



El panorama de las
DONACIONES EN LÍNEA
en México. 2020

Resultados del datatón #UnDíaParaDar México



#undíaparadar
MEXICO



INTRODUCCIÓN

La transformación digital trajo consigo una explosión en la cantidad de datos que se genera diariamente sobre prácticamente todos los aspectos de nuestras vidas. Sin embargo, esta información no sirve de mucho si no la sabemos analizar para extraer de ella conocimiento accionable que oriente nuestras decisiones.

¿Qué tiene que ver todo esto con un movimiento generosidad? En #UnDíaParaDar entendemos que **para impulsar la cultura de la donación es imprescindible que nuestras estrategias estén basadas en evidencia.** Para diseñar campañas eficaces que inspiren a la gente a donar más y más seguido, necesitamos comprender las dimensiones y dinámicas de este fenómeno.

La generación de conocimiento basada en datos es todavía incipiente en el sector filantrópico mexicano. Esto se debe, en parte, a la complejidad técnica que implican la recolección y el análisis de grandes cantidades de información. Sin embargo, en #UnDíaParaDar sabemos que no hay reto que la colaboración no pueda conquistar. Por eso convocamos a la comunidad data para explorar el mundo de las donaciones en línea.

En este reporte presentamos los resultados del datatón #UnDíaParaDar, un evento en el que voluntarios y plataformas unieron fuerzas para convertir los datos en conocimiento. Esperamos que sea una fuente de información relevante y accionable para todas las personas que buscan aprovechar el potencial de la donación en línea en el país.



Contar con información actualizada y relevante sobre las características del mercado y tendencias actuales es vital para cualquier sector, y el sector sin fines de lucro no es la excepción.

Saber más acerca de cómo, cuándo y cuánto donan las personas en México permitirá a todo el ecosistema de donación en línea diseñar estrategias basadas en evidencia que generen un aumento en la participación y los recursos que movilizamos.



Anita Gallagher
Representante de
#UnDíaParaDar
en México

ESTE REPORTE ES PARA:



PLATAFORMAS DE DONACIÓN EN LÍNEA

Que buscan conocimiento accionable sobre el sector para orientar sus estrategias.



PROCURADORES DE FONDOS Y ORGANIZACIONES

Que quieren diseñar campañas de recaudación basadas en evidencia.



FORTALECEDORAS E INSTITUCIONES DE ENSEÑANZA

Que buscan capacitar mejor a las OSC y fortalecer la cultura de datos en el sector.



TODAS LAS PERSONAS

Interesadas en conocer las últimas tendencias sobre la donación en línea en México.

ÍNDICE

1. DEFINICIONES	2
2. DONACIONES EN LÍNEA 2020	5
3. EL IMPACTO DE #UNDÍAPARADAR	10
4. ¿QUÉ SIGUE PARA EL ESTUDIO DE LA DONACIÓN EN LÍNEA?	12
5. AGRADECIMIENTOS	14

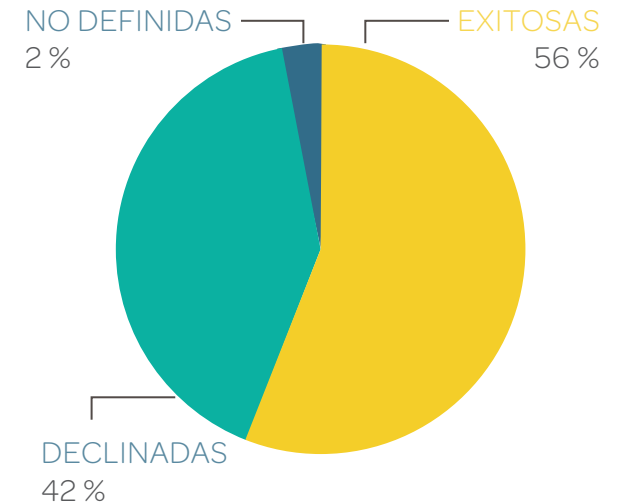
1. DEFINICIONES

Los datos que presentamos en este reporte son resultado del análisis de una base de datos de casi 700 mil transacciones de donaciones en línea realizadas en México entre el 1 de enero y el 31 de diciembre 2020.

