



Universidad de
La Sabana

ESCUELA INTERNACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ECONOMÍA Y FINANZAS INTERNACIONALES

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE
ECONOMISTA CON ÉNFASIS EN FINANZAS INTERNACIONALES

**¿Cómo influye el nivel de información disponible en la
participación como voluntarios de los estudiantes de la
Universidad de la Sabana en Misión Sabana?**

Director: Camilo Ernesto Gómez Cangrejo

Presentado por: Gustavo Andrés Monroy Cristancho
Michele Rusinque Gutierrez

Chía, Julio de 2018



**Universidad
de La Sabana**

Contents

1	Introducción	3
2	Revisión de literatura	3
3	Diseño experimental	6
4	Conjunto datos	8
5	Modelo teórico	9
6	Estimación del modelo	9
6.1	Calidad de predicción del modelo	12
6.2	Análisis de efectos marginales	12
7	Conclusión y discusión	13
8	ANEXOS	17
8.1	Anexo 1:Varianza total explicada	17
8.2	Anexo 2:Matriz de correlaciones	17
8.3	Anexo 3:Comunalidades	17
8.4	Anexo 4:Matriz de componente rotado.....	17
8.5	Anexo 5:Matriz de coef. de puntuación de componente	17
8.6	Anexo 6a:Sedimentación.....	18
8.7	Anexo 6b:Gráfica de componente en espacio rotado	18
8.8	Anexo 7:Encuesta.....	19
8.9	Anexo 8:Libreto.....	23



Universidad de La Sabana

¿Cómo influye el nivel de información disponible en la participación como voluntarios de los estudiantes de la Universidad de la Sabana en Misión Sabana?

Gustavo Monroy y Michele Rusinque Julio 1, 2018²

Resumen

Este artículo busca determinar el efecto de los factores relacionados con la distancia social, es decir el grado de cercanía generado entre dos o más personas, que hacen que los estudiantes de la Universidad de la Sabana se inscriban como voluntarios a la jornada social más grande organizada por la misma, Misión Sabana. El punto de partida fue el concepto de la víctima identificable, el cual fue modificado de acuerdo con las necesidades del grupo de Solidaridad, organismo que organiza la jornada social propuesta. Así, se lo aplicó a la forma de presentar la información de la causa y las experiencias de sus voluntarios, generando tres grados de información (tres tratamientos) y un grupo de comparación (un control) que permita evidenciar la situación actual y medir los resultados. Esto último se logró por medio de un modelo Probit, el cual permitió concluir que los tratamientos no son significativos, es decir la reducción de la distancia social en este caso no aumenta la probabilidad de inscripción de los estudiantes como voluntarios. Sin embargo, se pudieron generar conclusiones interesantes sobre las variables que influyen en el comportamiento y finalmente en la decisión sobre la donación de tiempo, tales como las motivaciones altruistas, el género, el costo de oportunidad de dejar de realizar actividades percibidas como atractivas, la empatía e identificación con la causa, actividades a las que los participantes están ligados como el trabajo, el pertenecer a grupos representativos como el PTB (Programa de Tutoría a Becarios) y la carrera de pregrado seleccionada.¹

Palabras clave: distancia social, voluntariado, donación de tiempo, altruismo, costo de oportunidad.

¹ Este trabajo fue presentado como requisito de opción de grado para obtener el título de Economistas con Énfasis en Finanzas Internacionales.

² Agradecimiento especial a Beatriz Estefanía Jiménez Aguirre por su colaboración en el desarrollo de esta investigación.

1 Introducción

La investigación propuesta tiene como objetivo identificar la mejor aproximación de la jornada de solidaridad más grande de la Universidad de la Sabana, Misión Sabana hacia los estudiantes de la misma con el fin de reclutar un mayor número de voluntarios. Esto está directamente relacionado con el estudio de los comportamientos de altruismo en los estudiantes, más específicamente sus donaciones de tiempo al acceder asistir al evento social propuesto. Este estudio resulta importante dado que se aleja de uno de los principales supuestos de la teoría económica, el Homo-Economicus (D'Elia, 2009), pues presenta un acercamiento hacia las motivaciones de los estudiantes para inscribirse a actividades de voluntariado, sin que estos reciban algún beneficio directo, lo que implica que no estarían maximizando su utilidad, al menos de manera monetaria.

Adicionalmente, este trabajo se basa en el efecto de la víctima identificable, de hecho, busca replicar este sesgo desde otra perspectiva, aplicándolo a Misión Sabana, y más precisamente a la experiencia de asistir a esta jornada como voluntario. De esta manera, como hipótesis se pretende comprobar si la disminución de la distancia social, o el grado de cercanía (reciprocidad) entre los estudiantes y Misión Sabana, logra una mayor participación por parte de los mismos, entendida como un mayor número de inscripciones a la jornada social. Este proyecto de investigación resulta relevante principalmente para las fundaciones y organizaciones sin ánimo de lucro que dependen en gran medida de la participación de voluntarios. Actualmente no existe mucha literatura que aborde este tema, por lo que conviene profundizar en el mismo, para así poder generar estrategias más eficientes y eficaces en el reclutamiento de voluntarios.

Para comprobar la hipótesis mencionada anteriormente se desarrollaron una serie de experimentos que tuvieron lugar en el campus universitario, donde se realizaron 4 tratamientos, 1 control que buscaba reflejar la forma como se reclutan voluntarios actualmente y 3 tratamientos donde se variaba el nivel de información disponible sobre Misión Sabana. Para analizar los datos recogidos se desarrolló un modelo Probit que busca identificar cuáles son las principales variables que aumentan de manera significativa la probabilidad de que los estudiantes de la Universidad de La Sabana se inscriban a la jornada social.

Este documento está organizado de la siguiente manera: En la segunda sección se muestra la revisión de literatura respecto a los diferentes factores que explican las motivaciones en el voluntariado y los comportamientos altruistas, el efecto de la víctima identificable, las donaciones de tiempo, la valoración de costos de oportunidad, entre otros. Posteriormente en la tercera sección se describe el diseño experimental. En la cuarta sección se muestra el conjunto de datos obtenidos al realizar los tratamientos. En la quinta sección se explica el modelo teórico utilizado. En la sexta sección se analizan los resultados, el modelo estimado, su calidad de predicción y los efectos marginales. Finalmente en la séptima sección se concluye.

2 Revisión de literatura

En la teoría económica tradicional es ampliamente aceptado el término de "homo-economicus", siendo este un individuo completamente racional que tiene pleno conocimiento de sus preferencias y de las opciones disponibles, que en sus decisiones busca maximizar su utilidad (Loewenstein, Rick, and Cohen (2008)). Sin embargo, en la práctica se observa que los individuos no siempre se comportan de este modo, existen ocasiones en las que el ser humano no actúa según lo esperado, de hecho, según Thaler (2017) las creencias en las que se basan las personas para decidir están sesgadas. Un claro ejemplo de esto son las donaciones realizadas por las personas para diferentes fundaciones sin ánimo de lucro. Aunque las motivaciones de estas donaciones pueden variar entre individuos, y reflejar algún grado de utilidad, como las exenciones tributarias o satisfacción personal por contribuir a una buena causa, no son decisiones totalmente racionales, sino que nacen de reacciones afectivas espontáneas (Small, Loewenstein, & Slovic, 2007). Según Guala and Mittone (2010) es posible que las personas se preocupen por el bien de otros sin que este tipo de comportamiento sea irracional frente a sus preferencias, ya que se ven influenciadas por sus experiencias vividas y las diferentes señales sociales.

Al adentrarse más en estas causas sociales, se encuentra a los beneficiarios de cada una. A estos individuos se les considera las “víctimas” porque no son responsables de su situación y por ende evocan simpatía y lástima (Weiner, 1980). A su vez se puede hacer una distinción en la manera en la que se presenta la situación de la víctima a la sociedad con el fin de pedir ayuda. Así, la víctima estadística es indeterminada, mientras que la víctima identificable es aquella determinada, y que por sus características despierta una respuesta más fuerte y emotiva. Esto se debe a que son más vívidas que las estadísticas al presentarse una mayor información sobre las mismas, así mismo son seguras mientras que las otras son probabilísticas y se relacionan con la evaluación ex - post, lo que acentúa la culpa, la responsabilidad, y con estas el riesgo percibido. Adicionalmente, se sabe que las personas son aversas a las pérdidas; ahora bien, si salvar a una víctima estadística es visto como una ganancia, el salvar una víctima identificada es percibido como evitar una pérdida, consiguiendo así que las personas le den un mayor valor a este último caso (Small & Loewenstein, 2003).

En este orden de ideas, (Small & Loewenstein, 2003) encontraron una relación directa entre la disposición de ayudar a otros y el lograr caracterizar el contexto del beneficiario adecuadamente, es decir, el dar características de la persona a la que se está ayudando, genera un trato diferencial por medio de la simpatía. De esta manera, se confirma que al tener mayor información de las víctimas, se esperan mayores donaciones. El grado de información con el que se cuenta, lleva al concepto de distancia social, es decir la cercanía existente entre dos o más personas en una interacción por medio de características que tienen en común (Hoffman, McCabe, & Smith, 1996). De acuerdo con Small et al. (2007) se reconoce que las personas son más propicias a realizar una donación cuando se conoce el beneficiario de la misma. Esto se podrá evaluar más adelante, al generar diferentes grados de distancia social. Al relacionar estos dos conceptos, se puede concluir que entre mayor información sobre la víctima, se disminuye el nivel de distancia social, generando así tanto mayor empatía como probabilidad de un comportamiento de generosidad.

Sin embargo, el concepto de víctima identificable si no es bien manejado puede afectar las estrategias de las fundaciones negativamente. Un claro ejemplo que resulta útil por ocurrir en el contexto nacional, es el caso de Teletón. Esta institución privada funciona como IPS y organiza anualmente un evento televisivo con el fin de recaudar donaciones dirigidas al sostenimiento de centros de rehabilitación (Malaver, 2018). En los últimos años esta entidad no ha logrado alcanzar sus metas de recaudo y ha recibido gran cantidad de críticas (Redacción Vivir, 2018). Una de las fallas es que utilizan la lástima como publicidad para la recaudación de fondos, es verdad que mueve gente, pero la tristeza frente a situaciones ajenas incomoda a la sociedad. Según autores como Diaz Barriga (2011) se pueden distinguir dos tipos de perspectivas ante la manera en que Teletón enfoca su causa. La primera, el discapacitado se siente como alguien incapaz interpretando su condición como una falla personal e inherente a él y la segunda, hacen ver la discapacidad como un estado generado por el contexto del entorno.

Los individuos han perdido confianza en esta entidad, además por su falta de transparencia con los registros contables, se dice que hay una doble motivación; algunas empresas solo buscan evadir impuestos, y ciertas personalidades famosas están interesadas mayormente por vender su imagen (Zepeda, Preciado, & Beltrán, 2007). Otra de las críticas a Teletón constituye su percepción como un negocio más, pues se supone que ofrece un servicio gratuito, pero al final resulta ser bastante costoso, y considerando que su población objetivo son de estratos 1, 2, 3 y 4 (Semana, 2017). Además, se caracteriza como entidad privada siendo una IPS (Instituto Prestador de Salud), no requiriendo el recaudo de dinero como actividad de beneficencia, pues la Ley No. 1618 de 2013 establece prácticamente que la rehabilitación es un derecho (*Derecho del Bienestar Familiar [LEY_1618_2013]*, 2013).

