

COMPROMISO CÍVICO HOY:

Una mirada a las tendencias
de voluntariado y participación
ciudadana en Panamá



Voluntarios
de Panamá

Autores:
Carolina Freire, Jhonatan Astudillo

Elaborado por:
Fundación Voluntarios de Panamá

Con el apoyo de:
Cámara Panameña de Desarrollo Social

ÍNDICE

05

I. Introducción

10

II. Objetivo y
metodológica

13

III. Presentación
de resultados

13

Parte I: Enfoque
en las actitudes y
acciones cívicas

28

Parte II: Enfoque
en la medición del
voluntariado

45

IV. Hacia un Índice
de Compromiso
Cívico

58

V. Conclusiones

64

VI. Anexo
de tablas



I. Introducción

El compromiso cívico consiste de acciones y valores prosociales, creencias, conocimientos y actitudes que impulsan la convicción y acción.¹ Las *acciones cívicas* comprenden actividades prosociales orientadas al bien común, que permiten a las personas incidir en las políticas públicas y en las prácticas sociales. Entre estas acciones se incluye, por ejemplo, el ejercicio del voto, la participación en actividades de voluntariado o donación, y la abogacía por temas de interés público. Las *actitudes cívicas* abarcan el conjunto de valores, percepciones, disposiciones y creencias que las personas sostienen respecto de su comunidad y de la sociedad en general². Estas actitudes influyen en la forma en que las personas conciben sus responsabilidades, derechos y funciones como integrantes de una colectividad. Entre los principales componentes de las actitudes cívicas se encuentran: la responsabilidad cívica, entendida como el sentido de deber hacia el bien común; la eficacia, entendido como la creencia de que las propias acciones pueden tener un impacto en los procesos sociales o políticos; la confianza social, tanto en los demás como en las instituciones; y el sentido de comunidad, es decir, la percepción de pertenencia y conexión a otros. Las acciones y actitudes cívicas se refuerzan mutuamente, generando efectos que contribuyen a: (i) un mayor empoderamiento individual frente a los desafíos colectivos; y (ii) una participación más activa y sostenida en proyectos, programas o políticas de beneficio colectivo³.

El compromiso cívico tiene beneficios individuales y colectivos de alto impacto. Quienes se involucran en acciones cívicas desarrollan habilidades como liderazgo, comunicación y trabajo en equipo que fortalecen su perfil profesional. El compromiso cívico ayuda a desarrollar empatía o la capacidad de comprender las vida de otros, y un mayor compromiso hacia la resolución de los desafíos que afectan a la colectividad. Organizaciones internacionales especializadas en voluntariado como *The Points of Light Foundation* han documentado el impacto positivo de acciones como el voluntariado sobre la salud física y mental de las personas⁴. Algunos hallazgos indican que puede reducir el estrés y la ansiedad y aumentar la resiliencia emocional, así como mejorar en la salud cardiovascular⁵. El compromiso cívico ha demostrado mejorar la cohesión social, que se refiere al grado de conexión y solidaridad entre los miembros de una comunidad, caracterizado por la confianza, la reciprocidad y una sólida red de relaciones sociales que une a las personas⁶. Todos estos son elementos necesarios para la construcción del capital social, vital para la convivencia, la solidaridad y la paz. El capital social consiste en un conjunto de redes, normas y confianza social que facilitan la cooperación y coor-

¹ The Points of Light Foundation. Civic Engagement and the Civic Circle. 2022.

² Ibid.

³ Ibid.

⁴ The Points of Light Foundation. “Top 10 Ways Volunteering Improves Your Mental and Emotional Health.” Points of Light, 1 May 2024.

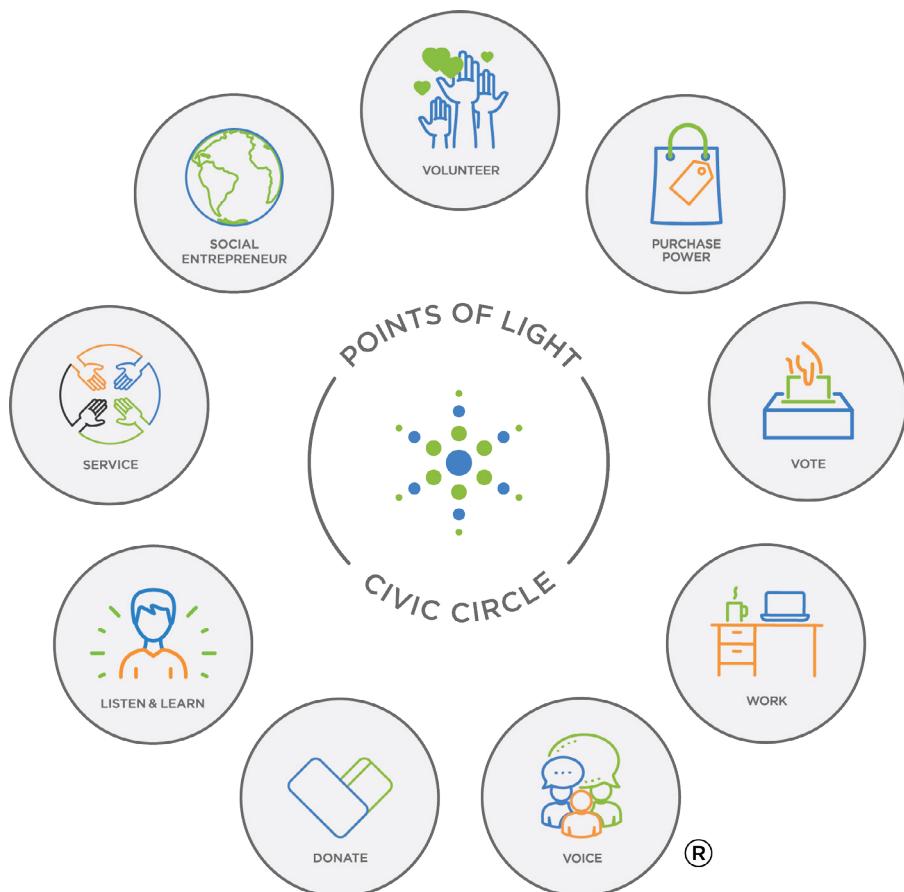
⁵ Carnegie Mellon University. “Volunteering Reduces Risk of Hypertension in Older Adults.” 2013.

⁶ Putnam, Robert D. Making Democracy Work. Harvard University Press, 1993.

dinación para beneficio mutuo en una sociedad. Según el politólogo Robert Putnam de la Universidad de Harvard, las comunidades con alto capital social tienden a tener mejores resultados económicos, educativos, de salud y democráticos. Por el contrario, un bajo capital social afecta la participación ciudadana, la confianza en las instituciones y la cohesión comunitaria⁷. Además de sus beneficios individuales y colectivos, el compromiso cívico contribuye a una democracia participativa, arraigada en una ciudadanía proactiva.

El compromiso cívico se expresa de diferentes formas que van desde votar hasta ayudar a otros. En este informe describimos el compromiso cívico a partir del marco conceptual establecido por el “Círculo Cívico”® desarrollado por The Points of Light Foundation⁸. El Círculo Cívico tiene por objetivo reconocer que el compromiso cívico es amplio y puede expresarse de las siguientes formas:

Figura 1. Componentes del Compromiso Cívico ®



El Círculo Cívico es una marca registrada de Points of Light Foundation

⁷Putnam, Robert D. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Harvard University Press, 2000.

⁸The Points of Light Foundation es la organización más grande del mundo dedicada a aumentar la participación voluntaria, movilizando anualmente a más de 4 millones de voluntarios a través de una red de centros de voluntariado que abarca 32 países. Voluntarios de Panamá es el afiliado nacional de la organización desde el año 2013.



La forma más tradicional de participación en el contexto de las sociedades democráticas es el **ejercicio del voto**. La participación electoral se considera un indicador fundamental de la salud de una democracia, ya que los sistemas democráticos participativos suelen caracterizarse por elevados niveles de registro electoral y altas tasas de participación en las elecciones⁹. No obstante, la participación ciudadana va más allá del ámbito electoral.

Una de estas formas es el **consumo ético o responsable**, en el cual las decisiones de compra de bienes y servicios se orientan por los valores personales del individuo o por su perspectiva frente a temas sociales o ambientales. En este sentido, los ciudadanos pueden optar por adquirir —o abstenerse de adquirir— determinados productos o servicios en función de las políticas de responsabilidad social empresarial o del impacto ambiental asociado a su producción y comercialización¹⁰. Este tipo de participación representa una forma indirecta pero significativa de incidencia social.

Otra manifestación de la participación ciudadana es la **abogacía**, entendida como la capacidad de un individuo para influir en su entorno mediante la promoción de causas, o la movilización de apoyo en torno a temas de interés público. La abogacía puede expresarse a través de campañas de concientización, la firma de peticiones, la participación en manifestaciones, vigencias, entre otras¹¹. La afiliación o **membresía en organizaciones** comunitarias, sociales, religiosas, políticas o profesionales son otro mecanismo de participación. A través de esta vinculación, los ciudadanos forman parte de espacios donde tejer redes con personas que comparten valores, intereses o fines comunes, fortaleciendo así el tejido social.

El **voluntariado** representa otra expresión tangible del compromiso cívico, ya que implica la dedicación voluntaria de tiempo y habilidades a una causa sin recibir una remuneración económica. Este tipo de participación tiene un impacto directo en el bienestar colectivo, al contribuir a la solución de problemáticas sociales y al fortalecimiento de comunidades. Además, fortalece la cohesión social y el sentido de pertenencia comunitaria¹². Finalmente, las **donaciones** —ya sean en especie o monetarias— son una forma concreta de participación al reflejar la voluntad de las personas de destinar recursos propios para apoyar a otros o contribuir al avance de causas sociales o atender necesidades de la comunidad. Las organizaciones no gubernamentales (ONG) y otros actores del tercer sector dependen, en gran medida, de estas contribuciones para ofrecer servicios esenciales a la población¹³.



⁹ Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. E. (1995). Voz y equidad. Voluntarismo cívico en la política americana. Harvard University Press.

¹⁰ Micheletti, Michele. Political Virtue and Shopping: Individuals, Consumerism, and Collective Action. Palgrave Macmillan, 2003.

¹¹ Cohen, Jean L., and Andrew Arato. Civil Society and Political Theory. MIT Press, 1992.

¹² Musick, Marc A., and John Wilson. Volunteers: A Social Profile. Indiana University Press, 2008.

¹³ Salamon, Lester M. The State of Nonprofit America. 2nd ed., Brookings Institution Press, 2010.



Fundación Voluntarios de Panamá presenta los resultados de un estudio de opinión pública que explora el estado actual del compromiso cívico en Panamá, con especial énfasis en el voluntariado. El estudio está basado en los resultados de una encuesta de representatividad nacional que mide algunas actitudes y acciones contempladas en el Círculo Cívico, con un enfoque en la medición del voluntariado. Este informe presenta el objetivo y metodología del estudio, sus principales hallazgos, y las reflexiones y recomendaciones en torno a la promoción del compromiso cívico en Panamá.

Además, presenta una propuesta para la medición del compromiso cívico mediante dos índices. Basándose en las variables del Índice de Salud Cívica (*Civic Health Index*) desarrollado por el *National Conference on Citizenship*, la Fundación Voluntarios de Panamá propone y desarrolla dos índices para medir el nivel de compromiso cívico en el país: el Índice de Compromiso Cívico Longitudinal y el Índice de Compromiso Cívico Transversal. Los índices son complementarios y permiten un análisis integral de la participación ciudadana tanto desde una perspectiva temporal como por grupos demográficos.

Finalmente, el informe ofrece conclusiones a partir de los hallazgos, y ofrece una serie de recomendaciones para afianzar la medición del compromiso cívico en Panamá y acciones para su promoción.





VOLUNTARIO



II. Objetivo y metodología

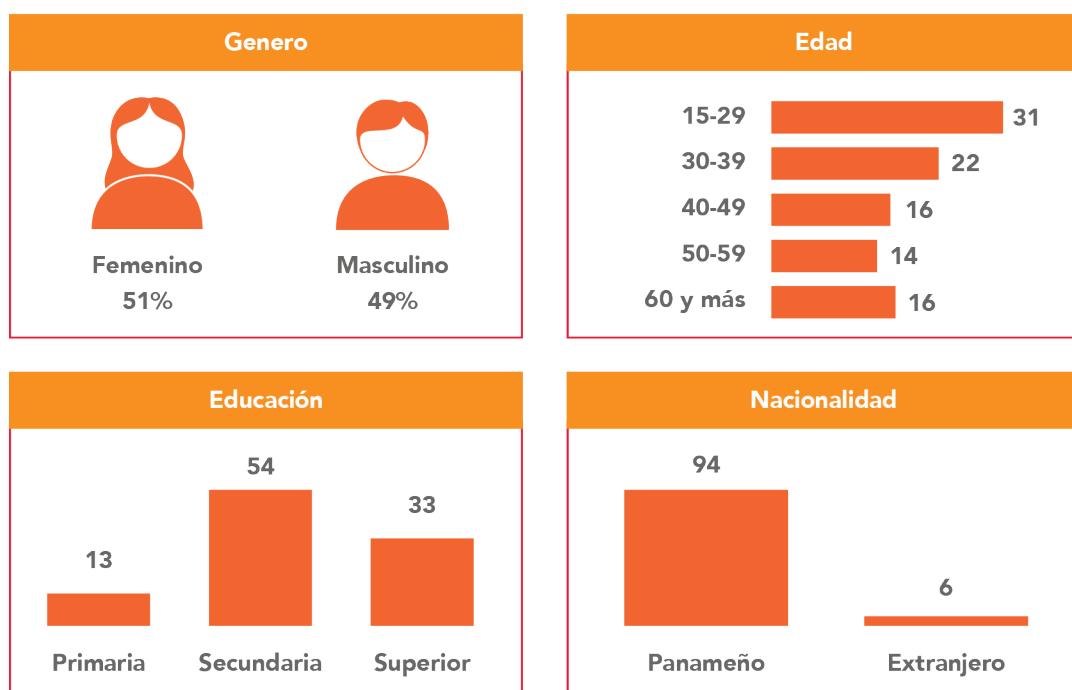
El objetivo del presente estudio es examinar el estado actual del compromiso cívico en Panamá, específicamente de las actitudes y acciones cívicas que lo conforman, y ofrecer perspectivas y recomendaciones para su fortalecimiento. El estudio también ofrece información sobre los elementos que inhiben un mayor involucramiento por parte de los ciudadanos para impulsar cambios en su entorno. Finalmente, el estudio es una herramienta para ser utilizada para la gestión y promoción exitosa de la participación ciudadana por parte de organizaciones no gubernamentales, clubes cívicos, empresas, instituciones académicas, organismos de cooperación internacional, entre otras.

El estudio tiene como su principal fuente una encuesta de representatividad nacional que fue realizada por la firma encuestadora Gallup Panamá utilizando una metodología cuantitativa de encuestas cara a cara a personas mayores de 18 años, incluyendo una sobre muestra de jóvenes entre 15 y 17 años, residentes en el territorio nacional. La encuesta fue aplicada entre el 23 de octubre y el 3 de noviembre de 2023. El marco muestral consiste en 1,274 personas residentes en las 10 provincias del país, excluyendo las comarcas indígenas, con un margen de error de +/- 2,8 en los resultados totales para un intervalo de confianza de 95%.

La encuesta consistió en dos módulos. El primero explora las actitudes y acciones cívicas y es una adaptación del cuestionario elaborado por **The Points of Light Foundation** y aplicado por Hart Research en mayo de 2020 a una muestra representativa de adultos estadounidenses. El estudio, con adaptaciones, ha sido replicado en al menos cuatro países por miembros de la red de organizaciones sociales afiliadas a The Points of Light Foundation. Voluntarios de Panamá es el afiliado nacional de esta organización mundial en Panamá.

El segundo módulo corresponde a la medición del voluntariado en el país. El instrumento utilizado para esta medición corresponde al **Manual de Medición del Trabajo Voluntario** desarrollado por la **Organización Internacional del Trabajo** (OIT), aplicado por Fundación Voluntarios de Panamá en las encuestas de 2012 y 2017.

Figura 2
Caracterización de la muestra del Estudio de Opinión Pública en Panamá(%):
2023



Fuente: Gallup Panamá - Fundación Voluntarios de Panamá.



III. Resultados

Los resultados del presente informe están organizado en dos secciones. La primera examina las *actitudes y acciones cívicas* de la población mayor de 15 años, presentando datos que describen su **para generar un impacto positivo en la vida de otras personas, en la comunidad, en el país o a nivel global**. Se analizan aspectos como el sentido de empoderamiento ciudadano, las motivaciones personales, los ámbitos de interés y la disposición hacia las formas de participación enmarcadas en el Círculo Cívico. La segunda sección expone los resultados de la Tercera Encuesta Nacional de Voluntariado, basada en el cuestionario estándar del Manual de la Medición del Trabajo Voluntario, e incorpora preguntas orientadas a identificar la tasa de participación voluntaria y barreras que enfrentan las personas para involucrarse en el voluntariado, así como su valoración social.

Parte I. Actitudes y Acciones Cívicas

El estudio analiza primero las actitudes de la población panameña frente al compromiso cívico, con el objetivo de comprender su disposición a involucrarse o actuar para mejorar la vida de otros, su comunidad, el país o el mundo.

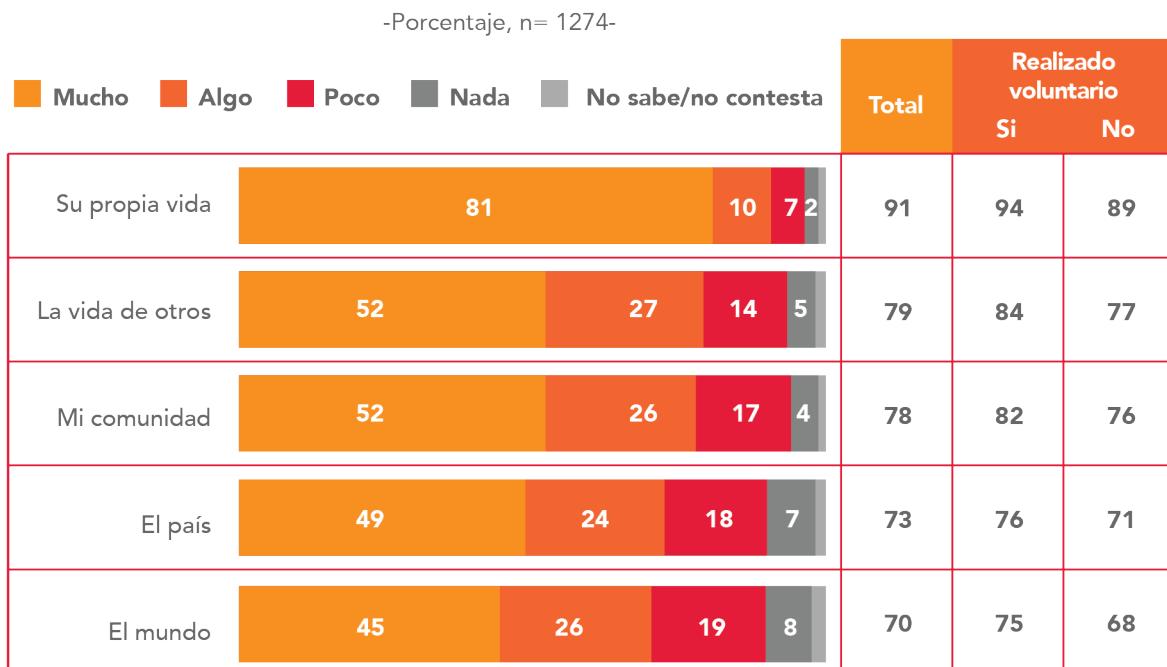
La mayoría de los panameños percibe que tiene la capacidad de influir positivamente en la vida de otras personas, en su comunidad, en el país y a nivel global. Con el objetivo de explorar el sentido de eficacia que tiene la población, se les preguntó a los encuestados en qué medida consideran que sus acciones pueden contribuir al cambio o mejora en estos distintos ámbitos. Los resultados evidencian que una proporción significativa de la población cree que sus acciones individuales pueden generar un impacto positivo. La relación entre cercanía del ámbito de acción y percepción de influencia es notable: el 78% de las personas encuestadas considera que sus acciones tienen “mucha” o “algo” de influencia en lo que ocurre en su comunidad. Este porcentaje desciende al 73% cuando se trata de la capacidad de incidir a nivel nacional, y al 71% respecto de su capacidad de influir en el ámbito global. Estos hallazgos sugieren que, mientras mayor es la proximidad del entorno, mayor es el sentido de eficacia percibida.

Quienes han participado previamente en actividades de voluntariado manifiestan un sentido de eficacia superior al de quienes no han tenido esta experiencia. En particular, los voluntarios expresan una mayor convicción respecto de su capacidad para incidir en la transformación de su realidad comunitaria, nacional e internacional como se muestra en la Gráfica 1.

FUNDACIÓN VOLUNTARIOS DE PANAMÁ

Gráfica 1

Influencia individual en el cambio y mejora social (voluntarios y no voluntarios)



Fuente: Gallup Panamá - Fundación Voluntarios de Panamá.