La base de datos fue curada a partir de los conjuntos de datos aportados por las principales plataformas de crowdfunding y proveedores de servicios de donación en línea. El proceso incluyó una etapa de anonimización para salvaguardar la privacidad de datos personales e información de negocio de las plataformas. Los datos resultantes fueron analizados, en primera instancia, por las personas que participaron en el Datatón #UnDíaParaDar. Estos hallazgos fueron sujetos al escrutinio técnico de del equipo del CIESC y Chancla Collective. Así, lo que compartimos a continuación es resultado del esfuerzo colectivo y voluntario del movimiento #UnDíaParaDar.

Aun cuando los datos no abarcan el universo completo de donaciones en línea, el hecho de que la información esté compuesta por las plataformas de crowdfunding, donación y una importante proporción de donativos procesados directamente en los sitio web de las organizaciones -con el típico botón 'donar'- nos permite considerar que nuestros hallazgos ofrecen una perspectiva representativa de lo que pasa en México con la donación en línea en su conjunto.

TRANSACCIONES ANALIZADAS



ÉXITOSAS

391,758 donaciones se concretaron y su análisis forma la base para este reporte.

DECLINADAS

No se concretó la donación. Se estudiaron como grupo aparte.

NO DEFINIDAS

No hubo suficiente información sobre el estatus. Fueron descartadas.

Para contextualizar los resultados del Datatón, es importante tomar en cuenta las siguientes características de los datos:

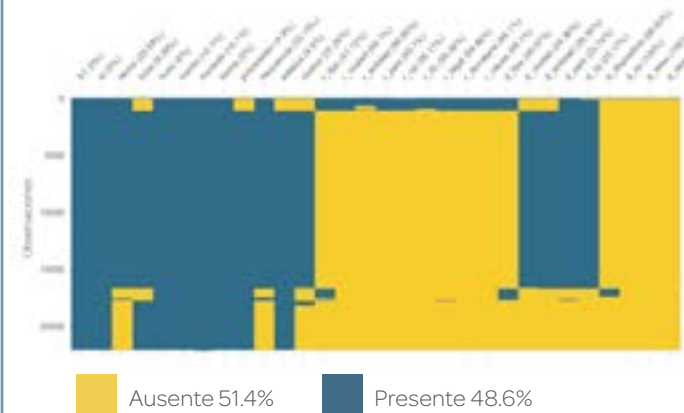
Hay dos tipos de receptores. Las transacciones reflejan donaciones a proyectos impulsados tanto por individuos como por organizaciones de la sociedad civil. La mayoría se ubican físicamente en México y se incluyen también proyectos realizados en México que fueron coordinados por organizaciones internacionales.

Los datos incluyen donaciones únicas y recurrentes. No se cuenta con información sobre la frecuencia estas últimas.

Faltan mucha información sobre la procedencia y destino de los donativos, lo que hace imposible responder a preguntas sobre la lealtad de los donantes o el tipo de causas apoyadas.

Los datos no incluyen costos de procesamiento. Aun cuando una plataforma cobre una comisión por el servicio que ofrece, los datos que analizamos no los incluyen dichos costos; las transacciones analizadas son cantidades netas.

CONFORMACIÓN DE LA BASE DE DATOS



Presencia/ausencia de datos

Esta imagen, producida por un participante del datatón, refleja la presencia (azul) y ausencia (amarillo) de diferentes tipos de datos en los datasets que recibimos.

CÓMO SE PROCESA UNA DONACIÓN EN LÍNEA



2. DONACIONES EN LÍNEA 2020

Estimamos que en 2020 se donaron:

\$546 MILLONES DE PESOS

a organizaciones y proyectos sociales en México. Esto equivale a aproximadamente \$27 millones de dólares y -por los criterios de análisis empleados- es una estimación conservadora.



La mayoría de las donaciones se realizan en pesos o dólares. No obstante, también identificamos aportaciones en: euros, libras esterlinas, pesos argentinos, chilenos y colombianos, y soles peruanos.