Por consiguiente, la investigación tomará como base el tema de la víctima identificable, pero sin centrarse en la misma. Así se podría hablar de un nuevo concepto, la “experiencia identificable”, como un método alternativo que no implica vender lástima para motivar a las personas a donar. Si bien es cierto que se suele pensar en estas donaciones únicamente de manera monetaria, existen estudios (Liu & Aaker, 2008) que las comparan con las donaciones de tiempo y encuentran que el solicitarlas en primer lugar, dificulta una de las motivaciones egoístas de las personas, donar para evitar la culpa. De esta forma, las donaciones de tiempo son un caso de estudio interesante, aún no muy explorado por la academia, que implica mayor compromiso por parte del donante, quien deberá involucrarse en mayor medida con la causa para poder realizar la donación (prestar voluntariado).

En este tema es realmente importante comprender el voluntariado. Bode (2017) lo define como la realización de alguna dinámica liderada con el fin de ofrecer libremente su tiempo para beneficiar a una causa, grupo o individuo en específico. Muchas instituciones educativas han implementado programas de voluntariados con el propósito de fomentar el comportamiento cívico mediante los jóvenes. Bajo este objetivo, se espera que al dar inicio a procesos de voluntariados desde los colegios, sea luego más probable que en un futuro se mantenga el interés por continuar en estas actividades por parte del alumnado (Smith et al., 2010). Es fundamental tener claro que la participación en estos programas no debe ser obligatoria y que la decisión de colaborar es de carácter personal (Cemalcilar, 2009). Donar el tiempo puede no ser una tarea sencilla, pues muchas personas evalúan la posibilidad de donar su tiempo frente a sus obligaciones y preferencias, otras simplemente se ven impedidas a ser voluntarias por la falta del mismo.

De hecho, resulta clave adentrarse en el tema de los costos de oportunidad, definidos como las alternativas a las que la persona renuncia para involucrarse en otra actividad (Carlson et al., 2011). Este costo es influido por dos componentes, la primera es la valencia; entendida como el atractivo relativo de emplear el tiempo en una alternativa, y la segunda es la evitabilidad; es decir, la posibilidad de evitar una actividad (que no sea una obligación). Se espera entonces que tanto una actividad percibida como atractiva como una vista como obligación, reduzca la intención de donación de tiempo del individuo. En este sentido, los autores indican que el “tradeoff” no se puede dar si la actividad propuesta es vista como menos atractiva (costo de oportunidad negativo) y adicional a esto, no representa una obligación (evitable). Así mismo, se sostiene que para impulsar el voluntariado, se puede amortizar el costo de oportunidad negativo y evitable, por ejemplo en la forma en la que se presenta el proyecto, pero teniendo cuidado, ya que no siempre da resultado y faltan estudios sobre el tema. En cambio, frente a costos de oportunidad positivos y/o menos evitables, se puede persuadir diseñando un evento más atractivo (Carlson et al., 2011).

Ahora la pregunta es, dados los costos de oportunidad ¿cómo incentivar a las personas a donar su tiempo por medio del voluntariado y de qué depende esta elección? Los individuos pueden ser guiados por una motivación extrínseca o intrínseca (Almeida Coba, 2017a), siendo la primera dependiente de la situación del entorno y la segunda vista como la disposición desinteresada de colaborar (Almeida Coba, 2017a). Las motivaciones extrínsecas están determinadas por el contexto ambiental que puede abarcar la necesidad de alguna remuneración (Almeida Coba, 2017b), entendida como agradecimientos o incentivos monetarios. En cambio, el impulso dado por la motivación intrínseca se caracteriza más como solidaridad humana (Almeida Coba, 2017b). Además, Harbaugh (1998) ofrece otra perspectiva de motivación, entendiéndose como el prestigio otorgado en la sociedad por participar en la causa; en este sentido resulta clave que el acto “caritativo” se haga público. Como afirma Ponentes and Acevedo (n.d.) las personas no solo siguen incentivos económicos para contribuir y encaminarse hacia una conducta colaborativa, también pueden querer alcanzar objetivos sociales como prestigio, respeto y reconocimiento.

Por su parte, Carlson et al. (2011) clasifica los dos tipos de motivaciones en, egoísta, por ejemplo el ganar un premio, reconocimiento o evitar la culpa como ya se lo ha mencionado, o altruista al querer ayudar porque alguien lo necesita, de manera desinteresada. Del mismo modo, los actos colaborativos toman lugar en escenarios donde se detecta el requerimiento de ayuda y se tiene el empuje motivacional para brindar ese apoyo (Bendapudi, Singh, & Bendapudi, 1996). Cabe resaltar que Classens (2015) abarca el tema de voluntariado por el lado del retorno percibido, pues, independientemente de la motivación del sujeto de donar su tiempo, de acuerdo con él lo que realmente lo clasifica como voluntario es el hecho de dar más de lo que recibe.

Una manera de influir en las preferencias de las personas en cuanto al voluntariado, son los mismos voluntarios, quienes tienen la capacidad de llegar a la gente por medio de la comunicación de sus vivencias personales con el poder de transformar visiones y actitudes (Alboan, 2011). De Wit, Das, and Vet (2008) hace un estudio para identificar si las personas son persuadidas mayormente por un testimonio personal o por información estadística para aumentar la percepción sobre su riesgo personal de salud y encuentra que la evidencia narrativa es la mejor estrategia. Así mismo, Braverman (2008) mediante tres experimentos argumenta que el testimonio es un método más efectivo comparado con mensajes informativos, pero solo en el caso de que la persona no esté incitada a analizar el mensaje.

Otros autores como Lanero, Vázquez, and Gutiérrez (2017) encuentran que los jóvenes pueden unirse a una asociación para prestar servicio voluntario por motivaciones instrumentales, intenciones de mejorar

la comunidad y expresivas con el fin de conocer personas con pasatiempos en común. Mantener una conducta prosocial también es considerada como una motivación dada ya sea por un factor interno o externo (Bardsley, 2008). Ariely, Bracha, and Meier (2009) la define como el deseo de vender una buena imagen ante los demás, demostrando que actúa bien y de manera altruista. Esto es algo contradictorio ya que se define la conducta altruista como aquel acto voluntario con el objetivo de beneficiar a otro sujeto de forma desinteresada (Lopez, 1994). Por ello, cabe aclarar que el comportamiento no tiene que ser caracterizado como altruista, como lo determina Gonzalez Portal (2000) y Rodriguez (n.d.), quienes consideran la conducta prosocial como todo acto social con resultados positivos con o sin motivación altruista. Así, Rodriguez (n.d.) resalta que el altruismo lleva a una conducta prosocial, pero no toda conducta prosocial es caracterizada por una intención altruista.

Existen otros puntos de vista de autores que defienden el altruismo en las decisiones tomadas ante situaciones colaborativas o al menos una versión de la misma. Andreoni (1990a) abarca el tema de altruismo impuro o “warm glow altruism”, por medio del cual argumenta que el acto de dar genera alguna utilidad al voluntario ya sea el sentimiento emocional positivo, el alivio de culpa al proponerse donar o la gratitud y reconocimiento de haber ayudado (Andreoni, 2006). Además, esa utilidad generada por este altruismo impuro depende en gran medida de la cantidad que la persona misma le ofrezca a la caridad (Ottoni-Wilhelm, Vesterlund, & Xie, 2017). Autores como Lopez (1994) también sustentan que no es posible la existencia de un altruismo puro ya que toda decisión requiere implicación emocional, de alguna manera se obtiene un beneficio interno ya sea no sentir culpa o sentir alegría de ayudar. Por otra parte, el concepto de altruismo también es defendido cuando la acción voluntaria es motivada por la creación de efectos positivos al ayudar a los demás sin esperar alguna recompensa hasta el punto de considerarse que implica más costes que beneficios (Auné, Blum, Abal Facundo, Lozzia, & Horacio, 2014). El altruismo resulta de importancia ya que experimentos han evidenciado que cumple como motor de incentivo en el comportamiento humano (Eckel & Grossman, 1996).

Así mismo, este comportamiento desinteresado puede estudiarse por medio de una aproximación, el juego del dictador, en cual un sujeto debe decidir cómo dividir un monto específico entre sí mismo y el otro jugador, de manera que se podría tomar esta cantidad como el valor de la donación (Bardsley, 2008). El juego del dictador permite minimizar la influencia del investigador, lo que evita que resultados queden sesgados. Es importante resaltar que este juego presenta una buena aproximación para medir la solidaridad de las personas, dado que no hay ningún incentivo para que el dictador entregue una mayor cantidad de dinero. Adicionalmente hace énfasis en la generosidad del dictador dependiendo de la información que este tenga sobre el otro individuo. Este concepto puede acoplarse y ajustarse al objeto de estudio, bajo el cual se analizan las donaciones de tiempo. Así, cada persona se encontrará en una situación en donde deberá decidir libremente si desea donar su tiempo al convertirse en voluntario de una causa o no; al igual que en el juego original el individuo no tendrá incentivos que lo impulsen a donar su tiempo, tan solo contará con diferentes grados de información de la víctima a la que puede ayudar.

3 Diseño experimental

Este estudio examina por medio de un experimento de laboratorio una aplicación del efecto de la víctima identificable y la distancia social en la generosidad de las personas. Pero en este caso no se analiza la generosidad por medio de donaciones monetarias, como usualmente se lo suele realizar; más bien se pretende analizar las donaciones de tiempo. Para lograrlo, se evalúa cómo el grado de información entregado sobre la causa de “Misión Sabana” haciendo uso de testimonios de sus voluntarios, influye en que los participantes tomen la decisión de donar su tiempo o no, es decir se inscriban como voluntarios. Esto se logra a través del manejo de cuatro grupos de individuos; cada uno sujeto a un grado diferente de distancia social. Este diseño se fundamenta, en la literatura revisada y en las necesidades particulares del Grupo de Misión Sabana, para el cual es de sumo interés entender las motivaciones de las personas para convertirse en voluntarios. De esta manera, se logra generar una mejor aproximación a la realidad y conseguir mayor validez interna.

Metodología

Se organizaron los participantes en cuatro grupos; cada uno sujeto a un nivel diferente de distancia social, lo que implica la identificación del proyecto del Grupo de Solidaridad de la Universidad de la Sabana, Misión Sabana en diferentes grados de información. Cada participante fue asignado a uno de estos grupos de manera aleatoria, con el fin de evitar sesgos de selección.

Participantes

Este estudio se llevó a cabo en la Universidad de la Sabana con estudiantes de la misma durante el primer semestre académico de 2018. Estos estaban en la capacidad de hablar, leer, escribir y comprender el español; pues las instrucciones se entregaron en este idioma, adicionalmente, el efecto del idioma no es objeto de este estudio. Se aplicaron las cuatro metodologías de las que se hablará más adelante a un total de 350 individuos durante dos semanas en un experimento de laboratorio. A cada uno se le asignó su grupo de manera aleatoria y haciendo uso de una previa inscripción en un formulario de internet difundido por medio de redes sociales a la comunidad universitaria. Al llenar dicho formulario aceptaron la invitación a participar en una charla. Adicionalmente, se dispuso publicidad en los diferentes edificios de la universidad para lograr que hubiesen más asistentes a la charla, donde se les informaba que por su asistencia recibirían un premio sorpresa a modo de incentivo y en agradecimiento por su participación.