La mayoría de los panameños indican que, de involucrarse, su objetivo sería promover el bienestar colectivo. La encuesta preguntó a la ciudadanía qué esperarían lograr si se involucraran o actuaran por mejorar la vida de otros, la comunidad, el país o el mundo. De acuerdo con los datos recabados, el 35% de los encuestados señala que su objetivo sería “ayudar a otros”, mientras que el 21% afirma que lo haría con el propósito de “generar un cambio positivo”. Un porcentaje equivalente (21%) indica que se involucraría para resolver problemas específicos, y el 17% declara que participaría para “hacer la diferencia” en su entorno. El 6% expresa que se involucraría para retribuir a la sociedad por lo que ha recibido, es decir, un acto de reciprocidad social. Al analizar las respuestas por grupo etario, se observan diferencias significativas. Entre el segmento de jóvenes de entre 15 y 24 años, la razón más mencionada para participar es “crear un cambio positivo” (25%), lo cual refleja una orientación hacia la transformación social. En contraste, entre los encuestados mayores de 40 años, el objetivo principal por el que se involucrarían es “ayudar a otros” (40%), lo que sugiere una inclinación hacia formas de apoyo directo y solidaridad interpersonal.

Los panameños manifiestan diversas motivaciones para animarse a participar en actividades cívicas y comunitarias, pero la principal es el sentido de pertenencia. La motivación prevalente entre los panameños para participar es la oportunidad de compartir tiempo con familias y amigos (54%) y conectar con personas que comparten sus valores (46%), lo que evidencia un importante componente de asociatividad y vinculación social. Asimismo, un porcentaje significativo de personas percibe la participación como una vía para enriquecer sus vidas incluyendo dar un buen ejemplo a los demás (52%), darle propósito a su vida (52%), mejorar su salud mental y emocional (43%), sentir alegría (35%) y la oportunidad de vivir sus valores espirituales o religiosos (32%). Igualmente, está presente la motivación de ayudar a otras personas a su alrededor y la comunidad (52%) lo que refleja una orientación prosocial que privilegia la contribución al bienestar de otros, ya sea a nivel interpersonal o comunitario. Además de las motivaciones altruistas y relacionales, también se identifican motivaciones de tipo instrumental o profesional. Una parte de la población expresa interés en participar como una oportunidad para desarrollar nuevas habilidades, adquirir aprendizajes (22%) o ganar experiencia directa (21%). Este tipo de motivaciones ha sido ampliamente documentado en la literatura sobre voluntariado y participación cívica, donde se destaca el valor de estas actividades como espacios de crecimiento personal y profesional, particularmente entre jóvenes y adultos en etapa laboral.

La Gráfica 2 resume las principales razones que dan los panameños para involucrarse para mejorar la vida de otros, la comunidad o el país, junto con su respectivo porcentaje de menciones:

Gráfica 2
Principales motivaciones para la participación



Fuente: Gallup Panamá - Fundación Voluntarios de Panamá.

La niñez y la juventud es la causa que mayormente interesa a los panameños apoyar seguida por la educación. La mayoría de los encuestados expresó que, de involucrarse por mejorar la vida de otros, la comunidad o el país, la niñez y la juventud (63%) sería la causa de su preferencia, seguida muy cercanamente por la educación (61%). La promoción de los derechos humanos y la salud también son considerados temas importantes para la población para el 47% y 44% de la población, respectivamente. En la Gráfica 3 se muestran las diferentes causas que motivarían a los panameños a participar, organizadas en orden de preferencia.

Gráfica 3
Preferencias de causas a favor de las cuales hacer la diferencia



Fuente: Gallup Panamá - Fundación Voluntarios de Panamá.

Además de las actitudes cívicas, el estudio explora las acciones cívicas que ejercen los panameños a través de las siguientes dimensiones del Círculo Cívico: (i) votación; (ii) compra de productos o servicios; (iii) abogacía; (iv) voluntariado; y (v) donaciones. Los resultados ofrecen un panorama del ejercicio de la vida cívica hoy.

El ejercicio del voto es la actividad cívica en la que mayoritariamente participan los panameños. El 69% de los informantes mayores de 18 años manifestó haber votado en las elecciones en el país (al momento de aplicar la encuesta, la pregunta se refería a las elecciones generales de 2019). De hecho, las elecciones generales siguientes, realizadas en 2024, registraron la participación electoral más alta desde la década de 1990, alcanzando el 77.7%. Este resultado se enmarca en un contexto regional en el que Panamá ya se distingue por sus elevados niveles de participación electoral. Desde las elecciones de 1994, el país ha superado los promedios de América Latina (75.5% frente a 68.4%), según datos de IDEA Internacional¹⁴, lo cual resulta destacable considerando que Panamá no cuenta con voto obligatorio. La alta participación electoral evidencia que Panamá cuenta con una ciudadanía que concibe el voto como un mecanismo efectivo para influir en los asuntos públicos. Quienes han practicado el voluntariado votan en mayor proporción (71%) que quienes no han sido voluntarios (68%).

Poco más de un tercio de la ciudadanía expresa sus preferencias a través del consumo. Uno de cada tres panameños (34%) compró productos o servicios de una empresa específicamente porque consideró que esa empresa era socialmente responsable. Esto quiere decir que la dimensión de responsabilidad social, asociada a prácticas éticas corporativas, sostenibilidad ambiental, cumplimiento de las normativas laborales y la contribución al desarrollo social y comunitario, está informando las decisiones de consumo de poco más de un tercio de los panameños. Esta motivación es más común entre los jóvenes adultos (*millennials*, de 25 a 39 años) y los adultos de mediana edad (especialmente la generación X, de 40 a 59 años), pero menor entre los más jóvenes (generación Z, de 15 a 24 años), lo que podría reflejar una menor capacidad adquisitiva o un menor nivel de identificación con las prácticas empresariales responsables en comparación con generaciones mayores. Quienes han practicado el voluntariado también asignan mayor importancia a la trayectoria de responsabilidad social de las empresas al momento de adquirir bienes y servicios (49%) en comparación con quienes no han sido voluntarios (27%).

Un cuarto de la ciudadanía aboga por temas de su interés para influir sobre temas de su interés. Uno de cada cuatro (25%) de los encuestados participaron en una marcha, vigilia o protesta en el último año sobre un tema que era importante para ellos, mientras que uno de cada cinco panameños contactó a alguna autoridad y una proporción similar (21%) se abocó a las redes sociales para difundir su opinión sobre sus temas de interés. Los jóvenes mostraron mayor interés en participar en marchas, vigilias y protestas que los adultos mayores (30% frente a 21%), mientras que estos últimos tendieron con más frecuencia a contactar directamente

¹⁴ International IDEA. Informe general de las elecciones: Panamá 2024. Instituto Internacional para la Democracia y la Asistencia Electoral, 2024.



a las autoridades (30% frente a 12%). Los voluntarios emplean la abogacía como forma de participación en mayor proporción que quienes no son voluntarios.

Un tercio (34%) de la población forma parte de una fundación u organización no gubernamental¹⁵, con variaciones por edad e ingresos.

La pertenencia a este tipo de entidades varía significativamente según el nivel de ingreso del hogar: el 49% de los encuestados en hogares con ingresos superiores a US\$1,500 mensuales reportó ser miembro de una organización, mientras que solo el 30% de quienes viven en hogares con ingresos inferiores a US\$500 mensuales declaró participar en alguna. Esta diferencia puede reflejar tanto limitaciones económicas como restricciones de tiempo que enfrentan los sectores de menores ingresos. En términos etarios, los jóvenes de la generación Z (15 a 24 años) mostraron el mayor nivel de participación (42 %), seguidos por los adultos mayores de 60 años o boomers (38 %), los adultos de la generación X (33 %) y los *millennials* (29 %). Esta distribución también sugiere que las demandas laborales y familiares propias de la edad adulta pueden limitar la disponibilidad para involucrarse en este tipo de organizaciones. Los voluntarios participan en mucha mayor proporción que los no voluntarios en organizaciones no gubernamentales o fundaciones (60% vs. 21%, respectivamente).

Con respecto a la participación voluntaria, la encuesta demuestra que el 34% de los panameños mayores de 15 años realizó voluntariado, al menos una vez, en el último año. Al comparar esta información con las encuestas anteriores de voluntariado, aplicadas en 2012 y 2017, se confirma que la tasa de participación voluntaria ha crecido de forma consistente en la última década. De hecho, se registra un aumento de catorce puntos porcentuales en la proporción de panameños que son voluntarios al 2023 respecto de 2012. En la segunda parte del estudio se presentan los resultados completos y análisis de la dimensión del voluntariado.

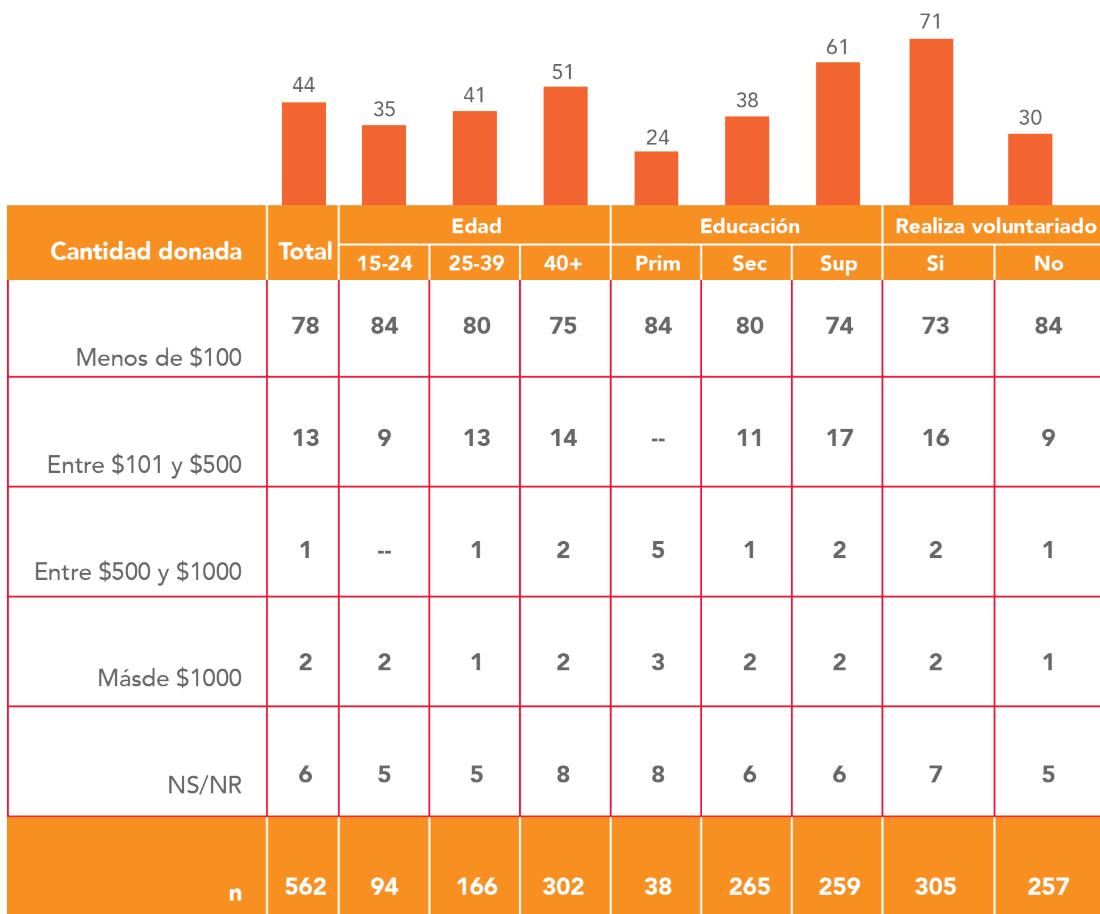
El 44% de la población donó dinero o brindó donaciones en especie con fines filantrópicos. Como muestra la Gráfica 4, a mayor nivel educativo y mayor edad, el porcentaje de la población que dona aumenta. De hecho, el 51% de la población mayor de 40 años donó dinero o en especie en comparación el 35% de la población entre 15 y 24 años. Asimismo, con el nivel educativo. Mientras que el 61% de las personas con educación superior donó en dinero o especie, el 24% de quienes completaron primaria realizó donaciones. Un hecho de interés es que el grueso de las donaciones individuales en efectivo en Panamá no supera los US\$100 anuales. De hecho, el 78% de la población que donó dinero en efectivo, donó menos de US\$100. El 13% de la población donó entre US\$101 y US\$500, mientras que sólo

¹⁵ Esta pregunta incluye también a asociaciones religiosas, grupos deportivos, académicos o culturales; organizaciones estudiantiles (escolar o universitaria); asociaciones profesionales; organizaciones comunitarias; entre otras.



el 1% donó entre US\$500 y US\$1,000 y el 2% donó más de US\$1,000. Entre quienes son voluntarios, el 71% ha donado. En contraste, sólo el 30% de los no voluntarios ha donado.

Gráfica 4
Donó dinero o dio donaciones en especie con fines filantrópicos



Fuente: Gallup Panamá - Fundación Voluntarios de Panamá

Las donaciones (en dinero o en especie) se orientan principalmente hacia la ayuda a niños y jóvenes. Las 5 principales causas para las cuales se canalizaron las donaciones, tanto en dinero como en especie, fueron:

- Niñez y Juventud (27%)
- Hambre o inseguridad alimentaria (15%)
- Pobreza (15%)
- Salud (11%)
- Discapacidad/Inclusión (11%)



Gráfica 5

Causas a las que se contribuyó con donaciones en dinero o especie



Fuente: Gallup Panamá - Fundación Voluntarios de Panamá.

Los principales motivos por los cuales la población no dona en dinero o especie es la falta de recursos económicos y la falta de confianza. El 56% de la población manifiesta no haber realizado donaciones en dinero o especie. Como muestra la Gráfica 6, de ellos el 44% manifiesta no contar con recursos económicos para realizar donaciones, lo cual se constituye en el principal motivo por el que la población no contribuye en donaciones. Sin embargo, un porcentaje importante de la población que no dona, manifiesta abstenerse de esta práctica porque no confía en las personas o instituciones que solicitan donaciones (17%) o no sabe para qué se va a usar (9%). Aunque en menor proporción, otros motivos para abstenerse de donar tienen que ver con la preferencia de donar tiempo (7%) o por considerar que ya paga impuestos (3%) o le corresponde al Estado hacerse cargo (3%). Los resultados denotan que existe una oportunidad para que las organizaciones que recaudan fondos establezcan mecanismos e instrumentos que otorguen mayor transparencia y confiabilidad a la gestión de las donaciones. En ese sentido, la iniciativa del Sello Capadeso de la Cámara Panameña de Desarrollo Social (CAPADESO), que certifica a las organizaciones sociales en buenas prácticas de gestión legal, financiera, administrativa, de voluntariado, y recursos humanos, entre otros, otorgará mayor confiabilidad a las donaciones.



Gráfica 6

Motivos por los que la población no contribuye en donaciones

-Porcentaje, n=712-



Fuente: Gallup Panamá - Fundación Voluntarios de Panamá

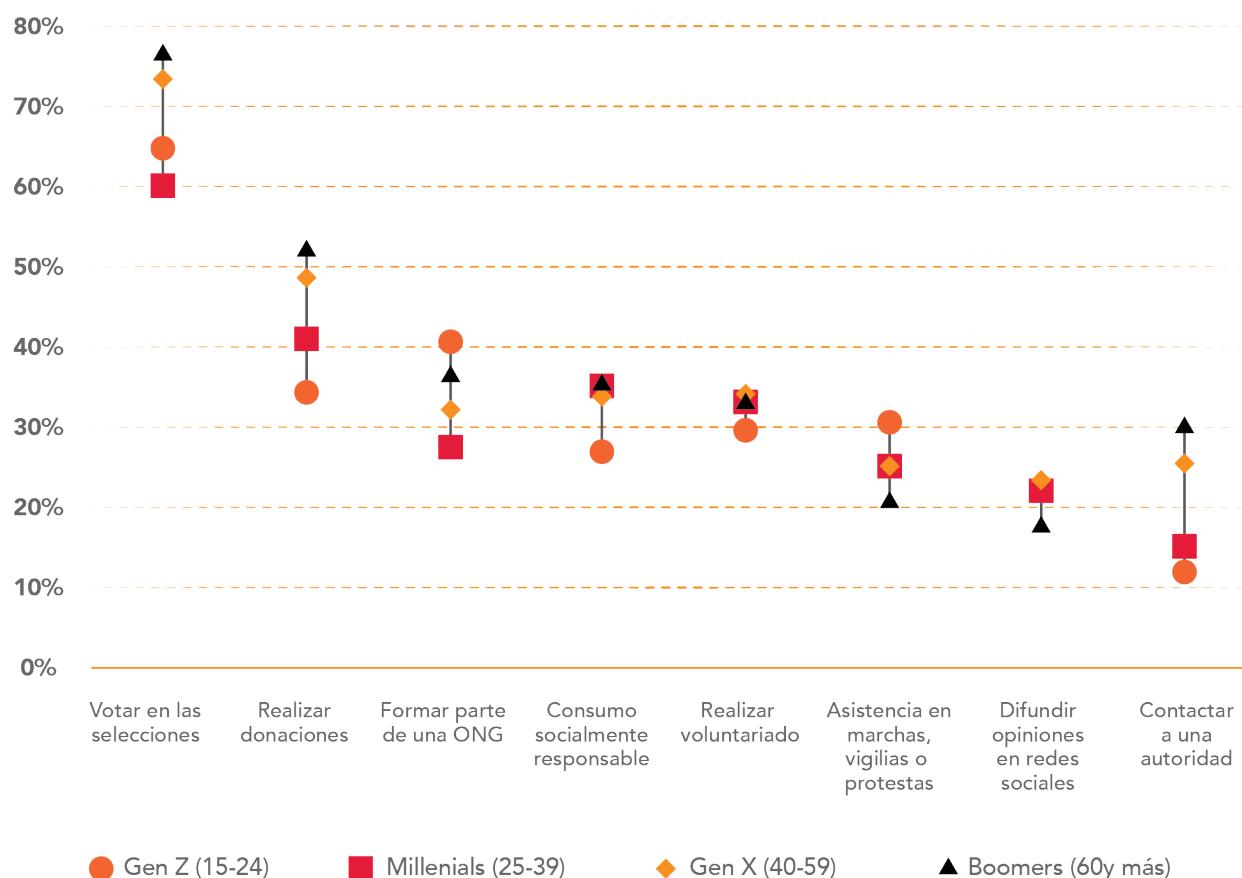
Los jóvenes y los adultos mayores difieren en la forma de demostrar su compromiso cívico: los primeros prefieren pertenecer a una fundación u ONG y asistir a marchas, vigencias y protestas; mientras que los adultos mayores están más motivados por votar, realizar donaciones y contactar a una autoridad. Al desglosar la información de las diferentes formas de participación por grupos de edad (Gráfica 7), se observa que el grupo de 15 a 24 años (Generación Z) presenta los niveles más altos de participación en formar parte de una organización no gubernamental (41.5 %) y en asistir a marchas, vigencias o protestas (30.1 %). Por otro lado, los grupos de 40 a 59 años (Generación X) y mayores de 60 años (*Boomers*) destacan en votación electoral — con tasas superiores al 70 %— y muestran mayores niveles de participación en donaciones y en contacto con autoridades, siendo este último especialmente bajo entre los jóvenes.

Estas diferencias generacionales pueden explicarse, en parte, por el hecho de que los jóvenes suelen buscar formas de participación más visibles, colectivas y vinculadas con causas sociales emergentes¹⁶. Por el contrario, es posible que los adultos mayores tiendan a canalizar su compromiso cívico a través de mecanismos más tradicionales e institucionales, probablemente influenciados por una mayor experiencia en procesos formales de toma de decisiones.

Las actividades como realizar voluntariado y difundir opiniones en redes sociales no muestran diferencias significativas entre generaciones, lo que sugiere que estas formas de participación son más comunes a lo largo del ciclo de vida.

Cabe destacar que, en todos los grupos etarios, la actividad más frecuente de participación ciudadana es el ejercicio del voto, consolidándose como el mecanismo principal de expresión cívica para la mayoría de los panameños.