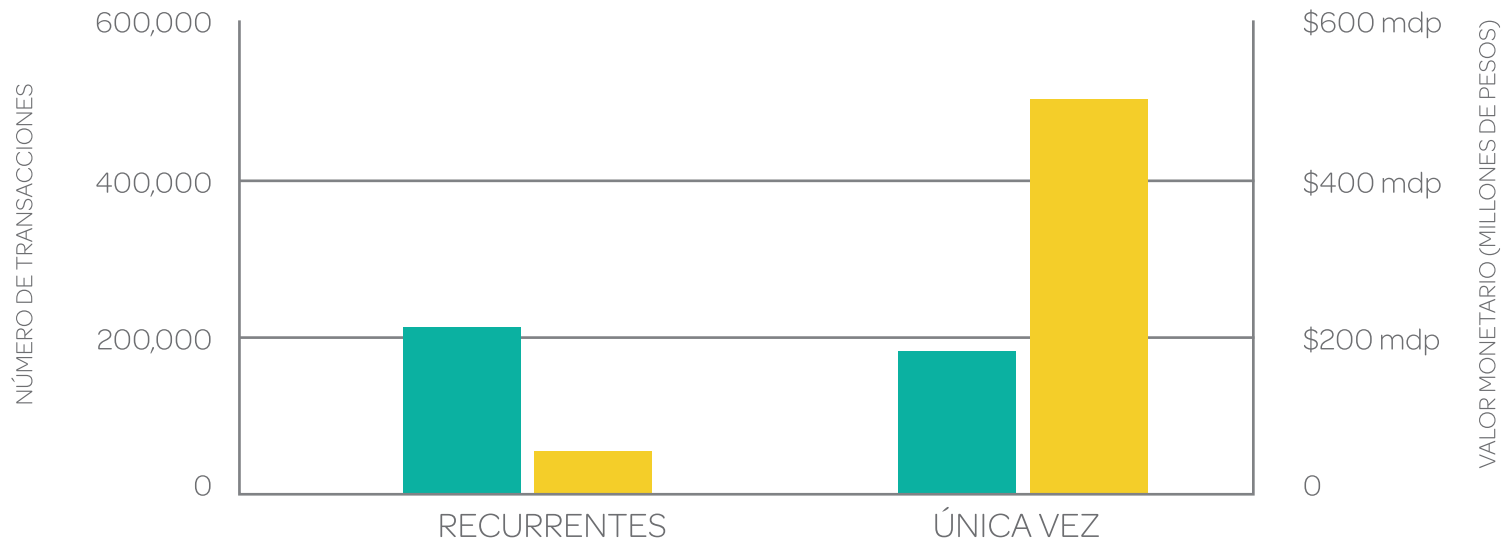


Las variables de la base de datos no permitieron distinguir entre organizaciones y personas receptoras. Sin embargo, sabemos que la mayoría de las plataformas trabajan únicamente con organizaciones.



En promedio, las donaciones de única vez alcanzaron los **\$41,075,280 por mes**. Sin embargo, esta cifra disimula grandes variaciones de mes a mes, ya que en enero sólo se registraron \$14,313,991 pesos.

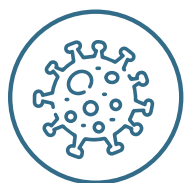
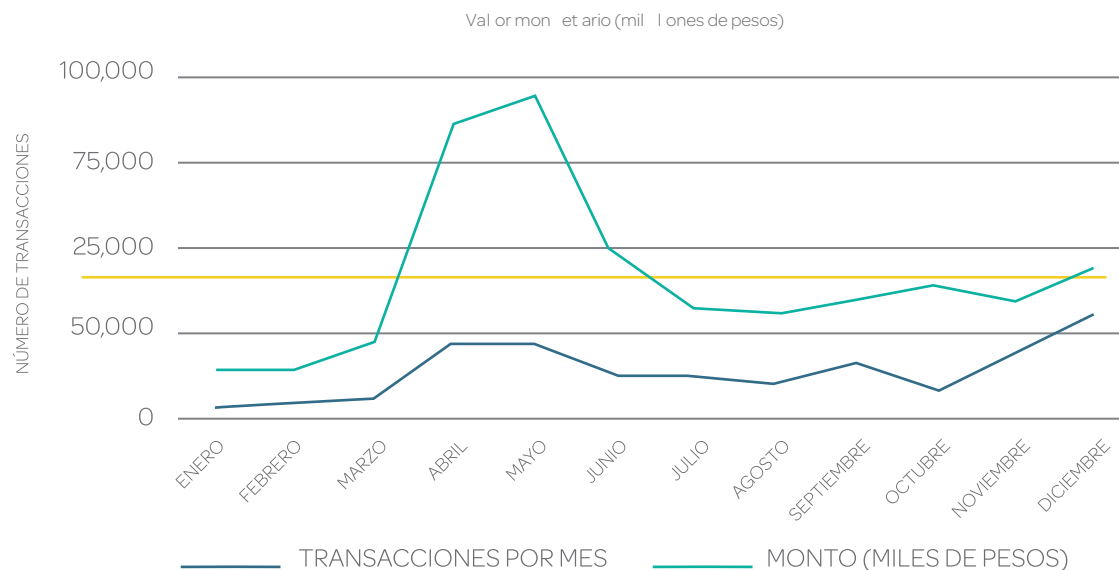
DONACIONES EN LÍNEA 2020