En total se contó con cuatro grupos de individuos para cada metodología, es decir cuatro grupos de individuos control, cuatro grupos para el primer tratamiento, cuatro para el segundo tratamiento y cuatro para el tercer tratamiento.

Procesos

Los participantes fueron citados de acuerdo a su disponibilidad y de manera aleatoria; en cada grupo de laboratorio asistieron alrededor de 15 y 25 estudiantes. Una persona se encargó de impartir una charla sobre Misión Sabana, su misión de atender a las familias vulnerables en las zonas de influencia de Sabana Norte, en este caso particular de Nemocón, testimonios y experiencias personales de sus voluntarios e información usualmente utilizada por los voluntarios de este grupo en su discurso para conseguir más colaboradores; es importante considerar que esta información varió dependiendo del tratamiento y esto se explicará en detalle más adelante. Para esto, se recibió asesoría del Grupo de Solidaridad, encargado de este evento y se planearon libretos ([Ver Anexo 8](#)), de manera que la persona encargada de realizar la charla lo realizara de la manera más uniforme posible en los diferentes grupos.

En total se diseñaron cuatro tratamientos, a cada uno se le aplicó un nivel de información diferente de la siguiente manera, que se encuentra en los libretos:

- Grupo 1: nombre del proyecto del Grupo de Solidaridad de la Universidad de la Sabana, Misión Sabana, su logotipo y su misión durante la brigada de este periodo académico en Nemocón.
- Grupo 2: la misma información suministrada al primer grupo pero utilizando diapositivas.
- Grupo 3: la misma información suministrada al segundo grupo junto con el testimonio de uno de los voluntarios (aplicación del concepto de víctima identificable al voluntariado).
- Grupo 4: la misma información suministrada al tercer grupo junto con un video sobre la brigada realizada el anterior año en Gachancipá.

Después de realizada la charla, los estudiantes respondieron una encuesta dividida en dos partes, con el fin de controlar las diferentes variables sugeridas por la literatura y por los directivos encargados de Misión Sabana. En la primera parte se realizaron preguntas de tipo demográfico y la pregunta principal de este estudio: “¿Le gustaría pertenecer al grupo de Misión Sabana e inscribirse a las actividades de beneficencia en Nemocón mediante este formulario?”. Se dice que es la pregunta principal porque por medio de ella se pudo evidenciar el número de personas dispuestas a donar su tiempo en esta causa como voluntarios. Adicionalmente, se realizaron preguntas adicionales para comprender las motivaciones y percepciones de los participantes y otras variables que pueden influir en la decisión tomada, de las cuales ya se habló en la revisión de literatura ([Ver Anexo 7](#)).

Como se notará en los anexos, se hizo especial énfasis en la importancia de contestar con total sinceridad las preguntas propuestas y en el hecho de que no existe penalización alguna. Los encargados del experimento advirtieron sobre este mensaje durante la aplicación del experimento y sobre la importancia de leer con atención las instrucciones de la encuesta. Adicionalmente, les dieron espacio en el momento de llenar la encuesta para que no se sintieran presionados a responder de alguna manera en particular.

4 Conjunto datos

Las personas que asistieron al experimento fueron convocadas por medio de una encuesta en la que se inscribieron para participar. Ésta se publicó en redes sociales que son de uso común para los estudiantes, también se compartió por medio del correo institucional. Adicionalmente, se utilizó publicidad en diferentes edificios de la Universidad donde se informaba las horas y el lugar en el que se llevarían a cabo los tratamientos. En caso de que se hubiesen inscrito de manera electrónica se les enviaron recordatorios para que confirmaran su asistencia al experimento.

En total se contó con 370 participantes, de los cuales solo 350 decidieron firmar el consentimiento informado y fueron estos los datos que se utilizaron para estimar el modelo. De estos, el promedio de la edad de los participante es 19.36 años, se puede concluir que esta variable no es necesaria incluirla en el modelo debido a que las edades en promedio de cada grupo son similares y no son significativas en ninguno de las regresiones calculadas.

Adicionalmente, el 68.66% de los individuos eran mujeres; lo que refuerza lo encontrado en la revisión de literatura sobre un mayor grado de colaboración por parte del género femenino que masculino. (Bezu, Holden, et al., 2013), esta variable es necesaria incluirla en el modelo debido a que es significativa en el análisis de diferencias de medias, otra razón para incluirla se debe a que en los grupos hay proporciones diferentes de hombres donde en el grupo donde mayor proporción de hombre hubo fue de 42,22% y el de menor proporción de 20%.

Los participantes en promedio se encuentran en cuarto semestre y son miembros de las facultades de EICEA (27.3%) e Ingeniería (23.9%) mayoritariamente. A continuación, se muestra el número de personas por cada tratamiento:

Table 1: Personas por tratamiento

Tratamiento	No. asistentes
Grupo 1: control	85
Grupo 2: tratamiento 1	87
Grupo 3: tratamiento 2	89
Grupo 4: tratamiento 3	89
Total	350

Se encontró que el 84.7% había escuchado alguna vez de “Misión Sabana”. Según esto, la fundación era conocida antes de haber recibido los tratamientos, además, el 76% de los estudiantes se sintió identificado con la causa de “Misión Sabana” y el 49.43% conocía a alguien que había participado en “Misión Sabana”. Sin embargo, estos datos no demuestran que los estudiantes tuviesen un conocimiento adecuado sobre “Misión Sabana”, teniendo en cuenta esto se entiende que existe cierto grado de distancia social que podría disminuirse por medio de los tratamientos planteado con el fin de lograr mayores tasas de inscripciones.

Al probar si las muestras de cada tratamiento fueron estadísticamente similares, se estimó un modelo Probit por cada tratamiento, en este modelo se utilizó como variable dependiente una variable que de haber recibido el control en vez de alguno de los tratamientos y de esta forma establecer si alguna de las variables control determinaba que un individuo hubiese recibido cierto tratamiento. Esto se comprobó construyendo diferentes regresiones Probit con las combinaciones entre los tratamientos. en algunos casos resultaron variables significativas como la edad, visibilidad y el género, razón por la cual se incluirán

en el modelo econométrico. Debido a lo anterior se puede concluir que la muestra de datos se realizó aleatoriamente (Bernal & Peña, 2011).

5 Modelo teórico

Este estudio se centrará en el estudio de la variable de inscripción, dado que esta es una variable dicotómica, es decir, toma valores de 1 o 0 no puede utilizarse un modelo lineal debido a que dicho modelo no estimaría correctamente el valor que las variables toman. Por lo tanto es necesario utilizar un modelo que su respuesta siempre esté entre 1 y 0. Para esto se cuenta como modelos como el Probit que permiten tener una mejor estimación de variables cualitativas.

El modelo de regresión Probit utilizará una función de distribución acumulada de la siguiente forma:

$$\varphi(\varepsilon) = \int_{-\infty}^{\varepsilon} \frac{1}{\sqrt{2\pi}} \exp\left(-\frac{t^2}{2}\right) dt$$

según este modelo, cuando se supera un umbral crítico, la variable tomará un valor específico, en este caso estará inscrito a participar en “Misión Sabana”. Es importante resaltar, que esta función arroja un Z que deberá ser comparado con una función de distribución normal para saber la probabilidad acumulada de este punto y conocer qué valor tomará la variable binaria.

El análisis de este modelo no dista mucho de una regresión lineal simple, sin embargo, en este caso se entenderá que un aumento de 1 unidad en la variable dependiente x significa un aumento de probabilidad de β magnitud en la probabilidad de haberse inscrito o no a “Misión Sabana”.

6 Estimación del modelo

Table 2: Estimación del modelo

inscrito	Coef.	Robust Std. Err.	z	P > z	[95% Conf. Interval]	
t1	.163253	.2169981	0.75	0.452	-.2620555	.5885615
t2	.1168772	.2102442	0.56	0.578	-2.951939	.5289483
t3	.1768394	.2140195	0.83	0.409	-.242631	.5963098
gene	-.5438804	.1656435	-3.28	0.001	-.8685357	-.2192251
identificado	-.345267	.1859633	1.86	0.063	-.0192144	.70974783
motiv	.5762127	.1904599	3.03	0.002	.2029181	.9495072
servicial	.1976414	.2093358	3.05	0.002	.0708229	.3244599
atenper	.3280611	.0647045	1.59	0.111	-0.754973	.7316195
trabajoact	-.4965401	.2059009	-2.37	0.018	-.9068307	-.0862495
incentivo	1.433562	.41474497	3.46	0.001	.6206673	2.246456
coplacer	-.1177277	.0627513	-1.88	0.061	-.240718	.0052626
_cons	-1.260704	.4223297	-2.99	0.003	-2.088455	-.4329532

Tras analizar las diferentes variables definidas en la revisión bibliográfica y consideradas en las encuestas efectuadas para todos los tratamientos se construyó el siguiente modelo Probit :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 T_1 + \beta_2 T_2 + \beta_3 T_3 + \beta_4 \text{Attnero} + \beta_5 \text{Identificado} + \beta_6 \text{Motivacin} + \beta_7 \text{Servicial} + \beta_8 \text{Atencinapersonas} + \beta_9 \text{Trabaja} + \beta_{10} \text{Incentivo} + \beta_{11} \text{CostoOportunidad}$$

Todas las variables incluidas en el modelo se seleccionaron para una significancia del 5%, los signos de los coeficientes permiten entender la relación existente entre las variables independientes y la dependientes. Por ahora solo se analizará estos signos ya que resulta más conveniente entender la magnitud de las variables más adelante por medio del análisis de los efectos marginales.

Las primeras variables hacen referencia al tratamiento que recibieron los individuos, si el individuo recibió el primer tratamiento, a t1 se le asigna el valor de 1, caso contrario toma el valor de 0. Esta misma asignación se siguió para el caso de los otros tratamientos con t2 y t3. Adicional a esto, los p-valores de los tratamientos no resultan significativos, y su coeficiente siempre es positivo, lo que permite entender que la aplicación de cualquier tratamiento aumenta la probabilidad de inscripción a Misión Sabana. Es importante analizar el coeficiente negativo y significativo del intercepto; implica que de no recibir ninguno de los tratamientos, disminuye la probabilidad de inscribirse a Misión Sabana.

La variable género es significativa, lo que concuerda con la teoría económica, donde se evidencia que las mujeres en promedio tienden a ser más generosas (donan hasta dos veces más) (Bezu et al., 2013) y colaboradoras al participar más en voluntariados que los hombres (Cemalcilar, 2009). El coeficiente de esta variable es negativo, con lo que se sustenta lo mencionado anteriormente; cuando el participante es hombre la probabilidad de que se inscriba como voluntario de la causa es menor. Esto también se refleja en la proporción de mujeres que asistieron al experimento (68,750%).