Gráfica 7
Resumen de las formas de participación por grupo de edad

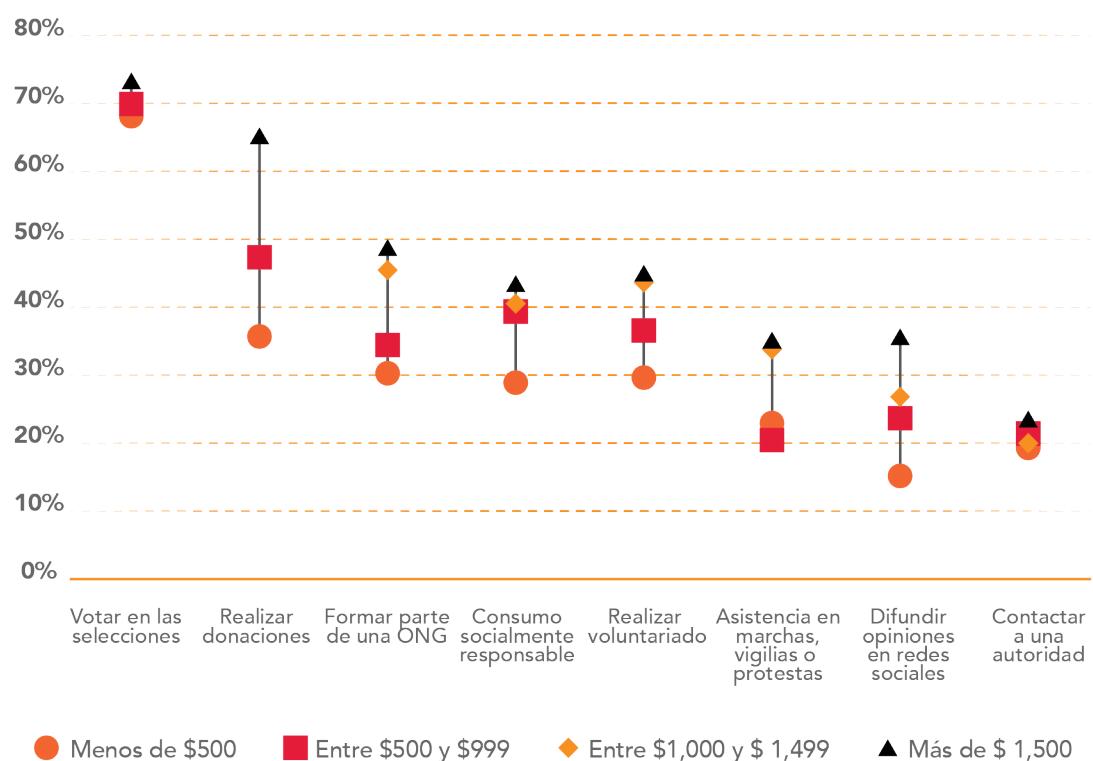


¹⁶Barrett, Martyn, and Dimitra Pachi. Civic and Political Engagement in Young People. The British Psychological Society, 2019.

Los encuestados que pertenecen a hogares de ingreso más elevado tienden a demostrar mayores tasas de participación en diversas dimensiones de la vida cívica. Quienes reportan ingresos mensuales superiores a US\$1,500 presentan los niveles más altos de participación en casi todas las actividades consideradas: realizar donaciones, formar parte de una ONG, consumo socialmente responsable, voluntariado, participación en marchas o protestas y difusión de opiniones en redes sociales. Por ejemplo, más del 50 % de las personas en este grupo declara hacer donaciones, mientras que esa proporción desciende por debajo del 40 % entre quienes viven en hogares con ingresos inferiores a US\$1,000. La única excepción a esta tendencia son dos formas de participación: votar en las elecciones y contactar a una autoridad, puesto que ninguna de ellas sigue un patrón claro según el nivel de ingresos.

Estos resultados sugieren que los recursos económicos pueden facilitar ciertos tipos de participación ciudadana, especialmente aquellos que implican tiempo, dinero o conexión con redes organizadas. Sin embargo, el acto de votar permanece como una forma de participación ampliamente distribuida y transversal, sin importar el nivel socioeconómico.

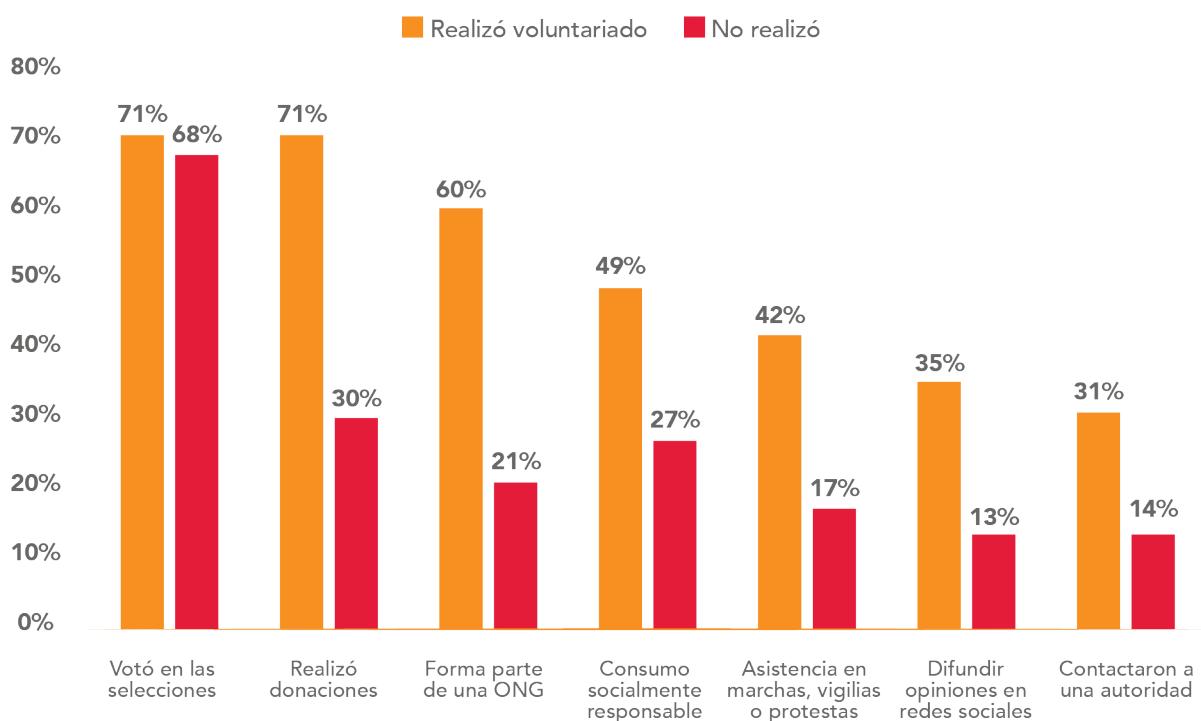
Gráfica 8
Resumen de las formas de participación por ingreso del hogar



Fuente: Elaboración propia con datos de Gallup Panamá - Fundación Voluntarios de Panamá.

El análisis entre voluntarios y no voluntarios muestra que las actitudes prosociales son más prevalentes entre quienes han practicado el voluntariado, revelando que este es un instrumento poderoso para motivar la participación ciudadana en un sentido amplio. Al desglosar la información por quienes son y no son voluntarios, se devela un hallazgo interesante. En todos los casos, las personas que son voluntarios participan en mayor proporción en todas las demás acciones cívicas (Gráfica 9). Las diferencias más marcadas se observan en las áreas de realización de donaciones y membresía en fundaciones u organizaciones no gubernamentales, donde quienes han sido voluntarios reportan una participación sustancialmente mayor. Por ejemplo, mientras que el 44% de la población panameña donó dinero o en especie en el último año, entre las personas que son voluntarias, este porcentaje aumenta al 71%. Esto también es un aumento respecto de 2017 cuando el 56% de los voluntarios donaron dinero. Esto sugiere que el voluntariado no solo es una forma de acción directa, sino también una puerta de entrada a otras formas de compromiso cívico.

Gráfica 9
Resumen de las formas de participación
entre quienes realizaron y no realizaron voluntariado



Fuente: Elaboración propia con datos de Gallup Panamá - Fundación Voluntarios de Panamá.

Recuadro 1. ¿Donan más las personas que han realizado voluntariado?

Con el propósito de analizar la relación entre el voluntariado y la probabilidad de realizar donaciones en dinero o en especie con fines caritativos, se estimaron tres modelos de regresión logística utilizando los datos de la encuesta de Gallup Panamá. En los tres modelos, la variable a explicar o dependiente es un indicador binario que toma el valor de uno si la persona ha realizado una donación (en dinero o en especie), y cero en caso contrario. La variable de interés principal es también una dummy que identifica a quienes han participado en actividades de voluntariado. Los modelos incorporan distintas combinaciones de variables sociodemográficas para verificar la relación entre voluntariado y realizar donaciones.

En los tres modelos, el efecto del voluntariado es fuerte, positivo y altamente significativo ($p < 0.001$), como se observa en la Tabla 1. Interpretando el coeficiente en términos de odds ratio (ver Tabla 2), esto implica que las personas que han hecho voluntariado tienen aproximadamente 5 veces más probabilidades de donar que aquellas que no lo han hecho, manteniendo constantes las demás variables del modelo. En otras palabras, esta magnitud representa el efecto más relevante en todas las especificaciones, y es consistente incluso al controlar por sexo, edad, ingreso, nivel educativo y provincia de residencia.

Tabla 1. Modelo logit de la relación entre la probabilidad de realizar donaciones y la de ser voluntario controlando por características demográficas.

	(1)	(2)	(3)
Dummy: Voluntario	1.600*** (0.147)	1.604*** (0.147)	1.629*** (1.146)
Dummy: Hombre	0.073 (0.140)		
Edad	0.178+*** (0.041)	0.177*** (0.041)	0.189*** (0.041)
Dummy: Vive en la provincia de Panamá	0.304** (0.143)	0.300** (0.142)	
Ingreso del hogar (ordinal)	0.272*** (0.069)	0.277*** (0.068)	0.307*** (0.067)
Nivel educativo (ordinal)	0.579*** (0.119)	0.569*** (0.117)	0.581*** (0.116)
Constante	-3.389*** (0.398)	-3.263*** (0.314)	-3.257*** (0.313)
Observaciones	1.087	1.087	1.087
Pseudo R ²	0.1704	0.1702	0.1672

Errores estándares están entre paréntesis.

* $p < 0.10$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$



Además del voluntariado, otras variables muestran efectos significativos. La edad, medida a través de grupos etarios, también se asocia positivamente con la probabilidad de donar: las personas en grupos de mayor edad tienen más probabilidades de donar que las más jóvenes, en comparación con el grupo de referencia. El ingreso familiar, el nivel educativo y vivir en la Provincia de Panamá también presentan asociaciones positivas y estadísticamente significativas. En cambio, el sexo no muestra un efecto estadísticamente significativo, lo que sugiere que, controlando por las demás variables, hombres y mujeres donan en proporciones similares.

En conjunto, los hallazgos del modelo econométrico refuerzan la idea de que el voluntariado no solo es una forma de participación ciudadana, sino también un impulsor de otras actitudes prosociales, como las donaciones.

Tabla 2. Odds Ratio y Efecto Marginal del Modelo logit de la relación entre la probabilidad de realizar donaciones y la de ser voluntario controlando por características demográficas.

Variable	Odds Ratio ($\exp(\beta)$)	Efecto Marginal (dy/dx)
Dummy: Voluntario	4.95 (0.022)	0.311***
Dummy: Hombre	1.07 (0.027)	0.014
Edad	1.20 (0.008)	0.035***
Dummy: Vive en la provincia de Panamá	1.35 (0.028)	0.059**
Ingreso del hogar (ordinal)	1.31 (0.013)	0.053***
Nivel educativo (ordinal)	1.79 (0.022)	-0.112***

Errores estándares están entre paréntesis.

* $p < 0.10$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$





Parte II. Enfoque en la participación a través del voluntariado

En la segunda parte del presente informe se presentan los resultados del módulo del Manual para la Medición del Voluntariado de la OIT para determinar la tasa de participación voluntaria en el país. También se exploran las percepciones de la población respecto del voluntariado, así como las barreras para su puesta en práctica.

El voluntariado es definido por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) como actividades no remuneradas y no obligatorias en las que los individuos producen bienes o prestan servicios para otras personas ajenas a su hogar o familia¹⁷. Es una de las múltiples formas que los ciudadanos pueden participar en acciones por el bien común. Según Voluntarios de las Naciones Unidas, aproximadamente 862 millones de personas mayores de 15 años practica el voluntariado mensualmente, lo que representa el 15% de la población mundial¹⁸. Fundación Voluntarios de Panamá, como parte de su misión de promover el voluntariado en el país, ha aplicado dos encuestas nacionales para medir la tasa de participación voluntaria y, al mismo tiempo, identificar las oportunidades y barreras asociadas a la práctica del voluntariado. Las dos encuestas fueron realizadas en 2012 y 2017 replicando la metodología de medición del voluntariado establecida en el Manual sobre la Medición del Trabajo Voluntario de la OIT. Las encuestas dieron como resultado que al 2012, el 20% de la población mayor de 15 años practicaba el voluntariado, mientras que en el 2017 era de 21%. De acuerdo con comparaciones regionales realizadas por el Centro Latinoamericano de Voluntariado (CELAV) al 2017, estas tasas se encontraban dentro del rango de participación voluntaria en América Latina. En América Latina, las tasas de participación de voluntariado oscilan entre 12-22% en los países que se han hecho Encuestas Nacionales de Voluntariado¹⁹. Las mismas se hicieron sobre todo para el año 2001 Año Internacional de los Voluntarios (AIV) y más recientemente para el AIV+10 en el año 2011 y años posteriores²⁰.

La tercera Encuesta Nacional de Voluntariado demuestra que el 34% de los panameños mayores de 15 años realizó voluntariado, al menos una vez, en el último año. El 34% de las personas mayores de 15 años declara haber realizado al menos una acción de voluntariado en el último año.

La tasa de participación voluntaria creció 14 puntos porcentuales en la última década. Al comparar esta información con las encuestas anteriores de voluntariado, aplicadas en 2012 y 2017, se confirma que la tasa de participación voluntaria ha crecido de forma consistente en la última década. En 2012 la tasa de participación voluntaria fue de 20% mientras que en 2017 fue de 21%. Por lo

¹⁷ Organización Internacional del Trabajo (OIT). Manual sobre la medición del trabajo voluntario. 2011.

¹⁸ Voluntarios de las Naciones Unidas. Reporte sobre la situación del voluntariado en el mundo 2022: Construir sociedades igualitarias e inclusivas. 2022.

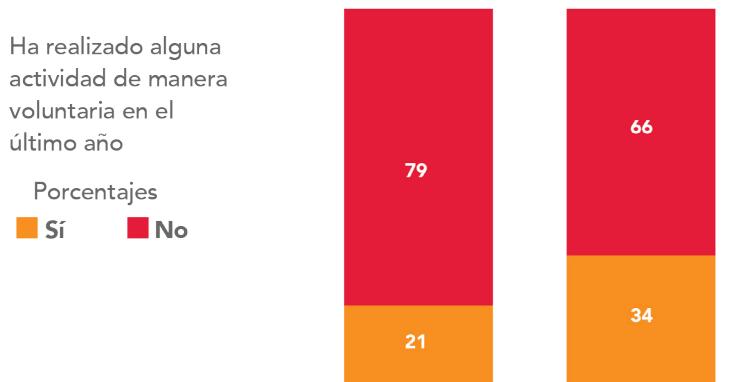
¹⁹ Acevedo, Dacil. Análisis y comentarios: Encuesta Nacional de Voluntariado. 2017.

²⁰ No existe una medición regional de participación voluntaria; y sólo se cuenta con las diferentes encuestas que se han hecho en los diferentes países, con la limitante que las preguntas, muestras, etc. no han sido consistentes; lo cual dificulta la comparabilidad



tanto, se registra un aumento de catorce puntos porcentuales en la proporción de panameños que son voluntarios al 2023 respecto de 2012.

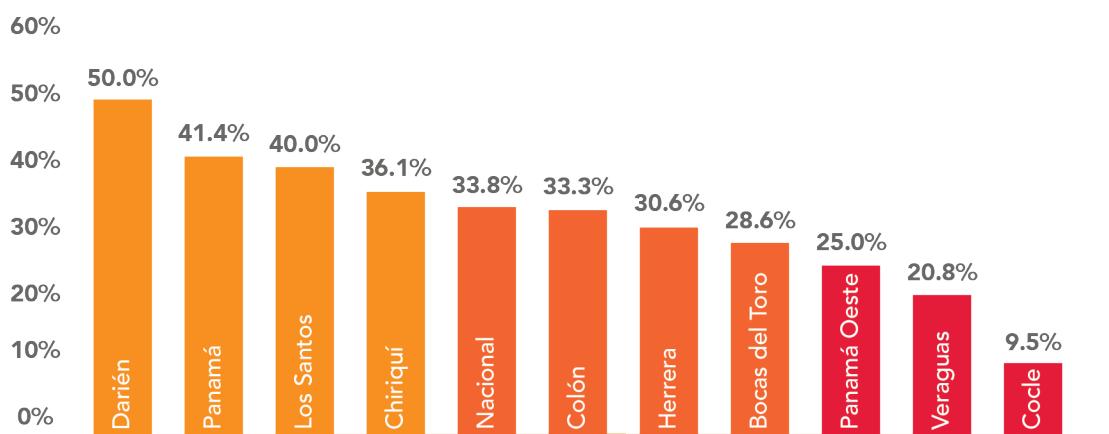
Gráfica 10
Evolución de la tasa de participación voluntaria en Panamá, 2017 al 2023



Fuente: Gallup Panamá - Fundación Voluntarios de Panamá

Las provincias con mayor participación voluntaria son Darién, Panamá, Chiriquí, Panamá Oeste, Colón y Veraguas. Se midió la tasa de participación voluntaria en todas las provincias, con la excepción de las comarcas indígenas. Como muestra la Gráfica 11, las provincias con las mayores tasas de participación, de mayor a menor, son Darién (50%), Panamá (41.4%), Los Santos (40.0%), Chiriquí (36.1%), Nacional (33.8%), Colón (33.3%), Herrera (30.6%), Bocas del Toro (28.6%), Panamá Oeste (25.0%), Veraguas (20.8%) y Coclé (9.5%).

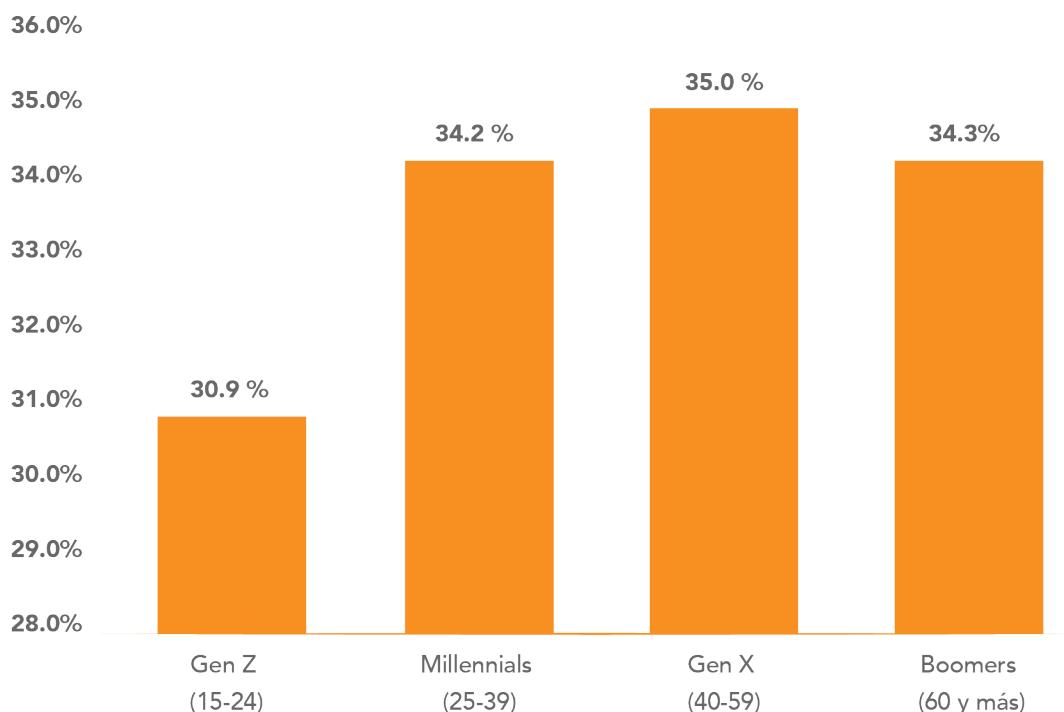
Gráfica 11
Participación en actividades de voluntariado por provincia



Fuente: Elaboración propia con datos de Gallup Panamá - Fundación Voluntarios de Panamá.

Las tasas de participación voluntaria no varían mucho por grupo de edad, pero los jóvenes dedican más horas al voluntariado. La tasa de participación voluntaria no varía mucho entre los diferentes grupos de edad. Sin embargo, existe una mayor proporción de voluntarios entre los grupos de edad mayores a 25 años. Mientras que entre los jóvenes de 15 a 24 años el 31% es voluntario, entre la población de 25 a 39 años es 34.2%, entre la población de 40 a 59 años es 35% y entre los mayores de 60 años es 34.3% (Gráfica 12).