Las donaciones recurrentes representan el 52% de transacciones, pero solo el 8% del valor total de las donaciones registradas. En cambio, las donaciones de única vez representan el 47% de transacciones y 92% del valor.

Esta diferencia probablemente refleja la predominancia del modelo de crowdfunding en las plataformas participantes, comparado con el modelo de donaciones recurrentes.

DONACIONES POR MES 2020



Durante los primeros meses de la pandemia de la COVID-19, el número de transacciones y el monto donado aumentó considerablemente, alcanzando como monto mayor **\$93,931,124 en el mes de mayo**.



Enero fue el mes con el menor número de transacciones y fondos donados. Se observa un aumento gradual en el monto y -especialmente- en el número de transacciones en los últimos meses del año, culminando **en diciembre con \$42,224,382 donados**.



En un día promedio, las personas aportaron **\$1,350,420**.



Estas donaciones se realizan en apoyo a aproximadamente 2,950 proyectos impulsados por organizaciones e individuos.

Los temas abordados son muy diversos, desde proyectos de asistencia y desarrollo social, hasta educación, salud, medio ambiente, derechos humanos y emprendimientos sociales, reflejando los intereses de inversión social de los y las donantes y la diversidad de la "oferta" de las organizaciones.



DONACIONES
RECURRENTE



DONACIONES
DE ÚNICA VEZ



DONACIONES DE
ÚNICA VEZ EN
#UNDÍAPARADAR
1 DICIEMBRE 2020



TOTAL

\$45,257,687
donados en línea
en 2020.

\$500,940,158
donados en línea
en 2020.

\$4,847,704
en donaciones únicas
el 1 de diciembre 2021.



PROMEDIO

\$219 pesos

\$2,708 pesos

\$1,461 pesos



DONACIÓN
MEDIA

\$90 pesos

\$250 pesos

\$399 pesos



DONACIÓN
TÍPICA
(LA MODA)

\$90 pesos

\$100 pesos

\$100 pesos



PROCESADORES DE PAGOS

Las plataformas y servicios de donación en línea emplean 12 diferentes procesadores de pagos. Los cinco procesadores más comunes representan el 94% de todas las transacciones y son:

