

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE ECONOMÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA



TESIS

**DETERMINANTES DE LAS INTENCIONES CARITATIVAS DE LOS
JÓVENES Y ADULTOS DE 18 A 40 AÑOS EN LA CIUDAD DE CUSCO;
TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO PLANIFICADO, AÑO 2023**

PRESENTADO POR:

Br. REYNALDO HUAMAN VALENZUELA

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL
DE ECONOMISTA**

ASESOR:

Mgtr. ERICK CHUQUITAPA ROJAS

CUSCO - PERÚ

2025



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

INFORME DE SIMILITUD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-321-2025-UNSAAC)

El que suscribe, el Asesor Frick Chuquitapa Rojas
 quien aplica el software de detección de similitud al
 trabajo de investigación/tesis titulada: Determinantes de las intenciones
caritativas de los jóvenes y adultos de 18 a 40 años
en la ciudad de Cusco; Teoría del comportamiento
planificado, año 2023

Presentado por: Reynaldo Human Valenzuela DNI N° 73299396 ;
 presentado por: DNI N°:
 Para optar el título Profesional/Grado Académico de Economista

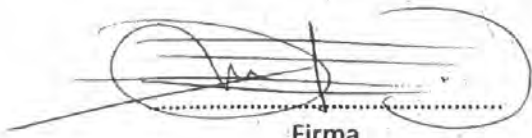
Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 2 veces, mediante el Software de Similitud, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso del Sistema Detección de Similitud en la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 9 %.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No sobrepasa el porcentaje aceptado de similitud.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las subsanaciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, conforme al reglamento, quien a su vez eleva el informe al Vicerrectorado de Investigación para que tome las acciones correspondientes; Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de Asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto las primeras páginas del reporte del Sistema de Detección de Similitud.

Cusco, 3 de febrero de 2026



Firma

Post firma Frick Chuquitapa Rojas
 Nro. de DNI 40859559

ORCID del Asesor 0000-0003-2635-1389

Handwritten notes:
 Vice Rector Vicerrectorado de Investigación
 Calle de la Institución
 7014 1329
 Tardes de Economía
 No Bo

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema de Detección de Similitud: **oid:** 27259*552670517

Tesis Reynaldo Huaman_02_26.docx

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::27259:552670517

Fecha de entrega

3 feb 2026, 7:49 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

3 feb 2026, 7:58 p.m. GMT-5

Nombre del archivo

Tesis Reynaldo Huaman_02_26.docx

Tamaño del archivo

780.2 KB

102 páginas

22.184 palabras

123.643 caracteres




9% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe


- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 7%  Fuentes de Internet
- 4%  Publicaciones
- 6%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alerta de integridad para revisión

-  **Caracteres reemplazados**
16 caracteres sospechosos en N.º de páginas
Las letras son intercambiadas por caracteres similares de otro alfabeto.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

DEDICATORIA

A los investigadores que sirven de cimiento en el progreso de las artes y ciencias, por ellos a quienes observar la realidad y aprender resulta reforzante. Un agradecimiento especial a B.F. Skinner quien es un pilar de la psicología científica hasta el día de hoy, él y su legado, me sirvieron de inspiración para investigar y seguir interesándome en la ciencia económica y la psicología como ciencia.

A las personas que me apoyaron, me dieron un pequeño empujón por más pequeño que fuese, pienso en que su contribución hizo posible terminar este viaje. Agradezco de manera especial a L.L.V.B. quien es la persona que, en un momento de mi vida allano el camino para que mi vida y esta investigación puedan ser las más gratificantes posibles.

Por último, a pesar de todo, deseo expresar mi satisfacción personal de tener esta vida. He llegado a la conclusión, al menos por ahora, de que la vida es una mezcla de suerte (variables dadas al nacer), variables ruido, que se dan a lo largo de la vida, que no permiten la total predicción de una vida (aunque tal vez ese ruido sea falta de datos, o que estos no están ordenados según una teoría o no existe una que indique que datos recoger) y de variables de las que se tienen conocimiento, de las cuales podemos intervenir hasta alcanzar, de ser posible, un máximo de nuestras posibilidades (analógicamente como la frontera de posibilidades de producción). Así es como pienso que, en esta vida yo he tenido más suerte que muchos, menos suerte que otros, probablemente simplemente nací en la media; pero si llego a alcanzar el máximo de mis posibilidades, controlando las variables de las que tengo conocimiento, puede que mi siguiente generación llegue con más suerte de la que yo vine al mundo, así como también pueda modificar las variables de las que tenga conocimiento, para que alcancen su máximo de posibilidades y contribuyan a un mundo mejor.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	1
RESUMEN	7
ABSTRACT	8
INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Planteamiento del Problema	1
1.2. Formulación del Problema de Investigación.....	3
1.2.1. Problema General	3
1.2.2. Problemas Específicos	3
1.3. Justificación del Problema de Investigación	3
1.4. Objetivos de la Investigación	6
1.4.1. Objetivo General	6
1.4.2. Objetivos Específicos	6
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	7
2.1. Antecedentes de la Investigación	7
2.1.1. Antecedentes Internacionales	7
2.2. Bases Teóricas.....	13
2.2.3. Teoría del Comportamiento Planificado	13
2.2.4. Economía conductual	21
2.2.5. Teorías de economía neoclásica	21
2.3. Hipótesis.....	27
2.3.3. Hipótesis General.....	27
2.3.4. Hipótesis Específicas	27
2.4. Variables.....	28
2.4.1. Operacionalización de Variables	28
CAPITULO III: DISEÑO METODOLÓGICO DE INVESTIGACIÓN	32
3.1. Tipo de Investigación.....	32
3.2. Diseño de Investigación	32
CAPITULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	37
4.1. Presentación de Resultados.....	37
4.1.1. Presentación de Resultados Demográficos	40
4.1.2. Presentación de Resultados del Modelo	47

DISCUSIONES	60
CONCLUSIONES	62
RECOMENDACIONES	63
Referencias bibliográficas	65
Anexos	73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de las variables	28
Tabla 2 Normalidad por curtosis y asimetría	35
Tabla 3 Resumen de constructos	38
Tabla 4 Resultados de la regresión múltiple de las variables demográficas y sociodemográficas sobre la intención de donar.....	48
Tabla 5 Valores de Inflación de la Varianza (VIF) de las variables demográficas y sociodemográficas	49
Tabla 6 Resultados de la regresión múltiple variables demográficas y sociodemográficas sobre la intención de donar excluyendo variables con colinealidad alta	49
Tabla 7 Valores de Inflación de la Varianza (VIF) para variables demográficas y sociodemográficas excluyendo variables con colinealidad alta.....	50
Tabla 8 Resultados de la regresión múltiple de las variables demográficas, sociodemográficas y de actitud hacia el comportamiento sobre la intención de donar	50
Tabla 9 Valores de Inflación de la Varianza (VIF) para variables demográficas, sociodemográficas y de actitud hacia el comportamiento sobre la intención de donar	51
Tabla 10 Resultados de la regresión múltiple de las variables demográficas, sociodemográficas, de actitud hacia el comportamiento y normas subjetivas sobre la intención de donar.....	51
Tabla 11 Valores de Inflación de la Varianza (VIF) para variables demográficas, sociodemográficas, de actitud hacia el comportamiento y normas subjetivas sobre la intención de donar.....	52
Tabla 12 Modelo final de regresión múltiple para predecir la intención de donar: variables sociodemográficas, actitud hacia el comportamiento, normas subjetivas y de control conductual percibido	53

Tabla 13 Valores de Inflación de la Varianza (VIF) para variables sociodemográficas, actitudinales, normativas y de control conductual percibido	54
Tabla 14 Resultados comparativos de los cuatro modelos de regresión múltiple jerárquica para predecir la intención de donar	54
Tabla 15 TPB en la comparación de modelos de donaciones benéficas	58

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 La teoría del comportamiento planificado	13
Figura 2 Las creencias como fundamento informativo de las intenciones y la conducta.....	18
Figura 3 El papel de los factores de fondo en la teoría del comportamiento planificado	19
Figura 4 Encuestados según distrito	40
Figura 5 Distribución según sexo	41
Figura 6 Distribución según número de hijos	42
Figura 7 Distribución según grado de instrucción	43
Figura 8 Distribución según número situación laboral	44
Figura 9 Distribución según ingresos mensuales	45
Figura 10 Resultado del modelo ampliado de la teoría del comportamiento planificado en las donaciones caritativas en la ciudad de Cusco	55

RESUMEN

Este estudio tiene como objetivo evaluar un modelo ampliado de donación caritativa y la intención de donar, basado en la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP). La novedad de esta investigación radica en incorporar factores socioeconómicos y demográficos además de explorar el tema de donaciones caritativas a organizaciones benéficas en la ciudad de Cusco y desagregando la actitud del donante en tres constructos específicos: actitud hacia la organización benéfica, actitud hacia ayudar y actitud hacia la donación, basándose en la investigación de Mittelman & Rojas Méndez (2018). Se realizó encuestas a 187 personas mediante un cuestionario en físico, mientras que 198 completaron la encuesta de manera virtual, lo que arroja un total de 385 observaciones. Mediante un análisis de regresión múltiple jerárquica, los resultados demuestran que, las variables del modelo extendido de Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) replicado en este estudio no predicen significativamente la intención de donar en comparación con los modelos existentes. Las únicas variables que resultaron significativas en la intención de donar fueron las normas morales y el control conductual percibido. Por el contrario, las demás variables no resultaron significativas. Al final del artículo, se presentan las implicaciones prácticas para la gestión de organizaciones caritativas.

Palabras clave: Teoría del Comportamiento Planificado, Donaciones, Comportamiento caritativo, Caridad, Organizaciones caritativas.

ABSTRACT

This study aims to evaluate an extended model of charitable giving and intention to donate, based on the Theory of Planned Behavior (TCP). The novelty of this research lies in incorporating socioeconomic and demographic factors in addition to exploring the topic of charitable giving to charities in the city of Cusco and disaggregating donor attitude into three specific constructs: attitude towards charity, attitude towards helping and attitude towards donating, based on the research of Mittelman & Rojas Méndez (2018). A total of 187 people were surveyed using a physical questionnaire, while 198 completed the survey virtually, yielding a total of 385 observations. Using hierarchical multiple regression analysis, the results show that, the variables of the extended Theory of Planned Behavior (TCP) model replicated in this study do not significantly predict the intention to donate compared to existing models. The only variables that were significant in the intention to donate were moral norms and perceived behavioral control. In contrast, the other variables were not significant. At the end of the article, practical implications for the management of charitable organizations are presented.

Key words: Theory of Planned Behavior, Donations, Charitable behavior, Charity, Charitable organizations.

INTRODUCCIÓN

Esta tesis aborda la cuestión de la caridad en personas de 18 a 40 años de la ciudad de Cusco. Esta es una cuestión económica importante, que concierne a explorar acerca de variables económicas y psicológicas que afectan el comportamiento caritativo; usando un enfoque de economía conductual. El uso de la economía conductual se ha vuelto cada vez más reconocido, un paso importante en este reconocimiento fue los estudios de la teoría de las perspectivas del Dr. Daniel Kahneman, el cual recibió el Premio Nobel de Economía en el año 2002, así como en el 2017 Richard H. Thaler por sus aportes a la Economía Conductual.

Asimismo, el uso de la teoría del comportamiento planificado (TPB) para estudiar el comportamiento económico en el contexto de caridad, fue usado en múltiples investigaciones en para estudiar el comportamiento caritativo (France et al., 2014; Okun & Sloane, 2002, Knowles et al., 2012; Pérez & Egea, 2019). Esta teoría considera variables desarrolladas por Ajzen para la toma de decisiones que son aplicables al comportamiento económico individual. Haciendo uso de esta teoría, el presente proyecto desea ampliar la base de conocimientos del comportamiento caritativo de las personas en la ciudad de Cusco.

Esta tesis espera ayudar a enfrentar los nuevos problemas de la economía, proporcionando resultados sobre la importancia de variables de la psicología social y la economía (variables sociodemográficas) para tratar de explicar la realidad.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema

Las organizaciones benéficas sin fines de lucro desempeñan un papel importante en la prestación de servicios y apoyo muy necesarios para las personas necesitadas de la sociedad, tanto a nivel local, como internacional (Cheung y Chan, 2000, como se citó en Knowles et al., 2012). Ayudar a las organizaciones benéficas puede tomar dos formas: voluntariado y donaciones monetarias. Los investigadores de todas las disciplinas están interesados en probar los determinantes demográficos y socioeconómicos de los comportamientos de donación (Bussell & Forbes, 2002; Portocarrero et al., 2004), así como determinar hasta qué punto otros factores como las características psicológicas pueden afectar la donación de dinero y/o tiempo (Aaker & Liu, 2011; Mittelman & Rojas Méndez, 2019). En este sentido la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) (Ajzen, 1991) se ha utilizado exitosamente en el contexto de las donaciones benéficas para predecir la intención de donar (Kashif & Run, 2015; Smith & McSweeney, 2007). Sin embargo, estudios previos han medido la actitud como un constructo unidimensional, a pesar de que existe evidencia teórica y práctica que respalda su naturaleza multidimensional (Mittelman & Rojas Méndez, 2018).

Para observar las donaciones a nivel mundial, Charities Aid Foundation (CAF) realiza reportes del comportamiento de caridad. Los reportes miden 3 variables: ayudar a un extranjero, donar dinero y donar tiempo a un voluntariado. Según el último reporte del 2019 que analiza el comportamiento caritativo durante los últimos 10 años, donde se observa que Estados Unidos es el país más generoso del mundo. Asimismo, 7 de los 10 países que más donan se encuentran entre los más ricos del mundo, sin embargo encontramos algunos que están clasificados como países de ingresos medios bajos (Charities Aid Foundation, 2019). UNICEF otra entidad importante a nivel mundial que trabaja en países en desarrollo, nos da a conocer que en medio de la pandemia, durante el año 2020, los ingresos que provienen del sector privado, Comités

Nacionales, donantes individuales, organizaciones no gubernamentales y fundaciones, aumentaron en un 34% desde 2020 hasta el 2021 (UNICEF, 2021).

La información sobre donantes en Latinoamérica es muy escasa, en esta región la recaudación de donaciones se encuentra menos desarrollada (Lastra et al., 2018). En nuestra región podemos observar el caso de las Aldeas Infantiles en Uruguay, esta organización cuenta con el apoyo del 2% de la PEA del país, es decir con 33 mil donantes anuales activos y recurrentes en el 2017 (Club de Fundraising, 2017). Asimismo, en Chile la Fundación TRASCENDER, realiza una Encuesta nacional de voluntariado y Solidaridad, por la cual sabemos que existe una cultura de donación, en el año 2021 según la encuesta realizada, el 55% de los encuestados afirmo haber donado dinero, tanto a personas de la calle, iglesias, ONGs, colectas o campañas, instituciones educativas o dando el vuelto en el supermercado (Fundación TRASCENDER, 2021).

En cuanto a nuestro país, según el último reporte de Charities Aid Foundation (2019), podemos observar que Perú se encuentra en el puesto 72, en cuanto a su índice de generosidad; y en cuanto a la donación a organizaciones benéficas, se encuentra en el puesto 91. Asimismo, Portocarrero et al. (2001) del Centro de investigaciones de la Universidad del Pacifico realizó una investigación acerca de las donaciones y el trabajo voluntario en 11 ciudades del Perú (Cusco fue una de ellas). En este estudio encontramos que el 51% de las personas realizaron donaciones, este porcentaje aumenta al 59% si se toma en cuenta a aquellas personas que donaron a organizaciones sociales (Portocarrero et al. 2001 como se citó en Portocarrero et al., 2004). En otra investigación realizada en Lima por Guerrero & Romero (2017) también encontramos algunas características resaltantes como: las personas donantes conocen a que se dedica la organización a la que se hizo la donación, gran parte de ellos fueron voluntarios en la organización, la mayoría incentiva a sus conocidos a donar, entre otras (Guerrero & Romero, 2017). En el contexto local, podemos observar que existe información escasa en el tema. Sin embargo, encontramos que las investigaciones que se enfocan a las donaciones en un contexto

de salud, donación de órganos y/o de sangre (Huamani & Peralta, 2012; Yopez & Olazabal, 2022), por lo cual se desea realizar una investigación enfocada a las donaciones monetarias, determinando variables sociodemográficas y psicológicas que afectan al comportamiento de donación.

1.2. Formulación del Problema de Investigación

1.2.1. *Problema General*

1. ¿Cómo afectan las variables de la Teoría del comportamiento planificado al comportamiento de donación de los jóvenes de 18 a 40 de la ciudad de Cusco?

1.2.2. *Problemas Específicos*

1. ¿De qué manera afectan las variables sociodemográficas al comportamiento de donación de los jóvenes de 18 a 40 de la ciudad de Cusco?
2. ¿En qué medida afecta la variable de actitud, conformado por la actitud hacia ayudar a los demás, la actitud hacia la caridad y la actitud hacia la donación, con las intenciones de donación de los jóvenes de 18 a 40 de la ciudad de Cusco?
3. ¿De qué forma afecta la variable norma subjetiva, conformado por las normas morales y las normas subjetivas, con las intenciones de donación de los jóvenes de 18 a 40 de la ciudad de Cusco?
4. ¿Qué impacto tiene la variable control conductual percibido, conformado por control conductual percibido y la experiencia pasada, con las intenciones de donación de los jóvenes de 18 a 40 de la ciudad de Cusco?

1.3. Justificación del Problema de Investigación

Comprender el comportamiento de los donantes hacia las organizaciones benéficas, es de gran importancia teórica y práctica para quienes diseñan las estrategias de marketing mediante las cuales pretenden atraer y mantener las donaciones. Las perspectivas teóricas de la psicología social son relevantes para la comprensión del comportamiento de los donantes, entre las que destacan la teoría de la acción razonada (TRA) y la teoría del comportamiento

planificado (TPB) (Ajzen, 1991). Estos dos modelos basados en la intención, en los que suponen que la intención de donar predice el comportamiento futuro, han sido un punto de referencia habitual para los estudios sobre donación en múltiples ámbitos (France et al., 2014; Okun & Sloane, 2002, Knowles et al., 2012; Pérez & Egea, 2019). La teoría del comportamiento planificado (TPB) es quizá la teoría más influyente para la predicción de comportamientos sociales y de salud (Rivis et al., 2009; Davies et al., 2002).

Las asociaciones sin fines de lucro, reciben ingresos de una gran cantidad de fuentes que incluyen donaciones voluntarias, subvenciones del gobierno, tarifas, ingresos por inversiones, alquileres y ventas de productos (Khanna et al., 1995). Las organizaciones benéficas tienen que depender más de los donantes individuales y menos del gobierno para su financiación. Comprender al donante individual y lo que lo motiva a contribuir a organizaciones benéficas es algo que ha sido de creciente interés para los especialistas en marketing sin fines de lucro (Ranganathan & Henley, 2008). Por lo tanto, es muy importante identificar las características de los donantes individuales que están asociadas con la tendencia a donar (Awan & Hameed, 2014).

En su mayoría las investigaciones se han centrado únicamente en el papel descriptivo de los factores demográficos y socioeconómicos para explicar el comportamiento caritativo (Bryant et al., 2003; Lee & Chang, 2007; Noor et al., 2015). Por ello el principal aporte de esta investigación será explorar, analizar y describir el comportamiento de donación de las personas de la ciudad de Cusco haciendo uso de un enfoque multidisciplinario (economía conductual); usando la teoría de comportamiento planificado (Ajzen, 2005) y factores socioeconómicos. Así, a partir de los resultados de esta investigación, se podrán generar mejoras en la toma de decisiones de las organizaciones sin fines de lucro, organizaciones no gubernamentales o iniciativas que busquen el bienestar de la sociedad; con la finalidad de generar mejores estrategias de marketing en la recaudación de fondos de personas naturales, así como también de satisfacer de mejor manera a los demandantes de los servicios para caridad. Esto a fin de ayudar a las organizaciones ya mencionadas, debido a que estas, cuanto más relacionado se

encuentren con empresas e instituciones gubernamentales estarán más expuestas a someterse a injerencias políticas y de mercado, por consiguiente esto se evitaría con una recepción de donaciones de personas naturales (Picas Contreras, 2006).

A nivel metodológico, esta investigación representa un avance significativo al combinar el rigor de la TPB con un análisis contextualizado de las particularidades socioeconómicas y culturales de Cusco. La identificación de tendencias, estrategias efectivas y el perfil del donante de la ciudad de Cusco permitirá construir una propuesta orientadora para las organizaciones benéficas, fortaleciendo su competitividad, promoviendo su sostenibilidad y maximizando el impacto social de sus intervenciones. Cabe destacar que el enfoque de adoptar la teoría del comportamiento planificado (TPB) y factores socioeconómicos, no solo mejorará y ampliará la literatura especializada, sino que además contribuirá al entendimiento del comportamiento humano en contextos económicos, enriqueciendo el sistema de conocimientos teóricos y fomentando futuras investigaciones en el campo de la economía conductual.

Sin embargo, es importante reconocer las limitaciones inherentes a este trabajo. En primer lugar, los hallazgos pueden no ser completamente generalizables a zonas rurales extremas del departamento del Cusco, debido a las particularidades del contexto urbano en el que se centra el estudio. En segundo lugar, la investigación se enfoca específicamente en donaciones monetarias, dejando de lado otras formas de contribución como el voluntariado. Finalmente, se deben considerar posibles sesgos en los datos, como el efecto de deseabilidad social en los auto reportes, así como las limitaciones en el acceso a información histórica sobre patrones de donación en la región.

Pese a estas limitaciones, el estudio representa un aporte sustancial tanto para el ámbito académico como para el sector no lucrativo. La integración de marcos teóricos psicológicos con análisis socioeconómicos contextualizados ofrece una perspectiva innovadora para comprender el comportamiento de donación en el Cusco, sentando las bases para futuras investigaciones en contextos similares y proporcionando herramientas concretas para mejorar la efectividad de las

estrategias de recaudación de fondos en la región. Los resultados obtenidos no solo beneficiarán a las organizaciones locales, sino que además contribuirán al desarrollo teórico en este campo de estudio, particularmente en lo que respecta a la aplicación de la TPB en economías emergentes y contextos culturales específicos.

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1. Objetivo General

1. Determinar el efecto de las variables de la Teoría del comportamiento planificado al comportamiento de donación de los jóvenes de 18 a 40 de la ciudad de Cusco.

