



CAF

INFORME MUNDIAL DE GENEROSIDAD

2025

REDEFINIENDO EL CONCEPTO DE GENEROSIDAD

Desde 2009, el Índice Mundial de Solidaridad de la Charities Aid Foundation (CAF) ha ofrecido una visión anual sobre la generosidad en todo el mundo.

Sabemos por experiencia que cuanto más comprendamos sobre el acto de dar y la generosidad, mejor podremos apoyarla, fomentarla y celebrarla.

Por eso, este año, el Índice Mundial de Solidaridad ha evolucionado y se ha convertido en el Informe Mundial sobre la Generosidad.

Este informe profundiza más que nunca en las actitudes y comportamientos del público para revelar conocimientos innovadores sobre la naturaleza de la generosidad en 101 países y territorios de todo el mundo. Exploramos una variedad de indicadores que reflejan la generosidad, como las donaciones de dinero con fines benéficos y religiosos, y el voluntariado.

Nuestra intención es que esta comprensión más profunda ayude a fomentar el entendimiento y estimule conversaciones, desde los responsables de políticas públicas hasta las redes personales.

Esta es solo la primera parte de un año de nuevas investigaciones de CAF sobre la generosidad a nivel mundial. Por primera vez, nos hemos asociado con organizaciones de la sociedad civil para abarcar múltiples países en todo el mundo.

Además de los Informes de Generosidad para cada uno de esos países, esta colaboración está apoyando una amplia encuesta a organizaciones benéficas, y dará lugar al primer Informe Mundial sobre el Panorama de la Caridad, que se publicará en septiembre de 2025.

Al contar ambos lados de la historia —el de los donantes y el de las organizaciones benéficas—, nuestros hallazgos serán valiosos para gobiernos, responsables de políticas públicas, las propias organizaciones y todo tipo de donantes.

Esperamos que disfrutes leyendo este informe tanto como nosotros hemos disfrutado elaborándolo.



Alex Plumb

Director de Investigación,
Charities Aid Foundation



Marijana Sevic

Directora Internacional de
Charities Aid Foundation

SOBRE CAF

CAF existe para acelerar el progreso de la sociedad hacia un futuro justo y sostenible para todos. Durante los últimos 100 años, hemos liderado el desarrollo de enfoques innovadores para fomentar la generosidad. Cada año, distribuimos más de mil millones de libras esterlinas a organizaciones benéficas en todo el mundo.

Como una organización benéfica líder que opera en el Reino Unido y a nivel internacional, CAF trabaja en el centro del mundo de las donaciones. Colaboramos con donantes corporativos e individuales para que puedan donar de manera más efectiva, estratégica y con mayor impacto. Esto incluye conectarlos con organizaciones benéficas a nivel global y ofrecerles acceso a nuestro profundo conocimiento del sector, experiencia en gobernanza y soluciones innovadoras de donación.

Ayudamos a las organizaciones benéficas a fortalecer su resiliencia y ampliar su labor transformadora, mediante nuestros servicios de asesoría estratégica a través del Impact Accelerator, herramientas para apoyar sus actividades de recaudación de fondos, y servicios financieros a través de CAF Bank Limited y CAF Financial Solutions Limited.

Gracias a nuestra labor en investigación, políticas públicas y campañas, comprendemos e influimos en el entorno más amplio que afecta tanto a las organizaciones benéficas como a los donantes.

JUNTOS DAMOS MÁS.

INTRODUCCIÓN

¿QUÉ ES EL INFORME MUNDIAL DE GENEROSIDAD?

Una encuesta que recoge las actitudes y los comportamientos en torno a la fonación por parte del público en general en 101 países y territorios de todo el mundo.

Información global en worldgivingreport.org

Información específica a cada informe nacional, creados en colaboración con nuestros socios.

Encuestas a escala nacional de organizaciones benéficas, dirigidas por nuestras organizaciones asociadas.

Perspectivas sobre el panorama mundial de la beneficencia, en septiembre de 2025

Perspectivas de las organizaciones benéficas de cada país, hacia finales de 2025



COLABORACIÓN GLOBAL POR DAR

Tenemos el privilegio de dirigir una colaboración global de socios en 28 países, unidos con el objetivo de aumentar la comprensión del dar y la caridad a través de este proyecto.



Participa en el Informe Mundial de Donaciones 2026. Si usted dirige una organización de la sociedad civil que podría facilitar el acceso a organizaciones caritativas den su país, por favor envíe un correo electrónico al equipo de investigación para hablar sobre convertirse en socio (research@cafonline.org).

PREFACIO

POR QUÉ LA GENEROSIDAD IMPORTA MÁS QUE NUNCA

Bienvenido al renovado Informe Mundial sobre la Generosidad de CAF, el primer estudio global sobre generosidad en el segundo siglo de existencia de nuestra organización. Desde hace mucho tiempo sabemos que el acto de dar es un impulso universal y unificador, y los nuevos y amplios datos que presentamos en esta investigación arrojan luz sobre las similitudes y diferencias en los hábitos y culturas de donación, tanto a nivel global como local.

En todo el mundo, las organizaciones con propósito social enfrentan fuertes presiones financieras. En consecuencia, los modelos tradicionales de financiación deben adaptarse, ya que los comportamientos evolucionan y los gobiernos reducen su gasto en ayuda y desarrollo, lo que impulsa a la filantropía a responder. En un entorno geopolítico inestable, las necesidades humanitarias continúan creciendo, y las organizaciones benéficas comunitarias son más necesarias que nunca para abordar problemas sociales cada vez más complejos.

Por lo tanto, nunca ha sido más importante que las donaciones individuales sigan siendo la base de la generosidad.

Sin embargo, existe una gran disparidad, ya que las culturas de donación más dinámicas se encuentran a menudo en países cuyas poblaciones también tienen muchas necesidades.

A partir de la riqueza de nuevos conocimientos que ofrece este informe, es notable que la generosidad no se correlaciona necesariamente con la riqueza o incluso con la seguridad, sino más bien con la percepción de necesidad —y muy a menudo, percibimos que quienes están más cerca de nosotros son los que más lo necesitan.

En un mundo cada vez más dividido, esta investigación refleja preocupaciones compartidas —por la infancia y la juventud, la pobreza y la ayuda humanitaria—, así como la sencillez de nuestras motivaciones, ya que dos tercios de las personas afirman que donan con la esperanza de generar un cambio.

Es impactante ver el importante papel que desempeñan los gobiernos en la creación de un entorno favorable para la generosidad, ya que las personas informan que donan más en aquellos lugares donde los gobiernos lo fomentan.

En estos tiempos difíciles, hay mucho que nos anima en este nuevo Informe Mundial sobre la Generosidad, pero también mucho que debemos aprender sobre el poder de la conexión y la naturaleza de la compasión hacia nuestros semejantes, ya sea que se encuentren al otro lado de la calle o al otro lado del mundo.



Neil Heslop OBE

Director Ejecutivo
Charities Aid Foundation





CONTENIDOS

UNA NOTA SOBRE LAS “ORGANIZACIONES BENÉFICAS”

A lo largo de este informe, utilizamos el término “organizaciones benéficas”. Con ellas nos referimos a cualquier entidad que trabaje para mejorar problemáticas que afectan a personas, comunidades, a la sociedad en general, a los animales o al medio ambiente.

También se las conoce como Organizaciones No Gubernamentales (ONG), Organizaciones Sin Fines de Lucro (OSFL), organizaciones comunitarias, organizaciones con propósito social, asociaciones, o bajo una variedad de otros nombres.

1

PANORAMA DE LA GENEROSIDAD MUNDIAL

Donación de dinero	7
Las causas apoyadas	14

2

ASPECTOS DE LA GENEROSIDAD

El rol de las normas sociales y religiosas	21
Voluntariado y ayuda a extraños	24

3

PERCEPCIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL

Opinión pública sobre las organizaciones	29
Opinión pública sobre el gobierno	31

4

IMPLICANCIAS

Lo que representan estos resultados	33
-------------------------------------	----

1

PANORAMA DE LA GENEROSIDAD MUNDIAL



LA INVESTIGACIÓN DEFINIÓ LA GENEROSIDAD COMO UNA MANERA JUSTA E INCLUSIVA PARA REFLEJAR DIFERENTES TIPOS DE DONACIÓN

Para captar el verdadero alcance de la generosidad en todo el mundo, nuestra investigación les preguntó a las personas sobre tres formas distintas de donar dinero:

- Directamente a una persona o familia necesitada
- A una organización benéfica
- A una organización religiosa o de causa religiosa (por ejemplo, en la iglesia, a través del Zakat, el diezmo, el ma'aser o el daana)

Creemos que preguntar sobre estas formas de dar ofrece una medida más justa e inclusiva de la generosidad global que las disponibles anteriormente.



CERCA DE DOS TERCIOS DE LA POBLACIÓN MUNDIAL HA DONADO DINERO EN 2024

Casi dos tercios (64%) de las personas a nivel mundial donaron dinero a buenas causas en 2024.

La mayoría tendía a donar dando dinero directamente a personas necesitadas (38% a nivel global) o a organizaciones benéficas (36%).

Una cuarta parte de las personas (25 %) en todo el mundo donó a una organización religiosa o por motivos religiosos.

La mayoría de los donantes (59 %) lo hicieron a través de solo una de estas formas, pero uno de cada diez donó de las tres maneras.

Las donaciones religiosas y las donaciones directas a personas necesitadas fueron más comunes en África (40 % y 55 % de las personas, respectivamente), mientras que las donaciones a organizaciones benéficas fueron más frecuentes en Oceanía (54 %).

- Porcentaje total de personas que donaron dinero
- Donaron a una persona o familia en necesidad
- Donaron dinero a una organización benéfica
- Donaron dinero a una organización o causa religiosa

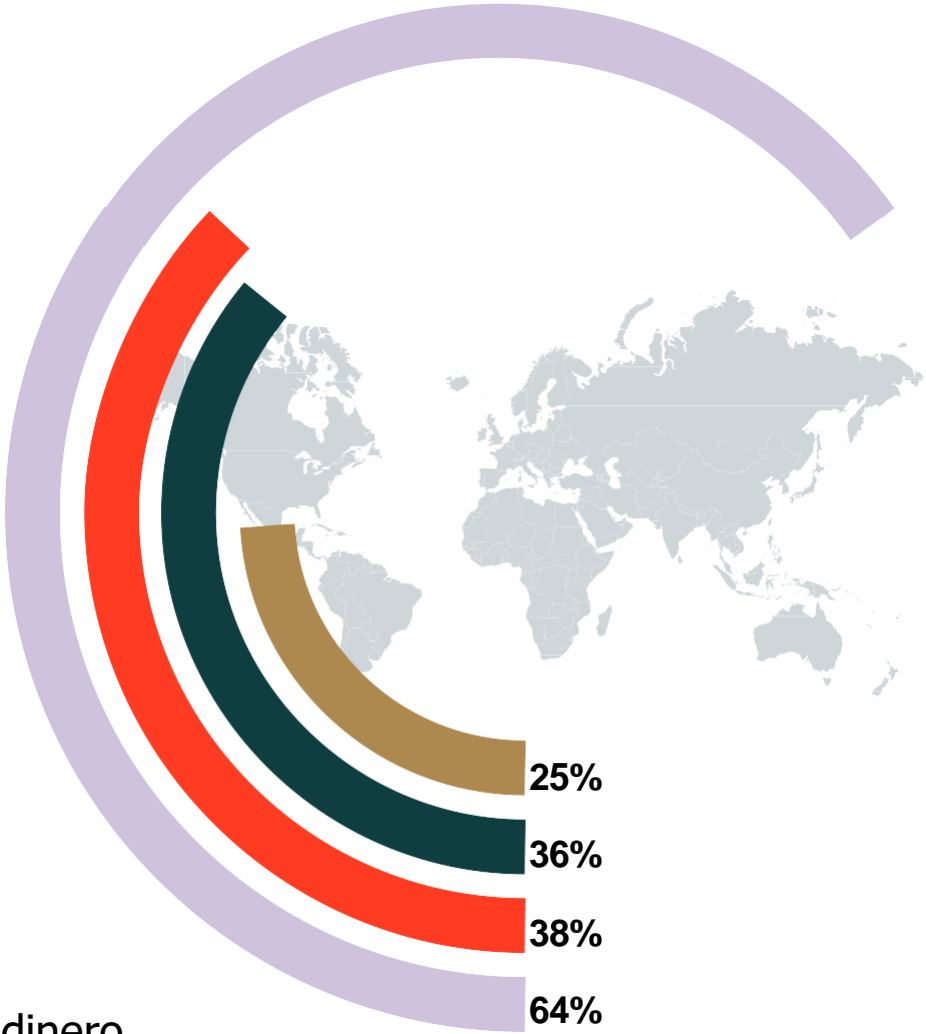
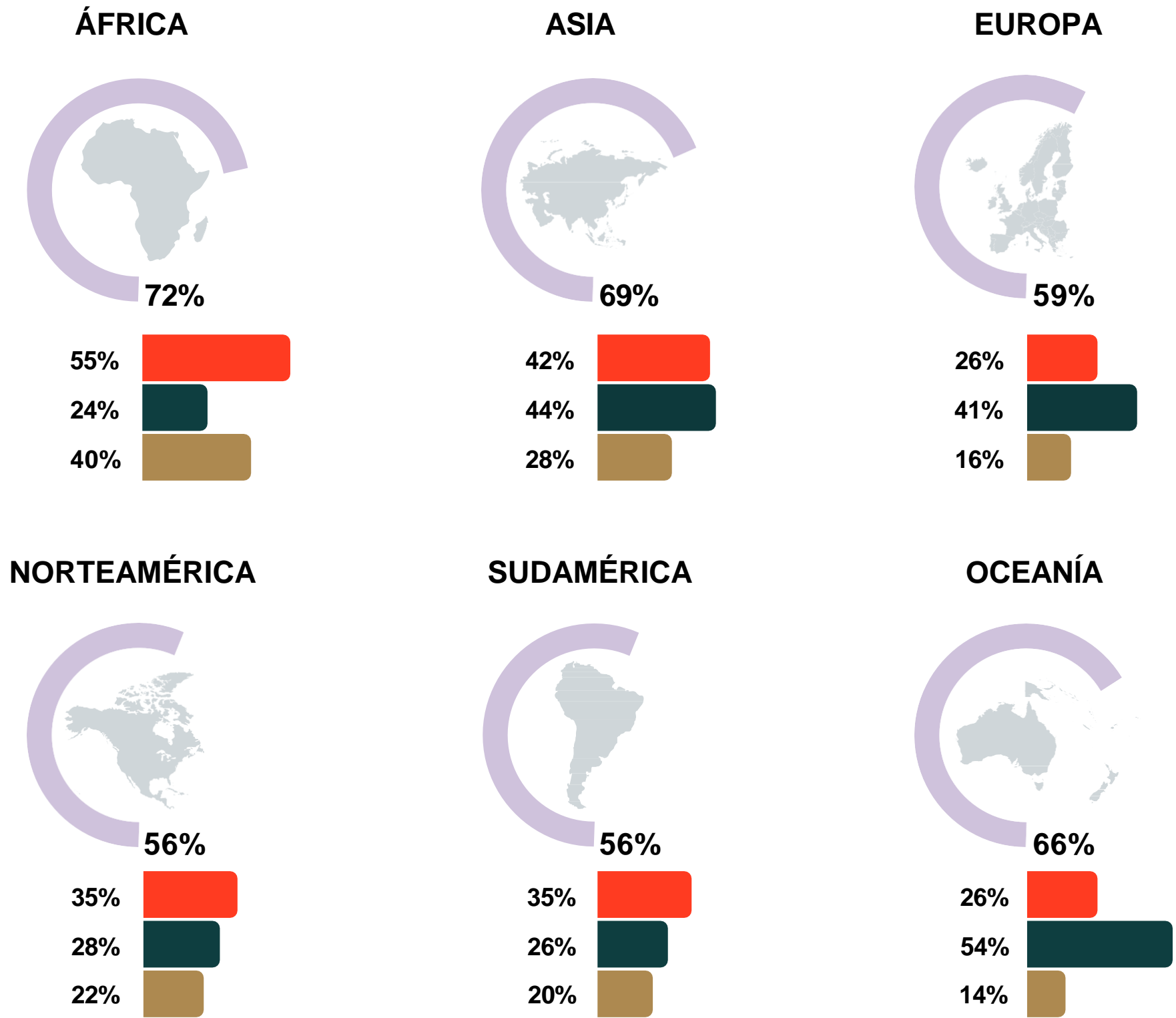


Figura 1: Porcentaje de personas que donaron dinero por continente.