Gráfica 12
Participación en actividades de voluntariado por rangos de edad

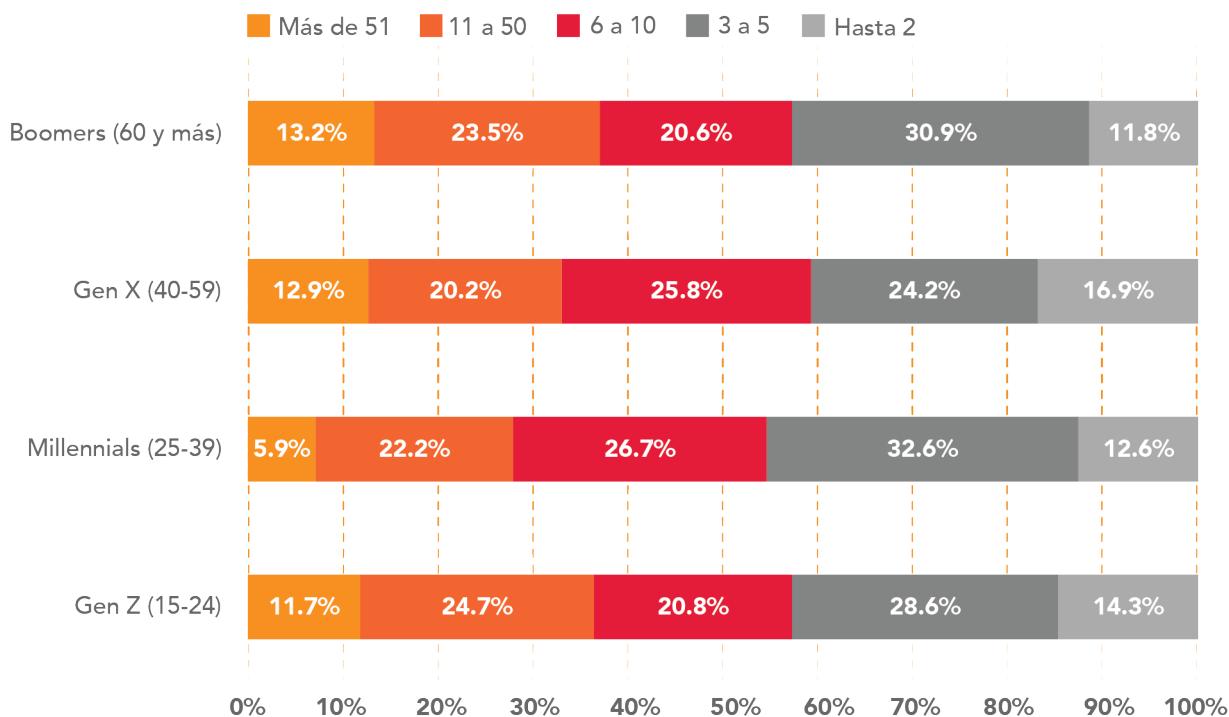


Fuente: Elaboración propia con datos de Gallup Panamá - Fundación Voluntarios de Panamá.

Los voluntarios dedican en promedio 36 horas al trabajo voluntario en el transcurso de un año, y entre ellos, los jóvenes dedican la mayor cantidad de horas. La población de 15 a 24 años es el grupo etario que mayor cantidad de horas dedica al voluntariado en promedio. Mientras que el 38% de los jóvenes voluntarios dedican más de 15 horas anualmente al voluntariado, sólo el 27% de los voluntarios mayores de 25 años dedican más de 15 horas.

Grafica 13

Horas dedicadas al año a actividades de voluntariado por rangos de edad



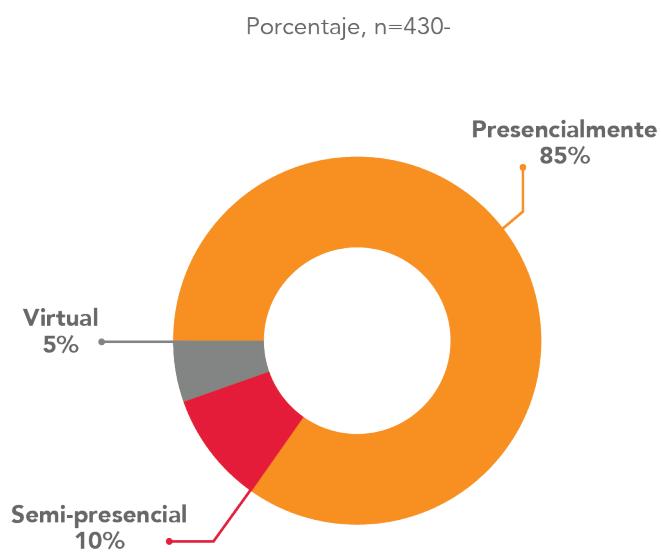
Fuente: Elaboración propia con datos de Gallup Panamá - Fundación Voluntarios de Panamá.

A mayor educación, mayor participación voluntaria en Panamá. La encuesta revela que el 45% de quienes han realizado alguna actividad de voluntariado tienen estudios universitarios, mientras que entre quienes tienen educación secundaria y primaria, la proporción es de 29% y 24%, respectivamente.

Aunque la gran mayoría del voluntariado en Panamá es presencial, el voluntariado virtual está en crecimiento. Como muestra la Gráfica 14, el 85% de quienes practican el voluntariado lo hacen de manera presencial. Este tipo de voluntariado requiere la presencia física de la persona en el lugar donde se desarrolla la actividad. Las tareas pueden incluir construcción de viviendas o parques, limpieza de senderos, entrega de alimentos, actividades recreativas, apoyo logístico, entre otros. Sin embargo, el 10% se ha involucrado de manera semipresencial que combina actividades presenciales y virtuales, con una parte del trabajo realizándose en persona y otra parte con herramientas digitales. Esto ofrece más flexibilidad para quienes no pueden asistir de manera continua, pero desean mantenerse involucrados. Finalmente, el 5% del voluntariado se realiza de forma virtual, un crecimiento de 2 puntos porcentuales de la modalidad virtual

desde 2017. El voluntariado virtual se realiza de forma remota a través de internet, sin necesidad de desplazarse físicamente. Las tareas suelen estar relacionadas con comunicación, diseño, mentorías, traducción, tutorías, entre otras.

Gráfica 14
Medio por el cual la población voluntaria practica el voluntariado



La niñez y la juventud son el principal tema que moviliza a los voluntarios. Los voluntarios panameños brindan su apoyo, en una mayor proporción, a las causas relacionadas con la niñez y la juventud (24%), la educación (13%), el medio ambiente y el cambio climático (11%), derechos humanos (7%), la salud (6%) y bienestar animal (6%), entre otras. Sin embargo, existen una multiplicidad de áreas o causas de interés público que movilizan voluntarios, aunque en menor proporción, como el apoyo al arte y la cultura, el hambre o inseguridad alimentaria, los adultos mayores, la inclusión de personas con discapacidad, la pobreza, la violencia doméstica o intrafamiliar, las adicciones, los temas de vivienda o personas sin hogar y la salud.

Entre la población de 15 a 24 años, las causas a las que más dedican su acción voluntaria son la educación (17%) y el medio ambiente, la conservación y el cambio climático (15%). Entre los voluntarios de 25 a 39 años, las temáticas movilizadoras son la niñez

y la juventud (27%) y medio ambiente (15%), mientras que para los voluntarios mayores de 40 años los principales temas a favor de los cuales se movilizan son la niñez y la juventud (22%), seguido por la educación (13%) y derechos humanos (9%).

Grafica 15
Área o causa a beneficio del cual los encuestados reportaron que participaron en actividades de voluntariado



Fuente: Gallup Panamá - Fundación Voluntarios de Panamá.

Las personas se involucran en el voluntariado principalmente porque fueron invitados a participar, y en menor medida por las redes sociales o los medios de comunicación. En Panamá, la mayoría de quienes son voluntarios se involucran porque una organización, grupo o alguien les pidió que participaran. Hacer algo en compañía de familiares y amigos es la razón más común para involucrarse, lo que subraya la importancia de la cercanía y las relaciones interpersonales en la efectiva movilización del voluntariado. Mientras que el 38%, 29% y 23% de los voluntarios se involucraron porque fueron invitados por un organización o grupo, alguien les pidió que fueran voluntarios, o un integrante de la familia participaba en la actividad, respectivamente, sólo el 23% buscó la actividad solo y el 13% y 6%, respectivamente, vio una oportunidad de voluntariado en redes sociales o anuncio en medios tradicionales.

El interés por el voluntariado es mayor entre quienes ya han participado previamente, con un 57% mostrando disposición a donar su tiempo nuevamente, comparado con un 36% que no ha tenido esa experiencia. Esta tendencia sugiere que la exposición al voluntariado tiene un impacto favorable que motiva a una mayor participación, generando un efecto de auto reforzamiento. Esto indica que, en la medida en que las organizaciones que movilizan voluntarios realicen una gestión adecuada del voluntariado para asegurarles a los participantes una experiencia motivadora y organizada, se favorece la retención y permanencia de los voluntarios.

El altruismo sigue siendo la principal motivación para los panameños por movilizarse como voluntarios. El 53% de las personas que practican el voluntariado se sienten motivadas por el deseo de “ser solidarios”, un crecimiento de 12 puntos porcentuales en comparación con el 2017. Otras motivaciones para ser voluntario, aunque en menor medida son, el deseo de “hacer una diferencia en el mundo” (29%), la fe (20%), la responsabilidad con la comunidad (13%). Los voluntarios también reconocen que el voluntariado es un instrumento para lograr objetivos personales o profesionales, y se motivan para “ocupar el tiempo libre” (12%), o desarrollar nuevas habilidades (11%) y hacer amigos (8%).

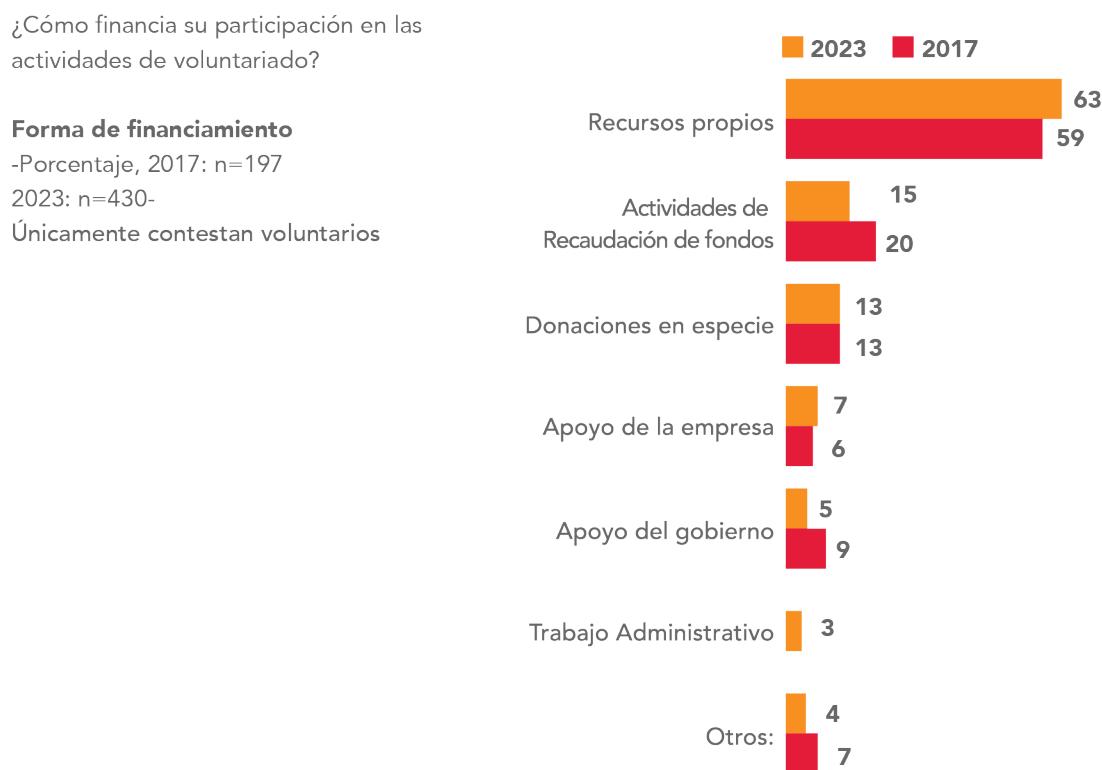
Grafica 16
Motivación principal para ser voluntario



Fuente: Gallup Panamá - Fundación Voluntarios de Panamá.

Aunque los voluntarios están motivados a participar, aún reciben poco apoyo y formación. El 49% de los voluntarios declaran estar totalmente motivados y muy motivados para continuar siendo voluntarios. Sin embargo, reciben poco apoyo. Como muestra la Gráfica 17, tres de cada cinco voluntarios (63%) financian su participación en las actividades de voluntariado con sus propios recursos. En menor porcentaje, los voluntarios indican financiar su participación con actividades de recaudación de fondos (15%) y donaciones en especie (13%). Esto es un llamado de atención para la profesionalización del sector voluntario ya que no es sostenible que los voluntarios financien sus actividades. Esto amerita un plan de acción para revertir ésta tendencia que se puede constituir como una barrera al voluntariado.

Gráfica 17
Financiamiento y apoyo a la participación voluntaria



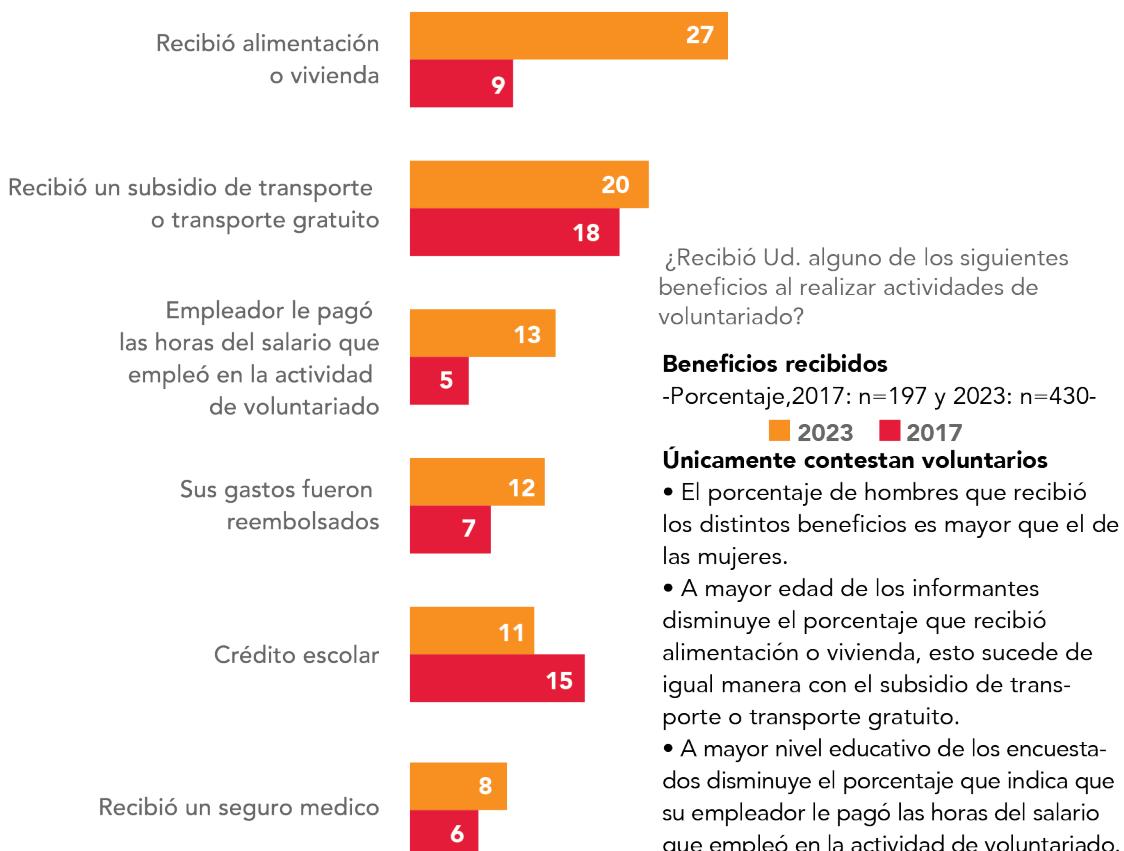
Fuente: Gallup Panamá - Fundación Voluntarios de Panamá

Menos de un tercio (27%) de los voluntarios declara haber recibido alimentación o vivienda como un beneficio al realizar actividades de ayuda social, y sólo el 20% recibió un subsidio de transporte o transporte gratuito. Entretanto, el 12% declara haber recibido un reembolso por sus gastos y un 8% un seguro médico. Aunque los niveles aún son bajos, el apoyo a los voluntarios ha aumentado de forma notable desde 2017 lo que indica una mejora en los procesos de gestión y apoyo a la labor



voluntaria por parte de las organizaciones que movilizan voluntarios. Por ejemplo, entre 2017 y 2023 aumentó de 9% a 27% la proporción de voluntarios que recibieron alimentación o vivienda. En ese mismo período, aumentó la proporción de voluntarios que declaran recibir transporte (Gráfica 18).

Gráfica 18
Beneficios que reciben los voluntarios



Fuente: Gallup Panamá - Fundación Voluntarios de Panamá

En cuanto al proceso de formación, el porcentaje de voluntarios que la recibe ha disminuido con respecto a 2017. Actualmente, el 34% de los voluntarios declara haber sido capacitado versus el 41% en 2017. De quienes han recibido capacitación, el 49% recibió formación sobre cómo ser voluntario; el 33% acerca de la organización; el 19% en gestión o administración del voluntariado (Gráfica 19). Este descenso también es un llamado de atención a las organizaciones que reclutan voluntarios, ya que la capacitación es un elemento fundamental para que los voluntarios puedan cumplir adecuadamente con las políticas y normas de la organización, y se aproveche al máximo su tiempo y talento a favor de avanzar la misión de la organización. La falta de capacitación aumenta el riesgo de deserción por parte de los voluntarios.



Gráfica 19
Capacitación a voluntarios



Fuente: Gallup Panamá - Fundación Voluntarios de Panamá

Si bien la tasa de participación voluntaria en el país ha aumentado en la última década, aún la gran mayoría de los panameños no participa en esta actividad. El análisis de los datos de la encuesta demuestra que existe una oportunidad para mejorar el nivel de involucramiento de los ciudadanos como voluntarios a favor de las diferentes causas y organizaciones sociales, cívicas y ambientales en el país. Si bien el 85% de la población mayor de 15 años manifiesta estar interesado en ser voluntario, el 66% de los panameños no han practicado el voluntariado. El interés por el voluntariado es mayor entre quienes han participado como voluntarios previamente, con un 57% mostrando disposición a donar su tiempo nuevamente, comparado con un 36% que no ha tenido la experiencia previa. Por lo tanto, existe una oportunidad para cerrar la brecha entre la intención y la acción.

Las principales razones por las cuales la población no participa como voluntario son la falta de tiempo y accesibilidad al transporte. Entre quienes no realizan voluntariado, es importante saber qué factores impiden que se involucren a fin de generar recomendaciones para superarlos. Las razones principales son: la falta de tiempo o transporte (44%), seguido por un 32% que indica que

nadie le ha pedido que sea voluntario (Gráfica 20). Otros motivos para abstenerse de ejercer el voluntariado son problemas de salud, desconocimiento sobre cómo empezar, o una percepción de poca agencia y efectividad frente a los problemas comunitarios. Aunque la falta de tiempo y recursos son barreras comunes, existe una disposición notable para participar si se eliminan estos obstáculos. Un dato esperanzador que el 60% de la población manifestó que, de removerse estas barreras, sería muy o algo probable que participaran. Las organizaciones que movilizan voluntarios podrían reducir estas barreras brindando incentivos, fomentando campañas de difusión, facilitando el acceso al voluntariado presencial con facilidades de transporte, alimentación o reembolso de gastos, o generando mayores oportunidades de voluntariado híbridas o virtuales que ofrecen mayor flexibilidad.

Gráfica 20
Motivos para no ejercer el voluntariado



Fuente: Gallup Panamá - Fundación Voluntarios de Panamá

El principal factor que motivaría a quienes no son voluntarios es participar como parte de una actividad familiar, entre amigos o colegas. Al consultar sobre qué motivaría a quienes no son voluntarios, la razón principal es pasar tiempo en familia (Gráfica 21). El 70% de los panameños indican que si pudieran hacer voluntariado con su familia estarían algo o mucho más dispuestos a participar en voluntariados, lo que refuerza la importancia de los vínculos personales en la participación. La invitación de un familiar, colega, compañero o amigo motivaría al 71% de los informantes a participar en actividades de voluntariado. Las personas menores

a 24 años son las que en mayor porcentaje mencionan que ser invitados los motivaría a asistir. El 64% de los panameños manifiesta que si conocieran los beneficios del voluntariado para su salud física y mental estarían más dispuestos a participar. Este hallazgo también genera la oportunidad de realizar una mayor promoción de los beneficios del voluntariado para la salud física y mental, más allá de su valor en apoyo a la comunidad. Más de la mitad de los informantes indican que recibir un reconocimiento no aumentaría la probabilidad de que ellos participen en un voluntariado, lo cual reafirma que la principal motivación de los panameños de participar es el sentido altruista. De los resultados se desprenden recomendaciones prácticas para aumentar el interés de los panameños por el voluntariado como el envío de recordatorios mensuales sobre actividades de voluntariado o la provisión de reconocimientos por los aportes realizados.