1.4.2. Objetivos Específicos

1. Determinar el efecto de las variables sociodemográficas al comportamiento de donación de los jóvenes de 18 a 40 de la ciudad de Cusco.
2. Determinar el efecto de la actitud, conformado por la actitud hacia ayudar a los demás, la actitud hacia la caridad y la actitud hacia la donación, con las intenciones de donación de los jóvenes de 18 a 40 de la ciudad de Cusco.
3. Determinar el efecto de la norma subjetiva, conformado por las normas morales y las normas subjetivas, con las intenciones de donación de los jóvenes de 18 a 40 de la ciudad de Cusco.
4. Determinar el efecto del control conductual percibido, conformado por control conductual percibido y la experiencia pasada, con las intenciones de donación de los jóvenes de 18 a 40 de la ciudad de Cusco.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

2.1.1. *Antecedentes Internacionales*

En la investigación realizada por Kashif y Run (2015) sobre los determinantes de las intenciones de donación de dinero, se emplea la teoría comportamiento planificado (TPB) en el contexto de Pakistan; en donde el 5% del producto interno bruto se gasta en donaciones caritativas. El estudio se enfoca en los adultos más jóvenes porque su motivación e intención de donar dinero sigue siendo un área de investigación poco investigada. Haciendo uso de la TPB cuyas principales fortalezas del modelo radican en la identificación de los determinantes centrales del comportamiento y en la teorización de las creencias normativas, de control y conductuales. Se distribuyeron 250 cuestionarios entre los posibles encuestados, y 223 se recogieron y se consideraron aptos para el análisis de datos. El cuestionario basado en encuestas se basó en estudios realizados por Knowles et al. (2012) y Smith y McSweeney (2007). Debido a que las variables se han probado una y otra vez, se empleó sin realizar ningún cambio en la estructura y el contenido de la pregunta. Uno de los productos bien diferenciados de este estudio es la muestra de encuestados que no solo son estudiantes sino también donantes regulares. El cuestionario constaba de dos partes principales: los elementos TPB revisados y la demografía. La escala constaba de 39 ítems agrupados en siete dimensiones, que incluyen actitud, PBC, normas prescriptivas, normas descriptivas, normas morales, comportamiento pasado y comportamiento autoinformado. Se utilizó una escala tipo Likert de cinco puntos para medir todos los constructos con 1=totalmente en desacuerdo y 5=totalmente de acuerdo. Los investigadores concluyen que la actitud, el control conductual percibido, las normas descriptivas, las normas cautelares, se relacionan positivamente con las intenciones de donación de dinero. Los resultados también indican una fuerte relación entre las dimensiones TPB de actitud, normas subjetivas, comportamiento pasado y PBC en las intenciones de comportamiento entre los donantes en Pakistán. Todas las variables independientes provocan un cambio del 63% en las

intenciones de comportamiento entre los donantes musulmanes en Pakistán. (Kashif & Run, 2015 citando a Yuan et al., 2011)

En el estudio “Predictors of Young People’s Charitable Intentions to Donate Money: An Extended Theory of Planned Behavior Perspective” de Knowles et al. (2012) se desea comprender los determinantes de las decisiones de las personas de donar dinero a organizaciones benéficas. En este sentido se hace un intento de replicar y construir sobre investigaciones previas utilizando un modelo TPB extendido (que incorpora actitud, norma subjetiva, PBC, norma moral y comportamiento pasado). Este estudio se enfoca en adultos jóvenes en el rango de edad de 18 a 24 años actualmente representan el porcentaje más bajo de los donantes australianos, según la agencia de estadística australiana. Se encuestaron a 240 personas, 40 hombres, 170 mujeres de los cuales todos eran estudiantes universitarios, con edades comprendidas entre los 18 y los 24 años. Los resultados del estudio nos muestran que el 35,3% de los jóvenes habían donado de 1 a 2 veces, el 31,4% de 3 a 5 veces. Y que las razones por las que donaron con poca frecuencia o nada en absoluto, se debió a dificultades financieras. Asimismo, que las tres las razones más comunes para donar fueron porque la caridad tenía un significado personal para el donante, la confianza y creencia de los encuestados en los valores y puntos de vista de la organización benéfica y la caridad que beneficia a una población específica. El estudio examina la contribución de la actitud, la norma subjetiva, la PBC, la norma moral y el comportamiento pasado a la predicción de las intenciones de los jóvenes de donar dinero a organizaciones benéficas. El hallazgo clave final en el estudio actual se destaca por la aparición de una percepción de responsabilidad u obligación moral (norma moral) de donar que influye en las intenciones de donar dinero en el futuro. La principal limitación del presente estudio es la ausencia de una medida prospectiva del comportamiento de donación real.

Mittelman & Rojas Méndez (2018) en “Why Canadians give to charity: an extended theory of planned behaviour model Why Canadians give to charity: an extended theory of planned behaviour model” tienen como propósito probar un modelo ampliado de donaciones benéficas

basado en la Teoría del comportamiento Planificado. La novedad de esta investigación reside en desagregar la actitud general que un donante puede tener en tres constructos de actitud diferentes: actitud hacia una organización benéfica, actitud hacia la ayuda y actitud hacia la donación. Para probar el modelo extendido, se diseñó un cuestionario de ocho secciones para realizar una encuesta en línea. Todos los constructos se midieron utilizando preguntas de estilo Likert de 7 puntos. La intención de donar se midió utilizando la escala de 4 ítems de Ranganathan y Henley (2008). La Actitud hacia ayudar a los demás y la Actitud hacia la caridad se midieron utilizando las medidas de 4 ítems de Webb et al. (2000), respectivamente. La actitud hacia la donación se midió utilizando la medida de 8 ítems de Smith y McSweeney (2007). Así como la literatura existente sobre el TPB en donaciones benéficas, se basó en gran medida en Smith y McSweeney (2007), sus medidas de Normas morales (4 elementos), Normas subjetivas (3 elementos), Comportamiento pasado (5 elementos) y PBC (5-ítems) también se utilizaron. Se realizó una encuesta en línea, por medio de la plataforma Survey Monkey, de 202 posibles donantes caritativos canadienses. Mediante el uso de una regresión múltiple jerárquica, los resultados muestran que, en general, el modelo TPB extendido propuesto en este estudio es significativamente mejor que los encontrados en la investigación existente para predecir la intención de donar. Las influencias más fuertes sobre la intención de donar fueron el comportamiento pasado, las normas morales y el control conductual percibido. Se encontró que las normas subjetivas y la actitud hacia la organización caritativa no eran predictores significativos. Las implicaciones gerenciales también se presentan al final del documento.

2.1.2. Investigaciones Nacionales

En el año 2018, Lastra et al. llevaron a cabo una investigación en Lima, Perú, con el propósito de identificar el perfil de los donantes monetarios individuales que apoyan a ONGs enfocadas en la niñez. El estudio se basó en dos muestras: la primera, seleccionada por juicio, incluyó a tres especialistas con al menos cinco años de experiencia en cargos directivos en ONGs

dedicadas a la gestión de recursos económicos; la segunda se determinó mediante muestreo probabilístico, encuestando a 224 personas.

Los principales conclusiones fueron: (1) la situación de niños en pobreza extrema es el factor que genera mayor sensibilidad en los donantes; (2) la variable que más motiva a una persona natural a realizar una contribución monetaria es la vocación de servicio y el deseo de ayudar a otros; (3) el aspecto más valorado por una persona que realiza una donación monetaria es la causa social promovida por la institución; (4) existe una percepción negativa hacia las ONGs debido al mal manejo de fondos por parte de algunas organizaciones; (5) la frecuencia más común de donación es mensual; (6) el efectivo es el medio de pago más usado por una persona que realiza una contribución monetaria; (7) el contacto personal (cara a cara) es el método de comunicación más confiable para los donantes; y (8) el principal obstáculo para donar es la desconfianza hacia las ONGs.

Portocarrero et al. (2004) Realizan una investigación exploratoria y descriptiva para de los voluntarios y donantes en el Perú. En sus palabras indican:

“Reflexionar sobre el voluntariado y las donaciones, no sólo en el Perú sino en toda América Latina, implica ingresar a un territorio desconocido o, por lo menos, insuficientemente explorado desde el punto de vista académico...” (p.7)

La investigación se divide en 6 capítulos, de los cuales en los 2 primeros se examinan el trabajo voluntario y las donaciones que se realizan en el Perú, teniendo en cuenta algunas variables que pueden explicar el comportamiento de donación y de voluntariado. El tercer capítulo analiza el nexo entre los que hacen voluntariado y donan. El cuarto capítulo se encarga de indagar sobre las motivaciones y percepciones de las personas frente este tipo de comportamiento. El quinto capítulo examina la relación entre las practicas solidarias y comportamientos de ciudadanía. Al final se concluye con reflexiones que intentan identificar patrones de comportamiento de los voluntarios.

En el estudio realizado por Araki Naruse & Ramirez Odar (2018), los autores desean investigar acerca de los determinantes que llevan a una persona a donar dinero. Para el estudio utilizan una metodología experimental, usando economía del comportamiento. En este estudio realizan 6 experimentos con diferentes alumnos de diferentes semestres de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, escuela de economía. Esta investigación tiene como propósito dar a conocer mejores estrategias para las campañas de donación. También, se propone ofrecer un plan de desarrollo, para que el albergue pueda mejorar su obtención de ingresos. Los experimentos probaron el efecto de una foto y un recordatorio a la hora de donar. En el primer experimento Discurso y Foto en Sobre – Primer Ciclo. En el segundo experimento Discurso y Foto En Sobre - Quinto Ciclo. En el tercer experimento Discurso y Foto en Sobre - Noveno Ciclo. En el Cuarto experimento Recordatorio y Sobre – Segundo Ciclo. En el quinto Recordatorio y Sobre - Sexto Ciclo. Y en el sexto experimento Recordatorio y Sobre - Décimo Ciclo. El recordatorio se centró en reconocer y agradecer a los sujetos por su valiosa colaboración previa, para posteriormente seguir solicitando su apoyo, esto mediante un discurso motivacional que trata de conmovir y convencer a los chicos para lograr su donación y ayuda. La mejor estrategia que se puede concluir a través de los experimentos realizados, es que el experimento del recordatorio obtuvo mejores resultados en cuanto a alcance. Sin embargo, el experimento del discurso con foto obtuvo mejor monto de recaudación. Se recomienda investigar la existencia de otros estímulos mejoren la eficiencia en la donación y otras situaciones de racionalidad limitada.

2.1.3. Investigaciones Locales

En la tesis realizada por Yopez & Olazabal (2022) se investiga cuáles son los factores demográficos, socioculturales y psicológicos relacionados a la donación de sangre en los estudiantes de la Escuela Profesional de Enfermería UNSAAC, el diseño de esta investigación es descriptivo y transversal. La muestra presentada es de 322 estudiantes, la información se recolecta a través de cuestionarios. En esta investigación, los resultados revelaron que el 64%

de los encuestados no mostraron disposición de donación, mientras que el 36% restante sí manifestó intención de hacerlo. Asimismo, se identificó una relación significativa entre la edad y la disposición a donar: el 56,9% de los estudiantes dispuestos a donar se encuentra en el rango de 20 a 25 años. Respecto al género, el 91,4% de los participantes con disposición a donar son mujeres, y el 93,1% provienen de zonas urbanas. En cuanto a las variables sociales, el 94% de los estudiantes dispuestos a donar lo harían por compromiso social, el 94,8% por reconocimiento social y el 51,7% por retribución económica. Respecto a los factores culturales de las personas con disposición donar, se observó que el 79,3% no cree que donar sangre provoque anemia, el 92,2% descarta la creencia de que pueda alterar el peso corporal, y el 69% no considera que afecte la visión. En lo que respecta a la temática religiosa, el 79,3% de los donantes potenciales se identifica como católico y el 53,4% posee un conocimiento medio sobre el tema. Finalmente, en las variables psicológicas se encontró que el 73,3% de los estudiantes dispuestos a donar no reportaron experiencias negativas previas, mientras que el 81,9% tampoco mencionó experiencias positivas. Sin embargo, el 88,8% expresó temor hacia el procedimiento y el 100% manifestó preocupación por el riesgo de contagio de enfermedades.

En la tesis "Factores sociopersonales relacionados con la actitud frente a la donación de órganos de los estudiantes de las carreras profesionales de ciencias de la salud UNSAAC - 2012" realizada por Huamani y Peralta (2012) se intenta abordar la problemática de donación de órganos teniendo como población los alumnos de las carreras de Ciencias de la Salud en el semestre 2012-I, el objetivo de esta investigación radica en "Relacionar los factores sociopersonales con la actitud frente a la donación de órganos de los estudiantes de las Carreras Profesionales de Ciencias de la Salud UNSAAC- 2012"

Se realiza una investigación de tipo descriptivo-correlacional, transversal y prospectivo, teniendo como instrumentos de recolección de datos, cuestionarios. Los resultados de esta investigación nos indican que, aunque no existe diferencias significativas en la muestra en cuanto a estar "de acuerdo", "desacuerdo" e "indeciso", podemos encontrar diferencias de actitud

cuando se observa los datos por carrera profesional. Asimismo, existen factores sociopersonales que no ejercen influencia significativa en la actitud hacia la donación de órganos, entre los cuales se tiene: el sexo y la religión. Asimismo, existen factores que, si son influyentes en la donación de órganos, que son la edad, el lugar de procedencia.

2.2. Bases Teóricas

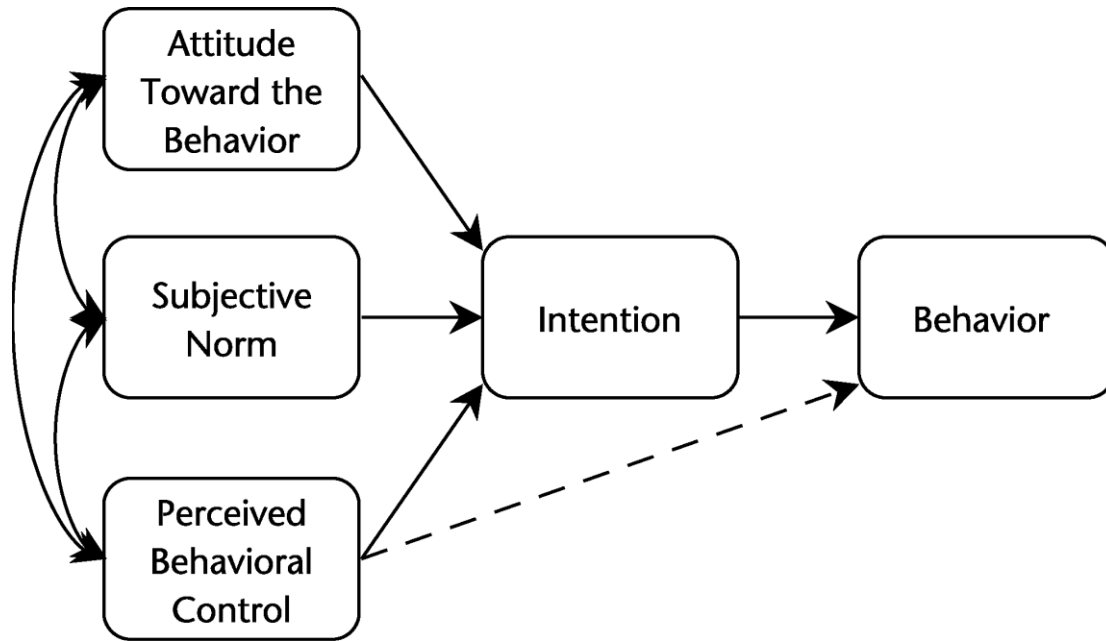
2.2.3. Teoría del Comportamiento Planificado

Específicamente, la TPB ha sido aplicada para predecir las intenciones de los posibles donantes en una variedad de actividades prosociales, como voluntariado, donación de sangre, donación de órganos y donación de médula ósea. Sin embargo, pocos estudios han examinado el TPB en las donaciones benéficas (Mittelman & Rojas Méndez, 2018). Un factor central en la teoría de la conducta planificada es la intención del individuo de realizar una determinada conducta (Ajzen, 1991).

De acuerdo con Ajzen (2005), la Teoría del Comportamiento Planificado establece que las intenciones y comportamientos son el resultado de tres determinantes fundamentales: uno de naturaleza personal, otro relacionado con la influencia social y un tercero vinculado al control percibido. La teoría plantea que la relevancia de la actitud hacia el comportamiento, la norma subjetiva y el control conductual percibido depende, en cierta medida, del tipo de intención que se examine. En algunos casos, uno o dos de estos factores pueden ser suficientes para explicar la intención, mientras que en otros, los tres desempeñan un papel determinante. Además, los pesos relativos de estos factores pueden variar según las características individuales o el contexto poblacional específico

Figura 1

La teoría del comportamiento planificado



Nota. Adaptado de Attitudes, Personality & Behavior (p. 118), I. Ajzen, 2005, Open University Press.

2.2.3.1. Actitud Hacia el Comportamiento

La actitud hacia el comportamiento está determinada por la evaluación de la persona de los resultados asociados con el comportamiento y por la fuerza de estas asociaciones (Ajzen, 2005). Según literatura existente en marketing es importante diferenciar entre las actitudes hacia ayudar a otros y las actitudes hacia las organizaciones benéficas. Aunque algunos estudios también examinan las actitudes hacia las donaciones caritativas. (Smith y McSweeney 2007; Mittelman & Rojas Méndez 2018; Kashif y De Run, 2015)

Fishbein & Icek, (1975) sugieren sobre las actitudes que tanto la actitud hacia el acto, como la actitud hacia el objeto, son predictores importantes del comportamiento. Esto destaca la necesidad de diferenciar conceptual y empíricamente entre: Las actitudes hacia ayudar a otros (ATHO) y Las actitudes hacia las organizaciones benéficas específicas (ATC). Esta distinción resulta particularmente relevante en el contexto de las donaciones caritativas, donde ambos tipos de actitudes pueden influir de manera independiente en la decisión de donar (Webb et al., 2000). Por otro lado, Smith y McSweeney (2007) desarrollaron una escala unidimensional de 8 ítems

(tipo diferencial semántico) para medir específicamente la Actitud hacia la Donación (ATD), la cual demostró una consistencia interna excelente ($\alpha = .93$), lo que sugiere que este instrumento psicométrico mide efectivamente el constructo actitudinal con elevada precisión.

Se puede ver que, en términos generales, una persona que cree que llevar a cabo una determinada conducta conducirá a resultados en su mayoría positivos tendrá una actitud favorable hacia la realización de la conducta, mientras que una persona que cree que realizar la conducta conducirá a resultados en su mayoría negativos mantendrá una actitud desfavorable (Ajzen, 2005). En otras palabras, una actitud positiva promueve los esfuerzos para realizar el comportamiento, mientras que las actitudes negativas suprimen el comportamiento (Ajzen, 1991).

Estudios previos han mostrado confirman la aplicabilidad de la Teoría del Comportamiento Planificado al comportamiento prosocial. Por ejemplo, los investigadores encontraron que las actitudes, normas sociales y control conductual, son importantes para predecir la donación de sangre (France et al., 2014), la inscripción de voluntarios entre estudiantes universitarios (Okun & Sloane, 2002) y la donación de órganos (Mayrhofer-Reinhartshuber et al., 2006). Asimismo, predictor de donaciones monetarias (Knowles et al., 2012; Pérez & Egea, 2019).

2.2.3.2. Norma Subjetiva

La Norma subjetiva se refiere a la presión social percibida para realizar o no realizar la conducta (Ajzen, 1991). De acuerdo a la teoría de comportamiento planificado las normas subjetivas se basan en el tipo de creencias de una persona respecto a si individuos o grupos específicos aprueban o desaprueban la realización de una determinada conducta, así como en la percepción de la posible participación de dichos referentes sociales en esa acción. Para muchos comportamientos, los referentes importantes incluyen a los padres, el cónyuge, los amigos cercanos, los compañeros de trabajo y, dependiendo del comportamiento involucrado, tal vez expertos como médicos o contadores fiscales. Las normas subjetivas se pueden evaluar

de manera directa pidiendo a los encuestados que juzguen qué tan probable es que la mayoría de las personas que son importantes para ellos aprueben que realicen un comportamiento determinado (Ajzen, 2005).

2.2.3.3. Norma moral

Las normas morales, denominadas obligaciones morales o normas personales, son teóricamente diferentes de las normas subjetivas y revelan sentimientos sobre la responsabilidad personal o el deber de realizar un determinado comportamiento porque es justo o incorrecto de forma inherente, independientemente de las consecuencias personales o sociales (Manstead 2000, citado en Mittelman & Rojas Méndez, 2018). Se esperaría que tales obligaciones morales influyeran en las intenciones, de forma paralela con las actitudes, las normas subjetivas y las percepciones de control conductual (Ajzen, 1991)

2.2.3.4. Control Conductual Percibido

El control conductual percibido se refiere a la facilidad o dificultad percibida para realizar el comportamiento y se supone que refleja la experiencia pasada, así como los impedimentos y obstáculos anticipados (Ajzen, 1991). El control conductual percibido se considera una función de las creencias relacionadas con la presencia o ausencia de factores que facilitan o dificultan la realización de una determinada conducta. Estas creencias pueden derivar de experiencias previas, pero también se ven influenciadas por información indirecta, como observaciones de experiencias de conocidos y amigos, así como por otros elementos que afectan la percepción de dificultad para llevar a cabo el comportamiento. En este sentido, cuanto mayor sea la percepción de los individuos sobre los recursos y oportunidades disponibles, y menor sea la anticipación de obstáculos o barreras, mayor será su control percibido sobre la conducta en cuestión. Es posible obtener una medida directa del control conductual percibido preguntando a las personas si creen que son capaces de realizar un comportamiento de interés, si creen que hacerlo está completamente bajo su control, etc. (Ajzen, 2005).

2.2.3.5. Comportamiento pasado

Con frecuencia se sostiene que el comportamiento pasado constituye un indicador confiable para anticipar el comportamiento futuro. Cuanto más frecuentemente se haya realizado un comportamiento en el pasado, más probable es que se vuelva a realizar. En otras palabras, si se sabe que una persona ha mostrado una tendencia a realizar un determinado comportamiento, podemos suponer que, salvo acontecimientos imprevistos, la tendencia continuará (Ajzen, 2005).

