

Filantropía Local:

DESAFÍOS Y BUENAS PRÁCTICAS EN CHILE



Filantropía Local:

DESAFÍOS Y BUENAS PRÁCTICAS EN CHILE

Publicación del Centro de Filantropía e Inversiones Sociales de la Escuela de Gobierno de la Universidad Adolfo Ibáñez (CEFIS UAI), con el apoyo de Charles Stewart Mott Foundation. Todos los derechos reservados. Se permite su reproducción parcial citando la fuente.

Disponible en formato digital:

<https://cefis.uai.cl/publicaciones/estudios/>

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN

Autoras:

Rocío Vallespin, coordinadora de investigación CEFIS UAI.

Magdalena Aninat, directora CEFIS UAI.

Investigadores:

Rocío Vallespin, coordinadora de investigación CEFIS UAI.

Benjamín Barros, asistente de investigación.

Diseño y diagramación:

Loreto Da Bove.

Septiembre 2022



CHARLES STEWART
MOTT FOUNDATION

CEFIS

CENTRO DE FILANTROPÍA
E INVERSIONES SOCIALES
UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ



UAI
UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ

Contenidos:

**MENÚ
INTERACTIVO** 
CLICK PARA NAVEGAR

Presentación p. 4	Introducción: colaboración y territorio p. 6	Principales hallazgos p.10
Metodología del estudio p. 14	Capítulo 1: ¿Quiénes y cómo se moviliza la filantropía local a los largo del país? p. 22	Capítulo 2: Estrategias para movilizar la filantropía local p. 34
Capítulo 3: Principales desafíos para movilizar la filantropía local a nivel territorial p. 44	Recomendaciones y conclusiones p. 52	Bibliografía p.62



Presentación

Introducción:
colaboración
y territorio

Principales
hallazgos

Metodología
del estudio

Capítulo 1:
¿Quiénes y cómo
se moviliza la
filantropía local a
los largo del país?

Capítulo 2:
Estrategias para
movilizar la
filantropía local

Capítulo 3:
Principales
desafíos para
movilizar la
filantropía local a
nivel territorial

Recomendaciones
y conclusiones

Bibliografía

A MENUDO SE PLANTEA QUE EL VALOR DE LAS ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO RADICA EN GESTIONAR INICIATIVAS QUE SE HACEN CARGO DE NECESIDADES DESATENDIDAS POR EL ESTADO O EL MUNDO PRIVADO. ESTA MIRADA, SI BIEN ES CIERTA, ES INSUFICIENTE. EN LA SOCIEDAD CIVIL SE CREAN ESPACIOS DE COOPERACIÓN ENTRE ACTORES DIVERSOS PARA PROPÓSITOS DE BENEFICIO PÚBLICO, SE EXPRESA EL PLURALISMO PROPIO DE UNA SOCIEDAD DEMOCRÁTICA, Y SE IMPULSAN ASUNTOS EMERGENTES PARA QUE SE INCORPOREN EN LA AGENDA PÚBLICA.

Magdalena Aninat

Directora

Centro de Filantropía e Inversiones Sociales
Universidad Adolfo Ibáñez

En Chile hemos visto un enorme crecimiento y formalización de las organizaciones de la sociedad civil, especialmente a partir del año 2011. Sin embargo, esta multiplicación de iniciativas no ha tenido su correlato en el crecimiento de los aportes filantrópicos, altamente concentrados en un número limitado de donantes y un número acotado de organizaciones donatarias: el 3% del total de fundaciones y asociaciones sin fines de lucro activas logra levantar aportes privados (Aninat, 2022). A ello sumamos una alta concentración geográfica, principalmente focalizados en la Región Metropolitana y zonas más pobladas.

En un momento de cambios político-institucionales en Chile, donde el país avanza hacia una mayor descentralización, y donde los desafíos globales (como la pandemia y el cambio climático) se viven de manera diferente en cada territorio, es fundamental potenciar la participación activa de personas, empresas y organizaciones en el desarrollo de comunidades sostenibles. La promulgación en 2022 de la nueva ley N°21.440 de donaciones con beneficios tributarios en apoyo a las entidades sin fines de lucro, abre un nuevo mecanismo para que fundaciones y asociaciones sin fines de lucro participen del sistema de donaciones, no solo a nivel nacional sino también a nivel local. La nueva ley facilita los procedimientos para que participen organizaciones como donatarias y se amplían la lista de fines a los cuales donar con beneficios tributarios, incluyendo explícitamente el desarrollo comunitario local o urbano.

Presentación

En este marco, el CEFIS presenta el estudio Filantropía Local, una mirada en profundidad sobre las contribuciones monetarias y no monetarias de distintos actores destinadas a iniciativas vinculadas a sus propios territorios. El estudio identifica también los desafíos que enfrentan las organizaciones para la movilización de aportes locales, generando recomendaciones para potenciar su desarrollo.

Este estudio es parte de una iniciativa impulsada por el CEFIS en conjunto con la Fundación C.S. Mott de Estados Unidos, la Comunidad de Organizaciones Solidarias y una serie de organizaciones en Chile, para impulsar el desarrollo de fundaciones territoriales en el país, un tipo de entidad dedicado a movilizar a actores de una comunidad a contribuir activamente a iniciativas de la propia comunidad.

Charles Stewart Mott, uno de los fundadores de General Motors que legó en 1926 su fortuna a la fundación que lleva su nombre, visualizaba un mundo en el cual la calidad de vida de cada individuo está conectada con el bienestar de su comunidad, a nivel local y global. En tiempos de cambios se hace necesario profundizar los espacios de cooperación a nivel local y avanzar hacia el bienestar de las diversas comunidades que conforman nuestro país.



Introducción: colaboración y territorio

Chile se encuentra en un momento de transformaciones sociales, políticas e institucionales. La crisis o estallido social de octubre de 2019 inicia el proceso político con foco en atender el descontento respecto de múltiples aspectos del modelo de desarrollo vigente, vinculados a la desigualdad económica y de oportunidades, y la brecha entre la zona central y las regiones, entre otros ámbitos. La necesidad apremiante de atender el malestar social derivó en un proceso de cambio constitucional que generó una reflexión en torno a una multiplicidad de temas, entre ellos, el rol del Estado y de los diferentes actores de la sociedad civil y del mundo privado, y la interacción entre estos tres grandes actores en el ámbito de lo público. En este

proceso de reflexión y cambios, la noción de bienestar ciudadano y territorial ha emergido con fuerza. Uno de los temas que se ha instalado en este proceso de discusión es la descentralización del país, proceso que había comenzado su camino ya con la primera elección de gobernadores regionales en la historia del país en mayo de 2021, quienes se erigen como la máxima autoridad regional electa con cierto poder de decisión. En esta línea, en la discusión constitucional ha tomado especial relevancia la importancia de tomar en consideración las visiones, necesidades y particularidades territoriales en un país con realidades

tan diversas, y fortalecer los espacios para la toma de decisiones descentralizada, donde las regiones puedan determinar las directrices de desarrollo más pertinentes para ellas y su territorio.

SI BIEN EL AUMENTO DE LA PRÁCTICA COLABORATIVA SE DIO TANTO ENTRE PARES COMO ENTRE DIFERENTES ACTORES DE LA SOCIEDAD, EN DISTINTOS NIVELES Y EN UNA DIVERSIDAD DE ÁMBITOS, ESTA COLABORACIÓN SE DIO PARTICULARMENTE EN LOS MISMOS TERRITORIOS, IMPULSANDO UN FLORECIMIENTO DE LO QUE SE HA CONCEPTUALIZADO COMO FILANTROPÍA LOCAL, COMUNITARIA O TERRITORIAL, FENÓMENO EN EL QUE BUSCA INDAGAR EL PRESENTE ESTUDIO.

Por otra parte, otra tendencia que cambia la interacción entre el Estado, sector privado y sociedad civil en el país es fruto de un cambio que emerge ante la magnitud de los efectos de la pandemia del Covid-19. La crisis sanitaria y sus múltiples efectos vino a mostrar una vez más que, para sortear momentos de crisis, la colaboración entre el Estado, el sector privado y las organizaciones de la sociedad civil es vital, dado que permite generar acciones más integrales y efectivas

ante los desafíos que se presentan, poniéndose de manifiesto que cada actor por separado no logra los mismos resultados que si actúan en colaboración.

En esta crisis el rol e importancia de las organizaciones de la sociedad civil (OSC) que tenían conocimiento de la realidad territorial fue especialmente relevante para atender las necesidades más apremiantes en los momentos más críticos de las cuarentenas. El nivel de la colaboración alcanzó así niveles históricos. De acuerdo a los datos disponibles, “el 90% de las organizaciones encuestadas afirman que

Introducción: colaboración y territorio

Introducción:
colaboración
y territorio

Principales
hallazgos

Metodología
del estudio

Capítulo 1:
¿Quiénes y cómo
se moviliza la
filantropía local a
los largo del país?

Capítulo 2:
Estrategias para
movilizar la
filantropía local

Capítulo 3:
Principales
desafíos para
movilizar la
filantropía local a
nivel territorial

Recomendaciones
y conclusiones

Bibliografía

colaboraron con otra OSC, algún organismo público o privado durante 2020” (Irrarrázaval, y otros, 2021) este porcentaje solo considera nuevas colaboraciones, sin tomar en consideración las preexistentes. Más específicamente, “el 81% de las organizaciones colaboró con otra OSC (fundaciones, juntas de vecinos, organizaciones comunitarias, organizaciones internacionales), el 64% con empresas privadas y el 58% con organismos públicos. De las organizaciones que colaboraron con organismos públicos (57 casos), el 60% lo hizo con organismos del nivel central, el 40% con el nivel regional y un 68% a nivel local” (Irrarrázaval, y otros, 2021). En efecto, “la capacidad de multiplicar el impacto y ampliar el alcance de las acciones es uno de los efectos más relevantes que identifican los participantes de las iniciativas colaborativas” (Aninat & Vallespin, 2022), lo que contrasta fuertemente con los datos recogidos dos años antes, en 2018 en el Primer Barómetro de filantropía en Chile, donde “solo el 36% de donantes y organizaciones donatarias percibían que las alianzas de mediano plazo son fáciles y comunes en el sector” (Aninat & Vallespin, 2019).

La práctica de colaboración emergió con fuerza también a nivel de organizaciones de base, formales e informales, desde una práctica de solidaridad y apoyo que se manifestó durante la pandemia en forma de ollas comunes y otras iniciativas de colaboración entre vecinos. “En todos los casos, las ollas se insertan en lógicas locales y territoriales: funcionan en la junta de vecinos, en una iglesia, o

en un centro comunitario o social (por ejemplo, el club deportivo) del barrio (56% de los casos) y, a veces, en la casa de alguna familia (33%), la que por distintas razones decide poner su casa a disposición de la comunidad” (Departamento de Geografía Universidad Alberto Hurtado, La olla de Chile y Asociación Geógrafas Chile, 2021).

Si bien el aumento de la práctica colaborativa se dio tanto entre pares como entre diferentes actores de la sociedad, en distintos niveles y en una diversidad de ámbitos, esta colaboración se dio particularmente en los mismos territorios, impulsando un florecimiento de lo que se ha conceptualizado como filantropía local, comunitaria o territorial, fenómeno en el que busca indagar el presente estudio.

Este fenómeno es especialmente relevante cuando vemos el crecimiento y formalización exponencial que ha experimentado el sector de las OSC en las últimas décadas. A marzo de 2020 en Chile se contabilizaban 214.064 organizaciones de la sociedad civil activas¹, “cerca del 70% de ellas fueron creadas entre el año 2006 y 2020” siendo por ende la mayoría de ellas recientes, con la excepción de un “0,7%, es decir 1.481 organizaciones vigentes en la actualidad, que tienen más de 100 años de existencia” (Irrarrázaval & Streeter, Mapa de las Organizaciones de la Sociedad Civil, 2020). Cabe agregar que un 56% de las organizaciones surgieron de forma posterior a la promulgación en 2011 de la Ley N° 20.500: sobre asociaciones y participación ciudadana en la gestión pública, lo que evidencia que la

¹ Es decir, que han renovado y/o elegido a su directiva en los últimos cinco años y que se encuentran vigentes de acuerdo a la Ley N° 20.500 (Irrarrázaval & Streeter, 2020).

Introducción: colaboración y territorio

ley facilitó e incentivó la creación de organizaciones sin fines de lucro en el país. Las donaciones representan el 15% del financiamiento del sector² y es posible esperar que esta fuente de financiamiento se amplíe con la promulgación de la Ley N° 21.440 en abril de 2022. Este nuevo marco legal representa una oportunidad para ampliar la participación efectiva de las OSC en un sistema de donaciones, ampliamente concentrado en un número limitado de donantes y donatarias (Aninat, 2022), así como la oportunidad para potenciar la filantropía con foco en desarrollo comunitario local o urbano, uno de los fines nuevos que esta ley incorpora al sistema.

FILANTROPÍA LOCAL

A partir de los años 70, se identifica entre la práctica de la filantropía, la filantropía comunitaria o territorial. Este tipo de filantropía pone “el énfasis en agrupar y organizar los distintos recursos de una comunidad para transformar a sus integrantes de “beneficiarios” tradicionales en “co-inversionistas” de su propio proceso de desarrollo” (Hodgson & Pond, 2019). Podemos entender -y para efectos del presente estudio- la filantropía local como el aporte voluntario de distintos actores (personas individuales y empresas) relacionados a un territorio o a una comunidad hacia proyectos u organizaciones que actúan en beneficio de ese mismo territorio o comunidad. Es decir, contribuciones monetarias y no monetarias (voluntariado, donaciones en especies, redes, asesorías), tanto de personas naturales como de personas jurídicas

(empresas y fundaciones donantes) relacionadas a dicho territorio o comunidad. Su desarrollo depende de que existan, a nivel de una comunidad, las condiciones que potencian un ecosistema favorable al desarrollo de la filantropía: factores culturales y de confianza, condiciones económicas, capacidades de gestión y un marco legal adecuado, tal como es desarrollado en el índice creado en el Primer Barómetro de Filantropía en Chile (Aninat & Vallespin, 2019).

Ante las tendencias mencionadas -la descentralización a nivel institucional, la colaboración entre actores, el crecimiento del sector de la sociedad civil y la ampliación del sistema de incentivos tributarios a las donaciones- la filantropía local tiene el potencial de ampliar su desarrollo. En este marco, se hace especialmente relevante comprender el estado del arte y los desafíos de este fenómeno en el país. El presente estudio busca contribuir a ello. Específicamente, se busca comprender si la filantropía local es un concepto manejado y extendido en las OSC y cómo se desarrolla actualmente en el país. También tiene por objetivo entender si hay regiones donde es una práctica más extendida. Y, por último, busca identificar los desafíos y oportunidades para el desarrollo de la filantropía local tanto a nivel de ecosistema como a nivel de las propias organizaciones que movilizan aportes filantrópicos de personas naturales y jurídicas. Este estudio, de carácter exploratorio y descriptivo, contribuye por una parte a entender el fenómeno de la filantropía a nivel local y territorial, y, por otra parte, aporta a potenciar su desarrollo al proponer recomendaciones para las organizaciones y el ecosistema en las cuales estas actúan.

² Según datos de Sociedad en Acción del año 2015, el 15% del financiamiento de las OSC provenía de donaciones, el 44% de recursos propios y el 41% es público, siendo Chile uno de los países de América Latina donde los aportes del Estado son los más importantes. Sin embargo, se estima que solo el 3% del total de fundaciones y asociaciones sin fines de lucro activas logra levantar aportes privados. Además, la mayoría de las organizaciones que logran donaciones (que nunca ha superado los 1.000 casos) tiene solo entre uno y cinco donantes por año.

Introducción: colaboración y territorio



Principales hallazgos

¿QUÉ RELEVANCIA TIENE LA FILANTROPÍA LOCAL PARA LAS ORGANIZACIONES?

Un **51%** de las organizaciones de la sociedad civil participantes del estudio buscan activamente recursos a nivel local al momento de generar un nuevo proyecto en un territorio. De esas organizaciones que buscan intencionadamente donantes locales podemos decir que:

El **90%** de ellas cuenta con personal remunerado, y el **49%** con un equipo conformado por entre 1 y 10 personas remuneradas.

El **44,3%** de las OSC cuenta con un presupuesto de o hasta 100 millones de pesos.

Existe una relación positiva entre contar con mayor presupuesto y tener equipos de trabajo más extendidos: el **96%** de las organizaciones que cuentan con un presupuesto de 0 a 100 millones de pesos cuentan con un equipo conformado entre 1 y 10 personas remuneradas, mientras que el **73%** de las organizaciones que cuentan con un presupuesto mayor a 1.000.000.001 pesos tiene un equipo conformado por más de **40** personas.

Quienes buscan donaciones locales son entidades donde el peso de las donaciones como fuente de ingresos es relevante: en el **40%** de estas organizaciones, las donaciones representan entre el **51%** y **100%** del total de los recursos con los que cuentan, además para otro **21%** de estas organizaciones las donaciones significan entre el un tercio y la mitad de los ingresos.

Quienes buscan donaciones locales son entidades donde el rango de ingresos alcanza, en su mayoría (**62,3%**), los 350 millones de pesos.

El **77%** de las OSC tienen su sede principal en zona centro del país, y sólo un **33%** en el resto de las regiones del país. Porcentaje que cambia en relación a las regiones donde trabajan: donde un **53%** afirma trabajar en regiones distintas a la zona central. Las regiones más nombradas son: la Araucanía y O'Higgins con un **10,2%**, seguida de la región de Los Lagos con un **9,1%** de los casos.

Principales hallazgos

DONANTES LOCALES

El **44%** de las OSC buscan como donante principal a nivel territorial a empresas, seguido de un **25%** que busca a personas.

En relación a los distintos tipos de donaciones, las empresas son las principales aportantes de dinero (**40%**) y las personas de aportes no monetarios. Siendo especialmente relevantes en el voluntariado (**51%**) y en el apoyo en difusión de actividades (**40%**).

El tipo de empresas de las cuales reciben donaciones monetarias las OSC son mayoritariamente (**59%**) de empresas que tienen presencia en la región, ya sea porque su sede principal está en la región donde trabaja la organización (**33%**), o porque la empresa desarrolla actividades u operaciones en el territorio (**26%**).

Al analizar el tipo de donante que buscan las organizaciones en relación a la región donde se ubica su sede principal, es posible distinguir tres tipos de regiones en este aspecto: aquellas donde las OSC que tienen su sede se enfocan exclusivamente en empresas (Antofagasta, Atacama, Coquimbo, y Magallanes y la Antártica), regiones donde las OSC que tienen su sede se enfocan principalmente en personas (Aysén y Araucanía), y regiones donde existe una distribución diversa y equiparada entre los distintos tipos de aportantes (Valparaíso, Metropolitana y O'Higgins, Los Lagos).

Los tipos de aporte menos recibido son el apoyo administrativo (**51%**) y las asesorías (**34%**).