- > Banwire
- > Blumon
- > Conekta
- > Feeinicia
- > Paypal

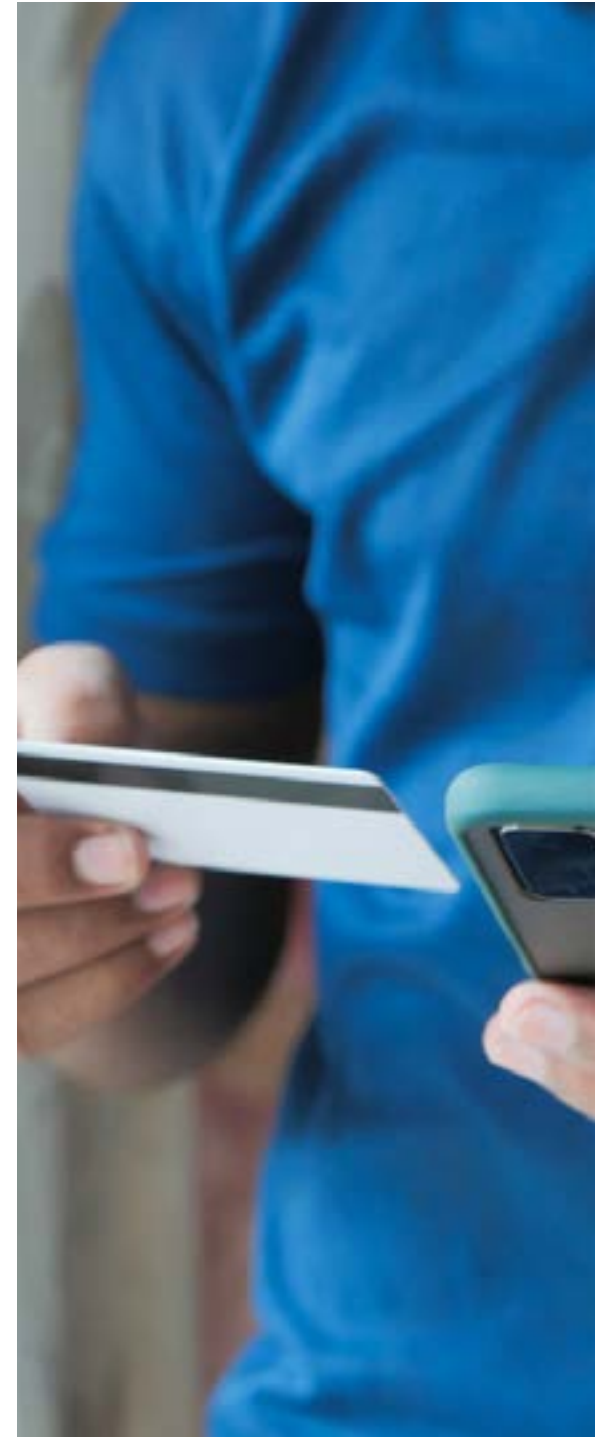


MOTIVOS DE DECLINACIÓN

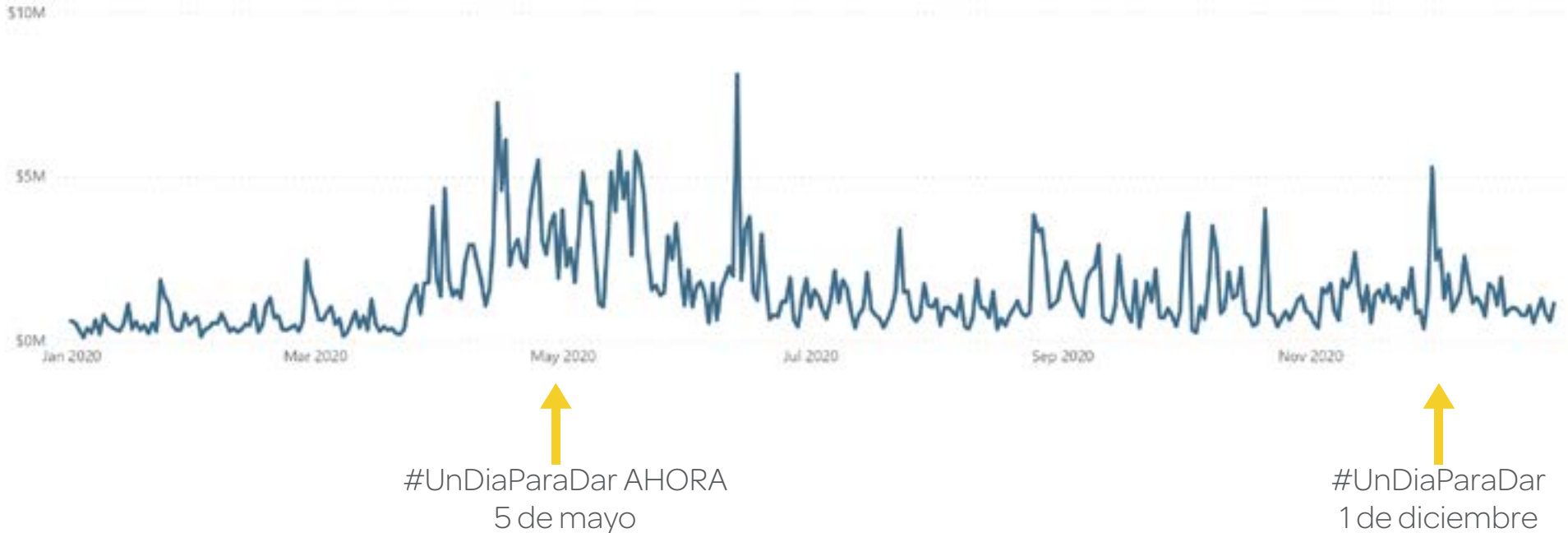
Es difícil determinar con precisión los motivos principales que causan la declinación de transacciones debido a las discrepancias en la forma de reportar dicha información.

