizan algunas de estas acciones
Visitar las obras personalmente es más frecuente entre donantes de mediana edad.

Las donantes económicas mujeres y personas de 50 años y más dijeron hacer con menos frecuencia voluntariado en el lugar.

	Total	Hombres	Mujeres	18-24	25-34	35-49	50-64	65 y +	CABA	GBA	Interior	ABC1	C2C3	DE
Compartió información sobre la organización con familiares o amigos	76%	78%	74%	**91%**	81%	81%	73%	45%	71%	**84%**	73%	73%	**80%**	73%
Compartió información sobre la organización en redes sociales	57%	**61%**	53%	**76%**	54%	59%	52%	41%	55%	**67%**	53%	**65%**	58%	54%
Solicitó a otras personas una donación para esa misma organización	50%	47%	**54%**	**60%**	46%	50%	50%	43%	47%	43%	54%	**58%**	50%	47%
Visitó la obra personalmente	36%	**44%**	27%	39%	**54%**	**48%**	21%	12%	**44%**	39%	34%	27%	**45%**	32%
Además de la donación mensual, donó un monto de dinero adicional al que hace todos los meses	35%	**47%**	19%	**56%**	**54%**	48%	12%	19%	38%	42%	32%	**49%**	34%	30%
Realizó trabajo voluntario en esa organización	32%	**39%**	23%	**41%**	**42%**	**43%**	20%	9%	34%	34%	31%	25%	**40%**	28%
Donó bienes a la organización que más dinero le donó	29%	**34%**	23%	**42%**	34%	37%	18%	9%	28%	30%	29%	19%	**32%**	**30%**

Entre los que confían en ONGS algunas acciones se intensifican especialmente la **solicitud de donación a otros que sube aprox. 10 puntos.**

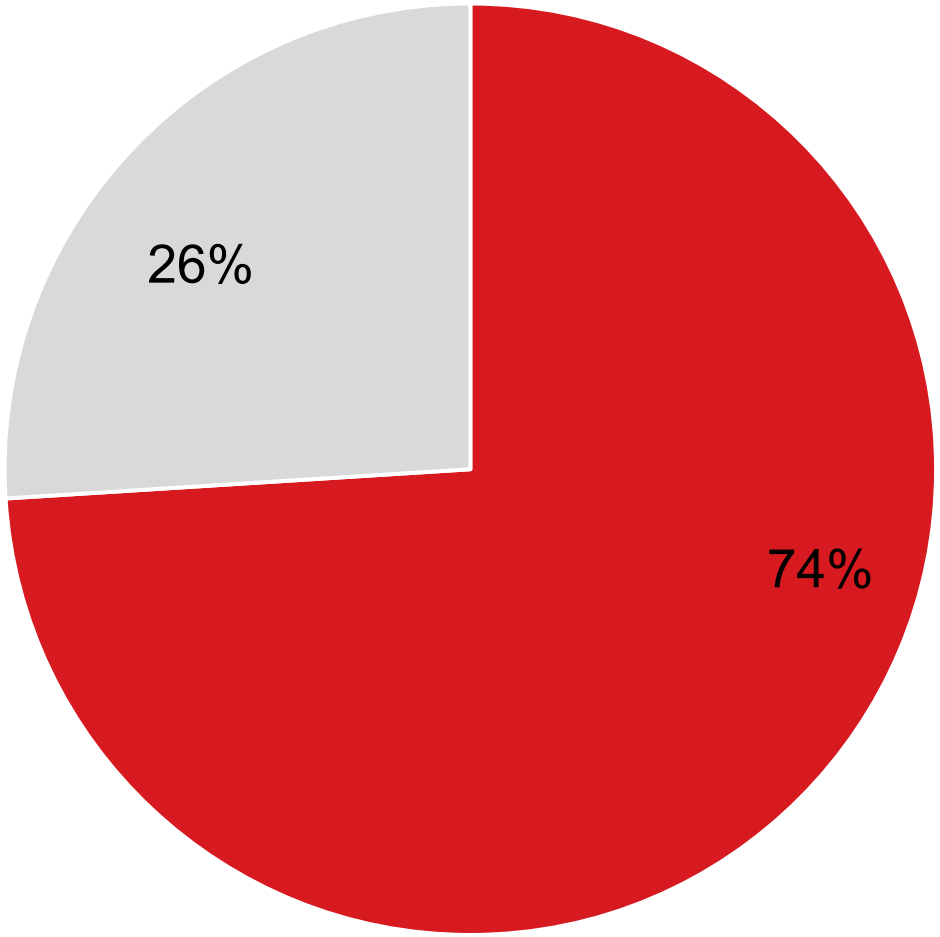
Indique si realizó o no en el último año la siguiente acción
Base: Los que realizaron donaciones de dinero a alguna OSC últimos 12 meses

03

Opiniones acerca de las donaciones

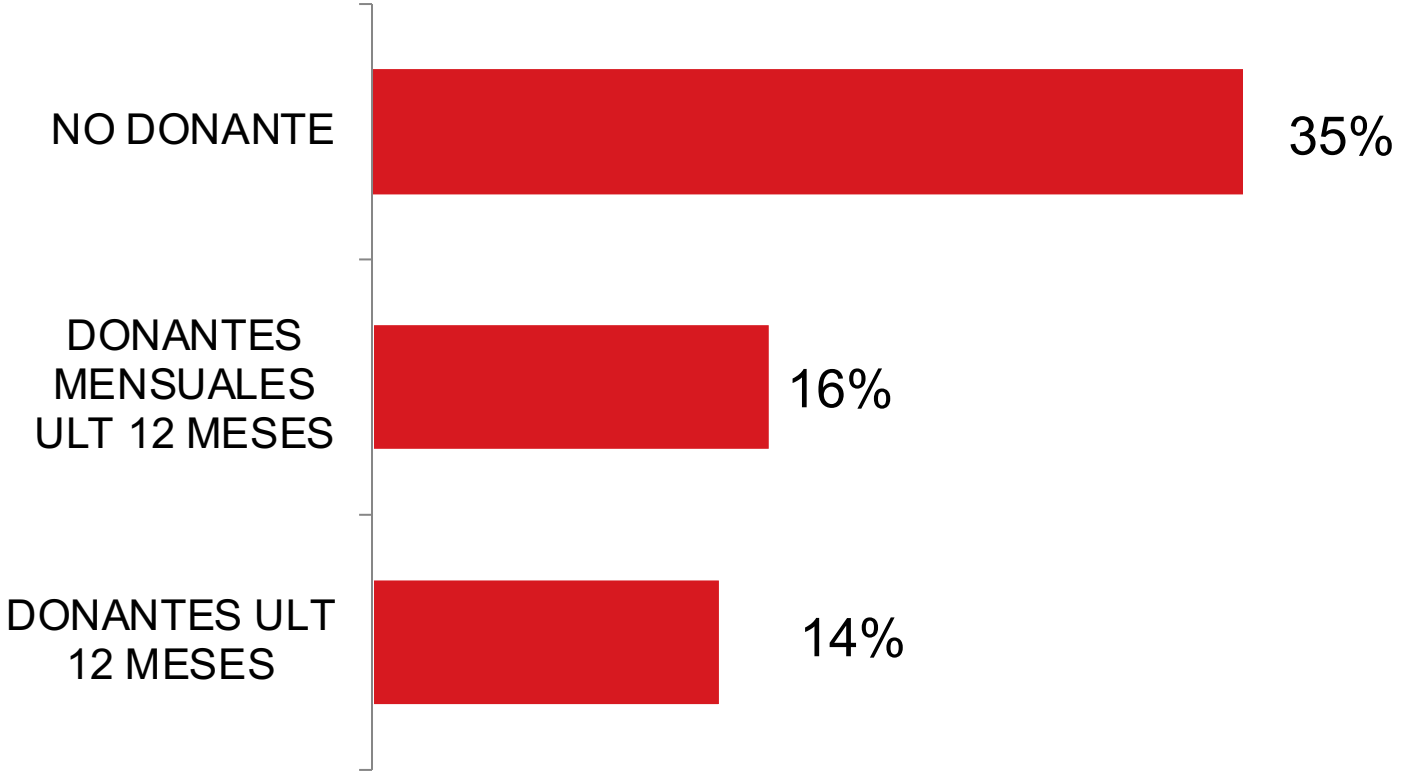
CULTURA DE DAR

Los argentinos acuerdan con que DONAR hace bien al donante.



La percepción de que ***donar hace bien*** es mayoritaria en todos los grupos poblacionales.
Esta percepción es aún más fuerte entre donantes (86%).

