

## Donaciones de Caridad: ¿Quién Toma lo que Usted Da?

*Charitable Donations: Give or Take?*

**E**l dinero que usted dona con fines caritativos es una inversión en su comunidad, el país y el mundo. La Comisión Federal de Comercio (*Federal Trade Commission, FTC*), la agencia nacional de protección del consumidor, dice que al momento de tomar decisiones relacionadas con donaciones con fines benéficos, es necesario ser precavido para evitar caer en la trampa de los estafadores oportunistas que intentan aprovecharse de su generosidad.

### LISTA DE VERIFICACIÓN DE CARIDAD

Considere las siguientes precauciones para estar seguro de que su dinero beneficie a las personas y a la organización con las cuales desea colaborar. Resulta prudente aplicar las precauciones detalladas a continuación para las solicitudes recibidas de parte de empleados de una organización, voluntarios o recaudadores de fondos profesionales que lo contacten por teléfono, por correo, e-mail o personalmente.

- *Tenga cuidado con las entidades de caridad que aparecen de la noche a la mañana y cuya causa está relacionada con eventos de actualidad o desastres naturales.* Es posible que se trate de un asunto urgente que necesita de su ayuda, pero en la práctica, probablemente carezcan de la infraestructura necesaria para hacer llegar las donaciones a las áreas o personas afectadas.

- **Solicite la información por escrito, incluyendo el nombre de la organización benéfica, domicilio y número de teléfono.** Si se trata de una entidad de beneficencia o un recaudador de fondos que operan legítimamente, le entregarán información sobre la misión de la entidad de caridad, la manera en que se utilizará su donación y un comprobante en el cual conste que su contribución es deducible de impuestos.
- **Establezca contacto con la oficina que regula a las organizaciones de caridad y pedidos de donaciones de beneficencia en su estado de residencia** para verificar si la organización o el recaudador están obligados a registrarse. Si así fuera, verifique que la compañía con la que está hablando esté debidamente registrada. Para consultar la lista de oficinas estatales, visite el sitio Web de *National Association of State Charity Officials*: [www.nasconet.org/agencies](http://www.nasconet.org/agencies). Su oficina estatal también puede verificar qué proporción del monto de su donación se destina a los fines benéficos y qué parte se deriva a los gastos de recaudación y costos administrativos.
- **No tema preguntar quién quiere su dinero.** Algunas entidades de caridad contratan recaudadores de fondos profesionales para campañas de recaudación de gran escala por correo o teléfono en lugar de utilizar su propio personal o voluntarios y luego usan una parte de las donaciones para pagar los honorarios del recaudador. Si lo llaman para pedirle una donación, pregúntele a la persona si es un recaudador pago, para quién trabaja y qué porcentaje de su donación se destinará al fin benéfico y que parte se derivará al recaudador. Si no le contestan con claridad — o si no le gusta la respuesta — considere destinar su donación a otra organización.
- **Llame a la entidad de beneficencia.** Averigüe si la organización está al tanto del pedido de las donaciones y si autorizó el uso de su nombre. Si así no fuera, es posible que esté tratando con un estafador oportunista.
- **Verifique con los beneficiarios locales.** Si para usted es importante que su donación llegue a las manos de las organizaciones locales, asegúrese de que se beneficien de su generosidad. Si le dicen que su dinero apoyará a una organización local, como por ejemplo al cuartel de bomberos, departamento de policía u hospital, llame a la organización para verificarlo.
- **Tenga cuidado con los nombres que suenan parecidos.** Algunas organizaciones de caridad falsas usan nombres que se parecen bastante a los de las organizaciones respetables y legítimas. Si percibe que existe una pequeña diferencia con el nombre de la entidad a la que desea beneficiar, llame para verificarlo.
- **Conozca la diferencia entre los términos “exento de impuestos” y “deducible de impuestos”.** *Exento de impuestos* significa que la organización no tiene que pagar impuestos. *Deducible de impuestos* significa que usted puede deducir el monto de su contribución de su declaración del impuesto federal sobre los ingresos. Aunque una organización esté exenta de impuestos, su contribución puede no ser deducible de impuestos. Si para usted es importante que la contribución sea deducible, pida un recibo en el cual conste el monto de

su contribución y que indique que es deducible a los efectos impositivos.

Tenga cuidado con las organizaciones que utilicen términos confusos que sugieran que la organización está exenta de impuestos. Por ejemplo, el hecho de que una organización tenga un “número de identificación impositiva” (*Tax I.D. number*), no significa que la organización sea benéfica ni que opere sin fines de lucro: todas las organizaciones con y sin fines de lucro deben poseer un número de identificación impositiva. Asimismo, una factura que incluya una frase del tipo “conservar este recibo para sus registros”, no implica que su contribución sea deducible de impuestos o que la organización esté exenta de impuestos.

