



¿Y ahora QUIÉN PAGA ESTO?

Fundraising y la financiación de las ONG

Marcos Concepción Raba

Director- Gerente

“Herramientas para el Diseño de Proyectos de Intervención Social” Universidad de la Rioja.



www.aefundraising.org

→ ¿QUE ES FUNDRAISING?



FUND - RAISING



COMUNICACIÓN

MARKETING

RRPP



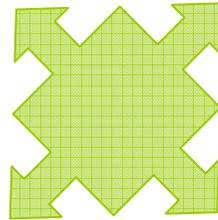
→ ¿QUE ES FUNDRAISING?



FUND - RAISING

Capacidad organizativa
(Gobierno /Estrategia)

Capacidad intervención
(Derivada de las otras)



Capacidad recaudación
(Fundraising)

Capacidad comunicación
(Interna /Externa)



¿QUE ES Asociación Española de FUNDRAISING?

Los **objetivos principales** de la entidad son:

- **Contribuir a la profesionalización en la labor de Captación de Fondos por parte de la ONG/ONL españolas, así como la difusión de las buenas prácticas** del Marketing y la Comunicación Directa Integrada, aplicadas a la gestión y la recaudación de fondos.
- **Formar, informar y asesorar a las ONG/ONL y a los profesionales** en las técnicas de captación de fondos existentes.
- **Desarrollar estándares de calidad y criterios éticos en la práctica de la captación de fondos** para asegurar la confianza de los donantes en el sector no lucrativo.
- **Promover la investigación, el intercambio y la evaluación de experiencias** entre los profesionales de las distintas organizaciones.

➡ ¿QUE ES Asociación Española de FUNDRAISING?

- Organizamos **actos para promover el intercambio y la divulgación del fundraising**, tales como mesas redondas, grupos de trabajo, tertulias, etc.
- Desarrollamos **investigaciones y estudios** sobre los temas de interés para el sector.
- Desarrollamos **programas de formación**.
- Organizamos el **Congreso Anual de Fundraising**.
- Articulamos **acuerdos de colaboración** con entidades que puedan beneficiar el desarrollo y la realización de la labor de la captación de fondos.
- Elaboramos **códigos éticos de actuación**.



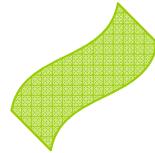
→ ¿QUE ES FUNDRAISING?



FUND - RAISING



3er SECTOR



**SECTOR
PÚBLICO**



**SECTOR
PRIVADO**



➔ ¿QUE ES FUNDRAISING?



FUND - RAISING



3er SECTOR

Obras Sociales

Fundaciones empresas

Fundaciones Públicas

¿ONG?

Asociaciones empresariales

Fundaciones de gestión del patrimonio

Comunidades de propietarios

Fundaciones de promoción de la cultura

Fundaciones educativas

Clubes deportivos

Peñas festejos

Etc. ...



→ Las ONG

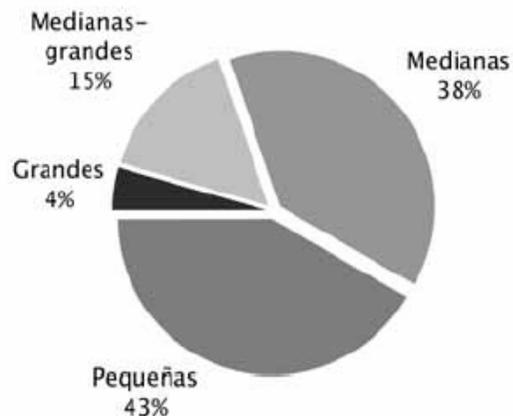
- Cooperación
- Ayuda Humanitaria
- Acción Social

Gráfico 1 Forma jurídica (% de ONG). 2006.



(a) Dentro de la categoría se incluyen cuatro ONGD que no están en ninguna de las categorías anteriores: Cruz Roja Española, Cáritas Española, Amigos del pueblo saharauí, Justicia y Paz.