Esto puede estar fuertemente relacionado con la manera en que se presenta la información o en base al tipo de causa tratada; de hecho, Caprara and Steca (2005), concluyen que los hombres tienden a ayudar más a otros cuando se requieren acciones rápidas y las necesidades evidenciadas son claras, mientras que las mujeres tienden a comportamientos prosociales a largo plazo en acciones de apoyo, cuidado o empatía (Auné et al., 2014). En línea con este planteamiento está la empatía generada, un mediador decisivo en el efecto de la identificabilidad (Small & Loewenstein, 2003), en este caso de los voluntarios. Por consiguiente, se decidió incluir la variable "identificado", donde se les preguntó a los participantes si se sintieron o no identificados con la causa de Misión Sabana. Si bien es cierto que su p valor supera el 5% de significancia (13.8%), se decidió mantener la variable por sustento teórico y porque mejora la calidad de predicción.

Cuando esta empatía se lleva a un contexto de preocupación por el prójimo, es decir cuando el observador es testigo de una situación difícil por la cual está atravesando otra persona, se genera el comportamiento altruista. De acuerdo con Batson (2014), su principal objetivo debe ser el reducir el sufrimiento ajeno. Aunque algunos académicos no están del todo de acuerdo con este término al siempre existir alguna forma de utilidad subyacente a toda acción (satisfacción moral), conviene considerar una aproximación del mismo por su estrecha relación con los temas de ayuda prosocial y voluntariado. Así mismo, como la motivación personal de los individuos es un factor clave en las decisiones de las personas (Andreoni, 1990b), se considerará el altruismo como la motivación desinteresada de las mismas en asistir a Misión Sabana, es decir aquellas personas que comunicaron que asistirían únicamente por su deseo de ayudar. Esta variable es significativa y su coeficiente toma un signo positivo, lo que implica que las personas con una motivación altruista tienden a inscribirse más como voluntarios.

En línea con esta variable está la propia percepción de la persona sobre sí misma, en la encuesta se les solicitó que identificaran el grado con el que se identifican con adjetivos que describen a una persona altruista, y de dichos adjetivos se rescató el ser servicial por ser la única significativa en la regresión; los otros tan solo le quitaban parsimonia al modelo. Adicionalmente, se entiende que aquellos estudiantes que tienen una mejor percepción personal y por ende están más a gusto consigo mismos tienen un mejor ajuste comportamental y por ende tienden a hacerse cargo en un mayor grado de responsabilidades voluntarias que aquellos no voluntarios (Cemalcilar, 2009). En el modelo se evidencia esta variable con el nombre de "servicial", la misma que es significativa y tiene un coeficiente positivo, indicando que las personas que más se perciben a sí mismas como seres serviciales, más tienden a inscribirse al proyecto como voluntarias.

Adicionalmente, se decidió incluir una variable que indicará si la carrera que está estudiando el individuo tiene enfoques hacia el cuidado de las personas, por lo que se incluyó una variable que tomará el valor de uno si el individuo estudia carreras que implican bastante interacción con los seres humanos, como Medicina, Enfermería, Pedagogía Infantil, entre otras. Aunque el p-valor no es significativo se

incluyó debido a que aquellos que le dan mayor importancia a los “valores altruistas” tienden a estudiar carreras con orientación al cuidado de las personas, mientras que en el caso contrario escogen carreras más científicas y técnicas como matemáticas, física o ingeniería (Weisgram & Bigler, 2006). En este mismo estudio también se tiene la hipótesis de que los valores vocacionales están relacionados con la elección de las carreras (comportamiento vocacional). De acuerdo, con la literatura el coeficiente positivo encontrado en la regresión confirma que la probabilidad de inscribirse a Misión Sabana aumenta si el individuo estaba estudiando carreras como Pedagogía Infantil, Psicología.

Otra variable significativa que vale la pena incluir en el modelo es el trabajo, ya que se ha visto su influencia en las actividades de voluntariado. Por ejemplo, muchos jóvenes se inscriben a actividades de voluntariado con el objetivo de mejorar sus posibilidades de conseguir empleo a futuro (Hall & Division, 2006). Sin embargo, estos jóvenes no tienen trabajo, solo están pensando a futuro. Yendo más allá, para el caso de las personas que trabajan en la actualidad, esta responsabilidad puede representar un menor tiempo disponible para otro tipo de actividades, tales como el asistir a Misión Sabana para prestar voluntariado. Esto puede explicar su coeficiente negativo, aquellas personas que trabajan se inscriben menos a voluntariados como la jornada social seleccionada. De todas formas, es importante tomar en cuenta que muchos empleos no toman lugar los fines de semana, por lo que a continuación se tratará esta variable dentro del marco del costo de oportunidad y únicamente en el tiempo involucrado.

Para construir el costo de oportunidad se analizaron las actividades a las que los participantes les dedican tiempo los fines de semana, dado que para asistir a Misión Sabana deberían dejar de hacer esto. Dentro de estas actividades está trabajar, estudiar o simplemente la actividad de preferencia de la persona; se lo planteó así con el fin de considerar los conceptos de valencia y evitabilidad, sugeridos por la literatura. (Carlson et al., 2011) Se realizó un análisis factorial por el método de Kaiser bajo un $k=2$, en vista de que esto permite explicar la varianza en un 80.441% como se muestra en la tabla 1 (Ver Anexo 1), se corrobora en el gráfico de sedimentación (Ver Anexo 6a).

Adicionalmente en la tabla 2 (Ver Anexo 3) se puede evidenciar las comunialidades; la actividad de preferencia explica el 99.3% de la varianza, la actividad de trabajo explica el 69.3% y la de estudio el 72.6%. Por medio del análisis factorial con rotación varimax y a dos factores, se llegó a la matriz de componentes rotados (Ver Anexo 4), donde se aplicaron un total de 25 rotaciones a fin de disminuir el error en la descripción de cada factor. Esta matriz permitió entender a mayor profundidad la naturaleza y la construcción de los factores.

El factor 1 está relacionado con las variables de actividades de estudio y trabajo, lo que se sustenta en una comunialidad para estas variables de 0.852 y 0.818 respectivamente. De aquí en adelante, se hará referencia a este componente como el **costo de oportunidad “Deber”** con el objetivo de referirse a las actividades que las personas realizan porque es su responsabilidad u obligación, se las puede relacionar con el concepto del deber, algo que se realiza independientemente de que guste o no realizarlo. Por ende, se puede llegar a que estas actividades tienen un bajo grado de evitabilidad. Por otro lado, el factor 2 está relacionado con la variable de actividad de preferencia de los participantes; esta actividad puede ser tomada como aquella con mayor valencia por representar una elección de las personas. Esto se ve evidenciado en una comunialidad del 99.2%. Por consiguiente, se hará referencia a esta variable como el **costo de oportunidad “Placer”** por constituir algo que se desea realizar libremente. Estos dos factores se pueden evidenciar en el gráfico de cargas (Ver Anexo 6b).

Finalmente, utilizando estos componentes se puede llegar al cálculo del costo de oportunidad, para lo que resulta útil el análisis de la matriz de coeficiente de puntuación de componente (Ve Anexo 5). De acuerdo con los coeficientes presentados en dicha matriz se formularon las siguientes ecuaciones para calcular los dos tipos de costos de oportunidad.

$$\text{Costo de Oportunidad "Deber"} = -0,095\text{PREFERENCIA}+0,579\text{TRABAJO}+0,628\text{ESTUDIO}$$

$$\text{Costo de Oportunidad "Placer"} = 1,005\text{PREFERENCIA}+0,024\text{TRABAJO}- 0,131\text{ESTUDIO}$$

Al analizar las variables en el modelo, se decidió no incluir el costo de oportunidad “Deber” por no ser significativo y afectar negativamente la calidad de predicción. En contraste, el costo de oportunidad “Placer” es significativo al 10% y mejora la calidad de predicción; su coeficiente negativo indica que mien-

tras los participantes le dedican más tiempo a actividades percibidas por ellos mismos como atractivas o valentes, la probabilidad de que se inscriban a Misión Sabana disminuye.

6.1 Calidad de predicción del modelo

Table 3: My caption

Classified	-----True-----		Total
	D	~D	
+	207	70	277
-	21	52	73
Total	228	122	350

Classified + if predicted $\Pr(D) \geq .5$

True D defined as inscrito !=0

Sensitivity	$\Pr(+ D)$	90.79%
Specificity	$\Pr(+ \sim D)$	42.62%
Positive predictive value	$\Pr(D +)$	74.73%
Negative predictive value	$\Pr(\sim D -)$	71.23%
False + rate for true ~D	$\Pr(+ \sim D)$	57.38%
False - rate for true D	$\Pr(- D)$	9.21%
False + rate for classified +	$\Pr(\sim D +)$	25.27%
False - rate for classified -	$\Pr(D -)$	28.77%
Correctly classified		74.00%

El modelo logra clasificar correctamente el 74% de las ocasiones, de esta manera predice en un 74,73% los casos en que los estudiantes efectivamente se inscriben, y en un 71.23% aquellos en los que no se inscribieron. Más específicamente, el modelo estimado predice como inscritos a estudiantes que no se inscribieron en un 57.38%. Mientras que estima como no inscritos a personas que sí se inscribieron en un 9.21%. Adicionalmente, se puede observar que el modelo cuenta con un alto grado de sensibilidad, dado que la probabilidad de que clasifique a no inscritos como tal es del 90,79%, contrastando con el nivel de especificidad donde la probabilidad de clasificar a estudiantes que no se inscribieron como inscritos es del 42.7%.

6.2 Análisis de efectos marginales

Mediante el cálculo de los efectos marginales sobre la variable y^* se logra analizar la relación que tiene con las variables explicativas. Es importante recordar que el efecto marginal, manteniendo todo constante, refleja el cambio en la probabilidad de $y^*=1$ provocada por un cambio unitario en una de las variables independientes. De esta manera, se observa que un cambio de una unidad en la variable de motivación logra un cambio del 20% en la variable dependiente. Si el participante es hombre, los efectos marginales muestran que se tiene casi un 18% menos de probabilidades de que se inscriba a Misión Sabana, mientras que si resulta ser de una carrera humanística o sentirse identificado con la causa, se aumenta la probabilidad de inscribirse cerca de un 9.6% y 11.7% respectivamente. Con referencia a los tratamientos, el tercer grupo presenta mayor probabilidad de que las personas se inscriban arrojando casi el 6%, mientras que en los tratamientos 1 y 2 se tiene 4.5% y 3.8% más de posibilidades de que los individuos se inscriban a Misión Sabana.