Un análisis sumario indica que las siguientes causas aparecen con mayor frecuencia:

- > Declinación del banco por fondos
- > Declinación del banco no especificada
- > Declinación del banco por motivos de seguridad
- > Error de usuario
- > Error de servidor
- > Datos invalidos



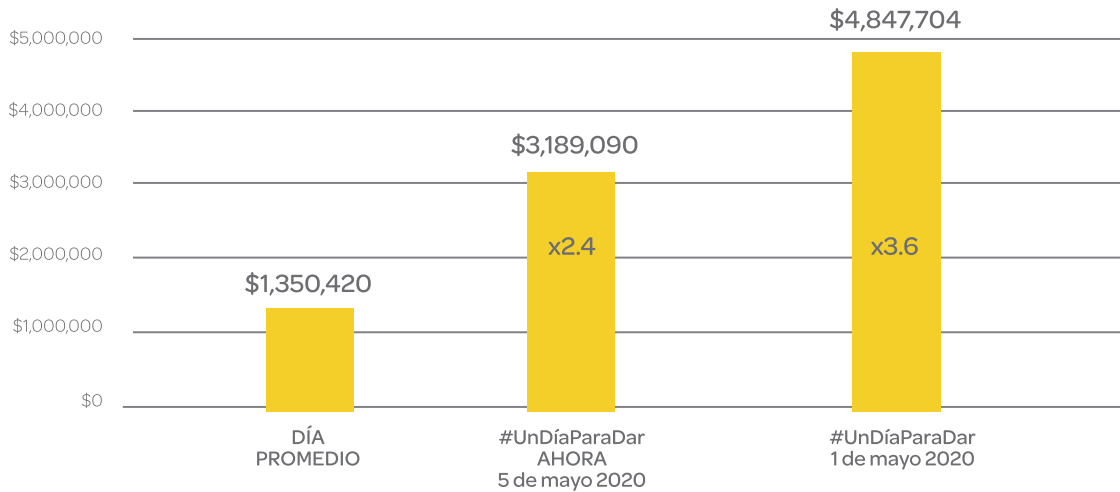
3. EL IMPACTO DE #UNDÍAPARADAR



#UnDíaParaDar, también conocido como GivingTuesday, es un movimiento social que fomenta la generosidad y fortalece la cultura de la donación. En 2020 #UnDíaParaDar se celebró el martes 1 de diciembre. En adición, como respuesta emergente a la pandemia, se realizó una edición especial de #UnDíaParaDar el martes 5 de mayo.

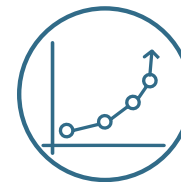
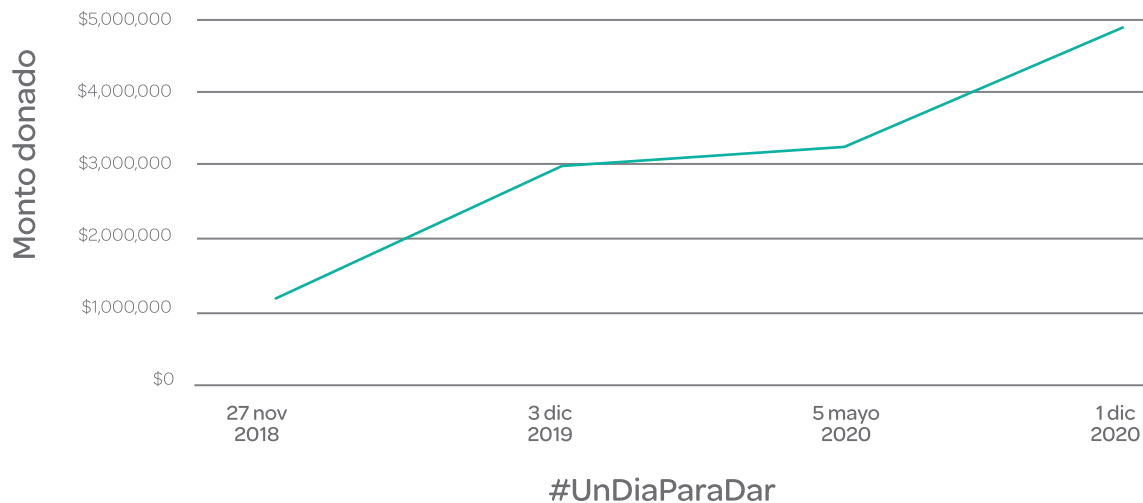
#UnDíaParaDar, el 1 de diciembre 2020, fue el octavo “día más grande” de donaciones en línea durante el 2020. Con la excepción de ese día y el día de mayores donaciones - el 13 de junio - todos los días dentro del “top 10” por el monto donado fueron de abril y mayo 2020.