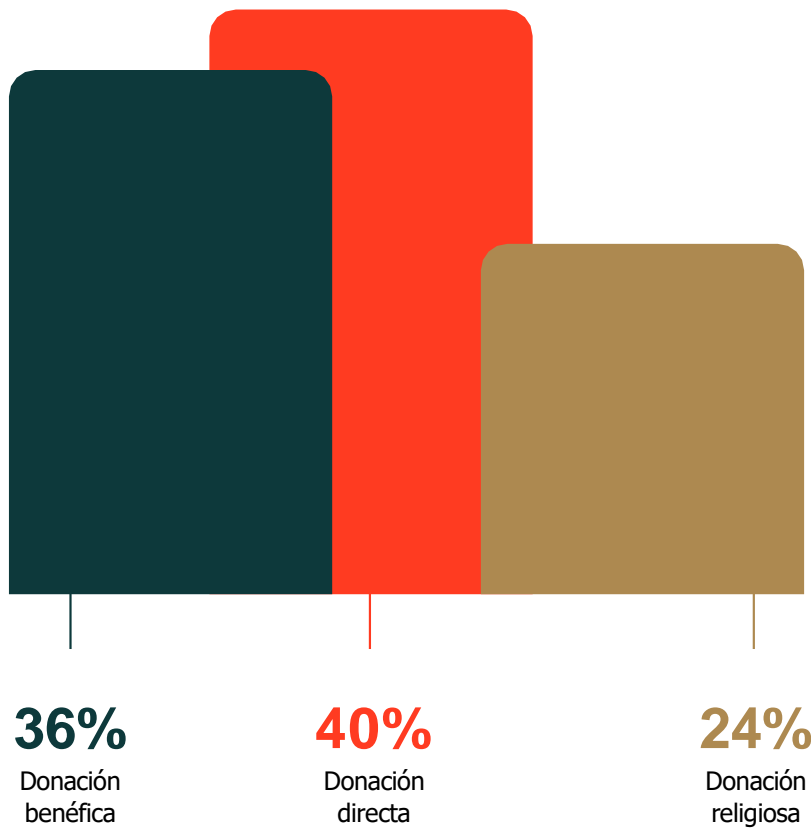
Base: Todas las respuestas (África, N=13,084; Asia, N=12,493; Europa, N=17,608; Norteamérica, N=5,115; Sudamérica, N= 6,002 Oceanía, N=1,534).

Tenga en cuenta que, a lo largo de todo el informe, los promedios globales se calculan dando el mismo peso a todos los países, es decir, sin ajustar hacia arriba o hacia abajo según el tamaño de la población.

LA MAYOR PARTE DE LAS DONACIONES SE ENTREGA DIRECTAMENTE A PERSONAS NECESITADAS

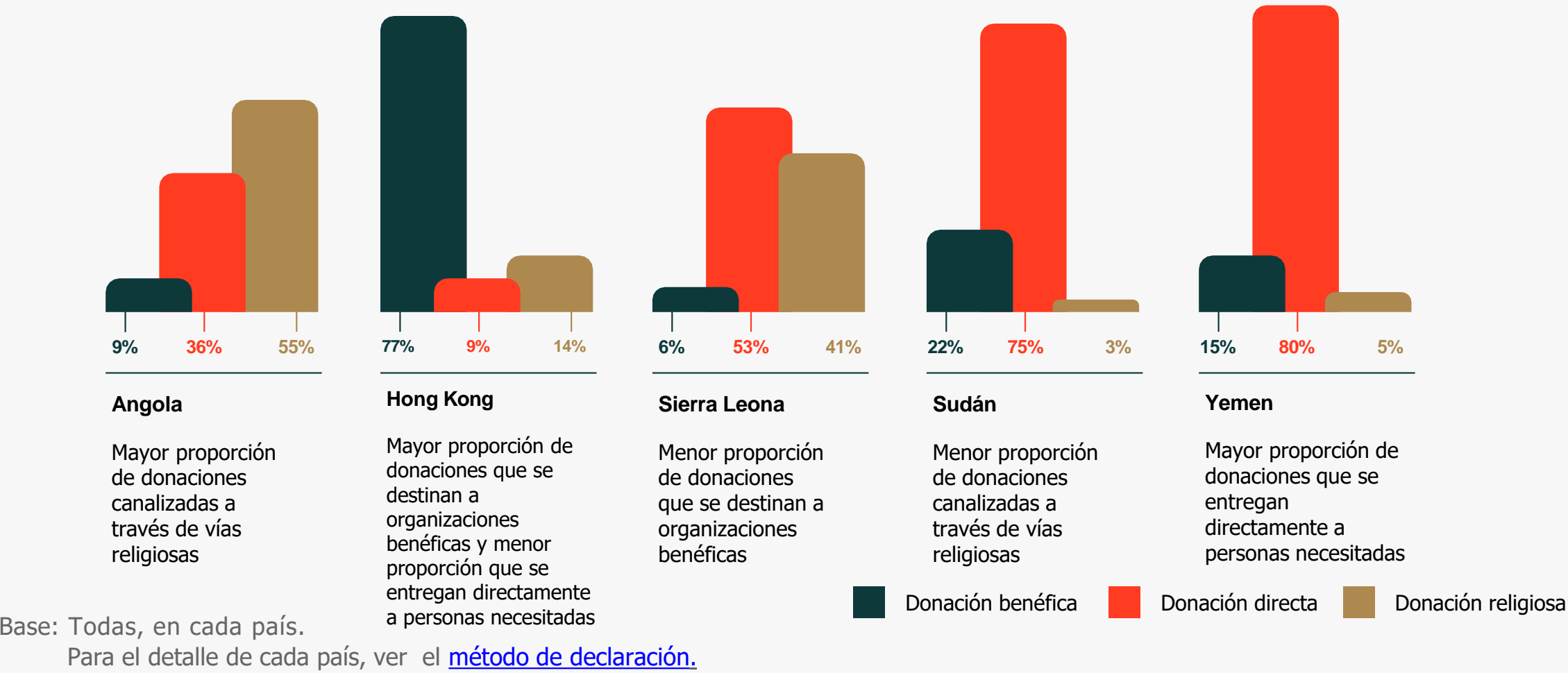
En la Figura 1 mostramos la proporción de personas que donan. En esta sección, nos enfocamos en el valor de esas donaciones y en cómo se distribuye entre los tres tipos de donación que abarca esta investigación: donaciones a organizaciones benéficas, donaciones directas y donaciones por motivos religiosos.

Figura 2: Proporción del valor de las donaciones realizadas según cada tipo de donación.



Base: Todas (N= 55,836).

Figura 3: Proporción del valor de las donaciones realizadas según cada tipo de donación, mostrada para los países con las mayores y menores proporciones.



LAS PROPORCIONES MÁS ALTAS Y BAJAS

La forma de donar varía considerablemente en todo el mundo, y la Figura 3 destaca los ejemplos más extremos.

Hong Kong encabeza la lista en cuanto a la proporción de donaciones que se canalizan a través de organizaciones benéficas, y al mismo tiempo tiene la proporción más baja de donaciones directas a personas necesitadas. La causa benéfica más apoyada en Hong Kong en 2024 fueron los niños y jóvenes.

Yemen presenta la mayor proporción de donaciones directas (80 %) y proporciones muy bajas canalizadas a través de organizaciones benéficas o religiosas. Sudán muestra un patrón similar, pero con la proporción más baja de donaciones religiosas de todos los países (3 % del dinero donado de esta forma).

Sin embargo, la gran mayoría de los donantes en Yemen y Sudán afirmó que donaron porque su religión fomenta la generosidad (78 % y 70 %, respectivamente). Es posible que la alta proporción de donaciones directas refleje el estado de las estructuras formales de donación —como las organizaciones religiosas y benéficas— afectadas por los conflictos en curso en ambos países.

Angola es el país donde la mayor proporción del valor total de las donaciones se realizó a través de donaciones religiosas, a pesar de ocupar el puesto 37 en cuanto al número total de donantes que donaron de esta forma. Esto se debe a que el 27 % de los angoleños que hicieron donaciones religiosas aportaron montos desproporcionadamente altos en comparación con aquellos que en el país donaron por las otras dos vías.

ÁFRICA ES EL CONTINENTE MÁS GENEROSO DEL MUNDO

Por primera vez, CAF introduce una medida de generosidad que puede aplicarse de manera equitativa en todos los países. Esto proporciona una métrica más sofisticada que la posible con los datos recopilados en estudios anteriores.

A todos los encuestados se les preguntó sobre sus ingresos y la cantidad de dinero que donaron en 2024 en cada una de las tres formas de donar descritas en la página 7. Al combinar estas cifras reportadas, se obtiene la proporción promedio de ingresos donada por país.

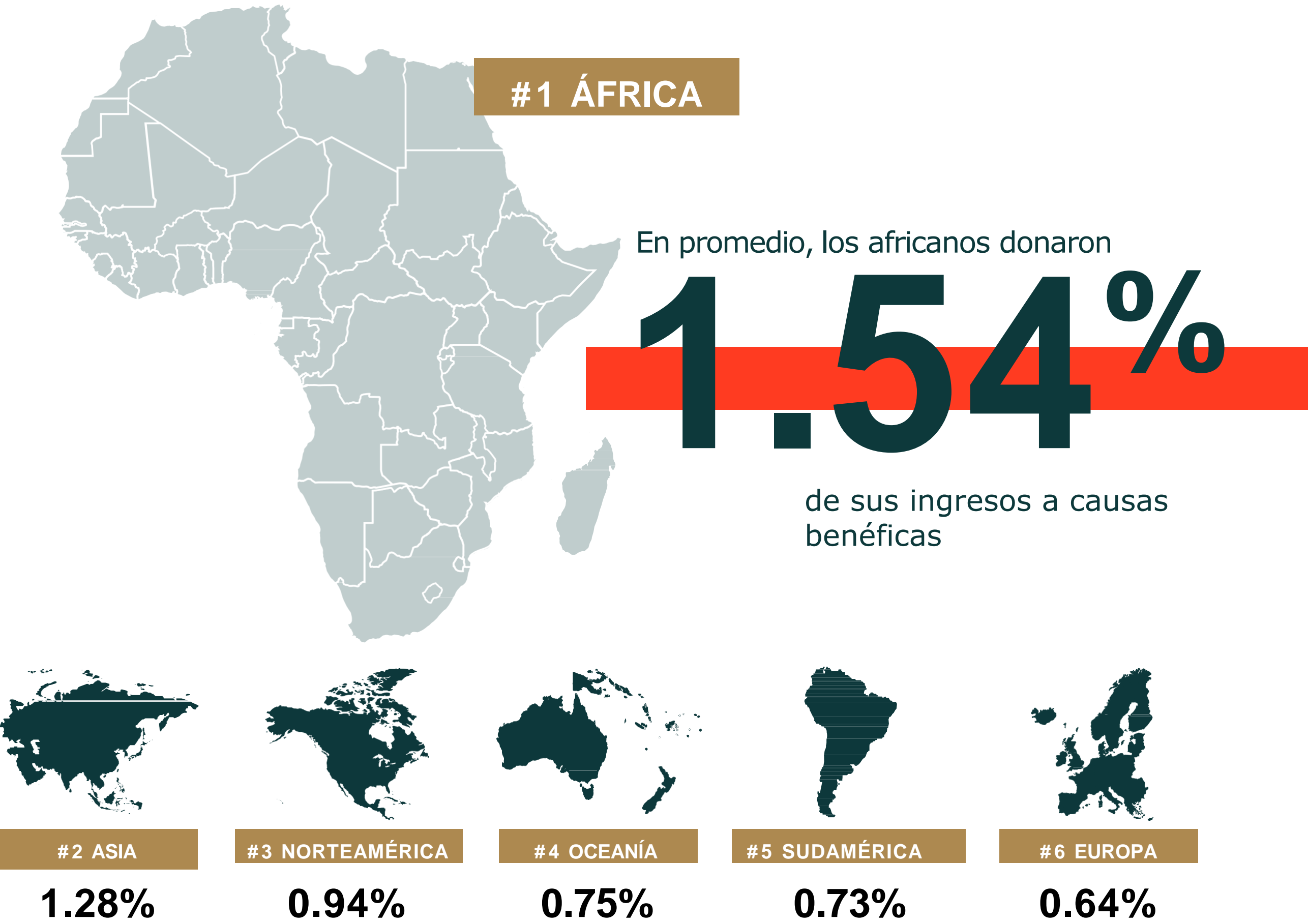
A nivel mundial, la persona promedio donó el 1.04 % de sus ingresos mediante alguna combinación de las tres vías en 2024.