Table 4: Efectos marginales

inscrito	dy/dx	Delta-method Std. Err.	t	P > t	[95% Conf. Interval]	
t1	.0445143	.0669723	0.66	0.507	-.0872206	.1762493
t2	.0379861	.0663943	0.57	0.568	-.0926119	.1685841
t3	.0588615	.067059	0.88	0.381	-.0730441	.1907671
gene	-.1825646	.0532834	-3.43	0.001	-.2873735	-.0777557
identificado	.1167	.0603804	1.93	0.054	-.0020687	.2354687
motiv	.1992335	.0627716	3.17	0.002	.0757614	.3227056
servicial	.0625822	.0201595	3.10	0.002	.0229284	.102236
atenper	.0962204	.0609986	1.58	0.116	-.0237643	.2162052
trabajoact	-.149959	.0657179	-2.28	0.023	-.2792266	-.0206914
incentivo	.4835186	.1254534	3.85	0.000	.2367507	.7302864
coplacer	-.0388094	.0196462	-1.98	0.049	-.0774536	.0001653

Si se considera una mujer que trabaja actualmente de tercer semestre de una carrera no humanística, que no se siente identificada y que participa por sí misma, con un costo de oportunidad menos a la media, presenta una posibilidad de inscribirse de aproximadamente de 3%, 2.4% y 3.5% en el tratamiento 1, 2 y 3 respectivamente.

Otro perfil de una mujer que trabaja actualmente y va en tercer semestre de una carrera humanística que se siente identificada con la causa, y con alguna motivación específica para ir, con un costo de oportunidad es mayor al promedio tendría una posibilidad del 81%, 82%, y 121% para inscribirse a t1, t2 y t3 respectivamente.

7 Conclusión y discusión

Al realizar el análisis de los coeficientes y su significancia en el modelo se evidencia que estos no tienen el efecto esperado en el diseño experimental. El objetivo de reducir distancia social entre los estudiantes y Misión Sabana no es determinante en el aumento de inscripción a esta. Sin embargo, al no recibir ninguno de estos tratamientos la probabilidad de no inscribirse aumenta significativamente por lo que tal vez se sugiere que se revise la aproximación escogida para aumentar las inscripciones de los estudiantes a Misión Sabana. En contraste, se propone revisar el modelo utilizando los datos que muestran las personas que se inscribieron y efectivamente asistieron a Misión Sabana dado que tal vez los tratamientos no sean significativos para inscribirse en un formulario pero sí pueden serlo para asistir al evento; pues las personas no siempre cumplen lo que se proponen realizar.

De igual modo, los resultados obtenidos podrían explicarse entendiendo el altruismo como algo intrínseco a las personas, es decir, que la variación de la información mostrada sobre Misión Sabana podría no cambiar su decisión de inscribirse o no a la campaña de voluntariado. Otra posible explicación del resultado encontrado puede indicar que las personas que deciden realizar voluntariado toman la decisión independiente a los factores externos; a futuro, puede ser interesante analizar sus motivaciones intrínsecas.

A pesar de lo mencionado anteriormente, este trabajo concluye sobre algunas de las motivaciones que impulsan a los estudiantes a invertir su tiempo en Misión Sabana, como por ejemplo, el PTB (Programa de Tutoría a Becarios). Por medio de este programa, en el cual deben asistir a esta jornada de voluntariado, la universidad les permite pagar sus horas beca, es decir las horas de trabajo y servicio que los becarios deben retribuir la misma de acuerdo con los porcentajes de beca les fueron asignados. Por lo tanto, se puede afirmar que esto constituye un incentivo directo para cumplir una obligación, y como se ha visto en el análisis de resultados, influye aumentando la probabilidad de que los participantes se inscriban, sin implicar que la decisión siga una conducta totalmente altruista.

Esta investigación se caracteriza porque aplica el concepto de la víctima identificable de una manera diferente, en lugar de centrarse en el contexto de las víctimas, se centra en las experiencias de los voluntarios, específicamente los aprendizajes y ventajas que las actividades de voluntariado aporta. Este estudio se aleja del conocido concepto del homo economicus y de las mediciones meramente monetarias. Más bien, se enfoca en analizar algo que usualmente se deja de lado, el tiempo de los individuos, y que éste implica mayor compromiso, entrega, y evidentemente dejar de lado las otras actividades a las que se les dedicaría tiempo en lugar de asistir a Misión Sabana. En este sentido, da paso a conclusiones interesantes en cuanto al análisis del costo de oportunidad.

Así mismo, estudio evidencia que existen carreras que tienen vocación al servicio por lo que los estudiantes de estas tienen mayor disposición a participar en Misión Sabana, entre las carreras que evidenciaron mayores inscripciones al voluntariado se encuentran Medicina, Enfermería, Psicología y Fisioterapia. Adicionalmente, se comprueba lo encontrado en la revisión de literatura en cuanto a la participación de las mujeres, por lo que se recomienda enfocarse en estudiantes que cumplan con estas características debido a que son individuos con mayor probabilidad de inscribirse a Misión Sabana.

De acuerdo con la literatura revisada, cuando las personas realizan actividades de voluntariado, están donando su tiempo, lo que viene inevitablemente sujeto a un costo de oportunidad. Este costo está compuesto por la valencia y el grado de evitabilidad de las actividades a las que usualmente se les dedicaría el tiempo, es decir todo aquello a lo que los individuos deben renunciar por asistir a la jornada social. Gracias al estudio no supervisado por el método de Kaiser para un $k=2$, se pudo evidenciar este concepto; el costo de oportunidad del "Deber" y del "Placer"; sus ecuaciones resultantes del análisis de sus componentes principales rotados evidencian que el primer costo tiene estrecha relación en especial con aquellas actividades consideradas como una obligación (estudiar y trabajar) y el segundo con las actividades percibidas como atractivas (actividades de preferencia de las personas).

Si bien hasta aquí se cumplió la teoría, al incorporar ambos costos en el modelo, se resolvió que tan solo era pertinente incluir el costo de oportunidad del "Placer", el cual evidencia que cuando los estudiantes disfrutan lo que realizan, es menos probable que dejen eso a un lado para encaminarse a una nueva actividad. Sin embargo, al corresponder a situaciones que no son obligatorias, se recomienda enfocar las campañas de promoción del evento de manera atractiva, para lo que conviene estudiar a mayor profundidad cuáles son los factores principales que determinan esta valencia para la población objetivo.

Adicionalmente, esta investigación reconoce que cuenta con ciertas limitaciones, Por un lado, la muestra es representativa y está balanceada al contar con estudiantes de las diferentes carreras de la universidad en proporciones similares a la población. Así mismo, se pudo evidenciar que todos los grupos tratados y control en general, cuentan con características que en promedio son homogéneas, y aquellas en las que no, se controlaron dentro del modelo. Aunque todo esto le da validez interna al estudio, esta muestra solo es representativa para la Universidad de La Sabana y solo podría ser replicable para entidades académicas de características similares. Debido a esto se considera que el experimento sólo cuenta con validez externa al considerar estas características.

Por otra parte, para investigaciones futuras, se recomienda la construcción de índices de altruismo más robustos y prácticos, debido a que la literatura encontrada propone encuestas que se apoyan mayormente en la habilidad de autoconocimiento e introspección de los individuos, además de que existe la posibilidad de que estén sesgadas por la forma en cómo son presentadas las preguntas. De igual forma, se considera importante revisar los salones donde se realizan las charlas de reclutamiento de voluntarios, pues el tamaño de estas y el número de personas que asistan pueden afectar la efectividad de la disminución de la distancia social. Además, se propone que sean los mismos voluntarios quienes se encarguen de realizar la tarea de reclutar nuevos estudiantes, dado que ellos por medio de sus experiencias pueden despertar mayor grado de empatía e identificación entre los estudiantes.

References

- Alboan. (2011). *Motivaciones para el trabajo de voluntariado hoy*. Retrieved from <http://www.plataformavoluntariado.org/ARCHIVO/documentos/recursos/motivaciones-para-el-trabajo-de-voluntariado-de-hoy.pdf>
- Almeida Coba, G. L. (2017a). *Motivaciones que conllevan a la donación de sangre en la población que acude a una entidad sin fines de lucro en la ciudad de Quito* (B.S. thesis). Quito: Universidad de las Américas, 2017.
- Almeida Coba, G. L. (2017b). *Motivaciones que conllevan a la donación de sangre en la población que acude a una entidad sin fines de lucro en la ciudad de Quito* (B.S. thesis). Quito: Universidad de las Américas, 2017.
- Andreoni, J. (1990a). Impure altruism and donations to public goods: A theory of warm-glow giving. *The economic journal*, 100 (401), 464–477.
- Andreoni, J. (1990b). Impure altruism and donations to public goods: A theory of warm-glow giving. *The economic journal*, 100 (401), 464–477.
- Andreoni, J. (2006). Philanthropy. *Handbook of the economics of giving, altruism and reciprocity*, 2, 1201–1269.
- Ariely, D., Bracha, A., & Meier, S. (2009). Doing good or doing well? image motivation and monetary incentives in behaving prosocially. *American Economic Review*, 99 (1), 544–55.
- Auné, S. E., Blum, D., Abal Facundo, J. P., Lozzia, G. S., & Horacio, F. A. (2014). La conducta prosocial: Estado actual de la investigación. *Perspectivas en Psicología: Revista de Psicología y Ciencias Afines*, 11(2).
- Bardsley, N. (2008). Dictator game giving: altruism or artefact? *Experimental Economics*, 11 (2), 122–133.
- Batson, C. D. (2014). *The altruism question: Toward a social-psychological answer*. Psychology Press.
- Bendapudi, N., Singh, S. N., & Bendapudi, V. (1996). Enhancing helping behavior: An integrative framework for promotion planning. *The Journal of Marketing*, 33–49.
- Bernal, R., & Peña, X. (2011). *Guía práctica para la evaluación de impacto*. Ediciones Uniandes-Universidad de los Andes.
- Bezu, S., Holden, S. T., et al. (2013). Generosity and social distance in dictator game field experiments with and without a face. *Norwegian University of Life Sciences, Centre for Land Tenure Studies: CLTS Working Paper*, 1, 13.
- Bode, L. (2017). Feeling the pressure: Attitudes about volunteering and their effect on civic and political behaviors. *Journal of adolescence*, 57, 23–30.
- Braverman, J. (2008). Testimonials versus informational persuasive messages: The moderating effect of delivery mode and personal involvement. *Communication Research*, 35 (5), 666–694.
- Caprara, G. V., & Steca, P. (2005). Affective and social self-regulatory efficacy beliefs as determinants of positive thinking and happiness. *European Psychologist*, 10 (4), 275.
- Carlson, J., Huppertz, J. W., Bowman, R. A., Lambrinos, J., Strosberg, M. A., & Kutzer, N. A. (2011). Volunteering time decisions: a multi-factor experimental study. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 16 (2), 150–165.
- Cemalcilar, Z. (2009). Understanding individual characteristics of adolescents who volunteer. *Personality and Individual Differences*, 46 (4), 432–436.
- Classens, M. (2015). What's in it for the volunteers? *Nonprofit Management and Leadership*, 26 (2), 145–156.
- D'Elia, V. V. (2009). El sujeto económico y la racionalidad en Adam Smith. *Revista de economía institucional*, 11 (21), 37–43.
- Derecho del Bienestar Familiar [LEY_1618_2013]. (2013). Retrieved 2018-03-12, from https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley_{_}1618_{_}2013.htm
- De Wit, J. B., Das, E., & Vet, R. (2008). What works best: Objective statistics or a personal testimonial? an assessment of the persuasive effects of different types of message evidence on risk perception. *Health Psychology*, 27 (1), 110.
- Díaz Barriga, F. (2011). Aprender en contextos escolarizados: Enfoques innovadores de estudio y evaluación. *Madrid: Díaz Santos*.
- Eckel, C. C., & Grossman, P. J. (1996). Altruism in anonymous dictator games. *Games and economic behavior*, 16 (2), 181–191.
- González Portal, M. (2000). *Conducta prosocial: evaluación e intervención*. (ed.) ediciones morata. SL Madrid. Recuperado de <http://books.google.com.co/books>, A7–dq.