Una minoría piensa que “donar dinero es una actividad sólo para ricos” Entre no donantes esta opinión sostenida por casi 4/10

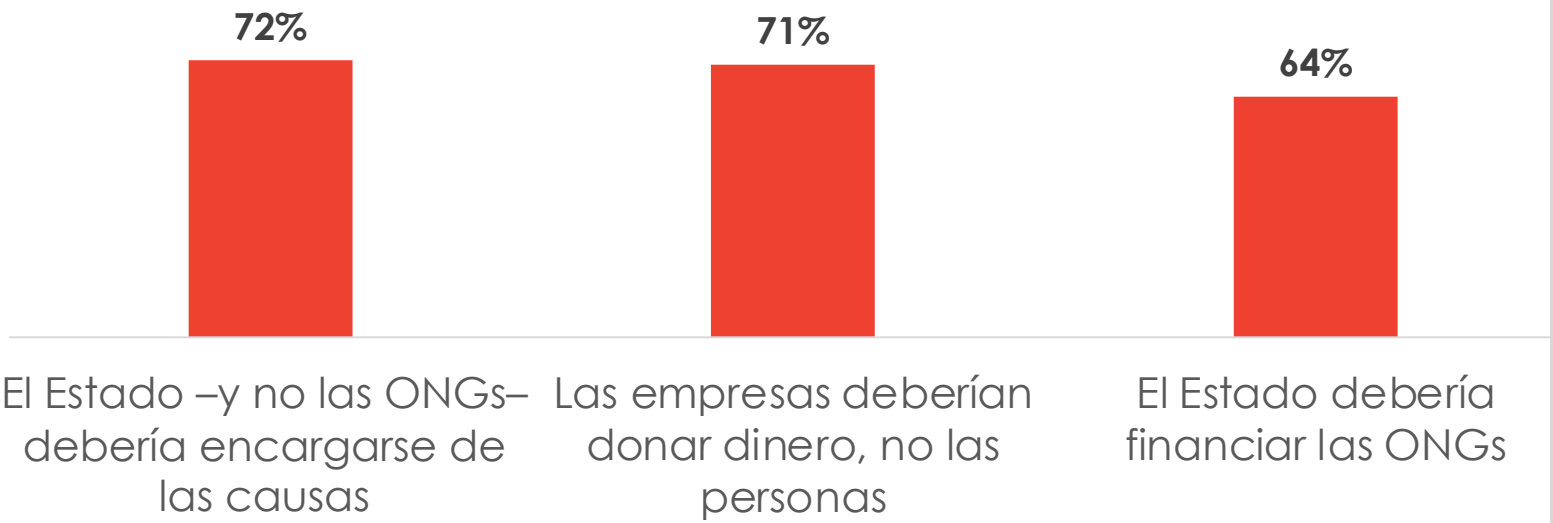


A su vez, la idea de que ***es una actividad sólo para ricos*** se expresa más fuerte en el segmento de menor NSE, en el grupo etario de 18 a 34 años y entre no donantes (donde sube a 35% contra 15% entre donantes).

“Es transversal, puede donar una persona que no llega a fin de mes o uno que tenga mucha plata”, “Dona el que tiene ganas de donar”.

La mayoría considera que las empresas y el Estado deberían financiar a las OSCS y a sus causas, en modo similar a la encuesta de 2020

FINANCIAMIENTO



- Para las personas de menor NSE el Estado debería ocuparse de las causas o financiar a las OSCs.
- La idea de que las empresas, y no las personas individuales deberían donar dinero es más fuerte en el segmento de 25-49 años, en GBA y en personas con menor nivel educativo.

Para cada una de las frases que figuran a continuación por favor indique cuán de acuerdo está con cada una de ellas

Base: Población total

7 de cada **10** argentinos acuerda con que **los donantes de dinero no deberían comentar que lo hacen con otros.**

Esta opinión coexiste con **5 de cada 10** que **considera que es importante transmitir a los niños la importancia de esta acción como así también comentar a otros para generar contagio.**

SENSIBILIZACIÓN

- *No comentar* es una actitud más valorada entre mayores adultos (+65 años), Interior y ABC1.
- *Transmitir a los niños* tiene más acuerdo entre varones, en el segmento de 18 a 34 años y entre personas con mayor nivel educativo o NSE. Baja esta opinión (en 2020 un 65% consideraba que era importante)
- *Contar para generar un efecto contagio* es una acción mucho más valorada por el segmento de 18-24 años.

Entre jóvenes el panorama es más claro, las donaciones deben comentarse

ES IMPORTANTE QUE LOS DONANTES DE DINERO COMENTEN A OTROS QUE LO HACEN Y LOS BENEFICIOS DE DONAR, PARA GENERAR UN EFECTO CONTAGIO

	TOTAL	EDAD				
		18-24	25-34	35-49	50-64	65 +
De acuerdo	54%	66%	59%	53%	47%	41%
En desacuerdo	30%	20%	23%	28%	40%	45%
NS / NC	16%	14%	18%	19%	14%	14%

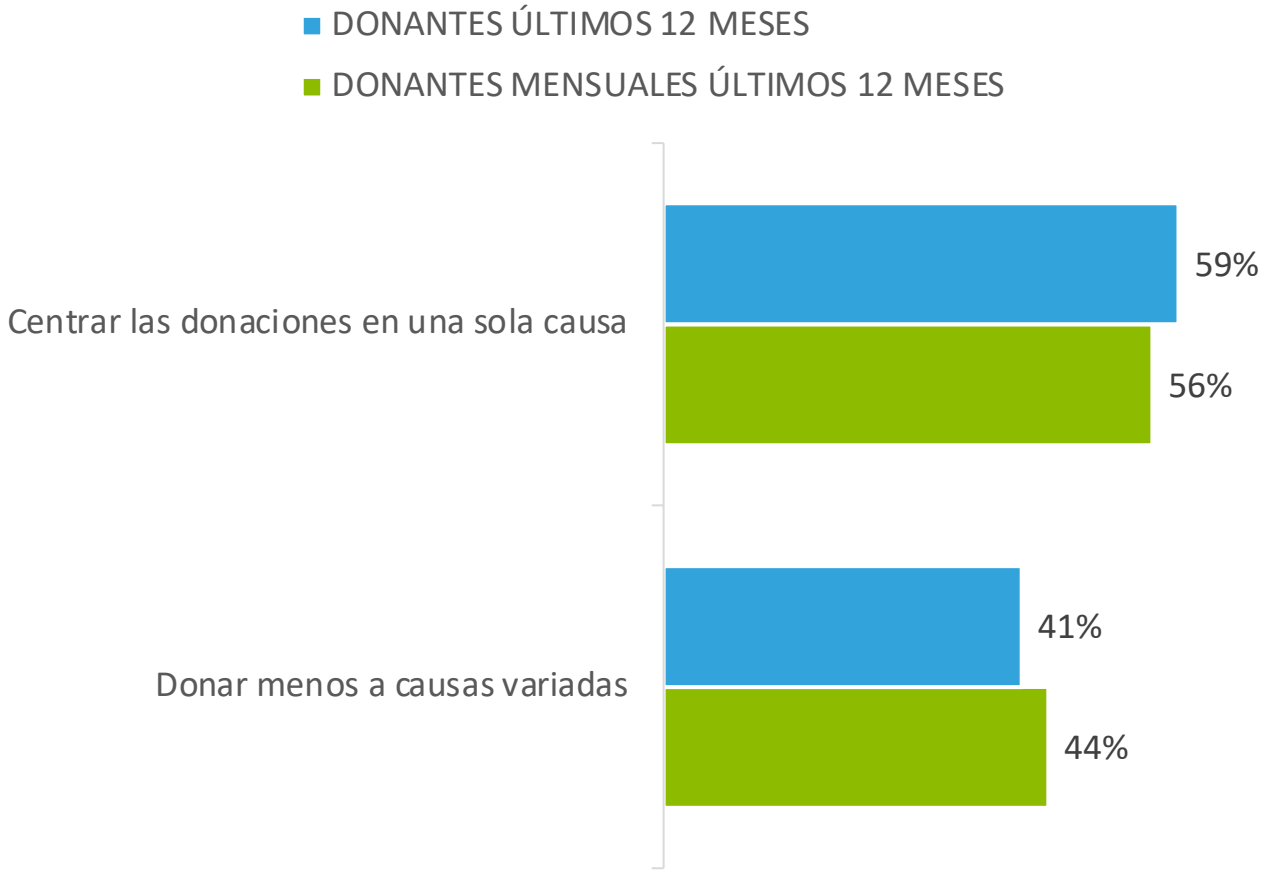
LOS DONANTES DE DINERO NO DEBERÍAN COMENTAR QUE HACEN DONACIONES

	TOTAL	EDAD				
		18-24	25-34	35-49	50-64	65 +
De acuerdo	54%	56%	66%	68%	66%	76%
En desacuerdo	30%	31%	17%	20%	21%	18%
NS / NC	16%	13%	16%	13%	13%	6%