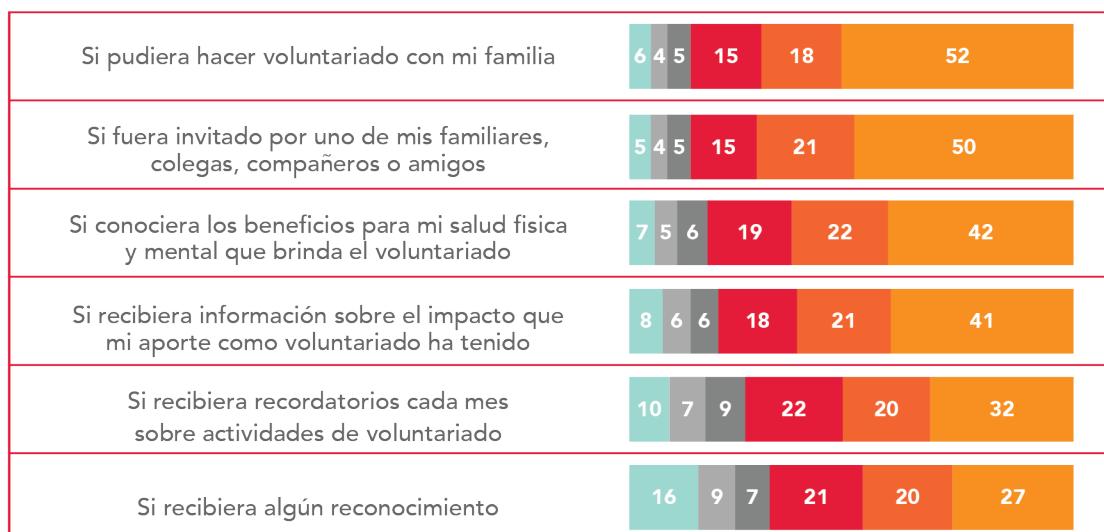
Gráfica 21 **Factores que aumentarían el interés en el voluntariado**

Indique cuál de estos factores aumentaría su probabilidad de involucrarse en voluntariado

Aumento de interés en voluntariado según distintos factores

-Porcentaje, n=1274

■ 0 No aumentaría la probabilidad ■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 Aumentaría mucho la probabilidad



El voluntariado es percibido como una forma positiva de contribuir al país. Cuatro de cada cinco encuestados está totalmente de acuerdo o muy de acuerdo con que es una vía útil para el desarrollo nacional (80%), que fomenta habilidades para la vida (80%) y que previene conductas de riesgo en jóvenes (79%). Además, tres de cada cuatro panameños (75%) consideran que su práctica impulsa el progreso del país (Gráfica 22). Estos resultados muestran que la ciudadanía reconoce ampliamente los beneficios del voluntariado, tanto a nivel individual como colectivo , un promedio que ha crecido con respecto de 2017.

Gráfica 22

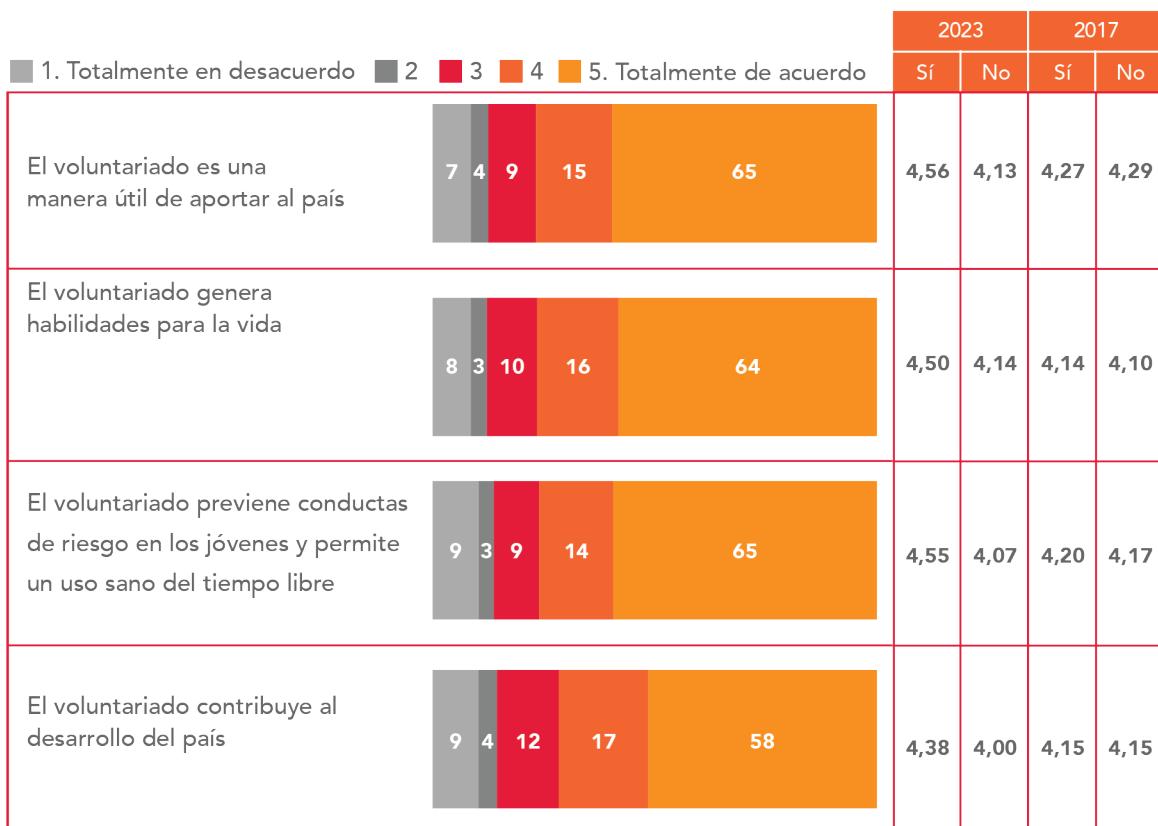
Afirmaciones positivas sobre el voluntariado

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las siguientes afirmaciones?

Nivel de acuerdo con afirmaciones sobre el voluntariado

-Porcentaje, n=1274

Promedio según año y
participación en voluntariado



Existe un amplio consenso sobre el potencial transformador del voluntariado como herramienta de cambio social. La mayoría está totalmente o muy de acuerdo en que contribuye a una sociedad más equitativa y solidaria (74%), ayuda a combatir la pobreza (68%) y empodera a comunidades y personas (67%). Esta percepción ha crecido con respecto a 2017, y es aún más fuerte entre quienes han sido voluntarios, lo que confirma que la experiencia fortalece su valoración. Sin embargo, solo el 45% está totalmente de acuerdo o muy de acuerdo que los empleadores toman en cuenta esta trayectoria al momento de contratar, lo que revela una desconexión entre su reconocimiento social y su relevancia en el ámbito laboral. Este hallazgo plantea una oportunidad para fortalecer alianzas con el sector privado e impulsar su reconocimiento como vía de formación para el empleo.

Gráfica 23

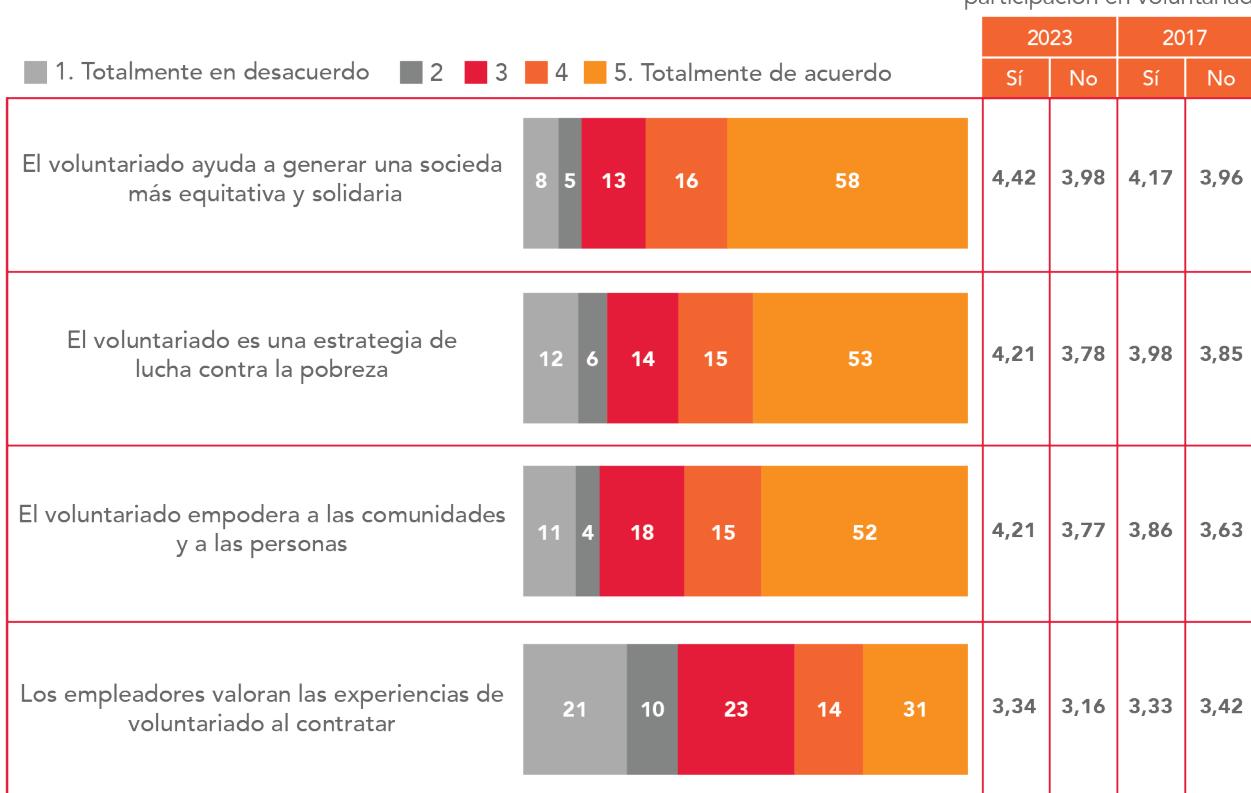
Factores que aumentarían la probabilidad de hacer voluntariado

Indique ¿ Cuál de estos factores aumentaría su probabilidad de involucrarse en voluntariado?

Nivel de acuerdo con afirmaciones sobre el voluntariado

-Porcentaje, n=1274

Promedio según año y participación en voluntariado

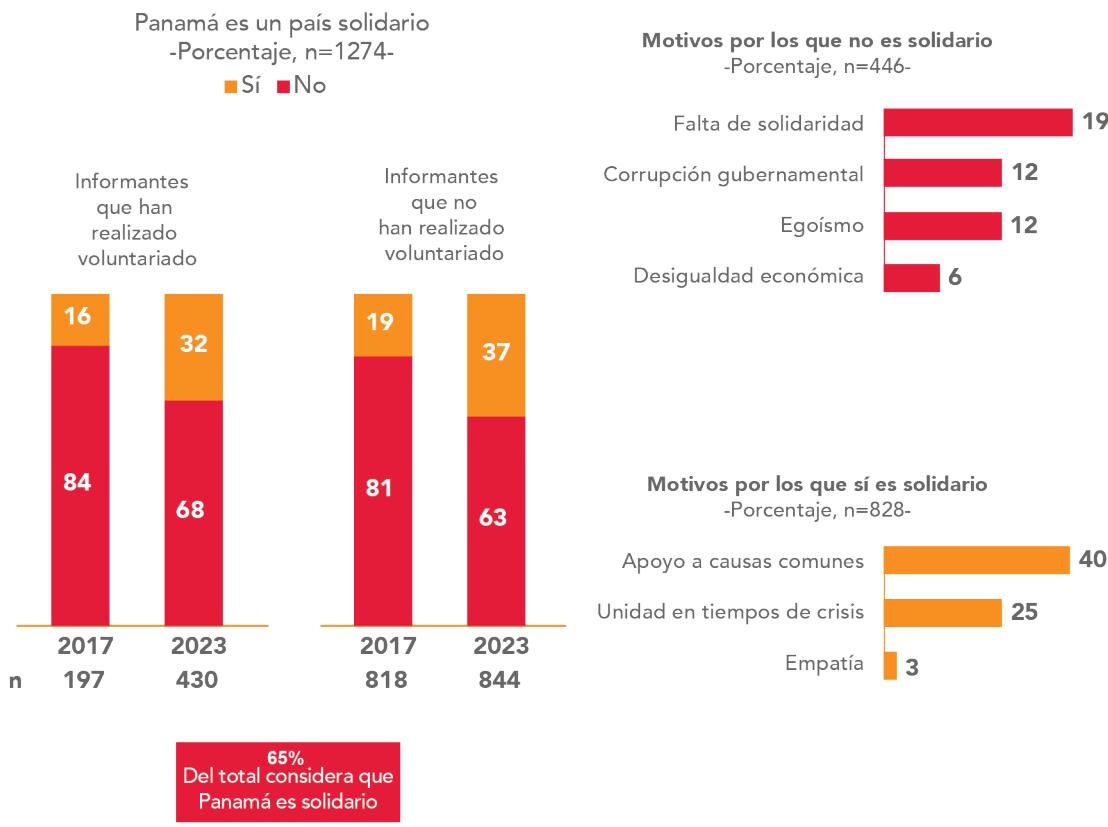


El 65% de los panameños considera que Panamá es un país solidario, una percepción más fuerte entre quienes han realizado voluntariado (68%) frente a quienes no lo han hecho (63%). Esta visión se sustenta principalmente en el apoyo a causas comunes (40%) y la unidad en tiempos de crisis (25%), lo que indica que la solidaridad se activa especialmente ante situaciones que afectan a la colectividad. No obstante, esta percepción ha disminuido en comparación con 2017, particularmente entre personas con experiencia voluntaria (de 84% a 68%), lo que podría reflejar una creciente desilusión con el entorno social e institucional. Entre quienes no consideran a Panamá un país solidario, las razones más mencionadas son la falta de empatía (19%), la corrupción gubernamental (12%) y el egoísmo (12%), evidenciando desafíos estructurales que debilitan la confianza y el sentido de comunidad.

Gráfica 24

Percepción de solidaridad del país

¿ Cree que Panamá es un país solidario?
¿ Por qué?

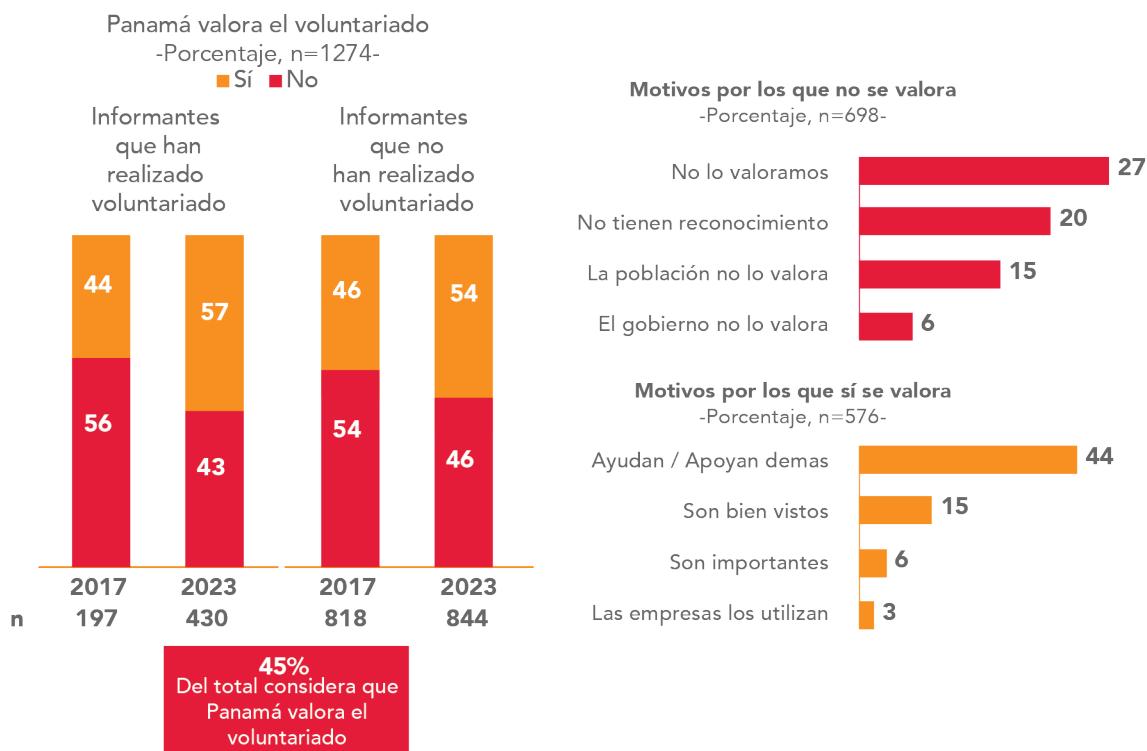


Fuente: Gallup Panamá - Fundación Voluntarios de Panamá

El 45% de los panameños considera que el voluntariado es valorado en el país, especialmente por su impacto social. Entre quienes sostienen esta visión, el 44% destaca que los voluntarios ayudan o apoyan a los demás, mientras que un 15% señala que son bien vistos socialmente. Esta percepción se mantiene tanto entre quienes han sido voluntarios como entre quienes no, lo que refleja un reconocimiento generalizado. Sin embargo, la percepción de valoración social ha disminuido en los últimos años, particularmente entre quienes han participado activamente (de 56% en 2017 a 43% en 2023). Entre quienes creen que no se valora lo suficiente, las razones más mencionadas son: “no lo valoramos como sociedad” (27%), falta de reconocimiento (20%) y desinterés general (15%). Estos hallazgos evidencian una brecha entre el aporte que se percibe a nivel individual del voluntariado y el nivel de reconocimiento social que recibe, lo que plantea oportunidades para fortalecer el ecosistema mediante políticas públicas, incentivos y mayor visibilidad.

Gráfica 25 Valoración del voluntariado en Panamá

¿Le parece que el voluntariado es valorado en Panamá?



Fuente: Gallup Panamá - Fundación Voluntarios de Panamá



IV. Hacia un Índice de Compromiso Cívico

El concepto de Índice de Compromiso Cívico (o *Civic Health Index* en inglés) se refiere a una medida sistemática sobre el grado en que los ciudadanos participan activamente en sus comunidades²¹. Como se analizó a lo largo de este documento, el compromiso cívico se ejerce de diferentes formas como el voto, mantenerse informado sobre los acontecimientos actuales y conversar con familiares y amigos sobre temas políticos, participar como voluntario, y colaborar con vecinos para resolver problemas comunitarios. Estas actividades reflejan diferentes aspectos de cómo los ciudadanos se conectan con su entorno y contribuyen al bienestar colectivo.

En Estados Unidos, la National Conference on Citizenship (NCoC), fundada en 1946 y con carta federal desde 1953, desarrolló la primera edición de su *Civic Health Index (Índice de Salud Cívica)* en 2006. ²² Este índice fue creado como un esfuerzo colaborativo que involucró a la *Center for Information and Research on Civic Learning and Engagement (CIRCLE)*, el *Saguaro Seminar: Civic Engagement in America*, y más de 250 instituciones cívicas. El objetivo principal era “promover la deliberación pública acerca de nuestra condición cívica y cómo medirla para impulsar su mejora”²³. Desde entonces, la NCoC publica reportes nacionales de manera anual o bienal y, a partir de 2008, colabora con aliados estatales para elaborar versiones locales del índice o versiones para grupos sociales específicos.

El primer Civic Health Index de 2006 se basó en 40 indicadores de salud cívica organizados en 9 categorías principales, cada una con igual ponderación:

1. Conexión con grupos cívicos y religiosos
2. Confianza en otras personas
3. Conexión con otros a través de familia y amigos
4. Donaciones y voluntariado
5. Mantenerse informado
6. Comprensión de civismo y política

²¹ National Conference on Citizenship. 2011 Indiana Civic Health Index. 2015.

²² National Conference on Citizenship. America's Civic Health Index: Broken Engagement. 2006.

²³ Ibid.



7. Participación en política
8. Confianza y sentimiento de conexión con las principales instituciones
9. Expresión de opiniones políticas

La metodología del índice original combinaba varias fuentes de datos como, por ejemplo, encuestas nacionales como American Community Survey y Current Population Survey, censos y estudios locales específicos y estudios de opinión pública. Sobre estos datos, se seleccionan los indicadores correspondientes a las nueve dimensiones señaladas. Para cada año, el valor de una variable se calcula como el cambio en puntos porcentuales respecto a su año base (el primer año en que fue medida)²⁴. Esto permite incorporar nuevas variables a lo largo del tiempo. Cuando faltan datos en ciertos años, se interpolan linealmente entre los puntos disponibles. Luego, se agregan a través de un promedio para obtener subíndices y, sobre la base de estos, se construye el índice global. Este índice agregado es útil para realizar comparaciones entre regiones, períodos y grupos demográficos.