- Guala, F., & Mittone, L. (2010). Paradigmatic experiments: the dictator game. *The Journal of Socio-Economics*, 39 (5), 578–584.
- Hall, M. H., & Division, S. C. S. S. (2006). *Caring Canadians, involved Canadians: Highlights from the 2004 Canada Survey of Giving, Volunteering and Participating*. Statistics Canada.
- Harbaugh, W. T. (1998). The prestige motive for making charitable transfers. *The American Economic Review*, 88 (2), 277–282.
- Hoffman, E., McCabe, K., & Smith, V. L. (1996). Social distance and other-regarding behavior in dictator games. *The American Economic Review*, 86 (3), 653–660.
- Lanero, A., Vázquez, J. L., & Gutiérrez, P. (2017). Young adult propensity to join voluntary associations: The role of civic engagement and motivations. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 46 (5), 1006–1029.
- Liu, W., & Aaker, J. (2008). The happiness of giving: The time-ask effect. *Journal of Consumer Research*, 35 (3), 543–557.
- Loewenstein, G., Rick, S., & Cohen, J. D. (2008). Neuroeconomics. *Annu. Rev. Psychol.*, 59, 647–672.
- Lopez, F. (1994). *Para comprender la conducta altruista*. Editorial Verbo Divino.
- Malaver, C. (2018, feb). *Fundación Teletón tiene problemas de financiación - Bogotá - ELTIEMPO.COM*. Retrieved from <http://www.eltiempo.com/bogota/fundacion-teleton-tiene-problemas-de-financiacion-183376>
- Ottoni-Wilhelm, M., Vesterlund, L., & Xie, H. (2017). Why do people give? testing pure and impure altruism. *American Economic Review*, 107 (11), 3617–33.
- Ponentes, E., & Acevedo, D. T. (n.d.). Una revisión teórica del comercio justo y su aplicabilidad en el caso colombiano.
- Redacción Vivir. (2018). *Teletón no recaudó su meta para 2018 | ELESPECTADOR.COM*. Retrieved 2018-03-12, from <https://www.elespectador.com/noticias/salud/la-mala-racha-de-teleton-articulo-741167>
- Rodríguez, R. M. (n.d.). Revisión histórica del concepto altruismo y prosocialidad.
- Semana. (2017). *Situación de personas con discapacidad en Colombia 2016*. Retrieved 2018-03-12, from <http://www.semana.com/vida-moderna/articulo/situacion-de-personas-con-discapacidad-en-colombia-2016/516305>
- 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.
- Small, D. A., Loewenstein, G., & Slovic, P. (2007). Sympathy and callousness: The impact of deliberative thought on donations to identifiable and statistical victims. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102 (2), 143–153.
- Smith, K. A., Holmes, K., Haski-Leventhal, D., Cnaan, R. A., Handy, F., & Brudney, J. L. (2010). Motivations and benefits of student volunteering: Comparing regular, occasional, and non-volunteers in five countries. *Canadian Journal of Nonprofit and Social Economy Research*, 1 (1), 65.
- Thaler, R. H. (2017). *Misbehaving: The making of behavioral economics*. IGI GLOBAL 701 E CHOCOLATE AVE, STE 200, HERSHEY, PA 17033-1240 USA.
- Weiner, B. (1980). A cognitive (attribution)-emotion-action model of motivated behavior: An analysis of judgments of help-giving. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39 (2), 186.
- Weisgram, E. S., & Bigler, R. S. (2006). Girls and science careers: The role of altruistic values and attitudes about scientific tasks. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 27 (4), 326–348.
- Zepeda, A. V., Preciado, O. P., & Beltrán, M. A. (2007). *Mercadotecnia de las emociones*. (Vol. 20) (No. 108). Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true{&}db=ufh{&}AN=30751980{&}site=eds-live>

8 ANEXOS

8.1 Anexo 1: Varianza total explicada

Comp.	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas ²			Sumas de rotación de cargas ²		
	Total	% de varianza	% acum.	Total	% de varianza	% acum.	Total	% de varianza	% acum.
1	1.505	50.173	50.173	1.505	50.173	50.173	1.404	46.816	46.816
2	.908	30.268	80.441	.908	30.268	80.441	1.009	33.626	80.441
3	.587	19.599	100.000						

Método de extracción: análisis de componentes principales

8.2 Anexo 2: Matriz de correlaciones

	coactividad	cotrabajar	coestudiar
Correlación coactividad	1.000	.279	.165
cotrabajar	.279	1.000	.421
coestudiar	.165	.421	1.000

8.3 Anexo 3: Comunalidades

	Inicial	Extracción
PREFERENCIA	1.000	.993
TRABAJO	1.000	.693
ESTUDIO	1.000	.726

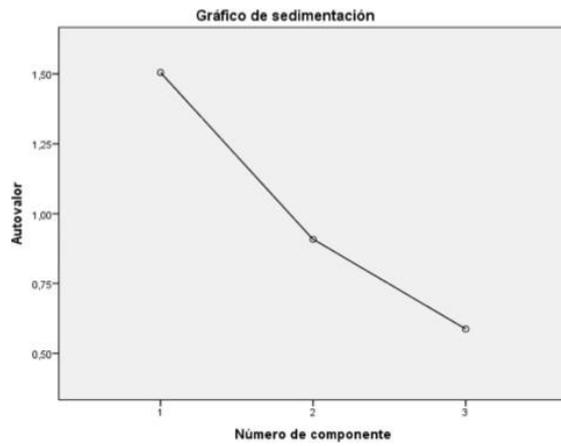
8.4 Anexo 4: Matriz de componente rotado

	Componente	
	1	2
PREFERENCIA	.852	
TRABAJO	.818	
PREFERENCIA		.992

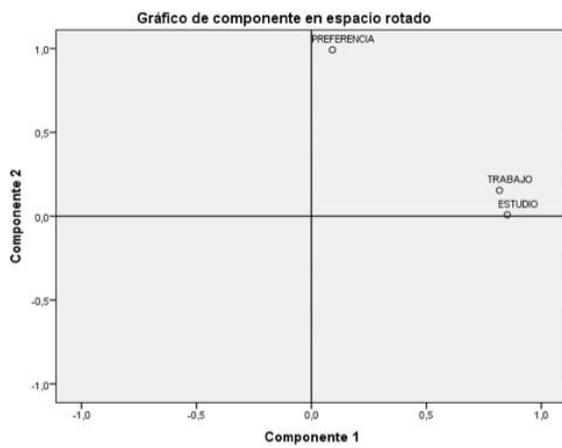
8.5 Anexo 5: Matriz de coef. de puntuación de componente

	Componente	
	1	2
PREFERENCIA	-.095	1.005
TRABAJO	.579	.024
PREFERENCIA	.628	.992-.131

8.6 Anexo 6a: Sedimentación



8.7 Anexo 6b: Gráfica de componente en espacio rotado



8.8 Anexo 7: Encuesta

¡Muchas gracias por participar en nuestra actividad! A continuación, encontrará un breve cuestionario con preguntas relacionadas a Misión Sabana y a su interés por esta causa. Los datos suministrados son de manejo confidencial, usted está en la libertad de llenar este cuestionario.

Nombre: _____

Carrera: _____

Correo Institucional: _____

Código: _____

Semestre: _____

Edad: _____

Género Masculino Femenino

Este semestre Misión Sabana desarrollará sus actividades de beneficencia en Nemocón los días sábado 28 de abril y domingo 29 de abril.

1. ¿Le gustaría pertenecer al grupo de Misión Sabana e inscribirse a las actividades mediante este formulario?

Sí No

Misión Sabana está interesada en conocer la actitud de las personas a la hora de pensar en asistir a un voluntariado. Este estudio se realiza con un fin académico y para nosotros es importante que responda las preguntas con el mayor nivel de sinceridad posible o los resultados obtenidos no serán válidos, usted no será penalizado de forma alguna al responder con total honestidad.

2. Número de hermanos: _____

3. ¿En este momento usted se encuentra trabajando?

Sí No

4. En el último año, ¿ha participado en actividades de voluntariado dentro o fuera de la universidad?

Sí No

5. Antes de esta actividad, ¿había escuchado o conocía a Misión Sabana?

Sí No

6. ¿Cómo llegó a conocer sobre Misión Sabana? Marque con una X su respuesta.

- Publicidad
- Amigos
- Redes sociales
- Página web
- Esta charla
- Otra: _____

7. ¿Cuál sería su principal motivación para inscribirse a Misión Sabana? Marque con una X su respuesta. Recuerde que no hay opciones correctas ni incorrectas, por favor responda con toda sinceridad.

- La nota de una materia de la universidad
- Soy parte del PTB y me exigen este requisito
- Así pago mis horas beca
- Interés propio
- Ayudar a otros y dar mi servicio
- Otra: _____

8. ¿Conoce usted a alguien que haya participado en Misión Sabana?

- Sí No

Las siguientes preguntas se refieren más a su percepción y a su punto de vista personal, esto significa que no hay opciones correctas ni incorrectas y usted no será penalizado de ninguna forma. Por favor responda con toda sinceridad marcando con una X su respuesta.

9. Cuando escuchó la charla sobre Misión Sabana, ¿se sintió identificado con la causa propuesta? Por favor responda con toda sinceridad.

- Sí No

10. Mencione brevemente cuál es la actividad que usted prefiere realizar los fines de semana.

11. ¿En qué medida está usted de acuerdo en colaborar con su tiempo apoyando las actividades realizadas por Misión Sabana en lugar de las siguientes actividades los fines de semana? Por favor responda con total sinceridad.

	<i>Muy en desacuerdo</i>	<i>Algo en desacuerdo</i>	<i>Indiferente</i>	<i>Algo de acuerdo</i>	<i>Muy de acuerdo</i>
<i>La actividad de su preferencia que mencionó en la pregunta anterior</i>					
<i>Trabajar</i>					
<i>Estudiar</i>					

12. Indique cuántas horas en promedio le dedica los fines de semana a las siguientes actividades. Recuerde que es válido no dedicarle nada de tiempo y usted no será penalizado por esto. Por favor responda con total sinceridad.

La actividad de su preferencia en la pregunta 10	..
Trabajar	
Estudiar	

13. ¿En qué medida cree usted que cuenta con las siguientes características? Por favor, responda con toda sinceridad.

		0	1	2	3	4	5	6	7	
Compasivo(a)	Me siento completamente identificado(a)									Me siento completamente identificado(a)
Justo(a)										
Generoso(a)										
Servicial										

14. ¿En qué medida las personas que me rodean reconocen estas mismas características en mí? Por favor, responda con toda sinceridad.