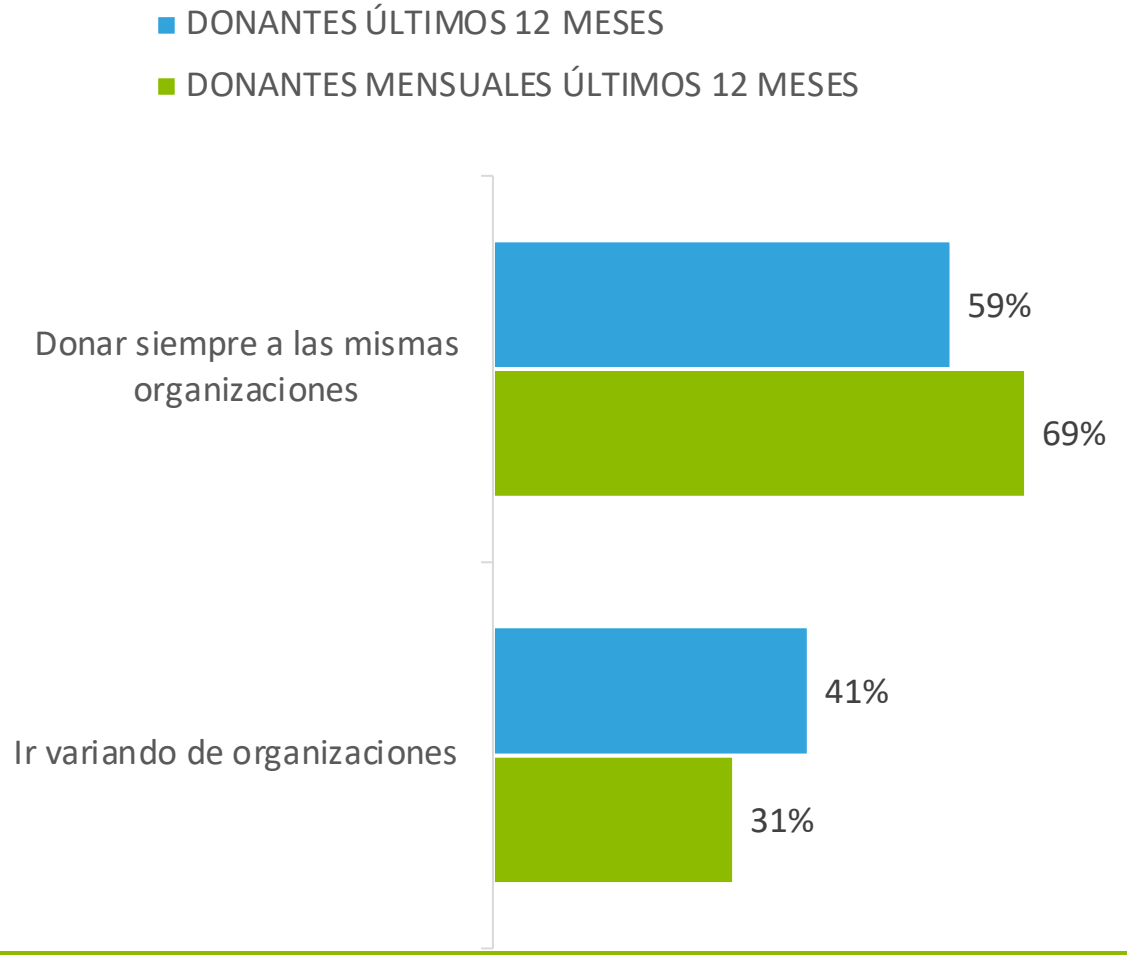
04

Preferencias en las donaciones

En cuanto a las **causas, hay más consenso en la preferencia por centrar las donaciones en una sola**, aunque 4 de 10 donantes prefieren hacerlo a varias.



La mayoría señala que prefiere donar dinero siempre a las mismas organizaciones más que ir variando.

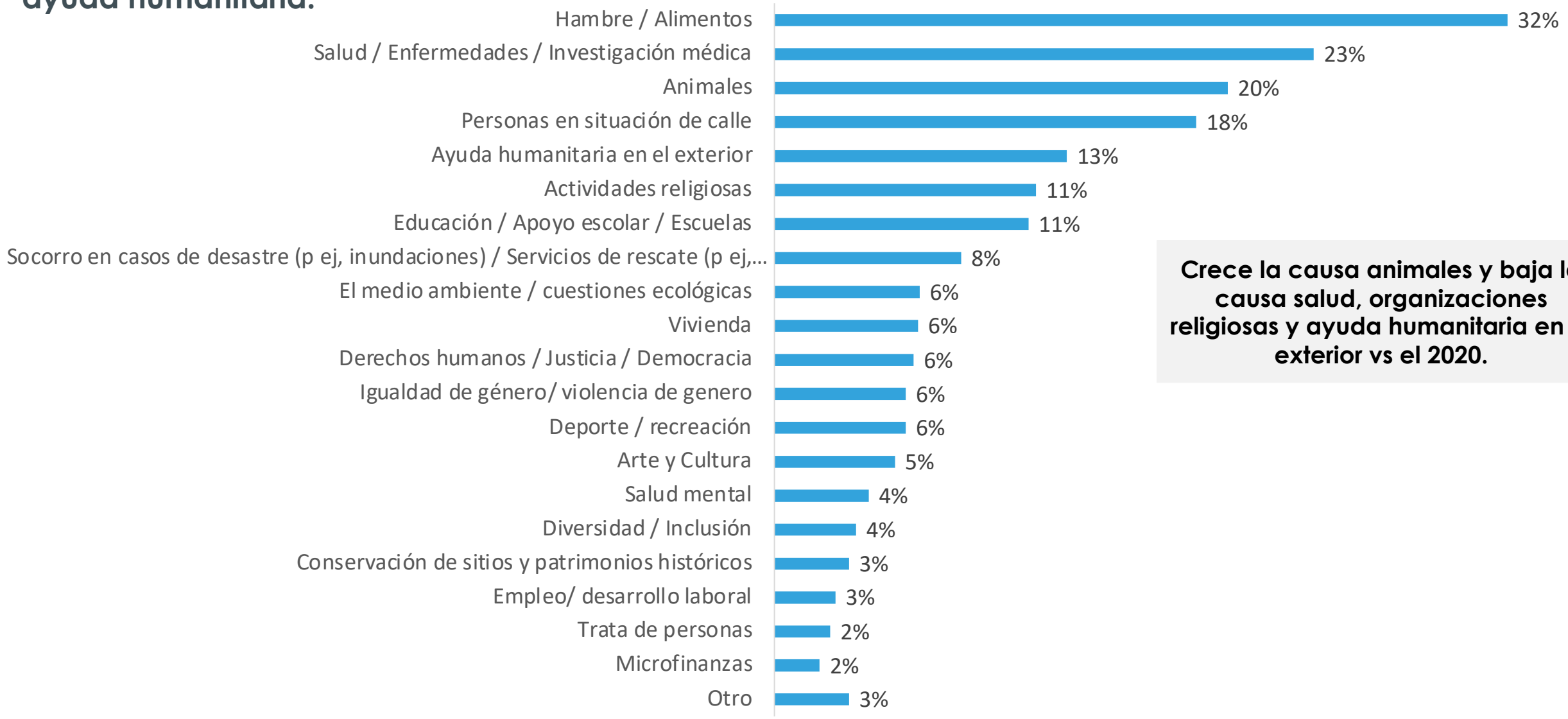


Indique cuál es su preferencia como donante:
Base: Los que realizaron donaciones de dinero a alguna OSC últimos 12 meses

Las opiniones se encuentran divididas entre quienes prefieren aportar dinero para solucionar problemas de fondo, a problemas puntuales / de emergencia o a cualquiera de los dos. El estudio cualitativo sugiere que La decisión de donar es impulsiva, en el caso de las emergencias, y reflexiva cuando se trata de donaciones mensuales.

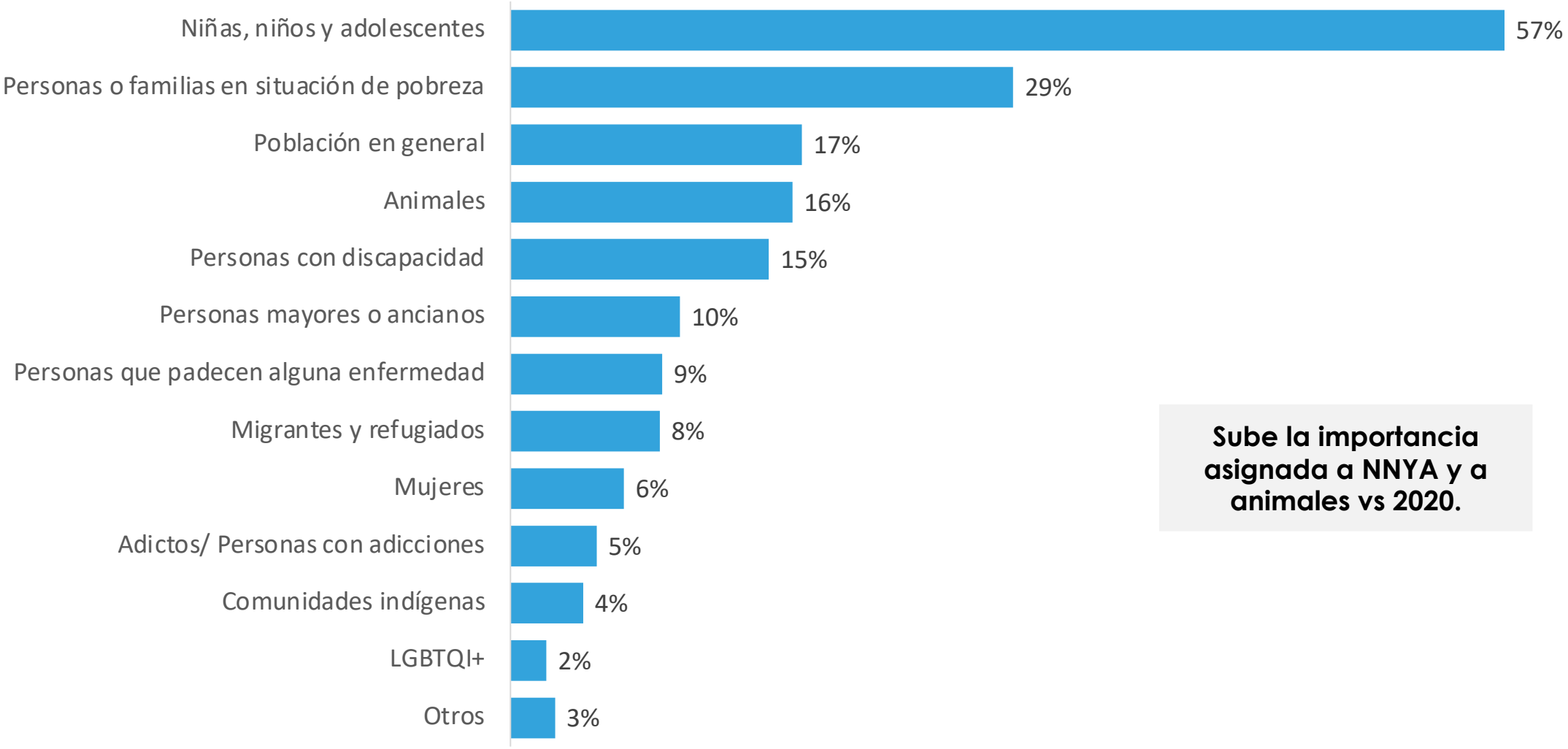
Indique cuál es su preferencia como donante
Base: Los que realizaron donaciones de dinero a alguna OSC últimos 12 meses