Tanto en términos del número de personas que donaron como de cuánto dieron en relación con sus ingresos, África encabeza las clasificaciones globales. En promedio, las personas en África donaron el 1.54 % de sus ingresos a buenas causas, mientras que en Europa la cifra fue solo del 0.64 %.

En cuanto a la proporción de ingresos donada, los países africanos ocupan seis de los diez primeros puestos y 17 de los 30 primeros. Solo dos países africanos (Sudán y Mozambique) se encuentran en la mitad inferior de la tabla, en los puestos 63° y 65°, respectivamente.

¹ Los encuestados reportaron sus ingresos como una cifra mensual personal después de impuestos.

Figura 4: Porcentaje promedio de ingresos donados por continente



Base: Todas las respuestas (África, N=13,084; Asia, N=12,493; Europa, N=17,608; Norteamérica, N=5,115; Sudamérica, N= 6,002 Oceanía, N=1,534).

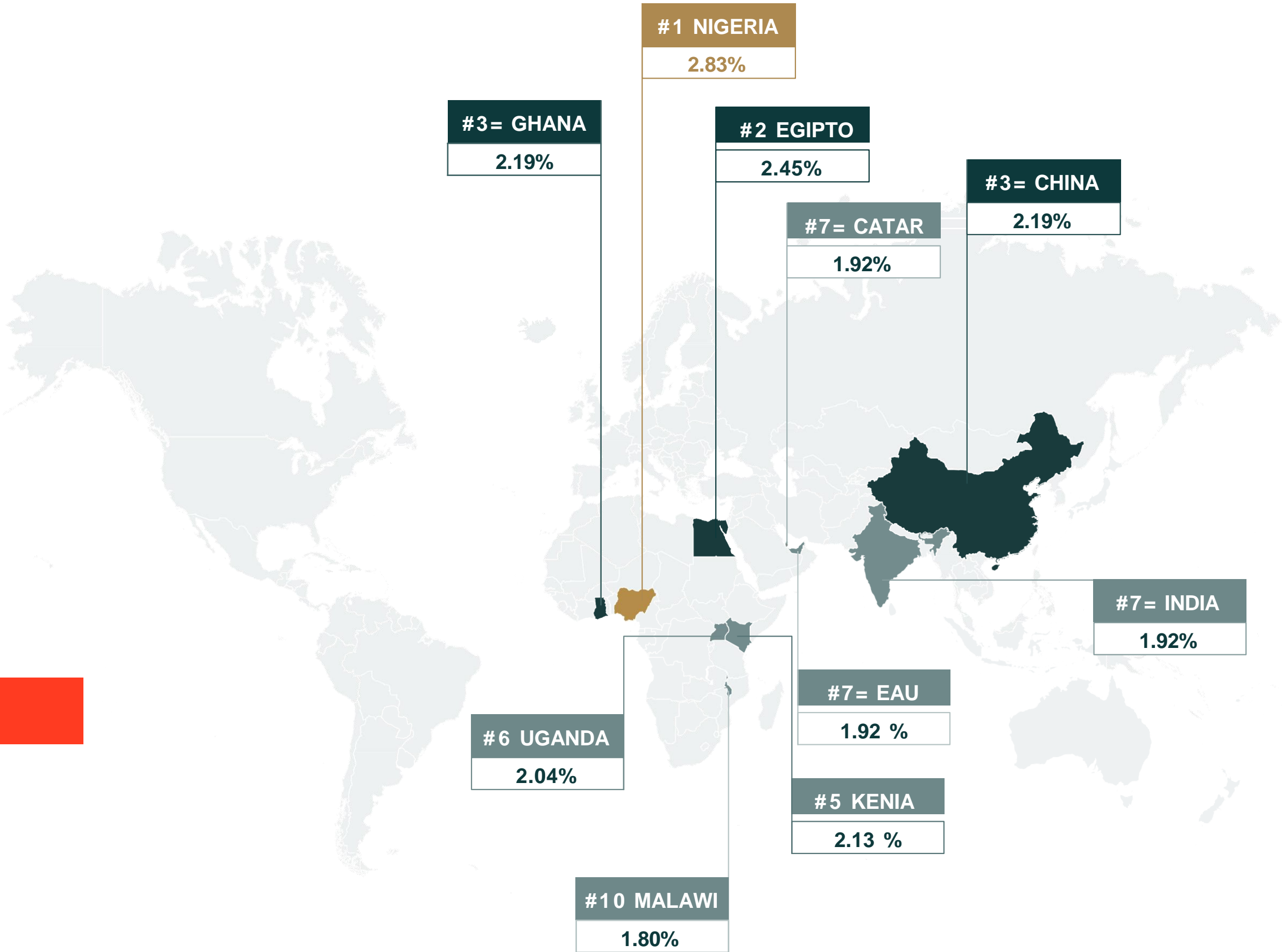
NIGERIA ES EL PAÍS MÁS GENEROSO DEL MUNDO

Las personas en Nigeria reportaron haber donado en promedio el 2.83 % de sus ingresos personales en 2024. Esto incluyó donaciones a organizaciones benéficas, organizaciones religiosas y directamente a personas necesitadas. Egipto, China, Ghana y Kenia completan el grupo de los cinco países más generosos, con personas que reportaron haber donado más del 2 % de sus ingresos en promedio.

La proporción de ingresos donados alcanza su punto máximo entre los 35 y 44 años. A nivel mundial, este grupo de edad donó casi 1.5 veces más que las personas mayores de 55 años, quienes fueron las que menos dieron en proporción a sus ingresos (1.18 % frente a 0.83 %, respectivamente).

Hasta los 55 años, las personas destinaron una mayor parte de sus donaciones a través de donaciones directas, mientras que los mayores de 55 años donaron una mayor proporción de sus ingresos mediante organizaciones benéficas.

Figura 5: Los diez países más generosos del mundo según el porcentaje promedio de ingresos donados.



Base: Todas, en cada país.
Para el detalle de cada país, ver el [método de declaración](#).



UN FUERTE SENTIDO DE COMUNIDAD SUSTENTA LA GENEROSIDAD EN NIGERIA

En Nigeria, los donantes dieron montos similares a organizaciones benéficas, a través de vías religiosas y directamente a personas necesitadas. En total, el 34 % del valor total de las donaciones se destinó directamente a personas y familias en necesidad, el 32 % se donó a organizaciones benéficas y el 33 % se canalizó a través de donaciones religiosas.

Nuestros socios del African Philanthropy Forum reflexionaron sobre los resultados de Nigeria: “La generosidad de Nigeria tiene sentido cuando se considera lo altamente valorados que son la amistad, la comunidad y los lazos familiares.”

“Un adagio popular nigeriano dice: ‘Es en los tiempos difíciles cuando conoces a tus amigos’. Ante la necesidad, sin importar la tribu, los nigerianos son conocidos por mostrar activamente generosidad y solidaridad — no por abundancia, sino por necesidad y por el deseo de anteponer los seres queridos y la familia.”

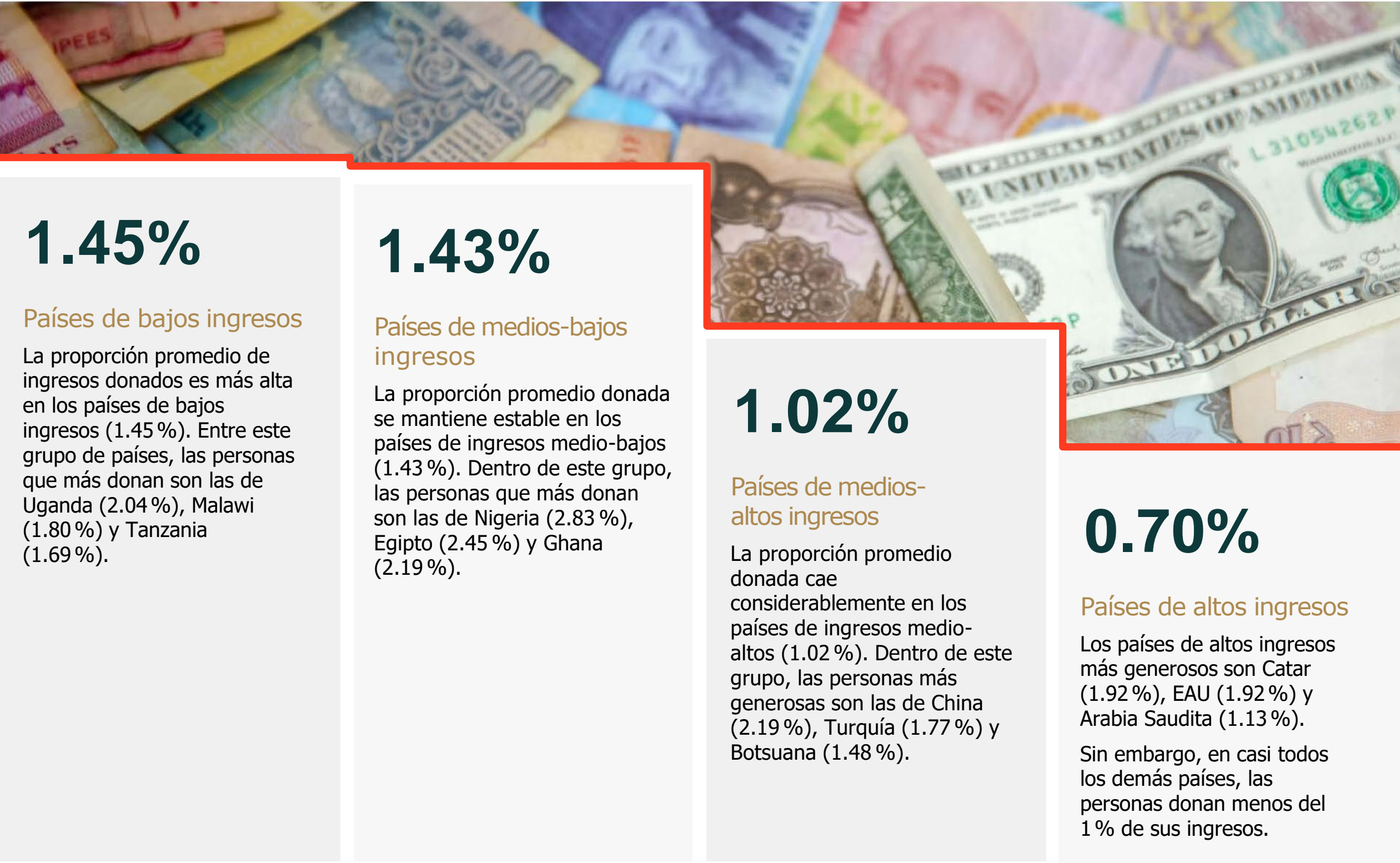
“En Nigeria hay más de 300 grupos étnicos, y aun así todos se unen rápidamente en situaciones de emergencia, debido a la creencia generalizada en todo el país de que la verdadera riqueza y prosperidad no pueden existir en aislamiento, y que el bienestar individual está conectado al bienestar de la comunidad.”

Figura 6: Porcentaje promedio de ingresos donados según la clasificación económica.

LOS PAÍSES CON MENOS DINERO SON LOS MÁS GENEROSOS

Las personas en los países de altos ingresos tienden a donar una menor proporción de sus ingresos anuales, con un promedio de apenas 0.7 %. Esta cifra representa aproximadamente la mitad de la proporción donada en los países de bajos ingresos, donde las personas donan en promedio el 1.45 % de sus ingresos anuales.

De los cinco países menos generosos del mundo, tres son miembros del G7: Francia, Alemania y Japón. De hecho, Japón es el país menos generoso de nuestra encuesta: solo el 16 % de las personas dona, y en promedio destinan apenas el 0.16 % de sus ingresos a buenas causas. Esto equivale a una proporción casi 18 veces menor que la de las personas en Nigeria.



Base: Todas (Bajos ingresos, N=4,033; Medios-bajos ingresos, N=14,632; Medios-altos ingresos, N=14,991; Altos ingresos, N=22,180).



LOS NIÑOS Y LOS JÓVENES SON LA CAUSA QUE MÁS NOS IMPORTA A TODOS

Los donantes apoyaron una amplia variedad de causas en 2024. La única causa que aparece entre las cinco principales en todos los continentes es la de niños y jóvenes, con tres de cada diez donantes a nivel mundial respaldando esta causa.

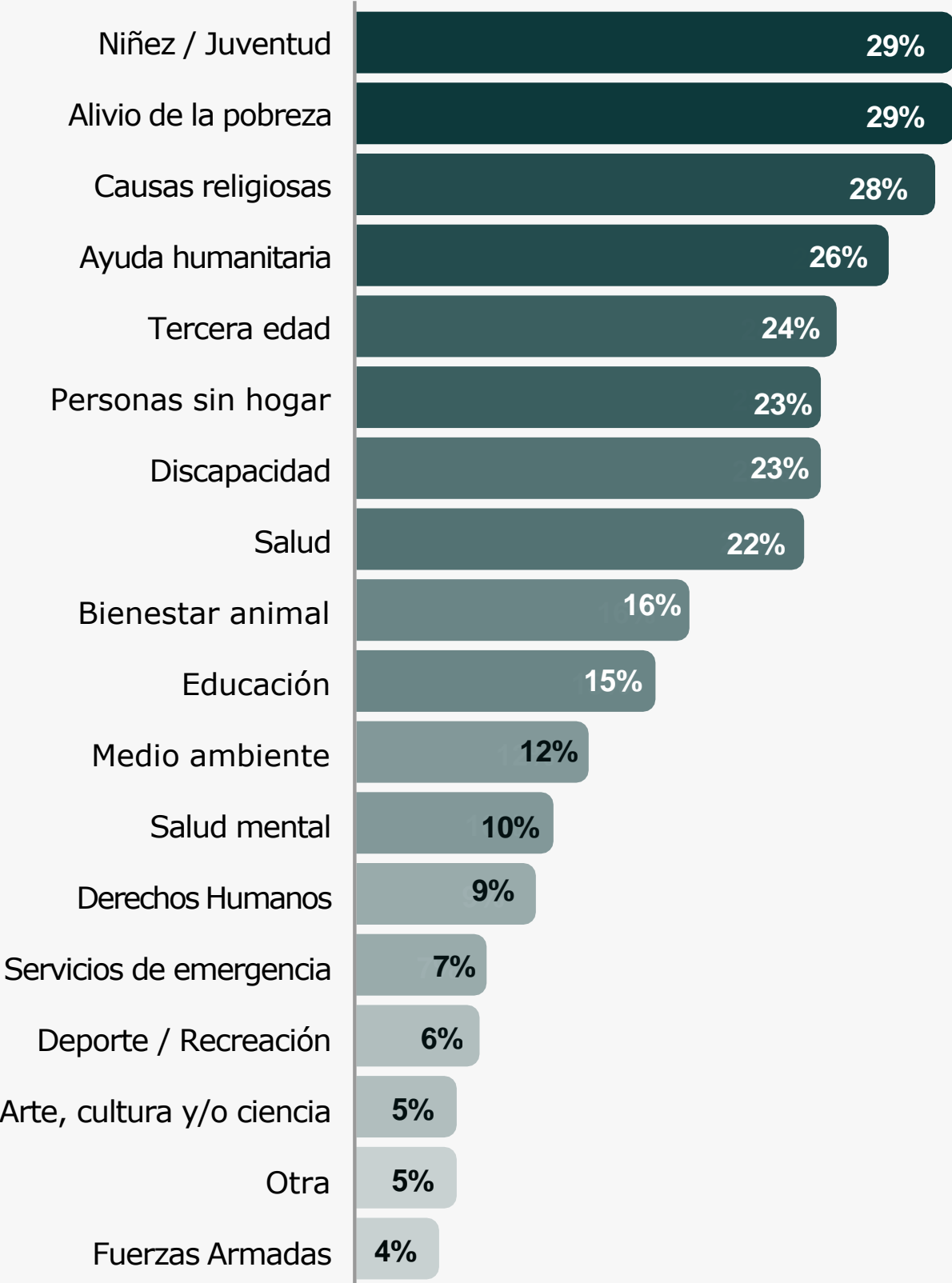
Las causas menos populares a nivel global fueron las fuerzas armadas, el arte, la cultura, el patrimonio o la ciencia, y los deportes y la recreación, apoyadas por el 4 %, 5 % y 6 % de los donantes, respectivamente.