Aunque no se incluyó en la TPB original, el papel del comportamiento pasado ha atraído una atención considerable en el estudio del comportamiento planificado y se ha utilizado en numerosos modelos ampliados. En los estudios revisados sobre la TPB en las donaciones caritativas, se ha postulado que el comportamiento pasado es un predictor importante e independiente de la intención conductual de donar (Smith y McSweeney 2007; Mittelman & Rojas Méndez 2018; van der Linden 2011). Existe suficiente apoyo teórico para incluir el comportamiento pasado en un estudio de la TPB, ya que puede explicar una parte sustancial de la varianza en las donaciones caritativas.

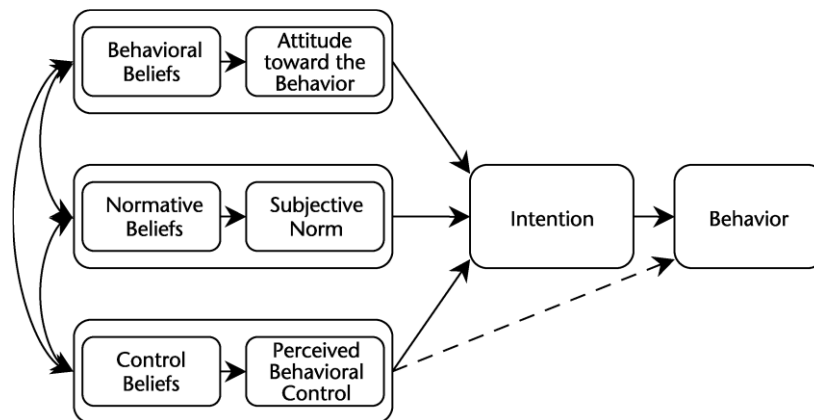
2.2.3.6. La Base Informativa del Comportamiento

Sin embargo, según Ajzen (2005) para una comprensión más completa es necesario analizar por qué las personas tienen ciertas actitudes, normas subjetivas y percepciones de control sobre un comportamiento. En el capítulo 2 se muestra como la evaluación de cualquier objeto sigue razonablemente de las creencias que se tiene del objeto. Ahora bien, la actitud hacia el comportamiento, las normas y el control percibido, están en función de las creencias; cada una de estas variables tiene sus creencias. La actitud hacia el comportamiento está determinada por la valoración que realiza una persona acerca de los resultados vinculados con dicho comportamiento y por la intensidad de estas asociaciones. Las normas subjetivas se fundamentan en las creencias de la persona sobre la aprobación o desaprobación de individuos o grupos específicos sobre la ejecución del comportamiento, o si estas mismas figuras sociales

se participan en dicha conducta. Finalmente, las creencias relacionadas con el control percibido se basan en la existencia o ausencia de factores que faciliten o dificulten la ejecución de la conducta.

Figura 2

Las creencias como fundamento informativo de las intenciones y la conducta



Nota. Adaptado de Attitudes, Personality & Behavior (p. 126), I. Ajzen, 2005, Open University Press.

2.2.3.7. Factores de Fondo

De acuerdo con la teoría del comportamiento planificado, los principales determinantes de las intenciones y el comportamiento se derivan razonablemente de, y pueden entenderse en términos de, creencias conductuales, normativas y de control. Pero una multitud de variables pueden estar relacionadas con las creencias de las personas o influir en ellas: edad, género, etnia, nivel socioeconómico, educación, nacionalidad, afiliación religiosa, personalidad, estado de ánimo, emociones, actitudes y valores generales, inteligencia, pertenencia a un grupo, pasado experiencias, exposición a la información, apoyo social, habilidades de afrontamiento, etc. (Ajzen, 2005).

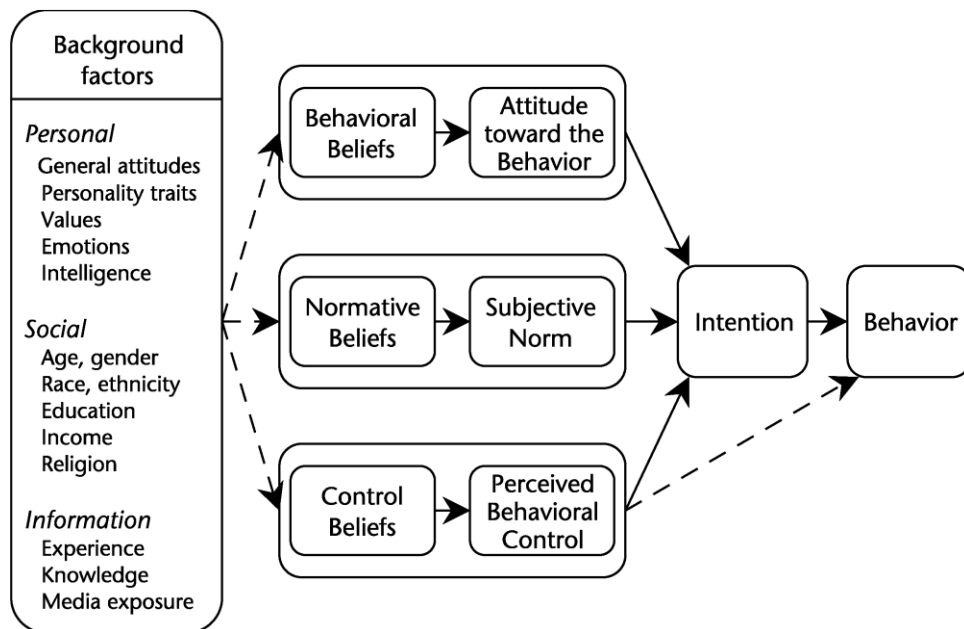
Claramente, los individuos que se desarrollan en contextos sociales diversos pueden obtener información variada sobre múltiples temas. Dicha información constituye el fundamento de sus creencias respecto a las consecuencias de un comportamiento, sobre las expectativas

normativas de otras personas importantes y sobre los obstáculos que pueden impedirles de realizar una conducta. De manera similar, los hombres pueden tener experiencias que difieren de manera importante de las experiencias de las mujeres, las personas mayores adquieren información que difiere de la información entre las personas más jóvenes y los estados de ánimo temporales pueden influir en la forma en que percibimos las cosas. Por lo tanto, todos estos factores pueden afectar nuestras creencias conductuales, normativas y de control y, como resultado, influir en nuestras intenciones y acciones (Ajzen, 2005).

Las diferencias individuales, tales como, por ejemplo: características demográficas y rasgos de personalidad, pueden afectar no solo las experiencias vividas por las personas y las fuentes de información a las que tienen acceso, sino también la manera en que interpretan y recuerdan dicha información. En consecuencia, es probable que los individuos de diferentes entornos sociales o con diferentes rasgos de personalidad difieran en las creencias que tienen (Ajzen & Fishbein, 2010).

Figura 3

El papel de los factores de fondo en la teoría del comportamiento planificado



Nota. Adaptado de Attitudes, Personality & Behavior (p. 135), I. Ajzen, 2005, Open University Press.

2.2.3.7.1. Variables sociodemográficas

Según (Nakamura et al., 2025) es importante comprender cómo varía la participación en las donaciones benéficas entre los distintos países y grupos sociodemográficos. Es importante evaluar específicamente a los grupos demográficos por varias razones, entre ellas 1) las implicaciones políticas (es decir, muchas intervenciones, decisiones de financiación y políticas se toman en función de datos demográficos y no de perfiles psicológicos, lo que puede hacer que el análisis demográfico sea más útil para informar los programas sociales y las iniciativas caritativas); 2) su consistencia entre países, que puede ser mayor que la de los factores psicológicos; y 3) porque sirven como marcadores (y recordatorios para tener en cuenta) de factores sistémicos y estructurales de la sociedad que pueden limitar o promover los comportamientos prosociales (por ejemplo, los datos demográficos ayudan a identificar patrones generales de desigualdad, privilegios y limitaciones estructurales que influyen en los comportamientos prosociales), entre otras razones. Las donaciones caritativas y la ayuda son formas conceptualmente y prácticamente diferentes de participar en la prosocialidad y pueden distribuirse de manera diferente entre los grupos sociales y los países en función de las normas sociales y culturales.

2.2.3.7.2. Variable ingreso

Según un análisis sintetizado por Su & Wan, (2018) existe una la relación relativamente plana entre los ingresos y el porcentaje donado a organizaciones benéficas. Esta relación ha motivado diversos estudios. Por ejemplo, indica que se estima que la elasticidad de los ingresos con respecto a las donaciones benéficas oscila entre 0,40 y 0,87 en Estados Unidos y entre 0,19 y 0,32 en los Países Bajos, pero los resultados de los estudios experimentales son contradictorios. La relación entre los ingresos y el porcentaje donado a organizaciones benéficas

ha atraído la atención de muchos estudiosos, pero no hay acuerdo sobre el mecanismo que subyace a las decisiones de donación de los donantes.

2.2.4. Economía conductual

También conocida como psicología económica o economía conductual, esta disciplina se enfoca en el análisis del comportamiento económico, incluyendo las variables que influyen en la toma de decisiones económicas a nivel individual y colectivo, así como la manera en que las personas interpretan el mundo económico y sus cambios. Su objeto de estudio abarca el comportamiento económico en diversos contextos, considerando sus manifestaciones individuales, grupales y colectivas, así como sus componentes interactivos, simbólicos y estructurales. Esto implica examinar las variables relacionadas con la motivación, las actitudes y los procesos de decisión de consumidores y productores, así como los procesos de elección de los actores clave en quienes recae el poder económico. Otro tema especialmente interesante para la psicología económica es el del conflicto y los procesos cooperativos en la sociedad en torno a la asignación de recursos (Denegri, 2010).

Contemporáneamente a la Economía del Comportamiento surgió la Economía Experimental. La Economía Experimental es una herramienta (un método de trabajo) de la Economía del Comportamiento, que tiene como objetivo el desarrollo de modelos teóricos del comportamiento humano en ámbitos económicos y sus consecuencias para el funcionamiento de los mercados y las instituciones (Brañas Garza & Paz Espinosa, 2011).

La interdisciplinariedad entre la economía y la psicología se puede interpretar como las oportunidades de cooperación derivadas del intercambio de conocimientos, técnicas y métodos que cada disciplina puede aportar a la otra, considerando la convergencia de intereses comunes (Billón Currás, 2002).

2.2.5. Teorías de economía neoclásica

2.2.5.1. El modelo estándar

Según Correa & Yildirim (2013) en el modelo estándar existe un conjunto de individuos $N = \{1, \dots, n\}$. Cada individuo i asigna su riqueza $w_i > 0$ entre consumo de un bien privado $x_i \geq 0$ y una contribución al bien público o caridad $g_i \geq 0$. Las unidades están normalizadas de modo que $x_i + g_i = w_i$.

Definiendo G como la suma de las contribuciones, es decir, $G = \text{suma de } g_i \text{ para } i \text{ en } N$, G representa la provisión total del bien público. La preferencia del individuo i se representa mediante la función de utilidad $u_i(x_i, G)$, que es estrictamente creciente, estrictamente cuasiconvexa y dos veces diferenciable.

La demanda marshalliana del individuo i por el bien público, denotada por $f_i(w_i)$, satisface la condición de normalidad estricta: $0 < f_i(w_i) \leq \theta < 1$ para algún parámetro θ .

Las contribuciones de equilibrio $\{g_1^*, \dots, g_n^*\}$ se realizan simultáneamente (sin observar a los demás). Bajo la condición de normalidad estricta existe un único equilibrio de Nash.

Además, asumimos que $f_i(0) = 0$ para todo i , de modo que $G^* > 0$.

2.2.5.2. El modelo del altruismo puro

Se dice que el altruismo se considera el principal aspecto que conduce al comportamiento caritativo individual. El altruismo puro (Andreoni, 1989; Bergstrom et al., 1986) supone que el producto final de las organizaciones benéficas es un bien público que entra en la función de utilidad de un individuo.

$$u_i = u(x_i, G)$$

Donde G es la producción de las organizaciones benéficas, que es $G = \sum_{j=1}^n g_j$ en una comunidad de n individuos, incluyendo i . El modelo se denomina altruismo puro porque el individuo i obtiene utilidad de G , que es el consumo de los demás. En este modelo, la donación del individuo i contribuye a G y aumenta su utilidad. El individuo, por lo tanto, tiene que asignar

su renta m a las dos partidas de consumo x_i y g_i de forma que maximice su utilidad. El modelo puede presentarse como:

$$\max u_i = u(x_i, G), \text{ donde } G = \sum_{j=1}^n g_j$$

$$\text{sujeto a: } px_i + g_i \leq m,$$

donde p es el vector de precios de los bienes de consumo x_i .

2.2.5.3. Los modelos de altruismo impuro

El modelo se denomina altruismo impuro porque el individuo i obtiene utilidad tanto de G , que es el consumo de los demás, como de g_i , que representa las donaciones privadas que generan utilidad a través del warm-glow, la donación conspicua y la reciprocidad (Andreoni, 1989).

2.2.5.3.1. El modelo Warm-Glow Giving.

La función de utilidad en el modelo Warm-Glow Giving (Andreoni, 1989 como se citó en Nguyen, 2015) se representa como:

$$u_i = u(x_i, G, g_i)$$

El modelo de donación cálida incluye factores altruistas y egoístas. El término de consumo propio, x_i , es típico en las funciones de utilidad convencionales. En este modelo, sin embargo, además del componente altruista G (la cantidad total donada por todos los individuos), la donación propia del individuo g_i también aparece en la función de utilidad. Esto indica que el individuo obtiene utilidad no sólo del bienestar de los demás, sino también del acto de dar en sí mismo, un fenómeno conocido como warm-glow, que puede incluir motivos como la satisfacción personal, el reconocimiento social (donación conspicua) o las expectativas de reciprocidad.

2.2.5.3.2. El modelo de donación conspicua.

El modelo de donación conspicua fue propuesto por Glazer y Konrad (1996). En este modelo, la función de utilidad es formalmente la misma que en el modelo de la donación

ostentosa. Sin embargo, el mecanismo subyacente a través del cual los individuos obtienen utilidad es diferente.

La diferencia clave entre los dos modelos radica en la motivación de la donación privada gi . En el modelo del “Warm-Glow”, los individuos obtienen utilidad simplemente del acto de donar en sí, que puede estar arraigado en el desinterés o en un sentido de responsabilidad social. En cambio, la donación ostentosa está motivada por el prestigio: el donante busca reconocimiento. Un donante ostentoso no dona por puro altruismo, sino para mejorar su reputación, demostrar su riqueza o elevar su estatus social dentro de la comunidad.

En consecuencia, es poco probable que un donante conspicuo done de forma anónima, ya que la visibilidad es esencial para obtener la utilidad asociada a su donación.

2.2.5.3.3. El modelo de reciprocidad.

Partiendo del modelo del altruismo, (Kolm ,2000 como se citó en Nguyen, 2015) propuso el modelo de reciprocidad para explicar el comportamiento de donación en situaciones en las que los individuos dan a otros y reciben de ellos.

En el caso de que un individuo dé a otro a la vez que recibe a cambio, la función de utilidad del altruismo puro se modifica de la siguiente manera:

$$u_i = u(X_i - g_{ij} + g_{ji}, X_j + g_{ij} - g_{ji})$$

donde:

g_{ij} es la cantidad entregada por el individuo i al individuo j ,

g_{ji} es la cantidad recibida por el individuo i del individuo j .

Este modelo puede ampliarse para incluir explícitamente el acto de dar y recibir en la función de utilidad:

$$u_i = u(X_i - g_{ij} + g_{ji}, X_j + g_{ij} - g_{ji}, g_{ij}, g_{ji}).$$

El modelo asume que el donante obtiene utilidad no sólo del cambio en el consumo (tanto para el donante como para el receptor, como en el altruismo), sino también del acto de donar (g_{ij}) y de la cantidad recibida (g_{ji}).

La distinción clave entre los modelos de altruismo y reciprocidad radica en la presencia de donaciones bilaterales (*gij* y *gji*). Su inclusión refleja preferencias por la justicia, el aprecio mutuo y, posiblemente, el equilibrio social. Este modelo capta escenarios en los que los individuos están motivados para dar porque esperan o valoran la reciprocidad.

2.2.5.4. La Caridad como Bien Público: Fundamentos Teóricos

La caridad, desde la perspectiva económica, puede entenderse como un mecanismo de provisión voluntaria de bienes públicos, dado que muchos de sus beneficios cumplen con las características de no rivalidad y no exclusividad (Samuelson, 1954). Sin embargo, a diferencia de los bienes públicos puros provistos por el Estado (como la defensa nacional), la caridad enfrenta el problema del free-riding (Olson, 1965), donde individuos se benefician de las donaciones de otros sin contribuir.

Autores como James M. Buchanan (1999) argumentan que, bajo ciertas condiciones, la cooperación voluntaria (como las donaciones privadas) puede suplir fallos de mercado sin necesidad de coerción estatal. En su teoría del voluntary exchange, Buchanan sostiene que los donantes actúan movidos por un intercambio implícito: obtienen utilidad personal (reconocimiento, satisfacción moral) a cambio de su aporte, internalizando así externalidades positivas.

No obstante, la provisión voluntaria de bienes públicos mediante caridad suele ser subóptima (Andreoni, 1989), ya que los individuos tienden a contribuir menos de lo socialmente deseable. Esto explica por qué muchas organizaciones filantrópicas recurren a incentivos selectivos (Olson, 1965), como deducciones fiscales o reconocimiento público, para mitigar el free-riding.

2.2.5.4.1. Racionalidad Limitada y Heurísticas en las Decisiones de Donación.

La teoría del “hombre económico” supone que las personas tienen conocimiento de los aspectos relevantes de su entorno, que, si no es absolutamente completo, al menos es impresionantemente claro y voluminoso. También se asume que tiene un sistema de preferencias

bien organizado y estable, y una habilidad de cálculo que le permite determinar, entre los cursos de acción alternativos disponibles, cuál le permitirá alcanzar el punto más alto en su escala de preferencias. En contraste, investigaciones demuestran que las decisiones están influenciadas por sesgos cognitivos que surgen del uso de heurísticas (Simon, 1955; Tversky & Kahneman, 1974).

En caridad se ha encontrado algunos sesgos que pueden tener efectos en las personas a la hora de donar:

2.2.5.4.2. Efecto de desperdicio/gastos generales.

Puede ser difícil evaluar cuánto bienestar hará una donación de cierta cantidad de dinero, mientras que es más fácil evaluar factores más simples (Hsee, 1996). Uno de estos factores al que las personas tienden a prestar más atención es la proporción de dinero que una organización benéfica gasta en gastos generales.

2.2.5.4.3. Víctima identificable/framing effect.

La gente reacciona de forma diferente ante las víctimas identificables que ante las víctimas estadísticas que aún no han sido identificadas. Las víctimas concretas de desgracias suelen atraer una atención y unos recursos extraordinarios. Pero a menudo es difícil llamar la atención o recaudar fondos para intervenciones que eviten que las personas se conviertan en víctimas en primer lugar (Small & Loewenstein, 2003). Según Baron & Szymanska (2011) se trata de un efecto de encuadre (*framing effect*), donde las decisiones se ven influidas por la forma en que se presenta la información, manteniendo la realidad constante.

2.2.5.4.4. Efecto de los costes del pasado.

Baron y Szymanska (2011) demostraron que las personas están menos dispuestas a donar cuando se les presentan los costes pasados de una organización benéfica. Según sus resultados las personas si las personas tuvieran 2 opciones: una organización benéfica que antes era más eficaz y una organización benéfica que antes era menos eficaz, aun si ambas

organizaciones benéficas fueran igual de eficaces en este momento; los participantes destinaban más a la organización benéfica que antes era más eficaz.

2.2.5.4.5. Efecto nacionalismo/ingrupo.

Baron y Szymanska (2011) es el efecto del parroquialismo, que definieron como «un tipo de sesgo intragrupal en el que las personas ponderan más el bienestar de su propio grupo que el de los extraños», lo que suele provocar que actúen de forma que se beneficien a sí mismos en detrimento de los demás.

2.3. Hipótesis

2.3.3. Hipótesis General

1. Las variables de la Teoría del comportamiento planificado influyen significativamente en la intención de donar.

2.3.4. Hipótesis Específicas

1. La edad influye significativamente en la intención de donar.
2. El sexo influye significativamente en la intención de donar.
3. El nivel de ingreso influye significativamente en la intención de donar.
4. El grado de instrucción influye significativamente en la intención de donar.
5. La situación laboral influye significativamente en la intención de donar.
6. La religión influye significativamente en la intención de donar.
7. La actitud hacia ayudar a los demás influye positivamente en la intención de donar.
8. La actitud hacia la caridad influye positivamente en la intención de donar.
9. La actitud hacia la donación influye positivamente en la intención de donar.
10. Las normas morales influyen positivamente en la intención de donar.
11. Las normas subjetivas influyen positivamente en la intención de donar.
12. El control conductual percibido influye positivamente en la intención de donar.
13. La experiencia pasada influye positivamente en la intención de donar.

