LITORALPRESS

Fecha: 15-05-2025
Medio: El Mercurio
Supl. : El Mercurio - Innovacion
Tipo: Noticia general
Título: Donando.cl enfrenta el desafío de digitalizar la filantropía en Chile

Pág. : 4
Cm2: 440,6
VPE: $ 5.787.869

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: No Definida

LOS MOTIVÓ LA PANDEMIA:

Donando.cl enfrenta el desafío de **digitalizar la filantropía en Chile**

La plataforma busca facilitar la recaudación de fondos para fundaciones mediante herramientas digitales. Hoy colabora con más de mil organizaciones y proyecta su expansión fuera del país. **FERNANDA GUAJARDO S.**

El inicio de la pandemia, en 2020, obligó a muchas organizaciones sin fines de lucro a detener sus campañas de recaudación presenciales. En ese contexto surgió Donando.cl, una plataforma digital desarrollada por la empresa tecnológica Black Labs, que ofrecía una alternativa a la tradicional colecta en la vía pública. Su objetivo: permitir que fundaciones pudieran recibir donaciones por internet de forma segura y sencilla.

"Durante la pandemia no se podía salir a la calle a pedir ayuda. Las fundaciones se vieron paralizadas, y nosotros identificamos esa necesidad", señala Juan Pablo Hurtado, CEO de Donando. Desde entonces, la plataforma ha ido evolucionando y sumando herramientas. En 2024 se convirtió en una empresa independiente mediante un *spin-off*, y actualmente trabaja con más de mil organizaciones en Chile.

Donando permite a las fundaciones recaudar donaciones únicas o periódicas a través de tarjetas de crédito, transferencias y sistemas como PayPal para aportes desde el extranjero. También ofrece herramientas para crear páginas personalizadas, campañas específicas (por ejemplo, para financiar materiales escolares) y la venta de tarjetas digitales con motivos conmemorativos o de agradecimiento. La mayoría de sus funciones están orientadas a personas naturales, aunque también han recibido aportes desde empresas.

Uno de los aspectos destacados es su sistema de suscripción, que permite a los usuarios convertirse en socios permanentes de una fundación, con cobros mensuales automáticos. Esta modalidad, similar a la que tradicionalmente se realiza en la calle con formularios, ahora se gestiona de manera completamente digital y con medidas de seguridad integradas.

Donando cobra una tarifa por mantención por cada transacción realizada, lo que permite sostener el funcionamiento de la plataforma. "No hablamos de comisiones porque no operamos como una pasarela genérica de pago. Mantenemos un servicio especializado para fundaciones", explica Hurtado.

Otro desarrollo reciente ha sido la incorporación de un algoritmo predictivo que, en base a datos históricos y número de voluntarios, estima cuánto podría recaudar una fundación en una colecta. Esto busca facilitar la planificación de las campañas y ajustar expectativas.

A pesar del enfoque tecnológico, el equipo de Donando enfatiza que el acompañamiento humano también es parte central de su modelo. El objetivo es que las fundaciones, muchas de ellas con experiencia limitada en entornos digitales, puedan usar la plataforma sin mayores complicaciones. "La mayoría de las herramientas han sido incorporadas a partir del *feedback* que nos entregan las propias organizaciones", añade Hurtado.

Aunque su operación se ha concentrado en Chile, Donando ha comenzado a explorar experiencias fuera del país. En el último año realizaron pilotos en Perú y están en conversaciones con organizaciones en México, buscando adaptar la herramienta a otros contextos y marcos regulatorios.

La digitalización de los procesos de donación no es nueva, pero su adopción en el mundo de las fundaciones en Chile ha sido más lenta, muchas veces por falta de recursos o conocimiento técnico, explican desde el equipo. Plataformas como Donando surgen como una opción en ese escenario, permitiendo a las organizaciones pequeñas y medianas acceder a herramientas que antes solo estaban al alcance de grandes instituciones.

Según Hurtado, el desafío no es solo tecnológico. "El cambio también es cultural. Al principio, muchas fundaciones pensaban que su público no estaba preparado para donar en línea. Pero la pandemia aceleró esa transición y ahora vemos a personas mayores haciendo donaciones digitales sin problema".

El crecimiento de Donando coincide con una tendencia más amplia en el sector social: la necesidad de profesionalizar y sistematizar procesos que antes se realizaban de manera manual. En ese sentido, la plataforma representa una experiencia concreta de cómo la tecnología puede insertarse en un espacio tradicionalmente análogo, sin reemplazarlo, sino complementándolo.

Están trabajando para próximamente llegar a Perú y México.

MARIOLA GUERRERO