En el caso de la movilización de donaciones no monetarias menos de un **40%** de este tipo de donaciones proviene de empresas con presencia en la región, donde un **20%** proviene de empresas con su sede principal en el territorio, y un **17,6%** de empresas con operaciones en el territorio donde las OSC ejecutarán proyectos.

Principales hallazgos

ESTRATEGIAS PARA LEVANTAR DONACIONES LOCALES

La mayoría de las organizaciones que buscan donaciones locales cuentan con estrategias de recaudación de ellas. Si bien se buscó saber si las estrategias de recaudación de donaciones locales se diferenciaban de las estrategias generales, los datos muestran que las tres estrategias de búsqueda de donaciones más comunes se repiten en el mismo orden de prioridad en ambos casos, variando levemente en el porcentaje que representan cada una de ellas. Estas tres estrategias son:

La búsqueda intencionada de aportes de empresas vinculadas al territorio (**27,6%**).

La creación de una red de personas donantes (o red de socios) locales o vinculadas al territorio (**16,1%**).

Quienes buscan donaciones locales son entidades donde el rango de ingresos alcanza, en su mayoría (**62,3%**), los 350 millones de pesos.

ESTRATEGIAS DE VINCULACIÓN CON OTROS ACTORES LOCALES

Todas las organizaciones que buscan donantes locales implementan acciones de vinculación con otros actores al desarrollar un proyecto en un territorio. Las principales acciones son: 1. La colaboración con contrapartes estatales (**34%**), y 2. La colaboración con otras OSC (**26%**).

ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN DEL TRABAJO REALIZADO

Todas las organizaciones que buscan donaciones locales realizan difusión sobre su trabajo. Las principales estrategias de difusión son: 1. La difusión en redes sociales (**34%**), y 2. El trabajo en terreno (**33%**).

Principales hallazgos

DESAFÍOS Y PROYECCIONES

Las organizaciones identifican desafíos internos y externos para movilizar la filantropía local, así como condiciones generales que, de cambiar, podrían promover la filantropía local.

Los principales desafíos internos de las organizaciones para movilizar la filantropía son:

La falta de un equipo especializado o encargado exclusivamente de buscar donaciones (**44%**).

La falta de tiempo para buscar donaciones locales (**29%**), preocupación que es mayor para las organizaciones medianas.

Por otro lado, los principales desafíos percibidos en el entorno son:

El desinterés por realizar donaciones (**30%**).

La falta de recursos financieros suficientes para destinar a donaciones (**23%**).

Finalmente, el **93%** de las OSC que buscan donaciones territoriales cree que, si cambian ciertas condiciones, se podría promover la movilización de la filantropía local. Las principales oportunidades que perciben son:

El aumento de los incentivos para los actores locales que donen a los territorios locales donde se emplazan (**39%**), acción especialmente relevante para las organizaciones pequeñas.

El aumento de la información y capacitación a los actores locales para usar el sistema de donaciones (**34%**), acción particularmente importante para las organizaciones grandes.

Metodología del estudio

El presente estudio es una investigación exploratoria respecto de la práctica y desafíos de la filantropía local en Chile, en base a una combinación de fuentes de información primaria y secundaria. Esta última tiene relación con la revisión bibliográfica de la conceptualización de la filantropía local y datos relevantes del sector filantrópico. Por su parte, las fuentes primarias de información combinaron metodología cuantitativa y cualitativa.

Como metodología cuantitativa se aplicó una encuesta digital a un universo de 857 organizaciones de la sociedad civil, construido en base a la integración de dos bases de datos disponibles: una de organizaciones receptoras de donaciones del CEFIS UAI, y la base de datos de organizaciones del registro de donatarias de la ley N°19.885 de donaciones con fines sociales, descargada del sitio web del Ministerio de Desarrollo Social y Familia³. Tras cinco semanas de trabajo de campo – fines del mes mayo y junio– se logró un total de 288 participantes y 209 formularios completados, logrando una muestra representativa del universo a un 90% de nivel de confianza y un 5% de margen de error. Las características de las organizaciones participantes se describen a continuación.

Desde el aspecto cualitativo del estudio, se realizaron 10 entrevistas semiestructuradas a líderes de organizaciones sin fines de lucro que realizan sus actividades principales en distintas regiones del territorio nacional, y que buscan donaciones locales para su trabajo. La selección de informantes fue de carácter intencionado dada la especificidad del estudio. Se buscó organizaciones con características

en específico: organizaciones sin fines de lucro con un alcance territorial delimitado y/o que buscaran movilizar donaciones locales para su quehacer territorial. De forma adicional, se buscó contar con informantes con proyecto en distintas regiones, para identificar posibles diferencias en cuanto a condiciones del entorno cercano de las organizaciones de la sociedad civil.

Las técnicas de análisis utilizadas para este estudio mixto fueron la aplicación de un análisis descriptivo de los resultados de la encuesta, y un análisis de discurso a las 10 entrevistas realizadas a OSC con trabajo territorial o local. Junto con ello, se realizaron entrevistas a personas líderes de organizaciones que tienen un alto nivel de desarrollo en levantamiento de filantropía local que se incorporan en el estudio.

El estudio aborda las siguientes temáticas en torno a la filantropía local, entendida como el aporte voluntario monetario y no monetario de distintos actores (personas naturales y/o jurídicas) relacionados a un territorio o a una comunidad hacia proyectos u organizaciones que actúan en beneficio de ese mismo territorio o comunidad. El temario incluyó: a) características básicas de las organizaciones de la sociedad civil, b) la práctica y búsqueda de filantropía local por parte de organizaciones de la sociedad civil, y finalmente c) percepción que tienen las organizaciones de la sociedad civil de su entorno y de los desafíos y oportunidades que implica un mayor desarrollo de la filantropía local en los territorios donde trabajan.

Cabe mencionar que como Centro de Filantropía e

³ <http://sociedadcivil.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/>

Metodología del estudio

Inversiones Sociales nos comprometemos a resguardar la confidencialidad de la información que entregaron los encuestados, analizando y reportando los datos de manera agregada, de modo que los resultados generados no pueden en ningún ámbito identificar de manera individual a ninguno de los respondientes de la encuesta. Para la información recabada en las entrevistas, la identificación o anonimato de la organización o del entrevistado depende de los permisos entregados por ellos en la carta de consentimiento informado para realizar la entrevista.

CARACTERÍSTICAS ORGANIZACIONES PARTICIPANTES DEL ESTUDIO (ENCUESTA):

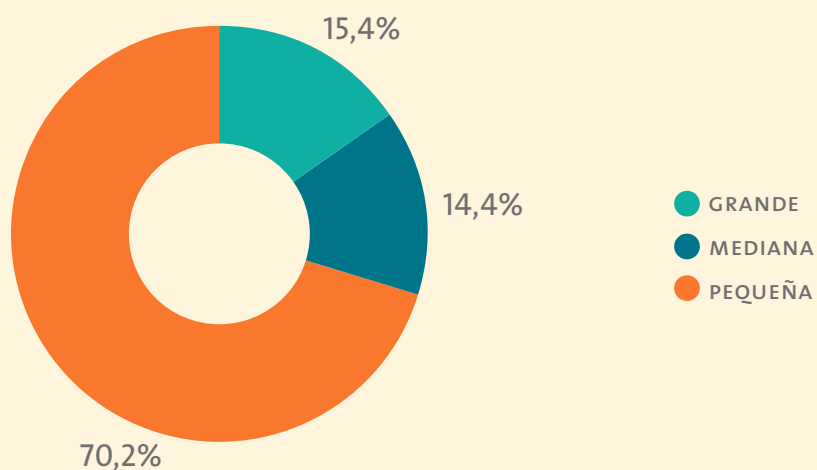
- Las organizaciones de la sociedad civil que respondieron la encuesta del estudio están distribuidas de la siguiente manera: asociación o corporación sin fines de lucro (56%), seguida de un 43,6% que están constituidas como fundaciones, sean estas independientes (34,3%) familiares (7,2%), empresariales (1%) o de derecho canónico, mencionadas en la categoría “Otra”. Es importante mencionar que en este caso solo un 0,5% de las organizaciones se definen como organización comunitaria, lo que tiene sentido pues las organizaciones encuestadas son donatarias, es decir, organizaciones sin fines de lucro que pueden recibir donaciones con incentivos tributarios para sus donantes, lo que es más fácil de gestionar y común con la figura legal de asociación o fundación.
- El 76% de las OSC tienen sus sedes centrales situadas en la zona centro del país (64% en la Región

Metropolitana y 12% en la Región de Valparaíso). Sin embargo, cuando revisamos las regiones en las cuales trabajan las OSC participantes del estudio, vemos que el 52% de ellas trabaja en regiones que no son parte de la zona central del país. Este cambio en la distribución indica que muchas OSFL con sede central en la Región Metropolitana trabajan en otras regiones, tienen presencia nacional e incluso en otros países.

- La mayoría de las organizaciones de la sociedad civil que participaron del estudio tienen una vigencia de entre 1 y 10 años (47%), seguidos de entre 11 y 20 años (23%). De las OSC que tienen entre 1 y 10 años de vigencia, un 21% corresponde a organizaciones con una vigencia de entre 1 y 5 años, el otro 26% corresponde a organizaciones con una vigencia entre 6 y 10 años.
- La mayoría de organizaciones de la muestra son pequeñas (70,2%), seguidas, con una distribución similar, por las organizaciones grandes (15,2%), y finalmente, por las organizaciones medianas (14,2%). Para efectos de análisis del estudio, se diferencian las organizaciones en base al presupuesto en tres categorías: pequeña: las que manejan un presupuesto de hasta 350 millones de pesos, medianas: las que manejan un presupuesto de entre 350.000.001 hasta 1.000 millones de pesos, y grandes las que cuentan con un presupuesto de más de 1.000.000.000 millones de pesos. La distribución de la muestra se muestra en el gráfico 1.

Metodología del estudio

GRÁFICO 1: TAMAÑO DE LAS ORGANIZACIONES QUE PARTICIPARON DEL ESTUDIO EN BASE A PRESUPUESTO



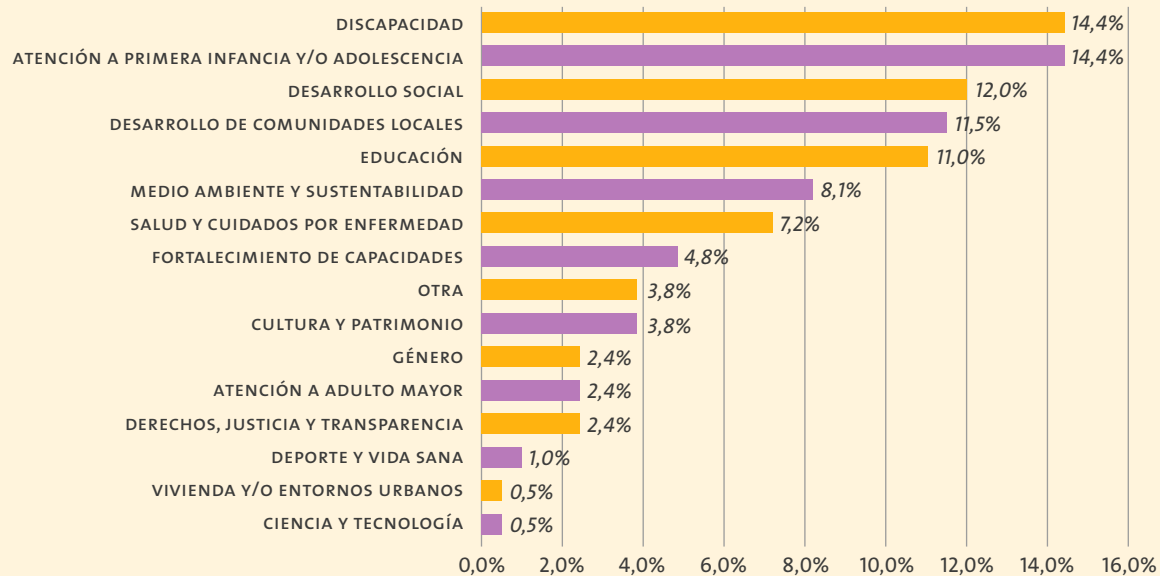
Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas, n=208.

- Las OSC que participaron del estudio trabajan principalmente en la atención a personas en situación de discapacidad (14,4%) y atención a primera infancia y/o adolescencia (14,4%), seguidas por temas de desarrollo, ya sea social (12%), englobando la superación de la pobreza y temas de reinserción social, y de desarrollo local o territorial (11,5%).
- En base a la localización de las sedes principales donde se sitúan las organizaciones que participaron del estudio, se puede apreciar que en general, las OSC tienen presencia a lo largo del territorio nacional, aunque se encuentran fuertemente concentradas en la zona central del país, como muestra el gráfico 3. No se logró participación de organizaciones presentes en dos regiones Tarapacá y Ñuble.

Metodología del estudio

- La concentración en la zona central del país (64% en la Región Metropolitana y 12% en la región de Valparaíso) coincide con la mayor concentración de cantidad de habitantes por regiones del país (Unidad Sistema Integrado de Información Territorial y Estadística, 2018).
- Las regiones en las cuales trabajan las OSC participantes del estudio también se concentran en la zona central del país (36% en la región Metropolitana y 12% en Valparaíso), sin embargo, se amplía la distribución y participación en otras regiones del país. Tal como muestra el gráfico 4,

GRÁFICO 2: ÁREAS DE TRABAJO DE LAS ORGANIZACIONES QUE PARTICIPARON DEL ESTUDIO



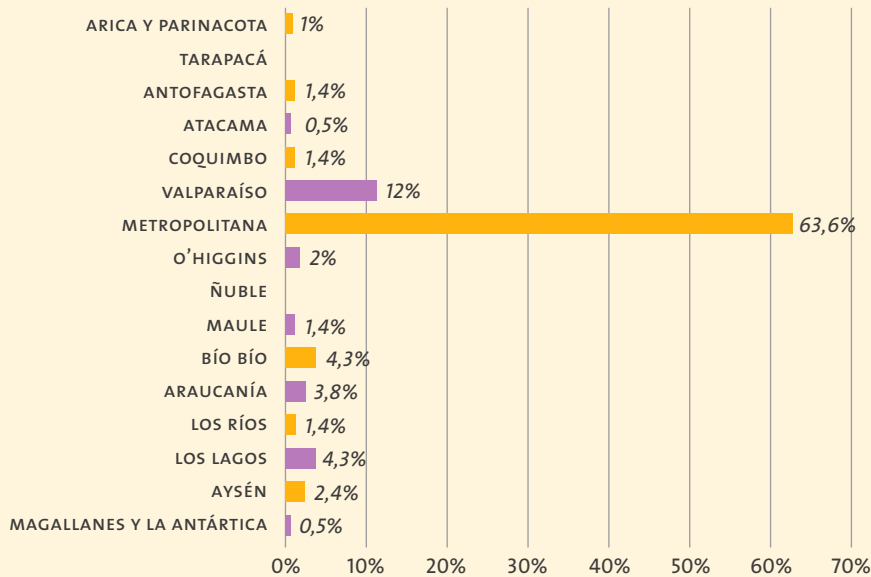
Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas, n=209. Para facilitar el análisis se agruparon ciertas categorías: 1. Desarrollo social contiene la suma de las categorías: Superación de la pobreza, Reinserción social (laboral, educacional), Prevención y tratamiento de adicciones a alcohol y drogas e Inserción laboral; 2. Derechos, justicia y transparencia contiene la suma de las categorías: Derechos humanos y/o civiles, Políticas públicas y transparencia y Justicia y seguridad; 3. Fortalecimiento de capacidades contiene la suma las categorías Asesorías y capacitación y Emprendimiento.

Metodología del estudio

todas las regiones aumentan su porcentaje cuando se trata del trabajo en ellas, excepto la región Metropolitana que los disminuye pues se reparte en el resto del país. Es decir, muchas organizaciones con sede central en la región Metropolitana trabajan en otras regiones e incluso en otros países, y también hay OSC que implementan su labor en regiones que no poseen sedes principales de ellas.

- Respecto del porcentaje del presupuesto anual de las organizaciones que corresponde a donaciones, un 20% no considera, o no logra, donaciones dentro de su presupuesto anual, mientras para un 13% de las organizaciones participantes el 100% del presupuesto de la organización corresponde a donaciones. Por su parte, para un 19,5% de las organizaciones las donaciones recibidas

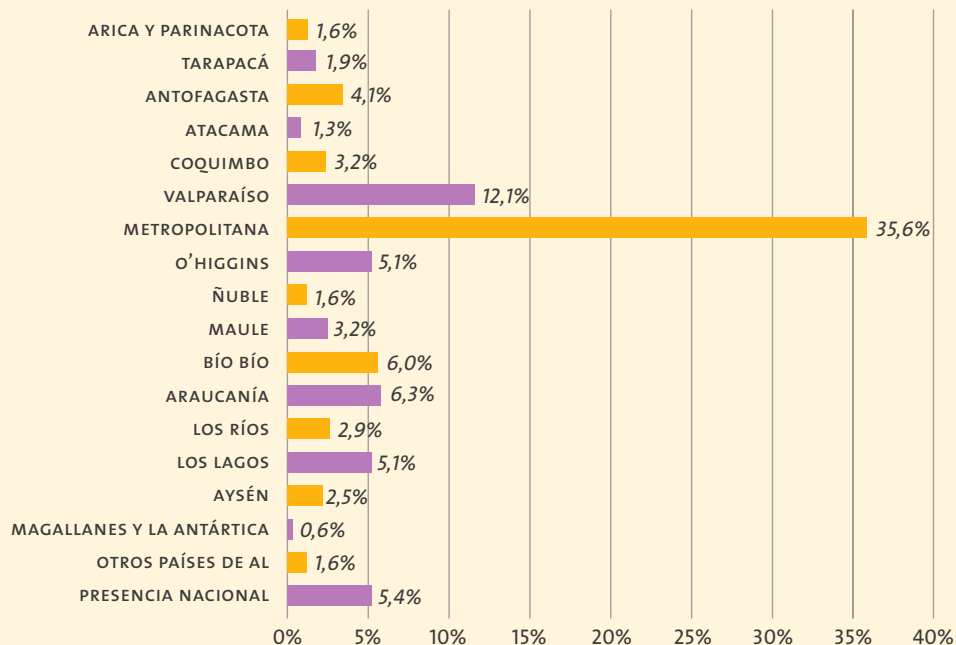
GRÁFICO 3: REGIÓN DE LOCALIZACIÓN DE LA SEDE PRINCIPAL DE LAS ORGANIZACIONES QUE PARTICIPARON DEL ESTUDIO



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas, n=209.

