

TIRONI | ASOCIADOS

COMUNICACION | ESTRATEGICA

[LA COMPAÑIA](#)[NUESTRAS OFICINAS](#)[QUIENES SOMOS](#)[ESPECIALIDADES](#)[SERVICIOS](#)[BIBLIOTECA](#)[NOTICIAS](#)[BUSCADOR](#)

lunes 20 de agosto de 2007



Noticias

[Versión imprimible](#)

Buscador

[Ir a búsqueda avanzada](#)

Chilenos dan en promedio \$3.443 al mes a instituciones de beneficencia

El Mercurio, 10 de agosto de 2007

Primer estudio que evalúa donaciones per cápita, realizado por Fundación Trascender y Collect, determinó que los aportes a través del vuelto es lo más común.



Un promedio mensual de \$3.443 destinan los chilenos para donaciones a instituciones de beneficencia.

Noticias

[Chile: Destitute no more](#)[Latin America`s middle class: Adiós to poverty, hola to consumption](#)



Una cifra que, en el caso del segmento ABC1, asciende a \$6.323 mensuales, mientras que en los estratos más bajos como el C3 y el D, bordea los \$2.500.

El economista del Instituto Libertad y Desarrollo, Rodrigo Castro, reconoce que el estrato socioeconómico más alto podría donar mucho más que los \$6.323 que destina en promedio a beneficencia. En su opinión, esto se explica por la falta de incentivos que existe para las donaciones.

"En Chile faltan incentivos tributarios. La ley que se está planteando en ese sentido puede tener efectos positivos, porque una de las medidas que propone es una rebaja de las cargas tributarias para las donaciones", explica.

El estudio, realizado por la Fundación Trascender y la empresa Collect Gfk a 1.500 personas de más de 15 años del Gran Santiago, reflejó que la modalidad más frecuente para donar a las instituciones de beneficencia es a través del vuelto en farmacias y supermercados, el que es usado por un 84% de los encuestados.

Por ejemplo, en 2006 el supermercado Líder recaudó más de \$850 millones para el Hogar de Cristo.

Confiar para dar

Le siguen las campañas o colectas, con un 80% de las preferencias, y las donaciones a personas que piden en la calle, con un 60% de las menciones.

Ésta última opción es la más usada por el segmento C3 y D, ya que un 61% y un 62% de quienes pertenecen a estos grupos declararon dar dinero a los que piden en la vía pública.

El 74% de quienes participaron en la encuesta afirmó que le molesta la gente que malgasta el dinero que recibe.

Además, un 72% manifestó estar de acuerdo en que son demasiadas las organizaciones que piden donaciones.

El 61% dijo no saber en qué se usa el dinero que aportó lo que, a juicio de la directora de la Fundación Trascender, María Paz Rencoret, es un llamado a estas instituciones para profesionalizarse.

"La búsqueda de financiamiento es uno de los principales problemas que enfrentan las organizaciones sin fines de lucro y este estudio refleja que para aumentar la ayuda que reciben es fundamental que sean transparentes y comuniquen las obras que hacen", asegura María Paz Rencoret.

Esto, agrega, incidiría en un aporte por parte de los privados en forma más constante y organizada. "Ya que actualmente lo que prima es la entrega de vuelto, lo que es una medida efectiva, pero representa una fuente de ingresos más bien dispersa y que no genera compromiso".



[Versión imprimible](#)

[INICIO](#)

[COMPAÑÍA](#)

[MAPA DEL SITIO](#)

[CONTACTO](#)

Copyright © 2005 tironiasociados.com

[Advertisers find new headaches in lawless world of social Web sites](#)

[Chilenos dan en promedio \\$3.443 al mes a instituciones de beneficencia](#)

[Ver todas las noticias](#)

Columnistas

Ascanio Cavallo habla sobre las preocupaciones sociales del país en "**Vientos de Izquierda**".

Simón Pachano envía desde Ecuador "**Compañeros Militares**".

[Ver publicaciones](#)



Visite www.eugeniotironi.cl, aquí encontrará todas sus **publicaciones, columnas de opinión y artículos con la posibilidad de comentarlos,**

además de **conferencias, agenda de actividades, material gráfico** y una sección de **Libros** que ofrece breves reseñas de las publicaciones de **Eugenio Tironi** como autor o coautor.

TIRONI ASOCIADOS **Recomienda**



23-07-2007

Brand Jam: Humanizing Brands Through Emotional Design

[Ver más](#)