Gráfico 3 Clasificación según tamaño (% de ONG). 2005.



A efectos de este análisis las ONG se clasificarán según su volumen de ingresos y personal remunerado en:

a. **Grandes:** Organizaciones que cumplen uno de los siguientes criterios: tener contratadas más de 250 personas; tener un volumen anual de ingresos superior a los 50 millones de euros.

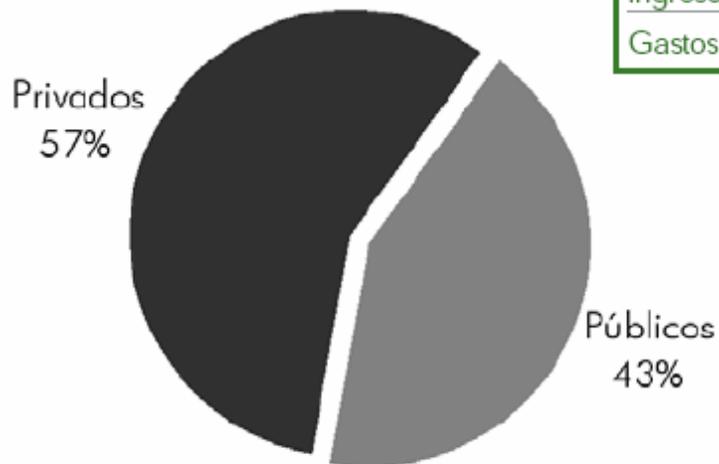
b. **Medianas-grandes:** Organizaciones que cumplen estos dos criterios: ocupar a menos de 250 personas; tener un volumen anual de ingresos inferior a los 50 millones de euros.

c. **Medianas:** Organizaciones que cumplen estos dos criterios: ocupan a menos de 50 personas; sus ingresos anuales no exceden los 10 millones de euros.

d. **Pequeña:** Organizaciones que cumplen estos dos criterios: tienen menos de 10 personas contratadas; su cifra anual de ingresos no excede de 2 millones de euros. Este criterio es equivalente a una delimitación sugerida por la Comisión Europea para empresas cuyas categorías son respectivamente: grandes, medianas, pequeñas y microempresas.

➔ Los ingresos de las ONG

Gráfico 4 Distribución de fondos. 2005



Cuadro 1 Cifras totales de ONG y Coordinadoras Autónomas 2005

Apoyo económico (nº de personas)	
Periódico (cuotas, apadrinamientos...)	1.487.679
Puntual (donaciones)	430.523
Recursos humanos (nº de personas)	
Personal remunerado	16.954
Personal voluntario	241.888
Ingresos (en millones de euros)	1.077,81
Gastos (en millones de euros)	1.032,37

➔ La financiación de las ONG, ¿SITUACIÓN ACTUAL?

- Excesiva dependencia **del Sector público**
 - Problemas de tesorería (desfase concesión /cobro)
 - Recursos efímeros (ayudas a proyectos anuales)
- **Cuotas de socios**, en crecimiento, pero insuficientes
- **La prestación de servicios**, reservado a ONG grandes.
- Incremento de **aportaciones del Sector privado**, aunque escaso (+10%)

La financiación de las ONG, ¿ESTANCAMIENTO?

- Mayor control de Subvenciones ... 
 - + requisitos y condiciones de acceso y desarrollo
- Socios y Voluntarios ... 
 - + utilidad y rentabilidad de la donación
- Crecimiento del sector ... 
 - + competencia

➡ ¿Por qué captar fondos? MOTIVOS

- **Supervivencia.** Toda organización necesita dinero para sobrevivir, tanto para cubrir necesidades estructurales como temporales.
- **Desarrollo.** Para crecer y desarrollarse como organización y satisfacer las demandas; para mejorar los servicios que ya presta; para ofrecer nuevos servicios; y para innovar.
- **Independencia.** Para reducir la dependencia de su estructura de financiación y así reducir, a la vez, la incertidumbre sobre su futuro, desarrollando fuentes alternativas de ingresos.