DONACIONES EN LINEA #UnDiaParaDar



En #UnDiaParaDar 2020, el 1 de diciembre, las donaciones en línea ascendieron a 3.6 veces el monto donado en un día promedio.

MONTO DONADO VS #UnDiaParaDar



Siguen en aumento las donaciones en línea generadas en #UnDiaParaDar.

En un periodo de 2018 a 2020, el monto de donaciones en línea se ha cuadruplicado de \$1.08 millones en 2018 a \$4.84 millones en 2020.

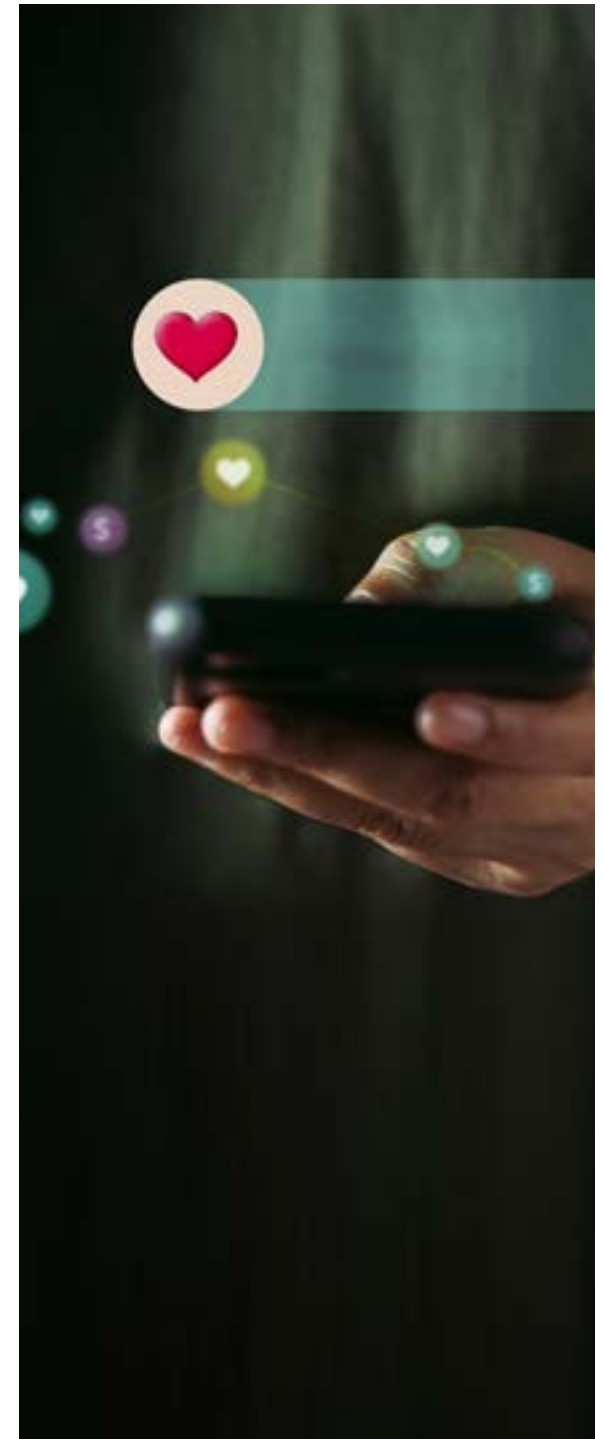
4. ¿QUÉ SIGUE PARA EL ESTUDIO DE LAS DONACIONES EN LÍNEA?

La iniciativa de datos de #UnDíaParaDar demostró una vez más ser una fuente incomparable de información sobre la donación en línea en México y un ejemplo a seguir en cuanto al poder de la colaboración y el trabajo voluntario.