En promedio, cada donante apoyó alrededor de tres causas diferentes el año pasado. Las personas en Asia donaron a la mayor variedad de causas (3.3 causas por donante), mientras que los europeos apoyaron la menor cantidad (2.5).

Los nigerianos, que fueron los que más donaron como porcentaje de sus ingresos, también fueron los que apoyaron la mayor variedad de causas, con un promedio de 4.3 causas por donante.

Los donantes que apoyaron la educación y las causas medioambientales fueron quienes donaron el mayor porcentaje de sus ingresos en total, con un promedio del 2.3 %.

Figura 7: Porcentaje de donantes por causa apoyada



Base: Todos los donantes (benéfica, directa o religiosa), N=36,493.

LOS DONANTES EN ASIA Y ÁFRICA FUERON LOS MÁS PROPENSOS A APOYAR CAUSAS MEDIOAMBIENTALES

En Asia, uno de cada seis donantes a organizaciones benéficas apoyó causas medioambientales (16 %), mientras que en África la cifra fue del 13 %. En todos los demás continentes, sin embargo, solo un promedio del 10 % o menos destinó sus donaciones a apoyar el medio ambiente.

Entre los cinco países donde las personas tienen más probabilidades de donar a esta causa, cuatro son economías de ingresos medio-bajos, todos son mercados emergentes y, entre ellos, se encuentran algunos de los mayores emisores de contaminantes del mundo.

Vietnam es el país donde los donantes tienen más probabilidades de apoyar causas medioambientales (37 %). El país ha pasado de ser una de las economías más pobres del mundo a convertirse en una nación de ingresos medios en solo una generación. Con aspiraciones de convertirse en una economía de altos ingresos para 2045, Vietnam se ha comprometido a hacer crecer su economía de forma más sostenible, reduciendo las emisiones y frenando la deforestación.

Figura 8: Países donde los donantes tienen más probabilidades de apoyar causas medioambientales, mostrado como porcentaje de donantes.



Base: Todos los donantes (benéfica, directa, o religiosa). Vietnam, N=408; China, N=388; India, N=865; Nigeria, N=890; Egipto, N=426.

UNO DE CADA CUATRO DONANTES EN TODO EL MUNDO APOYÓ LA AYUDA HUMANITARIA Y LA ASISTENCIA ANTE DESASTRES

Bosnia y Herzegovina, que sufrió inundaciones mortales en octubre de 2024, fue el único país donde la mayoría de la población apoyó la ayuda humanitaria y la asistencia ante desastres (59%).

Los países donde las personas tienen más probabilidades de donar a crisis fuera de su país son: EAU (32%), Arabia Saudita (29%) y Noruega (28%). Los países donde las personas tienen menos probabilidades de donar a crisis internacionales son Israel, Sri Lanka, Zambia y Sudán (todos con apenas un 1%).

En cuanto a donaciones a crisis dentro del país, Bosnia y Herzegovina vuelve a encabezar la lista. El 59% de la población que donó a la ayuda humanitaria en general, lo hizo específicamente para ayuda y asistencia ante desastres dentro del país (un tercio de estos donantes también contribuyó a ayuda en el extranjero). Otros países con altas tasas de donación a causas internas de ayuda humanitaria y desastres son Indonesia (47% y Vietnam (45%).

Los países donde las personas tienen más probabilidades de donar al extranjero para apoyar la ayuda humanitaria y la asistencia ante desastres son:



ES MÁS PROBABLE QUE EL APOYO SE DESTINE A ORGANIZACIONES BENÉFICAS LOCALES

Yemen es el país donde la mayor proporción de donantes a organizaciones benéficas dio a nivel local (el 99 % de los donantes lo hizo de esta manera). En África, el 87 % de los donantes a organizaciones benéficas apoyaron a organizaciones locales, lo que lo convierte en el continente donde la donación local es más común.

Los europeos son los más propensos a apoyar organizaciones benéficas internacionales que operan fuera de su propio país: el 15 % dona a estas organizaciones, casi el doble del 8 % que lo hace en Sudamérica.

A nivel mundial, uno de cada diez donantes (9 %) apoyó a los tres tipos de organizaciones benéficas. Esta donación diversa es más común en Angola, donde el 36 % de los donantes apoya a los tres tipos.

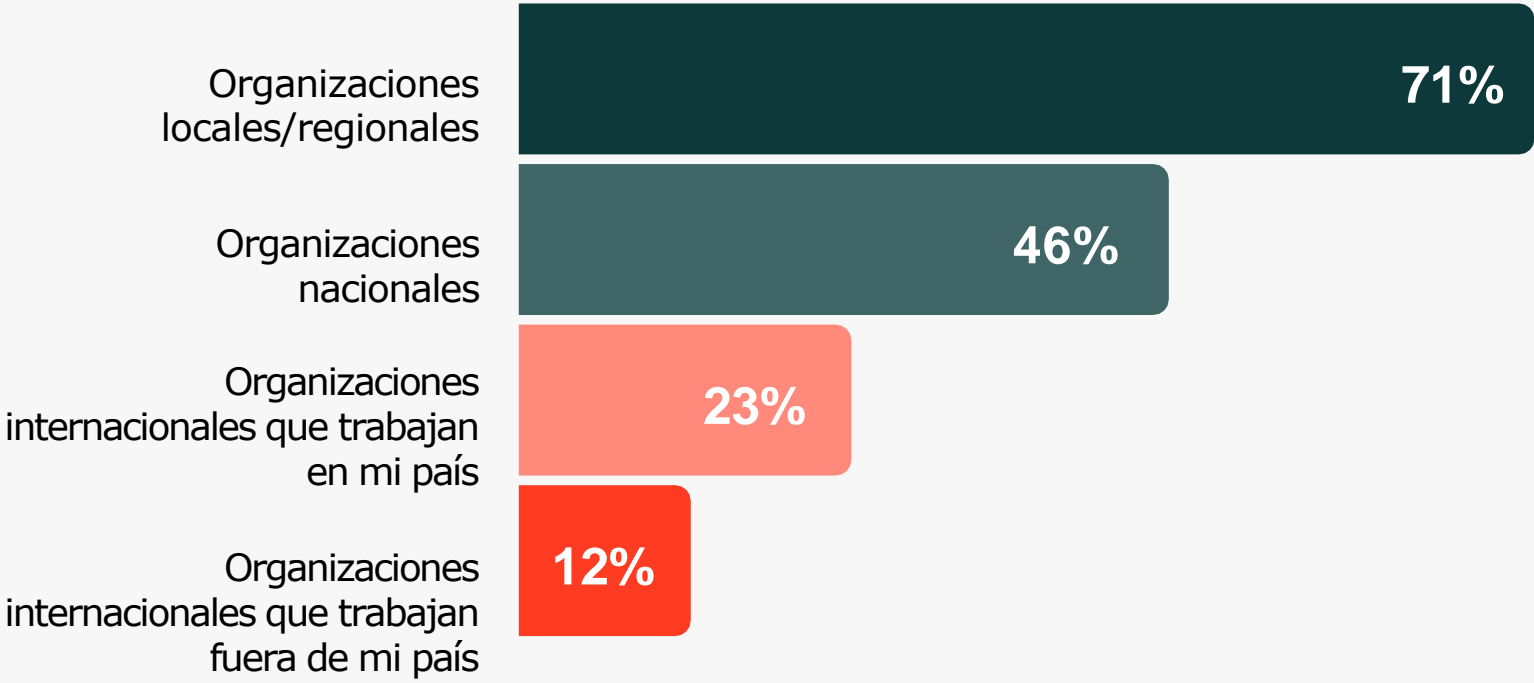
LAS REDES SOCIALES SON LA PRINCIPAL VÍA POR LA QUE LOS DONANTES DESCUBRIERON ORGANIZACIONES BENÉFICAS

Las redes sociales son una herramienta de recaudación de fondos importante en todo el mundo, y el 14% de los donantes a nivel global descubrieron una organización benéfica a través de ellas. De hecho, es una de las principales formas en que las personas conocen organizaciones benéficas en casi todos los continentes. La proporción más alta se da en Asia, donde casi una quinta parte de los donantes afirmó haber descubierto una organización benéfica en redes sociales.

Otras formas en las que las personas tienen más probabilidades de descubrir una organización benéfica incluyen la presencia local de la organización (11 % de los donantes) y el boca a boca (10 %).



Figura 9: Los tipos de organizaciones benéficas a los que las personas donaron en 2024.



Base: Todos los donantes a organizaciones benéficas (N=21,084).

PREOCUPARSE POR LA CAUSA Y DESEAR MARCAR LA DIFERENCIA SON MOTIVACIONES UNIVERSALES PARA DONAR

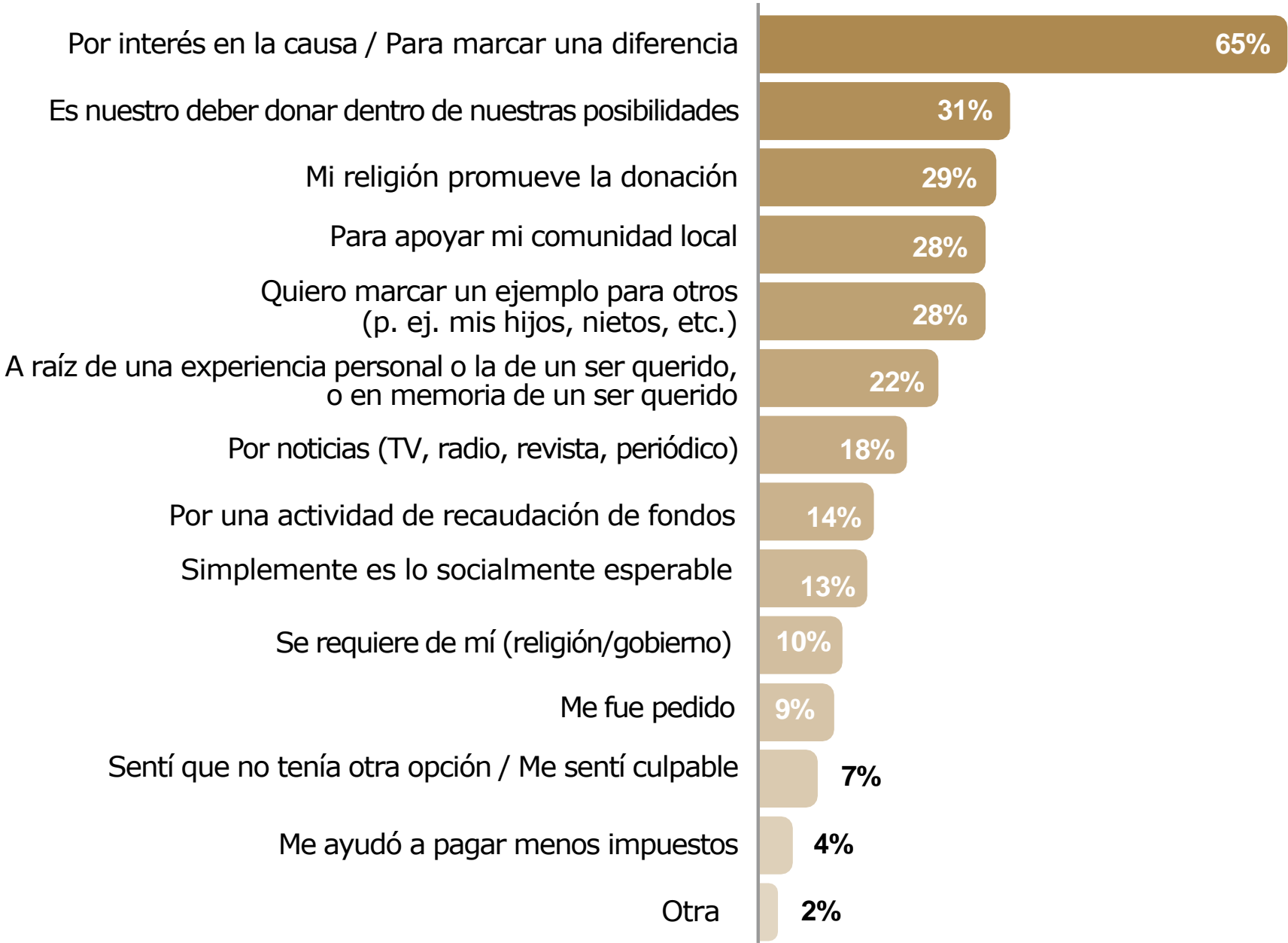
Preocuparse por una causa es, por mucho, la razón más común que las personas mencionaron para donar dinero (65 % de los donantes).

Los donantes en África y Asia fueron más de dos veces más propensos a decir que donar es un deber en comparación con los de América del Norte y del Sur (38 % y 39 % frente a 14 % y 13 %, respectivamente).

En cambio, en América del Norte y del Sur, los donantes fueron más propensos a ser motivados por actividades de recaudación de fondos (19 % y 18 %, respectivamente), en comparación con Asia (13 %) y África (12 %).