2.4. Variables

2.4.1. Operacionalización de Variables

Tabla 1 Operacionalización de las variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Definición Conceptual	Indicadores
Intención de donación	Acto que se da por elección en el que una persona da algo que favorece a otra (Castán, 1998 citado en Lastra et al., 2018)	Según la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB), las intenciones están influenciadas por la actitud hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control conductual percibido (Ajzen, 2005).	Intención	Muchos teóricos coinciden en que la disposición más estrechamente vinculada a una tendencia de acción específica es la intención de realizar la acción en cuestión (Ajzen, 2005).	Intención
Factores de fondo	Los factores de fondo se dividen en personales, categorías sociales e informativas. La teoría del comportamiento planificado destaca la relevancia potencial de los factores de	Diversas variables pueden estar vinculadas con las creencias de las personas o ejercer influencia sobre ellas, tales como el nivel socioeconómico,	Demográficos	Según Kottasz (2004), los determinantes extrínsecos son fundamentalmente variables demográficas que inciden en la	Edad
			Sociodemográficos		Sexo
					Ingreso
					Grado de Instrucción

	fondo. No obstante, sostiene que, si bien un factor de fondo específico puede influir en las creencias conductuales, normativas o de control, no existe una relación obligatoria entre dichos factores y las creencias Ajzen (2005).	emociones, apoyo social, estado de ánimo, nacionalidad, inteligencia, pasado experiencias, etnia, habilidades de afrontamiento, sexo, personalidad, actitudes y valores generales, afiliación religiosa, exposición a la información, pertenencia a un grupo, educación, edad, etc. (Ajzen, 2005)		percepción de los llamamientos de caridad y en el proceso de toma de decisiones. Estos incluyen variables demográficas y sociodemográficas como la edad, el género, el nivel de ingresos y el nivel educativo. La mayoría de estas variables ejerce una influencia positiva en el comportamiento.	Situación laboral Religión
Intenciones	Se considera que las intenciones recogen los factores de motivación que influyen en una conducta; representan el grado de disposición de las personas y el esfuerzo que planean invertir para llevar a cabo	La teoría de la conducta planificada propone tres componentes de la intención conceptualmente independientes. El primero es la actitud hacia el	Actitud hacia el comportamiento	La actitud hacia el comportamiento está influenciada por la valoración que hace el individuo de los resultados asociados con la conducta y por la intensidad de estas	Actitud hacia ayudar a los demás Actitud hacia la caridad Actitud hacia las variables de Donación

	<p>una acción. Como regla general, cuanto más fuerte sea la intención de participar en un comportamiento, más probable debería ser su desempeño (Ajzen, 1991).</p>	<p>comportamiento, entendida como el grado en que un individuo realiza una evaluación o valoración positiva o negativa de la conducta en cuestión. El segundo predictor es un factor social denominado norma subjetiva; se refiere a la presión social percibida para realizar o no realizar la conducta. El tercer antecedente de la intención es el grado de control conductual percibido que, como vimos anteriormente, se refiere a la facilidad o dificultad percibida para realizar el comportamiento y se supone que refleja la experiencia pasada, así</p>	<p>asociaciones. (Ajzen, 2005)</p>		
			<p>Norma subjetiva</p>	<p>La Norma subjetiva se refiere a la presión social percibida para realizar o no realizar la conducta (Ajzen, 1991). De acuerdo a la teoría de comportamiento planificado las normas subjetivas se basan el tipo de creencias de la persona de que individuos o grupos específicos aprueban o desaprueban la realización del comportamiento; o que estos mismos referentes sociales se involucren o no en ella</p>	<p>Normas morales</p> <p>Normas Subjetivas</p>
			<p>Control conductual percibido</p>	<p>El control conductual percibido se refiere a</p>	<p>Control conductual percibido</p>

		como los impedimentos y obstáculos anticipados (Ajzen, 1991).		la facilidad o dificultad percibida para realizar el comportamiento y se supone que refleja la experiencia pasada, así como los impedimentos y obstáculos anticipados (Ajzen, 1991).	Experiencia pasada
--	--	---	--	--	--------------------

CAPITULO III: DISEÑO METODOLÓGICO DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de Investigación

El presente estudio seguirá un diseño de investigación cuantitativa, dado que los datos obtenidos serán producto de mediciones basadas en la Teoría del comportamiento planificado y se probará las hipótesis utilizando un modelo de regresión lineal jerárquico. Además, se buscará partir de una inferencia estadística, estudiar la relación de las variables en la muestra seleccionada. Asimismo, se pretende que los estudios realizados puedan replicarse en contextos similares. Al adoptar un enfoque cuantitativo, el estudio buscará confirmar y predecir fenómenos investigados, identificando, la meta principal es la demostración de la teoría. (Hernandez, S., Fernández. C., 2014).

3.2. Diseño de Investigación

Este estudio adopta un diseño no experimental, ya que no se manipulan las variables independientes (actitudes, normas subjetivas, control conductual percibido y factores sociodemográficos) y se analizan sus relaciones (Kerlinger & Lee, 2002). El enfoque es transversal - exploratorio por recopilar datos en un único momento temporal y explorar la aplicación de la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen teniendo como temática las donaciones, en un contexto no explorado, Cusco. Mediante un modelo de regresión jerárquica, se examinan relaciones predictivas entre los constructos teóricos y la intención de donar, lo que clasifica el diseño como correlacional - causal (Hernandez, S., Fernández. C., 2014). Sin embargo, al tratarse de un estudio no experimental y transversal, las inferencias se limitan a asociaciones estadísticas sin poder establecer causalidad directa.

3.1. Método

Al ser una investigación de tipo cuantitativa, el método que se utilizará en esta investigación será deductiva, de lo general a lo particular. Utilizaremos la teoría para poder interpretar los datos.

3.2. Población y Muestra

3.2.1. Descripción de la Población

Nuestra población comprende a todas las personas con edades de 18 a 40 años ubicadas en la ciudad de Cusco en el año 2023.

3.2.2. Tamaño de Muestra

La población objetivo fueron adultos de 18 a 40 años de la ciudad del Cusco. Dada la falta de un marco muestral completo, se optó por un muestreo no probabilístico por conveniencia, reclutando participantes en lugares de alta concurrencia como universidades, centros comerciales y vías públicas. El tamaño muestral se calculó en 384 personas, utilizando la fórmula para poblaciones grandes con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Si bien este tamaño permite análisis estadísticos robustos, se reconoce que el método de muestreo limita la generalización de los resultados a toda la población de la ciudad de Cusco (Hernandez, S., Fernández. C., 2014).

$$n = \frac{Ze^2 \cdot \sigma^2 \cdot N}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot \sigma^2}$$

Donde:

n = es el tamaño de la muestra poblacional a obtener.

N = es el tamaño de la población total.

σ = representa la desviación estándar de la población. En caso de desconocer este dato es común utilizar un valor constante que equivale a 0.5

Z = es el valor obtenido mediante niveles de confianza. Su valor es una constante, por lo general se tienen dos valores dependiendo el grado de confianza que se desee siendo 99% el valor más alto (este valor equivale a 2.58) y 95% (1.96) el valor mínimo aceptado para considerar la investigación como confiable.

e = representa el límite aceptable de error muestral, generalmente va del 1% (0.01) al 9% (0.09), siendo 5% (0.5) el valor estándar usado en las investigaciones.

3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Según Ajzen (2005), la información sobre las respuestas de un individuo puede ser proporcionada por él mismo en forma de autoinformes, puede obtenerse de amigos o conocidos y puede basarse en la observación directa. En este caso la información sobre las respuestas de un individuo fue obtenida mediante Autorreportes (declaraciones del propio individuo), medidos por un cuestionario.

Para poner a prueba el modelo ampliado, se diseñó un cuestionario de ocho secciones para realizar una encuesta de forma presencial y en línea. Todos los constructos se midieron mediante preguntas tipo Likerts de 7 puntos (véase la Tabla 1). Los constructos fueron replicados, utilizando las escalas de Mittelman & Rojas Méndez (2018), ajustando algunas preguntas, e intentando buscar el significado más cercano al español. A su vez Mittelman & Rojas Méndez (2018) utilizaron bibliografía existente de otros autores para medir los diferentes constructos propuestos (Smith & McSweeney, 2007; Ranganathan & Henley, 2008; Webb et al., 2000).

La Intención de Donar se midió utilizando la escala de 4 ítems. La Actitud hacia la ayuda a los demás y la Actitud hacia la caridad se midieron utilizando las medidas de 4 ítems. La actitud hacia la donación se midió con la escala de 8 ítems. También se utilizaron medidas de Normas Morales (4 ítems), Normas Subjetivas (3 ítems), Comportamiento Anterior (5 ítems) y Comportamiento conductual percibido PBC (5 ítems). Se señaló a los participantes en el cuestionario que por caridad u organizaciones benéficas se entiende: Iglesias, ONGs, voluntariados, beneficencia, hospitales, albergues, asilos.

El instrumento de la encuesta se colocó en Google Forms, así como también se realizó encuestas con formularios físicos. Se encuestaron a los participantes en centros comerciales y universidades, y otros. La población encuestada incluía un grupo diverso de personas de

diferentes edades. Los participantes completaron voluntariamente las encuestas, en la mayoría de las encuestas se ofrecieron incentivos directos no monetarios (golosinas) por la participación. El único criterio de selección era que los participantes estuvieran en el rango de edad de 18 años a 40 años.

3.4. Preparación de los datos

Siguiendo la metodología utilizada por Smith y McSweeney y Mittelman & Rojas Méndez (2018), los valores de los constructos se calcularon como la puntuación media de los ítems individuales de los constructos (teniendo en cuenta las puntuaciones inversas). Una vez realizado el cálculo se llevó a cabo el proceso de depuración de observaciones con información faltante, en este caso no se tuvo observaciones con información faltante. Por consiguiente, se trabajará con las 385 observaciones válidas para analizar los datos por medio del modelo de regresión.

No existe un consenso si debería aplicarse pruebas de normalidad a variables ordinales o categóricas. Según Hasiloglu & Hasiloglu-Ciftciler (2023), como alternativa a las pruebas de Shapiro-Wilk o Kolmogorov-Smirnov para datos de tipo likert, algunos investigadores sugieren observar los coeficientes de asimetría-curtosis, y según su estudio, los coeficientes de curtosis y asimetría dentro del rango (-1, +1) son aceptables para la normalidad en una escala likert de 5 puntos. En este sentido se realizó una prueba de normalidad a los ítems y constructos, utilizando valores de asimetría y curtosis y se encontró que todos estaban dentro este rango (-1, +1). Por lo tanto, se consideran que están dentro de rangos normales, a excepción de la curtosis de media_ATHO (Tabla 2). Por otro lado, en estudios previos no se observa la utilización de pruebas de normalidad (Kashif y De Run, 2015; Smith & McSweeney, 2007).

Tabla 2 Normalidad por curtosis y asimetría

Variable	n	Mean	Std.Dev	Skew	Kurtosis
media_INTDON	385	2.673377	1.530274	0.953242	0.233858
media_ATHO	385	4.32013	1.700049	-0.10649	-1.04459
media_ATC	385	3.807013	1.138199	0.229163	-0.25362
media_MORAL	385	2.880727	1.388717	0.588068	-0.33316
media_SUBJ	385	4.21187	1.066499	0.535579	0.036251

media_PB	385	3.458182	1.055358	-0.36705	-0.318
media_PBC	385	3.275195	1.312684	0.337697	-0.45144
media_ATD	385	4.404286	1.579264	-0.20071	-0.66563

Una vez depurado los datos, y realizado estos tests para analizar los datos se optó por la regresión múltiple jerárquica (Mittelman & Rojas Méndez, 2018). En la regresión múltiple jerárquica, las variables independientes se introducen en un análisis de regresión en un orden determinado. Esto se hace para examinar la contribución específica de cada variable independiente después de controlar variables más generales. En el caso de la ampliación de la Teoría del Comportamiento Planificado en las donaciones benéficas, permitió examinar y controlar las variables originales de la TPB y la contribución individual de las distintas dimensiones de la actitud. La regresión múltiple jerárquica, a diferencia del modelo de ecuaciones estructurales que pone a prueba todas las relaciones de forma simultánea, permite identificar el valor añadido de cada variable individual en la varianza ajustada global. Además, facilitará la comparación con los modelos ampliados existentes de la teoría del comportamiento planificado en la donación benéfica, ya que Smith y McSweeney (2007), van der Linden (2011) y Kashif y De Run (2015) utilizaron la regresión múltiple jerárquica en sus respectivos estudios de la TPB en la donación benéfica. Asimismo, se procederá a realizar el análisis de multicolinealidad, en cada paso en donde se añada variables.

CAPITULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Presentación de Resultados

Antes de realizar el análisis de regresión jerárquica, se analizó la coherencia y fiabilidad de cada uno de los constructos. No todos los coeficientes alfa de Cronbach fueron superiores a 0.70, las Normas Subjetivas ($\alpha = 0.269$), el Comportamiento Pasado ($\alpha = 0.454$) y la Actitud hacia la caridad ($\alpha = 0.7$) lo que cuestiona su contribución al modelo (véase la Tabla 3 para un resumen). Por otro lado, el resultado de las Normas Subjetivas tiene coherencia con la investigación de Mittelman & Rojas Méndez (2018). El comportamiento pasado, a diferencia de otras investigaciones (Mittelman & Rojas Méndez, 2018), también es bajo, por lo que podría entenderse que el constructo no es tan fiable para el contexto en el cual se está realizando esta investigación. Todos los demás constructos parecen mostrar un nivel razonable de fiabilidad por encima del valor de referencia de 0.70 (Bland & Altman, 1997).

Según Mittelman & Rojas Méndez (2018) acerca del cuestionario replicado para fines de esta investigación, se comprobó la validez aparente, la validez de contenido, la validez nomológica, la validez convergente y la validez externa de los constructos, en consonancia con muchas de las recomendaciones de mejores prácticas de Wymer & Alves (2013). Cabe resaltar que, con el fin de demostrar la validez externa del modelo propuesto, Mittelman & Rojas Méndez (2018) hicieron un esfuerzo por utilizar constructos establecidos que se han aplicado tanto en las donaciones caritativas como en otros ámbitos. Los constructos de la TPB (actitudes, normas morales, control conductual percibido, conductas pasadas) se han utilizado en el estudio de las donaciones caritativas en varios países, como los Países Australia (Smith & McSweeney, 2007), Pakistán (Kashif y De Run 2015) y Canadá (Mittelman & Rojas Méndez, 2018). Estos estudios también utilizaron la intención de donar como intención conductual en cuestión. Dado que todos los constructos se han utilizado en diferentes contextos con diferentes muestras, se ha demostrado la validez externa.

Tabla 3 Resumen de constructos

Constructos	α
Intención de donar: Siendo (1) totalmente en desacuerdo y (7) totalmente de acuerdo (INTDON)	0.944
1. En el próximo año estoy planeando donar dinero a organizaciones benéficas	
2. Tengo la intención de donar dinero el próximo año	
3. Es muy probable que haga una donación a organizaciones benéficas el próximo año	
4. Definitivamente voy a donar a la caridad el próximo año	
Actitud de ayuda a los demás: Siendo (1) totalmente en desacuerdo y (7) totalmente de acuerdo (ATHO)	0.932
5. La gente debe estar dispuesta a ayudar a los menos afortunados	
6. Ayudar a las personas con problemas es muy importante para mí	
7. La gente debería ser más caritativa con los demás en la sociedad	
8. Las personas necesitadas deben recibir apoyo de los demás	
Actitud hacia la caridad: Siendo (1) totalmente en desacuerdo y (7) totalmente de acuerdo (ATC)	0.7
9. El dinero donado a organizaciones benéficas se destina a buenas causas	
10. Gran parte del dinero donado a la caridad se malgasta (R)	
11. Mi imagen de organizaciones benéficas es positiva	
12. Las organizaciones benéficas han tenido bastante éxito en ayudar a los necesitados	
13. Las organizaciones benéficas cumplen una función útil para la sociedad	
Variables de actitud hacia la donación (ATD)	0.959
14. Hacer una donación monetaria a la caridad el próximo año sería: Siendo (1) muy Desagradable y (7) muy Agradable	
15. Hacer una donación monetaria a la caridad el próximo año sería: Siendo (1) muy Inútil y (7) muy Útil	
16. Hacer una donación monetaria a la caridad el próximo año sería: Siendo (1) Muy insatisfactorio y (7) Muy satisfactorio	
17. Hacer una donación monetaria a la caridad el próximo año sería: Siendo (1) muy Desfavorable y (7) muy Favorable	

18. Hacer una donación monetaria a la caridad el próximo año sería: Siendo (1) muy negativo y (7) muy positivo

19. Hacer una donación monetaria a la caridad el próximo año sería: Siendo (1) Nada servicial y (7) Muy servicial

20. Hacer una donación monetaria a la caridad el próximo año sería: Siendo (1) En vano y (7) Valioso

21. Hacer una donación monetaria a la caridad el próximo año sería: Siendo (1) muy malo y (7) muy bueno

Normas morales: Siendo (1) totalmente en desacuerdo y (7) totalmente de acuerdo (MORAL) 0.871

22. Soy el tipo de persona que dona dinero a obras de caridad

23. Me sentiría culpable si no donara dinero a la caridad

24. Creo que tengo la obligación moral de donar dinero a la caridad

25. No hacer donaciones de dinero a organizaciones benéficas va en contra de mis principios

Normas subjetivas (SUBJ) 0.269

26. Las personas más cercanas a mí apoyarían mi decisión de hacer donaciones monetarias a organizaciones benéficas: Siendo (1) totalmente en desacuerdo y (7) totalmente de acuerdo

27. Las personas más cercanas a mí desaprobarían que donara dinero a organizaciones benéficas: Siendo (1) Muy Improbable y (7) Muy Probable (R)

28. La mayoría de las personas que son importantes para mí piensan que mi donación de dinero a organizaciones benéficas sería: Siendo (1) Muy indeseable y (7) Muy deseable

Comportamiento pasado (PB) 0.454

29. No es habitual que done dinero a organizaciones benéficas: Siendo (1) totalmente en desacuerdo y (7) totalmente de acuerdo (R)

30. Usualmente dono dinero a organizaciones benéficas: Siendo (1) totalmente en desacuerdo y (7) totalmente de acuerdo

31. No dono dinero a organizaciones benéficas: Siendo (1) Nada cierto y (7) es Muy cierto (R)

32. El anterior año, no he donado dinero a organizaciones benéficas: Siendo (1) Nada cierto y (7) es Muy cierto (R)

33. ¿Con qué frecuencia ha donado dinero recientemente a organizaciones benéficas?: Siendo (1) nunca y (7) muy a menudo

Control conductual percibido (PBC)

0.793

34. Si quisiera, podría donar fácilmente dinero a organizaciones benéficas el próximo año

35. Depende principalmente de mí si dono dinero a organizaciones benéficas el próximo año

36. Confío en que podré donar dinero a organizaciones benéficas el próximo año

37. Donar dinero a organizaciones benéficas el próximo año me resulta fácil

38. En general, ¿Cuánto control tiene sobre si donará dinero a organizaciones benéficas en el próximo año?: Siendo (1) no tiene control y (7) completo control

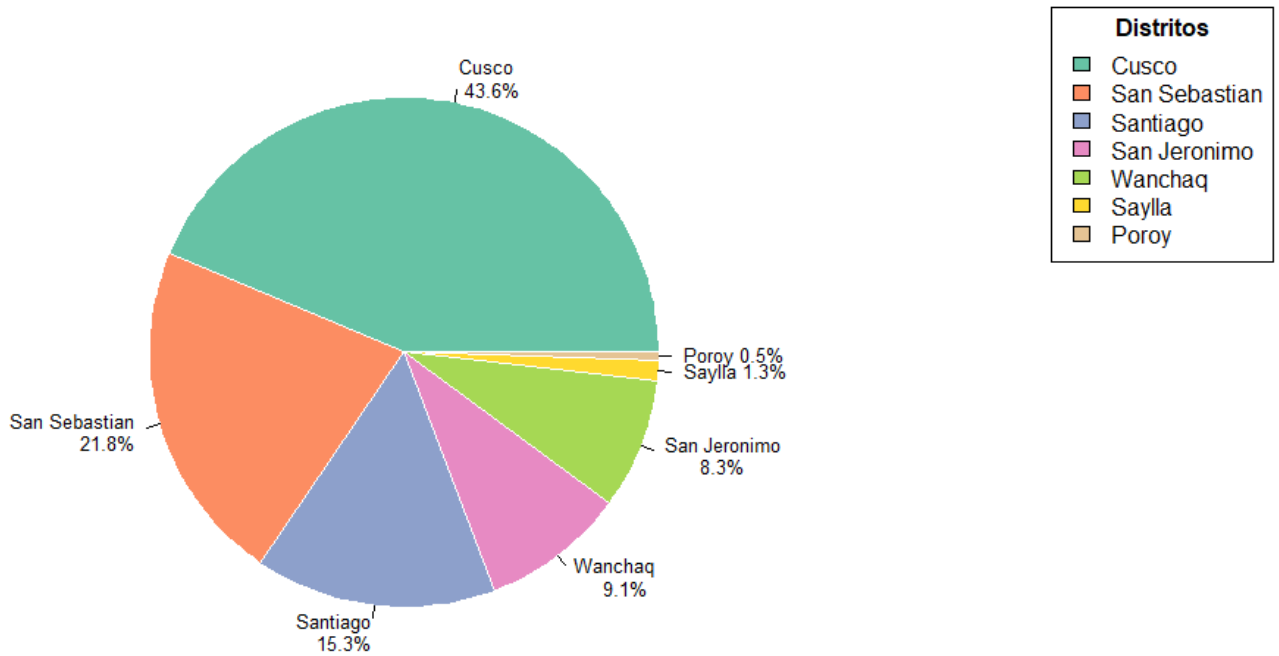
4.1.1. Presentación de Resultados Demográficos

Según Ajzen (2005), diversos factores sociodemográficos y como edad, género, nivel socioeconómico, educación, afiliación religiosa, experiencias previas y apoyo social, entre otras, constituyen variables de fondo que influyen en la formación de los tres constructos centrales de la TCP: actitudes, normas subjetivas y control conductual percibido (PBC). Estas variables operan como filtros contextuales que modifican: (1) la percepción de consecuencias de un comportamiento (base de las actitudes), (2) la interpretación de expectativas sociales (normas subjetivas), y (3) la identificación de barreras facilitadoras (PBC). Iniciando este apartado, se analizan descriptivamente estas variables para contextualizar nuestra muestra. Posteriormente, en el modelo de regresión, se evaluará su correlación con los constructos primarios de la TCP, examinando específicamente cómo estos factores impactar en la intención de donación.

Figura 4

Encuestados según distrito

Distribución por Distritos



En total, respondieron 187 personas el cuestionario en físico, mientras que 198 completaron la encuesta de manera virtual, lo que arroja un total de 385 observaciones. Los encuestados procedían de los 7 distritos de la ciudad de Cusco, siendo de Cusco (43,6%), San Sebastián (21,8%), Santiago (15,3%), Wanchaq (9,1%), San Jerónimo (8,3%), Saylla (1,3%) y Poroy (0,5%).