Metodología del estudio

GRÁFICO 4: REGIONES DONDE LAS ORGANIZACIONES QUE PARTICIPAN DEL ESTUDIO HAN EJECUTADO SU TRABAJO DURANTE EL ÚLTIMO AÑO



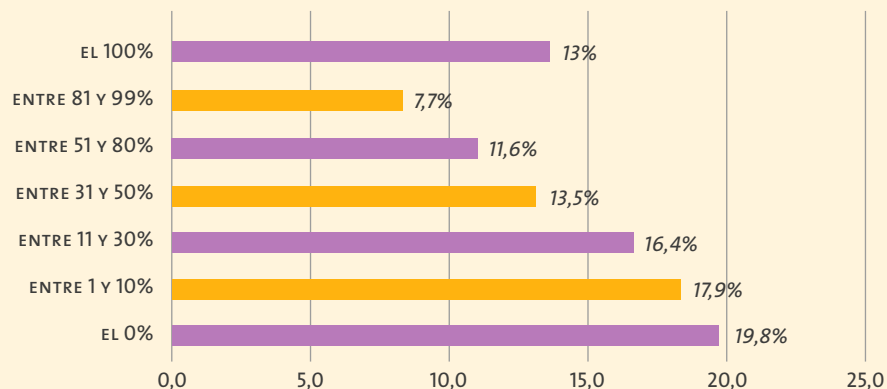
Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas, n=209, respuesta de opción múltiple por lo que el número total de referencia es 315.

Metodología del estudio

representan entre el 51 y 99% del presupuesto anual de la organización. Para el 48% restante, las donaciones representan entre el 1 y 50% del presupuesto anual de la organización, siendo menos dependientes de estas, como muestra el gráfico 5.

- Del total de organizaciones que participaron del estudio, el 51%, buscan activamente movilizar recursos del mismo territorio al momento de desarrollar un proyecto en él, mientras que el 49% restante generalmente no lo hace, como detalla el gráfico 6.

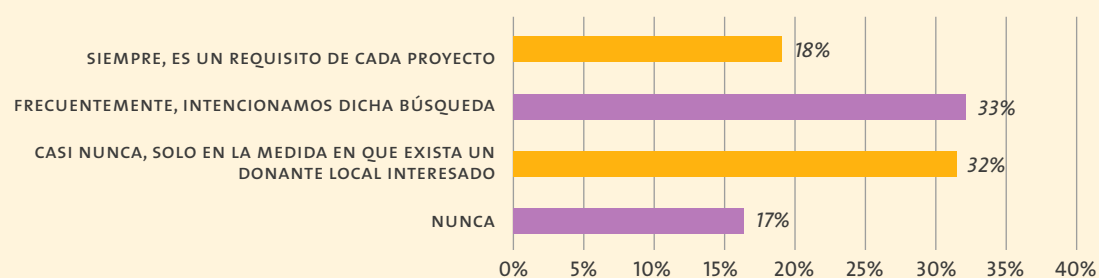
GRÁFICO 5: PORCENTAJE DEL PRESUPUESTO ANUAL DE LA ORGANIZACIÓN QUE CORRESPONDE A DONACIONES



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas, n=207.

Metodología del estudio

GRÁFICO 6: ¿CON QUÉ FRECUENCIA BUSCAN DONACIONES A NIVEL LOCAL AL MOMENTO DE GENERAR UN PROYECTO EN UN TERRITORIO?



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas, n=207.

Capítulo 1: ¿Quiénes y cómo se moviliza la filantropía local a lo largo del país?

La filantropía local, entendida como el aporte voluntario de distintos actores relacionados a un territorio o a una comunidad destinada a proyectos u organizaciones que actúan en beneficio de ese mismo territorio o comunidad, requiere un agente movilizador. Muchas veces son las organizaciones de la sociedad civil las que desarrollan las iniciativas que atienden una necesidad local, quienes movilizan y canalizan los aportes monetarias y no monetarias (voluntariado, donaciones en especies, etc.), tanto de personas naturales como de personas jurídicas (empresas y fundaciones donantes) relacionadas a dicho territorio o comunidad, ya sea porque residen en ella o bien tienen algún tipo de vínculo. Dado que el foco del presente estudio es justamente describir y entender mejor la práctica de filantropía local es que los análisis de este apartado se enfocan principalmente en el 51% de organizaciones para las cuales la filantropía local es relevante.

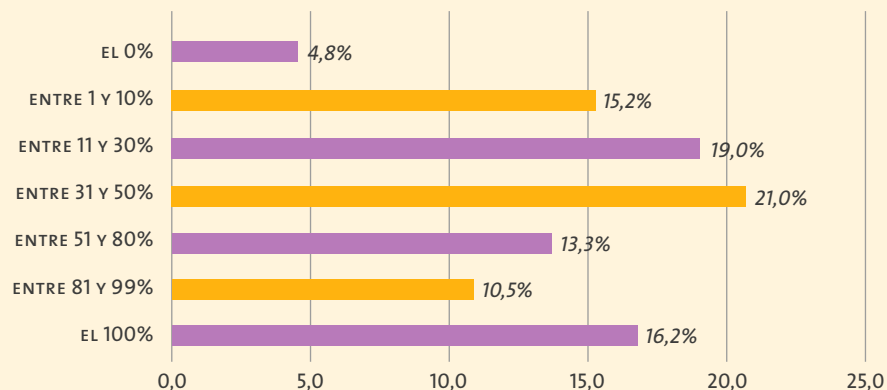
Quienes buscan donaciones locales son entidades donde el peso de las donaciones como fuente de ingresos es relevante. En el 40% de estas organizaciones, las donaciones representan entre el 51% y 100% del total de los recursos con los que cuentan, además para otro 21% de estas organizaciones las donaciones significan entre el un tercio y la mitad de los ingresos, mientras que para el 19% de las organizaciones este tipo de ingresos representa entre un tercio y un décimo de los recursos totales.

Solo para el 15% de las organizaciones las donaciones tienen un peso menor al 10% de sus ingresos totales, como especifica el gráfico 7 a continuación. A diferencia del total de las organizaciones que participaron del estudio, donde un 20% de ellas afirmaba que las donaciones no son parte de su presupuesto, en el caso de las OSC que buscan donaciones locales, sólo un 4,8% de ellas afirma que las donaciones representan un 0% de su presupuesto, es decir que este tipo de organización es más dependiente de las donaciones.

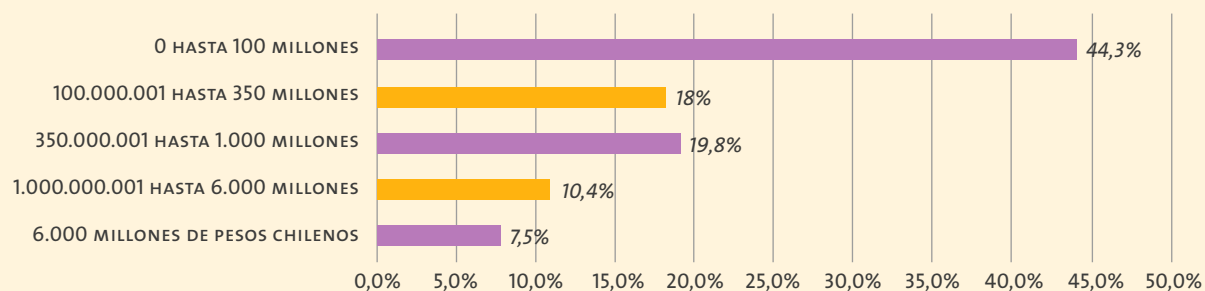
Quienes buscan donaciones locales son entidades donde el rango de ingresos alcanza, en su mayoría (62.3%), los 350 millones de pesos.

Como muestra el gráfico 8, el 44,3% de las organizaciones cuenta con un presupuesto de hasta 100 millones de pesos, un 18% cuenta con un presupuesto entre los 100 millones y 350 millones de pesos chilenos, mientras que un poco más de un tercio de las organizaciones está sobre este rango.

Capítulo 1

GRÁFICO 7: PORCENTAJE DE LOS RECURSOS TOTALES QUE REPRESENTAN LAS DONACIONES EN LAS ORGANIZACIONES QUE BUSCAN DONANTES LOCALES


Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas. N=105.

GRÁFICO 8: PRESUPUESTO DE LAS ORGANIZACIONES QUE LEVANTAN DONACIONES LOCALES


Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas. N= 106.

Cabe recordar que previamente, hemos categorizado el tamaño⁴ de las organizaciones en relación al presupuesto con el que cuentan. Así, si bien en términos generales las organizaciones que buscan donaciones locales tienen una distribución similar en términos de tamaño a la de la caracterización de la muestra (gráfico 1), donde las organizaciones clasificadas como pequeñas son mayoritarias, existen diferencias

estadísticamente significativas entre la proporción que representan cada tamaño de organización. En el caso de las OSC que buscan donaciones locales, vemos que el 62% de ellas son pequeñas, y que, a diferencia de los datos de la muestra general, en este caso las organizaciones medianas componen la segunda mayoría con un 20% de los casos, y el 18% restante son organizaciones clasificadas como grandes.

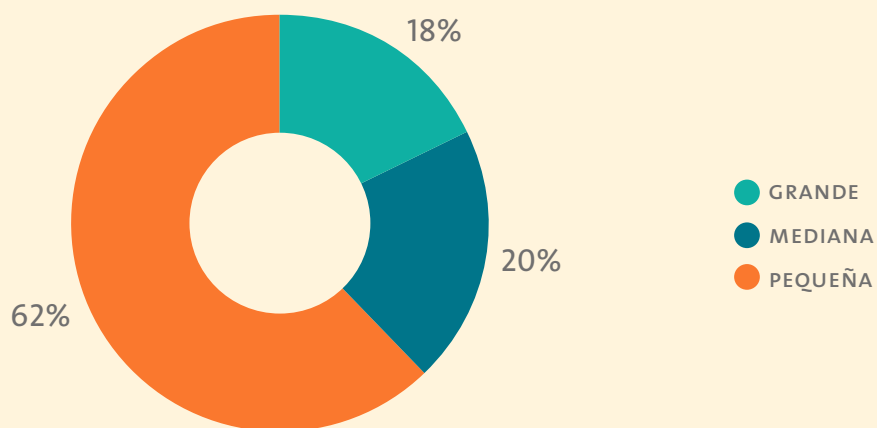
⁴ Recordar que el tamaño de las organizaciones se hizo en base a presupuesto con el que cuentan las organizaciones considerando como: pequeña: las que manejan un presupuesto de hasta 350 millones de pesos, medianas: las que manejan un presupuesto de entre 350.000.001 hasta 1.000 millones de pesos, y grandes las que cuentan con un presupuesto de más de 1.000.000.000 millones de pesos.

Capítulo 1

Por otro lado, las organizaciones que buscan donaciones locales en su gran mayoría cuentan con personal remunerado (90%), mayoritariamente con equipos de entre 1 y 20 personas (59%), mientras que sólo un 10% de las organizaciones no cuenta con personal remunerado y un tercio tiene más de 20 personas remuneradas, como muestra el gráfico

9. Cabe agregar que, si bien el 49% de las OSC tiene entre 1 y 10 personas remuneradas en sus filas, ese 49% está compuesto por: un 69% de organizaciones que tienen entre 1 a 5 personas contratadas y un 31% de organizaciones que tienen contratadas entre 6 a 10 personas.

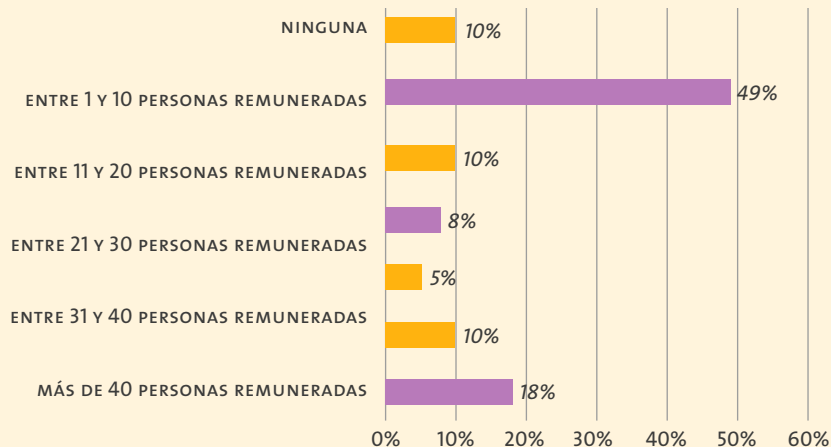
GRÁFICO 9: TAMAÑO DE LAS ORGANIZACIONES QUE BUSCAN DONACIONES LOCALES



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas, n=208.

Capítulo 1

GRÁFICO 10: CANTIDAD DE PERSONAS REMUNERADAS EN LAS ORGANIZACIONES QUE BUSCAN DONACIONES LOCALES



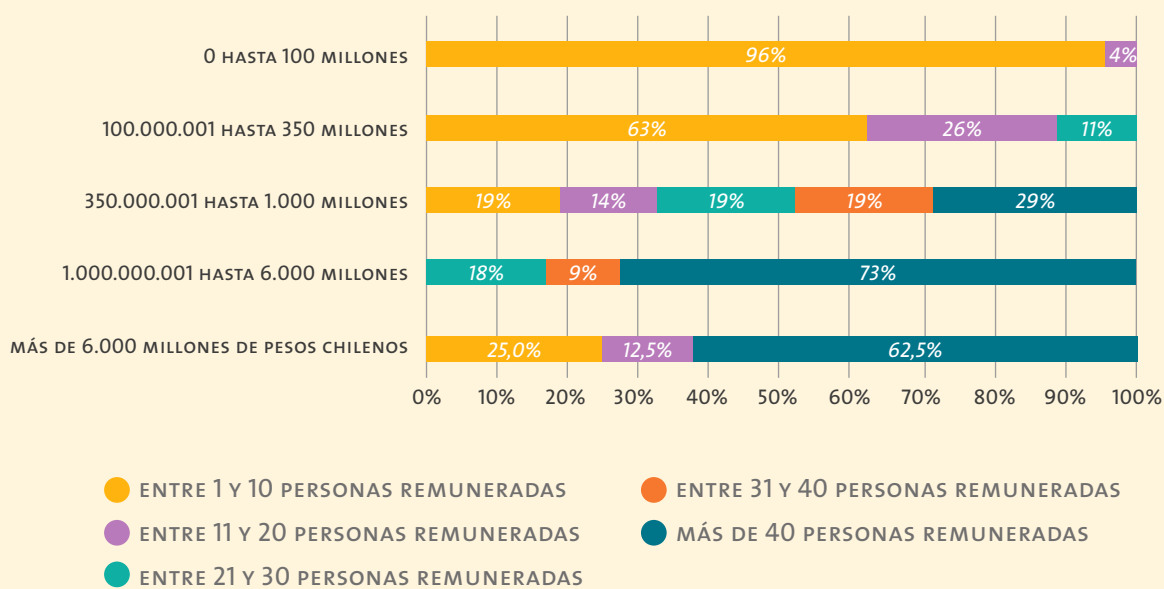
Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas, N=106.

Uno de los aspectos claves de la capacidad de levantamiento de donaciones locales es contar con capacidad interna para ello, como veremos en el análisis de desafíos. El cruce entre personal remunerado y presupuesto, permite identificar una correlación esperable entre ambas variables en el universo de organizaciones que buscan donaciones: **aquellas que cuentan con presupuestos más acotados son las que cuentan con una menor cantidad de personas remuneradas, mientras que aquellas con presupuesto más amplios cuentan con equipos más amplios**, como

muestra el gráfico 11. Las organizaciones que tienen un presupuesto de entre 0 a 100 millones de pesos son las que cuentan en un 96%, con un total de 1 a 10 personas remuneradas en su organización. Donde el 4% restante corresponde a organizaciones que tienen entre 11 y 20 personas remuneradas. En contraste con las organizaciones que cuentan con un presupuesto entre 1.000.000.001 a 6.000 millones, donde el 73% cuenta con más de 40 personas remuneradas dentro de sus organizaciones.

Capítulo 1

GRÁFICO 11: CANTIDAD DE RECURSOS Y PERSONAS REMUNERADAS EN ORGANIZACIONES QUE BUSCAN DONACIONES LOCALES



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas. N=106.

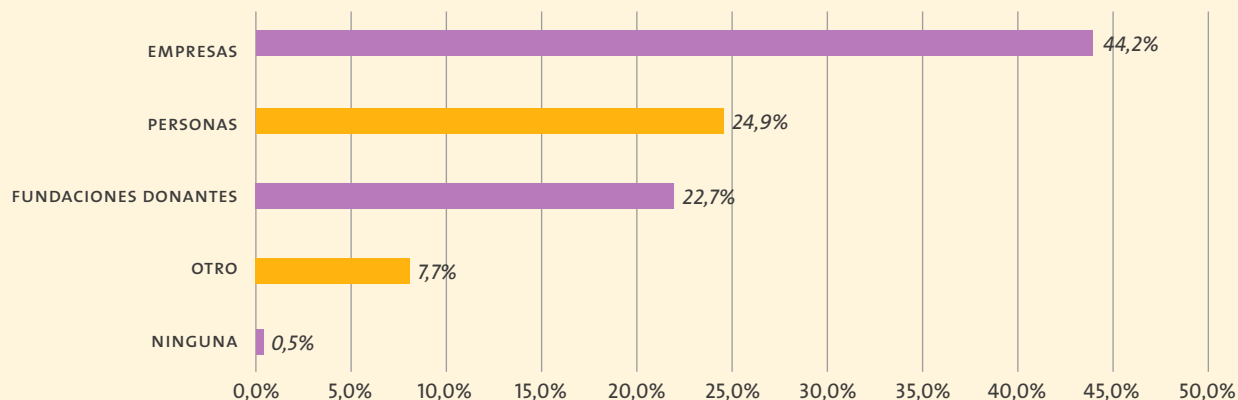
¿QUÉ TIPO DE DONANTES LOCALES BUSCAN LAS ORGANIZACIONES QUE MOVILIZAN FILANTROPÍA LOCAL?

Un elemento clave de la filantropía local y/o comunitaria es la colaboración entre los agentes territoriales en pro de un mejor desarrollo humano en la zona. **Las organizaciones que buscan donaciones locales buscan**

movilizar el aporte de tres tipos de actores en las localidades donde realizan su trabajo: principalmente empresas (44%), seguido de las personas (25%) y de fundaciones filantrópicas (23%) presentes en los territorios. De forma adicional, el 8% que representa la categoría “otros” refiere a la búsqueda y participación de fondos concursables públicos, ya sean estatales o regionales, como muestra el gráfico 12.

Capítulo 1

GRÁFICO 12: TIPO DE DONANTE PRESENTE EN EL TERRITORIO QUE BUSCAN MOVILIZAR LAS ORGANIZACIONES SOCIALES



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas.
Respuesta de opción múltiple con un total de 181 respuestas. N= 106.

Este enfoque y distribución de donantes se diferencia a nivel regional. Para ello, se debe tener en consideración que un 77% las sedes principales de las organizaciones que buscan activamente donaciones locales se encuentran en la zona central (65% en la Región Metropolitana y 12% en la Región de Valparaíso) y el 33% restante en regiones. Sin embargo, y nuevamente, esta realidad se invierte al revisar las regiones donde las organizaciones que buscan donaciones locales realizan su trabajo, donde si bien la zona central del país concentra un 47% de las organizaciones, el 53% de las organizaciones trabajan en regiones distintas a la Metropolitana y la de Valparaíso, dentro de las cuales

un 6,1% de las organizaciones tiene presencia nacional y un 2,4% trabaja en otros países de América Latina.