- Confíe en sus instintos — y revise sus registros si tiene alguna duda sobre una promesa de donación o una contribución. Pueden tratar de engañarlo agradeciéndole una promesa o contribución que usted no hizo. Si no recuerda haber hecho una donación o si no tiene registro de su promesa, resístase a la presión de donar.
- **Rechace los pedidos de donaciones con argumentos de alta presión.** Por lo general, los recaudadores de donaciones que actúan legítimamente no ejercen presión para que haga su donación en el acto.
- **Tenga cuidado con las entidades de caridad que ofrezcan enviarle un servicio de mensajería** o de entrega urgente para retirar su donación inmediatamente.
- **Considere los costos.** Cuando compre mercadería o boletos para eventos especiales o cuando reciba artículos

“gratuitos” a cambio de su donación, recuerde que tanto los eventos como los artículos tienen un costo extra y que generalmente se pagan con una parte de su contribución. Aunque esto puede resultar una herramienta efectiva de recaudación, puede dejar menos dinero disponible para la entidad de caridad.

- **Tenga cuidado con las promesas de premios garantizados a cambio de su contribución.** Conforme a la ley de Estados Unidos, para participar de un sorteo de premios usted no está obligado a hacer una donación.
- **No envíe ni entregue donaciones en dinero en efectivo.** El dinero puede perderse o ser robado. Tanto por su seguridad como para sus registros impositivos, lo mejor es hacer las donaciones por medio de cheque — emitido a nombre del beneficiario y no del solicitante. Si está pensando en hacer una donación en línea, busque indicadores de seguridad del sitio, como por ejemplo un ícono que representa un candado y que aparece en la barra de estatus del navegador, o un URL que comience con “https:” (la “s” corresponde a “seguro”).

### ANTES DE DONAR

Antes de abrir su chequera, verifique la legitimidad de la organización de caridad que está considerando ante las siguientes organizaciones. Nota: Hay muchas entidades de caridad pequeñas, nuevas o locales que tal vez no estén calificadas por las organizaciones que se listan a continuación. Es posible que las organizaciones fraternas, como por ejemplo los grupos de policías y bomberos, no figuren en sus archivos. Si la entidad de caridad que le pide una donación

## Información para Consumidores

no está listada ni calificada, aplique las precauciones enumeradas en la sección “Lista de Verificación de Caridad” para poder determinar si merece su contribución.

### **BBB Wise Giving Alliance**

4200 Wilson Boulevard, Suite 800  
Arlington, VA 22203  
(703) 276-0100  
[www.bbb.org/charity](http://www.bbb.org/charity)

American Institute of Philanthropy  
P.O. Box 578460  
Chicago, IL 60657  
(773) 529-2300  
[www.charitywatch.org](http://www.charitywatch.org)

### **Charity Navigator**

1200 MacArthur Blvd.  
Mahwah, NJ 07430  
(201) 818-1288  
[www.charitynavigator.org](http://www.charitynavigator.org)

### **GuideStar**

4801 Courthouse Street, Suite 220  
Williamsburg, VA 23188  
(757) 229-4631  
[www.guidestar.org](http://www.guidestar.org)

### **SOCIEDADES DE AYUDA PARA EL PERSONAL MILITAR**

Aunque el Departamento de Defensa de EE.UU. no endosa ninguna entidad de beneficencia, usted puede informarse sobre las sociedades que apoyan al personal militar visitando en Internet  
[www.militaryhomefront.dod.mil](http://www.militaryhomefront.dod.mil).

### **CÓMO REDUCIR LOS PEDIDOS DE DONACIONES POR TELÉFONO Y CORREO DIRECTO**

Usualmente, cuando usted hace una donación para una entidad de beneficencia, su nombre

se coloca en una lista de contactos. La entidad de beneficencia utiliza esta lista para volver a contactarlo y pedirle otras donaciones futuras, y con frecuencia, alquila o intercambia su lista con otras organizaciones de caridad y recaudadores. Si se siente agobiado con la cantidad de pedidos de donación, puede seguir los siguientes pasos.

