

Reflexiones del socio

Zurbano, 34 2º izq. | 28010 Madrid | www.aefundraising.org



Asociación Española
de Fundraising

El Fundraising va a cambiar de la mano de Change.org

Francisco Polo, Director de Change.org España

La actual crisis está afectando seriamente a las Organizaciones No Gubernamentales; la fuerte reducción de fondos públicos llevará, inevitablemente, a una transformación del modelo de financiación. Los fondos privados deberán ocupar un papel prioritario en las estrategias de captación de la mayoría de las organizaciones.

Sin embargo, para que los fondos privados, y específicamente los de particulares, aumenten hasta poder suplir las actuales fuentes de financiación de las ONG, estas deben introducir importantes cambios en la forma en la que están llevando a cabo su captación. En estos momentos, los fondos obtenidos a través de Internet son marginales en la mayoría de los casos pero el avance del comercio electrónico y la habituación de Internet como medio preferente para todo tipo de gestiones supone que algunos estudios indiquen que en los próximos años el 80% de los fondos de particulares se captaran por Internet.

Mientras se producen estos avances en la sociedad, las organizaciones obtienen la mayoría de sus ingresos de particulares alejados de Internet, usando métodos que suponen unos costes superiores, especialmente de personal, y una menor rentabilidad, por tener que convencer a personas que no están interesados de partida.

Las estrategias para captar fondos online por parte de muchas organizaciones son poco claras y, en muchos casos, inexistentes. En muchos casos, se ha iniciado una etapa de experimentación que está dando pie a campañas que resultan espectaculares y visualmente atractivas pero de escasa rentabilidad.

A esto se suma la escasez de recursos de muchas organizaciones, que no cuentan con los profesionales que mejor pueden ayudarles en el terreno de la captación online por resultarles excesivamente costoso y que están a la espera de demostrar la rentabilidad del medio antes de empezar a invertir seriamente. Esto genera un círculo vicioso del que es difícil escapar.

Y esta lenta introducción de las ONG al medio supone que, generalmente, el número de simpatizantes online con los que cuentan sea pequeño. Independientemente de si hablamos de las comunidades en redes sociales como Facebook o Twitter o de algo mucho más importante

como son las bases de emails de simpatizantes, hablamos de apenas unos miles en casi todos los casos.

Las plataformas de activismo online pueden dar respuesta a muchas de estas cuestiones. Al ofrecer a los ciudadanos un canal en el que pueden unirse y movilizarse por causas en las que creen, se están generando comunidades de millones de ciudadanos comprometidos. Se produce, por tanto, un cambio tremendo en la forma de relacionarse con la ciudadanía. Ahora son las personas quienes inician las campañas por las que quieren luchar y las organizaciones pueden convertirse en sus mejores aliadas. Estamos hablando de una nueva forma de conectar a las personas y a las organizaciones. Está en manos de las organizaciones sacar el máximo provecho de la oportunidad que se presenta.

¿Cuántas oportunidades existen para las ONGs de encontrar grandes comunidades de ciudadanos altamente motivadas por sus causas? En estos momentos, Actuable ha superado el millón y medio de usuarios registrados. Decenas de miles más se suman cada día. Tener acceso a miles de ciudadanos ya motivados por las causas que defienden las organizaciones es una posibilidad extraordinaria que anteriormente no existía.

El pasado 20 de septiembre, anunciamos la fusión entre Actuable y Change.org, la plataforma de activismo online de mayor crecimiento del mundo. Queda muy poco para poner en marcha la integración entre Actuable y Change.org. Cuando llegue ese momento, a esta amplia comunidad de usuarios se añadirá la extensa experiencia de Change.org en el uso de este tipo de herramientas para la captación de fondos por parte de ONG en EE.UU. Change.org ha trabajado con más de 350 organizaciones y el 90% de ellas ha vuelto a contratar sus servicios tras la primera experiencia.

Al disponer de un equipo de estrategias para diseñar las campañas conjuntamente con las organizaciones, podremos ofrecer un servicio probado y adaptado a la realidad española que les permitirá ampliar su número de simpatizantes y las ayudará a conectar con cientos de miles de personas dispuestas a apoyarlas en su labor.

A lo largo de este año se va a producir una profunda transformación en la forma en la que las Organizaciones llevan a cabo su captación de fondos. Una transformación dada, no solamente por el contexto económico, sino por la transformación de la ciudadanía. Una ciudadanía cada vez más consciente de que tiene mucho más poder del que creía para cambiar el mundo. Pocas dudas caben que las organizaciones que sepan estar a su lado serán las que conseguirán su respaldo.

Por eso, estamos seguros de que Change.org va a ser una parte muy importante de profundo cambio que sufrirá el fundraising en nuestro país.