Figura 5

Distribución según sexo

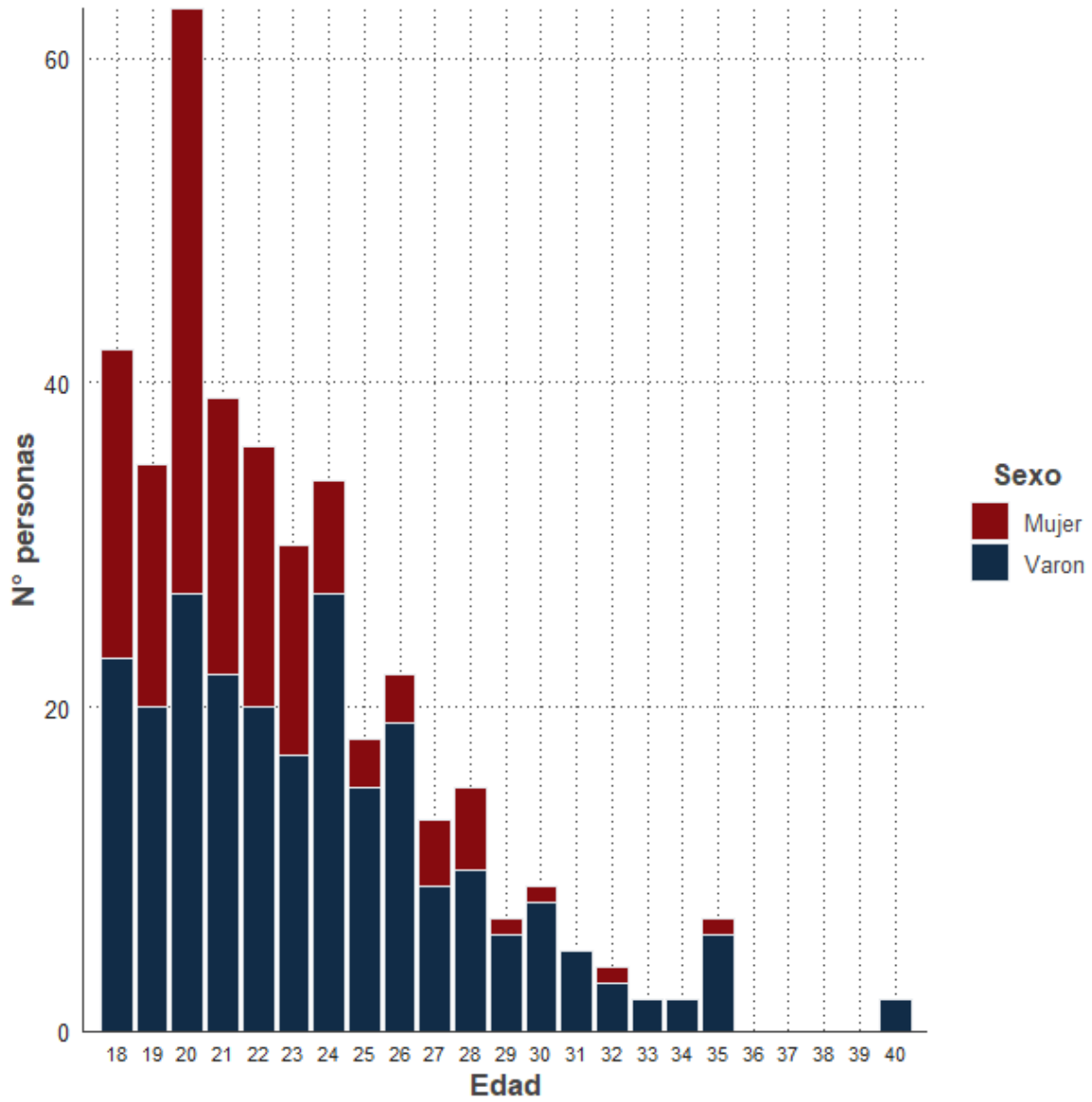
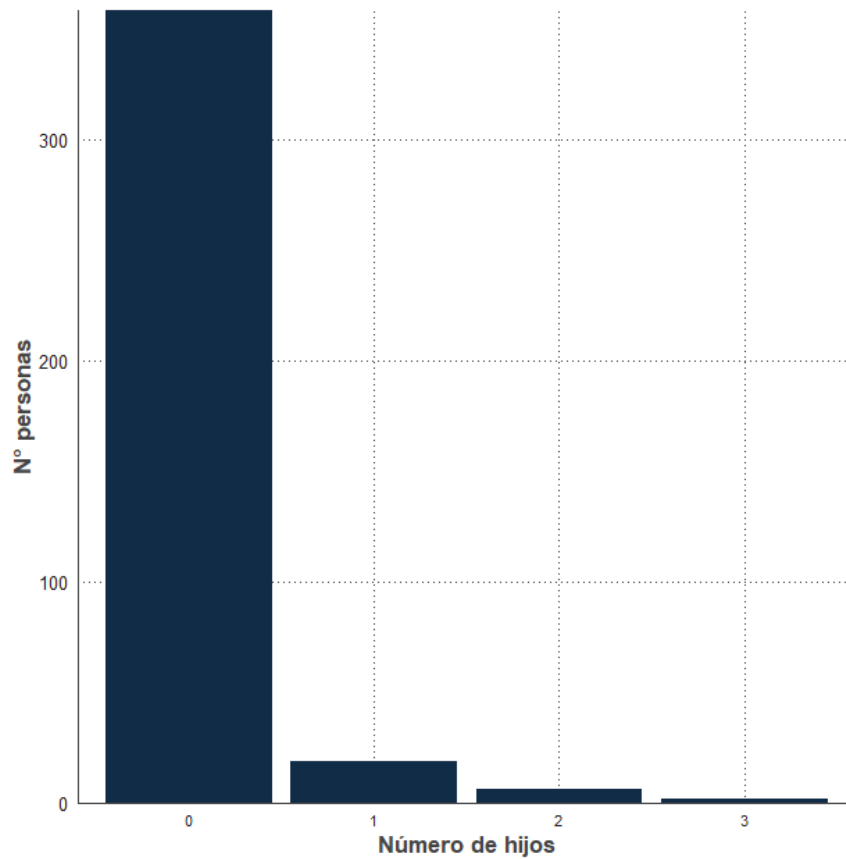


Figura 6

Distribución según número de hijos



Los perfiles de los encuestados indican que participaron más hombres (63,1%), mientras que las mujeres fueron menores (36,9%). Otro dato a describir es el estado civil, casi la totalidad de los encuestados era soltero(a) (97,1%), casado(a) (2,1%), conviviente (0,3%), divorciados (0,3%) y viudo (0,3%). La cantidad de hijos de los encuestados fueron en su mayor parte 0 hijos (93%), siguiendo personas con 1 hijo (4,9%), 2 hijos (1,6%) y 3 hijos (0,5%). Por otro lado, las personas que se identifican con una religión son 58,4% y los que no 41,6%

Figura 7

Distribución según grado de instrucción

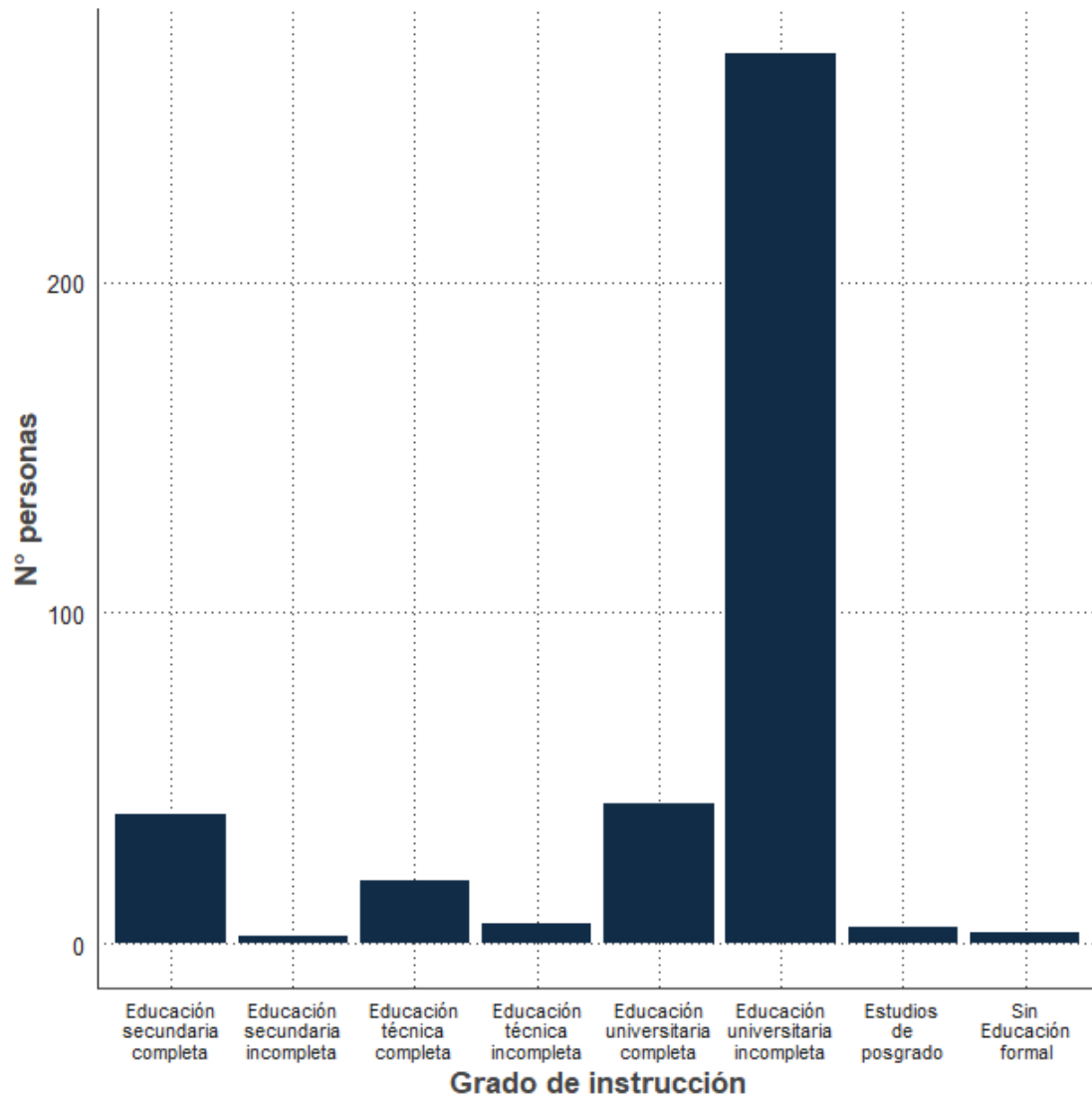
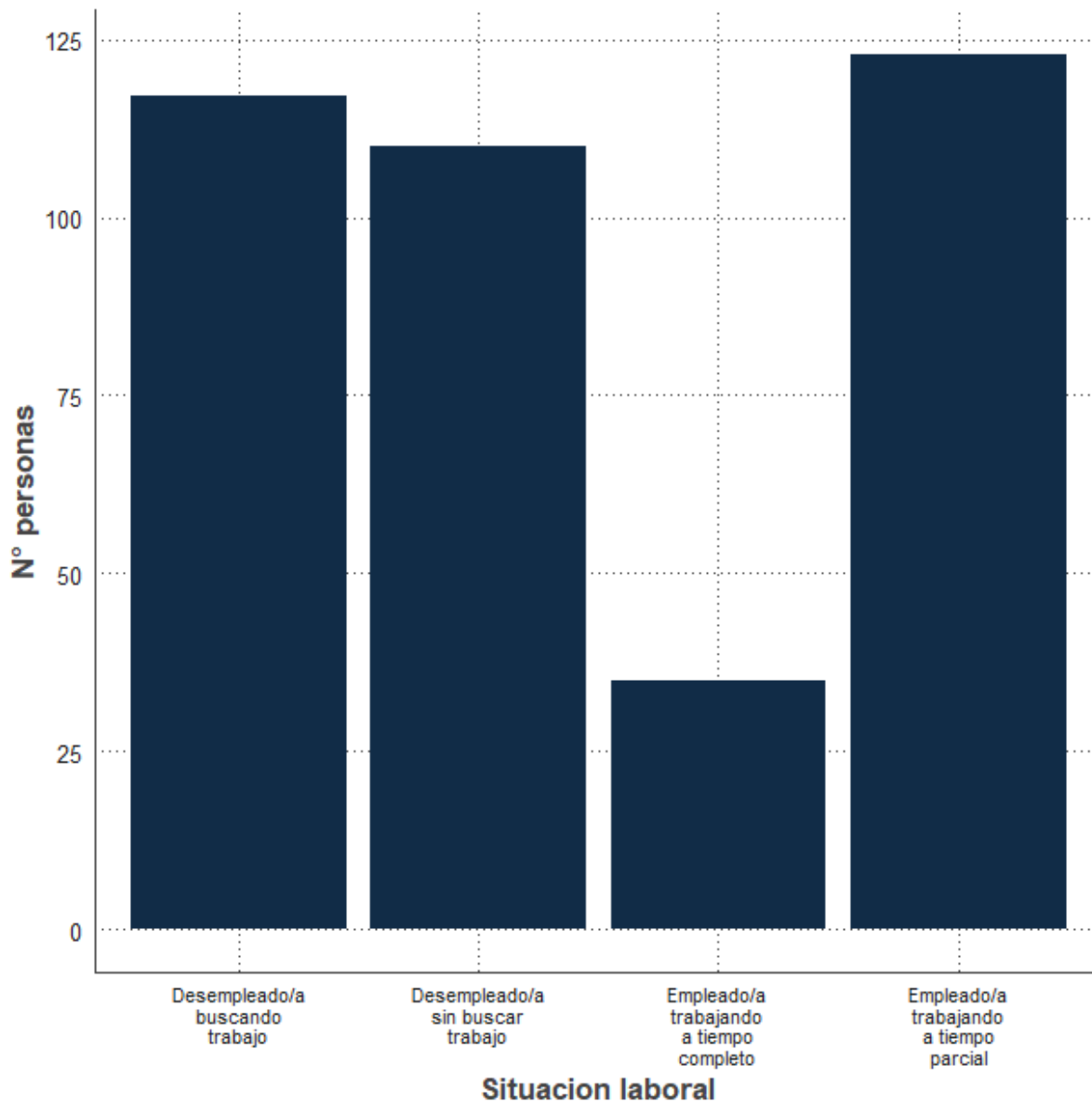


Figura 8

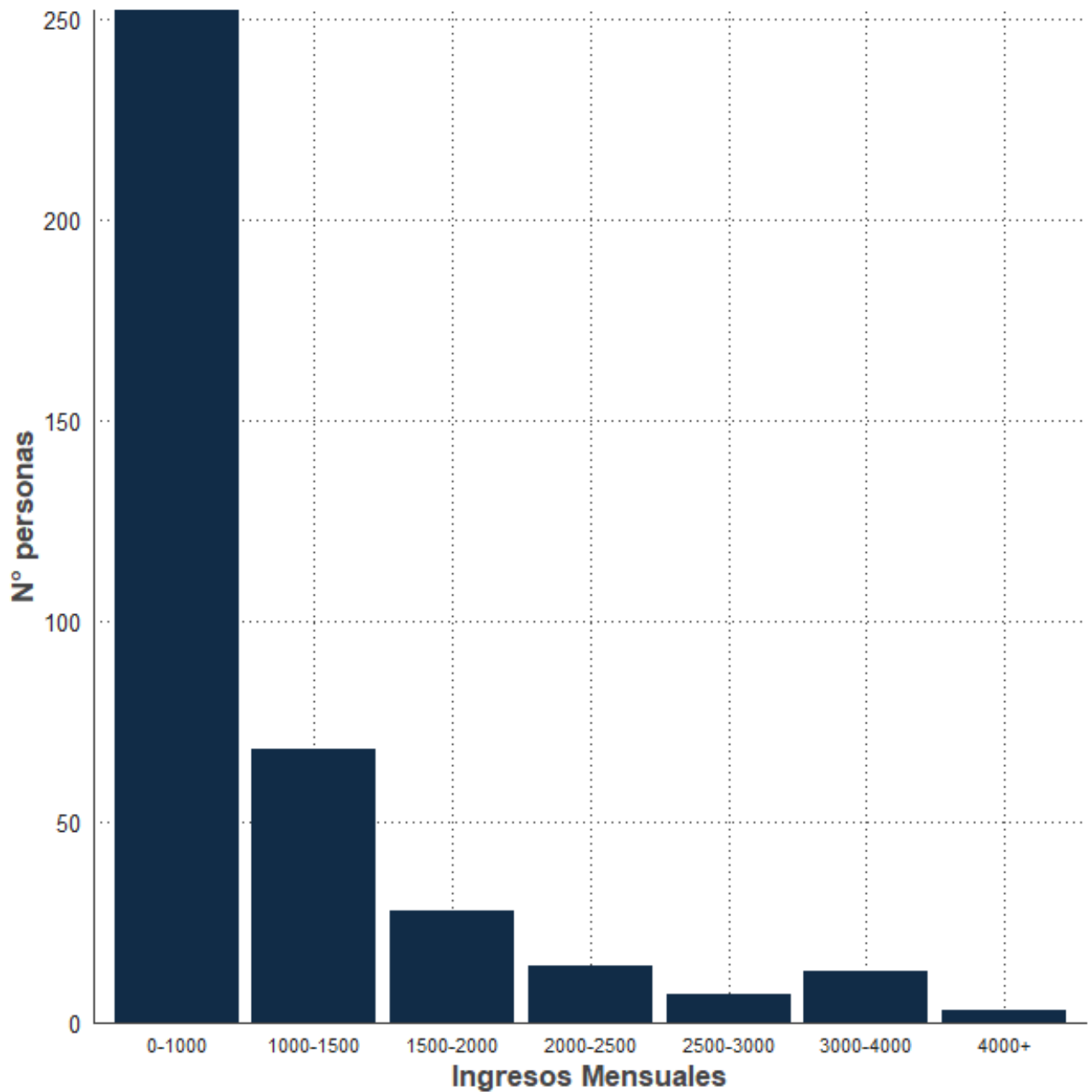
Distribución según número situación laboral



El grado de instrucción fue 69,9% con educación universitaria incompleta, educación universitaria completa 10,9%, educación secundaria completa 10,1%, educación técnica completa 4,9%, educación técnica incompleta 1,6%, estudios de posgrado 1,3%, sin educación formal 0,8%, educación secundaria incompleta 0,5%.

Figura 9

Distribución según ingresos mensuales



Otra variable que se considero fue el ingreso mensual, se ha agrupado los datos por rangos para una mejor descripción, tenemos 0 a 1000 (65,5%), de 1000-1500 (17,7%), de 1500-2000 (7,3%), 2000-2500 (3,6%), 2500-3000 (1,8%), de 3000-4000 (3,4%) y de 4000 a más (0,8%).

4.1.2. Presentación de Resultados del Modelo

A efectos de prueba, se utilizó un análisis de regresión múltiple jerárquica, para regresionar la Intención de Donar sobre el modelo TPB revisado, donde:

$$\text{INTDON} = \beta_1 E + \beta_2 S + \beta_3 I + \beta_4 \text{GI} + \beta_5 \text{SL} + \beta_6 R + \varepsilon \quad (1)$$

$$\text{INTDON} = \beta_1 S + \beta_2 I + \beta_3 \text{SL} + \beta_4 R + \beta_5 \text{ATHO} + \beta_6 \text{ATC} + \beta_7 \text{ATD} + \varepsilon \quad (2)$$

$$\text{INTDON} = \beta_1 S + \beta_2 I + \beta_3 \text{SL} + \beta_4 R + \beta_5 \text{ATHO} + \beta_6 \text{ATC} + \beta_7 \text{ATD} + \beta_8 \text{SUBJ} + \beta_9 \text{MORAL} + \varepsilon \quad (3)$$

$$\text{INTDON} = \beta_1 S + \beta_2 I + \beta_3 \text{SL} + \beta_4 R + \beta_5 \text{ATHO} + \beta_6 \text{ATC} + \beta_7 \text{ATD} + \beta_8 \text{SUBJ} + \beta_9 \text{MORAL} + \beta_{10} \text{PBC} + \beta_{11} \text{PB} + \varepsilon \quad (4)$$

Nota: Edad (E), Sexo (V/M) (S), Ingreso (I), Grado de Instrucción (GI), Situación laboral (SL), Religión (si/no) (R), Intención de donar (INTDON), Actitud hacia la donación (ATD), Actitud hacia ayudar a los demás (ATHO), Actitud hacia la caridad (ATC), Normas subjetivas (SUBJ), Normas Morales (MORAL), Control conductual percibido (PBC), Comportamiento Pasado (PB), Término de Error (ε)

Los valores de los constructos se calcularon como la puntuación media de los ítems individuales de los constructos (teniendo en cuenta las puntuaciones en reversa). Siguiendo la metodología utilizada se utilizó la regresión múltiple jerárquica para predecir la intención para donar en donaciones benéficas de Smith y McSweeney (2007) y Kashif y De Run (2015). En este caso particular el orden a partir del paso 2 cambio ligeramente según las variables propuestas por Ajzen (2005). En el paso 1 las variables demográficas fueron introducidas, los pasos 2 a 4

de la regresión jerárquica múltiple (HMR) se agregaron las variables de la TPB. En el paso 2 agregaron las tres variables de “actitud”: Actitud hacia la Donación, Actitud hacia la Caridad y Actitud hacia la Ayuda a los Demás. En el Paso 2, se agregó las dos variables de “normas”: Normas subjetivas y las normas morales. Por último, el control conductual percibido y el comportamiento pasado en el paso 4. Los resultados de este análisis se presentan en la Tabla 14.

En el primer grupo de variables, compuesto por la Edad (E), Sexo (V/M) (S), Ingreso (I), Grado de Instrucción (GI), Situación laboral (SL), Religión (si/no) (R), que se introdujeron en la regresión, se observa que contribuyen significativamente a la varianza ajustada (R-cuadrado ajustado = 0.7545, F estadístico = 198.2). Una inspección más detallada indicó un efecto significativo para Ingreso (I) $\beta = 0.000209$ ($p < 0.10$), Grado de Instrucción (GI) $\beta = 0.257037$ ($p < 0.001$) y Situación laboral (SL) $\beta = 0.19922$ ($p < 0.05$), las 3 variables introducidas resultaron significativas para predecir la intención de donar.