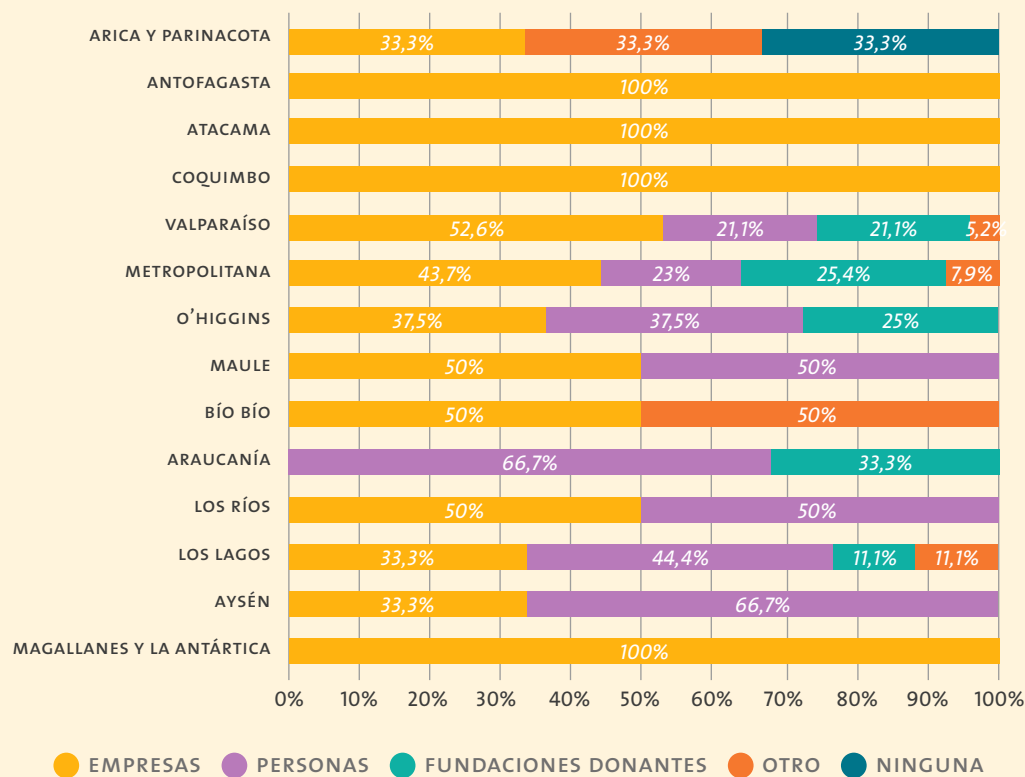
El gráfico 13 muestra la distribución de los tipos de donantes que buscan movilizar las organizaciones que buscan donaciones locales en sus territorios, en relación a la región donde se ubica su sede principal. **Es posible distinguir tres tipos de regiones en este aspecto: aquellas donde las organizaciones que tienen su sede principal se enfocan exclusivamente en empresas (Antofagasta, Atacama, Coquimbo, y Magallanes y la Antártica), regiones donde las organizaciones que tienen su sede se enfocan principalmente en personas**

Capítulo 1

(Aysén y Araucanía), y regiones donde existe una distribución diversa y equiparada entre los distintos tipos de aportantes (Valparaíso, Metropolitana, O'Higgins y Los Lagos). Cabe destacar que la única región en la cual las organizaciones no buscan donaciones de empresas locales es en la región de la Araucanía, donde a su vez existe un mayor peso de fundaciones donantes. En la región del Maule y

del Biobío, la búsqueda de donantes está dividida en forma equitativa entre empresas y personas en el primer caso, y entre empresas y otro tipo de fondos en el caso de la región del Biobío. Finalmente, es en la región de Arica y Parinacota donde las OSC que tienen sede en ella afirman que no buscan donantes distintos de empresas y postulaciones a fondos nacionales o regionales.

GRÁFICO 13: TIPO DE DONANTE QUE BUSCAN LAS ORGANIZACIONES QUE BUSCAN DONANTES LOCALES EN RELACIÓN A LA UBICACIÓN DE SU SEDE CENTRAL



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas.
 Respuesta de opción múltiple con un total de 181 respuestas. N= 106.

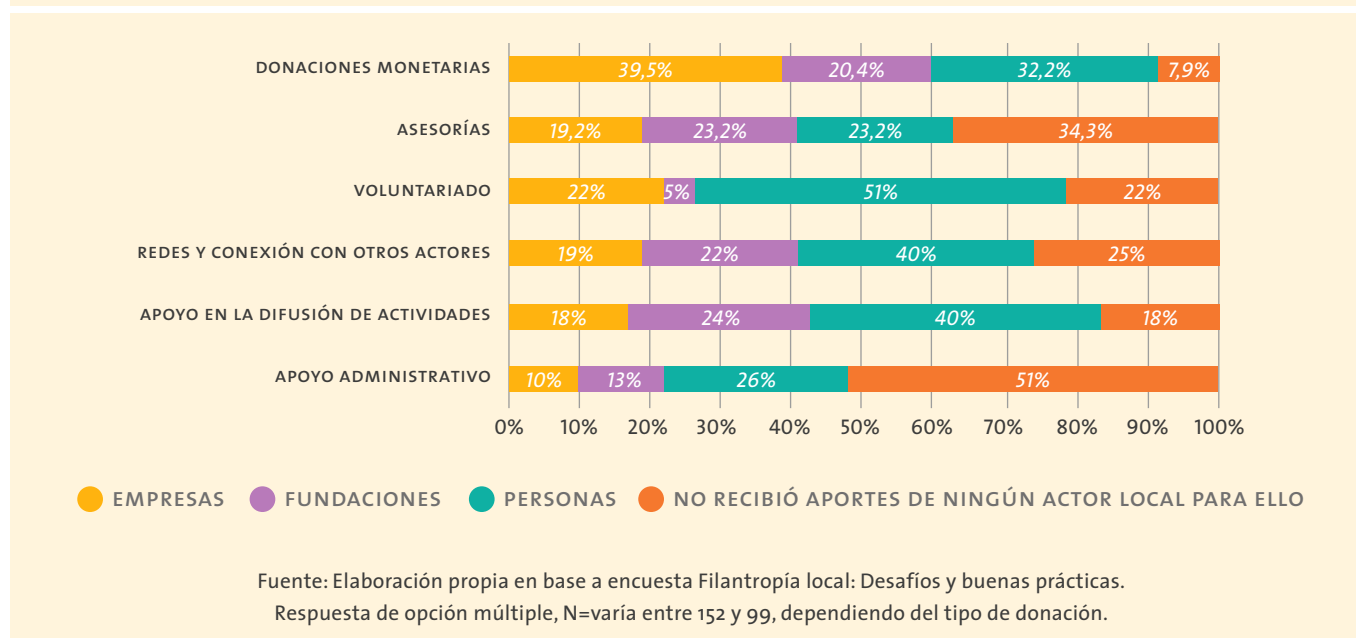
Capítulo 1

Sin lugar a dudas, el gráfico muestra que el tipo de donante local mayoritariamente buscado por las donatarias con sede en regiones son las empresas. Por su parte, si bien las organizaciones con sede principal en la zona central (65% en la Región Metropolitana y 12% en la Región de Valparaíso) también buscan mayoritariamente a empresas como donantes, en ambos casos también buscan donaciones de personas, de fundaciones donantes y postulan a fondos concursables o buscan financiamiento público para realizar su trabajo. Además, las organizaciones con sede en la zona metropolitana, son las únicas que buscan, en proporción, más donaciones de fundaciones donantes que de personas.

TIPO DE DONACIONES QUE ENTREGAN LOS DONANTES A NIVEL LOCAL

La movilización de la filantropía local incluye tanto los aportes monetarios, como también las múltiples formas de donaciones no monetarias, entre las cuales se puede considerar el apoyo con capital social para las OSC, asesorías, donación de insumos, participación en redes de voluntariado, establecimiento y activación de redes internas del territorio y capacitaciones en temas de interés, entre otras. ¿Qué tipo de donación están aportando mayoritariamente los distintos donantes? En el gráfico 14 a continuación, podemos observar cómo se distribuyen los diferentes donantes de acuerdo a tipo de aportes que entregan.

GRÁFICO 14: TIPOS DE DONACIONES ENTREGADOS POR TIPO DE DONANTES



Capítulo 1

Como hemos visto anteriormente, **las empresas son el actor del cual, en proporción, las organizaciones reciben más donaciones monetarias con un 39,5% de ellas, seguidas de las personas con un 32,2% y luego de las fundaciones donantes (20,4%).**

En cambio, las personas son el tipo de donante que predomina en las distintas formas de donaciones no monetarias: en voluntariado con un 51% de los casos, en apoyo en la difusión de actividades (40%) y en redes y conexiones con otros actores (34%).

Por otro lado, en la mayoría de los casos (51%), las organizaciones que buscan donaciones locales no han recibido apoyo administrativo de ningún donante, convirtiéndose en la forma de donación no monetaria que menos se recibe o entrega a nivel local. Un tercio de ellas tampoco ha recibido apoyo en asesorías, que, como veremos más adelante, es una necesidad de las organizaciones.

Finalmente, las fundaciones donantes son el tipo de actor del que menos se han recibido, en proporción, donaciones no monetarias. Con todo, tienen un rol no menor en el apoyo a la difusión de actividades (24%) y en la entrega de asesorías de distinto tipo (23,2%).

TIPO DE EMPRESAS DEL CUAL SE LOGRAN DONACIONES

Con el objetivo de conocer el tipo de empresas (en relación a su ubicación) de las cuales las organizaciones logran movilizar donaciones de distinto tipo (monetaria y no monetaria) al momento de buscar aportes para un nuevo proyecto en el territorio, vemos que las organizaciones tienen mayor claridad al respecto en el caso de las donaciones monetarias, donde sólo un 8% de ellas desconoce dicha información, mientras que en el caso de las donaciones no monetarias, el triple de las organizaciones afirma desconocer la ubicación de dichas empresas (24%). Cabe agregar que, como vimos previamente, las donaciones no monetarias son menos comunes, especialmente en el caso de las empresas.

Capítulo 1

Introducción:
colaboración
y territorio

Principales
hallazgos

Metodología
del estudio

Capítulo 1:
¿Quiénes y cómo
se moviliza la
filantropía local a
los largo del país?

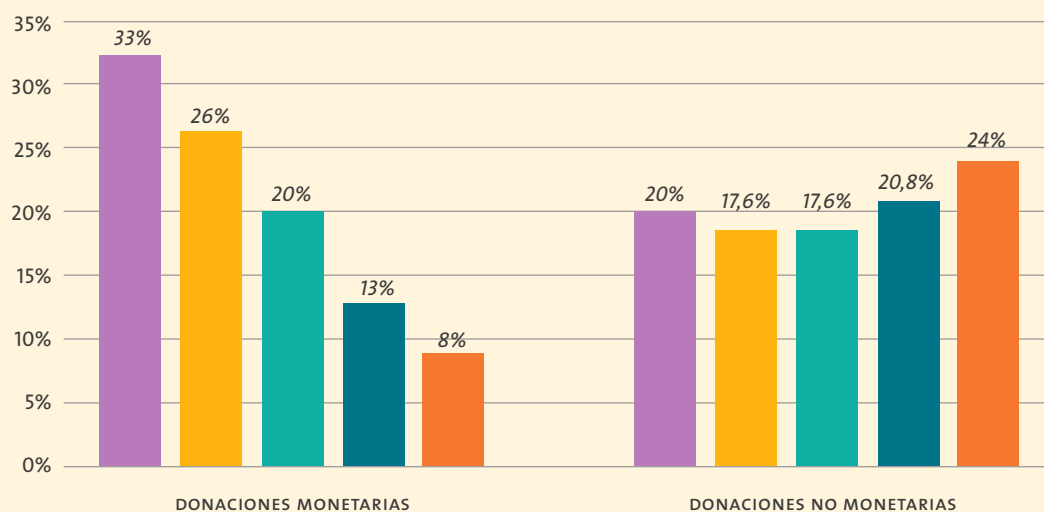
Capítulo 2:
Estrategias para
movilizar la
filantropía local

Capítulo 3:
Principales
desafíos para
movilizar la
filantropía local a
nivel territorial

Recomendaciones
y conclusiones

Bibliografía

GRÁFICO 15: TIPO DE EMPRESA POR TIPO DE DONACIÓN QUE LOGRAN MOVILIZAR LAS OSC QUE BUSCAN DONACIONES LOCALES



- EMPRESA CUYA SEDE PRINCIPAL ESTÁ EN LA REGIÓN O EN EL TERRITORIO
- EMPRESA CUYA SEDE CENTRAL ESTÁ EN OTRA REGIÓN, PERO QUE DESARROLLAN ACTIVIDADES EN EL TERRITORIO DEL PROYECTO
- EMPRESA SIN PRESENCIA O ACTIVIDADES EN LA REGIÓN
- NO LOGRAN MOVILIZAR DONACIONES DE PARTE DE EMPRESAS
- DESCONOCEMOS ESTA INFORMACIÓN

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas. Respuesta de opción múltiple separando por donaciones monetarias y no monetarias, con un total de 181 respuestas. N= 106.

Capítulo 1

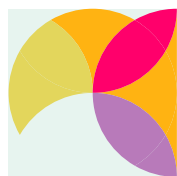
Respecto de las donaciones monetarias de empresas que logran las organizaciones, vemos que la mayoría (59%) provienen de empresas que tienen presencia en la región, ya sea porque su sede principal está en la región donde trabaja la organización (33%), o porque la empresa desarrolla actividades en el territorio (26%).

Otro 20% de las donaciones monetarias provienen de empresas sin presencia u operaciones en la región, mientras que un 13% de las organizaciones que buscan donaciones locales no logran movilizar recursos de empresas, y un 8% desconoce dicha información.

De forma opuesta, en el caso de la movilización de donaciones no monetarias de parte de empresas, vemos que cerca de la mitad de las organizaciones o

desconocen la ubicación de las empresas (24%) o no logran movilizar este tipo de donaciones de parte de empresas (21%) sea cual sea la relación con el territorio de estas últimas. Casi un 40% de este tipo de donaciones proviene de empresas con presencia en la región, donde un 20% proviene de empresas con su sede principal en el territorio, y un 17,6% de empresas con operaciones en el territorio donde las OSC ejecutarán proyectos.

Llama la atención que también un 17,6% de las donaciones no monetarias percibidas por las organizaciones provengan de empresas sin presencia en el territorio donde llevan a cabo sus actividades las OSC.



FUNDACIÓN HUELLA LOCAL: GESTIÓN DE ALIANZAS ENTRE COMUNIDADES, MUNICIPIO Y EMPRESAS A NIVEL TERRITORIAL

En 2015 nace Fundación Huella Local con el propósito de apoyar la gestión de los gobiernos locales de las comunas más vulnerables del país, bajo el diagnóstico de la desigualdad territorial a nivel comunal, que se presenta no solo a nivel de los presupuestos que manejan las municipalidades, sino que también a nivel de capacidades de estas. Así, a través del desarrollo de proyectos de equipamiento e infraestructura para aumentar la inversión pública en el territorio, es que inician su labor en dos regiones, Metropolitana y del Maule, y tras siete años de trayectoria se han ampliado a 45 comunas de 13 regiones, sumando 50 proyectos ejecutados, 50 en desarrollo y 30 en fase inicial. Para ello cuentan con un equipo multidisciplinario de 42 profesionales con experiencia en el ámbito de gestión territorial, social, ambiental e inversión pública.

Capítulo 1

“Apoyamos la generación de proyectos en municipalidades que no tienen la capacidad para desarrollarlos y postularlos a inversión pública en los territorios, a través de una alianza colaborativa con el sector privado, mejorando la calidad de vida de la comunidad a través de infraestructura y equipamiento que potencia el crecimiento de las comunas del país”, explica Gonzalo Vial, director ejecutivo de Huella Local. De esta forma fortalecen el desarrollo de comunidades sostenibles apuntando a nueve Objetivos de Desarrollo Sostenible incluido el 17 de alianzas para lograr los ODS. Justamente, la estrategia de Huella Local es la gestión de alianzas entre tres tipos de actores presentes en los territorios: los municipios, la comunidad y las empresas presentes en los territorios.

En la práctica, el trabajo tripartito se materializa reforzando las unidades técnicas de los municipios para apoyarles en el diseño, postulación e implementación de proyectos que benefician a la comunidad en su conjunto. Para ello convocan a las empresas con operaciones en el territorio de trabajo, generalmente medianas y grandes, gestionando la prestación de servicios a sus áreas de sostenibilidad o aportes de donaciones (a través de la ley de donaciones con fines sociales o rentas municipales) para el financiamiento del diseño de proyectos. Para definir dichos proyectos, se desarrollan procesos de diálogo territorial, en los cuales involucran a la comunidad en la priorización y diseño de las iniciativas, haciéndolos parte activa del desarrollo local, y buscando no duplicar los esfuerzos con iniciativas que ya estén en proceso.

Esta estrategia se complementa con una difusión comunicacional importante, que permite a las empresas dar a conocer las iniciativas que están apoyando, y a la comunidad hacerse parte. Y una vez iniciado el proyecto, la Fundación mantiene informado a todos los actores involucrados (empresas, municipio, comunidad) a través de una mesa técnica permanente y reportes mensuales donde se comunican los avances de ellos. En el proceso de expansión a nuevas comunas del país, la Fundación ha ampliado sus fuentes de financiamiento que les permite mantener un equipo profesional, incorporando alianzas y recursos de tres gobiernos regionales y de fundaciones filantrópicas (Fundación Olivo) y durante el 2022 en convenios con los Gobiernos Regionales. De esta manera, complementan la movilización de recursos locales monetarios y no monetarios, con aportes generales que le permiten replicar el modelo de trabajo en distintas localidades.

Así, fundación Huella Local es un ejemplo de cómo la articulación del trabajo colaborativo entre los tres principales actores de un territorio (municipio/gobierno local, empresas con operaciones en los territorios y comunidad) es posible y deseable para el desarrollo de los territorios, y primordialmente para aquellos con mayor desigualdad territorial.

Capítulo 2: Estrategias para movilizar la filantropía local

Las organizaciones de la sociedad civil tienen una especial capacidad de canalizar causas de interés en asuntos públicos y gestionar iniciativas de carácter colectivo que buscan dar respuesta a las necesidades de las comunidades donde trabajan. Sin embargo, el financiamiento de las OSC es un reto, particularmente la movilización de donaciones, desafío que puede ser mayor en territorios menos poblados, al contar con un universo más pequeño de posibles donantes. El Primer Barómetro de Filantropía en Chile identificó que la participación de donantes se da de forma más importante en las regiones más pobladas (región Metropolitana y zona centro – sur). Las empresas, que son relevantes en cuanto donaciones monetarias, tienen una menor participación en la zona norte (7%) y sur (5%). Mientras que el ciudadano donante reside principalmente en las regiones que concentran alta población: Región Metropolitana (40%), la región del Biobío (12%) y Valparaíso (10%) (Aninat & Vallespin, 2019).