Las causas principales a las que donan dinero son el **Hambre/ Alimentación** y **Salud / lucha contra enfermedades o investigaciones médicas. Le siguen los animales, las personas en situación de calle y la ayuda humanitaria.**



Crece la causa animales y baja la causa salud, organizaciones religiosas y ayuda humanitaria en el exterior vs el 2020.

POBLACIÓN BENEFICIARIA: 6 de cada 10 donantes dirigieron su aporte económico a organizaciones vinculadas con los **niños, niñas y adolescentes.** 3 de cada 10 lo hicieron para OSCS que trabajan para **personas o familias en situación de pobreza.**



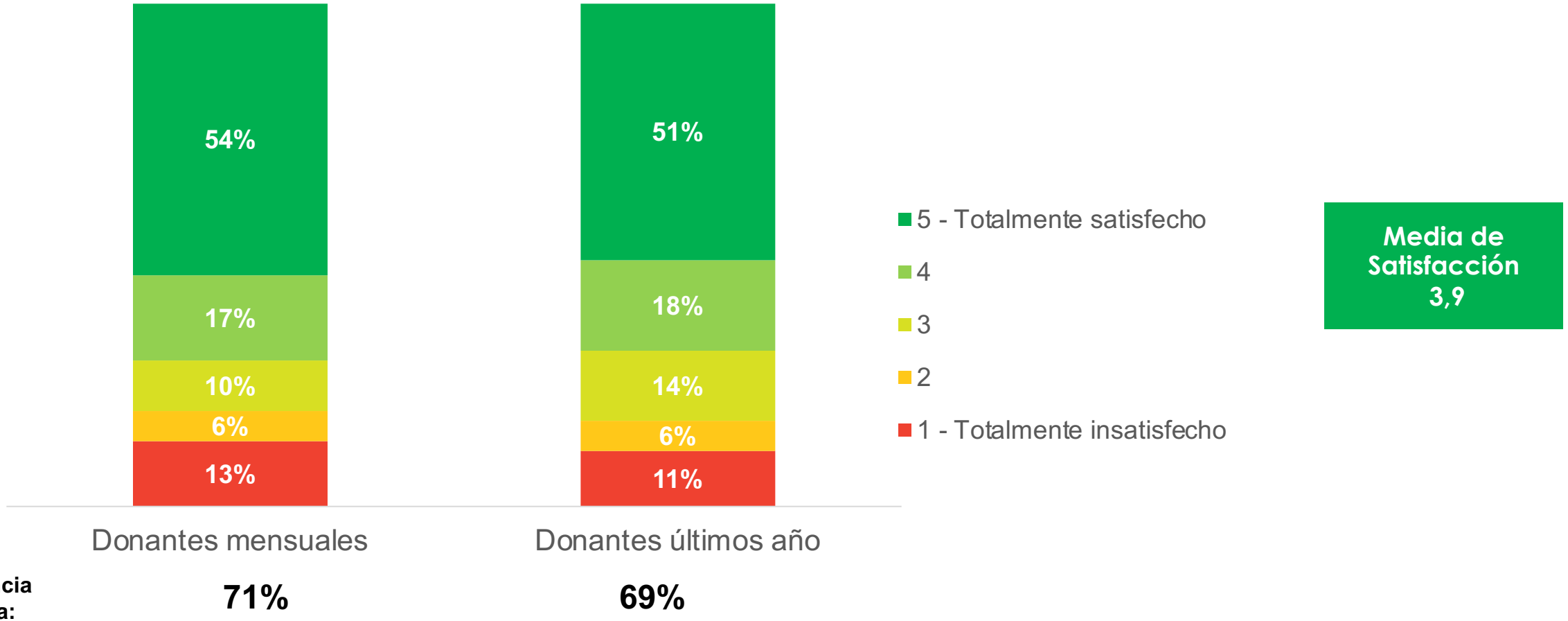
Sube la importancia asignada a NNYA y a animales vs 2020.

¿Cuál es la población a la que se dedica la organización a la que donó dinero?
Base: Los que realizaron donaciones de dinero a alguna OSC últimos 12 meses

05

La experiencia de donar

Si bien la satisfacción con la donación es mayoritaria, cabe resaltar que 3 de cada 10 donantes no están satisfechos con la misma. Los hombres, los jóvenes y los de menor NSE son los más insatisfechos



Nos gustaría conocer un poco más acerca de su experiencia como donante, ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la experiencia como donante en los últimos 12 meses?
Base: Los que realizaron donaciones de dinero a alguna OSC últimos 12 meses

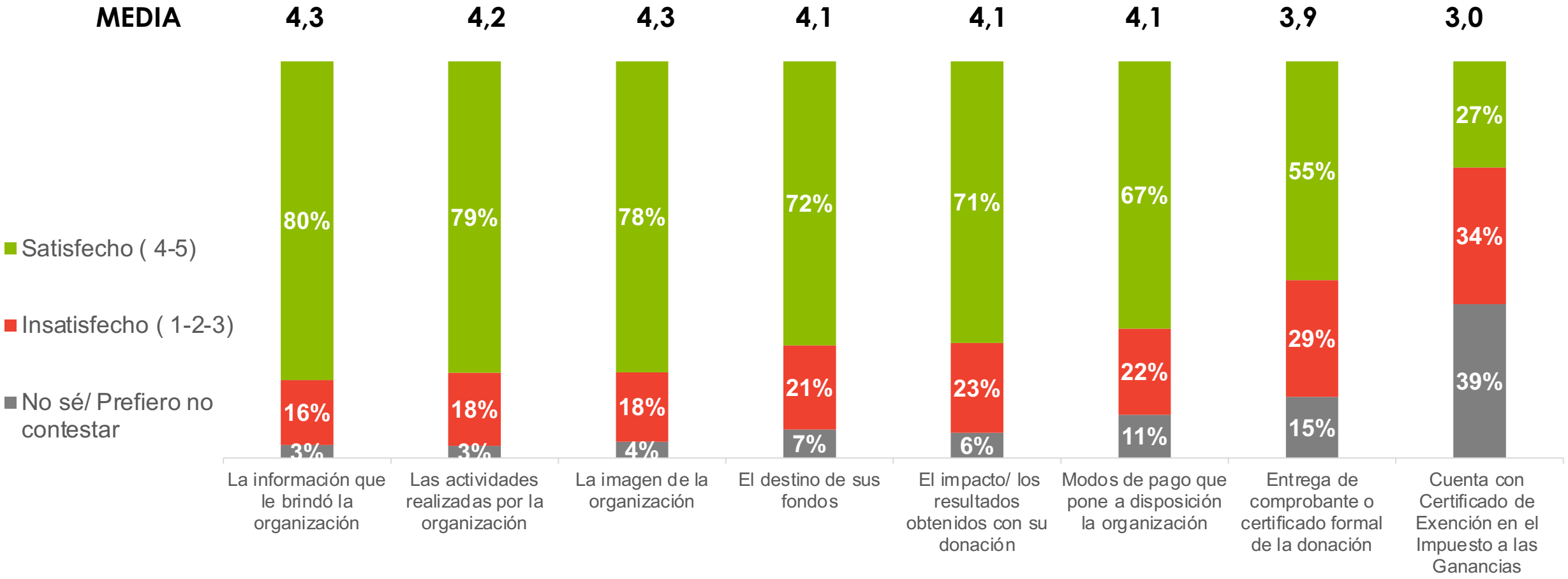
Los hombres, los de menor NSE y marcadamente los jóvenes son los menos satisfechos