Figura 10: Razones para donar dinero.



Base: Todos los donantes (caritativa, directa, o religiosa), N=36,494.

NO PODER PERMITÍRSELO FUE LA PRINCIPAL RAZÓN MENCIONADA PARA NO DONAR DINERO.

No poder permitírselo fue la principal razón que las personas señalaron para no donar el año pasado, especialmente en Oceanía y África (67% y 47% de los no donantes, respectivamente). Sin embargo, en América del Norte y del Sur esta razón fue menos relevante: solo alrededor de una cuarta parte de los no donantes indicó que esa fue la causa por la que no habían donado dinero (27% y 26%, respectivamente). Para ellos, se trató tanto de una cuestión económica como de una preferencia por brindar otro tipo de apoyo, como regalos o alimentos.

Las tres cosas que más probablemente incentiven las donaciones

1

Si tuviese más dinero (45%)

2

Conocer mejor cómo sería usado mi dinero (36%)

3

Conocer con detalle los resultados y el impacto que tiene una organización (35%)

Figura 11: Razones por las que no donar dinero.



Base: Todos los que no donaron en 2024, (N=19,351).

2

ASPECTOS DE GENEROSIDAD



ANÁLISIS EN PROFUNDIDAD: NORMAS SOCIALES EN TORNO A LAS DONACIONES

Las normas sociales son las reglas no escritas de una sociedad que ayudan a definir las acciones aceptadas o esperadas para las personas que viven en ella. Nuestro cuestionario contenía seis razones para donar dinero que pueden considerarse motivadas por —y, por lo tanto, también como refuerzo de— las normas sociales.

Las opciones de respuesta que se enumeran a continuación están todas fundamentadas en las normas asociadas con lo que percibimos que hacen los demás y nuestro deseo de mantener el tejido social. Consulta la página 22 para entender cómo se correlacionan con la generosidad.

"Quería ser un ejemplo para los demás."

"Sentí que no tenía otra opción / Me sentí culpable diciendo que no."

"No lo medité demasiado, simplemente se espera que las personas donen."

"Mi religión promueve la caridad."

"Quería apoyar a mi comunidad local."

"Es nuestro deber donar cuando podemos."





POR QUÉ LAS NORMAS SOCIALES EN TORNO A LAS DONACIONES SON FUNDAMENTALES

El gráfico mostrado destaca cuán poderosas son estas normas sociales al evidenciar claramente su correlación con el porcentaje de ingresos donados.

Al sumar la cantidad total de veces que se mencionaron estas seis respuestas, podemos ver qué países se sienten más influenciados por las normas sociales.

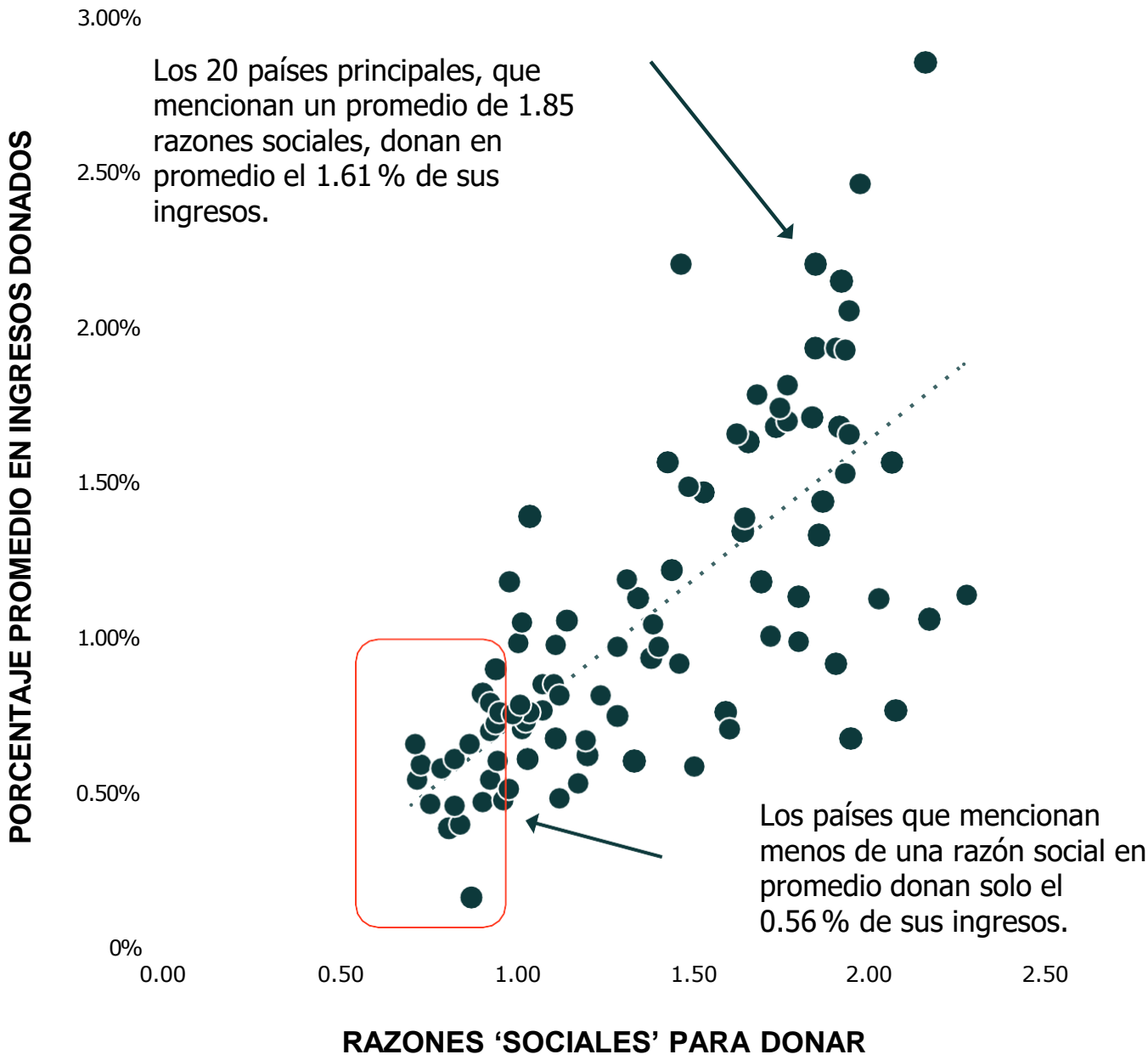
El rango es amplio. En Arabia Saudita, las personas están más influenciadas por estas normas: cada donante menciona en promedio 2.27 de las razones listadas en la página 21. En cambio, en Suecia y Suiza, el promedio es de apenas 0.74 razones.

En los países donde las personas mencionan en promedio menos de una "razón social para donar", el porcentaje promedio de ingresos donados es solo del 0.56 % —aproximadamente la mitad del promedio mundial.

En contraste, los 20 países que encabezan la lista (donde las personas mencionan un promedio de 1.98 razones sociales) donan en promedio el 1.61 % de sus ingresos —casi tres veces más.

Si bien las organizaciones benéficas pueden modificar su forma de comunicar para generar una mayor empatía con una causa, influir en las normas sociales es mucho más complejo. Para preservar la cultura de la donación a largo plazo, debemos prestar atención a cómo fomentamos que estos sentimientos sigan siendo parte de nuestras culturas.

Figura 12: Número de razones sociales para donar según el porcentaje promedio de ingresos donados



Porcentaje de ingresos donados: Base, todos los encuestados por país.
Razones sociales para donar mencionadas: Base, todos los donantes (caritativos, directos o religiosos) por país. Para más detalles sobre el tamaño de muestra en cada país, consulta la [declaración metodológica](#).

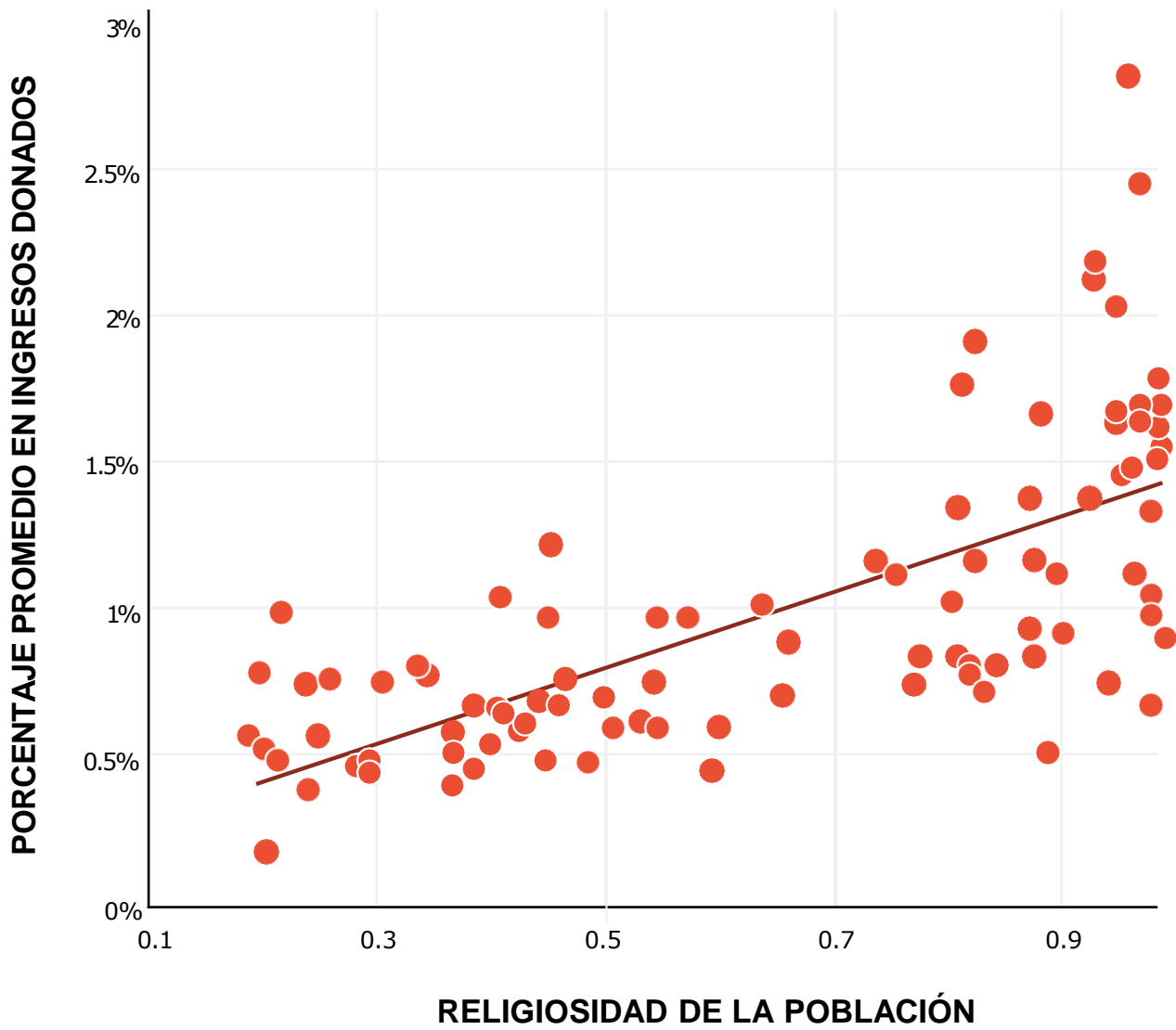
LAS DONACIONES RELIGIOSAS ACTIVAN OTROS TIPOS DE DONACIONES

Nuestros resultados muestran que las donaciones religiosas activan, en lugar de restar, otros tipos de donaciones. Casi todas las personas que afirman que la religión es un factor que motiva sus donaciones (94 %) también donaron a otras causas además de las religiosas, y el 43 % solo donó a causas no religiosas. En otras palabras, que el dinero se recaude a través de una colecta en la iglesia o como parte del Zakat no significa que la causa beneficiada sea religiosa.

El número promedio de causas apoyadas por los donantes que dicen que su religión fomenta la donación es significativamente más alto que el promedio global (3.9 frente a 2.6). Además, el porcentaje promedio de ingresos donado por estas personas fue del 2.2 %, en comparación con el 1.4 % entre quienes no mencionaron la religión como motivo para donar.

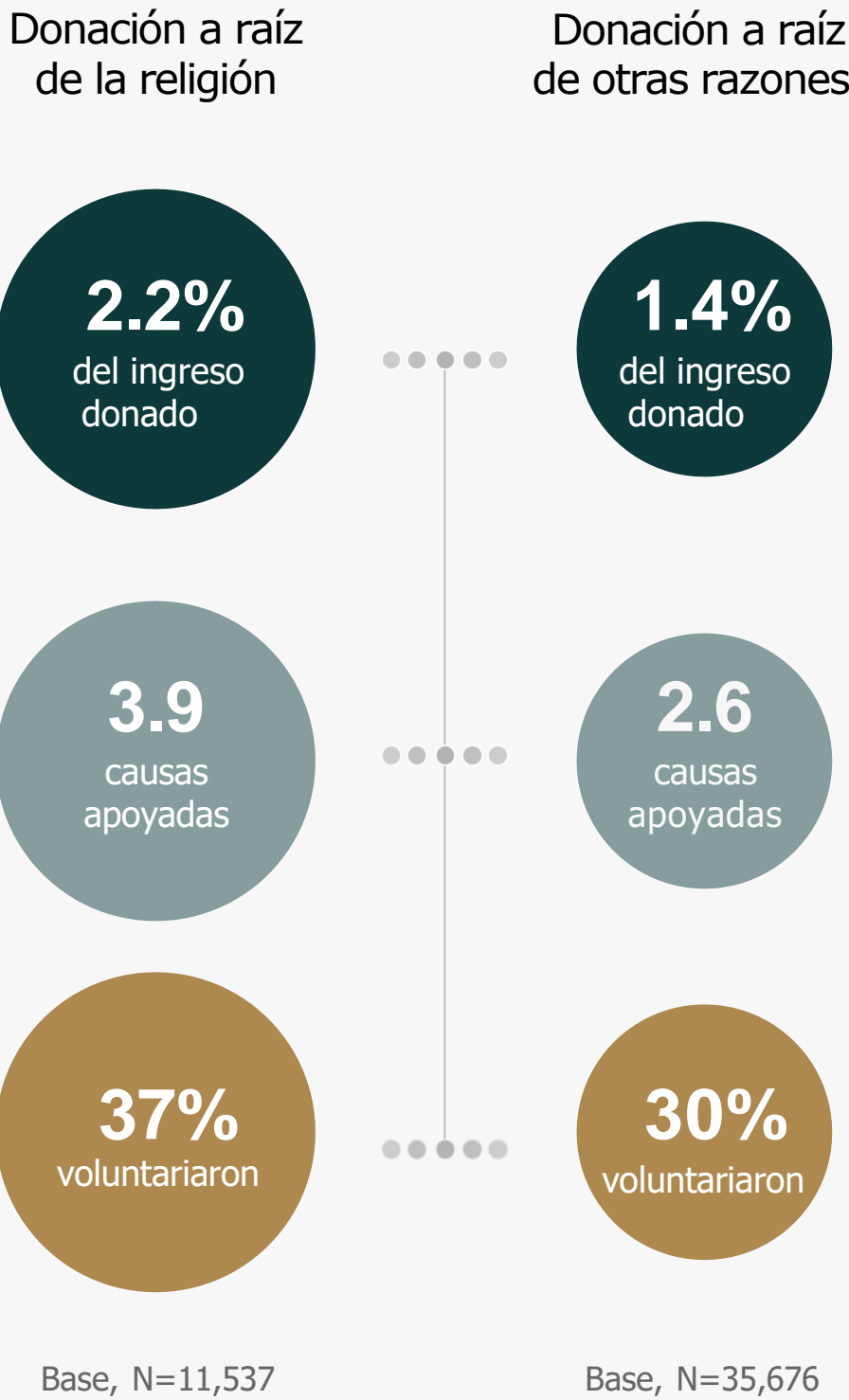
A nivel nacional, existe una fuerte correlación positiva entre la importancia de la religión para la población de un país y el porcentaje de ingresos que dona, como muestra el gráfico.