En las versiones locales o estatales más recientes, en lugar de construir un índice agregado, los informes se enfocan en reorganizar las variables en categorías específicas y analizar su desempeño en relación con el promedio nacional. Por lo general, no todos los índices utilizan las mismas nueve categorías²⁵. Por otro lado, en las ediciones centradas en grupos demográficos, se elaboraron índices específicos utilizando escalas compuestas validadas mediante análisis factorial²⁶. Destaca especialmente el índice enfocado en los “millennials”, en el cual las variables se agruparon en cuatro grandes dimensiones (cohesión social, liderazgo cívico y voz y discusión y expresión sobre temas políticos comunitarios).

El compromiso cívico, medido a través de índices como los descritos, tiene vínculos bien establecidos con el empleo y el capital social, lo que resalta la importancia de su medición. Una revisión de la literatura realizada por el NCoC identificó tres hallazgos principales en ese sentido²⁷. En primer lugar, el compromiso cívico puede desarrollar habilidades, confianza y hábitos que aumentan la empleabilidad de los individuos, además de señalar cualidades deseables a posibles empleadores²⁸. En segundo lugar, la participación en la sociedad

²⁴ En otros índices similares, se realiza una normalización de las variables antes de agregarlas a través de una metodología de Min-Max o Z-scoring, lo cual permite estandarizar los datos en un rango de 0 a 100 o en torno a una media de cero y una desviación estándar de uno, respectivamente.

²⁵ Se destacan, por ejemplo, el informe de 2020 de New Hampshire, que incluye tres categorías: conciencia y participación cívica, vinculación comunitaria y voluntariado; y el de 2024 de Carolina del Norte, que organiza el índice en tres secciones: conexión social, participación comunitaria y acción y participación política.

²⁶ National Conference on Citizenship. Millennials Civic Health Index. 2013.

²⁷ National Conference on Citizenship. Civic Health and the Economy: Making the Connection. 2013.

²⁸ Véanse, por ejemplo, el informe Volunteering as a Pathway to Employment de la Corporation for National and Community Service (2013), y el artículo de T. Petersen, I. Saporta y M. L. Seidel, “Offering a Job: Meritocracy and Social Networks,” publicado en American Journal of Sociology, 106(3) (2000): 763–816.



civil está fuertemente correlacionada con la confianza en otras personas. Niveles altos de confianza y capital social, a su vez, pueden facilitar transacciones económicas y promover la innovación en los negocios²⁹. Por último, el compromiso cívico puede fomentar el sentido de pertenencia a la comunidad y crear una infraestructura que motive a las personas a invertir, gastar y generar empleo³⁰.

Voluntarios de Panamá presenta, a continuación, el desarrollo de dos índices de compromiso cívico complementarios que permitirán un análisis integral de la participación ciudadana tanto desde una perspectiva temporal como por grupos demográficos: el Índice de Compromiso Cívico Longitudinal y el Índice de Compromiso Cívico Transversal.

• **Índice de Compromiso Cívico Longitudinal de Panamá**

El primer índice, denominado *Índice de Compromiso Cívico Longitudinal*, se basa en el modelo original del *America's Civic Health Index* de 2006 desarrollado por la National Conference on Citizenship. Este índice está conformado por un conjunto de veinte indicadores seleccionados para facilitar comparaciones longitudinales entre distintos años. Para su construcción, se utilizaron datos provenientes de la Encuestas Latinobarómetro elaborada por la Corporación Latinobarómetro entre 2005 y 2023; la Encuesta de Voluntariado de 2023 elaborada por Fundación Voluntarios de Panamá -Gallup; y los registros de participación electoral correspondientes al 2024 del Tribunal Electoral. La selección de indicadores privilegia aquellos con mayor estabilidad metodológica y disponibilidad sostenida en el tiempo, lo que permite identificar cambios en los patrones de participación cívica.

Este índice está estructurado a partir de las nueve dimensiones fundamentales del compromiso ciudadano empleadas en el modelo original del *America's Civic Health Index* de 2006. Para asegurar la comparabilidad a lo largo del tiempo, cada indicador se expresa como el cambio en puntos porcentuales con respecto a su año base, que en la mayoría de los casos es 2005. La única excepción es el indicador de participación en voluntariado, dado que se empezó a medir desde 2012.

Al igual que en el índice original, todos los indicadores y dimensiones tienen la misma ponderación en el cálculo del índice general. Asimismo, en los años en los que no se dispone de datos, los valores se interpolan linealmente entre los puntos disponibles para estimar una tendencia.

²⁹ Véase el artículo de T. Tura, and V. Harmaakorpi, "Social Capital in Building Regional Innovative Capability," *Regional Studies* 39(8) (2010): 1111-1125

³⁰ Véanse los artículos de Robert J. Sampson, *Great American City: Chicago and the Enduring Neighborhood Effect* (Chicago, IL: University of Chicago Press, 2012. Y de G. Topa, "Social Interactions, Local Spillovers and Unemployment" *Review of Economic Studies*, 68(2)(235) (2001): 261-295



El valor del índice general refleja el cambio promedio en puntos porcentuales respecto al año base 2005. Esto permite capturar tanto los avances como los retrocesos en el compromiso cívico de la población a lo largo de casi dos décadas.

Tabla 3
Categorías e Indicadores del Índice de Compromiso Cívico Longitudinal de Panamá

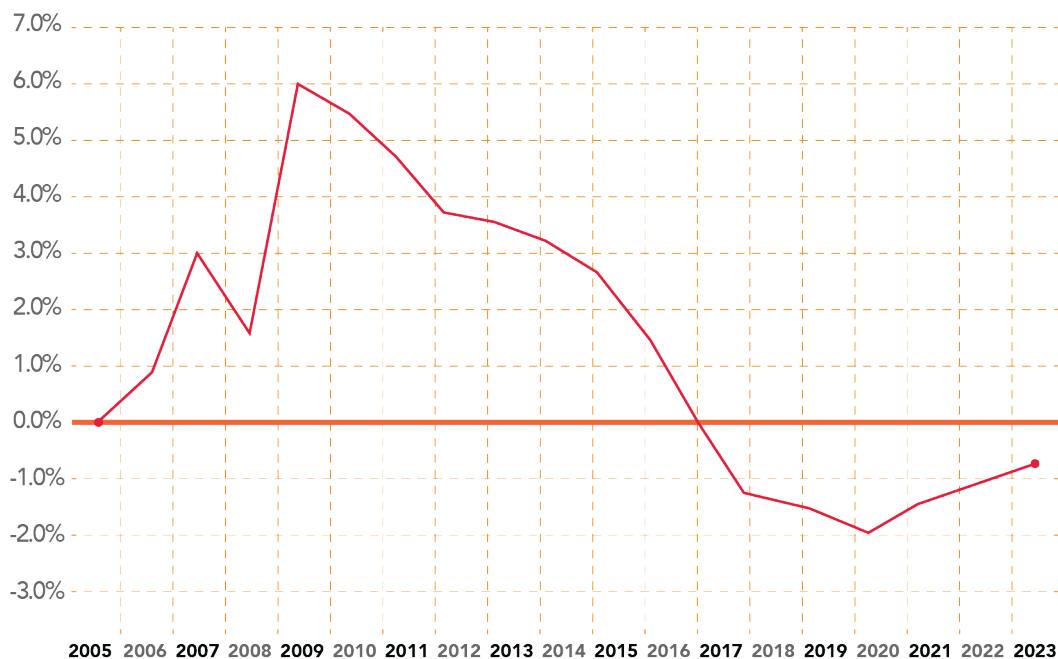
Categorías	Indicadores	Fuentes
1. Conexión con grupos cívicos y religiosos	- Confianza en la iglesia (algo o mucha) - Frecuencia en que trabaja por un tema que lo afecta a Ud. o a su comunidad (frecuentemente o muy frecuentemente)	Latinobarómetro Latinobarómetro
2. Confianza en otras personas	- Se puede confiar en la mayoría de las personas	Latinobarómetro
3. Conexión con otros a través de familia y amigos	- ¿Ud. y su familia han pensado en la posibilidad concreta de ir a vivir a otro país? (No han pensado) - Frecuencia con que habla de política con los amigos (frecuentemente o muy frecuentemente)	Latinobarómetro Latinobarómetro
4. Donaciones y voluntariado	- Ha realizado voluntariado	Encuesta de Voluntariado
5. Mantenerse informado	- Está interesado en la política (algo o muy interesado)	Latinobarómetro
6. Comprensión de civismo y política	- Cuán justificable cree que es evadir impuestos (para nada justificable, hasta grado 5 en una escala del 1 al 10) - Está de acuerdo con que la democracia puede tener problemas pero es el mejor sistema de gobierno (de acuerdo o muy de acuerdo)	Latinobarómetro Latinobarómetro
7. Participación en política	- Ha firmado una petición política o lo podría hacer - Ha asistido a una manifestación autorizada o podría hacerlo - Participación electoral en las elecciones generales	Latinobarómetro Latinobarómetro Latinobarómetro
8. Confianza y sentimiento de conexión con las principales instituciones	- Confianza partidos políticos (algo o mucha) - Confianza en la policía (algo o mucha) - Confianza en el poder judicial (algo o mucha) - Confianza en el gobierno (algo o mucha) - Está satisfecho con la democracia (más bien o muy satisfecho) - Confianza en el poder legislativo (algo o mucha)	Latinobarómetro Latinobarómetro Latinobarómetro Latinobarómetro Latinobarómetro Latinobarómetro
9. Expresión de opiniones políticas	- Frecuencia con que trata de convencer políticamente - Apoya la democracia en lugar de un gobierno autoritario y no le da lo mismo	Latinobarómetro Latinobarómetro

Fuente: elaboración propia.

El desempeño del Índice de Compromiso Cívico Longitudinal de Panamá muestra un deterioro progresivo después de alcanzar su punto máximo en 2009, aunque con una leve recuperación en 2023 tras tocar su nivel más bajo al comienzo de la pandemia.

En el año base (2005), el valor del índice se fijó en cero. A partir de entonces, se observó una mejora constante hasta 2009, cuando alcanzó un máximo relativo de +5.9 puntos porcentuales. Este periodo se caracterizó por un aumento en la confianza interpersonal, una mayor conexión con las principales instituciones y una mayor disposición a mantenerse informado (*véase Tabla 26* para el detalle de los indicadores utilizados).

Gráfica 26
Índice de Compromiso Cívico Longitudinal de Panamá (Año base=2005)



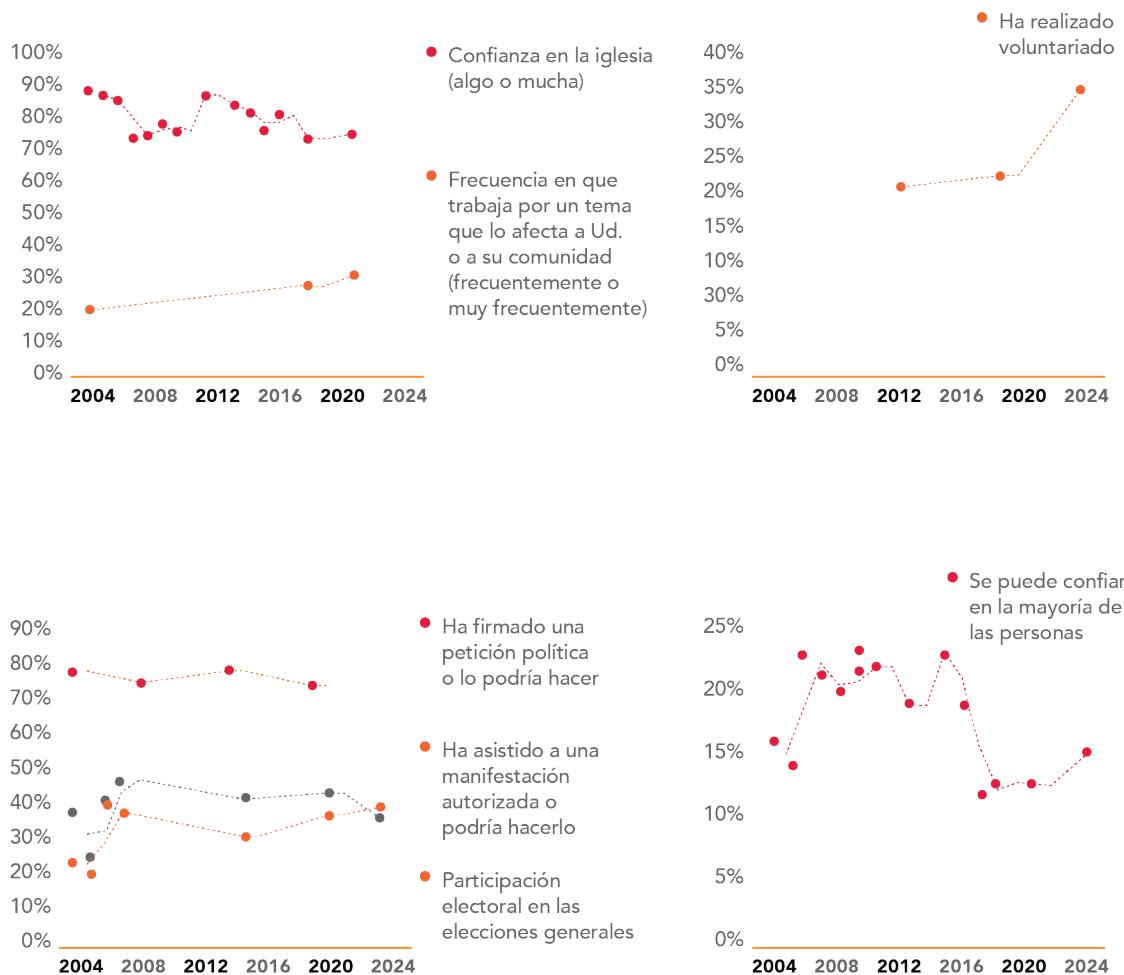
Fuente: elaboración propia.

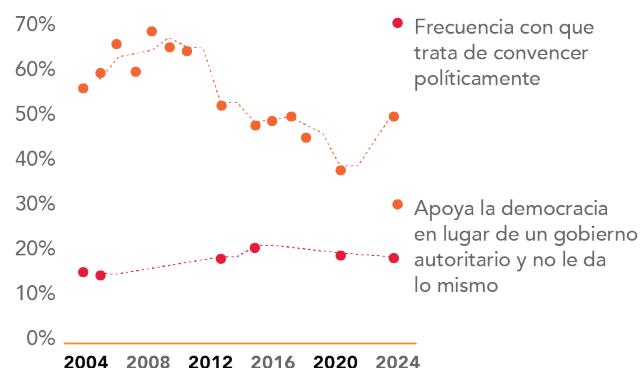
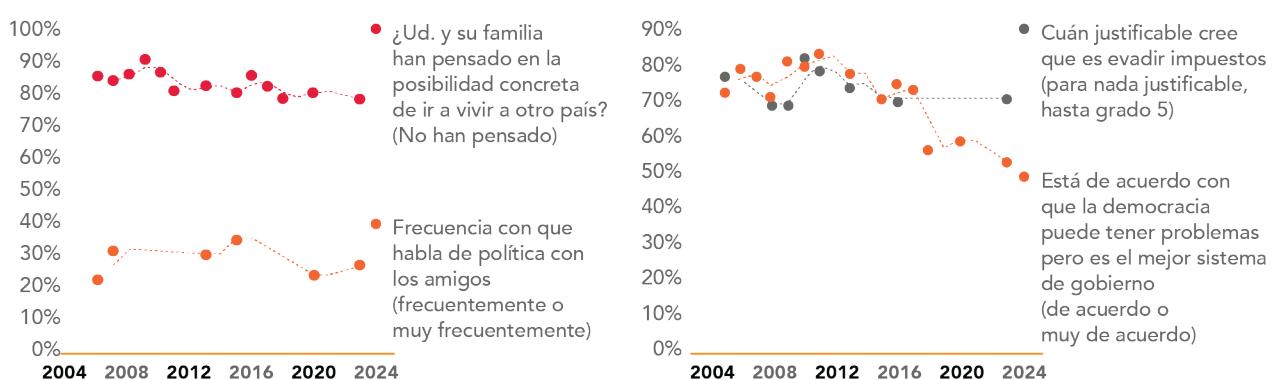
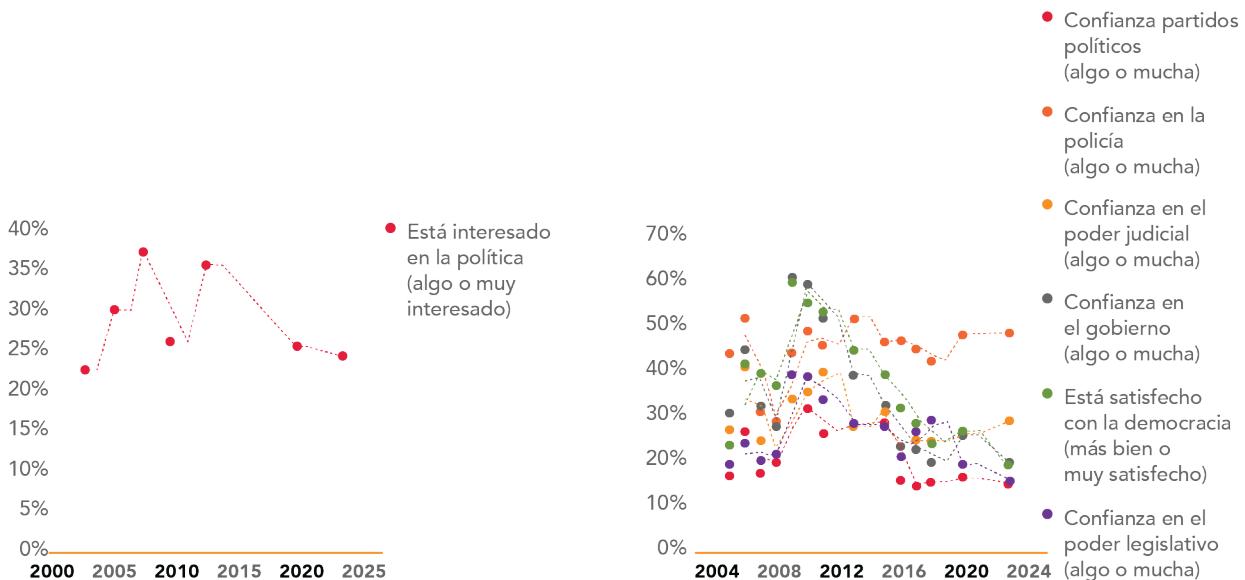
Desde su punto máximo en 2009 se inició un proceso de reversión gradual, con una caída sostenida en los mismos componentes: la confianza en las personas y en las instituciones. A ello se sumó una disminución en la comprensión de temas cívicos y políticos, así como en la expresión de opiniones políticas, particularmente las relacionadas con la comprensión y el apoyo a la democracia. Desde 2018, el índice ha registrado valores negativos, alcanzando su punto más bajo durante la pandemia en 2020 (-1.8 puntos porcentuales), dada la acentuación de las tendencias anteriores: menor confianza interpersonal, institucional e interés en los asuntos públicos.

Sin embargo, a partir de 2023 inicia una recuperación parcial, con el índice situándose en -0.8 puntos porcentuales en 2023 respecto al nivel base de 2005. Esta mejora ha estado impulsada principalmente por un tipo de compromiso cívico más centrado en los vínculos con organizaciones de la sociedad civil y en las relaciones interpersonales. En particular, destacan tres componentes: el aumento sostenido en la participación en voluntariado, una mayor conexión con grupos cívicos —medida por la frecuencia con que las personas se involucran en temas que afectan directamente su vida o su comunidad—, y un leve repunte en la confianza interpersonal.

Cabe resaltar que tanto el voluntariado como la participación en grupos cívicos han mostrado una tendencia ascendente a lo largo de las últimas dos décadas, lo que sugiere la existencia de una base de capital social activa y resiliente, incluso en contextos adversos.

Figura 3
Indicadores utilizados en el Índice de Compromiso Cívico Longitudinal de Panamá





Fuente: elaboración propia con datos del Latinobarómetro, la Encuesta de Voluntariado de Fundación Voluntarios por Panamá-Gallup y Tribunal Electoral.