	GENERO			EDAD					ZONA			NIVEL SOCIOECONOMICO		
	Total	Hombres	Mujeres	18-24	25-34	35-49	50-64	65 y +	CABA	GBA	Interior	ABC1	C2C3	DE
Satisfecho	79%	72%	87%	58%	74%	82%	87%	97%	74%	81%	78%	90%	79%	73%
Insatisfecho	18%	**26%**	9%	**40%**	22%	13%	10%	3%	21%	15%	20%	8%	18%	**23%**
No sé/ Prefiero no contestar	3%	2%	5%	3%	4%	4%	3%		6%	4%	2%	2%	3%	4%

Nos gustaría conocer un poco más acerca de su experiencia como donante, ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la experiencia como donante en los últimos 12 meses?
Base: Los que realizaron donaciones de dinero a alguna OSC últimos 12 meses

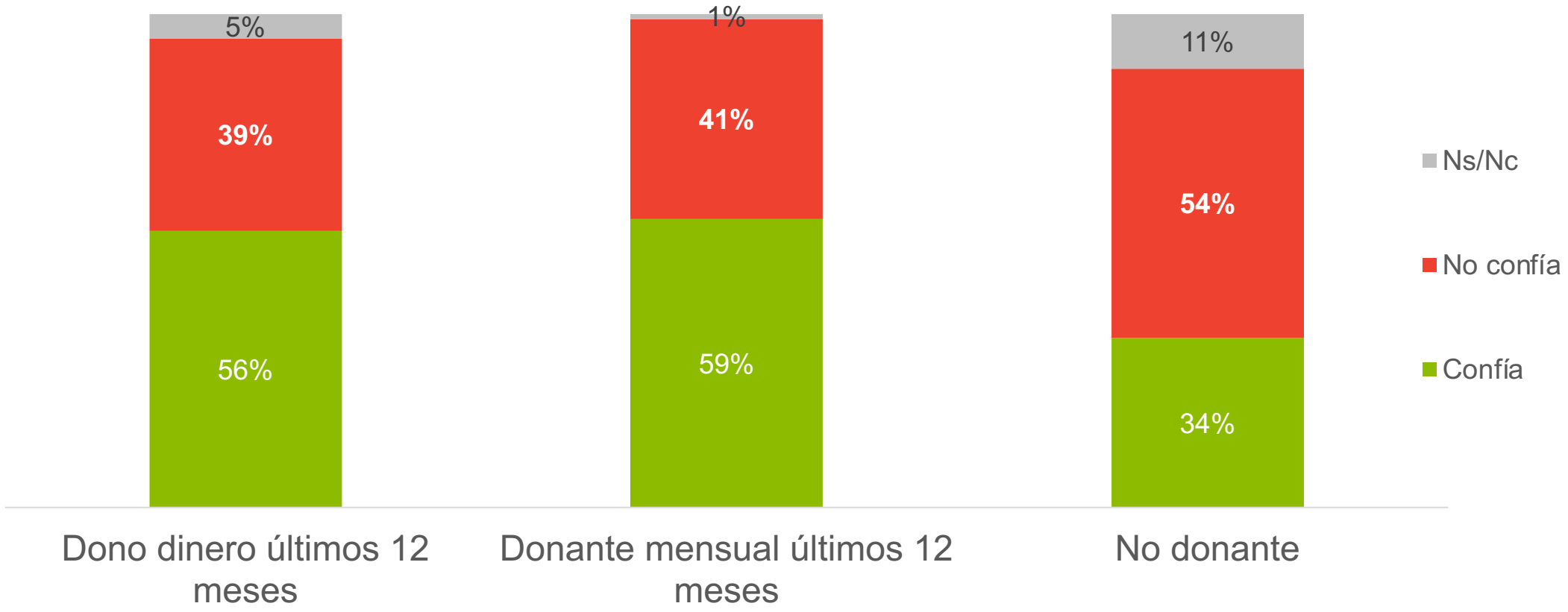
Los aspectos mejor evaluados por los donantes son: **la información que brinda la OSC, las actividades que realizan y la imagen de la institución. La entrega de comprobantes formales y la exención fiscal son los peores evaluados.**

(ESCALA 1-5)



Nivel de satisfacción con el siguiente aspecto de su experiencia como donante los últimos 12 meses
Base: Los que realizaron donaciones de dinero a alguna OSC últimos 12 meses

La confianza en OSCS crece entre donantes, aunque una proporción importante también dijo no confiar.



CONFIA: TIENE MUCHA + BASTANTE CONFIANZA
NO CONFIA: TIENE POCA + NINGUNA CONFIANZA

Voy a nombrarle una serie de organizaciones. Para cada una de ellas, ¿podría decirme cuánta confianza tiene: Mucha confianza, bastante confianza, no mucha confianza o ninguna confianza?
Base: Población total

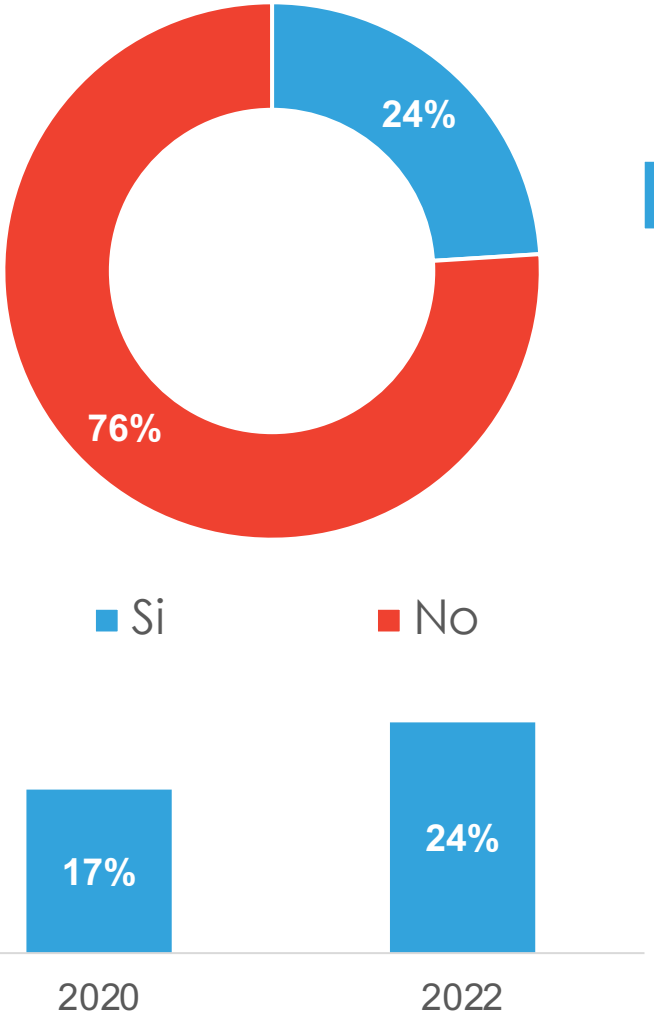
06

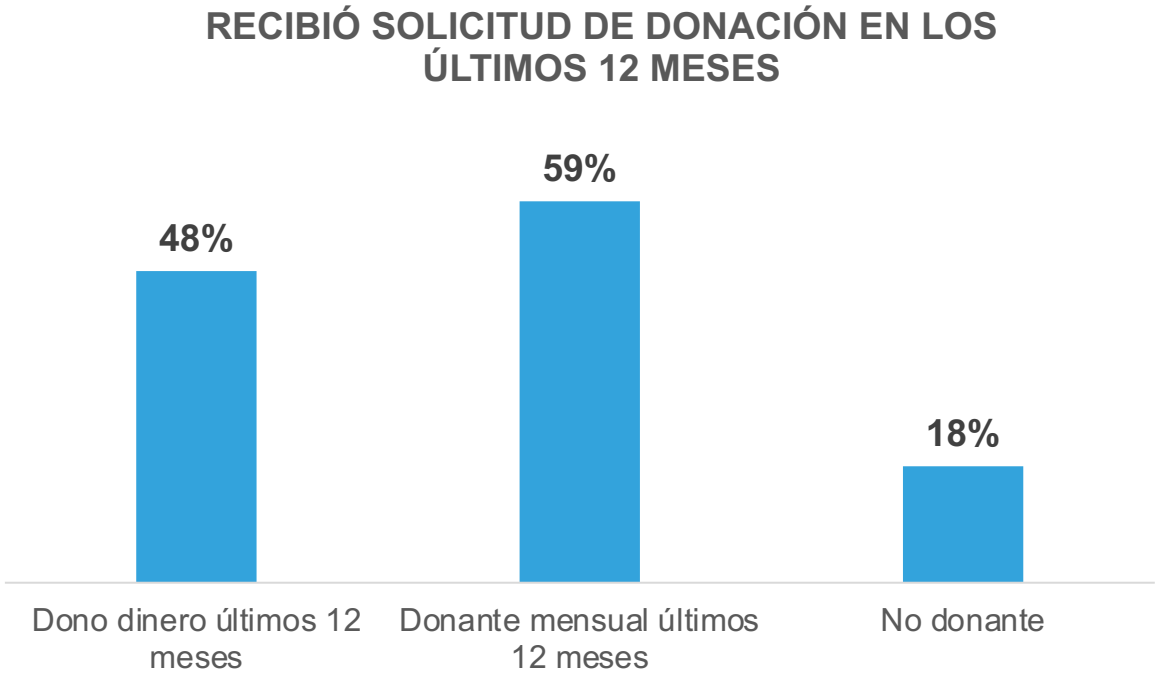
Cómo comunican las OSC

CULTURA DE DAR

Se reportan pocos pedidos de donaciones de dinero

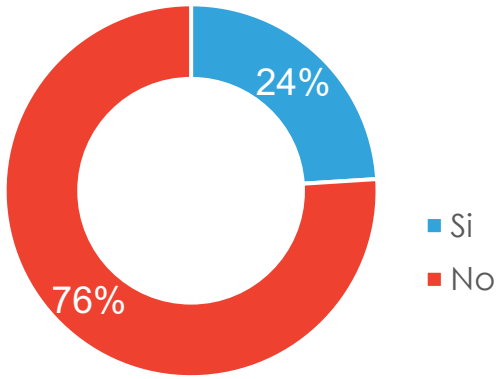
Sólo 2 de 10 argentinos recuerdan haber recibido una invitación en los últimos 12 meses. Las solicitudes llegaron más a aquellos que ya donan. Crece la solicitud vs el estudio de 2020.