Lograr que diferentes agentes presentes a nivel territorial (gobierno local, empresas, organizaciones de la sociedad civil y ciudadanía) colaboren activamente en pro de un proyecto para mejorar las condiciones y calidad de vida de los habitantes de sus territorios, requiere una estrategia y gestión proactiva de las organizaciones de la sociedad civil, que requieren ampliar al máximo la capacidad de articulación entre los distintos actores. Este tipo de organizaciones se distingue por su rol articulador.

La práctica de donación local se suele ver afectada por tres factores: 1) las condiciones socioeconómicas del

entorno en el que se encuentra localizada la OSC, 2) el conocimiento y el nivel de información con el que cuentan los agentes territoriales y 3) la presencia de donantes potenciales e impulsores en los territorios. La búsqueda de recursos y la gestión de proyectos impulsa a su vez el establecimiento de redes en los territorios, y por ende la divulgación de las actividades que realizan las OSC a nivel territorial. Estos tres factores son claves al momento de pensar en estrategias que las organizaciones pueden desarrollar para potenciar la movilización de la filantropía local.

Para conocer las estrategias utilizadas por las organizaciones que buscan donaciones locales analizamos los factores que configuran estas estrategias y acciones, específicamente las estrategias de recaudación de fondos, de vinculación en los territorios y de difusión del trabajo realizado.

ESTRATEGIAS DE RECAUDACIÓN DE FONDOS

En la gestión de filantropía local existen tres acciones principales que desarrollan las organizaciones: la búsqueda intencionada de empresas donantes (25,5%), la creación de una red de personas donantes o red de socios (20,8%) y contar con una persona o equipo encargado específicamente de buscar donaciones (15,7%) como muestra el gráfico 16.

Por otro lado, la gestión de voluntariado tiene una baja relevancia, pese al alto potencial que tiene el voluntariado en las personas con disposición a donar mencionado en el capítulo anterior. También

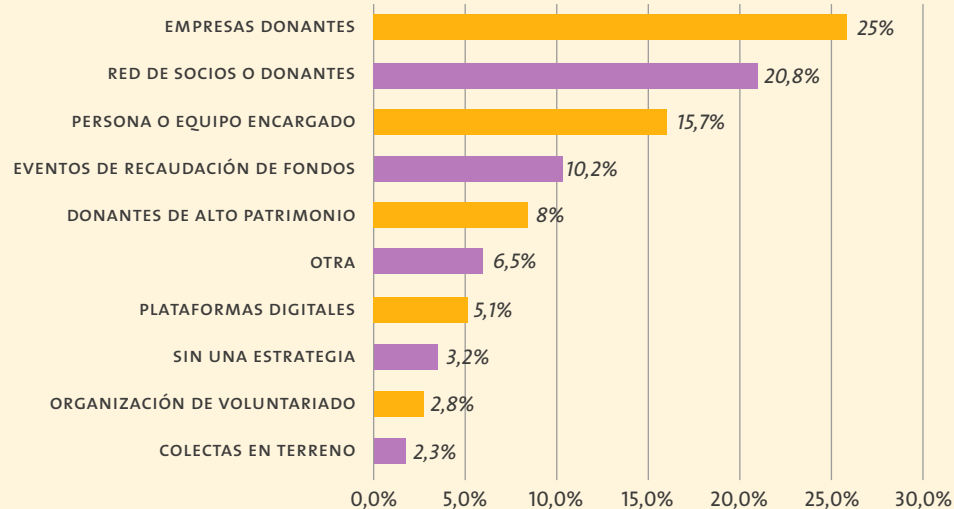
Capítulo 2

destaca que las colectas en terreno sean la forma de recaudación menos utilizada (2,3%)⁵.

Las tres principales estrategias generales de recaudación de fondos se repiten en las organizaciones cuando su fin es recaudar donaciones locales, pero con un foco en donantes vinculados a los territorios en los

cuales se desarrolla un proyecto. Así, la principal acción es la búsqueda intencionada de aportes de empresas vinculadas al territorio (27,6%), la creación de una red de personas donantes (o red de socios) locales o vinculadas al territorio (16,1%) y en tercer lugar contar con una persona o equipo encargado específicamente de buscar donaciones de actores locales (12,6%).

GRÁFICO 16: PRINCIPALES ESTRATEGIAS GENERALES DE RECAUDACIÓN DE DONACIONES



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas, respuesta de opción múltiple con un total de 216 respuestas, N= 106. La categoría "otra" incluye fondos concursables, donaciones desde el extranjero y campañas por redes sociales.

⁵ Esto implica un cambio respecto de años anteriores: de acuerdo a datos del *Primer Barómetro de Filantropía en Chile*, las colectas en terreno representaban el 38,5% de las fuentes de ingresos de las donatarias autorizadas (Aninat & Vallespin, 2019). Es probable que esta forma de recaudación de fondos haya disminuido de forma importante como consecuencia de los cambios en los comportamientos de la pandemia del Covid-19.

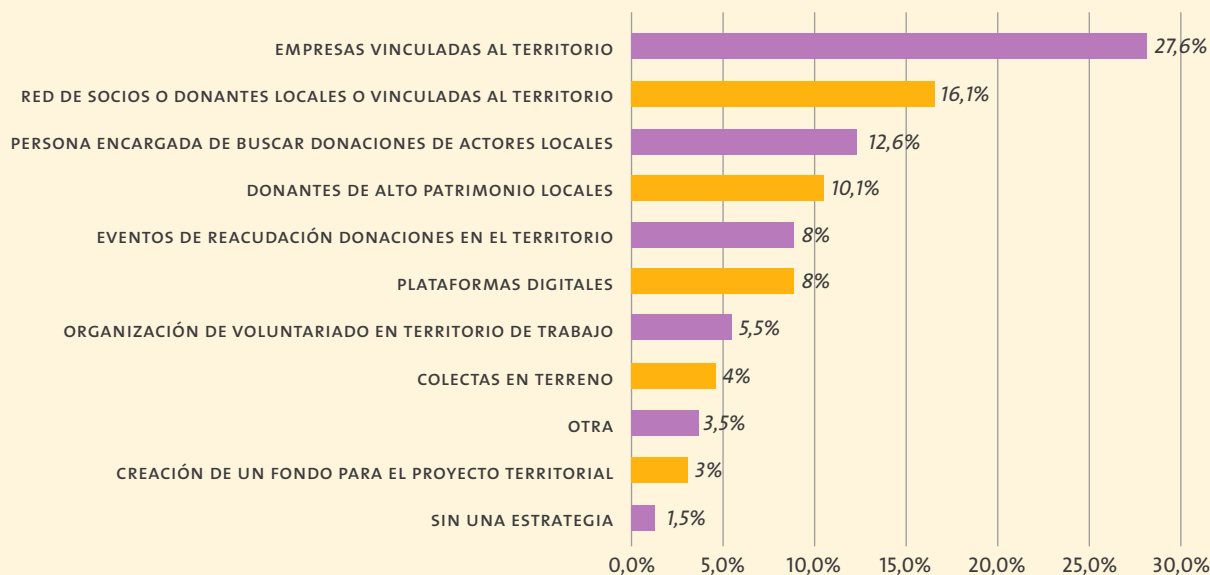
Capítulo 2

En las estrategias para allegar donaciones locales, a diferencia de las estrategias generales para ello, también es relevante la búsqueda de donantes de alto patrimonio relacionados al territorio y el uso de plataformas digitales. Por su parte, la organización de voluntariado en el territorio donde trabaja la organización y las colectas en terreno dejan de estar en último lugar. Por otro lado, solo un 3% de las organizaciones reportan que desarrollan un fondo para un proyecto territorial que recibe aportes de actores locales.

El tamaño de la organización⁶ conlleva ciertas diferencias

en el orden de importancia de las tres principales estrategias de recaudación de donaciones locales, como se ve en el gráfico 18. **Si bien, para todos los tamaños de organizaciones la principal estrategia de recaudación de fondos está ligada a la búsqueda de donaciones en empresas vinculadas al territorio, la segunda y tercera estrategia en orden de importancia varía entre las organizaciones pequeñas – que son mayoritarias – respecto de las organizaciones medianas y grandes.** Así, mientras para las organizaciones pequeñas, contar como una red de donantes locales o vinculados al territorio se configura como la segunda estrategia de recaudación

GRÁFICO 17: PRINCIPALES ESTRATEGIAS DE RECAUDACIÓN DE DONACIONES A NIVEL LOCAL



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas, respuesta de opción múltiple con un total de 199 respuestas, N= 92.

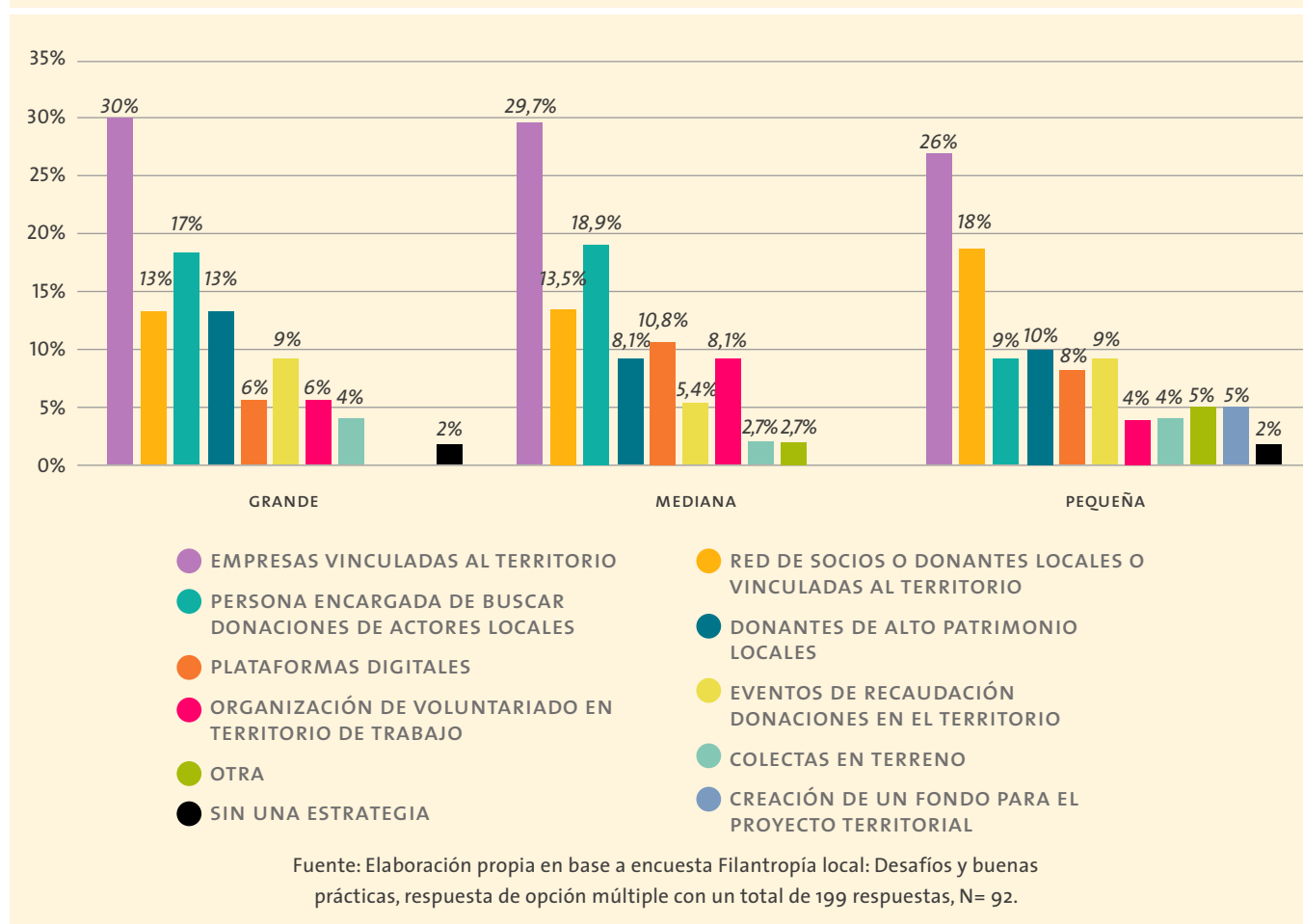
⁶ La mayoría de las OSC que buscan donaciones locales son pequeñas (62%) seguidas por las medianas (20%) y finalmente por las organizaciones clasificadas como grandes (18%).

Capítulo 2

de fondos más importante, para las organizaciones medianas y grandes lo es el contar con una persona o equipo especialmente dedicado a la búsqueda de donantes locales, acción que es menos probable para las organizaciones pequeñas pues, como vimos previamente, suelen contar con equipos de trabajo más pequeños. La tercera estrategia prioritaria para las OSC

pequeñas es el acceso a donante de alto patrimonio, mientras para las medianas es la red de donantes, y en el caso de las OSC grandes, las dos estrategias nombradas previamente están en tercer lugar. Finalmente, llama la atención que sólo las OSC pequeñas nombren la creación de un fondo para un proyecto territorial.

GRÁFICO 18: ESTRATEGIAS DE RECAUDACIÓN DE DONACIONES LOCALES POR TAMAÑO DE ORGANIZACIÓN



Capítulo 2

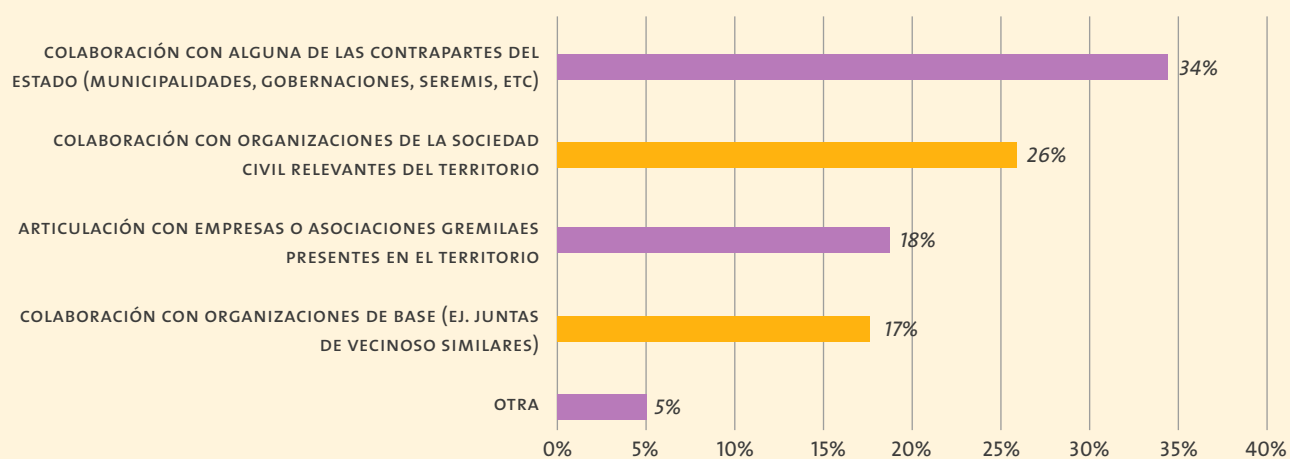
ESTRATEGIAS DE VINCULACIÓN CON EL TERRITORIO

Al momento de empezar una nueva intervención o desarrollar un nuevo proyecto en un territorio es recomendado hacerlo respetando las lógicas locales y teniendo en consideración el trabajo de organizaciones ya presentes en él, los proyectos y políticas estatales y regionales existentes, y las necesidades y desafíos levantados en dicho territorio. Es por ello que se vuelve relevante contar con formas de vinculación con los actores presentes en el territorio. De acuerdo a los datos, **todas las organizaciones tienen esta preocupación y cuentan con una estrategia de vinculación con los actores del territorio, principalmente a través de la**

colaboración con contrapartes estatales (34%) y la colaboración con organizaciones de la sociedad civil relevantes del territorio (26%).

Al desagregar los datos de las estrategias de vinculación de acuerdo al tamaño de las organizaciones, vemos que no existen grandes diferencias en cuanto a la priorización de los actores con los que se prioriza generar colaboración, manteniéndose la prioridad de generar alianzas con contrapartes estatales en primer lugar, y en segundo la colaboración con organizaciones de la sociedad civil. Donde en el caso de las organizaciones pequeñas la colaboración con instituciones estatales tiene mayor importancia que para las organizaciones medianas y grandes.

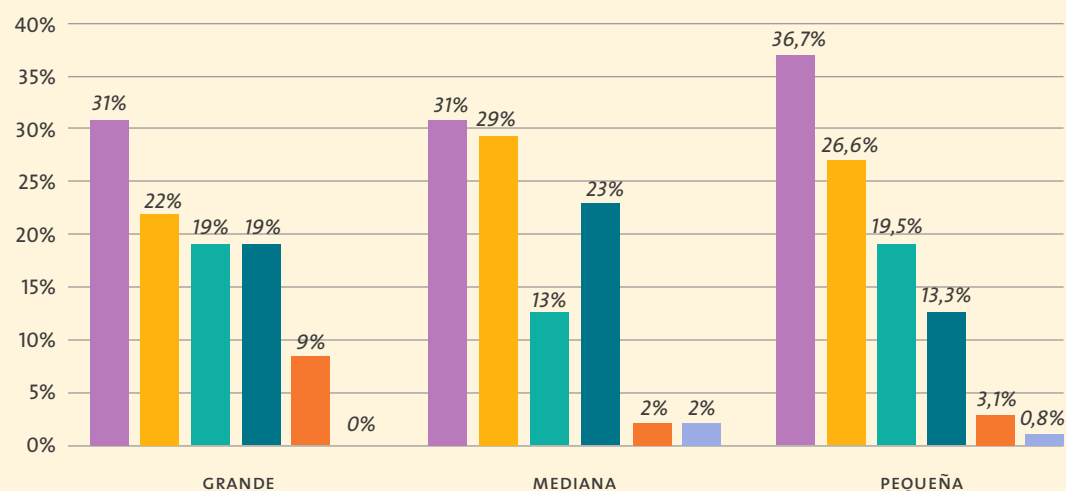
GRÁFICO 19: PRINCIPALES ESTRATEGIAS DE VINCULACIÓN CON ACTORES TERRITORIALES



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas, respuesta de opción múltiple con un total de 234 respuestas, N= 106.

Capítulo 2

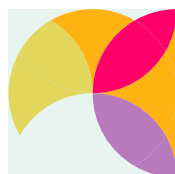
GRÁFICO 20: PRINCIPALES ESTRATEGIAS DE VINCULACIÓN CON ACTORES TERRITORIALES POR TAMAÑO DE ORGANIZACIÓN



- COLABORACIÓN CON ALGUNA DE LAS CONTRAPARTES DEL ESTADO
- COLABORACIÓN CON ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL
- ARTICULACIÓN CON EMPRESAS PRESENTES EN EL TERRITORIO
- COLABORACIÓN CON ORGANIZACIONES BASE
- OTRA
- NINGUNA DE LAS ANTERIORES

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas, respuesta de opción múltiple con un total de 234 respuestas, N= 106.