Tabla 4 Resultados de la regresión múltiple de las variables demográficas y sociodemográficas sobre la intención de donar

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
Edad (E)	-0.00319088	0.01741239	-0.18325358	0.85469705
Sexo (V/M) (S)	0.04673424	0.16854884	0.27727419	0.78172075
Ingreso (I)	0.00020979	0.00011331	1.85149726	0.06487569 .
Grado de Instrucción (GI)	0.25703736	0.0450503	5.70556411	2.34E-08 ***
Situación laboral (SL)	0.19922744	0.08866374	2.24700035	0.02521485 *
Religión (si/no) (R)	0.16049982	0.15863742	1.01173998	0.31230786
F estadístico	198.2			
R2	0.7583			
R2 ajustado	0.7545			

. $p < 0.10$
 * $p < 0.05$
 ** $p < 0.01$
 *** $p < 0.001$

Se realizó un análisis de colinealidad para evaluar la existencia de variables independientes que estén altamente correlacionadas entre sí, lo que puede dificultar la estimación precisa de los coeficientes del modelo y la interpretación de su impacto. Para evaluar la multicolinealidad, se calcularon los Valores de Inflación de la Varianza (VIF) (Tabla 5). Se observa la variable Edad (E) y Grado de Instrucción (GI) con colinealidad alta, así como Situación laboral (SL) con colinealidad moderada. Por lo tanto, se procede a retirar del modelo a la Edad (E) y Grado de Instrucción (GI) para los siguientes pasos.

Tabla 5 Valores de Inflación de la Varianza (VIF) de las variables demográficas y sociodemográficas

Variable	VIF
Edad (E)	27.0936184
Sexo (V/M) (S)	2.96536354
Ingreso (I)	2.68834214
Grado de Instrucción (GI)	20.2910789
Situación laboral (SL)	7.58103518
Religión (si/no) (R)	2.43228178

Tabla 6 Resultados de la regresión múltiple variables demográficas y sociodemográficas sobre la intención de donar excluyendo variables con colinealidad alta

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
Sexo (V/M) (S)	0.4442687	0.1665764	2.66705669	0.00797813**
Ingreso (I)	0.00036475	0.00012171	2.99678574	0.00290707**
Situación laboral (SL)	0.65287733	0.07322556	8.91597637	2.0384E-17***
Religión (si/no) (R)	0.68937301	0.15824644	4.35632565	1.7027E-05***
F estadístico	231.07			
R2	0.7081			
R2 ajustado	0.7050			

- p < 0.10
- * p < 0.05
- ** p < 0.01
- *** p < 0.001

Tabla 7 Valores de Inflación de la Varianza (VIF) para variables demográficas y sociodemográficas excluyendo variables con colinealidad alta

Variable	VIF
Sexo (V/M) (S)	2.410765
Ingreso (I)	2.581967
Situación laboral (SL)	4.303913
Religión (si/no) (R)	2.014523

En el segundo paso se introduce el siguiente grupo de variables, compuesto por la actitud hacia la donación (ATD), la actitud hacia la ayuda a los demás (ATHO) y la actitud hacia la caridad (ATC), que se introdujeron en la regresión, se observa que contribuyen significativamente a la varianza ajustada (R-cuadrado ajustado = 0.8196, F estadístico = 250.9). Una inspección más detallada indicó un efecto significativo para Ingreso (I) $\beta = 0.00015$ ($p < 0.01$), ATHO $\beta = 0.18153$ ($p < 0.001$), ATC $\beta = 0.24131$ ($p < 0.001$) y ATD = 0.1534 ($p < 0.001$), las 3 variables introducidas resultaron significativas para predecir la intención de donar.

Tabla 8 Resultados de la regresión múltiple de las variables demográficas, sociodemográficas y de actitud hacia el comportamiento sobre la intención de donar

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
Sexo (V/M) (S)	0.17219863	0.13361174	1.28879859	0.19825631
Ingreso (I)	0.00015899	9.6285E-05	1.65124493	0.09951907 .
Situación laboral (SL)	0.06594934	0.06856695	0.961824	0.33675288
Religión (si/no) (R)	-0.10046599	0.13451905	-0.74685323	0.45561644
Actitud hacia la ayuda a los demás (ATHO)	0.18153109	0.05026795	3.61126891	0.0003458***
Actitud hacia la caridad (ATC)	0.24131599	0.06763578	3.56787483	0.00040617***
Actitud hacia la donación (ATD)	0.15340649	0.04807429	3.19103013	0.0015362***
F estadístico	250.9			
R2	0.8229			

R2 ajustado 0.8196

- $p < 0.10$
- * $p < 0.05$
- ** $p < 0.01$
- *** $p < 0.001$

Del mismo modo que en el paso uno, se realizó un análisis de colinealidad donde se observan las variables actitud hacia la donación (ATD), la actitud hacia la ayuda a los demás (AHTO) y la actitud hacia la caridad (ATC) con alta colinealidad (Tabla 9). Este resultado es esperado debido a que según los antecedentes (Mittelman & Rojas Méndez, 2018), estos tres tipos de actitudes miden la variable actitud, por lo tanto se mantendrán en el modelo.

Tabla 9 Valores de Inflación de la Varianza (VIF) para variables demográficas, sociodemográficas y de actitud hacia el comportamiento sobre la intención de donar

Variable	VIF
Sexo (V/M) (S)	2.536476
Ingreso (I)	2.642428
Situación laboral (SL)	6.171364
Religión (si/no) (R)	2.380594
Actitud hacia la ayuda a los demás (AHTO)	12.256
Actitud hacia la caridad (ATC)	16.25574
Actitud hacia la donación (ATD)	11.38609

El tercer paso consistió en añadir SUBJ y MORAL en la regresión jerárquica. Los resultados muestran de nuevo un aumento de la varianza ajustada (R-cuadrado ajustado = 0.8719, F estadístico = 292.2). Un análisis más detallado reveló un efecto significativo sólo para Ingreso (I) ($\beta = 0.02422$, $p < 0.05$), para Actitud hacia la donación (ATD) ($\beta = 0.04188$, $p < 0.05$) y para las Normas morales (MORAL) ($\beta = 9.1007E-30$, $p < 0.001$). Las normas subjetivas no resultaron significativas para predecir la intención de donar. Por tanto, el aumento de la varianza ajustada puede atribuirse en su totalidad a las normas morales.

Tabla 10 Resultados de la regresión múltiple de las variables demográficas, sociodemográficas, de actitud hacia el comportamiento y normas subjetivas sobre la intención de donar

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
--	----------	------------	---------	----------

Sexo (V/M) (S)	-0.08856445	0.11653132	-0.76000558	0.44772752
Ingreso (I)	0.00018436	8.1477E-05	2.26268461	0.02422504 *
Situación laboral (SL)	0.06057032	0.05809128	1.04267491	0.29776881
Religión (si/no) (R)	-0.16264796	0.11367995	-1.43075324	0.15333148
Actitud hacia la ayuda a los demás (ATHO)	-0.0009502	0.0455638	-0.02085425	0.98337299
Actitud hacia la caridad (ATC)	0.08991961	0.0614907	1.46232875	0.14448645
Actitud hacia la donación (ATD)	0.09041021	0.04428329	2.04163234	0.04188552 *
Normas subjetivas (SUBJ)	0.00914947	0.05892419	0.15527531	0.8766876
Normas morales (MORAL)	0.62047473	0.05011262	12.3816062	9.1007E-30 ***
F estadístico	292.2			
R2	0.8749			
R2 ajustado	0.8719			

• p < 0.10

* p < 0.05

** p < 0.01

*** p < 0.001

Se realizó un análisis de colinealidad donde se observan las variables actitud hacia la donación (ATD), la actitud hacia la ayuda a los demás (ATHO), la actitud hacia la caridad (ATC), Normas subjetivas (SUBJ), con alta colinealidad y Normas morales (MORAL) con colinealidad moderada (Tabla 11).

Tabla 11 Valores de Inflación de la Varianza (VIF) para variables demográficas, sociodemográficas, de actitud hacia el comportamiento y normas subjetivas sobre la intención de donar

Variable	VIF
Sexo (V/M) (S)	2.716934
Ingreso (I)	2.664438
Situación laboral (SL)	6.237717
Religión (si/no) (R)	2.394075
Actitud hacia la ayuda a los demás (ATHO)	14.17942

Actitud hacia la caridad (ATC)	18.92016
Actitud hacia la donación (ATD)	13.60445
Normas subjetivas (SUBJ)	20.77335
Normas morales (MORAL)	8.137352

En el último paso, se realizó la inclusión de PBC y PB añadió un aumento pequeño en la varianza ajustada (R-cuadrado ajustado = 0.8868, F estadístico = 275.3). Para PB, el peso $\beta = 0.03399099$, resultando no significativo y para PBC $\beta = 0.42380749$ resultando significativo ($p < 0.001$). En este modelo Normas morales (MORAL), permaneció siendo significativo ($p < 0.001$) con un peso $\beta = 0.09890$. En consecuencia, este modelo muestra a las Normas morales (MORAL) y Control conductual percibido (PBC) como variables que tienen significancia en el modelo, mientras el resto de variables no fueron significativas (véase la Fig. 10).

Tabla 12 Modelo final de regresión múltiple para predecir la intención de donar: variables sociodemográficas, actitud hacia el comportamiento, normas subjetivas y de control conductual percibido

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
Sexo (V/M) (S)	-0.14314027	0.11326164	-1.26380184	0.20708831
Ingreso (I)	8.0669E-05	7.8016E-05	1.03400665	0.30180119
Situación laboral (SL)	0.03377291	0.0565336	0.59739538	0.55060495
Religión (si/no) (R)	-0.08376509	0.10830713	-0.77340335	0.43977226
Actitud hacia la ayuda a los demás (ATHO)	0.00208806	0.04306666	0.04848436	0.96135611
Actitud hacia la caridad (ATC)	0.03927432	0.05887257	0.66710737	0.50511492
Actitud hacia la donación (ATD)	0.01618092	0.04290827	0.377105	0.70630945
Normas subjetivas (SUBJ)	-0.06230083	0.05738005	-1.08575765	0.27828555
Normas morales (MORAL)	0.42573467	0.05463453	7.79240978	6.5658E-14 ***
Comportamiento pasado (PB)	0.03399099	0.04520034	0.75200737	0.45251962

Control conductual percibido (PBC) 0.42380749 0.05953809 7.11825797 5.6253E-12 ***

F estadístico	275.3
R2	0.8901
R2 ajustado	0.8868

- . p < 0.10
- * p < 0.05
- ** p < 0.01
- *** p < 0.001

Se realizó el último análisis de colinealidad donde se observan que las variables que se añadieron después de las sociodemográficas presentan colinealidad (Tabla 13).

Tabla 13 Valores de Inflación de la Varianza (VIF) para variables sociodemográficas, actitudinales, normativas y de control conductual percibido

Variable	VIF
Sexo (V/M) (S)	2.904675
Ingreso (I)	2.764713
Situación laboral (SL)	6.685829
Religión (si/no) (R)	2.459361
Actitud hacia la ayuda a los demás (ATHO)	14.33637
Actitud hacia la caridad (ATC)	19.62773
Actitud hacia la donación (ATD)	14.45511
Normas subjetivas (SUBJ)	22.29356
Normas morales (MORAL)	10.94616
Comportamiento pasado (PB)	9.579488
Control conductual percibido (PBC)	15.82672

Tabla 14 Resultados comparativos de los cuatro modelos de regresión múltiple jerárquica para predecir la intención de donar

	Modelo 1 β	Modelo 2 β	Modelo 3 β_3	Modelo 4 β_3
Sexo (V/M) (S)	0.4442687 **	0.17219863	-0.08856445	-0.14314027
Ingreso (I)	0.00036475 **	0.00015899 .	0.00018436 *	8.0669E-05
Situación laboral (SL)	0.65287733***	0.06594934	0.06057032	0.03377291
Religión (si/no) (R)	0.68937301***	-0.10046599	-0.16264796	-0.08376509
Actitud hacia la ayuda a los demás (ATHO)		0.18153109***	-0.0009502	0.00208806

Actitud hacia la caridad (ATC)	0.24131599***	0.08991961	0.03927432	
Actitud hacia la donación (ATD)	0.15340649***	0.09041021 *	0.01618092	
Normas subjetivas (SUBJ)		0.00914947	-0.06230083	
Normas morales (MORAL)		0.62047473 ***	0.42573467 ***	
Comportamiento pasado (PB)			0.03399099	
Control conductual percibido (PBC)			0.42380749 ***	
F estadístico	231.07	250.9	292.2	275.3
R2	0.7081	0.8229	0.8749	0.8901
R2 ajustado	0.7050	0.8196	0.8719	0.8868

▪ p < 0.10

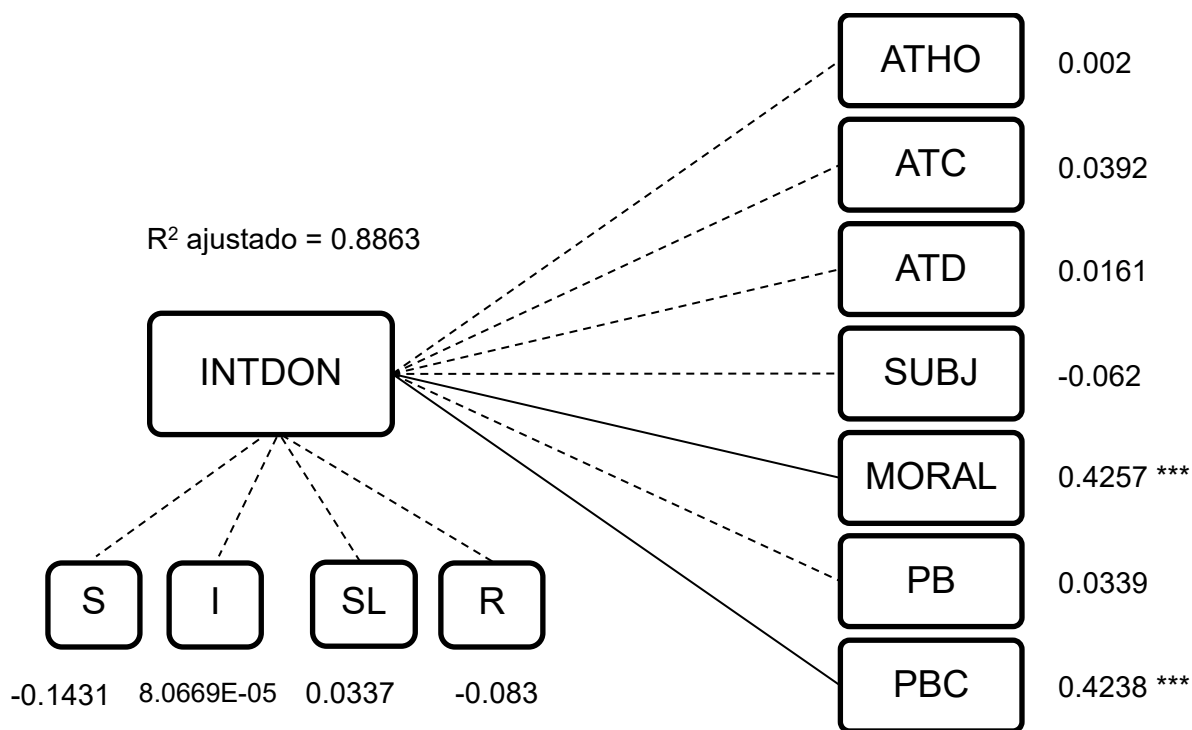
* p < 0.05

** p < 0.01

*** p < 0.001

Figura 10

Resultado del modelo ampliado de la teoría del comportamiento planificado en las donaciones caritativas en la ciudad de Cusco



Nota: La línea continua representa una relación significativa, la línea discontinua una relación no significativa *Nota:* *p < 0.05, **p < 0.01, ***p < 0.001, . p < 0.10

Este modelo, que capta el 88.68% de la varianza de la intención de donar, es un ajuste bueno en comparación a los modelos encontrados en la bibliografía. Sin embargo, la significancia de las variables no se compara con investigaciones similares en otros contextos (véase la Tabla 15). La regresión halló que las normas morales (MORAL) y el Control conductual percibido (PBC) son los predictores que tienen significancia con la Intención de Donar, mientras que las demás variables no tienen significancia en el modelo.

4.1.2.1. Actitud Hacia las Donaciones Caritativas.

Otros estudios del modelo TPB diferentes al modelo de Mittelman & Rojas Méndez (2018) en la donación benéfica han utilizado una única medida de actitud, como en el trabajo de Smith y McSweeney (2007). El presente estudio examina los tres tipos de actitudes como en Mittelman y Rojas Mendez (2018): hacia la donación, hacia la organización benéfica y hacia la ayuda a los demás. Los resultados de la presente investigación, muestran que en un primer momento son

predictores significativos de la intención de donar. Sin embargo, al agregar las demás variables pierden significancia llegando a no ser predictores significativos de la Intención de donar (H3 no apoyada) como se muestra en la Tabla 14. La presente investigación, como se muestra en la Tabla 15, difiere de otras investigaciones (Smith y McSweeney 2007; Kashif y De Run 2015; Mittelman and Rojas Mendez). Por lo tanto, el papel de la actitud hacia la donación, la actitud hacia la ayuda a los demás y la actitud hacia las organizaciones benéficas no es relevante en el contexto encontrado en este estudio.

4.1.2.2. Normas Subjetivas.

La relación entre las normas subjetivas y la intención de donar no resultó significativa en este estudio (H4 no respaldada), pero sí en los de Smith y McSweeney (2007) y Kashif y De Run (2015). Los resultados encontrados por Van der Linden (2011) no están completamente fuera de línea con la investigación existente, incluyendo Smith y McSweeney (2007), en que los estudios anteriores solo han encontrado evidencia parcial para apoyar la validez predictiva de las normas subjetivas en los comportamientos prosociales. Van der Linden (2011) también discute el coeficiente de baja fiabilidad del índice de norma subjetiva (en su estudio denominado norma prescriptiva, $\alpha = 0.50$), además de resultar no significativo. En este estudio se encontró también que Norma Subjetiva que tiene un Alfa de Cronbach muy bajo (0.269). Las Normas Morales siempre resultaron ser predictores significativos y positivos de la Intención de Donar. Tanto para van der Linden (2011) como para Kashif y De Run (2015), las normas morales son el predictor más fuerte de la intención de donar. En esta misma línea, para este estudio se encontró que la relación entre las normas morales y la intención de donar es el predictor más fuerte (compatible con H4).

4.1.2.3. Control Conductual Percibido.

Los resultados de los tres estudios que se muestran en la Tabla 15 fueron similares con respecto a la relación entre la PBC y la intención de donar. En todos los casos, se encontró que PBC era un predictor positivo y significativo, así como en esta investigación (compatible con

H5). Sin embargo, el componente el Comportamiento pasado (PB) y la Intención de Donar, en esta investigación no encontró significativo esta variable (no se apoya H5).

4.1.2.4. Factores de fondo.

No en todos los estudios señalados en los antecedentes, se realiza una regresión entre los diversos factores de fondo y la Intención de Donar. Sin embargo, en esta investigación se incorporó al modelo Sexo (V/M) (S), Ingreso (I), Situación laboral (SL) y Religión (si/no) (R). No se encontró que estas variables sean significativas para el modelo (se rechaza H2).

Tabla 15 TPB en la comparación de modelos de donaciones benéficas

	Tesis	Mittelman and Rojas Mendez (2018)	Smith and McSweeney (2007)	Kashif and De Run (2015)
Sexo (S)	-0.1431	-	0.04	-
Estado civil	-	-	-0.02	-
Hijos (si /no)	-	-	0.01	-
Edad	-	-	-0.03	-
Religión (Si/no)	-0.0837	-	0.07	-
Ingresos	8.0669E-05	-	0.10 *	-
Grado de instrucción	-	-	-0.08	-
Situación laboral	0.0337	-	-	-
ATHO	0.002	0.15***	No considerado	No considerado
ATC	0.0392	0.02	No considerado	No considerado
ATD	0.0161	0.17***	0.11*	0.26**
PBC	0.4238***	0.25***	0.24***	0.31**
SUBJ	-0.062	0.03	0.13*	0.27**
MORAL	0.4257***	0.25***	0.15***	0.34**
PB	0.0339	0.27***	0.54***	0.29**
R2 Adjusted	0.89	0.76	0.67	0.63

*p < 0.05

**p < 0.01

***p < 0.001

Aunque los cuatro modelos presentados en la Tabla 15 demuestran un ajuste aceptable del modelo, expresado por la R-cuadrado ajustada, los resultados de este estudio tienen claras

diferencias en cuanto a los modelos existentes. Aunque los otros modelos son diferentes en cuanto al número de predictores, el R-cuadrado ajustado se ha utilizado precisamente para la comparación del poder explicativo de diferentes modelos de regresión con un número distinto de predictores. El modelo propuesto por Kashif y De Run (2015) es el que menos predice la intención de donar (0.63), mientras que los modelos de Smith y McSweeney (2007) y Mittelman and Rojas Mendez (2018) tienen valores más fuertes de TPB (*Theory of Planned Behavior*) con puntajes de 0.67 y 0.76, respectivamente.

Por otro lado, otro punto a considerar es que el modelo usado de TPB ampliado se recoge de Mittelman and Rojas Mendez (2018) para este estudio, en este se incluye la desagregación del constructo de actitud, a diferencia de los otros estudios. Al utilizar el constructo multidimensional, este estudio pudo descubrir que la actitud desagregada no es significativa en ninguno de sus constructos, el uso de estas construcciones multidimensionales probó estos constructos y sus resultados en comparación con otras TPB en otros estudios de donaciones benéficas. Los futuros estudios sobre TPB en el contexto de donaciones benéficas deberían tener muy en cuenta los resultados encontrados en estas distintas dimensiones.

DISCUSIONES

1. Se reconoce que los resultados del modelo de regresión jerárquica obtenidos en este estudio podrían diferir de los hallazgos de investigaciones previas debido a las particularidades del contexto socioeconómico y cultural en el que se desarrolló. Estos factores de fondo son distintos a los observados en estudios realizados en Australia, Canadá y Pakistán (Smith y McSweeney, 2007; Mittelman y Rojas-Méndez, 2018; Kashif y De Run, 2015). Como señalan Nakamura et al. (2025), las donaciones benéficas varían entre países y grupos sociodemográficos debido a políticas diferenciadas, así como a factores estructurales y sistémicos. Además, la edad de los participantes podría tener influencia en los resultados, dado que el presente estudio se centró en personas de entre 18 y 40 años. Por otro lado, se encuentra consistencia con investigaciones que han concluido que el ingreso no necesariamente mantiene una relación significativa con las donaciones benéficas, tal como lo sugieren Su y Wan (2018).