En los últimos 12 meses ¿recibió Ud. solicitudes de donación de dinero por parte de OSCs u organizaciones sin fines de lucro?
Base: Población total

La recepción de solicitudes fue mayor entre personas de mayor edad y NSE-> perfil similar a los que ya son donantes.

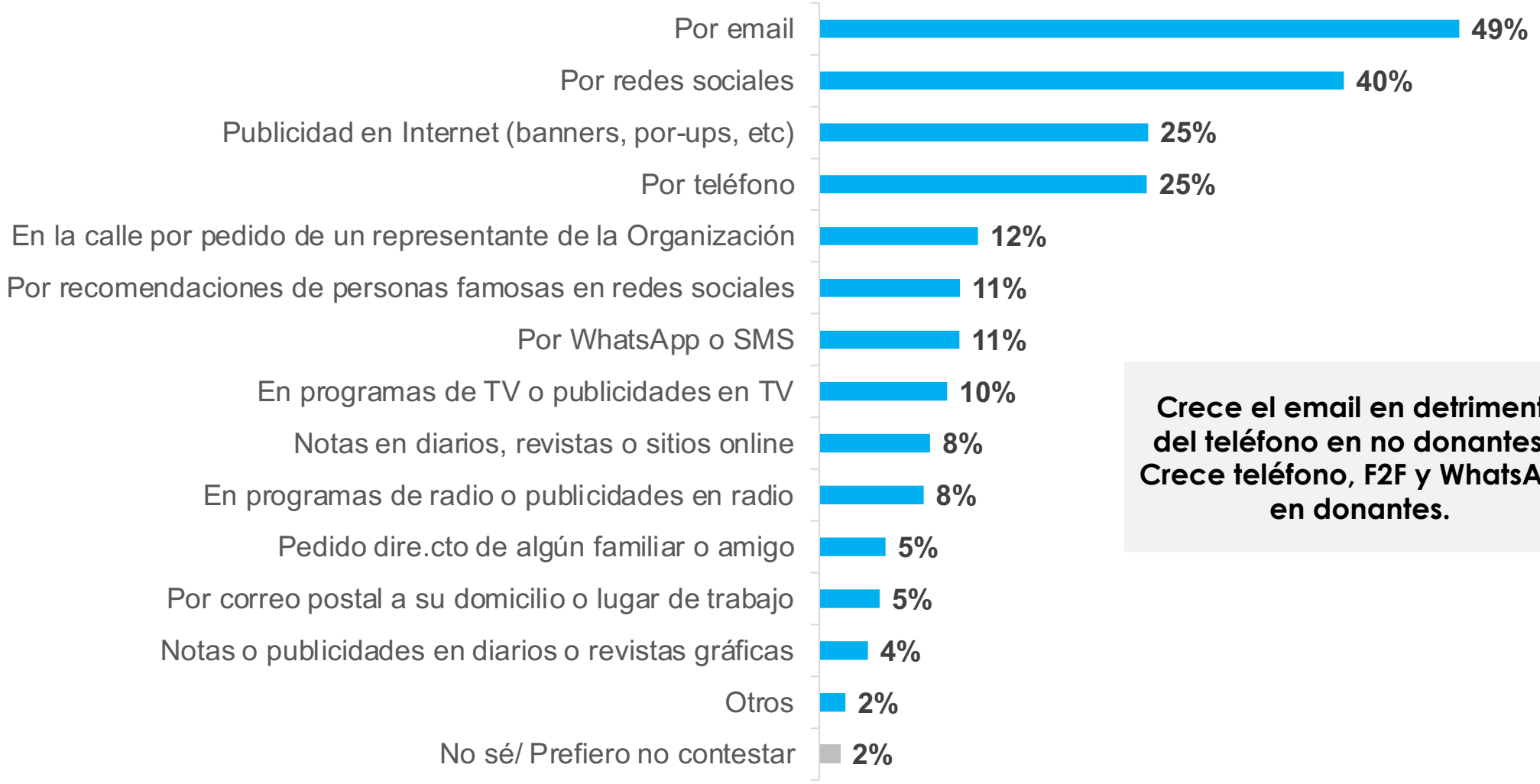


		GENERO		EDAD				
	Total	Masc.	Fem.	18-24	25-34	35-49	50-64	65 +
Si	24%	26%	23%	10%	17%	22%	34%	**44%**
No	76%	74%	77%	90%	83%	78%	66%	56%

		NSE			ZONA		
	Total	ABC1.	C2C3	DE	CABA	GBA	Int.
Si	24%	**46%**	27%	20%	29%	24%	24%
No	76%	54%	73%	80%	71%	76%	76%

En los últimos 12 meses ¿recibió Ud solicitudes de donación de dinero por parte de OSCs u organizaciones sin fines de lucro?
Base: Población general

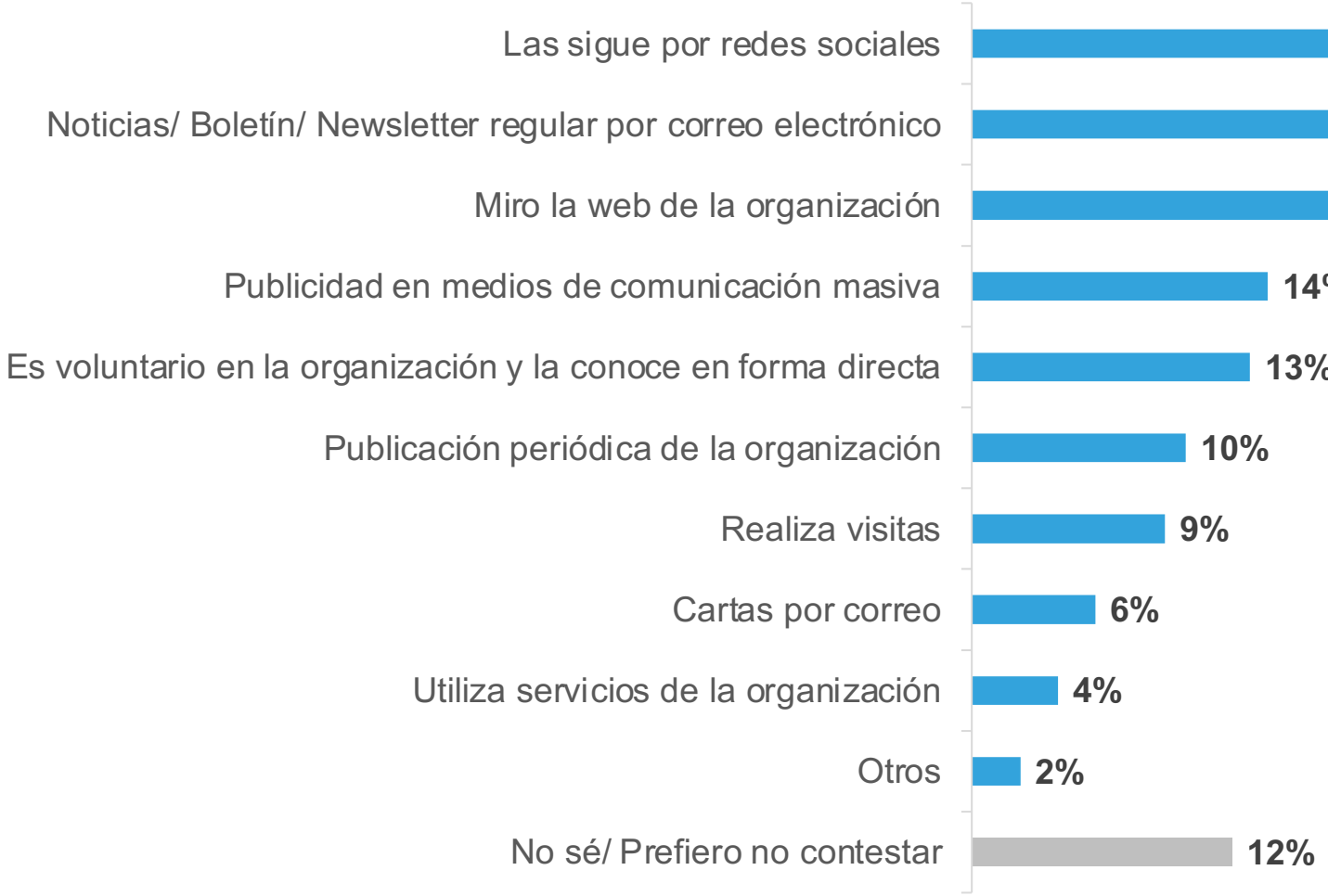
Quienes recibieron una solicitud lo hicieron a través de distintos canales digitales: **email, redes sociales y en tercer lugar internet.**



Crece el email en detrimento del teléfono en no donantes y Crece teléfono, F2F y WhatsApp en donantes.