➔ ¿Por qué captar fondos? MOTIVOS

- **Apoyos.** Para incrementar su base social, los apoyos, y las complicidades. La base de toda organización es su capital humano. La captación de fondos no versa sobre el dinero, sino sobre la cantidad de complicidades.
- **Sostenibilidad.** Para crear una organización viable y sostenible a medio y largo plazos. Porque captar fondos no es simplemente generar recursos para hoy, sino consolidar una estructura y posibilitar las acciones en el futuro.

➔ Los ingresos de las ONG

- De particulares
- Recursos Propios
- De entidades privadas
- De entidades públicas

Gráfico 9 Evolución fondos privados/públicos. 2003-2005.

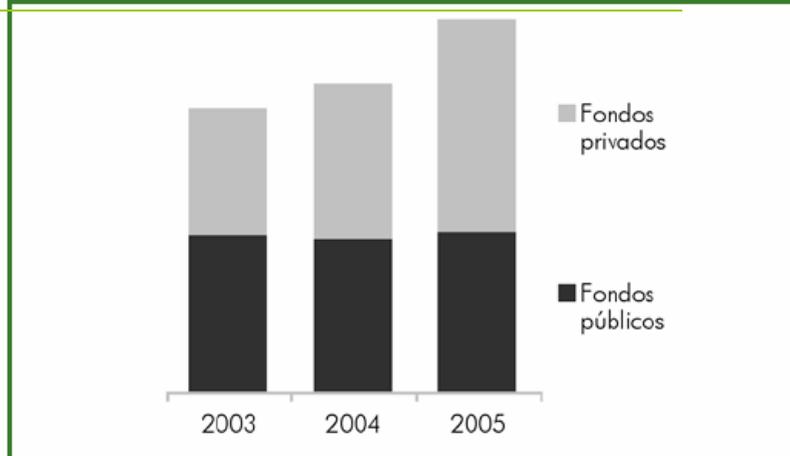


Gráfico 6 Desglose fondos públicos. 2005

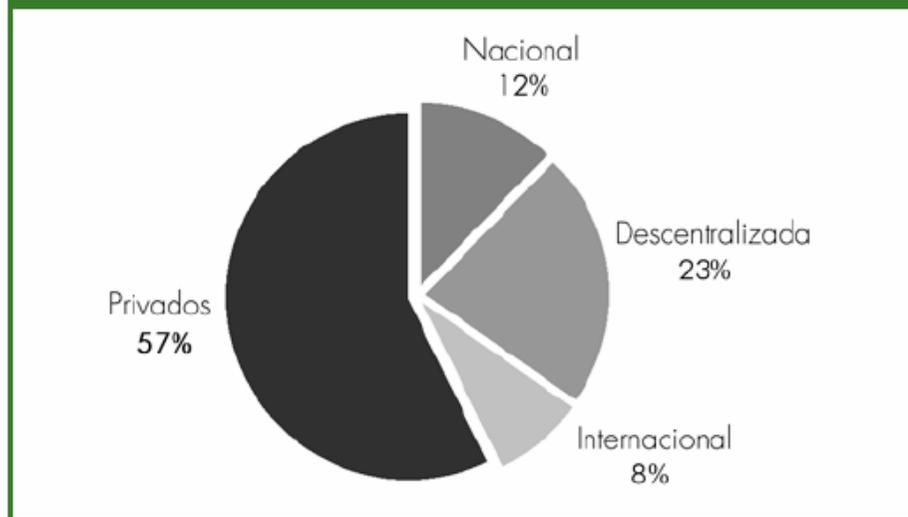
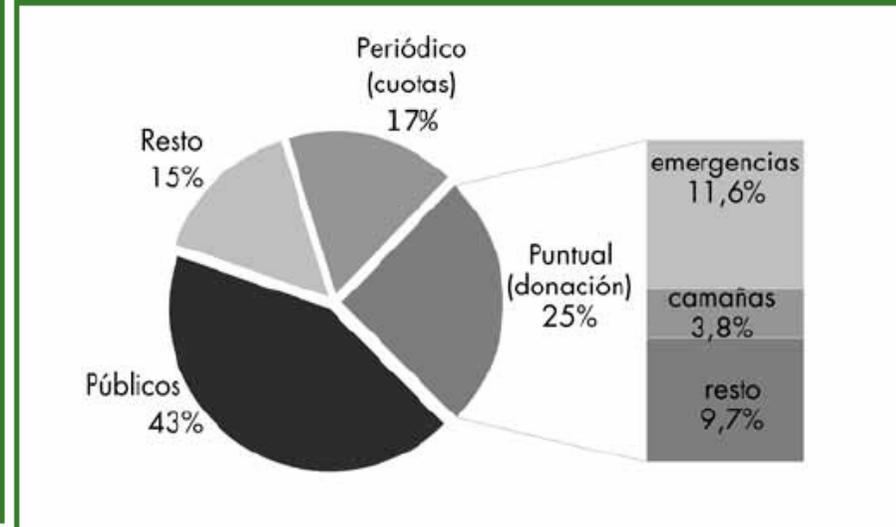