Figura 13: Religiosidad de una población según el porcentaje promedio de ingresos donados



Base: Todas, por país.
Para obtener detalles sobre el tamaño de muestra de cada país, consulta la [declaración metodológica](#). Ten en cuenta que la religiosidad de la población, tal como se muestra en el gráfico, proviene del Índice Mundial de Generosidad 2022.

Figura 14: Cómo se comparan los donantes religiosos





Las personas en Catar fueron las que más tiempo dedicaron al voluntariado en 2024, con un promedio de 27.5 horas por persona.

En promedio en 2024, las personas dieron

horas de su tiempo

27.5

UN CUARTO DE LA POBLACIÓN REALIZÓ VOLUNTARIADO EN 2024

A nivel mundial, aproximadamente una de cada cuatro personas (26 %) hizo trabajo voluntario en 2024. El tiempo promedio dedicado al voluntariado por persona fue de nueve horas durante el año.

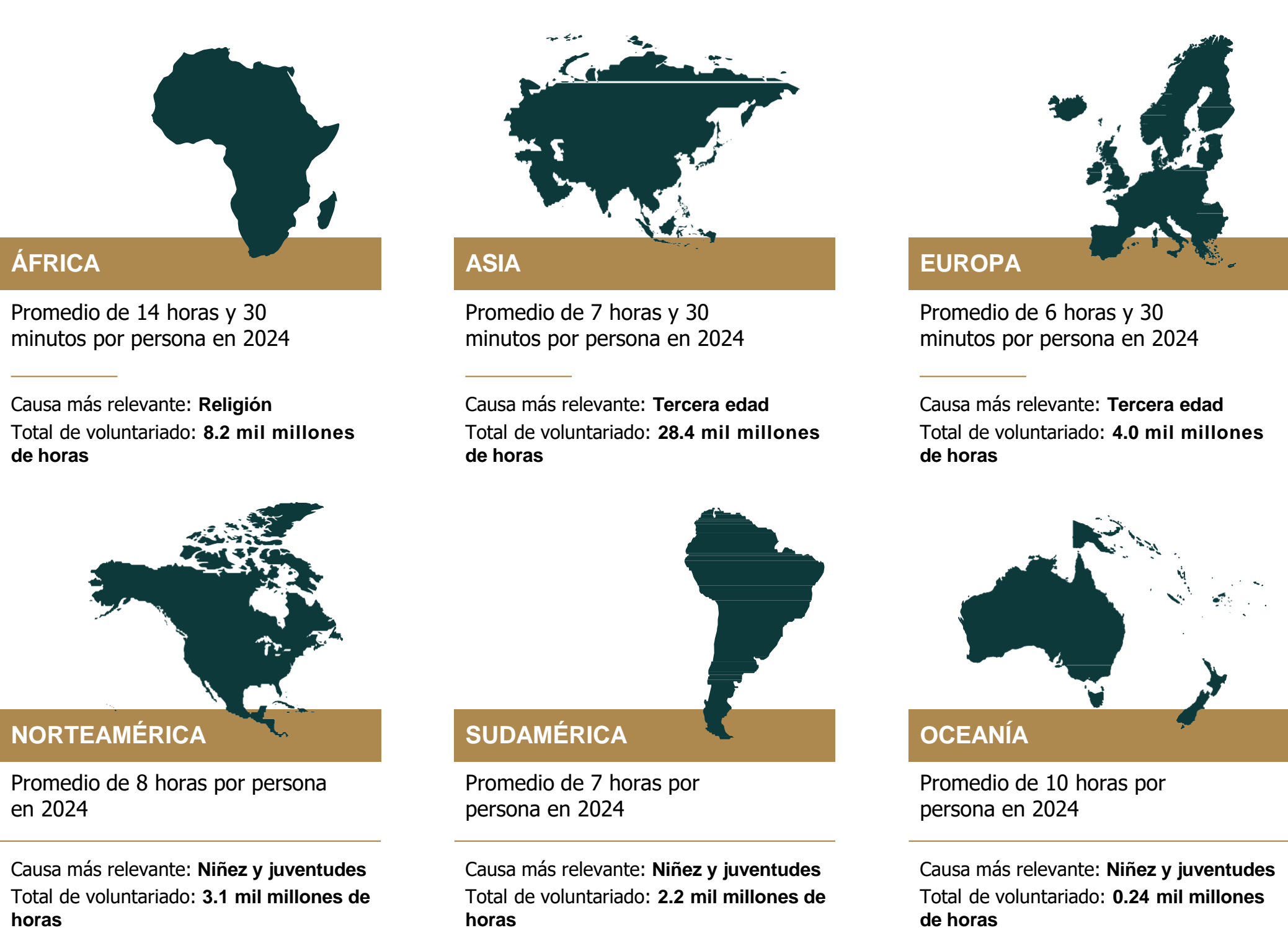
Las personas en África fueron las más generosas con su tiempo, con un promedio de 14 horas y 30 minutos por persona, mientras que los europeos fueron los menos generosos, con solo 6 horas y 30 minutos.

La proporción de personas que hacen voluntariado disminuye con la edad: el 30 % de los jóvenes de 18 a 24 años participan, frente al 19 % de los mayores de 55 años. Sin embargo, ocurre lo contrario con la cantidad de tiempo dedicada: cuanto mayores son los voluntarios, más horas aportan en promedio.

A nivel global, las causas más populares para hacer voluntariado fueron la infancia y juventud, y las personas mayores, con más de una cuarta parte (28 %) de los voluntarios apoyando cada una.

En África, donde dos de cada cinco personas (39 %) hicieron voluntariado el año pasado, la causa más popular fueron las organizaciones religiosas, apoyadas por el 35 % de los voluntarios, lo que equivale al 14 % de la población.

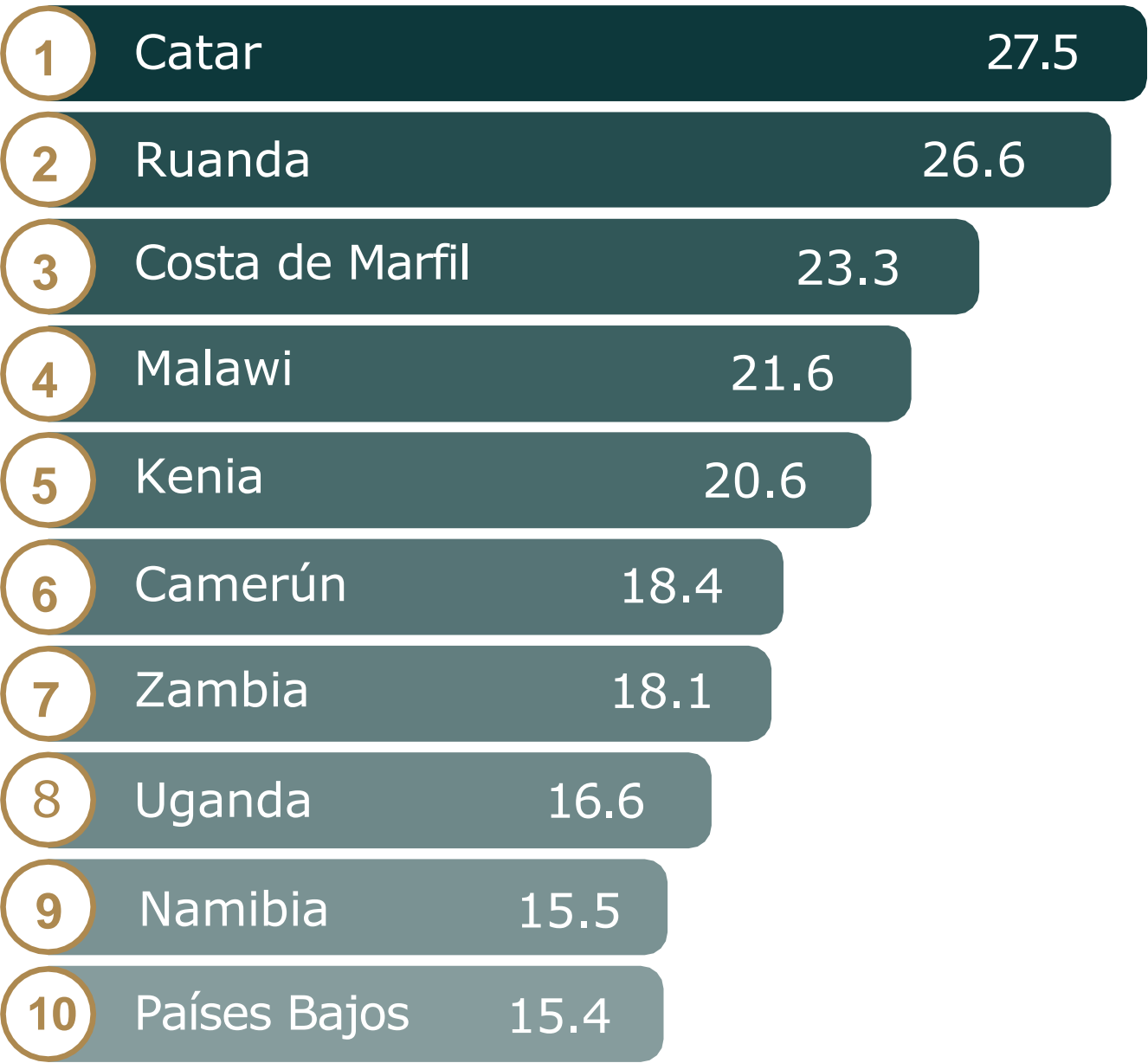
Figura 15: Voluntariado por continente.



Base: Todas (África, N=13,084; Asia, N=12,493; Europa, N=17,608; Norteamérica, N=5,115; Sudamérica, N= 6,002; Oceanía, N=1,534).

TOP 10 EN VOLUNTARIADO

Figura 16: Promedio de horas de voluntariado por persona en 2024



Base: Todas, por país.
Para obtener detalles sobre el tamaño de muestra de cada país, consulta la [declaración metodológica](#).



EL ESPÍRITU CARITATIVO DE UGANDA

"En Uganda, el espíritu de ubuntu —‘yo soy porque tú eres’— está profundamente arraigado en nuestra forma de vida, fomentando fuertes lazos comunitarios, donde incluso criar a un niño se considera responsabilidad de toda la aldea. Esta unión se refleja en el proverbio ugandés: ‘Las mujeres dan a luz con otras mujeres’, que simboliza el profundo compromiso con el apoyo mutuo. Las creencias religiosas también fortalecen el voluntariado, ya que iglesias, mezquitas e instituciones culturales movilizan activamente a las comunidades para la caridad. Los recursos gubernamentales limitados también impulsan a los ugandeses a cubrir las carencias en el ámbito de la salud,

la educación y los servicios sociales. Por ejemplo, la Carrera contra el Cáncer organizada por Rotary en 2024 recaudó fondos para un centro de tratamiento del cáncer en el Hospital Nsambya. El sector sin fines de lucro, incluyendo organizaciones como CivSource Africa, desempeña un papel clave en el sostenimiento de esta cultura, al documentar, celebrar y amplificar la filantropía ugandesa. A través de estos y otros esfuerzos combinados, los ugandeses dedican una cantidad significativa de tiempo al voluntariado, asegurando que el espíritu de donación perdure por generaciones.

Josephine Atuhaire
CivSource Africa



LA MAYORÍA DE LAS PERSONAS HIZO UNA BUENA ACCIÓN POR ALGUIEN EN 2024, INCLUSO POR PERSONAS QUE NO CONOCÍAN

Preguntamos a las personas si habían hecho una buena acción en 2024 que fuera más allá de la buena educación o de un acto de amabilidad sencillo, como recoger un objeto que alguien dejó caer.

Ayudó a familia y amigos

En promedio, nueve de cada diez personas (90 %) ayudaron a sus amigos o familiares al menos una vez en 2024. Este porcentaje fue más alto en Indonesia (98 %) y más bajo en Japón (68 %).

Ayudo a vecinos y conocidos

Las personas fueron casi igual de solidarias con sus conocidos y vecinos que con sus amigos y familiares, ya que el 87 % realizó este tipo de ayuda en 2024. Senegal tuvo el resultado más alto (98 %), mientras que Japón tuvo el más bajo (57 %).

Ayudó a un desconocido

Las personas fueron solo un poco menos propensas a ayudar a alguien que no conocían (84 %). El país donde más se hizo esto fue Sudán (97 % de las personas), mientras que donde menos se hizo fue en Japón (42 %).

Las personas que son generosas por un medio suelen serlo de otras formas también.

Los países donde las personas se ayudan más entre sí también presentan niveles más altos de donaciones y voluntariado. En los países donde casi todos (99 %) hicieron una buena acción al menos una vez, las personas tenían una probabilidad significativamente mayor de donar dinero (77 % frente al 64 % del promedio global) y donaban una mayor proporción de sus ingresos (1.54 % frente al 1.04 % del promedio global). También eran más propensas a ofrecer su tiempo como voluntariado (32 % frente al 26 % del promedio global).