¿Por qué canales o medios recibió pedidos de donación de dinero? Puede elegir más de una respuesta.
Base: Quienes recibieron solicitudes de donación de dinero

Las **redes sociales** son el principal medio a través del cual los donantes reciben información de las entidades.



En el estudio cualitativo se destaca el uso eficaz de las redes sociales que hacen algunos *influencers* de que empujan donaciones, recurso atractivo especialmente para los jóvenes

La información por boletín/ newsletter regular crece entre quienes hacen donación mensual a alguna organización (30%).

¿Por qué medios recibe u obtiene información de las entidades a las que realiza donaciones?
Base: Los que realizaron donaciones de dinero a alguna OSC últimos 12 meses

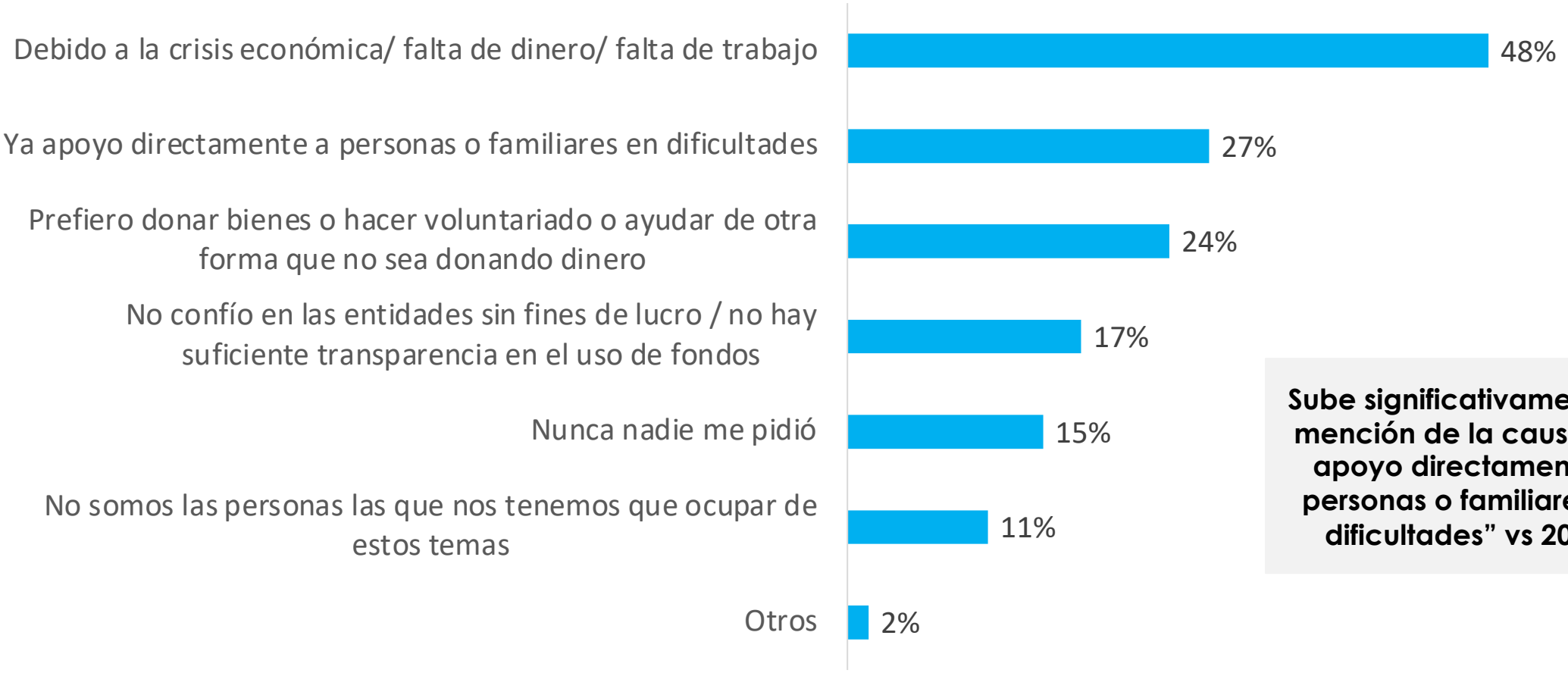
07

No donantes

CULTURA DE DAR

La principal barrera esgrimida como razón para no donar es económica.

Pero también existen barreras vinculadas a la desconfianza en las OSC, en la transparencia en el uso del dinero y la falta de contacto/ pedido por parte de las organizaciones.



Sube significativamente la mención de la causa "ya apoyo directamente a personas o familiares en dificultades" vs 2020.

¿Por qué razones no ha realizado una donación de dinero a organizaciones sin fines de lucro en los últimos 12 meses?
Base: Quienes no donaron dinero a OSCS últimos 12 meses

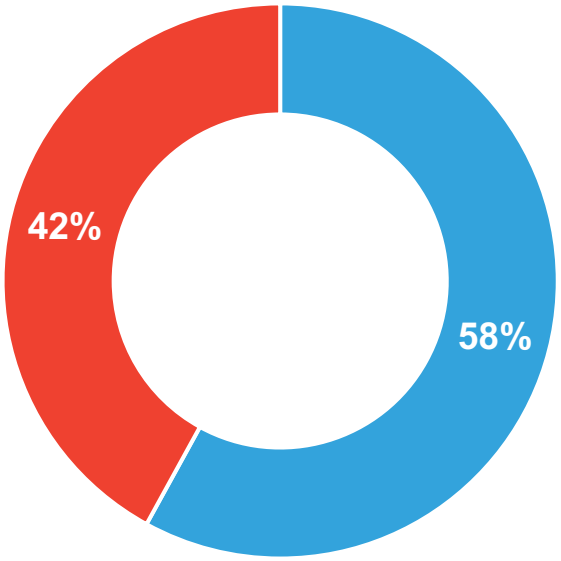
Entre jóvenes crece la razón "nunca nadie me lo pidió" como motivo de no donación.

	GENERO			EDAD					ZONA			NIVEL SOCIOECONOMICO		
	Total	Hombres	Mujeres	18-24	25-34	35-49	50-64	65 y +	CABA	GBA	Interior	ABC1	C2C3	DE
Debido a la crisis económica/ falta de dinero/ falta de trabajo	**48%**	46%	49%	45%	54%	52%	45%	38%	44%	47%	49%	33%	**46%**	**50%**
Ya apoyo directamente a personas o familiares en dificultades	**27%**	23%	**30%**	13%	25%	29%	28%	**41%**	19%	**29%**	**27%**	**37%**	29%	25%
Prefiero donar bienes o hacer voluntariado o ayudar de otra forma que no sea donando dinero	**24%**	22%	26%	18%	**26%**	**30%**	22%	18%	15%	**26%**	**24%**	**35%**	24%	23%
No confío en las entidades sin fines de lucro / no hay suficiente transparencia en el uso de fondos	**17%**	19%	16%	12%	16%	17%	19%	**26%**	22%	20%	16%	**23%**	17%	17%
Nunca nadie me pidió	**15%**	17%	13%	**25%**	**24%**	10%	7%	7%	15%	15%	15%	11%	18%	13%
No somos las personas las que nos tenemos que ocupar de estos temas	**11%**	14%	8%	14%	10%	7%	11%	13%	10%	10%	11%	9%	13%	10%

08

Expectativa sobre donaciones futuras

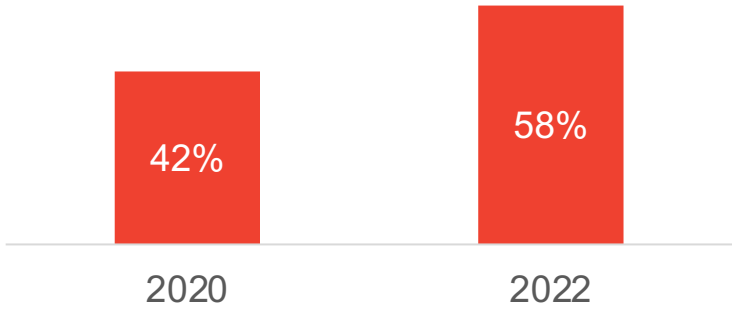
6 de cada 10 personas se declararon predispuestas a donar dinero en el próximo año (seguramente si 17% + probablemente si 41%).



Seguramente + Probablemente si

Probablemente Seguramente no

La intención de donar es mayor entre **varones, personas más jóvenes y con mejor nivel socioeconómico**.
Crece la predisposición con relación al estudio 2020.



Nota: En 2020 se consulto sobre la predisposición a donar dinero y en 2022 sobre la predisposición a donar dinero a OSCs.