Gráfico 5 Desglose de fondos privados. 2005



➔ Los ingresos de las ONG: ... DE PARTICULARES

- **Voluntarios.** Ceden gratuitamente su trabajo y su tiempo para las actividades y servicios de la organización.
- **Donantes:** Hacen una aportación económica de forma esporádica.
- **Socios:** Pagan una cuota periódica generalmente anual y a través de transferencia bancaria.
- **Legados:** Dejan a través del testamento todo o parte de sus bienes a la organización.

➔ Los ingresos de las ONG: ... RECURSOS PROPIOS

- **Servicios:** Ingresos por actividades y servicios.
- **Actividades promocionales:** Ingresos mediante eventos.
- **Merchandising:** Venta de productos.
- **Rentas de propiedad:** Ingresos obtenidos de la explotación de inmuebles.
- **Ingresos financieros:** Rendimientos obtenidos del capital.

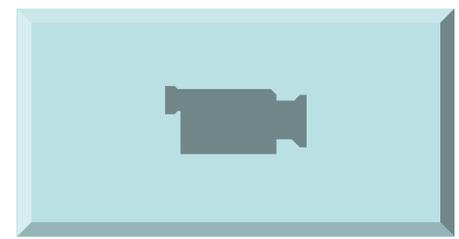
➔ Los ingresos de las ONG: ... DE ENTIDADES PRIVADAS

- **Mecenazgo:** Colaboraciones en base a criterios de responsabilidad social y a largo plazo.
- **Patrocinio/ Esponsorización:** Colaboraciones puntuales basadas en la publicidad.

➔ Los ingresos de las ONG: ... CAMPAÑAS



Los ingresos de las ONG: ... CAMPAÑAS



FCB Alianza Fútbol Club Barcelona

Alianza UNICEF-FC Barcelona

- » Presentación de la Alianza
- » Preguntas y respuestas
- » Deporte para el Desarrollo

Programas

- » Swazilandia

Noticias

- » Histórico de noticias

Multimedia

- » Vídeos
- » Ensayos fotográficos

Últimas noticias

24 de agosto de 2007
Presentación de la exposición fotográfica "El impacto del VIH/SIDA"
 La exposición fotográfica "El impacto del VIH/SIDA: vida y esperanzas de los huérfanos de Swazilandia", del fotógrafo Pep Bonet, retrata la vida diaria de los niños huérfanos de Swazilandia, zona de acción del primer proyecto de la alianza FC Barcelona - Unicef...