77%

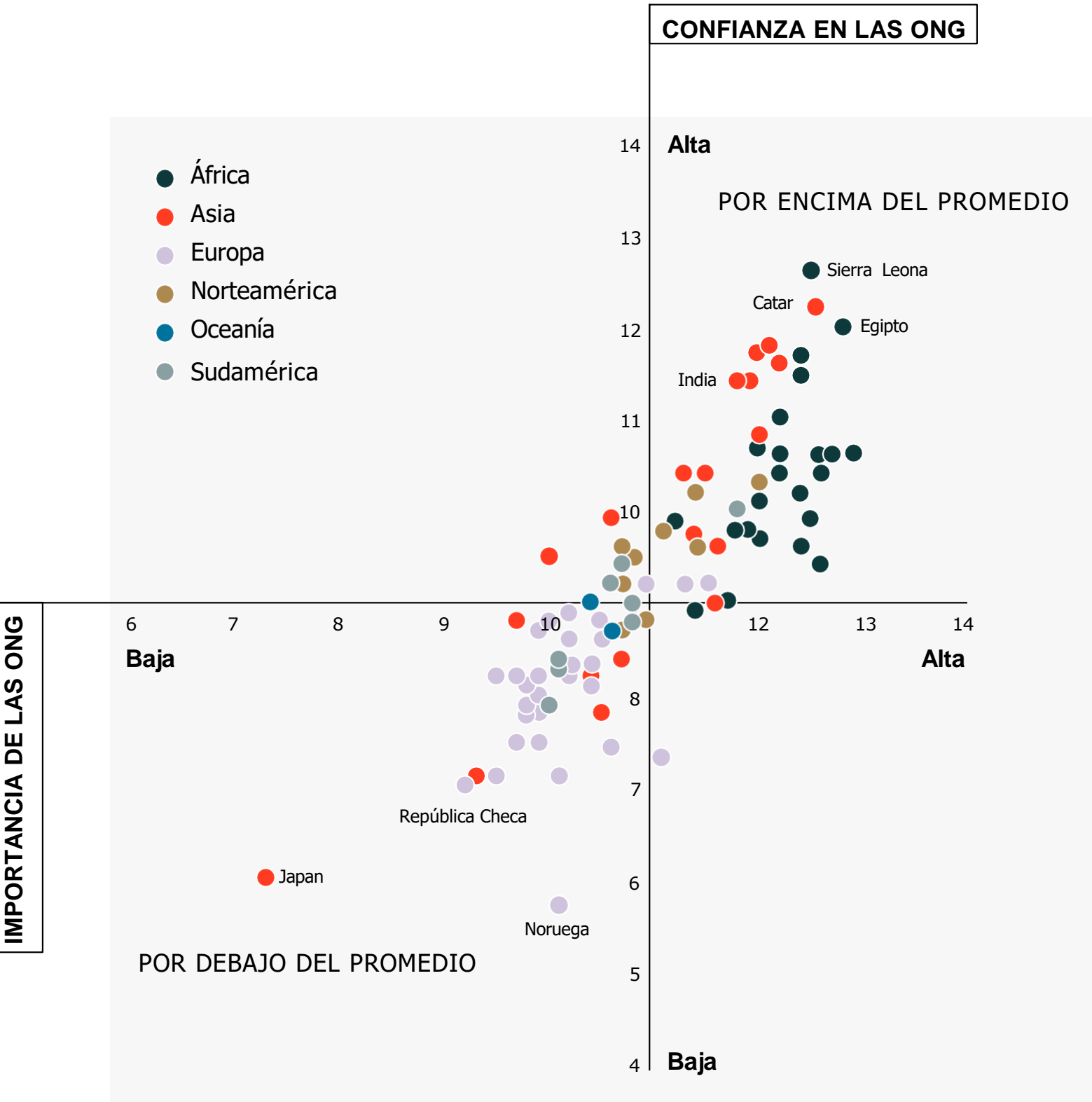
donó dinero en países donde las personas tenían más probabilidades de hacer una buena acción.

3

PERCEPCIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL



Figura 17: La relación entre la confianza en las organizaciones benéficas, y la percepción de su rol en la sociedad.



Base: Todas.
Para obtener detalles sobre el tamaño de muestra de cada país, consulta la [declaración metodológica](#).

EL PÚBLICO RECONOCE LA IMPORTANCIA DEL ROL DE LAS ORGANIZACIONES BENÉFICAS

A nivel mundial, las personas reconocen claramente la importancia de las organizaciones benéficas para su sociedad y tienen cierto grado de confianza en ellas. Además, existe una fuerte correlación entre estas dos actitudes.

Hicimos dos preguntas sobre las opiniones de los encuestados respecto a organizaciones benéficas locales, nacionales e internacionales. Luego combinamos sus respuestas en una única puntuación general sobre 15, donde cero representa muy poca confianza o importancia, y 15 representa un nivel muy alto.

En general, la puntuación promedio de importancia para la sociedad fue de 10.98, mientras que la de confianza fue de 9.22, ambas claramente por encima del punto medio de la escala.

La figura 17 muestra la relación entre confianza e importancia, destacando a Sierra Leona, Catar y Egipto como los países donde las organizaciones benéficas son vistas como más confiables e importantes. En el extremo opuesto se encuentran Japón y Noruega. En promedio, África es el continente que más confía y valora a las organizaciones benéficas, mientras que Europa es el que menos lo hace.

En general, las personas tienden a confiar más en las organizaciones benéficas locales, seguidas por las nacionales y luego las internacionales. Sin embargo, en Sudamérica y África, las organizaciones nacionales son las que generan menos confianza.

LA CONFIANZA INDIA EN EL SECTOR BENÉFICO

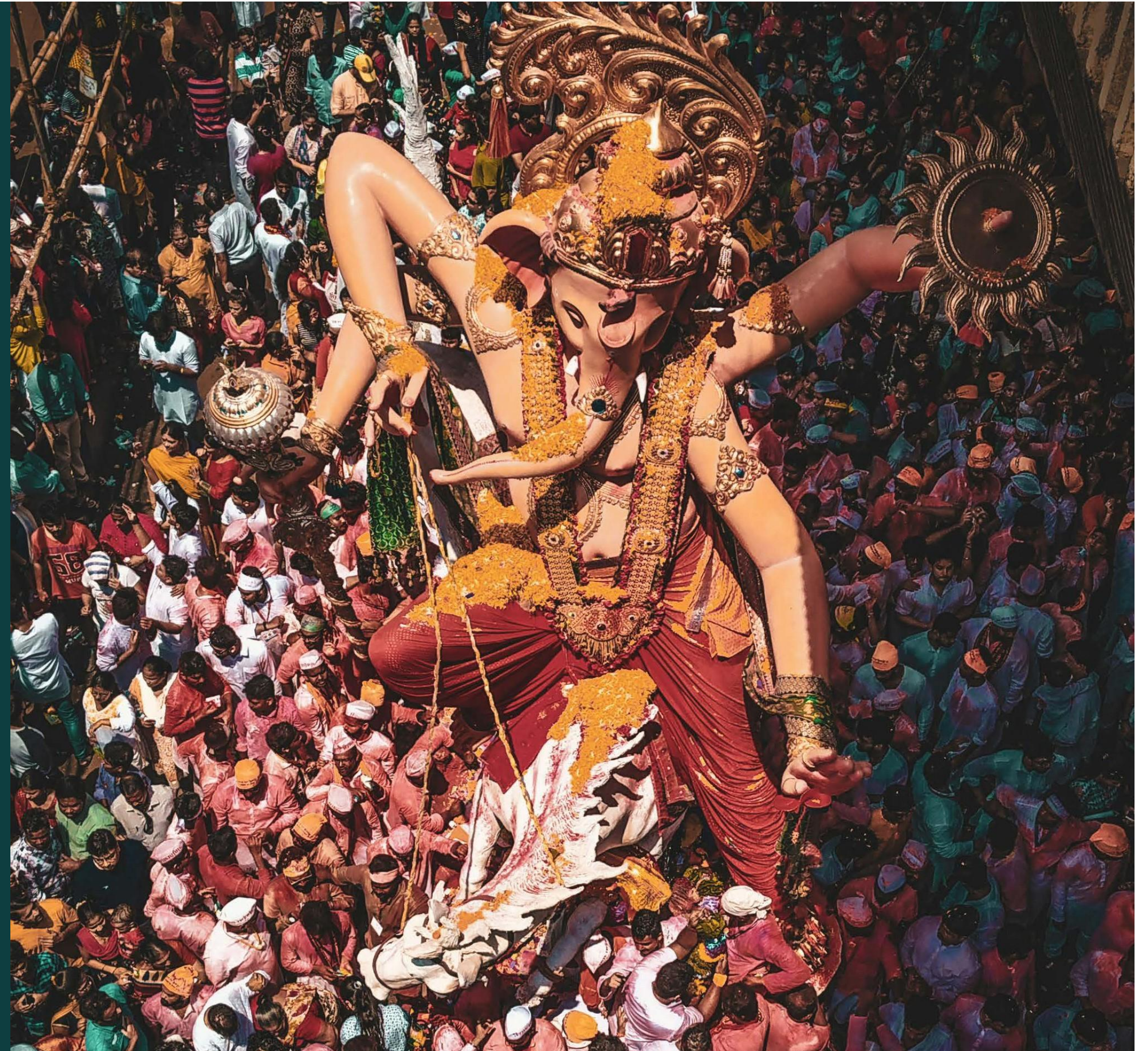
"India se encuentra entre los países que otorgan una gran confianza a las organizaciones benéficas, reconociendo su papel esencial en la atención de los desafíos sociales. Esta confianza está profundamente arraigada en las tradiciones culturales de la India, que enfatizan el bienestar colectivo y la filantropía.

Informes como el Edelman Trust Barometer indican que las ONG en la India gozan de una credibilidad relativamente alta en comparación con las empresas y las instituciones gubernamentales.

Además, estudios de organizaciones como Sattva Consulting destacan el creciente impacto de las iniciativas de RSE, los movimientos de base y los esfuerzos de ayuda en desastres, lo que ha fortalecido aún más la confianza pública en el sector benéfico.

La creciente colaboración entre empresas, organizaciones sin fines de lucro y comunidades ha reforzado la percepción de que las organizaciones benéficas desempeñan un papel crucial en el avance del progreso social. Sin embargo, garantizar la transparencia, la rendición de cuentas y un impacto medible sigue siendo esencial para mantener esta confianza a largo plazo."

Shubham Thakur
OneStage India



PERCEPCIÓN SOBRE CÓMO LOS GOBIERNOS APOYAN AL SECTOR BENÉFICO

Los gobiernos pueden fomentar las donaciones benéficas

¿Tu gobierno incentiva a las personas a donar a organizaciones benéficas? Si la respuesta es sí, es probable que vivas en un país más generoso.

En los 42 países donde la mayoría estuvo de acuerdo en que su gobierno fomenta las donaciones, la población donó 1.7 veces más como proporción de sus ingresos. Además, en estos países las personas confían más en las organizaciones benéficas y las consideran más importantes para la sociedad.

En contraste, hay siete países donde más personas estuvieron más en desacuerdo que de acuerdo con esta afirmación, y todos salvo uno se encuentran en Europa.

En estos siete países, la población donó una menor proporción de sus ingresos en comparación con el promedio global (0.2 % frente a 0.33 %) y tres veces menos que en los países donde más se incentiva la donación (0.2 % frente a 0.64 %).

Sin embargo, este fomento por parte del gobierno rara vez se percibe como una imposición o una falta de libertad de elección.

En los 42 países donde la mayoría afirma que su gobierno fomenta las donaciones a organizaciones benéficas, solo el 18 % eligió la opción “mi gobierno o mi religión me lo exige” cuando se les preguntó por qué donaron dinero a la caridad.

De hecho, estos 42 países son los mismos donde las normas sociales que impulsan las donaciones son más fuertes.

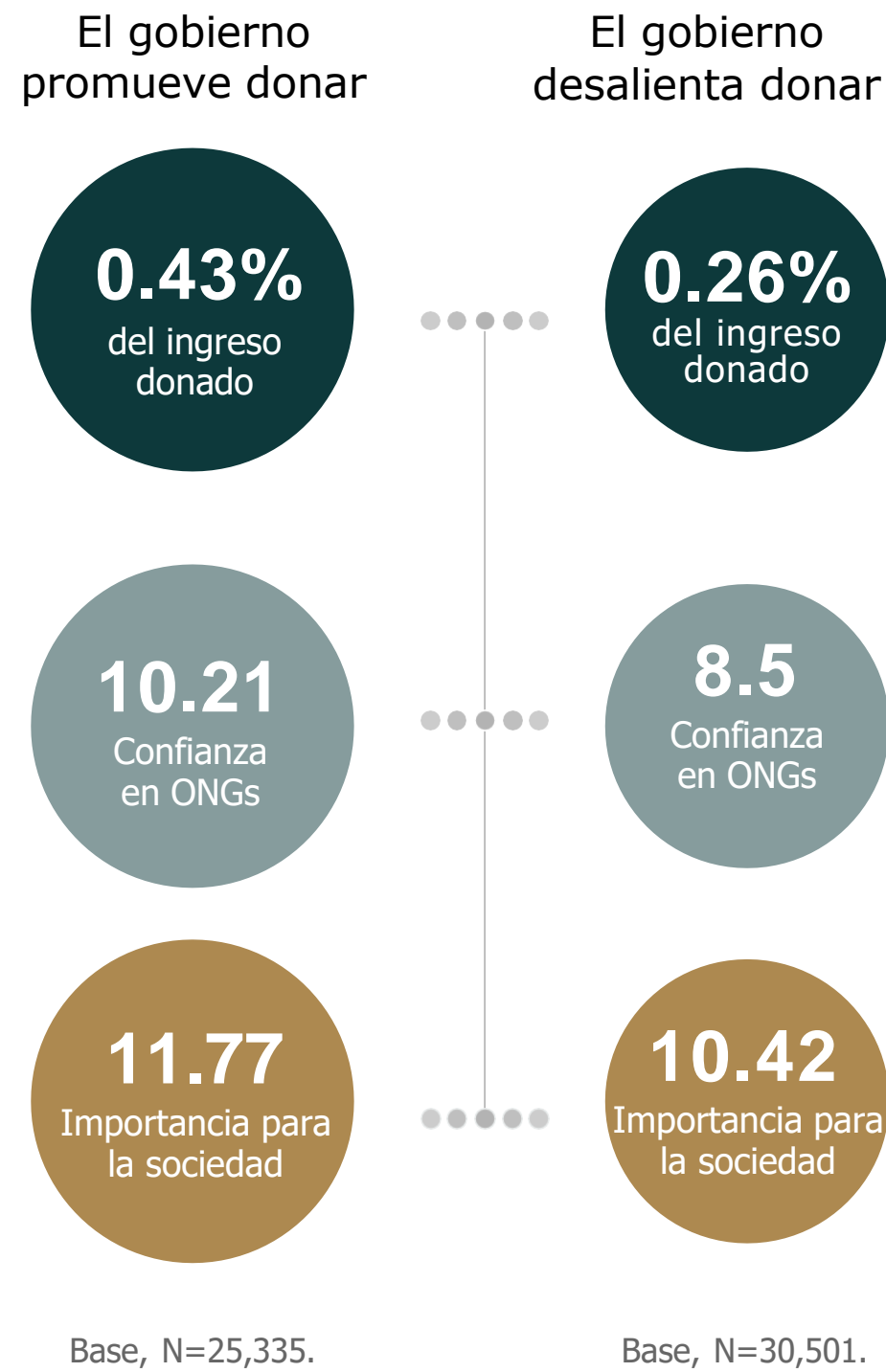
En estos países, el 86 % de los donantes dieron por razones sociales, en comparación con el 70 % en los demás países.