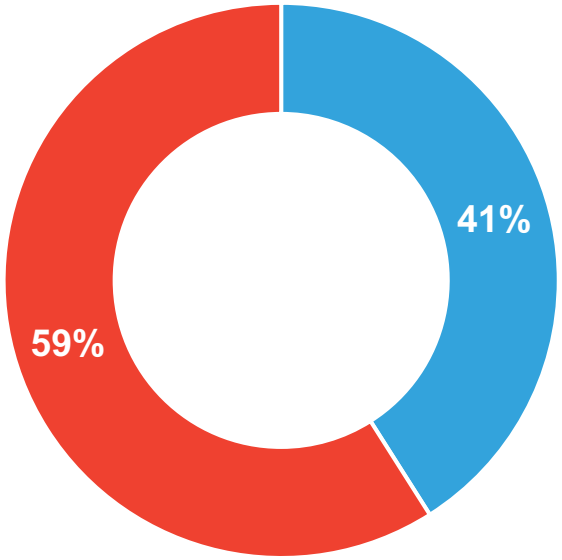
	Dono dinero últimos 12 meses	Donante mensual últimos 12 meses	**No donantes**
Seguramente + Probablemente si	90%	89%	49%
Probablemente Seguramente no	10%	11%	51,%

Y pensando en el próximo año ¿cuán probable es que Ud. realice alguna donación de dinero a alguna organización sin fines de lucro?
Base: Población total

4 de cada 10 se declararon dispuestos a donar mensualmente el próximo año (11% seguramente si + 30% probablemente si).

El interés es mayor en Interior, algo mayor en segmento ABC1 y entre quienes ya donan regularmente.

Crece la predisposición a donar con relación al estudio 2020.

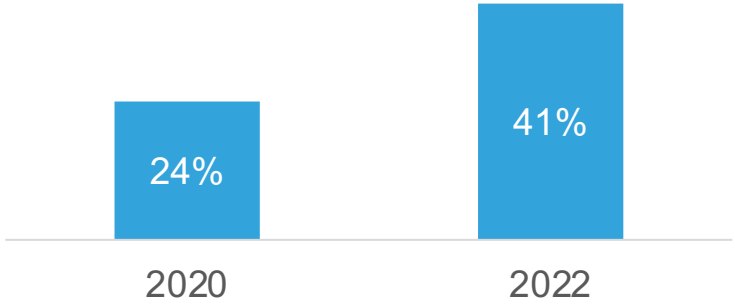


Seguramente + Probablemente si

Probablemente Seguramente no

La intención de donar mensualmente es mayor en el interior y crece con el NSE y entre donantes.
Crece la predisposición con relación al estudio 2020.

	Dono dinero últimos 12 meses	Donante mensual últimos 12 meses	**No donantes**
Seguramente + Probablemente si	**76%**	**89%**	**31%**
Probablemente Seguramente no	**24%**	**11%**	**69%**



Y ¿cuán probable es que Ud. realice donaciones de dinero mensual a una organización sin fines de lucro en el próximo año?
Base: Población total

09

Datos principales

CULTURA DE DAR

- **Gran crisis de desconfianza en las instituciones. En este contexto las OSCs vienen perdiendo confianza. 5 de 10 encuestados no confía en las OSCS y 4 de 10 sí confían** (La confianza es mayor en segmento ABC1, en región Metropolitana y en personas de 35 años y más. La desconfianza está mas acentuada en segmentos en NSE bajo y en el Interior del país. En el segmento joven baja la confianza en OSCS y aumenta el % de no respuesta. **Las experiencias negativas** vividas minan la confianza de los argentinos en las instituciones relacionadas con las donaciones.
- 2 de cada 10 encuestados señala haber donado dinero a OSCS en el último año. Crece la cifra muy levemente con relación al 2020 (de 19% a 22%) y se destaca entre varones y en ABC1, donde casi la mitad donó dinero en el último año.
- La donación mensual de dinero a OSCS es de 13% y es más frecuente entre varones, personas de 50 años y más y mayor nivel socioeconómico.

- 8 de cada 10 argentinos **toma solo/a la decisión de a quién y cuánto donar**.
- **6 de cada 10 donan a 1 organización y 4 de cada 10 a 2 o mas**
- Se detecta un cambio importante en los modos de pago, con **una baja en efectivo y un gran crecimiento de los modos digitales** sobretodo MP/ billeteras virtuales.
- Los **donantes de dinero tienen una actitud proactiva** con la difusión de las organizaciones y sus causas. Además **entre los que confían en OSCS algunas acciones se intensifican.**
- Los donantes más jóvenes son los que más realizan algunas de estas acciones. Visitar las obras personalmente es más frecuente entre donantes de mediana edad. . Las donantes económicas mujeres y personas de 50 años y más dijeron hacer con menos frecuencia voluntariado en el lugar.

- Los argentinos acuerdan con que DONAR hace bien al donante.
- Una minoría piensa que "donar dinero es una actividad sólo para ricos". Entre no donantes esta opinión sostenida por casi 4/10.
- La mayoría considera que las empresas y el Estado deberían financiar a las OSCS y a sus causas, en modo similar a la encuesta de 2020
- **7** de cada **10** argentinos acuerda con que **los donantes de dinero no deberían comentar que lo hacen con otros.** Esta opinión coexiste con **5 de cada 10** que **considera que es importante transmitir a los niños la importancia de esta acción como así también comentar a otros para generar contagio.** Entre jóvenes el panorama es más claro, las donaciones deben comentarse.

- En cuanto a las **causas, hay más consenso en la preferencia por centrar las donaciones en una sola**, aunque 4 de 10 donantes prefieren hacerlo a varias.
- **La mayoría señala que prefiere donar dinero siempre a las mismas organizaciones más que ir variando.**
- **Las opiniones se encuentran divididas entre quienes prefieren aportar dinero para solucionar problemas de fondo, a problemas puntuales / de emergencia o a cualquiera de los dos. El estudio cualitativo sugiere que La decisión de donar es impulsiva, en el caso de las emergencias, y reflexiva cuando se trata de donaciones mensuales.**
- Las causas principales a las que donan dinero son el **Hambre/ Alimentación** y **Salud / lucha contra enfermedades o investigaciones médicas. Le siguen los animales, las personas en situación de calle y la ayuda humanitaria.**
- 6 de cada 10 donantes dirigieron su aporte económico a organizaciones vinculadas con los **niños, niñas y adolescentes.** 3 de cada 10 lo hicieron para OSCS que trabajan para **personas o familias en situación de pobreza.**

- **Si bien la satisfacción con la donación es mayoritaria, cabe resaltar que 3 de cada 10 donantes no están satisfechos con la misma.** Los hombres, los jóvenes y los de menor NSE son los más insatisfechos. Los hombres, los de menor NSE y marcadamente los jóvenes son los menos satisfechos
- Los aspectos mejor evaluados por los donantes son: **la información que brinda la OSC, las actividades que realizan y la imagen de la institución. La entrega de comprobantes formales y la exención fiscal son los peores evaluados**
- **La confianza en OSCS crece entre donantes, aunque una proporción importante también dijo no confiar.**
- **Se reportan pocos pedidos de donaciones de dinero.** La recepción de solicitudes fue mayor entre personas de mayor edad y NSE-> perfil similar a los que ya son donantes.
- Quienes recibieron una solicitud lo hicieron a través de distintos canales digitales: **email, redes sociales y en tercer lugar internet.**

- Las **redes sociales** son el principal medio a través del cual los donantes reciben información de las entidades.
- **La principal barrera esgrimida como razón para no donar es económica.** Entre jóvenes crece la razón "nunca nadie me lo pidió" como motivo de no donación.
- **6 de cada 10 personas se declararon predispuestas a donar dinero en el próximo año (seguramente si 17% + probablemente si 41%).**
- **4 de cada 10 se declararon dispuestos a donar mensualmente el próximo año (11% seguramente si + 30% probablemente si).** El interés es mayor en Interior, algo mayor en segmento ABC1 y entre quienes ya donan regularmente.
- **Crece la predisposición a donar con relación al estudio 2020**.

10

Conclusiones

- Son pocos los argentinos que donan dinero a OSCs.

- La mayoría de los argentinos opina que donar hace bien al donante.

- Una amenaza creciente es la falta de confianza en las OSCs. Se observa una caida en la confianza en las ONGs. Incluso una porción importante de los donantes no confía en las OSCs.

- Si bien se detecta una leve suba en la incidencia de donaciones y la mayoría de los donantes están satisfechos, debe considerarse que una porción significativa de los donantes no está satisfecho con la experiencia de donar.

- La mayoría de los donantes prefiere donar siempre a la misma organización y centrarse en una sola causa.

- La mayoría de los donantes tiene una actitud proactiva con la difusión de las organizaciones a las que donan.

- Tres cuartas partes de los encuestados declaran no haber recibido solicitudes de donación de dinero. Una porción mínima de quienes sí recibieron solicitudes, las recibieron de un amigo o familiar.

- Los “no donantes” prefieren no donar dinero a las organizaciones y prefieren donar tiempo o bienes. Consideran que quienes donan tienen un alto poder adquisitivo.

¡GRACIAS!
culturadedar.org
Cultura de dar
@culturadedar