9 de agosto de 2007
El FC Barcelona demuestra su compromiso con la campaña de UNICEF "Unidos por la infancia. Unidos contra el SIDA" durante su gira asiática.
 Durante el segundo partido amistoso de la gira asiática del club azulgrana, en el estadio Nissan de Tokio, decenas de miles de espectadores pudieron comprobar el compromiso de los jugadores con la lucha contra el VIH/SIDA...

Contacta • Unicef.es • [RSS](#)



Los ingresos de las ONG: ... CAMPAÑAS

Castellano | Català | Preguntas frecuentes | 902 330 331 | Contáctanos | Mapa web

Intermón Oxfam

Quiénes somos | Qué hacemos | Qué puedes hacer tú | Buscar

Quiénes somos
Qué hacemos

- Proyectos de desarrollo
- Acción humanitaria
- Comercio justo
- Campañas
- Actúa
 - Caso Repsol
 - Cambio climático
 - Armas

¿Qué esconde el Gobierno español?

La Comisión de Defensa del Congreso está a punto de debatir un proyecto de ley sobre comercio de armas que no obliga a los países de los Estados Unidos, principal exportador de armas, a proporcionar información. ¿Acaso España...

versión para imprimir | envía esta página

¡ÚLTIMA OPORTUNIDAD!

Escribe a los portavoces de la comisión de Defensa y exige una ley que garantice criterios estrictos para autorizar o denegar la venta de armas desde España.

Noticias

imprimir

Versión para imprimir

Los 40 Principales entrega a Intermón Oxfam casi 700.000 euros

Ariane Arpa, directora general de Intermón Oxfam, recibirá mañana de manos de Raúl Rodríguez de Unión Flo, director de Los 40 Principales, un cheque correspondiente a los beneficios del concierto de Los 40 Principales celebrado el pasado mes de mayo en el Estadio Vicente Calderón. Por REDACCIÓN /los40.com Madrid (04/10/17)



En julio de 2006, la cadena musical ya entregó a Intermón Oxfam un cheque por valor de 250.000 euros. Este año, y que reunió en el Estadio Vicente Calderón...

Concierto ANAR

entre todos

SÁBADO 18
NOVIEMBRE (A LAS 19:30 HORAS)
AUDITORIO DE SEVILLA

PRESENTA:

PATROCINA: **renfe** **AVE**

JUNTA DE ANDALUCÍA
GOBIERNO DE ANDALUCÍA

Coca-Cola

PRECIO 10,50 EUROS + 1,50 EUROS (GASTOS DE GESTIÓN)

VENTA DE ENTRADAS: **los40.com**

EMISORAS OFICIALES: **PRINCIPALES** **dial**

Fundación **ANAR**
Ayuda a Niños y Adolescentes en Riesgo

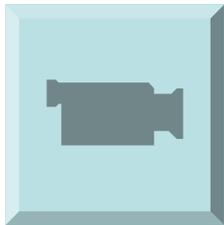
DIEGO: **OFICINA DE TELEFONÍA**

...ningún niño sin ayuda

David Demaria | el arrebatado | kiko & Shara | Estrella | la yerba del parque | antonio Ojeda



➔ Los ingresos de las ONG: ... CAMPAÑAS



- 19.000.000 millones de visionados en youtube, en 2 meses (Sep´06-Dic´06).
- 4.500.000 de websites en google.
- Se crea el Día Internacional de FreeHugs.



➔ Los ingresos de las ONG: ... DE ENTIDADES PÚBLICAS

- **Convenios:** Se aportan los medios entre las dos partes, la entidad y la Administración: una o los recursos económicos y otra el factor humano.
- **Contrato de servicios:** La Administración mantiene la titularidad del servicio pero contrata a entidades para su gestión.
- **Subvenciones:** Aportaciones económicas para el desarrollo de actividades o proyectos.