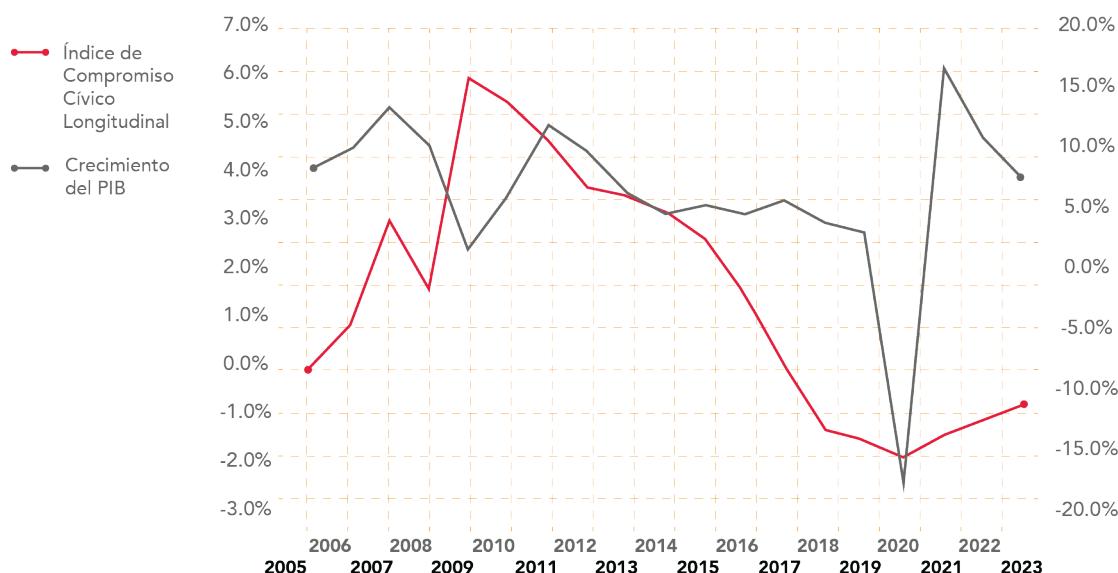
Cabe destacar que la evolución del Índice de Compromiso Cívico Longitudinal guarda una correspondencia notable con el desempeño económico del país, lo que sugiere una posible interacción entre el entorno macroeconómico y el compromiso cívico de la población (Gráfica 27).

Durante el periodo de mejor desempeño del índice —entre 2005 y 2012— la economía panameña registró sus tasas de crecimiento más altas, con un PIB real que aumentó a un promedio anual de 8.9%. El crecimiento económico probablemente generó un clima de optimismo social, redujo tensiones materiales y facilitó una mayor implicación ciudadana en los asuntos públicos, especialmente una mayor confianza en sus instituciones.

A partir de 2013 comenzó un proceso de desaceleración económica, con un crecimiento promedio del PIB de 4.8% entre 2013 y 2019. En este mismo periodo, el índice de compromiso cívico comenzó a mostrar signos de deterioro. Es posible que el menor dinamismo económico haya exacerbado desigualdades o generado frustraciones con el funcionamiento del sistema político y social, como se ve reflejado en un deterioro en los indicadores de confianza y comprensión del civismo y política.

Durante la pandemia de 2020 se registró una caída abrupta tanto del PIB real como del índice de compromiso cívico. La crisis sanitaria y económica produjo un *shock* generalizado que afectó negativamente las redes de participación, redujo las oportunidades de interacción cívica y acentuó la desconfianza institucional. En los años posteriores, ambos indicadores han mostrado señales de recuperación. El repunte económico, aunque más moderado que en la década previa, ha coincidido con una mejora en algunos componentes del índice, como el voluntariado, la participación en grupos cívicos, la confianza interpersonal y la estabilización de la confianza en las instituciones.

Grafica 27
Índice de Compromiso Cívico Longitudinal de Panamá (2005=100)
y Crecimiento del PIB real (%)



Fuente: elaboración propia.

• Índice de Compromiso Cívico Transversal de Panamá

El segundo índice, que denominamos *Índice de Compromiso Cívico Transversal*, se inspira en la versión especializada del *Millennials Civic Health Index* de 2013 de la National Conference on Citizenship, que utiliza escalas compuestas validadas mediante análisis factorial. Este enfoque permite realizar comparaciones detalladas entre distintos grupos sociales identificados en la encuesta de Gallup analizada en este documento.

A diferencia de dicho reporte, elaboramos un índice que sintetiza el compromiso cívico a partir de una batería de 14 indicadores asociados a las 9 categorías principales del *America's Civic Health Index* de 2006, previamente utilizadas en el Índice de Compromiso Cívico Longitudinal de Panamá. Los indicadores fueron extraídos a partir de preguntas de la Encuesta de Voluntariado de 2023 elaborada por Fundación Voluntarios de Panamá-Gallup (ver Tabla 4).

Para su construcción se aplicó el Análisis de Correspondencias Múltiples (MCA), una técnica de análisis factorial diseñada para identificar dimensiones latentes comunes a múltiples variables categóricas. Este método permite, además, asignar ponderaciones estadísticas a cada variable en función de su capacidad para discriminar entre distintos patrones de comportamiento. En otras palabras, el MCA no solo sintetiza la información en un eje principal, sino que también determina el peso relativo de cada indicador en la construcción del índice, permitiendo así una medición más precisa y sólida del compromiso cívico ³¹.

³¹ Este enfoque es especialmente útil cuando se trabaja con variables dicotómicas (tipo dummy), ya que no requiere supuestos de continuidad ni normalidad en la distribución de los datos. Véase "Multiple Correspondence Analysis" Le Roux, B., & Rouanet, H. (2010). SAGE Publications.



Tabla 4
Categorías e Indicadores del Índice de Compromiso Cívico
Transversal de Panamá con base en la Encuesta de Voluntariado de
2023 elaborada por Fundación Voluntarios de Panamá-Gallup

Categorías	Indicador con base en la pregunta de Gallup
1. Conexión con grupos cívicos y religiosos	- Responde "ayudar a otros" al describir lo que esperaría lograr si se involucra o toma acción por mejorar la vida de otras personas, su comunidad, el país o el mundo.
1. Conexión con grupos cívicos y religiosos	- Considera que un ciudadano puede cambiar o mejorar algo o mucho su comunidad.
1. Conexión con grupos cívicos y religiosos	- Formó parte de una fundación u organización no gubernamental, asociación religiosa, grupos deportivos, académicos o culturales, organizaciones estudiantiles (escolar o universitaria), asociaciones profesionales, organizaciones comunitarias, entre otras.
2. Confianza en otras personas	- Cree que Panamá es un país solidario.
3. Conexión con otros a través de familia y amigos	- Responde "hacer algo junto a mi familia y amigos" al describir la principal razón que lo motivaría a involucrarse para mejorar o hacer la diferencia en la vida de otras personas, su comunidad, el país o el mundo.
4. Donaciones y voluntariado	- Donó dinero o dió donaciones en especie con fines caritativos o filantrópicos.
4. Donaciones y voluntariado	- Ha realizado alguna actividad de voluntariado en el último año.
5. Mantenerse informado	- Utiliza por lo menos alguno de estos medios para mantenerse siempre informado: internet, periódicos, revistas, radio y televisión.
6. Comprensión de civismo y política	- Considera que un ciudadano puede cambiar o mejorar algo o mucho el país.
7. Participación en política	- Votó en las últimas elecciones.
8. Confianza y sentimiento de conexión con las principales instituciones	- Contactó a alguna autoridad (representante de corregimiento, alcalde, diputado, junta técnica, ministro, director regional, gobernador).
9. Expresión de opiniones políticas	- Compró productos o servicios de una empresa específicamente porque consideró que esa empresa era socialmente responsable.
9. Expresión de opiniones políticas	- Asistió a una marcha, vigilia o protesta sobre un tema importante para él o ella.
9. Expresión de opiniones políticas	- Publicó sus opiniones o inició una campaña en las redes sociales sobre un tema o causa importante para él o ella.

Fuente: elaboración propia.

A partir del MCA, se generó un puntaje continuo para cada persona encuestada. **Posteriormente, los valores fueron transformados y estandarizados para construir un índice con una escala de 0 a 1, en la que valores más altos reflejan mayor compromiso cívico. Esta versión final del índice se utilizó para los análisis comparativos entre grupos sociales³².** Para fines del análisis, dividimos el índice en tres categorías: bajo (de 0.0 a 0.3); medio (de 0.4 a 0.7); y alto (0.7 a 1.0).

Se exploraron las diferencias en el índice de compromiso cívico según sexo, edad, ingreso familiar, nivel educativo y provincia de residencia, cuyos resultados se observan en la Figura 4, a lo cual se agregaron también pruebas estadísticas apropiadas³³.

Los resultados muestran diferencias estadísticamente significativas por sexo, edad, ingresos y educación. Como se aprecia en la Figura 4, el análisis muestra un promedio de compromiso cívico levemente más alto entre los hombres (0.43) que entre las mujeres (0.40), lo que puede ser señal del impacto de brechas de género preexistentes, como las del mercado laboral y del cuidado.³⁴

El índice muestra que el compromiso cívico en Panamá aumenta con la edad, los ingresos y el nivel educativo. También se observaron diferencias significativas por nivel de ingreso: a mayor ingreso, mayor nivel promedio de compromiso cívico. Entre el grupo de ingresos mensuales superiores a los US\$3,000 el índice muestra un valor de 0.53 (en el rango medio) en comparación con el 0.38 (en el rango bajo) entre el grupo de ingresos mensuales inferiores a los US\$500. De igual forma, el compromiso cívico aumenta con el nivel educativo. De hecho, el valor del Índice es el más elevado entre las personas con estudios superiores (0.55, en el rango medio) y es el doble en comparación con el segmento de la población sin estudios (0.22, en el rango bajo). En cuanto a la edad, los resultados indican que los jóvenes presentan niveles inferiores de compromiso cívico en comparación con los grupos de mayor edad, aunque leve. La relación positiva con el ingreso, nivel educativo y edad pueden indicar las diferencias en tiempo libre, acceso a información y redes de contacto. Finalmente, se observaron diferencias entre provincias, destacándose en general un mayor índice de compromiso cívico en la provincia de Panamá en comparación con el resto del país, excepto en Darién. Esto puede ser señal de las inequidades territoriales del país, en donde la provincia de Panamá concentra las organizaciones, eventos y medios de participación.

³² Véase más información sobre la metodología y los resultados en el Anexo.

³³ En particular, prueba t para las diferencias entre hombres y mujeres, y análisis de varianza (ANOVA) para los demás grupos, con resultados estadísticamente significativos para todos los casos. Véase la tabla de resultados en el anexo. Además, para analizar las interacciones entre variables demográficas e identificar los factores asociados al compromiso cívico, se estimó un modelo de regresión lineal múltiple con el índice de compromiso cívico normalizado como variable dependiente. Los resultados del modelo confirman las brechas de grupos sociales previamente descritas. Véase los resultados en el anexo.

³⁴ De acuerdo con el BID (2021), en su informe “Cerrando brechas de género en el mundo del trabajo: Centroamérica, México, Panamá y República Dominicana”, la brecha de participación laboral entre hombres y mujeres en Panamá es hasta un 37% mayor que la media de la OCDE.



Figura 4
Índice de Compromiso Cívico Transversal de Panamá por grupos socioeconómicos (Índice de 0 a 1; valores más altos indican mayor compromiso cívico): 2023



Fuente: elaboración propia.





V. Conclusiones

La participación voluntaria en Panamá ha crecido en la última década.

Las encuestas nacionales de voluntariado aplicadas entre 2012 y 2023 permiten constatar una tendencia hacia el crecimiento en la proporción de panameños que practica el voluntariado. La primera encuesta aplicada en 2012 reveló que el 20% de la población mayor de 15 años había realizado al menos una actividad no remunerada por voluntad propia a favor de otros fuera de su hogar en el último año con un leve aumento a 21% en 2017. En 2023, esta proporción aumentó al 34%, lo que representa un crecimiento de 14 puntos porcentuales respecto de 2012. Las provincias con mayor participación voluntaria son Darién, Panamá, Chiriquí, Panamá Oeste, Colón y Veraguas. Aunque la participación voluntaria es relativamente homogénea entre grupos de edad, el grupo de edad entre 40 y 59 años tiene las tasas más altas de participación, así como las personas con mayor nivel educativo.

Sin embargo, existe una oportunidad para fomentar una mayor participación voluntaria.

A pesar del crecimiento de la tasa de participación voluntaria en la última década, aún el 66% de los panameños mayores de 15 años no ejerce la acción solidaria a través del voluntariado. La data revela que las principales barreras al voluntariado son la falta de tiempo, de transporte o alojamiento. Más allá de estos factores, una gran cantidad de las personas que no participan manifiestan no hacerlo por no ser invitados. Sin embargo, el 60% de quienes no son voluntarios manifiestan que, sin estas barreras, sería muy o algo probable que participaran. Esta información indica que existe una oportunidad para fomentar una mayor participación voluntaria si las organizaciones que movilizan voluntarios abordan las barreras al voluntariado con acciones como ofrecer transporte, alimentación, o reembolso por los gastos incurridos a los voluntarios, además de implementar estrategias de reclutamiento más personalizadas. La encuesta también identifica estrategias claras para incentivar una mayor participación como involucrar a las familias y divulgar los beneficios del voluntariado para la salud física y mental.

Aunque los voluntarios panameños están altamente motivados, se puede mejorar la gestión del voluntariado para lograr una mayor retención.

Aunque una alta proporción de los voluntarios declaran estar altamente motivados, en la práctica reciben poco apoyo para realizar su labor voluntaria. Entre quienes son voluntarios, sólo el 27% recibe alimentación o vivienda y el 20% recibe apoyo para el transporte. El 63% financian su participación en las actividades de voluntariado con sus propios recursos. Igualmente, sólo el 34% de los voluntarios recibieron formación por parte de la organización que los movilizó. Las buenas prácticas en gestión del voluntariado demuestran que ofrecer a los voluntarios mejores condiciones para realizar su trabajo como facilitar el reembolso de

gastos, ofrecer transporte, alimentación y los materiales necesarios, favorece la retención. Igualmente, la capacitación y supervisión a los voluntarios sobre sus derechos y deberes, su rol en la organización y las tareas a realizar es un elemento que fortalece las capacidades de los voluntarios y el impacto de su contribución.

Aunque el voluntariado es altamente valorado por la sociedad panameña, aún la mayoría de la población no lo practica. Parece existir un consenso entre la población panameña de que el voluntariado es positivo para el país. El 80% de los panameños está muy de acuerdo o totalmente de acuerdo con que el voluntariado es una manera útil de aportar al país, y un porcentaje similar considera que ayuda a generar habilidades para la vida, previene conductas de riesgo en los jóvenes, y contribuye al desarrollo nacional. Sin embargo, aún el 66% de la población mayor de 15 años no lo practica, indicando que existe una oportunidad para materializar los beneficios del voluntariado tanto a nivel individual y colectivo.

El voluntariado requiere mayor reconocimiento de diversos sectores de la sociedad. La mayoría de la población coincide en que el voluntariado contribuye a una sociedad más equitativa, a combatir la pobreza y a empoderar comunidades. Sin embargo, más de la mitad de la población considera que los empleadores no toman en cuenta esta trayectoria al momento de contratar, lo que plantea una oportunidad para reforzar entre las empresas el valor del voluntariado para la formación de habilidades blandas y técnicas para el empleo. A pesar las campañas de promoción de voluntariado de los últimos años, parece estar decreciendo la percepción de que la sociedad valora el voluntariado entre voluntarios y no voluntarios por igual. Entre los voluntarios ha descendido, entre 2017 y 2023, la proporción que considera que el voluntariado es valorado por la sociedad (de 56% a 43%), y entre los no voluntarios también ha descendido de 54% a 46% en el mismo periodo. Lo más preocupante es que, entre los jóvenes menores de 24 años es más prevalente esta percepción. Dos de cada cinco personas menores de 24 años consideran que Panamá valora el voluntariado, mientras que entre las personas mayores de 40 años más de la mitad (52%) considera que se valora.

El análisis confirma que el voluntariado es una herramienta poderosa para el desarrollo de actitudes y acciones prosociales en Panamá. El análisis que explora las actitudes y acciones cívicas de la población muestra una correlación positiva entre el voluntariado y la participación ciudadana en un sentido amplio. Las personas que practican el voluntariado participan en mayor proporción en todas las formas de participación cívica que fueron medidas en comparación con quienes no son voluntarios: (i) votación; (ii) compra de productos o



servicios; (iii) abogacía; (iv) voluntariado; y (v) donaciones. Quienes han participado previamente en actividades de voluntariado también manifiestan un mayor nivel de empoderamiento respecto de su capacidad para incidir en la transformación de su realidad comunitaria, nacional e internacional. Estos resultados confirman que el voluntariado no solo es una forma de participación directa en beneficio de las comunidades y el país, sino que también actúa como un catalizador para el desarrollo de actitudes y acciones que afianzan el compromiso cívico.

Más allá del voluntariado, los panameños ponen en práctica un conjunto de acciones cívicas, entre las cuales la votación es la más prevalente. A partir del esquema de participación propuesto por el Círculo Cívico, la encuesta explora diferentes formas de participación ciudadana, y revela que la votación es la más prevalente entre la ciudadanía con 7 de cada 10 panameños mayores de 18 años indicando haber votado en las últimas elecciones. El análisis de los resultados de las elecciones generales del 2024 reafirma los resultados de la encuesta. Al mismo tiempo, se destacan otras formas de participación como las donaciones, la afiliación a asociaciones u organizaciones no gubernamentales, o el consumo responsable. Esta última forma de participación es especialmente relevante entre los adultos jóvenes y de mediana edad. Las formas de demostrar el compromiso cívico varían por grupos de edad. Los jóvenes prefieren pertenecer a una fundación u ONG y asistir a marchas, vigencias y protestas; mientras que los adultos mayores están más motivados por votar, realizar donaciones y contactar a una autoridad.

Los Índices de Compromiso Cívico (longitudinal y transversal) contribuyen a medir de forma sistemática el grado en que los ciudadanos están implicados en los desafíos de sus comunidades y el país para impulsar su mejora. Como se explica en sección introductoria de este informe, el compromiso cívico está relacionado de forma positiva con el desarrollo de habilidades y hábitos que aumentan la empleabilidad, con la confianza en otras personas y el capital social, con un mayor sentido de pertenencia en la comunidad, y con una mayor actividad económica. La motivación de Voluntarios de Panamá por desarrollar dichos índices es constatar el estado del compromiso cívico en el país e identificar con precisión cuáles son los factores que contribuyen a su fortalecimiento, a fin de promover una ciudadanía más activa.

El Índice de Compromiso Longitudinal muestra una tendencia decreciente del compromiso cívico a lo largo de las últimas dos décadas, alcanzando su punto más bajo en la pandemia por COVID-19. Lo positivo es que, a partir de 2021, algunos componentes del índice, como la tasa de participación voluntaria, la participación en grupos cívicos, la confianza interpersonal



y la estabilización de la confianza en las instituciones muestra una mejora. Cabe resaltar que tanto el voluntariado como la participación en grupos cívicos han mostrado una tendencia ascendente a lo largo de las últimas dos décadas, lo que sugiere la existencia de una base de capital social activa y resiliente, incluso en contextos adversos, que se puede estimular.

El Índice de Compromiso Cívico Transversal muestra un nivel medio de compromiso cívico hoy. Fortalecer las actitudes y acciones cívicas tiene el potencial de contribuir al desarrollo económico, social y democrático de Panamá. El Índice de 0.41 (en el rango medio bajo) nos indica que existe una oportunidad para fortalecer el compromiso cívico en Panamá, especialmente entre los grupos etarios, de ingresos y educación que demuestran niveles inferiores. La evidencia de estudios de ciencias políticas demuestra que los altos niveles de compromiso o participación cívica están asociados mejoras en el desarrollo socioeconómico, como la efectividad de servicios públicos. También está asociado al desarrollo de capital humano ya que el voluntariado permite desarrollar habilidades blandas y técnicas, y mejora la empleabilidad. El compromiso cívico también contribuye al desarrollo democrático al fortalecer la cohesión social y la confianza en las personas y las instituciones, y promover la rendición de cuentas del sector público. En éste sentido, es importante continuar promoviendo el compromiso cívico, y sus diferentes formas de participación, con diferentes estrategias, que permitan no sólo su valoración social sino su real participación en Panamá; como una contribución directa al desarrollo sostenible del país.

Los hallazgos de este estudio relevan que Panamá tiene una ciudadanía con disposición a participar, pero que enfrenta barreras estructurales y culturales quelimitan la transformación de esa intención en acción. Esta situación representa una gran oportunidad: si se eliminan los obstáculos, el compromiso cívico puede convertirse en una fuerza catalizadora para el desarrollo social y la democracia participativa. A continuación, se proponen siete líneas de acción clave para fortalecer la participación ciudadana y fomentar un ecosistema cívico más inclusivo.

1. Facilitar la participación

Uno de los principales hallazgos del estudio es que gran parte de la población estaría dispuesta a involucrarse si se redujeran las barreras de acceso. La falta de tiempo, transporte y recursos son los principales obstáculos que enfrentan quienes desean participar en actividades comunitarias o de voluntariado.

Para superar estas limitaciones, se recomienda dedicar recursos a cubrir necesidades





básicas, como transporte, alimentación, capacitación y materiales. Estas medidas no solo eliminan barreras, sino que también envían un mensaje claro de que la participación ciudadana es valorada y respaldada.

2. Flexibilizar los espacios y formatos

En línea con lo anterior, es fundamental adaptar los formatos de las actividades cívicas, ofreciendo opciones presenciales, híbridas y virtuales. El uso de herramientas digitales como WhatsApp y Zoom puede expandir el alcance de las actividades, facilitando la participación de estudiantes, trabajadores y residentes en áreas rurales.

3. Reforzar la transparencia y la confianza

La confianza en las instituciones y en la comunidad es un pilar del compromiso cívico. Sin transparencia, los esfuerzos por promover la participación se ven debilitados. Es esencial fortalecer la rendición de cuentas por parte de las organizaciones sin fines de lucro, cumpliendo rigurosamente con las normas vigentes sobre estados financieros y reportes contables, pero también comunicando los resultados de forma clara y accesible.