Capítulo 2



CORPORACIÓN DE ADELANTO AMIGOS DE PANGUIPULLI: ESTRATEGIA MIXTA DE FILANTROPÍA LOCAL

La Corporación de Adelanto Amigos de Panguipulli nació en 2006 del sueño de tres amigos que querían aportar al bienestar de la comunidad y vieron la oportunidad de hacerlo a través del impulso de la pequeña orquesta en colaboración con el municipio. A partir de 2007, cuando se constituyó el Comité de Amigos de Panguipulli, desarrollaron programas y sumaron adherentes entre los veraneantes del lago del mismo nombre. En 2010, ya contaban con 50 socios, se constituyen legalmente como corporación y profesionaliza el proyecto mediante la contratación de un gerente general y la recuperación de una casona, que se constituye como la sede visible de la corporación. Hoy la organización busca promover el desarrollo y mejorar la calidad de vida de los habitantes de Panguipulli, a través de programas de sostenibilidad social y el fomento cultural y educacional en la formación artística de niñas, niños y jóvenes en etapa preescolar y escolar de toda la comuna, para lo cual cuentan con talleres abiertos a la comunidad en la casona cultural, y mantienen activos vínculos con las escuelas, municipio y organizaciones de la zona. Además, y como forma de consolidación del modelo de trabajo que vienen desarrollando, están construyendo un nuevo Teatro Educativo de las Artes donde desarrollarán una programación y residencias artísticas, entre otras actividades para la comunidad.

Sergio Irrarázaval, gerente general de la Corporación de Adelanto Amigos de Panguipulli, cuenta que, si bien *“los ejes principales son lo educativo y lo artístico, los programas que se han generado a lo largo de los años han ido cambiando según los intereses y necesidades de la comunidad y los donantes, por lo que se han abordado temas sociales, de salud, deportivos, y medio ambientales, entre otros”*. Dado que la premisa de Amigos de Panguipulli siempre ha sido estar al servicio de la comunidad, es que los nuevos proyectos y mejoras a los existentes surgen tras recoger las sensibilidades de la comunidad, de las organizaciones comunitarias, comités de Agua Potable Rural, juntas de vecinos y de la municipalidad, para lo cual desarrollan encuestas de percepción a los beneficiarios y socios todos los años, y a la comunidad abierta cada 2 o 3 años, mediante consultorías externas. Otro elemento clave, y que cambió la percepción de la comunidad respecto de la Corporación, es que el equipo de trabajo vive en Panguipulli, lo que les permite entender mejor la envergadura de los desafíos presentes en la comuna, y contribuyó a la generación de confianza en la Corporación. Así, la Corporación ha actuado como catalizadora de distintas iniciativas, levantando temáticas que son de interés para la comunidad, y generando proyectos en alianza con el

Capítulo 2

municipio, que aporta parte del financiamiento para los proyectos, mientras la corporación levanta recursos de distintas formas: donaciones de empresas con las cuales existe un vínculo territorial, a través de postulaciones a fondos concursables estatales o regionales, mediante eventos de recaudación, entre otras estrategias. Una estrategia consolidada y que les ha dado frutos es el desarrollo activo de campañas de búsqueda de socios, para lo cual cuentan con una persona especialmente encargada de ello. Hoy tienen 300 aportantes regulares, sumando fuertemente en los últimos años, a personas que viven en la comuna. Esto es particularmente interesante pues, en palabras de Sergio Irazzaval “*se han unido porque ven el beneficio concreto en su comunidad y familias, esto ha sido un proceso que ha tomado años*”. Estos fondos financian parte de la estructura de la Corporación que suma 15 personas fijas, además de 20 personas ligadas a clases y talleres. Se suman también quienes entregan aportes no monetarios: una red de alrededor de 30 voluntarios comprometidos con una participación activa en los programas y acciones que desarrolla la Corporación para la comunidad. Así, la Corporación de Adelanto Amigos de Panguipulli es una organización que ha logrado un trabajo colaborativo con la municipalidad de la comuna y las distintas organizaciones existentes, que cuenta con una importante red de socios, que le entregan aportes monetarios y no monetarios a la organización, logrando a través de los años, consolidar el sueño de sus fundadores: aportar al bienestar de la comunidad, mediante el compromiso y la responsabilidad del trabajo.



Capítulo 2

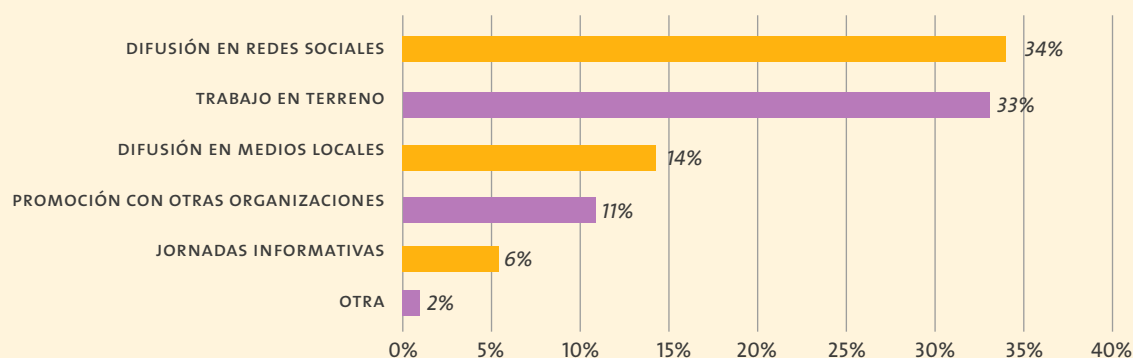
ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN DEL TRABAJO REALIZADO

Otro tipo de estrategia que deben considerar las OSC al momento de buscar la movilización de la filantropía local en una comunidad o territorio es la forma de difusión del trabajo que realizan. Las comunicaciones cumplen un doble efecto. Por una parte, permite a la organización construir legitimidad para operar, potenciar la participación de la comunidad, y facilitar la ejecución esperada de sus programas. Por otra parte, facilita los vínculos y redes con diferentes agentes de la comunidad, lo que facilita establecer alianzas claves

a nivel local y potencia la movilización de recursos a nivel local y comunitario, y, por ende, la filantropía local en una comunidad.

Los datos muestran que las dos principales estrategias de difusión para visibilizar el trabajo que realizan en el territorio las organizaciones que buscan donaciones locales, concentrando un 66% de las preferencias, es la difusión mediante redes sociales (34%) y el trabajo en terreno (33%). Llama la atención que la difusión en medios locales, ya sean radios o periódicos, no tengan tanta relevancia.

GRÁFICO 21: PRINCIPALES ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN DEL TRABAJO REALIZADO POR OSC QUE BUSCAN DONACIONES LOCALES



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas, respuesta de opción múltiple con un total de 252 respuestas, N= 106.

Capítulo 2

Introducción:
colaboración
y territorio

Principales
hallazgos

Metodología
del estudio

Capítulo 1:
¿Quiénes y cómo
se moviliza la
filantropía local a
los largo del país?

Capítulo 2:
Estrategias para
movilizar la
filantropía local

Capítulo 3:
Principales
desafíos para
movilizar la
filantropía local a
nivel territorial

Recomendaciones
y conclusiones

Bibliografía



Capítulo 3: Principales desafíos para movilizar la filantropía local a nivel territorial

Las OSC son uno de los agentes relevantes de la sociedad que permiten canalizar necesidades de una comunidad, gestionar proyectos y canalizar recursos de distintas fuentes privadas y públicas, generando además alianzas y espacios de cooperación a nivel territorial para beneficio de una comunidad. Para cumplir este rol, los recursos y la disposición a contribuir de los actores locales son fundamentales. Sin embargo, existen una serie de desafíos que obstaculizan el desarrollo de la filantropía local, que pueden diferenciarse en dos áreas: desafíos del entorno donde las OSC desarrollan su trabajo territorial, y desafíos internos relacionados a las capacidades organizacionales de las OSC, los cuales se desarrollan en el presente capítulo.

CONDICIONES EXTERNAS

Uno de los elementos clave que permiten un desarrollo de la filantropía local son las condiciones presentes en el entorno y la participación de los agentes presentes en los territorios en los que trabajan las OSC.

La mayoría de las OSC estima que los eventos externos a la organización no impulsan la movilización de la filantropía local en las comunidades. De forma contraria a la percepción general sobre el tema, la mayoría de las OSC que buscan donaciones locales cree que los eventos externos a la organización no han impulsado una mayor movilización de recursos a nivel

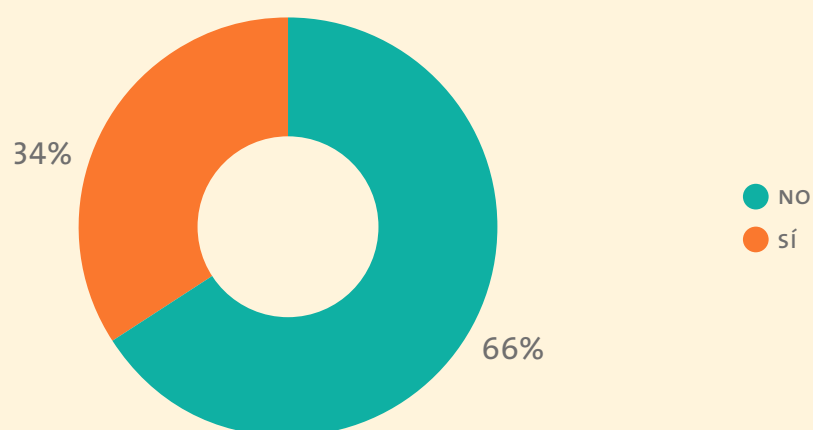
territorial, en contraste con un 34% que considera que sí lo han hecho.

Dentro del 34% de organizaciones que considera que los eventos externos afectan la filantropía local, la mayoría de organizaciones (31%) identifica la crisis sanitaria como uno de los factores que más efecto tuvo en la movilización de la filantropía, así como reconocen el efecto de otro tipo de crisis (naturales, humanitaria, económicas). Esta tendencia va en línea con los estudios que dan cuenta que las donaciones y la práctica filantrópica en general, tiende a verse movilizada ante episodios de emergencias, fenómeno que se manifestó durante la pandemia tanto en el país como a nivel internacional. De hecho, los datos de donaciones registradas en 2020 muestran un récord histórico de aportes en el país en 2020, en línea con la tendencia global (Aninat & Vallespin, 2022).

Sin embargo, existe otro factor que contribuye a movilizar la filantropía local: los eventos de recaudación temáticos, tales como la Teletón, o conmemoraciones propias de las comunidades, como muestra el siguiente gráfico. En este caso, la categoría “Otro” hace alusión a alianzas con otros actores (privados y públicos) y casos famosos de abusos en los medios de comunicación, acciones que promovieron la movilización de donaciones adicionales.

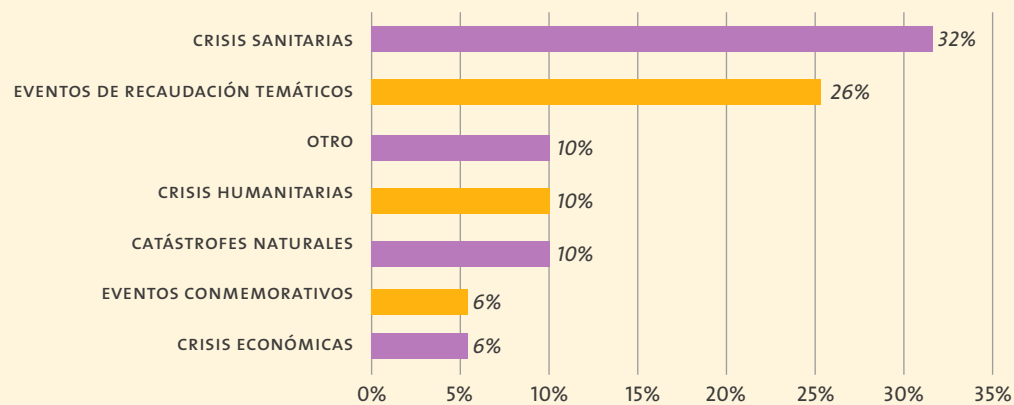
Capítulo 3

GRÁFICO 22: ¿HA HABIDO EVENTOS EXTERNOS A LA ORGANIZACIÓN QUE HAN IMPULSADO UNA MAYOR CANTIDAD DE DONACIONES LOCALES?



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas. N=92.

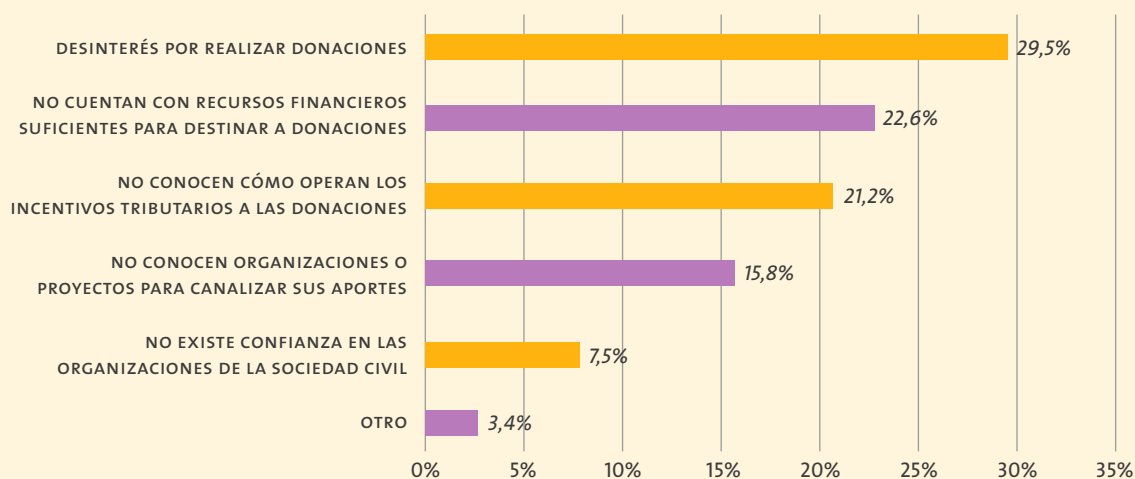
GRÁFICO 23: EVENTOS EXTERNOS QUE HAN AFECTADO LA MOVILIZACIÓN DE FILANTROPÍA LOCAL



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas. N= 31.

Capítulo 3

GRÁFICO 24: PRINCIPALES DESAFÍOS PERCIBIDOS POR LAS OSC EN EL ENTORNO PARA MOVILIZAR FILANTROPÍA LOCAL



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas, respuesta de opción múltiple con un total de 146 respuestas, N= 90

Por otra parte, las OSC identifican una serie de desafíos para el desarrollo de la filantropía local en la actitud y/o condiciones de los actores locales o vinculados al territorio que obstaculizan la realización de donaciones (como muestra el gráfico 24). **En primer lugar, las organizaciones identifican un desinterés por realizar donaciones (29,5%), seguido por la falta de recursos financieros en los actores para destinar a donaciones (22,6%), el desconocimiento respecto de cómo operan los incentivos tributarios a las donaciones (21,2%) y**

el desconocimiento de organizaciones o proyectos para canalizar sus aportes (15,8%). La desconfianza hacia las OSC (7,5%) es un factor minoritario entre los desafíos identificados. También en menor medida las organizaciones mencionan una falta de cultura filantrópica, la idea presente en las empresas que donar implica revisiones adicionales y exhaustivas del SII, y finalmente que las empresas realizan donaciones a instituciones de carácter nacional⁷.

⁷ Factores mencionados en la categoría "otro".

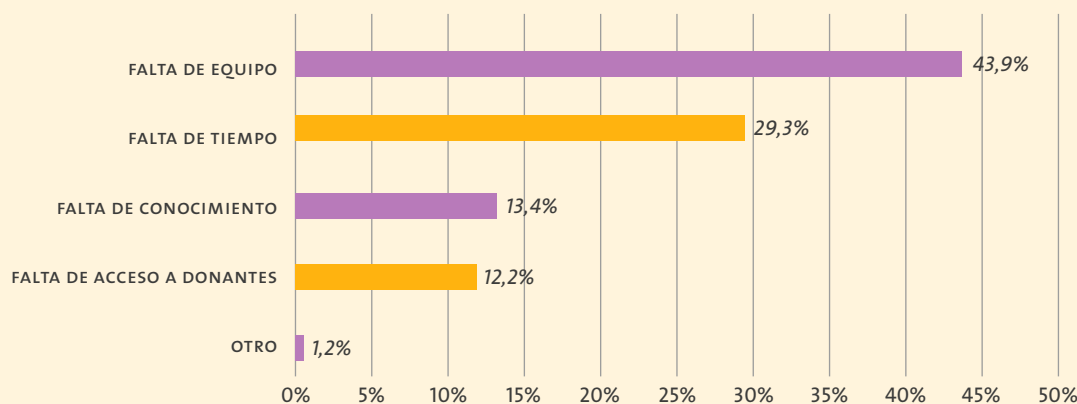
Capítulo 3

CONDICIONES INTERNAS

Los desafíos internos de las organizaciones que obstaculizan el levantamiento de donaciones se asocian a carencia de elementos claves para movilizar aportes locales. La principal carencia es la ausencia de un equipo especializado un encargado exclusivamente de donaciones (43,9%), falta de tiempo para buscar donaciones locales (29,3%), la falta de conocimiento y capacidades respecto de estrategias y herramientas para hacerlo (13,4%), y la falta de acceso a donantes (12,2%).

La falta de un equipo especializado o un encargado exclusivamente de donaciones es el principal desafío que enfrentan tanto las organizaciones pequeñas (30%) como grandes (39%). En el caso de las organizaciones medianas la falta de equipo está equiparada con la falta de tiempo para buscar donaciones locales (31% cada una), desafío que es menos relevante para las organizaciones pequeñas y grandes. Por último, la falta de acceso a donantes es un desafío transversal para todas las organizaciones.