➔ CONCEPTOS CLAVE: Estructura de Financiación

MODELO A: PREDOMINIO FINANCIACIÓN PÚBLICA

Confederación Coordinadora Estatal de Minusválidos Físicos de España (COCEMFE)

- subvenciones: 96,3%
- financiación propia 0,2%
- otros: 3,5%

MODELO B: PREDOMINIO FINANCIACIÓN PRIVADA

UNICEF- Comité Español

- subvenciones: 4,4%
- financiación propia: 94,6%
- otros: 0,9%

MODELO C: FINANCIACIÓN MIXTA

Caritas Española

- subvenciones: 27,8%
- financiación propia: 58,5%
- socios: 12,6%
- otros: 1,1%

➔ CONCEPTOS CLAVE: Posicionamiento ante la financiación

Organizaciones REACTIVAS

en captación de fondos

- Tenemos un presupuesto anual, y a partir de él programamos nuestras actividades.
- Pedimos dinero o captamos fondos a partir de las necesidades que surgen.
- Creemos que los donantes se acercarán a nuestra organización sin necesidad de salir a su encuentro.

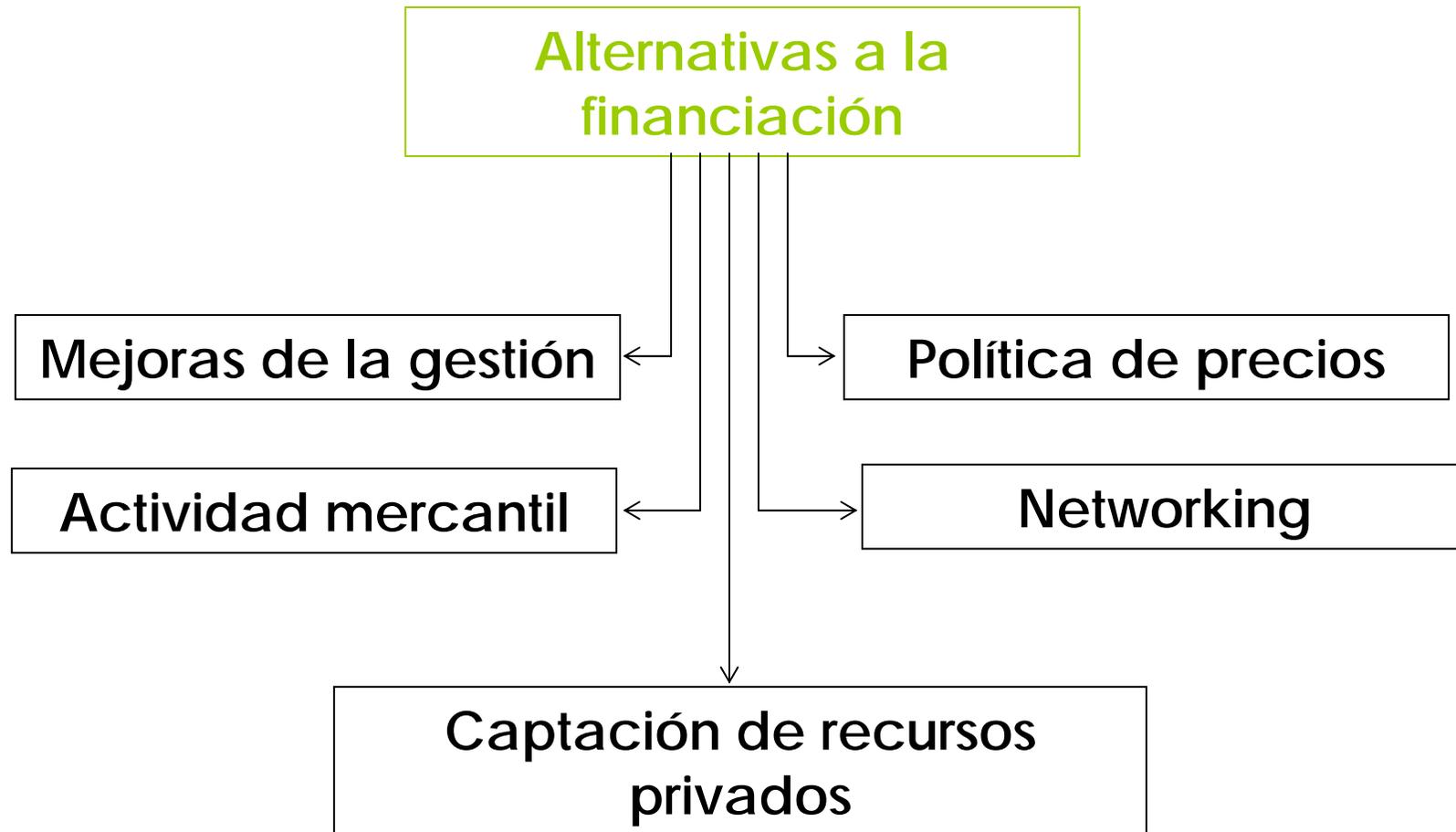
Organizaciones PROACTIVAS

en captación de fondos