2. El resultado obtenido para las actitudes hacia ayudar a los demás (ATHO), hacia la caridad (ATC) y hacia la donación (ATD) es particularmente relevante, dado que la mayoría de investigaciones previas no desagregan la actitud en subcomponentes, como sí lo proponen Mittelman y Rojas-Méndez (2018). En este estudio, solo la actitud hacia la caridad mostró un comportamiento similar al encontrado por dichos autores, lo que sugiere que las personas podrían considerar importante la reputación, credibilidad o prestigio de la organización destinataria al momento de decidir donar. No obstante, el valor que los participantes otorgan a la acción de donar (ATD) o a ayudar a otros (ATHO) no resultó significativo. Una posible explicación es que las normas morales (MORAL), que sí mostraron un fuerte poder predictivo, podrían estar absorbiendo la varianza explicativa de estos dos componentes actitudinales, reduciendo así su capacidad para predecir la intención de donar en este contexto

3. Las normas morales influyeron significativamente, mientras que las normas subjetivas no fueron significativas. Este último resultado ha sido coherente con Mittelman y Rojas Mendez (2018) donde las normas subjetivas no fueron significativas. Por el contrario, Kashif y

De Run (2015) descubrieron que las normas subjetivas eran un predictor significativo, fuerte y positivo de la intención de donar en un estudio en Malasia. Otras posibles explicaciones podrían estar relacionadas con la idea de que las donaciones caritativas suelen realizarse en privado o de forma anónima, resultando en que las normas morales funcionen en contraposición a las normas sociales o subjetivas (van der Linden, 2011) o que las personas puedan subestimar la influencia de las normas subjetivas y las presiones sociales en su propio comportamiento (Nolan et al., 2008).

4. El control conductual percibido (PBC) resultó ser significativo dentro del modelo, coincidiendo con lo reportado por estudios previos en otros contextos (Mittelman & Rojas-Méndez, 2018; Smith & McSweeney, 2007; Kashif & De Run, 2015). Este hallazgo sugiere que en la ciudad de Cusco las personas pueden sentirse más o menos inclinadas a donar dependiendo de la presencia o ausencia de condiciones que faciliten o dificulten la acción de donar. Asimismo, es posible que factores indirectos, como la observación de experiencias de amigos o conocidos, influyan en su percepción de capacidad para donar. En contraste, el comportamiento pasado (PB) no mostró significancia en el modelo, lo cual difiere de los resultados de las investigaciones citadas. Una explicación plausible es que las experiencias personales previas relacionadas con la donación no influyen directamente en su comportamiento futuro, ya que los participantes podrían otorgar mayor importancia a las experiencias de otras personas dentro de su entorno social.

CONCLUSIONES

1. Las variables sociodemográficas analizadas como sexo (S), ingreso (I), situación laboral (SL) y religión (R) no predicen la intención de donación entre los jóvenes cusqueños. Además, la edad y el grado de instrucción fueron excluidos del modelo debido a colinealidad ($VIF > 5$), lo que impidió evaluar su efecto independiente. En conjunto, esto sugiere que el comportamiento de donación en este grupo no está determinado por características sociodemográficas, sino por otras variables.

2. Las actitudes hacia ayudar a los demás (ATHO), actitud hacia la caridad (ATC) y hacia la donación (ATD) no mostraron efectos significativos sobre la intención de donar. Esto indica que, aunque los jóvenes puedan tener creencias favorables o desfavorables sobre la donación o sus beneficios, estas evaluaciones no influyen en su intención de realizar una contribución.

3. Las normas subjetivas presentan un impacto diferenciado. Las normas morales (MORAL) emergieron como un predictor sólido prediciendo la intención de donar ($\beta \approx 0.426$, $p < .001$). Este hallazgo alinea con la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) y estudios previos en otros contextos, donde la moralidad actúa como motor de la intención de donar. Por otro lado, las normas subjetivas (SUBJ) no predicen la intención de donar, lo que implica que la presión social o la aprobación/desaprobación de personas cercanas no influye en la decisión de donar entre jóvenes cusqueños.

4. El control conductual percibido (PBC) sí tiene un impacto significativo ($\beta \approx 0.424$, $p < .001$). Esto indica que los participantes dan mucho valor a la información tanto de experiencias previas o de información indirecta, como observaciones de experiencias de conocidos y amigos, así como por otros elementos que afectan la percepción de dificultad para llevar a cabo el comportamiento de donación. Sin embargo, el componente el Comportamiento pasado (PB), no influye en la intención de realizar una donación. Esto significa que el comportamiento de haber realizado una donación en el pasado no predeciría la conducta futura.

RECOMENDACIONES

Futuros estudios podrían incluir otras extensiones del TPB como la ética interna y la intensidad moral como en Rex et al. (2015), si pueden añadir significativamente poder explicativo al modelo. Además, como destacan Johnstone y Lindh (2018), los consumidores millennials (o donantes), otorgan un valor considerable a los influencers como motivadores, a menudo más que al producto o la causa, por lo que es importante considerar el papel mediador y moderador de los influencers sobre la intención de donar. Por último, los resultados del estudio solo deben aplicarse a las donaciones monetarias a organizaciones benéficas. Pero también, las hipótesis podrían contrastarse con la intención de donar tiempo (voluntariado) o de donar bienes usados, considerando que según Portocarrero et al. (2004) existe una gran cantidad de personas que realizan trabajo voluntario a nivel nacional (34%).

Para mejorar la generalizabilidad y fortalecer la validez externa de los resultados, sería recomendable aplicar un muestreo aleatorio en contextos definidos de manera planificada. Asimismo, el modelo jerárquico de la intención de donar debería evaluarse en otros entornos y regiones del país, con el fin de comprobar su estabilidad y aplicabilidad en distintos contextos sociales y culturales. Esta sugerencia se fundamenta en el hecho de que el modelo propuesto en este estudio presentó diferencias significativas en comparación con investigaciones previas, lo cual podría estar relacionado con las características particulares de la muestra o del entorno en el que se aplicó.

También estudios posteriores deberían tomar en cuenta factores de fondo, así como las variables desagregadas de actitud (Actitud hacia la ayuda a los demás (ATHO), Actitud hacia la caridad (ATC), Actitud hacia la donación (ATD), que son importantes según investigaciones previas en este tema (Mittelman & Rojas Méndez, 2018).

Teniendo en cuenta las limitaciones de la actual investigación, según los resultados, las organizaciones caritativas deberían diseñar campañas que refuercen las normas morales, utilizando mensajes que apelen al sentido de responsabilidad y solidaridad comunitaria,

destacando el impacto concreto de las donaciones en la región. Por otro lado, sería recomendable facilitar el proceso de donación para aumentar el control conductual percibido, implementando estrategias como: puntos de donación móviles en zonas de alta afluencia (mercados, universidades), horarios flexibles y sistemas de citas en línea para reducir barreras logísticas, y guías visuales (infografías, videos) que expliquen el proceso de donación paso a paso.

Referencias bibliográficas

- Aaker, J. L., & Liu, W. (2011). The Happiness of Giving: The Time-Ask Effect. *SSRN Electronic Journal*, October 2008. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1292548>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2005). Attitudes, Personality & Behavior. In *Open University Press* (Second Edi).
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2010). Predicting Changing Behavior. In *Taylor & Francis Group*.
- Andreoni, J. (1989). Giving with impure altruism: applications to charity and Ricardian equivalence. *The Journal of Political Economy*, 1447–1458.
<https://econweb.ucsd.edu/~jandreoni/Econ264/papers/Andreoni JPE 1989.pdf>
- Araki Naruse, C. N., & Ramirez Odar, M. J. (2018). *Estrategias de mejora en la eficiencia de donaciones para financiar un plan de desarrollo: caso USAT 2017*.
- Awan, M. Y., & Hameed, F. (2014). The Effect of Demographic, Socio-economic and Other Characteristics on Donations. *Current Research Journal of Social Sciences*, 6(2), 55–76.
<https://doi.org/10.19026/crjss.6.5567>
- Baron, J., & Szymanska, E. (2011). Heuristics and biases in charity. *The Science of Giving: Experimental Approaches to the Study of Charity*, 215–236.
<https://doi.org/10.4324/9780203865972-24>
- Bergstrom, T., Blume, L., & Varian, H. (1986). On the private provision of public goods. *Journal of Public Economics*, 29(1), 25–49. [https://doi.org/10.1016/0047-2727\(86\)90024-1](https://doi.org/10.1016/0047-2727(86)90024-1)
- Billón Currás, M. (2002). Psicología y economía desde una perspectiva interdisciplinar. *Encuentros Multidisciplinares*, 4(11), 2–10.
- Bland, J. M., & Altman, D. G. (1997). Statistics notes: Cronbach's alpha. In *Bmj* (Vol. 314, Issue

7080, p. 572). <https://doi.org/10.1136/bmj.314.7080.572>

Brañas Garza, P., & Paz Espinosa, M. (2011). ECONOMÍA EXPERIMENTAL Y DEL COMPORTAMIENTO. *Papeles Del Psicólogo*, 32, 185–193.

Bryant, W. K., Jeon-Slaughter, H., Kang, H., & Tax, A. (2003). Hyojin Kang and Aaron Tax Participation in Philanthropic Activities : Donating Money and Time. *Journal of Consumer Policy*, 26, 43–73.

Buchanan, J. M. (1999). *The Demand and Supply of Public Goods*. Liberty Fund, Incorporated, Indianapolis.

Bussell, H., & Forbes, D. (2002). Understanding the volunteer market: the what, where, who and why of volunteering. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 7(3), 244–257. <https://doi.org/10.1002/nvsm.183>

Charities Aid Foundation. (2019). CAF World Giving Index 10th Edition. *Charities Aid Foundation*, 1(October), 1–28. <https://www.cafonline.org/about-us/publications/2019-publications/caf-world-giving-index-10th-edition>

Club de Fundraising. (2017). *Desde adentro - Laura Moreira, de Aldeas Infantiles Uruguay - YouTube*. https://www.youtube.com/watch?v=9ZZdTscJaj0&ab_channel=ClubdeFundraising

Correa, A., & Yildirim, H. (2013). A theory of charitable fundraising with costly solicitations. *American Economic Review*, 103(2), 1091–1107. [https://econweb.ucsd.edu/~jandreon/PhilanthropyAndFundraising/Volume 2/7 NCY.pdf](https://econweb.ucsd.edu/~jandreon/PhilanthropyAndFundraising/Volume%202/7%20NCY.pdf)

Davies, J., Foxall, G. R., & Pallister, J. (2002). Beyond the intention-behaviour mythology: An integrated model of recycling. *Marketing Theory*, 2(1), 29–113. <https://doi.org/10.1177/1470593102002001645>

Denegri, M. (2010). *Dra . Marianela Denegri Coria E . mail : mdenegri@ufro.cl Universidad de*

La Frontera.

- Fishbein, M., & Icek, A. (1975). Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. In *Psychology of Attitudes*.
- France, J. L., Kowalsky, J. M., France, C. R., McGlone, S. T., Himawan, L. K., Kessler, D. A., & Shaz, B. H. (2014). Development of common metrics for donation attitude, subjective norm, perceived behavioral control, and intention for the blood donation context. *Transfusion*, 54(3 Pt 2), 839–847. <https://doi.org/10.1111/trf.12471>
- Fundación TRASCENDER. (2021). *Encuesta Nacional de Voluntariado y Solidaridad* (Issue July).
- Guerrero, A., & Romero, R. (2017). Organizaciones no Lucrativas Sostenibles en Perú: una Gestión Eficiente en Recaudación de Fondos. In *Respositorio Académico UPC*.
- Hasiloglu, S. B., & Hasiloglu-Ciftciler, M. (2023). What should be the measure of conformity to normal distribution (normality) test in Likert type digital and face-to-face survey data? *Journal of Internet Applications and Management*, 14(2). <https://doi.org/10.34231/iuyd.1346463>
- Hernandez, S., Fernández. C., B. L. (2014). *Metodología de la investigación* (Vol. 6).
- Hsee, C. K. (1996). The Evaluability Hypothesis: An Explanation for Preference Reversals between Joint and Separate Evaluations of Alternatives. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 67(3), 247–257. <https://pages.ucsd.edu/~cmckenzie/Hsee1996OBHDP.pdf>
- Huamani, M., & Peralta, M. (2012). *Factores sociopersonales relacionados con la actitud frente a la donación de órganos de los estudiantes de las carreras profesionales de ciencias de la salud UNSAAC - 2012*.
- Johnstone, L., & Lindh, C. (2018). The sustainability-age dilemma: A theory of (un)planned

behaviour via influencers. *Journal of Consumer Behaviour*, 17(1), e127–e139.

<https://doi.org/10.1002/cb.1693>

Kashif, M., & Run, E. C. De. (2015). Volunteerism, compassion and religiosity as. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 21(July), 170–187.

<https://doi.org/10.1002/nvsm>

Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2002). Investigación del comportamiento: Métodos de investigación en ciencias sociales. In *McGrawHill*.

<http://books.google.com.mx/books?id=6Y3gOwAACAAJ>

Khanna, J., Posnett, J., & Sandler, T. (1995). Charity donations in the UK: New evidence based on panel data. *Journal of Public Economics*, 56(2), 257–272. [https://doi.org/10.1016/0047-2727\(94\)01421-J](https://doi.org/10.1016/0047-2727(94)01421-J)

Knowles, S. R., Hyde, M. K., & White, K. M. (2012). Predictors of Young People's Charitable Intentions to Donate Money: An Extended Theory of Planned Behavior Perspective. *Journal of Applied Social Psychology*, 42(9), 2096–2110. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2012.00932.x>

Kottasz, R. (2004). Differences in the donor behavior characteristics of young affluent males and females: Empirical evidence from Britain. *Voluntas*, 15(2), 181–203.

<https://doi.org/10.1023/B:VOLU.0000033180.43496.09>

Lastra, B., Margarita, Y., Cañamero, R., Yesenia, M., & Cañamero, R. (2018). *Perfil la persona natural que realiza una donación monetaria a las Organizaciones No Gubernamentales que favorecen a niños en la ciudad de Lima Perfil la persona natural que realiza una donación monetaria a las Organizaciones No Gubernamentales que favorece*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). 10.19083/tesis/624611

Lee, Y. K., & Chang, C. T. (2007). Who gives what to charity? Characteristics affecting donation

behavior. *Social Behavior and Personality*, 35(9), 1173–1180.

<https://doi.org/10.2224/sbp.2007.35.9.1173>

Mayrhofer-Reinhartshuber, D., Fitzgerald, A., Benetka, G., & Fitzgerald, R. (2006). Effects of Financial Incentives on the Intention to Consent to Organ Donation: A Questionnaire Survey. *Transplantation Proceedings*, 38(9), 2756–2760.

<https://doi.org/10.1016/j.transproceed.2006.08.134>

Mittelman, R., & Rojas Méndez, J. (2018). Why Canadians give to charity : an extended theory of planned behaviour model Why Canadians give to charity : an extended theory of planned behaviour model. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, January. <https://doi.org/10.1007/s12208-018-0197-3>

Nakamura, J. S., Woodberry, R. D., Weziak-Bialowolska, D., Kubzansky, L. D., Shiba, K., Padgett, R. N., Johnson, B. R., & VanderWeele, T. J. (2025). Childhood predictors of charitable giving and helping across 22 countries in the Global Flourishing Study. *Scientific Reports*, 15(1), 1–16. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-77950-1>

Nguyen, N. (2015). *Economics of charitable giving: understanding the motivation of donation behavior* (Issue December). University of Economics Ho Chi Minh City Vietnam.

Nolan, J. M., Schultz, P. W., Cialdini, R. B., Goldstein, N. J., & Griskevicius, V. (2008). Normative social influence is underdetected. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(7), 913–923. <https://doi.org/10.1177/0146167208316691>

Noor, A. H. B. M., Isa, N. A. M., Irpan, H. M., Bahrom, H. Bin, Salleh, A. B. M., & Ridzuan, A. R. Bin. (2015). Characteristic Affecting Charitable Donations Behavior: Empirical Evidence from Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 31(January 2016), 563–572. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)01202-2](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)01202-2)

Okun, M. A., & Sloane, E. S. (2002). Application of planned behavior theory to predicting

- volunteer enrollment by college students in a campus-based program. *Social Behavior and Personality*, 30(3), 243–249. <https://doi.org/10.2224/sbp.2002.30.3.243>
- Olson, M. (1965). *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*. Cambridge, MA, Harvard University Press.
- Pérez, L. P. y., & Egea, P. (2019). About intentions to donate for sustainable rural development: An exploratory study. *Sustainability (Switzerland)*, 11(3), 1–14. <https://doi.org/10.3390/su11030765>
- Picas Contreras, J. (2006). (2006). *Papel de las Organizaciones No Gubernamentales y la crisis del desarrollo. Una crítica antropológica a las formas de cooperación*. <https://doi.org/10.20506/rst.24.2.1595>
- Portocarrero, F., Sanborn, C., Millán, A., & Loveday, J. (2004). *Voluntarios , donantes y ciudadanos en el Perú : reflexiones a partir de una encuesta*.
- Ranganathan, S., & Henley, W. (2008). Determinants of Charitable Donation Intentions: A Structural Equation Model. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 13. <https://doi.org/10.1002/nvsm>
- Rex, J., Lobo, A., & Leckie, C. (2015). Evaluating the Drivers of Sustainable Behavioral Intentions: An Application and Extension of the Theory of Planned Behavior. *Journal of Nonprofit and Public Sector Marketing*, 27(3), 263–284. <https://doi.org/10.1080/10495142.2015.1053342>
- Rivis, A., Paschal, S., & Christopher, A. (2009). Frankie Knuckles. *Journal of Applied Social Psychology*, 2985–3019. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1559-1816.2009.00558.x>
- Samuelson, P. A. (1954). The Pure Theory of Public Expenditure. *The Review of Economics and Statistics*, 36(4), 387. <https://doi.org/10.2307/1925895>

- Simon, H. A. (1955). A Behavioral Model of Rational Choice. *The Quarterly Journal of Economics*, 69, 99–118.
- Small, D. A., & Loewenstein, G. (2003). Helping a Victim or Helping the Victim: Altruism and Identifiability. *Journal of Risk and Uncertainty*, 26(1), 5–16.
<https://doi.org/10.1023/A:1022299422219>
- Smith, J. R., & McSweeney, A. (2007). Charitable giving: The effectiveness of a revised theory of planned behaviour model in predicting donating intentions and behaviour. *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 17(5), 363–386.
<https://doi.org/10.1002/casp.906>
- Su, K., & Wan, R. (2018). Income, charitable giving, and perception bias. *Prague Economic Papers*, 27(1), 40–54. <https://doi.org/10.18267/j.pep.637>
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*. 185(4157), 1124–1131.
- UNICEF. (2021). Proteger los derechos de la infancia en tiempos de crisis. *Informe Anual de La UNICEF*.
- van der Linden, S. (2011). Charitable Intent: A Moral or Social Construct? A Revised Theory of Planned Behavior Model. *Current Psychology*, 30(4), 355–374.
<https://doi.org/10.1007/s12144-011-9122-1>
- Webb, D. J., Green, C. L., & Brashear, T. G. (2000). Development and validation of scales to measure attitudes influencing monetary donations to charitable organizations. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2), 299–309.
<https://doi.org/10.1177/0092070300282010>
- Wymer, W., & Alves, H. M. B. (2013). Scale development research in nonprofit management & marketing: A content analysis and recommendation for best practices. *International Review*

on *Public and Nonprofit Marketing*, 10(1), 65–86. [https://doi.org/10.1007/s12208-012-0093-](https://doi.org/10.1007/s12208-012-0093-1)

1

Yopez, N., & Olazabal, G. (2022). *Factores relacionados a la donación de sangre en los estudiantes de la escuela profesional de enfermería UNSAAC, Cusco - 2019.*

Anexos

Tabla 1 Operacionalización de las variables

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables
Problema General	Objetivo General	Hipótesis general	Variable dependiente
1. ¿Cómo afectan las variables de la Teoría del comportamiento planificado al comportamiento de donación de los jóvenes de 18 a 40 de la ciudad de Cusco?	1. Determinar el efecto de las variables de la Teoría del comportamiento planificado al comportamiento de donación de los jóvenes de 18 a 40 de la ciudad de Cusco	1. Determinar el efecto de las variables de la Teoría del comportamiento planificado al comportamiento de donación de los jóvenes de 18 a 40 de la ciudad de Cusco	Donaciones monetarias
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Variable independiente
1. ¿Cómo afectan las variables sociodemográficas al comportamiento de donación de los jóvenes de 18 a 40 de la ciudad de Cusco?	1. Determinar el efecto de las variables sociodemográficas al comportamiento de donación de los jóvenes de 18 a 40 de la ciudad de Cusco.	1. La edad influye significativamente en la intención de donar 2. El sexo influye significativamente en la intención de donar de los jóvenes de 18 a 40 de la ciudad de Cusco	Variable sociodemográfica
2. ¿Como afecta la variable de actitud, conformado por la actitud hacia ayudar a los demás, la actitud hacia la caridad y la actitud hacia las variables de donación,	2. Determinar el efecto de la actitud, conformado por la actitud hacia ayudar a los demás, la actitud hacia la caridad y la actitud hacia las variables de donación,	3. El nivel de ingreso influye significativamente en la intención	Actitud

<p>con las intenciones de donación de los jóvenes de 18 a 40 de la ciudad de Cusco?</p>	<p>con las intenciones de donación de los jóvenes de 18 a 40 de la ciudad de Cusco.</p>	<p>de donar de los jóvenes de 18 a 40 de la ciudad de Cusco</p>	
<p>3. ¿Como afecta la variable norma subjetiva, conformado por las normas morales y las normas subjetivas, con las intenciones de donación de los jóvenes de 18 a 40 de la ciudad de Cusco?</p>	<p>3. Determinar el efecto de la norma subjetiva, conformado por las normas morales y las normas subjetivas, con las intenciones de donación de los jóvenes de 18 a 40 de la ciudad de Cusco.</p>	<p>4. El grado de instrucción influye significativamente en la intención de donar de los jóvenes de 18 a 40 de la ciudad de Cusco</p> <p>5. La situación laboral influye significativamente en la intención de donar</p>	<p>Norma subjetiva</p>
<p>4. ¿Como afectan la variable control conductual percibido, conformado por control conductual percibido y la experiencia pasada, con las intenciones de donación de los jóvenes de 18 a 40 de la ciudad de Cusco?</p>	<p>4. Determinar el efecto del control conductual percibido, conformado por control conductual percibido y la experiencia pasada, con las intenciones de donación de los jóvenes de 18 a 40 de la ciudad de Cusco</p>	<p>6. La religión influye significativamente en la intención de donar</p> <p>7. La actitud hacia ayudar a los demás influye positivamente en la intención de donar.</p> <p>8. La actitud hacia la caridad influye positivamente en la intención de donar.</p> <p>9. La actitud hacia las variables de donación influye positivamente en la intención de donar.</p> <p>10. Las normas morales influyen positivamente en la intención de donar.</p>	<p>Control conductual percibido</p>