		0	1	2	3	4	5	6	7	
Compasivo(a)	No me identifican así en lo absoluto									Me identifican completamente así
Justo(a)										
Generoso(a)										
Servicial										

15. ¿Qué tan importante considera la causa de Misión Sabana? Por favor responda con toda sinceridad.

Nada importante										Muy importante
	0	1	2	3	4	5	6	7		

16. ¿Qué tanto le conmovió esta causa? Por favor responda con toda sinceridad.

No me conmovió										Me conmovió en gran medida
	0	1	2	3	4	5	6	7		

17. ¿Qué tanta ayuda cree que necesita Misión Sabana en su labor? Por favor responda con toda sinceridad.

No necesita ayuda										Necesita mucha ayuda
	0	1	2	3	4	5	6	7		

18. ¿Se considera una persona religiosa? Por favor responda con toda sinceridad.

Para nada religiosa										Muy religiosa
	0	1	2	3	4	5	6	7		

Por último ¿Autoriza que sus datos sean guardados en una base de Misión Sabana y que se realice un estudio sobre las motivaciones de las personas en el voluntariado?

Sí

No

Firma: _____

Nombre: _____

C.c : _____

¡Muchas gracias por su participación! Estos datos son de suma utilidad para el estudio planteado.

8.9 Anexo 8:Libreto

Esta es una guía de la charla que se impartirá como el formato seleccionado para el experimento de este estudio. Esto ya se ha explicado en el diseño experimental.

Control (X):

¡Bienvenidos!



Buenos días/tardes, ¿cómo va todo? En primer lugar, quisiera agradecerles por su presencia e interés en nuestra actividad, antes de comenzar es muy importante pedirles su colaboración guardando silencio para que esta charla se pueda desarrollar de la mejor forma posible. Si tienen preguntas por favor guárdenlas y al final les responderemos sus inquietudes personalmente.

Qué pena con ustedes, no me he presentado, mi nombre es Estefanía Jiménez, para los que ya se dieron cuenta, no soy de aquí, les cuento de una vez soy ecuatoriana para que durante la charla no se desconcentran intentando adivinar de donde es mi acento.

(PAUSA)

Bueno, ahora les voy a contar algo sobre una de las oportunidades que la universidad tiene en cuanto a los grupos representativos. Se trata del grupo de Solidaridad, el cual es parte de Bienestar Universitario. Este grupo, planea, diseña, ejecuta proyectos y actividades sociales en zonas cercanas a la universidad. La jornada social más grande que organiza es Misión Sabana y cada semestre se realiza en una población diferente de la zona de influencia, por zona de influencia me refiero a los 11 municipios aledaños a la universidad.



El principal objetivo de Misión Sabana es atender las necesidades de la población de la zona de influencia que se encuentra en situación de vulnerabilidad. Para esto, durante la jornada se les brinda varios servicios como atención médica, odontología, peluquería, venta de ropa y juguetes a precios sumamente accesibles, entrega de mercados, y lo que a mí más me gusta, diferentes actividades recreativas.

Este semestre Misión Sabana tendrá como objetivo prestar apoyo a Nemocón el fin de semana del 28-29 de abril.

Para quienes no sepan, Nemocón es un pueblo de aproximadamente 12 mil habitantes que está ubicado a 65 km de Bogotá DC.

Las principales actividades económicas de Nemocón son la caza y la agricultura. Para el 2012 2 de cada 5 habitantes se encontraba en situación de pobreza. Para esta fecha la actividad económica de este municipio representaba el 0.3

Aunque ustedes no se lo imaginen, solo 3 de cada 5 habitantes tienen acceso a planes de salud, y 1 de cada 10 niños sufre de bajo peso al nacer. Es una situación bastante preocupante, pues a escasos 40 minutos de Bogotá existen este tipo de problemáticas.

Bueno, todo esto en cuanto a lo que Misión Sabana le aporta a la comunidad, ahora lo que nos deja a los estudiantes. Principalmente, nos permite ver el mundo con otros ojos, entender realmente la situación en la que viven miles de colombianos y generar un compromiso social. En definitiva, para que puedan entender mejor las enseñanzas de Misión Sabana, les recomiendo vivir la experiencia.

¡Muchas gracias por su participación!



Bueno, ahora que ya saben un poco más de Misión Sabana, les quisiera pedir que nos colaboren con la siguiente encuesta que mis compañeros están repartiendo. Si tienen alguna duda, por favor levanten la mano y mis compañeros o yo nos acercaremos a responderles sus inquietudes personalmente. Una vez que finalicen, por favor dejen su encuesta boca abajo sobre el escritorio para saber que terminaron y esperen a que todos terminen. **(MIENTRAS SE DA ESTA EXPLICACIÓN: MICHELE Y GUSTAVO REPARTEN LAS ENCUESTAS)**

2018 ABRIL				
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00 am 10:00 am A-209 2	09:00 am 10:00 am A-203 3	4	2:00 pm 3:00 pm 5	9:00 am 10:00 am 6
09:00 am 10:00 am 9	9:00 am 10:00 am 10	11	10:00 am 11:00 am 12	9:00 am 10:00 am 13

beatrizjag@unisabana.edu.co
(+57) 3168691259

Ya para finalizar, de verdad muchas gracias por su participación, nos gustaría que nos ayuden invitando a sus amigos ya que seguiremos realizando esta actividad durante esta y la próxima semana. Les dejo aquí los horarios por si desean tomar una foto para recordarlos. Hay algunos que no tienen salón asignado, se los podemos comunicar en su momento. Para esto, se pueden inscribir en los links que compartimos en redes sociales o escribiéndonos a este correo o a este whatsapp.

Ahora los invito a que pasen adelante y de manera ordenada tomen uno de estos postrecitos en

agradecimiento por su participación.

Primer tratamiento (A):

¡Bienvenidos!



Buenos días/tardes, ¿cómo va todo? En primer lugar, quisiera agradecerles por su presencia e interés en nuestra actividad, antes de comenzar es muy importante pedirles su colaboración guardando silencio para que esta charla se pueda desarrollar de la mejor forma posible. Si tienen preguntas por favor guárdenlas y al final les responderemos sus inquietudes personalmente.

Qué pena con ustedes, no me he presentado, mi nombre es Estefanía Jiménez, para los que ya se dieron cuenta, no soy de aquí, les cuento de una vez soy ecuatoriana para que durante la charla no se desconcentran intentando adivinar de donde es mi acento.

(PAUSA)



Bueno, ahora les voy a contar algo sobre una de las oportunidades que la universidad tiene en cuanto a los grupos representativos. Se trata del grupo de Solidaridad, el cual es parte de Bienestar Universitario. Este grupo, planea, diseña, ejecuta proyectos y actividades sociales en zonas cercanas a la universidad. La jornada social más grande que organiza es Misión Sabana y cada semestre se realiza en una población diferente de la zona de influencia, por zona de influencia me refiero a los 11 municipios aledaños a la universidad.



Objetivo:

Atender las necesidades de la población vulnerable de la zona de influencia de la universidad.

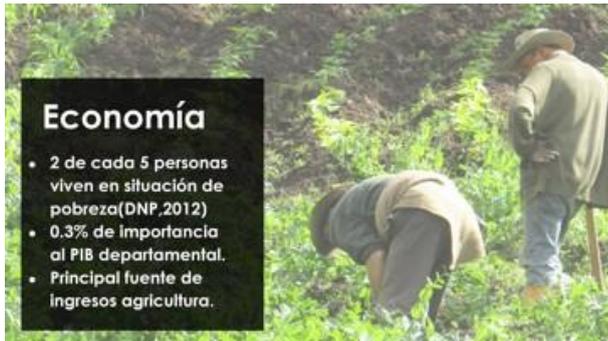
El principal objetivo de Misión Sabana es atender las necesidades de la población de la zona de influencia que se encuentra en situación de vulnerabilidad. Para esto, durante la jornada se les brinda varios servicios como atención médica, odontología, peluquería, venta de ropa y juguetes a precios sumamente accesibles, entrega de mercados, y lo que a mí más me gusta, diferentes actividades recreativas.



Este semestre Misión Sabana tendrá como objetivo prestar apoyo a Nemocón el fin de semana del 28-29 de abril.



Para quienes no sepan, Nemocón es un pueblo de aproximadamente 12 mil habitantes que está ubicado a 65 km de Bogotá DC.



Las principales actividades económicas de Nemocón son la caza y la agricultura. Para el 2012 2 de cada 5 habitantes se encontraba en situación de pobreza. Para esta fecha la actividad económica de este municipio representaba el 0.3



Aunque ustedes no se lo imaginen, solo 3 de cada 5 habitantes tienen acceso a planes de salud, y 1 de cada 10 niños sufre de bajo peso al nacer. Es una situación bastante preocupante, pues a escasos 40 minutos de Bogotá existen este tipo de problemáticas.



Bueno, todo esto en cuanto a lo que Misión Sabana le aporta a la comunidad, ahora lo que nos deja a los estudiantes. Principalmente, nos permite ver el mundo con otros ojos, entender realmente la situación en la que viven miles de colombianos y generar un compromiso social. En definitiva, para que puedan entender mejor las enseñanzas de Misión Sabana, les recomiendo vivir la experiencia.

¡Muchas gracias por su participación!



Bueno, ahora que ya saben un poco más de Misión Sabana, les quisiera pedir que nos colaboren con la siguiente encuesta que mis compañeros están repartiéndoles. Si tienen alguna duda, por favor levanten la mano y mis compañeros o yo nos acercaremos a responderles sus inquietudes personalmente. Una vez que finalicen, por favor dejen su encuesta boca abajo sobre el escritorio para saber que terminaron y esperen a que todos terminen. *(MIENTRAS SE DA ESTA EXPLICACIÓN: MICHELE Y GUSTAVO REPARTEN LAS ENCUESTAS)*

2018 ABRIL				
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00 am 10:00 am A-209 2	09:00 am 10:00 am A-203 3	4	2:00 pm 3:00 pm 5	9:00 am 10:00 am 6
09:00 am 10:00 am 9	9:00 am 10:00 am 10	11	10:00 am 11:00 am 12	9:00 am 10:00 am 13

beatrizjag@unisabana.edu.co
(+57) 3168691259

Ya para finalizar, de verdad muchas gracias por su participación, nos gustaría que nos ayuden invitando a sus amigos ya que seguiremos realizando esta actividad durante esta y la próxima semana. Les dejo aquí los horarios por si desean tomar una foto para recordarlos. Hay algunos que no tienen salón asignado, se los podemos comunicar en su momento. Para esto, se pueden inscribir en los links que compartimos en redes sociales o escribiéndonos a este correo o a este whatsapp.

Ahora los invito a que pasen adelante y de manera ordenada tomen uno de estos postrecitos en agradecimiento por su participación.

Segundo Tratamiento (B):

¡Bienvenidos!



Buenos días/tardes, ¿cómo va todo? En primer lugar, quisiera agradecerles por su presencia e interés en nuestra actividad, antes de comenzar es muy importante pedirles su colaboración guardando silencio para que esta charla se pueda desarrollar de la mejor forma posible. Si tienen preguntas por favor guárdenlas y al final les responderemos sus inquietudes personalmente.