4. Medir y comunicar el impacto

Contar con evidencia sobre el impacto de las iniciativas cívicas es clave para su mejora y sostenibilidad. Generar y divulgar evidencia de nuestro impacto mediante el fortalecimiento de los sistemas de medición y evaluación de nuestros programas. Estas no solo deben ser cuantitativas, deben medir también la calidad de lo que hacemos.

El *Civic Health Index* de Estados Unidos es un modelo de referencia: permite medir, comparar y coordinar esfuerzos entre gobiernos, universidades, empresas y organizaciones sociales. En múltiples estados, este índice es sido utilizado para establecer prioridades y evaluar el progreso de proyectos comunitarios, generando un lenguaje común entre los distintos actores involucrados.

En Panamá, un sistema de medición similar basado en el Índice de Compromiso Cívico desarrollado en este documento podría alinear las acciones de las organizaciones y gobiernos hacia objetivos comunes, optimizando recursos y visibilizando el valor de la participación ciudadana.

5. Promover la co-creación con las comunidades

Las intervenciones que se diseñan junto con las comunidades locales tienen mayores probabilidades de éxito y sostenibilidad. La co-creación permite que las



soluciones respondan a las necesidades reales y promueve un sentido de pertenencia y corresponsabilidad.

Priorizar la co-creación puede ser clave para superar la percepción de desconexión entre las organizaciones y la ciudadanía, asegurando que las intervenciones sean pertinentes y relevantes.

6. Educar y sensibilizar sobre el valor del compromiso cívico

El estudio confirma que gran parte de la población reconoce el valor del voluntariado, pero no necesariamente percibe su impacto en el desarrollo personal y profesional.

Apalancar la posición de las organizaciones no gubernamentales con alcance entre la población estudiantil y universitaria a nivel nacional, así como en comunidades vulnerables para generar espacios de educación cívica o incluirlo en nuestros programas existentes.

En el estado de Arkansas, se implementó un *Democracy Reading Challenge*, clubes de lectura donde jóvenes discuten sobre temas de ciudadanía y democracia. En el estado de Alabama, se creó un sistema de *civic scorecards*, una herramienta para que las escuelas evalúen la participación estudiantil en actividades cívicas.

Experiencias como estas pueden adaptarse en Panamá para incluir la educación cívica en programas escolares y comunitarios.

7. Innovar en las formas de participación

El compromiso cívico no debe limitarse a los formatos tradicionales. Es necesario diseñar o replicar nuevas iniciativas de liderazgo, servicio social y comunitario, y/o emprendimiento social que contribuyan a ampliar el Círculo Cívico.

En el estado de Georgia, por ejemplo, se crearon consejos juveniles comunitarios y programas de jóvenes agentes de cambio que seleccionaron líderes comunitarios para desarrollar soluciones innovadoras a problemas locales. Estas iniciativas integran tecnología, arte y cultura para motivar a los jóvenes a involucrarse activamente en sus comunidades.

En Panamá, se pueden pilotear proyectos similares, incorporando plataformas digitales y eventos culturales que fortalezcan la cohesión social y promuevan la creatividad ciudadana.





VI. Anexo de Tablas

Tabla A.1. Relación conceptual entre el America's Civic Health Index, el Millenials Civic Health index y el Círculo Cívico

	America's Civic Health Index (2006)	Millenials Civic Health Index (2013)	Civic Circle
Conexión social y comunitaria	Conexión con grupos cívicos y religiosos	Cohesión Social	Servicio Comunitario
	Pertenecer al menos a un grupo, asistir a una reunión del club, participar en un proyecto comunitario, asistir a un lugar de culto nueve veces al año, asistir a servicios religiosos mensuales.	La porción de vecinos en quienes uno confía, frecuencia de hablar con los vecinos, frecuencia de hacer favores o recibirlos de los vecinos, frecuencia de ver o escuchar a familiares o amigos.	Dedicar tiempo y talento al servicio público, nacional o militar y al trabajo cívico.
	Confianza en otras personas		Emprendimiento Social
	La gente es honesta, confía en los demás, la gente es servicial.		Identifica una necesidad que las instituciones, estructuras y sistemas tradicionales no han satisfecho. Aprovecha esta oportunidad para liderar soluciones creativas e innovadoras que impulsen el cambio.
	Conexión con otros a través de familia y amigos		
Información, educación cívica y participación política	La familia come junta, visita mucho a los amigos, chatea en línea o en foros a menudo.		
	Mantenerse informado	Liderazgo y Voz Cívica	Poder de Compra
	Leer periódicos, blogs y seguir asuntos públicos la mayor parte del tiempo.	Visitar alguna vez a un funcionario público, ser miembro de al menos un tipo de grupo, asumir un papel de liderazgo como funcionario o miembro de un comité, votar en elecciones locales, boicotear productos o "boycotting" (elegir comprar productos por razones sociales o políticas).	Tomar decisiones que reflejen valores o impulsen una causa social o un área problemática al elegir dónde gastar y dónde no gastar dinero.
	Comprensión de civismo y política	Discusión y expresión de cuestiones políticas y comunitarias	Votar
	Sentir que el gobierno es comprensible, conocer los nombres de los candidatos a la Cámara de Representantes de Estados Unidos, identificar cuál de los partidos principales es más conservador.	Frecuencia de uso de internet para expresar opiniones políticas y comunitarias, frecuencia de debate sobre política con familiares y amigos.	En las sociedades democráticas, votar es tu oportunidad de participar en el proceso democrático de las elecciones nacionales y locales, apoyando causas y candidatos alienados con tus posiciones.

	America's Civic Health Index (2006)	Millenials Civic Health Index (2013)	Civic Circle
Información, educación cívica y participación política	Participación en política Votar en años presidenciales, asistir a reuniones políticas, votar en años no presidenciales, hacer donaciones políticas, ser contactado sobre campañas.		Trabajo Puede tomar decisiones sobre tu empleo basándose en los valores y el propósito de la organización. En muchos casos, también puedes usar tu lugar de trabajo como plataforma para promover temas sociales.
	Confianza y sentimiento de conexión con las principales instituciones Mi voto importa, la gente como yo tiene voz y voto en el gobierno, el índice de confianza en el gobierno de NES significa confianza en la prensa, confianza en los medios.		Voz Usar la voz para influenciar a tu familia, amigos y otras personas para crear conciencia sobre un tema que te preocupa.
	Expresión de opiniones políticas Carta a una revista, dar un discurso, persuadir a otras personas sobre una elección, mostrar un botón, una pegatina o un cartel en el jardín.		Escuchar y Aprender Se mantiene informado, piensa críticamente y se informa antes de actuar.
	Donaciones y voluntariado	Compromiso con la comunidad	Voluntariado
	Voluntariado, contribuciones caritativas.	Hacer voluntariado, hacer voluntariado al menos 50 horas al año, trabajar con los vecinos para resolver problemas, asistir a reuniones comunitarias, donar \$25 o más o su equivalente.	Elegir donar el tiempo y talentos tanto dentro como fuera del hogar para apoyar a la comunidad o una causa que le importe.
Donaciones y voluntariado			Donar
			Puede optar por contribuir con dinero, servicios o bienes para apoyar el bienestar de otros o promover una causa social que le importe.



Construcción del Índice de Compromiso Cívico Longitudinal

Este índice tiene como objetivo medir la evolución en el tiempo de indicadores seleccionados. Siguiendo la metodología del America's Civic Health Index de 2006 de la National Conference of Citizenship, todos los indicadores tienen igual ponderación. Además, para los años con datos faltantes, se aplica interpolación lineal. El índice puede tomar valores positivos (mejora) o negativos (deterioro) respecto al año base. La unidad de medida es puntos porcentuales de cambio desde 2005, es decir, se expresa como la diferencia en puntos porcentuales respecto a ese año. La fórmula general es:

$$ICCL_t = \frac{1}{n} \sum_t^n (x_{i,t} - x_{i,o})$$

En donde:

$ICCL_t$ = valor del índice en el año

$X_{i,t}$ = valor del indicador i en el año t

$X_{i,o}$ = valor del indicador i en el año base (2005)

n = número total de indicadores

Construcción del Índice de Compromiso Cívico Transversal

Este índice se construye para una única medición de corte transversal, y busca sintetizar múltiples dimensiones del compromiso cívico en un solo puntaje mediante un Análisis de Correspondencias Múltiples (MCA). A diferencia del índice longitudinal, este índice permite el análisis de disparidades estructurales entre grupos sociales a partir de la Encuesta de Voluntariado de 2023 elaborada por Fundación Voluntarios de Panamá-Gallup, pero no está facultado para el análisis entre períodos de tiempo.



Etapas metodológicas:

a. Extracción de eje principal mediante MCA

Se parte de una matriz de datos categóricos \mathbf{X} de N individuos y K variables dummy (valores de 0 o 1). A partir de esta matriz, se construye una matriz de Burt o una matriz de disyunciones completas que cruza todas las categorías posibles. MCA aplica una descomposición en valores singulares (SVD) a esta matriz transformada y centrada, obteniendo así un conjunto de dimensiones factoriales ortogonales, cada una asociada a una proporción de la inercia total (varianza generalizada) del sistema.

El MCA permite obtener una coordenada factorial z_j para cada individuo j , correspondiente al primer eje (dimensión 1) del análisis:

$$\mathbf{Z}_j = f_1(j)$$



donde $f_1(j)$ representa la posición del individuo j sobre la dimensión latente de mayor inercia (varianza explicada). En otras palabras, este primer eje (dimensión 1) del análisis captura la mayor parte de la inercia y representa la combinación lineal latente de variables categóricas que resume la varianza entre los perfiles de comportamiento cívico.

En la práctica, los valores z_j se interpretan como un índice bruto que diferencia a las personas según la densidad y consistencia de su participación cívica: los individuos con valores más bajos en este eje suelen estar más comprometidos, mientras que quienes acumulan respuestas negativas (inactividad cívica) se ubican hacia el extremo opuesto.

b. Inversión del eje y estandarización

Como los valores más negativos reflejan mayor compromiso cívico, se invierte el eje para facilitar la interpretación:

$$\mathbf{Z}'_j = -\mathbf{Z}_j$$



Luego, se aplica una transformación Min-Max para escalar el índice en el rango [0,1]:

$$ICCT_j = \frac{(z'_j - \min(z'))}{(\max(z') - \min(z'))}$$

donde:

$ICCT_j$ es el índice de compromiso cívico para el individuo j

$\max(z')-\min(z')$ son los valores mínimos y máximos del eje invertido

Tabla A.3. Resultados del MCA para la construcción del Índice de Compromiso Cívico Transversal

Dimension	Principal inertia	Percent	Cummulative percent
dim 1	0.01684420	80.4	80.4
dim 2	0.00112310	5.36	85.76
dim 3	0.00006980	0.33	86.09
dim 4	0.00002730	0.13	86.22
dim 5	0.00000192	0.01	86.23
Total	0.02095150	100	

n=1274

Total inertia = 0.02095152

Categories	overall			dimension_1			dimension_2		
	mass	quality	% inertia	coord	sqcorr	contrib	coord	sqcorr	contrib
Responde "ayudar a otros" al describir lo que esperaría lograr si se involucra o toma acción por mejorar la vida de otras personas, su comunidad, el país o el mundo.									
0	0.046	0.135	0.001	0.027	0.02	0	0.252	0.115	0.003
1	0.025	0.135	0.003	-0.05	0.02	0	-0.461	0.115	0.005
Considera que un ciudadano puede cambiar o mejorar algo o mucho su comunidad									
0	0.016	0.654	0.048	1.073	0.298	0.018	-4.543	0.356	0.321
1	0.056	0.654	0.013	-0.298	0.298	0.005	1.262	0.356	0.089
Considera que un ciudadano puede cambiar o mejorar algo o mucho el país.									
0	0.02	0.625	0.042	0.774	0.224	0.012	-4.007	0.401	0.313
1	0.052	0.625	0.016	-0.291	0.224	0.004	1.506	0.401	0.118
Responde "hacer algo junto a mi familia y amigos" al describir la principal razón que lo motivaría a involucrarse para mejorar o hacer la diferencia en la vida de otras personas, su comunidad, el país o el mundo.									
0	0.06	0.328	0	-0.05	0.236	0	-0.119	0.092	0.001
1	0.012	0.328	0.003	0.254	0.236	0.001	0.612	0.092	0.004
Votó en las últimas elecciones.									
0	0.032	0.573	0.007	0.396	0.542	0.005	0.367	0.031	0.004
1	0.039	0.573	0.006	-0.321	0.542	0.004	-0.297	0.031	0.003

Categories	overall			dimension_1			dimension_2		
	mass	quality	% inertia	coord	sqcorr	contrib	coord	sqcorr	contrib
Formó parte de una fundación u organización no gubernamental; asociación religiosa; grupos deportivos, académicos o culturales; organizaciones estudiantiles (escolar o universitaria); asociaciones profesionales; organizaciones comunitarias; entre otras.									
0	0.047	0.888	0.044	1.017	0.887	0.049	0.143	0.001	0.001
1	0.025	0.888	0.084	-1.942	0.887	0.093	-0.273	0.001	0.002
Compró productos o servicios de una empresa específicamente porque consideró que esa empresa era socialmente responsable.									
0	0.047	0.917	0.039	0.977	0.915	0.045	0.181	0.002	0.002
1	0.024	0.917	0.076	-1.884	0.915	0.087	-0.349	0.002	0.003
Contactó a alguna autoridad (representante de corregimiento, alcalde, diputado, junta técnica, ministro, director regional, gobernador).									
0	0.057	0.929	0.018	0.606	0.924	0.021	0.163	0.004	0.002
1	0.014	0.929	0.075	-2.468	0.924	0.086	-0.663	0.004	0.006
Asistió a una marcha, vigilia o protesta sobre un tema importante para él o ella.									
0	0.053	0.92	0.024	0.72	0.919	0.028	0.092	0.001	0
1	0.018	0.92	0.071	-2.128	0.919	0.082	-0.271	0.001	0.001
Publicó sus opiniones o inició una campaña en las redes sociales sobre un tema o causa importante para él o ella.									
0	0.057	0.912	0.023	0.675	0.91	0.026	0.148	0.003	0.001
1	0.015	0.912	0.088	-2.594	0.91	0.099	-0.568	0.003	0.005
Donó dinero o dió donaciones en especie con fines caritativos o filantrópicos.									
0	0.04	0.878	0.062	1.298	0.869	0.067	0.498	0.009	0.01
1	0.032	0.878	0.079	-1.645	0.869	0.085	-0.631	0.009	0.013
Ha realizado alguna actividad de voluntariado en el último año.									
0	0.047	0.862	0.049	1.049	0.857	0.052	0.302	0.005	0.004
1	0.024	0.862	0.096	-2.06	0.857	0.102	-0.593	0.005	0.008
Cree que Panamá es un país solidario.									
0	0.025	0.869	0.011	0.619	0.707	0.01	-1.148	0.162	0.033
1	0.046	0.869	0.006	-0.333	0.707	0.005	0.618	0.162	0.018
Utiliza por lo menos alguno de estos medios para mantenerse siempre informado: internet, periódicos, revistas, radio y televisión.									
0	0.003	0.925	0.015	2.358	0.821	0.015	-3.238	0.103	0.028
1	0.069	0.925	0.001	-0.092	0.821	0.001	0.127	0.103	0.001

Nota: La dimensión 1 captura la mayor parte de la información relevante (80.4%), por lo tanto, es válida para usarse como índice de compromiso cívico. Las categorías con coordenadas (columna “coord”) negativas están asociadas con un mayor compromiso cívico. Las variables que más influyen en el índice de compromiso cívico son las que tienen un valor más alto en la columna “contrib”, en particular, haber realizado alguna actividad de voluntariado, haber realizado donaciones y formar parte de una organización.

Tabla A.3. Pruebas estadísticas para las diferencias entre los valores promedio del Índice de Compromiso Cívico Transversal por grupos sociales

	Valor promedio del Índice de Compromiso Cívico Transversal	Desviación estándar	n
Sexo			
Hombre	0.43	0.22	630
Mujer	0.40	0.22	644
<i>Ha: diff ≠ 0 Pr(T > t) = 0.0398</i>			
Grupos de edad			
15-24	0.38	0.21	272
25-29	0.41	0.22	125
30-39	0.41	0.21	284
40-49	0.44	0.22	204
50-59	0.44	0.24	182
60 y más	0.43	0.23	207
<i>F=2.52 Prob>F = 0.0281</i>			
Niveles de ingreso			
Menos de \$ 500.00	0.38	0.22	501
Entre \$500 y \$ 999	0.43	0.22	306
Entre \$1,000 y \$1,499	0.49	0.22	155
Entre \$1,500 y \$2,999	0.52	0.21	83
Más de \$3,000	0.53	0.24	42
<i>F=15.11 Prob>F = 0</i>			
Nivel educativo			
Ninguno	0.22	0.12	12
Primaria	0.35	0.22	147
Bachillerato	0.39	0.21	690
Superior	0.48	0.23	369
Postgrado	0.55	0.21	56
<i>F=23.61 Prob>F = 0</i>			
Provincia			
Bocas del Toro	0.36	0.22	49
Chiriquí	0.43	0.21	147
Coclé	0.29	0.17	84
Colón	0.39	0.21	96
Darién	0.48	0.23	22
Heredia	0.47	0.26	36
Los Santos	0.39	0.22	25
Panamá	0.47	0.23	551
Panamá Oeste	0.38	0.20	192
Veraguas	0.31	0.20	72
Interior del país	0.38	0.21	723
<i>F=47.94 Prob>F = 0</i>			

Tabla A.4. Modelo de regresión lineal múltiple de factores asociados al Índice de Compromiso Cívico Transversal: resultados del modelo multivariado

	Coef.
Dummy: Mujer	-0.039*** (0.013)
Edad	0.010** (0.004)
Ingreso del hogar (ordinal)	0.023*** (0.006)
Nivel educativo (ordinal)	0.061 *** (0.010)
Dummy: Viven en la provincia de Panamá	0.051 *** (0.014)
Constante	0.139*** (0.032)
Observaciones	1,087
R ²	0.1101

Errores estándares están entre paréntesis.

*p<0.10, **p<0.01, ***p<0.001



Bibliografía

Acevedo, Dacil. Análisis y comentarios: Encuesta Nacional de Voluntariado. 2017.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Cerrando brechas de género en el mundo del trabajo: Centroamérica, México, Panamá y República Dominicana. 2021.

Barrett, Martyn, and Dimitra Pachi. Civic and Political Engagement in Young People. The British Psychological Society, 2019.

Carnegie Mellon University. “Volunteering Reduces Risk of Hypertension in Older Adults.” 2013.

Cohen, Jean L., and Andrew Arato. Civil Society and Political Theory. MIT Press, 1992.

Corporation for National and Community Service. Volunteering as a Pathway to Employment. 2013.

International IDEA. Informe general de las elecciones: Panamá 2024.

Instituto Internacional para la Democracia y la Asistencia Electoral, 2024.

Le Roux, Brigitte, and Henry Rouanet. Multiple Correspondence Analysis. SAGE Publications, 2010.

Micheletti, Michele. Political Virtue and Shopping: Individuals, Consumerism, and Collective Action. Palgrave Macmillan, 2003.

Musick, Marc A., and John Wilson. Volunteers: A Social Profile. Indiana University Press, 2008.

National Conference on Citizenship. America’s Civic Health Index: Broken Engagement. 2006.

---. 2011 Indiana Civic Health Index. 2015.

---. Millennials Civic Health Index. 2013.

---. Civic Health and the Economy: Making the Connection. 2013.

Organización Internacional del Trabajo (OIT). Manual sobre la medición del trabajo voluntario. 2011.

Petersen, Trond, Ishak Saporta, and Marc-David L. Seidel. "Offering a Job: Meritocracy and Social Networks." *American Journal of Sociology*, vol. 106, no. 3, 2000, pp. 763–816.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). *Voice and Accountability for Human Development*. 2009.

Putnam, Robert D. *Making Democracy Work*. Harvard University Press, 1993.

---. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Harvard University Press, 2000.

Salamon, Lester M. *The State of Nonprofit America*. 2nd ed., Brookings Institution Press, 2010.

Sampson, Robert J. *Great American City: Chicago and the Enduring Neighborhood Effect*. University of Chicago Press, 2012.

The Points of Light Foundation. *Civic Engagement and the Civic Circle*. 2022.

---. *Top 10 Ways Volunteering Improved Your Mental and Emotional Health*. 1 May 2024.

Topa, Giorgio. "Social Interactions, Local Spillovers and Unemployment." *Review of Economic Studies*, vol. 68, no. 2, 2001, pp. 261–95.

Tura, Tomi, and Vesa Harmaakorpi. "Social Capital in Building Regional Innovative Capability." *Regional Studies*, vol. 39, no. 8, 2010, pp. 1111–25.

Verba, Sidney, Kay Lehman Schlozman, and Henry E. Brady. *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. Harvard University Press, 1995.

Voluntarios de las Naciones Unidas. *Reporte sobre la situación del voluntariado en el mundo 2022: Construir sociedades igualitarias e inclusivas*. 2022.



**Voluntarios
de Panamá**