Esperamos que los datos presentados sean útiles no sólo a nivel informativo, para dimensionar los alcances del sector, sino también a nivel instructivo, para influir positivamente en el diseño e implementación de nuevas estrategias que fortalezcan la cultura de las donaciones en línea en México.

La iniciativa también ha demostrado claramente el deseo de las diversas plataformas y las organizaciones de la sociedad civil por contar con información más detallada y relevante sobre la procedencia y destino de los fondos donados en línea.

Sin embargo, esta inquietud se verá frustrada hasta que contemos con una infraestructura de datos más robusta, partiendo por reforzar la capacidad de recolección de información por parte de las plataformas, para posteriormente consolidar un sistema de análisis y generación de conocimiento impulsado por un conjunto de analistas con cada vez más y mejores herramientas de trabajo.



RECOMENDACIONES



PLATAFORMAS Y PROCESADORES

Es vital ampliar el número y consistencia de las variables capturadas con el fin de saber más sobre el perfil de los donantes y el destino de los fondos. El interés existe, pero se requiere aumentar los recursos humanos y tecnológicos para canalizarlo, así como identificar estrategias de captura que no pongan en riesgo los datos personales. Un estándar común sería de gran utilidad.



INSTITUCIONES ACADÉMICAS

La ciencia de datos es una carrera cada vez más popular en las universidades líderes del país. Facilitar la mayor participación de docentes y estudiantes en las actividades de datos de #UnDíaParaDar favorecerá la continuidad y expansión de esta iniciativa. Democratizar el alfabetismo de datos es también fundamental.



FORTALECEDORAS Y FUNDACIONES DONANTES

De la misma manera que se ha priorizado el fortalecimiento de las OSC a nivel individual, ha llegado el momento de apoyar la construcción de “inteligencia compartida” como recurso para todo el sector. Destinar partidas presupuestales e incentivar la investigación y capacidad de análisis de datos será una inversión inteligente para la sostenibilidad del sector a largo plazo.



UNDÍAPARADAR

Como actor neutral tiene la gran oportunidad de convertirse en un hub para generar “fundraising intelligence” de manera continua. Será importante ampliar el número de plataformas participantes y contar con financiamiento básico para cubrir los gastos esenciales de este trabajo valioso.

5. AGRADECIMIENTOS

AUTORES

Anita Gallagher es representante de #UnDíaParaDar. Como Directora de InnoVaSocial ofrece consultoría y capacitación a iniciativas de impacto social en México, América Latina y Europa.



Santiago Sordo es Director de Investigación del Centro de Investigación y Estudios de Sociedad Civil (CIESC). Su expertise abarca el mundo de los datos con conocimiento profundo del tercer sector.



Jorge-Perez Pratt y Charlotte Vizzuett son fundadores de Chancla Collective, una comunidad de profesionistas que apoyan a organizaciones sociales con soluciones tecnológicas.



PLATAFORMAS Y PROVEEDORES PARTICIPANTES



PARTICIPANTES DEL DATATÓN

El Datatón #UnDíaParaDar fue el ejercicio que dio pie a los resultados contenidos en este reporte. Durante mayo 2021, 22 personas de tres países participaron voluntariamente durante una semana para analizar los datos, identificar áreas de interés y generar conclusiones. **iGracias!**

Ariadna Quiroz
Astrid Arce Espinoza
Berenice García Rojas
Charlotte Vizzuett Montoya
Eduardo Tapia
Edwin Arancibia Rojas
Israel Anguiano Sosa
Jesus Ali Rios
Jonathan Moreno Vidrio
Jorge Luis Perez Pratt
José Ivan García Rosales

Juan Martin Escobedo
Kenya Ruiz Martínez
Leopoldo Vazquez Cabal
Mariana Castañeda González
Miriam Amaro
Natalia Cantu Vela
Oralia Olaya Lezama
Oswaldo Alvizar
Saira Sandoval De Santiago
Sonia Moran Jarquin
Yaxaira Polanco López



LA INICIATIVA DE DATOS DE GIVINGTUESDAY

Con más de 100 aliados y 50 iniciativas alrededor del mundo, Giving-Tuesday Data Commons es el proyecto de colaboración en torno a datos filantrópicos más grande del planeta.



La ventaja de tener una buena comprensión del problema es que podemos apuntar más claramente a la solución.



WWW.UNDIAPARADAR.MX



@UNDIAPARADARMX