- Pídale a la entidad de beneficencia que coloque su nombre en su lista “no llame”. De acuerdo a lo establecido por ley, la entidad no puede volver a contactarlo. Si lo hacen, repórtelo a su Fiscal General estatal ([www.naag.org](http://www.naag.org)) o a su agencia local de protección del consumidor ([www.consumeraction.gov](http://www.consumeraction.gov)). Puede consultar los números de teléfono de estas organizaciones en su guía telefónica, por medio del servicio telefónico de informaciones o a través de directorios Web.
- Incluya una nota junto con su donación pidiéndole a la organización de caridad que no alquile, venda ni intercambie su información personal ni sus antecedentes como donante.
- Pídale a la organización que limite sus pedidos de donación a una o dos veces por año. Si la organización no cumple con su pedido, tal vez desee buscar otra entidad de beneficencia para brindarle su apoyo.
- Inscríbase en el servicio *Mail Preference Service* (MPS) de *Direct Marketing Association* (DMA) visitando en Internet [www.dmachoice.org](http://www.dmachoice.org). El servicio MPS de esta asociación es gratuito y le permite optar por no recibir correo comercial no solicitado de parte de

varias compañías del país durante cinco años. Al inscribirse en este servicio, se incluirá su nombre en un archivo de “eliminación” y este registro será puesto a disposición de los comerciantes que utilizan el sistema de correo directo. No obstante, al inscribirse en este servicio MPS de la *Direct Marketing Association* no podrá impedir que las organizaciones que no lo utilizan continúe enviándole correspondencia. La DMA también tiene un servicio similar pero para el correo electrónico, el servicio *Email Preference Service* lo ayuda a reducir la cantidad de mensajes de correo electrónico comerciales no solicitados. Para optar por no recibir mensajes de correo electrónico comerciales no solicitados de los miembros de DMA, visite en Internet [www.dmachoice.org/EMPS](http://www.dmachoice.org/EMPS). La solicitud que complete en línea tendrá una validez de cinco años.

- Inscribese en el Registro Nacional No Llame — la manera fácil y gratuita de reducir la cantidad de llamadas de telemarketing. Aunque las entidades de beneficencia están exentas del cumplimiento de la Regla de Ventas de Telemarketing de la FTC que implementó este Registro, algunas de ellas no lo volverán a llamar cuando sepan que usted no desea recibir llamadas. Para inscribir su número de teléfono o para obtener más información, visite [www.donotcall.gov](http://www.donotcall.gov), o llame al 1-888-382-1222 desde el teléfono que desea inscribir. Dentro de los tres meses siguientes a la fecha de inscripción de su número de teléfono, recibirá menos llamadas de telemarketing. Los números de teléfono inscritos en el Registro serán removidos cuando sean desconectados y reasignados, o cuando usted opte por quitarlos del Registro.

### REGLA DE VENTAS DE TELEMARCADEO

La Regla de Ventas de Telemarketing de la FTC se aplica a los telemarketers que efectúan llamadas traspasando los límites estatales en nombre de organizaciones de beneficencia. La Regla restringe los horarios de las llamadas entre las 8 de la mañana y las 9 de la noche. La Regla también establece que los telemarketers deben identificar inmediatamente el nombre de la organización de caridad a la cual representan, y si piden una contribución, deben informar el propósito de la llamada. Los telemarketers no pueden inducirlo a error ni mentirle respecto de su contribución.

### PARA MÁS INFORMACIÓN Y PARA PRESENTAR QUEJAS

Para aprender más sobre cómo lograr que sus donaciones cumplan con su objetivo, visite [www.ftc.gov/donaciones](http://www.ftc.gov/donaciones).

Si usted sospecha que una organización en particular no está operando con fines benéficos o piensa que está haciendo pedidos de contribuciones con argumentos engañosos, establezca contacto con el Fiscal General de su estado de residencia ([www.naag.org](http://www.naag.org)) o con su agencia local de protección del consumidor ([www.consumeraction.gov](http://www.consumeraction.gov)). Puede conseguir los números de teléfono de estas organizaciones en su guía telefónica, por medio del servicio telefónico de informaciones o a través de directorios Web.

También puede presentar una queja ante la Comisión Federal de Comercio. La FTC trabaja en favor del consumidor para la prevención de prácticas comerciales fraudulentas, engañosas y desleales y

## Información para Consumidores

para proveer información para ayudar a los consumidores a identificar, detener y evitar dichas prácticas. Para presentar una queja o para obtener información gratuita sobre temas de interés del consumidor visite **ftc.gov/espanol** o llame sin cargo al 1-877-FTC-HELP (1-877-382-4357); TTY: 1-866-653-4261. La FTC ingresa las quejas presentadas por los consumidores a una base de datos segura y herramienta investigativa llamada Red Centinela del Consumidor (*Consumer Sentinel*) que es utilizada por cientos de agencias de cumplimiento de las leyes civiles y penales en los Estados Unidos y del extranjero.

FEDERAL TRADE COMMISSION	ftc.gov
1-877-FTC-HELP	FOR THE CONSUMER

**Comisión Federal de Comercio**  
Buró de Protección del Consumidor  
División de Educación del Consumidor y los Negocios