Qué pena con ustedes, no me he presentado, mi nombre es Estefanía Jiménez, para los que ya se dieron cuenta, no soy de aquí, les cuento de una vez soy ecuatoriana para que durante la charla no se desconcentran intentando adivinar de donde es mi acento.

(PAUSA)



Bueno, ahora les voy a contar algo sobre una de las oportunidades que la universidad tiene en cuanto a los grupos representativos. Se trata del grupo de Solidaridad, el cual es parte de Bienestar Universitario. Este grupo, planea, diseña, ejecuta proyectos y actividades sociales en zonas cercanas a la universidad. La jornada social más grande que organiza es Misión Sabana y cada semestre se realiza en una población diferente de la zona de influencia, por zona de influencia me refiero a los 11 municipios aledaños a la universidad.



Objetivo:

Atender las necesidades de la población vulnerable de la zona de influencia de la universidad.

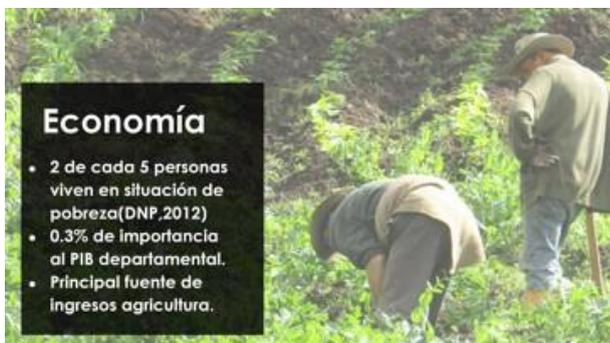
El principal objetivo de Misión Sabana es atender las necesidades de la población de la zona de influencia que se encuentra en situación de vulnerabilidad. Para esto, durante la jornada se les brinda varios servicios como atención médica, odontología, peluquería, venta de ropa y juguetes a precios sumamente accesibles, entrega de mercados, y lo que a mí más me gusta, diferentes actividades recreativas.



Este semestre Misión Sabana tendrá como objetivo prestar apoyo a Nemocón el fin de semana del 28-29 de abril.



Para quienes no sepan, Nemocón es un pueblo de aproximadamente 12 mil habitantes que está ubicado a 65 km de Bogotá DC.



Las principales actividades económicas de Nemocón son la caza y la agricultura. Para el 2012 2 de cada 5 habitantes se encontraba en situación de pobreza. Para esta fecha la actividad económica de este municipio representaba el 0.3



Aunque ustedes no se lo imaginen, solo 3 de cada 5 habitantes tienen acceso a planes de salud, y 1 de cada 10 niños sufre de bajo peso al nacer. Es una situación bastante preocupante, pues a escasos 40 minutos de Bogotá existen este tipo de problemáticas.



Bueno, todo esto en cuanto a lo que Misión Sabana le aporta a la comunidad, ahora lo que nos deja a los estudiantes. Principalmente, nos permite ver el mundo con otros ojos, entender realmente la situación en la que viven miles de colombianos y generar un compromiso social. Tenemos el caso de uno de Andrés Felipe, uno de los voluntarios.

Él busca aportar ayuda a las personas que más lo necesitan y, así lograr comprender por qué surgen estas necesidades y cómo se las puede prevenir. Su mayor motivación son las personas a las que sirve, sobre todo los niños. De hecho, él recuerda que una vez en la vereda de Yerba Buena, había unos niños que vivían al lado de la montaña y venían de familias muy pobres, eran bastante tímidos. Andrés junto con sus amigos voluntarios, los sacaron a correr y a jugar. Cuando se dio cuenta, estos niños habían comenzado a pasarla más rico que ellos mismos, no pararon de reír y hasta se hicieron amigos de los voluntarios. No sé ustedes, pero a mi me parece que eso genera un sentimiento de felicidad difícil de explicar con palabras.

Por último, tomo las palabras de Andrés Felipe cuando dijo que ser parte del grupo representativo de solidaridad no es solo ponerse una camiseta llamativa que dijera “voluntario”, sino es querer cambiar el mundo a uno mejor.

Igualmente, para que puedan entender mejor las enseñanzas de Misión Sabana, les recomiendo vivir la experiencia.

**¡Muchas gracias por
su participación!**



Bueno, ahora que ya saben un poco más de Misión Sabana, les quisiera pedir que nos colaboren con la siguiente encuesta que mis compañeros están repartiendo. Si tienen alguna duda, por favor levanten la mano y mis compañeros o yo nos acercaremos a responderles sus inquietudes personalmente. Una vez que finalicen, por favor dejen su encuesta boca abajo sobre el escritorio para saber que terminaron y esperen a que todos terminen. **(MIENTRAS SE DA ESTA EXPLICACIÓN: MICHELE Y GUSTAVO REPARTEN LAS ENCUESTAS)**

2018 ABRIL				
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00 am 10:00 am A-209 2	09:00 am 10:00 am A-203 3	4	2:00 pm 3:00 pm 5	9:00 am 10:00 am 6
09:00 am 10:00 am 9	9:00 am 10:00 am 10	11	10:00 am 11:00 am 12	9:00 am 10:00 am 13

beatrizjag@unisabana.edu.co
(+57) 3168691259

Ya para finalizar, de verdad muchas gracias por su participación, nos gustaría que nos ayuden invitando a sus amigos ya que seguiremos realizando esta actividad durante esta y la próxima semana. Les dejo aquí los horarios por si desean tomar una foto para recordarlos. Hay algunos que no tienen salón asignado, se los podemos comunicar en su momento. Para esto, se pueden inscribir en los links que compartimos en redes sociales o escribiéndonos a este correo o a este whatsapp.

Ahora los invito a que pasen adelante y de manera ordenada tomen uno de estos postrecitos en agradecimiento por su participación.

Tercer Tratamiento (C): slides + testimonio + video

¡Bienvenidos!



Buenos días/tardes, ¿cómo va todo? En primer lugar, quisiera agradecerles por su presencia e interés en nuestra actividad, antes de comenzar es muy importante pedirles su colaboración guardando silencio para que esta charla se pueda desarrollar de la mejor forma posible. Si tienen preguntas por favor guárdenlas y al final les responderemos sus inquietudes personalmente.

Qué pena con ustedes, no me he presentado, mi nombre es Estefanía Jiménez, para los que ya se dieron cuenta, no soy de aquí, les cuento de una vez soy ecuatoriana para que durante la charla no se desconcentran intentando adivinar de donde es mi acento.

(PAUSA)



Bueno, ahora les voy a contar algo sobre una de las oportunidades que la universidad tiene en cuanto a los grupos representativos. Se trata del grupo de Solidaridad, el cual es parte de Bienestar Universitario. Este grupo, planea, diseña, ejecuta proyectos y actividades sociales en zonas cercanas a la universidad. La jornada social más grande que organiza es Misión Sabana y cada semestre se realiza en una población diferente de la zona de influencia, por zona de influencia me refiero a los 11 municipios aledaños a la universidad.



Objetivo:

Atender las necesidades de la población vulnerable de la zona de influencia de la universidad.

El principal objetivo de Misión Sabana es atender las necesidades de la población de la zona de influencia que se encuentra en situación de vulnerabilidad. Para esto, durante la jornada se les brinda varios servicios como atención médica, odontología, peluquería, venta de ropa y juguetes a precios sumamente accesibles, entrega de mercados, y lo que a mí más me gusta, diferentes actividades recreativas.



Este semestre Misión Sabana tendrá como objetivo prestar apoyo a Nemocón el fin de semana del 28-29 de abril.



Para quienes no sepan, Nemocón es un pueblo de aproximadamente 12 mil habitantes que está ubicado a 65 km de Bogotá DC.



Las principales actividades económicas de Nemocón son la caza y la agricultura. Para el 2012 2 de cada 5 habitantes se encontraba en situación de pobreza. Para esta fecha la actividad económica de este municipio representaba el 0.3



Aunque ustedes no se lo imaginen, solo 3 de cada 5 habitantes tienen acceso a planes de salud, y 1 de cada 10 niños sufre de bajo peso al nacer. Es una situación bastante preocupante, pues a escasos 40 minutos de Bogotá existen este tipo de problemáticas.



Bueno, todo esto en cuanto a lo que Misión Sabana le aporta a la comunidad, ahora lo que nos deja a los estudiantes. Principalmente, nos permite ver el mundo con otros ojos, entender realmente la situación en la que viven miles de colombianos y generar un compromiso social. Tenemos el caso de uno de Andrés Felipe, uno de los voluntarios.

Él busca aportar ayuda a las personas que más lo necesitan y, así lograr comprender por qué surgen estas necesidades y cómo se las puede prevenir. Su mayor motivación son las personas a las que sirve, sobre todo los niños. De hecho, él recuerda que una vez en la vereda de Yerba Buena, había unos niños que vivían al lado de la montaña y venían de familias muy pobres, eran bastante tímidos. Andrés junto con sus amigos voluntarios, los sacaron a correr y a jugar. Cuando se dio cuenta, estos niños habían comenzado a pasarla más rico que ellos mismos, no pararon de reír y hasta se hicieron amigos de los voluntarios. No sé ustedes, pero a mi me parece que eso genera un sentimiento de felicidad difícil de explicar con palabras.

Por último, tomo las palabras de Andrés Felipe cuando dijo que ser parte del grupo representativo de solidaridad no es solo ponerse una camiseta llamativa que dijera "voluntario", sino es querer cambiar el mundo a uno mejor.

Igualmente, para que puedan entender mejor las enseñanzas de Misión Sabana, les recomiendo vivir la experiencia. Y para que se animen les tengo un pequeño abre bocas, un video de Misión Sabana en Gachancipá el anterior año.



(VIDEO)

¡Muchas gracias por su participación!



Bueno, ahora que ya saben un poco más de Misión Sabana, les quisiera pedir que nos colaboren con la siguiente encuesta que mis compañeros están repartiéndoles. Si tienen alguna duda, por favor levanten la mano y mis compañeros o yo nos acercaremos a responderles sus inquietudes personalmente. Una vez que finalicen, por favor dejen su encuesta boca abajo sobre el escritorio para saber que terminaron y esperen a que todos terminen. **(MIENTRAS SE DA ESTA EXPLICACIÓN: MICHELE Y GUSTAVO REPARTEN LAS ENCUESTAS)**

2018 ABRIL				
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00 am 10:00 am A-209 2	09:00 am 10:00 am A-203 3	4	2:00 pm 3:00 pm 5	9:00 am 10:00 am 6
09:00 am 10:00 am 9	9:00 am 10:00 am 10	11	10:00 am 11:00 am 12	9:00 am 10:00 am 13

beatrizjag@unisabana.edu.co
(+57) 3168691259

Ya para finalizar, de verdad muchas gracias por su participación, nos gustaría que nos ayuden invitando a sus amigos ya que seguiremos realizando esta actividad durante esta y la próxima semana. Les dejo aquí los horarios por si desean tomar una foto para recordarlos. Hay algunos que no tienen salón asignado, se los podemos comunicar en su momento. Para esto, se pueden inscribir en los links que compartimos en redes sociales o escribiéndonos a este correo o a este whatsapp.

Ahora los invito a que pasen adelante y de manera ordenada tomen uno de estos postrecitos en agradecimiento por su participación.