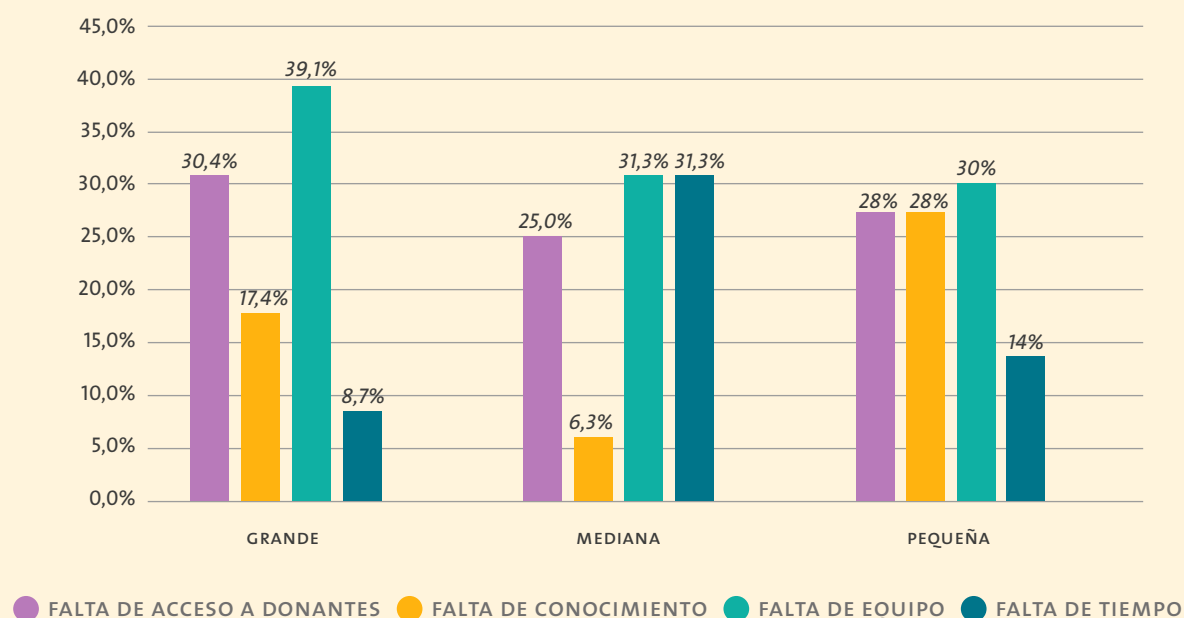
GRÁFICO 25: PRINCIPALES DESAFÍOS INTERNOS IDENTIFICADOS POR LAS OSC PARA MOVILIZAR LA FILANTROPÍA LOCAL



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas, respuesta de opción múltiple con un total de 82 respuestas, N= 51.

Capítulo 3

GRÁFICO 26: PRINCIPALES DESAFÍOS INTERNOS DE LAS OSC POR TAMAÑO DE ORGANIZACIÓN PARA EL LEVANTAMIENTO DE DONACIONES



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas, respuesta de opción múltiple con un total de 82 respuestas, no se muestra en el gráfico la opción "otro", N= 51.

OPORTUNIDADES Y ACCIONES PARA FOMENTAR LA FILANTROPÍA LOCAL

Además de los desafíos internos y externos que enfrentan las OSC para levantar recursos en su trabajo en los territorios, las OSC también identifican una serie de oportunidades a nivel país que podrían contribuir al fomento de la filantropía local.

Casi la totalidad de las organizaciones que buscan donaciones locales (93%) determinan que es necesario

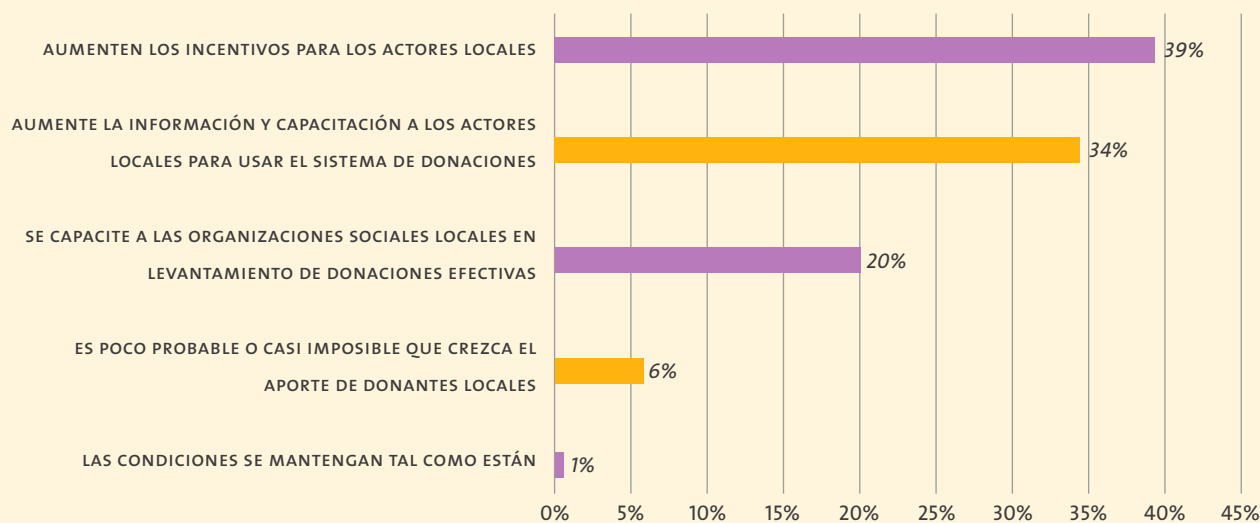
tomar acciones para dinamizar la filantropía local en el país. Las organizaciones identifican como acción prioritaria para ello aumentar los incentivos para los actores locales que realizan donaciones en sus territorios (39%). En segundo lugar, de importancia, un 34% de las organizaciones plantean que, en la medida que aumente la información y capacitación a los actores locales para utilizar el sistema de donaciones, se podría contribuir a aumentar o facilitar la movilización de la filantropía local. Finalmente, un 20% de estas organizaciones, cree que la capacitación

Capítulo 3

en recaudación de donaciones a las organizaciones locales podría fomentar la filantropía local. Estas últimas dos acciones también han sido relevadas en estudios previos realizados por el CEFIS, recientemente en el estudio “Hacia un nuevo marco legal para las donaciones en Chile” (Villar, Vallespin, & Aninat, 2020). En contraposición, sólo el 6% de las organizaciones

crea que es poco probable promover el aporte de donantes locales, y un 1% que cree que aumentarán si las condiciones se mantienen tal y como están ahora, como muestra el gráfico 27. Mostrando que existe un claro llamado a la acción si es que se quiere promover la filantropía local.

GRÁFICO 27: ACCIONES QUE PUEDEN AUMENTAR O FACILITAR LA MOVILIZACIÓN DE LA FILANTROPÍA LOCAL IDENTIFICADAS POR LAS ORGANIZACIONES QUE BUSCAN DONACIONES LOCALES



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas, N= 90.

Capítulo 3

En este caso, existen diferencias significativas en las posibles acciones de política pública que priorizan las organizaciones según su tamaño. Para las OSC pequeñas, el aumento en los incentivos para los actores locales es la principal política que creen favorecería el aumento de la filantropía local con un 45% de las preferencias, mientras que para las organizaciones medianas dicho cambio tiene la misma importancia que contar con capacitaciones para el levantamiento efectivo de donaciones, con un 33% de las preferencias cada una. Por su parte, más de la mitad de las organizaciones grandes (58%) ven que un aumento en la información y capacitación a los actores locales en el

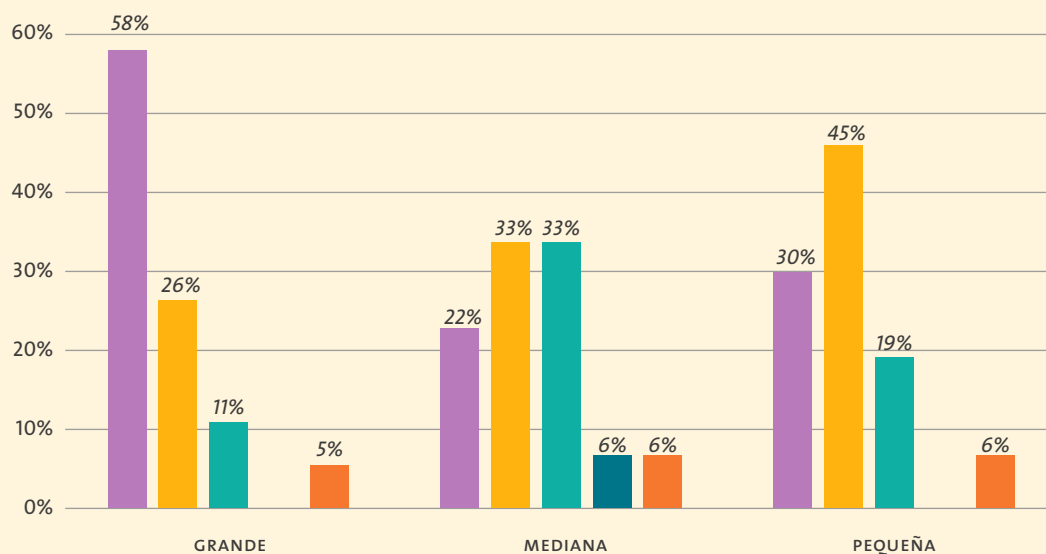
uso del sistema de donaciones es lo que favorecería en mayor medida el aumento de la filantropía local, como muestra el gráfico 28.

Finalmente, vemos que sólo las organizaciones medianas creen que si las condiciones se mantienen tal y como están se podrán aumentar las donaciones locales, y entre un 5 y 6% de todos los tamaños de las organizaciones creen que es poco probable e incluso casi imposible que crezca el aparte de los donantes locales y las condiciones se mantienen como son en la actualidad.



Capítulo 3

GRÁFICO 28: OPORTUNIDADES PERCIBIDAS POR LAS OSC POR TAMAÑO DE ORGANIZACIÓN



- AUMENTE LA INFORMACIÓN Y CAPACITACIÓN A LOS ACTORES LOCALES PARA USAR EL SISTEMA DE DONACIONES.
- LAS CONDICIONES SE MANTENGAN TAL COMO ESTÁN.
- AUMENTEN LOS INCENTIVOS PARA LOS ACTORES LOCALES.
- ES POCO PROBABLE O CASI IMPOSIBLE QUE CREZCA EL APOORTE DE DONANTES LOCALES.
- SE CAPACITE A LAS ORGANIZACIONES SOCIALES LOCALES EN LEVANTAMIENTO DE DONACIONES EFECTIVAS.

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Filantropía local: Desafíos y buenas prácticas, N= 90.

Recomendaciones y conclusiones

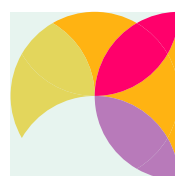
Las organizaciones de la sociedad civil cumplen un importante rol a nivel territorial. Si bien es cierto que en general se enfocan en el desarrollo de proyectos concretos, en el proceso de llevar a cabo sus iniciativas logran movilizar a diferentes actores en torno a un propósito común. Así, un solo proyecto, por ejemplo, en una escuela, involucra al directivo de una organización local, al municipio, a empresas presentes en la localidad, a vecinos, etc. En este proceso de combinar capacidad de gestión de proyectos relevantes para una comunidad, con capacidad de articulación de distintos actores en torno a un propósito común, las organizaciones sociales van fortaleciendo la cohesión social en base a los espacios de cooperación.

Las organizaciones que logran movilizar aportes locales son diversas. Existen organizaciones de escala

nacional que en su llegada a los territorios combina la gestión de aportes generales a nivel institucional con la movilización de contribuciones de actores presentes en la localidad en que se gestiona el proyecto. Pero también existen organizaciones cuyo propósito y foco de trabajo está explícitamente limitado a una zona geográfica para lo cual movilizan recursos combinando redes de socios vinculados a la comunidad, con donaciones por proyectos de personas y/o empresas, junto a aportes de los fundadores y gestión de aportes no monetarios (principalmente voluntariado), además de recursos públicos. En estos diversos tipos de organizaciones es posible comprender cómo se combina en la práctica el rol gestor de proyectos con el rol articulador, multiplicando el valor que las organizaciones sociales tienen para el territorio.



Recomendaciones y conclusiones



ORGANIZACIONES DIVERSAS QUE MOVILIZAN RECURSOS LOCALES

No existe un tipo único de organización con capacidad de movilizar la filantropía local. Esta capacidad existe tanto en organizaciones nacionales como en entidades con un foco local.

Fundación Las Rosas, una de las fundaciones más grandes del país, nacida en 1967 para atender a las personas mayores más vulnerables del país, combina estrategias generales de financiamiento a nivel central – redes de socios, campaña anual, venta de SOAP, alianzas con empresas, acceso a fondos gubernamentales, entre otros– con la gestión a nivel local de recursos para ayudar a sostener las residencias. Así, combinan el apoyo a la organización de personas y empresas con la colaboración de la comunidad en la cual se inserta cada residencia donde los equipos locales movilizan donaciones de dinero, productos y también voluntariado, lo que permite fortalecer la atención que entregan en el cuidado a las personas mayores.

Fundación de Desarrollo Social Rural R90, organización creada el año 2019 por un grupo de personas vinculadas a la comuna de Marchigüe, trabaja en cambio a nivel local. La fundación busca potenciar el desarrollo territorial de esta pequeña comunidad de siete mil habitantes del valle de Colchagua, en la Región del Libertador Bernardo O'Higgins, a través del apoyo a instituciones educativas y de fomentar el turismo en la zona. Para ello canaliza recursos a proyectos y pone un fuerte énfasis en la generación de puentes con otras instituciones, organizaciones y agentes de la comunidad, con una agenda de reuniones periódicas entre los actores y una activa gestión colaborativa con el municipio.

En la zona sur del país es posible identificar una serie de organizaciones que también trabajan con este foco local, movilizando recursos de actores que tienen un vínculo con esa zona específica. Un ejemplo de ello es la Corporación Amigos de Lago Ranco, creada en 2018 de un grupo de vecinos con segunda residencia en la localidad. A partir de un diagnóstico participativo, definieron cinco líneas de trabajo (vivienda, educación, cultura, emprendimiento y salud) donde desarrollan iniciativas que financian a través de una estrategia mixta. Cuentan con una red de socios que contribuyen con donaciones mensuales, movilizan donaciones privadas a proyectos específicos llevados a cabo por la corporación y gestionan cooperación público-privada a través de cooperación con el municipio y fondos públicos concursables. Las campañas de levantamiento de fondos las movilizan a través de los canales de la red territorial que han logrado construir con el paso de los años, con una amplia difusión a través de todos los actores, incluyendo beneficiarios, el municipio y la prensa local.

Fuente: información extraída de entrevistas realizadas a representantes de la Fundación Las Rosas, Tatiana Viveros, la Fundación Rural R90, Nicolás Figari, y a Amigos de Lago Ranco, Catalina Matthei.

Recomendaciones y conclusiones

A pesar de la diversidad de organizaciones que movilizan aportes locales, el presente estudio nos permite identificar algunos rasgos prevalentes que existen en las organizaciones que tienen en su estrategia la movilización de la filantropía local. La mayoría (62%) de este tipo de entidades son pequeñas, tienen presupuestos limitados de hasta 350 millones de pesos anuales y cuentan con equipos remunerados (90%), pero limitado en cantidad de personas (hasta 10 personas en la mitad de las organizaciones). Para este tipo de entidades, las donaciones tienen un peso relevante como fuente de ingresos: entre el 51 y el 100% del total de los recursos con los que cuentan proviene de donaciones en el 40% de estas organizaciones.

Dos tipos de actores son los donantes de estas organizaciones: principalmente empresas y en menor medida las personas. Es interesante destacar que las donaciones monetarias de empresas que logran las organizaciones son en su mayoría (59%) de empresas que tienen presencia en la región, ya sea porque su sede principal está en la región donde trabaja la organización (33%), o porque la empresa desarrolla actividades en el territorio (26%). Por otro lado, cuando se trata de donaciones no monetarias – entre las cuales se puede considerar la participación en redes de voluntariado, el apoyo con capital social para la OSC, asesorías, donación de insumos, establecimiento y activación de redes internas del

territorio y capacitaciones en temas de interés, entre otros– las personas son el principal tipo de donante de estas entidades, siendo especialmente relevantes en la realización de voluntariado (51%) y en difundir las actividades que realizan las organizaciones (40%).

¿CÓMO POTENCIAR LA FILANTROPÍA LOCAL?

El presente estudio también permite identificar las limitaciones que enfrentan las organizaciones de la sociedad civil para potenciar la contribución de distintos actores de los territorios en los cuales trabajan. Se trata de limitaciones internas de las propias organizaciones como también de desafíos que presenta en entorno, sobre las cuales planteamos recomendaciones.

A nivel interno, el principal desafío es la capacidad organizacional para movilizar recursos locales. Esta debilidad se manifiesta en los desafíos que identifican las propias organizaciones que participan de este estudio: la ausencia de un equipo a cargo de la tarea de fundraising, la falta de tiempo y la falta de conocimiento para ello. Es un hecho que los equipos en las organizaciones de la sociedad civil, especialmente las pequeñas y medianas, deben cumplir múltiples labores, lo que redundará en una orientación excesiva a la implementación de

Recomendaciones y conclusiones

proyectos, relegando a un segundo lugar el tiempo destinado a generar relaciones de largo plazo con distintos actores para vincularlos y movilizar su contribución a la organización y sus proyectos.

Los líderes de distinto tipo de organizaciones muestran la capacidad de ajustar la presentación de los proyectos de acuerdo al tipo de público haciendo énfasis en ciertos temas y términos que incorporan la visión del actor al cual buscan movilizar. Pero también identifican claramente la necesidad de contar con conocimientos especializados en recaudación de donaciones como un eje clave para potenciar la movilización de recursos locales. Por ello, una primera recomendación para fomentar la filantropía local es la generación de capacitaciones, guías y herramientas específicamente orientadas a fortalecer la capacidad efectiva en levantamiento de donaciones.

Una segunda recomendación se orienta a los donantes y organizaciones que trabajan con organizaciones de la sociedad civil y buscan potenciar su desarrollo. Para estos actores la recomendación es que incorporen en su estrategia y forma de operar no solo la donación de recursos a la gestión directa de proyectos, sino también que inviertan en los equipos que lideran esas organizaciones a las cuales apoyan, es decir, incorporar un foco en el fortalecimiento de la organización. En la práctica

implica definir un porcentaje real de financiamiento a gastos administrativos o de equipo (el concepto de overhead), apoyar oportunidades de formación y también potenciar apoyo no monetario que permita fortalecer los roles dentro de la organización. Esta es una práctica muy minoritaria según lo declaran las organizaciones que participaron en este estudio: los aportes no monetarios menos recibidos por las entidades es apoyo administrativo y asesorías. Y, sin embargo, es un factor clave para potenciar el impacto de los proyectos y programas que se potencian en la medida en que la organización continúa desarrollándose y crece en el tiempo.

Por otro lado, las organizaciones que buscan donaciones locales identifican que el principal desafío a nivel externo es el desconocimiento respecto de cómo operan los incentivos tributarios a las donaciones. Esta barrera ya había sido identificada a nivel de ecosistema general de la filantropía: el Primer Barómetro de Filantropía mostraba que más del 60% de los donantes que participan en el sistema de donaciones perciben que no es simple, ni su funcionamiento entendible para facilitar las donaciones. El estudio mostraba que tanto donantes como organizaciones donatarias percibían que el sistema no facilita el crecimiento de donaciones (Aninat & Vallespin, 2019).

Una tercera recomendación en este sentido es

Recomendaciones y conclusiones

Introducción:
colaboración
y territorio

Principales
hallazgos

Metodología
del estudio

Capítulo 1:
¿Quiénes y cómo
se moviliza la
filantropía local a
los largo del país?