		<p>11. Las normas subjetivas influyen positivamente en la intención de donar.</p> <p>12. El control conductual percibido influye positivamente en la intención de donar.</p> <p>13. La experiencia pasada influye positivamente en la intención de donar.</p>	
--	--	---	--

Tabla 2 Normalidad por curtosis y asimetría

Variable	n	Mean	Std.Dev	Skew	Kurtosis
media_INTDON	385	2.673377	1.530274	0.953242	0.233858
media_ATHO	385	4.32013	1.700049	-0.10649	-1.04459
media_ATC	385	3.807013	1.138199	0.229163	-0.25362
media_MORAL	385	2.880727	1.388717	0.588068	-0.33316
media_SUBJ	385	4.21187	1.066499	0.535579	0.036251
media_PB	385	3.458182	1.055358	-0.36705	-0.318
media_PBC	385	3.275195	1.312684	0.337697	-0.45144
media_ATD	385	4.404286	1.579264	-0.20071	-0.66563

Tabla 3 Resumen de constructos

Constructos	α
Intención de donar: Siendo (1) totalmente en desacuerdo y (7) totalmente de acuerdo (INTDON)	0.944
1. En el próximo año estoy planeando donar dinero a organizaciones benéficas	
2. Tengo la intención de donar dinero el próximo año	
3. Es muy probable que haga una donación a organizaciones benéficas el próximo año	
4. Definitivamente voy a donar a la caridad el próximo año	
Actitud de ayuda a los demás: Siendo (1) totalmente en desacuerdo y (7) totalmente de acuerdo (ATHO)	0.932
5. La gente debe estar dispuesta a ayudar a los menos afortunados	
6. Ayudar a las personas con problemas es muy importante para mí	
7. La gente debería ser más caritativa con los demás en la sociedad	
8. Las personas necesitadas deben recibir apoyo de los demás	
Actitud hacia la caridad: Siendo (1) totalmente en desacuerdo y (7) totalmente de acuerdo (ATC)	0.7
9. El dinero donado a organizaciones benéficas se destina a buenas causas	
10. Gran parte del dinero donado a la caridad se malgasta (R)	
11. Mi imagen de organizaciones benéficas es positiva	
12. Las organizaciones benéficas han tenido bastante éxito en ayudar a los necesitados	
13. Las organizaciones benéficas cumplen una función útil para la sociedad	
Variabes de actitud hacia la donación (ATD)	0.959
14. Hacer una donación monetaria a la caridad el próximo año sería: Siendo (1) muy Desagradable y (7) muy Agradable	
15. Hacer una donación monetaria a la caridad el próximo año sería: Siendo (1) muy Inútil y (7) muy Útil	
16. Hacer una donación monetaria a la caridad el próximo año sería: Siendo (1) Muy insatisfactorio y (7) Muy satisfactorio	

17. Hacer una donación monetaria a la caridad el próximo año sería: Siendo (1) muy Desfavorable y (7) muy Favorable	
18. Hacer una donación monetaria a la caridad el próximo año sería: Siendo (1) muy negativo y (7) muy positivo	
19. Hacer una donación monetaria a la caridad el próximo año sería: Siendo (1) Nada servicial y (7) Muy servicial	
20. Hacer una donación monetaria a la caridad el próximo año sería: Siendo (1) En vano y (7) Valioso	
21. Hacer una donación monetaria a la caridad el próximo año sería: Siendo (1) muy malo y (7) muy bueno	
Normas morales: Siendo (1) totalmente en desacuerdo y (7) totalmente de acuerdo (MORAL)	0.871
22. Soy el tipo de persona que dona dinero a obras de caridad	
23. Me sentiría culpable si no donara dinero a la caridad	
24. Creo que tengo la obligación moral de donar dinero a la caridad	
25. No hacer donaciones de dinero a organizaciones benéficas va en contra de mis principios	
Normas subjetivas (SUBJ)	0.269
26. Las personas más cercanas a mí apoyarían mi decisión de hacer donaciones monetarias a organizaciones benéficas: Siendo (1) totalmente en desacuerdo y (7) totalmente de acuerdo	
27. Las personas más cercanas a mí desaprobaban que donara dinero a organizaciones benéficas: Siendo (1) Muy Improbable y (7) Muy Probable (R)	
28. La mayoría de las personas que son importantes para mí piensan que mi donación de dinero a organizaciones benéficas sería: Siendo (1) Muy indeseable y (7) Muy deseable	
Comportamiento pasado (PB)	0.454
29. No es habitual que done dinero a organizaciones benéficas: Siendo (1) totalmente en desacuerdo y (7) totalmente de acuerdo (R)	

30. Usualmente dono dinero a organizaciones benéficas: Siendo (1) totalmente en desacuerdo y (7) totalmente de acuerdo

31. No dono dinero a organizaciones benéficas: Siendo (1) Nada cierto y (7) es Muy cierto (R)

32. El anterior año, no he donado dinero a organizaciones benéficas: Siendo (1) Nada cierto y (7) es Muy cierto (R)

33. ¿Con qué frecuencia ha donado dinero recientemente a organizaciones benéficas?: Siendo (1) nunca y (7) muy a menudo

Control conductual percibido (PBC)

0.793

34. Si quisiera, podría donar fácilmente dinero a organizaciones benéficas el próximo año

35. Depende principalmente de mí si dono dinero a organizaciones benéficas el próximo año

36. Confío en que podré donar dinero a organizaciones benéficas el próximo año

37. Donar dinero a organizaciones benéficas el próximo año me resulta fácil

38. En general, ¿Cuánto control tiene sobre si donará dinero a organizaciones benéficas en el próximo año?: Siendo (1) no tiene control y (7) completo control

Tabla 4 Resultados de la regresión múltiple sobre la intención de donar

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
Edad (E)	-0.00319088	0.01741239	-0.18325358	0.85469705
Sexo (V/M) (S)	0.04673424	0.16854884	0.27727419	0.78172075
Ingreso (I)	0.00020979	0.00011331	1.85149726	0.06487569 .
Grado de Instrucción (GI)	0.25703736	0.0450503	5.70556411	2.34E-08 ***

Situación laboral (SL)	0.19922744	0.08866374	2.24700035	0.02521485 *
Religión (si/no) (R)	0.16049982	0.15863742	1.01173998	0.31230786
F estadístico	198.2			
R2	0.7583			
R2 ajustado	0.7545			

- $p < 0.10$
- * $p < 0.05$
- ** $p < 0.01$
- *** $p < 0.001$

Tabla 5 Valores de Inflación de la Varianza (VIF)

Variable	VIF
Edad (E)	27.0936184
Sexo (V/M) (S)	2.96536354
Ingreso (I)	2.68834214
Grado de Instrucción (GI)	20.2910789
Situación laboral (SL)	7.58103518
Religión (si/no) (R)	2.43228178

Tabla 6 Resultados de la regresión múltiple sobre la intención de donar

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
Sexo (V/M) (S)	0.4442687	0.1665764	2.66705669	0.00797813**
Ingreso (I)	0.00036475	0.00012171	2.99678574	0.00290707**

Situación laboral (SL)	0.65287733	0.07322556	8.91597637	2.0384E-17***
Religión (si/no) (R)	0.68937301	0.15824644	4.35632565	1.7027E-05***
F estadístico	231.07			
R2	0.7081			
R2 ajustado	0.7050			

. p < 0.10
 * p < 0.05
 ** p < 0.01
 *** p < 0.001

Tabla 7 Valores de Inflación de la Varianza (VIF)

Variable	VIF
Sexo (V/M) (S)	2.410765
Ingreso (I)	2.581967
Situación laboral (SL)	4.303913
Religión (si/no) (R)	2.014523

Tabla 8 Resultados de la regresión múltiple sobre la intención de donar

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
Sexo (V/M) (S)	0.17219863	0.13361174	1.28879859	0.19825631
Ingreso (I)	0.00015899	9.6285E-05	1.65124493	0.09951907 .
Situación laboral (SL)	0.06594934	0.06856695	0.961824	0.33675288
Religión (si/no) (R)	-0.10046599	0.13451905	-0.74685323	0.45561644

Actitud hacia la ayuda a los demás (ATHO)	0.18153109	0.05026795	3.61126891	0.0003458***
Actitud hacia la caridad (ATC)	0.24131599	0.06763578	3.56787483	0.00040617***
Actitud hacia la donación (ATD)	0.15340649	0.04807429	3.19103013	0.0015362***
F estadístico	250.9			
R2	0.8229			
R2 ajustado	0.8196			

. p < 0.10
 * p < 0.05
 ** p < 0.01
 *** p < 0.001

Tabla 9 Valores de Inflación de la Varianza (VIF)

Variable	VIF
Sexo (V/M) (S)	2.536476
Ingreso (I)	2.642428
Situación laboral (SL)	6.171364
Religión (si/no) (R)	2.380594
Actitud hacia la ayuda a los demás (ATHO)	12.256
Actitud hacia la caridad (ATC)	16.25574
Actitud hacia la donación (ATD)	11.38609

Tabla 10 Resultados de la regresión múltiple sobre la intención de donar

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
Sexo (V/M) (S)	-0.08856445	0.11653132	-0.76000558	0.44772752

Ingreso (I)	0.00018436	8.1477E-05	2.26268461	0.02422504 *
Situación laboral (SL)	0.06057032	0.05809128	1.04267491	0.29776881
Religión (si/no) (R)	-0.16264796	0.11367995	-1.43075324	0.15333148
Actitud hacia la ayuda a los demás (ATHO)	-0.0009502	0.0455638	-0.02085425	0.98337299
Actitud hacia la caridad (ATC)	0.08991961	0.0614907	1.46232875	0.14448645
Actitud hacia la donación (ATD)	0.09041021	0.04428329	2.04163234	0.04188552 *
Normas subjetivas (SUBJ)	0.00914947	0.05892419	0.15527531	0.8766876
Normas morales (MORAL)	0.62047473	0.05011262	12.3816062	9.1007E-30 ***
F estadístico	292.2			
R2	0.8749			
R2 ajustado	0.8719			

· p < 0.10

* p < 0.05

** p < 0.01

*** p < 0.001

Tabla 11 Valores de Inflación de la Varianza (VIF)

Variable	VIF
Sexo (V/M) (S)	2.716934
Ingreso (I)	2.664438

Situación laboral (SL)	6.237717
Religión (si/no) (R)	2.394075
Actitud hacia la ayuda a los demás (ATHO)	14.17942
Actitud hacia la caridad (ATC)	18.92016
Actitud hacia la donación (ATD)	13.60445
Normas subjetivas (SUBJ)	20.77335
Normas morales (MORAL)	8.137352

Tabla 12 Resultados de la regresión múltiple sobre la intención de donar

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
Sexo (V/M) (S)	-0.14314027	0.11326164	-1.26380184	0.20708831
Ingreso (I)	8.0669E-05	7.8016E-05	1.03400665	0.30180119
Situación laboral (SL)	0.03377291	0.0565336	0.59739538	0.55060495
Religión (si/no) (R)	-0.08376509	0.10830713	-0.77340335	0.43977226
Actitud hacia la ayuda a los demás (ATHO)	0.00208806	0.04306666	0.04848436	0.96135611
Actitud hacia la caridad (ATC)	0.03927432	0.05887257	0.66710737	0.50511492
Actitud hacia la donación (ATD)	0.01618092	0.04290827	0.377105	0.70630945
Normas subjetivas (SUBJ)	-0.06230083	0.05738005	-1.08575765	0.27828555
Normas morales (MORAL)	0.42573467	0.05463453	7.79240978	6.5658E-14 ***

Comportamiento pasado (PB)	0.03399099	0.04520034	0.75200737	0.45251962
Control conductual percibido (PBC)	0.42380749	0.05953809	7.11825797	5.6253E-12 ***
F estadístico	275.3			
R2	0.8901			
R2 ajustado	0.8868			

. p < 0.10
 * p < 0.05
 ** p < 0.01
 *** p < 0.001

Tabla 13 Valores de Inflación de la Varianza (VIF)

Variable	VIF
Sexo (V/M) (S)	2.904675
Ingreso (I)	2.764713
Situación laboral (SL)	6.685829
Religión (si/no) (R)	2.459361
Actitud hacia la ayuda a los demás (ATHO)	14.33637
Actitud hacia la caridad (ATC)	19.62773
Actitud hacia la donación (ATD)	14.45511
Normas subjetivas (SUBJ)	22.29356
Normas morales (MORAL)	10.94616
Comportamiento pasado (PB)	9.579488
Control conductual percibido (PBC)	15.82672

Tabla 14 Resultados de la regresión múltiple sobre la intención de donar

	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4
--	----------	----------	----------	----------

	β	β	β_3	β_3
Sexo (V/M) (S)	0.4442687 **	0.17219863	-0.08856445	-0.14314027
Ingreso (I)	0.00036475 **	0.00015899 .	0.00018436 *	8.0669E-05
Situación laboral (SL)	0.65287733***	0.06594934	0.06057032	0.03377291
Religión (si/no) (R)	0.68937301***	-0.10046599	-0.16264796	-0.08376509
Actitud hacia la ayuda a los demás (ATHO)		0.18153109***	-0.0009502	0.00208806
Actitud hacia la caridad (ATC)		0.24131599***	0.08991961	0.03927432
Actitud hacia la donación (ATD)		0.15340649***	0.09041021 *	0.01618092
Normas subjetivas (SUBJ)			0.00914947	-0.06230083
Normas morales (MORAL)			0.62047473 ***	0.42573467 ***
Comportamiento pasado (PB)				0.03399099
Control conductual percibido (PBC)				0.42380749 ***
F estadístico	231.07	250.9	292.2	275.3
R2	0.7081	0.8229	0.8749	0.8901
R2 ajustado	0.7050	0.8196	0.8719	0.8868

. p < 0.10

* p < 0.05

** p < 0.01

*** p < 0.001

Tabla 15 TPB en la comparación de modelos de donaciones benéficas

	Tesis	Mittelman and Rojas Mendez (2018)	Smith and McSweeney (2007)	Kashif and De Run (2015)
Sexo (S)	-0.1431	-	0.04	-
Estado civil	-	-	-0.02	-
Hijos (si /no)	-	-	0.01	-
Edad	-	-	-0.03	-
Religión (Si/no)	-0.0837	-	0.07	-
Ingresos	8.0669E-05	-	0.10 *	-
Grado de instrucción	-	-	-0.08	-
Situación laboral	0.0337	-	-	-
ATHO	0.002	0.17***	No considerado	No considerado
ATC	0.0392	0.02	No considerado	No considerado
ATD	0.0161	0.15***	0.11*	0.26**
PBC	0.4238***	0.25***	0.24***	0.31**
SUBJ	-0.062	0.03	0.13*	0.27**
MORAL	0.4257***	0.25***	0.15***	0.34**
PB	0.0339	0.27***	0.54***	0.29**
R2 Adjusted	0.89	0.76	0.67	0.63

*p < 0.05

**p < 0.01

***p < 0.001

Cuestionario para la encuesta

DETERMINANTES DE LAS INTENCIONES CARITATIVAS DE LOS JÓVENES Y ADULTOS DE 18 A 40 AÑOS EN LA CIUDAD DE CUSCO

El objetivo de esta encuesta es conocer tu opinión acerca de las donaciones a la caridad, por lo cual te agradecería contestar lo que se te indica a continuación, pensando y contestando según corresponda en cada caso. Recuerda que tus respuestas son totalmente confidenciales. **El cuestionario es anónimo**

Responda las siguientes preguntas

Factores de fondo: Variables demográficas		
1. Edad:	2. Sexo: a. Varón b. Mujer	
3. Distrito de residencia del encuestado: a. Cusco. b. Ccorca. c. Poroy. d. San Jerónimo. e. San Sebastián. f. Santiago. g. Saylla. h. Wánchaq.	4. Estado civil: a. Soltero(a) b. Casado(a) c. Divorciado(a) d. Viudo(a)	5. Número de hijos: a. 0 b. 1 c. 2 d. 3 e. 4 f. Otros:
6. ¿Se identifica con alguna religión en particular? a. Si b. No	7.Cuál es tu Grado de instrucción: a. Sin educación formal b. Educación primaria incompleta c. Educación primaria completa d. Educación secundaria incompleta e. Educación secundaria completa f. Educación técnica incompleta g. Educación técnica completa h. Educación universitaria incompleta i. Educación universitaria completa j. Estudios de posgrado k. Educación universitaria	8.Cuál de las siguientes categorías describe mejor su situación laboral: a. Desempleado/a sin buscar trabajo b. Desempleado/a buscando trabajo c. Empleado/a trabajando a tiempo parcial d. Empleado/a trabajando a tiempo completo
9. ¿Cuál es su ingreso mensual aproximado? (En caso de ser estudiante o estar desempleado/a, puede incluir el apoyo económico que recibe de sus padres o tutores.) _____		

Sección II

Se entiende por caridad u organizaciones benéficas:
Iglesias, ONGs, voluntariados, beneficencia, hospitales, albergues, asilos.

Responda las siguientes preguntas escribiendo un número del 1 al 7.

Siendo (1) totalmente en desacuerdo y (7) totalmente de acuerdo

Intención	1	2	3	4	5	6	7
1. En el próximo año estoy planeando donar dinero a organizaciones benéficas							
2. Tengo la intención de donar dinero el próximo año							
3. Es muy probable que haga una donación a organizaciones benéficas el próximo año							
4. Definitivamente voy a donar a la caridad el próximo año							
Actitud hacia ayudar a los demás							
5. La gente debe estar dispuesta a ayudar a los menos afortunados							
6. Ayudar a las personas con problemas es muy importante para mí							
7. La gente debería ser más caritativa con los demás en la sociedad							
8. Las personas necesitadas deben recibir apoyo de los demás							
Actitud hacia la caridad							
9. El dinero donado a organizaciones benéficas se destina a buenas causas							
10. Gran parte del dinero donado a la caridad se malgasta							
11. Mi imagen de organizaciones benéficas es positiva							
12. Las organizaciones benéficas han tenido bastante éxito en ayudar a los necesitados							
13. Las organizaciones benéficas cumplen una función útil para la sociedad							
Normas morales							
14. Soy el tipo de persona que dona dinero a obras de caridad							
15. Me sentiría culpable si no donara dinero a la caridad							
16. Creo que tengo la obligación moral de donar dinero a la caridad							
17. No hacer donaciones de dinero a organizaciones benéficas va en contra de mis principios							
Normas subjetivas							
18. Las personas más cercanas a mí apoyarían mi decisión de hacer donaciones monetarias a organizaciones benéficas							
Comportamiento pasado (PB)							
19. No es habitual que done dinero a organizaciones benéficas							
20. Usualmente dono dinero a organizaciones benéficas							
Control conductual percibido (PBC)							
21. Si quisiera, podría donar fácilmente dinero a organizaciones benéficas el próximo año							
22. Depende principalmente de mí si dono dinero a organizaciones benéficas el próximo año							
23. Confío en que podré donar dinero a organizaciones benéficas el próximo año							
24. Donar dinero a organizaciones benéficas el próximo año me resulta fácil							

Siendo (1) Muy Improbable y (7) Muy Probable

Actitud hacia las variables de Donación							
25.	Las personas más cercanas a mí desaprobaban que donara dinero a organizaciones benéficas						

Siendo (1) Muy indeseable y (7) Muy deseable

Actitud hacia las variables de Donación							
26.	La mayoría de las personas que son importantes para mí piensan que mi donación de dinero a organizaciones benéficas sería:						

Siendo (1) Nada cierto y (7) es Muy cierto

Actitud hacia las variables de Donación							
27.	No dono dinero a organizaciones benéficas						
28.	El anterior año, no he donado dinero a organizaciones benéficas						

Siendo (1) nunca y (7) muy a menudo

Actitud hacia las variables de Donación							
29.	¿Con qué frecuencia ha donado dinero recientemente a organizaciones benéficas?						

Siendo (1) no tiene control y (7) completo control

Actitud hacia las variables de Donación							
30.	En general, ¿Cuánto control tiene sobre si donará dinero a organizaciones benéficas en el próximo año?						

Siendo (1) muy Desagradable y (7) muy Agradable

Actitud hacia las variables de Donación							
31.	Hacer una donación monetaria a la caridad el próximo año sería:						

Siendo (1) muy Inútil y (7) muy Útil

Actitud hacia las variables de Donación							
32.	Hacer una donación monetaria a la caridad el próximo año sería:						

Siendo (1) Muy insatisfactorio y (7) Muy satisfactorio

Actitud hacia las variables de Donación							
--	--	--	--	--	--	--	--

33.	Hacer una donación monetaria a la caridad el próximo año sería:								
-----	---	--	--	--	--	--	--	--	--

Siendo (1) muy Desfavorable y (7) muy Favorable

Actitud hacia las variables de Donación									
34.	Hacer una donación monetaria a la caridad el próximo año sería:								

Siendo (1) muy negativo y (7) muy positivo

Actitud hacia las variables de Donación									
35.	Hacer una donación monetaria a la caridad el próximo año sería:								

Siendo (1) Nada servicial y (7) Muy servicial

Actitud hacia las variables de Donación									
36.	Hacer una donación monetaria a la caridad el próximo año sería:								

Siendo (1) En vano y (7) Valioso

Actitud hacia las variables de Donación									
37.	Hacer una donación monetaria a la caridad el próximo año sería:								

Siendo (1) muy malo y (7) muy bueno

Actitud hacia las variables de Donación									
38.	Hacer una donación monetaria a la caridad el próximo año sería:								

Variable dependiente		
39.	Estarías dispuesto a donar dinero en este momento	SI NO
40.	Cuánto dinero estarías dispuesto a donar:	s/.