- Identificamos las necesidades y definimos los proyectos que queremos realizar y les buscamos financiación.
- Antes de captar fondos o pedir dinero preparamos un proyecto concreto y atractivo.
- Realizamos campañas específicas de captación de donantes y vamos a convencerlos para que se sumen a nuestra causa.



➔ CONCEPTOS CLAVE: Alternativas a la financiación



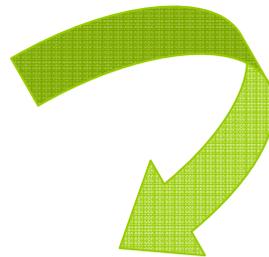
➔ CONCEPTOS CLAVE: ¿... y entonces ... FUNDRAISING?

- Un medio para el desarrollo de la organización y la movilización de recursos para una finalidad de interés general.
 - Una metodología para conseguir adhesiones a nuestra causa y aumentar nuestra base social.
- Una captación de fondos exitosa supone, pues, pedir la colaboración adecuada, a la persona adecuada, de la manera adecuada y en el momento adecuado.



➔ CONCEPTOS CLAVE: ¿Proyectos Atractivos?

Proyecto bien diseñado



Proyecto bien diseñado + Proyecto atractivo

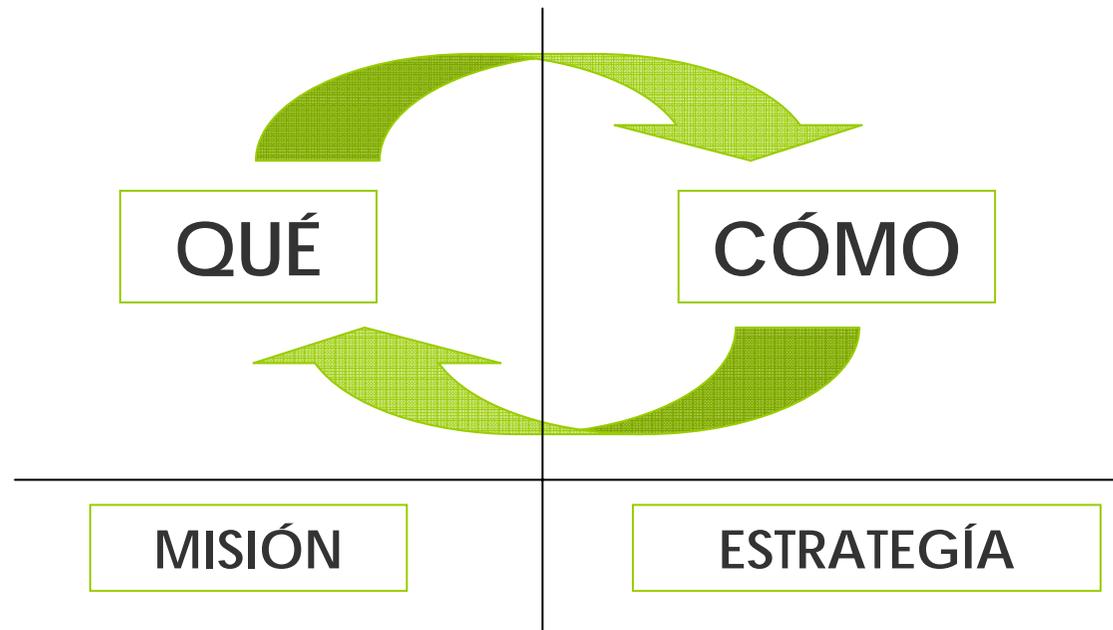


➔ CONCEPTOS CLAVE: ¿Proyectos Atractivos?