Ya hemos demostrado el impacto positivo de las normas sociales en las donaciones, y estos resultados sugieren que el apoyo del gobierno probablemente sea una parte clave para establecer y mantener esas normas sociales.

Ten en cuenta que los países que “fomentan” las donaciones son aquellos donde más del 50 % de las personas están de acuerdo con esta afirmación. Los países que no fomentan las donaciones son aquellos donde menos del 50 % está de acuerdo.

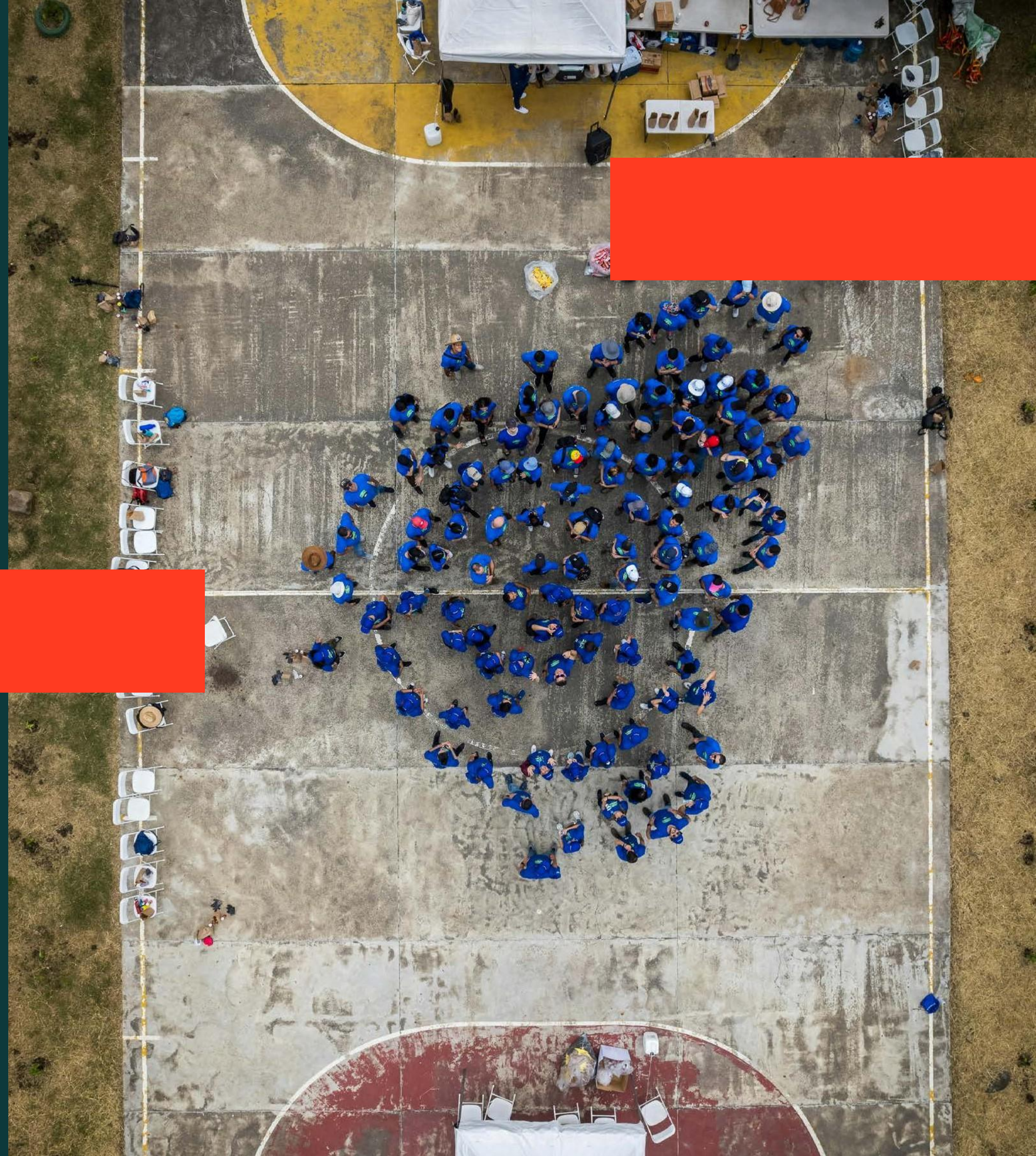
Las puntuaciones de confianza en las organizaciones benéficas y de su importancia para la sociedad se expresan sobre un máximo de 15.

Figura 18: Impacto gubernamental sobre la donación.



4

IMPLICACIONES



¿QUÉ SIGNIFICAN ESTOS RESULTADOS?

IMPLICANCIAS PARA EL SECTOR FILANTRÓPICO

Este informe llega en un momento crucial para el sector filantrópico. Durante años, hemos visto a los gobiernos reducir su gasto en ayuda exterior, una tendencia que se ha intensificado significativamente en 2025, mientras que la necesidad de asistencia en comunidades de todo el mundo sigue aumentando.

En el ámbito de la filantropía, todos hemos buscado respuestas en los demás para entender cómo avanzar juntos, mientras pilares fundamentales de nuestro ecosistema se han visto alterados. En CAF, entendemos que, en el contexto actual, el papel de los donantes y otras formas de generosidad para apoyar a los más vulnerables nunca ha sido más importante.

Nuestra investigación ofrece una ventana de oportunidad mientras buscamos dar forma al futuro de nuestro trabajo. Las donaciones individuales, un indicador clave de la fortaleza de la generosidad global, se mantienen sólidas y prosperan en muchos países.

En particular, la historia de la generosidad en África —incluida Nigeria, nuestro país más generoso— es extremadamente positiva, especialmente en un año en el que el continente sufre una grave escasez de ayuda gubernamental.

Este es el momento adecuado para que una comunidad filantrópica global dinámica, como la Red Internacional de CAF, trabaje en conjunto con estas culturas locales de donación tan vibrantes, las fortalezca y reúna experiencias adaptadas a cada contexto para dar forma y amplificar la voz de la filantropía.

Aprovechar el conocimiento local de la sociedad civil, incluso mediante investigaciones como este informe, es fundamental para aumentar la resiliencia de las comunidades en el futuro.

Ahora tenemos la oportunidad de hacer las cosas de manera diferente. El sector filantrópico ocupa una posición única dentro del ecosistema global con propósito social. Con acceso a financiadores, responsables de políticas públicas y sólidas redes en diversos contextos comunitarios, podemos usar estas conexiones, especialmente donde las normas sociales son más débiles, para fomentar una cultura de donación cada vez más sólida e impactante.



Debemos reflexionar sobre cómo podemos trabajar de manera más eficiente y colaborativa para aprovechar la capacidad de la filantropía de romper barreras artificiales. También es momento de forjar nuevas relaciones entre colaboradores “poco probables”, adoptar tecnologías innovadoras y explorar distintos tipos de financiamiento para el desarrollo.

Este informe también destaca áreas en las que la filantropía podría marcar una diferencia significativa al actuar allí donde parece que las personas tienen menos capacidad para donar.

Aprovechando los hallazgos de este informe, confío en que la filantropía puede seguir siendo una fuente de optimismo, conexión e innovación en tiempos de crisis, incertidumbre y cambio.



Jessie Krafft
Presidenta y CEO
CAF America

¿QUÉ SIGNIFICAN ESTOS RESULTADOS?

IMPLICANCIAS PARA LAS ORGANIZACIONES BENÉFICAS

Las personas donan porque quieren marcar una diferencia. Como muestra esta investigación, también desean saber cómo se utilizará su dinero y comprender el impacto que puede tener. La claridad y la transparencia sobre cómo se gastan las donaciones pueden generar confianza, junto con una narrativa clara sobre cómo ese apoyo está ayudando a cambiar vidas. También es importante explicar cómo los costos operativos —como salarios y gastos generales— son esenciales para lograr un impacto sostenible. La investigación demuestra que las personas responden a necesidades cercanas: las de su comunidad local, aquellas con las que se sienten identificadas a nivel global o las que están a la vista, como las crisis humanitarias en curso. Esto nos recuerda que los problemas de desarrollo lento y las crisis prolongadas a menudo tienden a pasar desapercibidos.

Las organizaciones benéficas que trabajan en estos temas podrían reflejarlo dando mayor inmediatez a sus relatos y conectando su labor con las experiencias personales y locales de los donantes, así como con sus preocupaciones sobre las generaciones futuras.

La investigación subraya la importancia de que las organizaciones benéficas internacionales construyan alianzas con las comunidades y transfieran la toma de decisiones al nivel local. Además de permitir un mayor impacto, esto también podría ayudar a generar confianza, ya que las personas tienden a confiar más en las organizaciones benéficas locales.

Me llamó la atención la diversidad de formas en que las personas donan en distintos países, y cómo puede existir una percepción de diferencia entre ser generoso y donar a organizaciones benéficas. Comprender el contexto local y religioso que hay detrás de esto podría ayudar a las organizaciones a involucrar a nuevos donantes potenciales, y los enfoques adaptados podrían contribuir a construir relaciones más sólidas y de mayor confianza con ellos.

Estas son ideas valiosas para que las organizaciones benéficas se conecten mejor con los donantes, enfatizen la transparencia y aborden tanto las necesidades inmediatas como las de largo plazo.

Estas estrategias son fundamentales para fomentar la confianza, fortalecer la resiliencia organizacional y garantizar un trabajo con impacto en comunidades de todo el mundo.



Ashling Cashmore

Directora de Impacto y
Asesoría
Charities Aid Foundation



APÉNDICE: PUNTAJE DE GENEROSIDAD



Países y territorios		Promedio de ingresos donado ¹
1	Nigeria	2.83%
2	Egipto	2.45%
3=	Ghana	2.19%
3=	China	2.19%
5	Kenia	2.13%
6	Uganda	2.04%
7=	EAU	1.92%
7=	Catar	1.92%
7=	India	1.92%
10	Malawi	1.80%
11	Turquía	1.77%
12	Vietnam	1.72%
13	Bangladesh	1.70%
14	Tanzania	1.69%
15=	Sierra Leona	1.67%
15=	Costa de Marfil	1.67%
17=	Sri Lanka	1.64%
17=	Pakistán	1.64%
19	Zambia	1.62%
20	Ruanda	1.56%
21	Indonesia	1.55%
22	Etiopía	1.51%
23	Botsuana	1.48%
24	Filipinas	1.46%
25	Argelia	1.43%
26	Honduras	1.38%
27	Camerún	1.37%

Países y territorios		Promedio de ingresos donado ¹
28	Sudáfrica	1.33%
29	Marruecos	1.32%
30	Kazajistán	1.21%
31=	Bosnia y Herzegovina	1.17%
31=	República Dominicana	1.17%
31=	El Salvador	1.17%
34	Arabia Saudita	1.13%
35=	Túnez	1.12%
35=	Zimbabue	1.12%
35=	Moldavia	1.12%
38=	Malasia	1.05%
38=	Angola	1.05%
40=	Taiwán	1.04%
40=	Namibia	1.04%
42	Montenegro	1.00%
43	Jordania	0.99%
44=	Hong Kong	0.98%
44=	Ucrania	0.98%
46=	EE.UU.	0.97%
46=	Singapur	0.97%
48	Brasil	0.93%
49=	Tailandia	0.91%
49=	Senegal	0.91%
51	México	0.89%
52=	Costa Rica	0.84%
52=	Colombia	0.84%
52=	Guatemala	0.84%

Países y territorios		Promedio de ingresos donado ¹
55=	Ecuador	0.81%
55=	Panamá	0.81%
57	Canadá	0.80%
58=	Corea del Sur	0.78%
58=	Perú	0.78%
60	Noruega	0.77%
61=	Bulgaria	0.76%
61=	Nueva Zelanda	0.76%
61=	Sudán	0.76%
64=	Mozambique	0.75%
64=	Reino Unido	0.75%
64=	Azerbaiyán	0.75%
67	Rumania	0.74%
68	Australia	0.73%
69	Bolivia	0.72%
70=	Serbia	0.70%
70=	Polonia	0.70%
72	Austria	0.69%
73=	Yemen	0.67%
73=	Irlanda	0.67%
75	Rusia	0.66%
76=	Lituania	0.65%
76=	Suiza	0.65%
78	Croacia	0.62%
79	España	0.61%
80=	Chile	0.60%
80=	Argentina	0.60%

Países y territorios		Promedio de ingresos donado ¹
80=	Grecia	0.60%
83	Uruguay	0.59%
84	Israel	0.58%
85	Países Bajos	0.57%
86=	Suecia	0.54%
86=	República Checa	0.54%
88	Nicaragua	0.52%
89=	Estonia	0.51%
89=	Eslovenia	0.51%
91=	Letonia	0.48%
91=	Italia	0.48%
91=	Eslovaquia	0.48%
94=	Dinamarca	0.47%
94=	Hungría	0.47%
96	Bélgica	0.46%
97=	Francia	0.45%
97=	Portugal	0.45%
99	Finlandia	0.40%
100	Alemania	0.39%
101	Japón	0.16%

¹ La tabla muestra la proporción promedio del ingreso disponible que dona cada persona en cada país. Incluye las donaciones realizadas a organizaciones benéficas, directamente a personas y familias necesitadas, y a organizaciones religiosas o con fines religiosos.

Para mayor información sobre la metodología, [haga click aquí](#)

Número de registro de organización caritativa 268369

W worldgivingreport.org

T 03000 123 000



CAF
Charities Aid Foundation