Capítulo 2:
Estrategias para
movilizar la
filantropía local

Capítulo 3:
Principales
desafíos para
movilizar la
filantropía local a
nivel territorial

Recomendaciones
y conclusiones

Bibliografía

que tanto las organizaciones públicas que tienen a su cargo la administración de las distintas leyes de donaciones, como organizaciones de apoyo al desarrollo de la filantropía y la sociedad civil realicen actividades de difusión y formación en buen uso de las leyes de donaciones, tanto orientada a las organizaciones donatarias como a los propios donantes. De hecho, un 34% de las organizaciones que buscan donaciones a nivel territorial considera que un aumento de

la información y capacitación a los actores locales para usar el sistema de donaciones podría promover la movilización de la filantropía local. Por ello, tanto las políticas públicas como las campañas de información son acciones claves para ir derribando esta frontera, especialmente en el contexto de la ampliación del sistema de donaciones que conlleva la ley N°21.440, que crea un régimen de donaciones con beneficios tributarios en apoyo a las entidades sin fines de lucro. Esta ley, promulgada en abril de 2022, incorpora una amplia lista de fines a los que se puede donar con incentivos tributarios, incluido el desarrollo comunitario local o urbano, y simplifica el procedimiento para convertirse en donataria

**PARA MOVILIZAR LA
FILANTROPÍA LOCAL REALIZAMOS
RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS
PARA LOS DESAFÍOS INTERNOS Y DEL
ENTORNO QUE ENFRENTAN LAS OSC,
SI BIEN SON DISTINTOS, COMPARTEN
LA NECESIDAD DE CONTAR CON
MAYOR INFORMACIÓN, CAPACITACIÓN
Y HERRAMIENTAS RESPECTO DEL USO
DEL SISTEMA DE DONACIONES Y LA
MOVILIZACIÓN DE RECURSOS.**

autorizada, es decir en una organización sin fines de lucro que, por ley, puede ofrecer incentivos tributarios a sus donantes. Es importante que, en primera instancia, sean las mismas organizaciones de la sociedad civil las que entiendan el funcionamiento de la nueva ley y se acrediten como donatarias autorizadas para recibir donaciones a través de ella, pero que también los donantes conozcan el sistema, tanto los ya realizan donaciones a través de alguna

legislación con incentivos tributarios, como en especial personas y empresas que tienen el potencial de realizar donaciones y pueden ver incentivado sus aportes a través del uso de la ley.

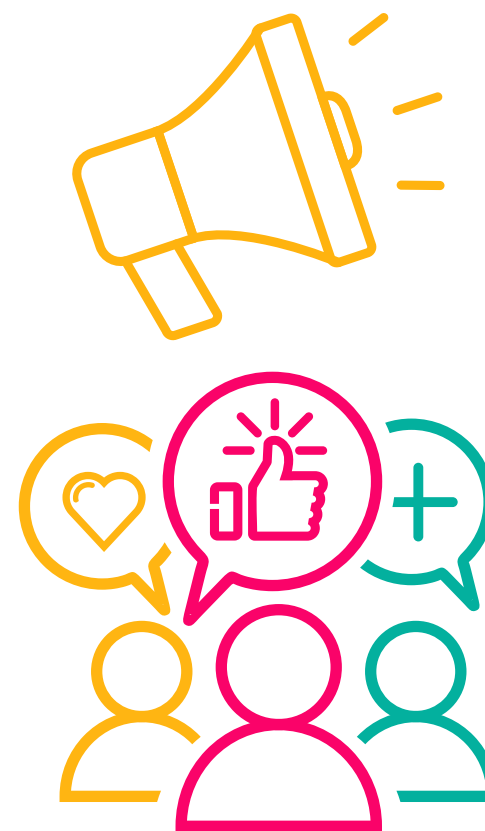
Relacionado con lo anterior, las organizaciones también enfrentan una serie de desafíos a nivel cultural, específicamente, el desinterés de actores del territorio de realizar donaciones y la falta de confianza y desconocimiento de las organizaciones de la sociedad civil. Enfrentar desafíos culturales requiere estrategias de distintos niveles.

Planteamos dos recomendaciones ante estos

Recomendaciones y conclusiones

desafíos culturales. Una primera recomendación se orienta a las propias organizaciones: desarrollar una estrategia proactiva de difusión que permita dar a conocer el valor de las OSC para la comunidad y conectar ese valor con las necesidades y desafíos que tienen empresas y personas con potencial de involucrarse y contribuir con distintos tipos de aportes, financieros, pero también no financieros, especialmente cuando existen limitaciones de recursos monetarios disponibles en los actores. Y esto requiere fortalecer y ampliar las estrategias de financiamiento (donaciones, fondos públicos, venta de servicios) y en especial, fortalecer las capacidades de levantamiento de fondos (redes de socios, por proyecto, voluntariado), como ya se ha mencionado.

Una segunda recomendación es fortalecer el ecosistema que facilita la labor de las organizaciones de la sociedad civil y el desarrollo de la filantropía a nivel general, pero en especial a nivel territorial. En este marco, las fundaciones territoriales, como una organización que moviliza recursos del territorio, facilita la vinculación y participación de distintos tipos de donantes para apoyar iniciativas de organizaciones en una comunidad, es un modelo relevante que a demostrado en distintos lugares del mundo tener la capacidad de potenciar el desarrollo de la filantropía local (ver recuadro Fundaciones Territoriales).



Recomendaciones y conclusiones

Introducción:
colaboración
y territorio

Principales
hallazgos

Metodología
del estudio

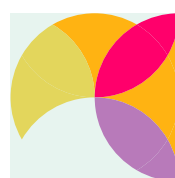
Capítulo 1:
¿Quiénes y cómo
se moviliza la
filantropía local a
los largo del país?

Capítulo 2:
Estrategias para
movilizar la
filantropía local

Capítulo 3:
Principales
desafíos para
movilizar la
filantropía local a
nivel territorial

Recomendaciones
y conclusiones

Bibliografía



EL MODELO DE FUNDACIONES TERRITORIALES PARA POTENCIAR LA FILANTROPÍA LOCAL

En 1914 el abogado y banquero Frederick Harris Goff, impulsó la creación de The Cleveland Foundation para promover el desarrollo de la ciudad de Ohio, en Estados Unidos, a través de un sistema que fuera flexible para responder a las necesidades de la comunidad y abierto para que todos los actores del territorio pudieran contribuir al bienestar de los residentes de la ciudad, contemplando una mirada de largo plazo. Una institución creada por la comunidad y para la comunidad. El éxito de este modelo de fundaciones para movilizar aportes e impulsar proyectos en beneficio de un territorio, permitió que se expandiera globalmente. Actualmente existen más de 2.000 fundaciones territoriales, donde aproximadamente la mitad está en Estados Unidos, una tercera parte en Europa y el resto en Asia, Oceanía y África, y en menor medida en América Latina, con México liderando su expansión.

Dado que el principal propósito de este tipo de fundaciones es apoyar y fomentar el desarrollo sostenible de la comunidad, tienen una gran capacidad de articular la cooperación entre los diferentes actores presentes en el territorio, y movilizar diferentes recursos de la localidad, tanto de personas y empresas que viven en la comunidad como de otros actores que tienen algún vínculo con ella. Movilizan y valoran todo tipo de aportes: dinero, conocimientos, creación y desarrollo de redes, voluntariado, entre otros, generando espacios de cooperación donde todos se sienten llamados a contribuir a organizaciones e iniciativas de la comunidad en una gama variada de temáticas u ámbitos relevantes para el territorio (educación, salud, infancia, seguridad, medioambiente, emprendimiento, etc.).

Recomendaciones y conclusiones

Las fundaciones territoriales tienen una característica particular: ninguna es igual a otra, debido a que se construyen y articulan en base a las características propias de cada comunidad. En México, por ejemplo, existen fundaciones territoriales tanto en ciudades capitales con grandes donantes empresariales y familiares, como en el caso de Comundar en Monterrey, o en pequeñas ciudades con pocos donantes, como la Fundación Comunitaria de Malinalco. Es posible encontrar fundaciones territoriales en zonas urbanas (Corporativa de Fundaciones) y en zonas rurales e indígenas (la Asociación de los Amigos de San Cristóbal).

Las fundaciones territoriales contribuyen a la democratización de la filantropía, facilitando la movilización de diversos tipos de recursos (dinero, talento, conocimiento) aportados por instituciones, empresas y personas del territorio de todos los niveles socioeconómicos, conectándolos con proyectos en formas más simétricas. Permiten además descentralizar la filantropía, facilitando que personas interesadas en aportar a su comunidad encuentren canales fáciles para hacerlo, generando conexiones y sistemas de seguimiento sobre el manejo de recursos que dan confianza en el sistema. Con ello, las fundaciones territoriales ofrecen a los donantes una mejor comprensión de las necesidades de las comunidades y generan las conexiones necesarias entre donantes de distinto tipo con iniciativas y organizaciones que están trabajando en distintos ámbitos claves para el desarrollo de una comunidad.

Para más información se puede consultar el siguiente material:

[#1 Guía de Fundaciones Territoriales. Qué son y qué aportan para Chile](#)

[#2 Guía de Fundaciones Territoriales. Pasos para su creación en una región](#)

Introducción:
colaboración
y territorio

Principales
hallazgos

Metodología
del estudio

Capítulo 1:
¿Quiénes y cómo
se moviliza la
filantropía local a
los largo del país?

Capítulo 2:
Estrategias para
movilizar la
filantropía local

Capítulo 3:
Principales
desafíos para
movilizar la
filantropía local a
nivel territorial

Recomendaciones
y conclusiones

Bibliografía

Recomendaciones y conclusiones

Introducción:
colaboración
y territorio

Principales
hallazgos

Metodología
del estudio

Capítulo 1:
¿Quiénes y cómo
se moviliza la
filantropía local a
los largo del país?

Capítulo 2:
Estrategias para
movilizar la
filantropía local

Capítulo 3:
Principales
desafíos para
movilizar la
filantropía local a
nivel territorial

Recomendaciones
y conclusiones

Bibliografía

En suma, si bien el desarrollo de la filantropía local en Chile es aún incipiente, tiene importantes posibilidades de crecimiento, en la medida en que se superen los desafíos que enfrentan las organizaciones de la sociedad civil, tanto a nivel interno como en el entorno en que trabajan. Para ello, es importante el compromiso tanto de actores del sector público, en especial aquellos que administran las leyes de donaciones (incluido el Servicio de Impuestos Internos), como de donantes y organizaciones que se orientan a potenciar el rol de la sociedad civil, como de todos los actores involucrados en un territorio.

Las acciones posibles a realizar y estrategias a tomar en consideración son múltiples: desde el fortalecimiento de las capacidades de las OSC respecto del funcionamiento de las leyes de donación y contar con nuevas herramientas y estrategias para recaudar donaciones, pasando por campañas de información del funcionamiento del sistema de incentivos tributarios a las donaciones a los ciudadanos y donantes, hasta la posibilidad de revisar los incentivos tributarios para

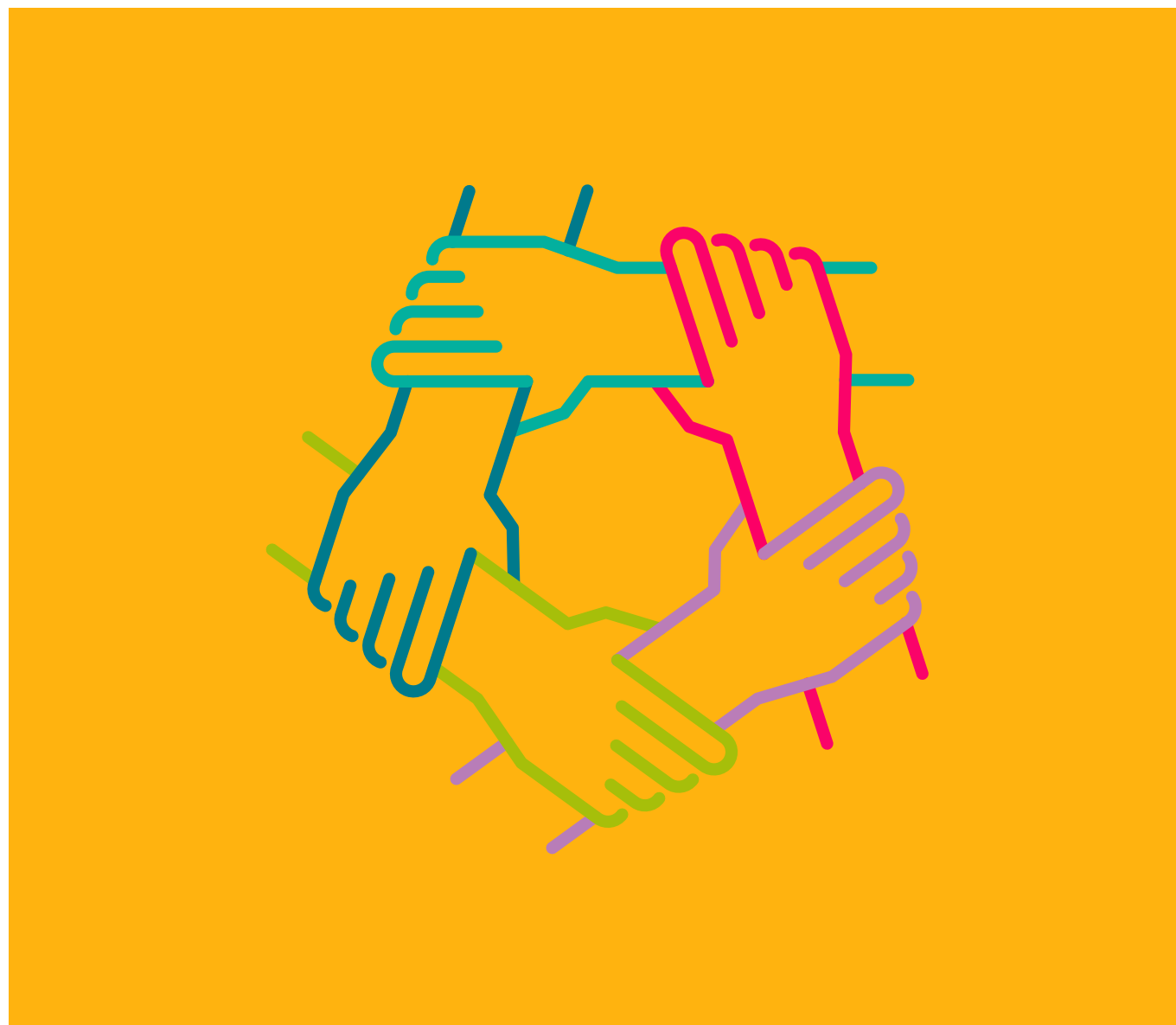
GENERALMENTE LAS ORGANIZACIONES QUE LOGRAN LA MOVILIZACIÓN DE LA FILANTROPÍA LOCAL, TIENEN EN COMÚN LA CAPACIDAD DE GENERAR ALIANZAS Y UN TRABAJO COLABORATIVO ENTRE LOS DISTINTOS ACTORES DEL TERRITORIO. ESTA CAPACIDAD DE GESTIÓN Y ARTICULACIÓN FORTALECE EL VALOR QUE LAS OSC GENERAN PARA EL BIENESTAR GENERAL DE LA COMUNIDAD DONDE SE INSERTAN.

donaciones territoriales, o bien de desarrollar el nuevo modelo de fundaciones territoriales que facilite la articulación de recursos de la comunidad para la comunidad.

Los múltiples casos exitosos de movilización de recursos locales, algunos de los cuales se recogen en este estudio, muestran que el desarrollo de la filantropía local puede llevarse a cabo por distintos tipos de organizaciones, tanto por aquellas que trabajan a nivel

nacional, como por aquellas que tienen un enfoque territorial. Tienen en común la capacidad de generar alianzas y el enfoque al trabajo colaborativo entre los distintos actores de la comunidad, convocando tanto a municipalidades o gobiernos regionales, empresas o agrupaciones empresariales, organizaciones de base, y ciudadanos que quieran aportar al bienestar de su comunidad o territorio. Esta capacidad de gestión de iniciativas y articulación de alianzas potencia la filantropía local y, sobre todo, fortalece el valor que las organizaciones de la sociedad civil generan para el bienestar de una comunidad y de la sociedad en su conjunto.

Recomendaciones y conclusiones



Bibliografía

- Aninat, M. (2022). Ampliación del sistema de donaciones en Chile: Desafíos de participación ante la nueva Ley N°21.440. Centro de Estudios Públicos. Punto de Referencia. Edición Digital N°607.
- Aninat, M., & Vallespin, R. (2019). Primer Barómetro de Filantropía en Chile: Tendencias e Índice de desarrollo. Santiago: CEFIS UAI y Fundación Chile + Hoy.
- Aninat, M., & Vallespin, R. (2022). Filantropía en pandemia: Donaciones 2020. Santiago de Chile: Centro de Filantropía e Inversiones Sociales CEFIS UAI.
- Departamento de Geografía Universidad Alberto Hurtado, La olla de Chile y Asociación Geógrafas Chile. (2021). Las ollas comunes en pandemia: Estrategias locales ante la crisis del hambre. Santiago.
- Hodgson, J., & Pond, A. (2019). Cómo transfiere el poder la filantropía comunitaria. Qué pueden hacer las instituciones donantes para ayudar a que suceda el cambio. GrantCraft - Global Fund for Community Foundations & Global Alliance for Community Philanthropy.
- Irarrázaval, I., & Streeter, P. (2020). Mapa de las Organizaciones de la Sociedad Civil. Santiago: Centro de Políticas Públicas UC, Fundación Chile+Hoy.
- Irarrázaval, I., Sagredo, M., Streeter, P., Masjuán, V., Muñoz, N., Rodríguez, J., & Zalaquett, N. (2021). Impacto y adaptación de las fundaciones en contexto de pandemia. Comunidad de Organizaciones Solidarias y Centro de Políticas Públicas UC.
- Ministerio Secretaría General de Gobierno. (2011). Ley N°20.500: Sobre asociaciones y participación ciudadana en la gestión pública. Santiago.
- Unidad Sistema Integrado de Información Territorial y Estadística. (2018). El Censo 2017 y su dimensión demográfica comunal. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile.
- Villar, R., Vallespin, R., & Aninat, M. (2020). Hacia un nuevo marco legal para las donaciones en Chile: análisis comparado entre Chile, América Latina y OCDE. Santiago de Chile: CEFIS UAI - Chile+Hoy.

Introducción:
colaboración
y territorio

Principales
hallazgos

Metodología
del estudio

Capítulo 1:
¿Quiénes y cómo
se moviliza la
filantropía local a
los largo del país?

Capítulo 2:
Estrategias para
movilizar la
filantropía local

Capítulo 3:
Principales
desafíos para
movilizar la
filantropía local a
nivel territorial

Recomendaciones
y conclusiones

Bibliografía



Filantropía Local:

DESAFÍOS Y
BUENAS PRÁCTICAS
EN CHILE