- aquél que define clara y exactamente lo que se propone,
- aquél que es capaz de ponerse en el punto de vista del donante y sintoniza con sus valores, intereses y sensibilidad,
- aquél que explicita nítidamente en qué se va a invertir el dinero del donante,
- aquél que prevé rendir cuentas y agradece la donación,
- aquél en el que la donación solicitada haga sentir al donante que su dinero marca una diferencia (*make a difference*), que hace posible la realización del proyecto.



➔ POTENCIACIÓN DEL FUNDRAISING EN ONG



Las ONG deben contemplar la captación de fondos como parte integrante de su estrategia, cuyo objetivo último es el de incrementar su patrimonio (tangible e intangible), asegurando de este modo la independencia financiera necesaria y, por tanto, la sostenibilidad.

POTENCIACIÓN DEL FUNDRAISING EN ONG

- Tender hacia la eficiencia: control de costes, establecer redes de cooperación intra e inter sector y servirse de las TIC.
- Diversificar las fuentes de financiación: aumentar la colaboración privada, aumentar o mejorar la oferta de servicios y mejorar el sistema de acceso y gestión de subvenciones.
- Fomentar las alianzas estratégicas: promover partners con empresas, administraciones y otras ONL.
- Incorporar en todos los niveles de la ONG las técnicas de captación de fondos (comunicación, marketing y relaciones públicas).

➔ POTENCIACIÓN DEL FUNDRAISING EN ONG



RETOS EN LA CAPTACIÓN DE FONDOS

- Independencia o Pluri-dependencia.
- Diversificación (de tipos y fuentes de ingresos).
- Captación de recursos acorde con la misión/ objetivos de la organización.
- Estabilidad de financiación (gestión de flujos).
- Transparencia informativa /rendición de cuentas.

➔ RETOS EN LA CAPTACIÓN DE FONDOS ... Ético

~~“Estos son mis principios, si no le gustan ...
no se preocupe, tengo otros”~~

~~Groucho Marx~~



➔ RETOS EN LA CAPTACIÓN DE FONDOS ... Ético

PRINCIPIOS UNIVERSALES

HONESTIDAD

INTEGRIDAD

RESPETO

COMPASIÓN

TRANSPARENCIA

Los *fundraisers* actuarán siempre honesta y sinceramente de manera que la confianza del público sea protegida y los donantes y beneficiarios no sean engañados.

Los *fundraisers* actuarán abiertamente y cuidando de su responsabilidad sobre la confianza pública. Darán a conocer todos los conflictos de interés reales o potenciales y evitarán cualquier muestra de mala conducta personal o profesional.

Los *fundraisers* actuarán siempre con respeto a la dignidad de su profesión y de su organización, así como con respeto a la dignidad de los donantes y beneficiarios.

➔ RETOS EN LA CAPTACIÓN DE FONDOS ... Ético

PRINCIPIOS UNIVERSALES

HONESTIDAD

INTEGRIDAD

RESPECTO

COMPASIÓN

TRANSPARENCIA

Los *fundraisers* trabajarán de manera que se promueva su causa y animarán a los demás a usar los mismos estándares profesionales y tener el mismo grado de compromiso. Darán valor a la privacidad individual, la libertad de elección y la diversidad en todas sus formas.

Los *fundraisers* estimularán la presentación de informes claros y precisos sobre el trabajo que hacen, el destino de las donaciones y los costes de la captación.