

MEMORIA_PLAN DE TRABAJO_ AEFUNDRAISING_ 2010

ÍNDICE:

1.	INTRODUCCIÓN	1
2.	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	1
3.	ÁREAS DE TRABAJO Y PROYECTOS	3
	PROYECTOS	
	<i>Congreso Anual de Fundraising</i>	<i>5</i>
	<i>Formación especializada</i>	<i>6</i>
	<i>Estudios e Investigaciones</i>	<i>8</i>
	<i>Captación de Fondos</i>	<i>9</i>
	<i>Fortalecimiento institucional</i>	<i>10</i>
	<i>Código Ético en Fundraising</i>	<i>11</i>
	<i>Acuerdos sobre servicios de Fundraising</i>	<i>11</i>
	<i>Campañas de comunicación</i>	<i>13</i>
	<i>Web www.aefundraising.org</i>	<i>13</i>
	<i>Relaciones Institucionales</i>	<i>15</i>
	<i>Acciones de lobby</i>	<i>16</i>

1. INTRODUCCIÓN

Analizando la situación de partida en el comienzo del año 2010, y a pesar de la situación económica que ya nos afectaba, la AEFundraising constataba que existía un mayor desarrollo estratégico de las áreas de comunicación y fundraising en el Tercer Sector, lo que unido al mayor interés de las AAPP en el desarrollo interno de las entidades, nos ofrecía importantes oportunidades de crecimiento de la profesión y de la propia entidad.

Aun así, y a pesar de que la Asociación poco a poco se había consolidado como plataforma de coordinación y entidad de 2º nivel de referencia en el Tercer Sector en el ámbito de la captación de fondos en nuestro país; se detectaban importantes amenazas en el desarrollo de sus objetivos, tales como: el escaso desarrollo de la actividad del Fundraising en España, y la poca presencia institucional de la AEFundraising entre las entidades pequeñas y medianas del sector no lucrativo.

De cualquier manera, en este año 2010 se han llevado a cabo la mayor parte de las actividades previstas, destacando entre ellas la celebración de los 10 años del Congreso de Fundraising, con más de 300 participantes, el programa de formación, en el que participaron 413 personas, o el Estudio del Perfil del Donante.

En este sentido, y a pesar de encontrarnos con un capital social todavía joven y cierta escasez de infraestructuras, la Asociación se ha convertido en el único referente nacional en el ámbito del fundraising, con capacidad de representación del sector, lo que nos permite ocupar un papel relevante en el desarrollo de la actividad de la captación de fondos en nuestro país.

2. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS 2010

Como es sabido, el objetivo fundamental de la Asociación Española de Fundraising es el de *“fomentar el desarrollo de la filantropía y la captación de fondos en España, así como a la difusión de las buenas prácticas del marketing y la comunicación, aplicadas a la gestión y la recaudación de fondos para causas solidarias”*.

Para contribuir a la consecución del mismo, la Asociación se marcó como objetivo estratégico, en el inicio del año 2010, el de **CONTRIBUIR EN LA CONSOLIDACIÓN DE UNA CULTURA DE COFIANZA EN EL SECTOR DE LAS ONG**, no sólo colaborando en las campañas de sensibilización que se desarrollan habitualmente, así como las que se tengan la oportunidad de impulsar; sino también, y sobre todo, **DESARROLLANDO ESTÁNDARES DE CALIDAD Y CRITERIOS ÉTICOS EN LA PRÁCTICA DE LA CAPTACIÓN DE FONDOS**, para asegurar el apoyo y certidumbre de los donantes en el trabajo del sector lucrativo en España.

Asimismo, y con idéntica motivación, nos propusimos hacer especial hincapié en **LA PROFESIONALIZACIÓN DE LA LABOR EN EL ÁMBITO DEL FUNDRAISING**, a través de actividades de formación y la celebración del 10º Congreso Anual de Fundraising de España, por un lado; el desarrollo de estudios e investigaciones sobre la realidad en la que nos

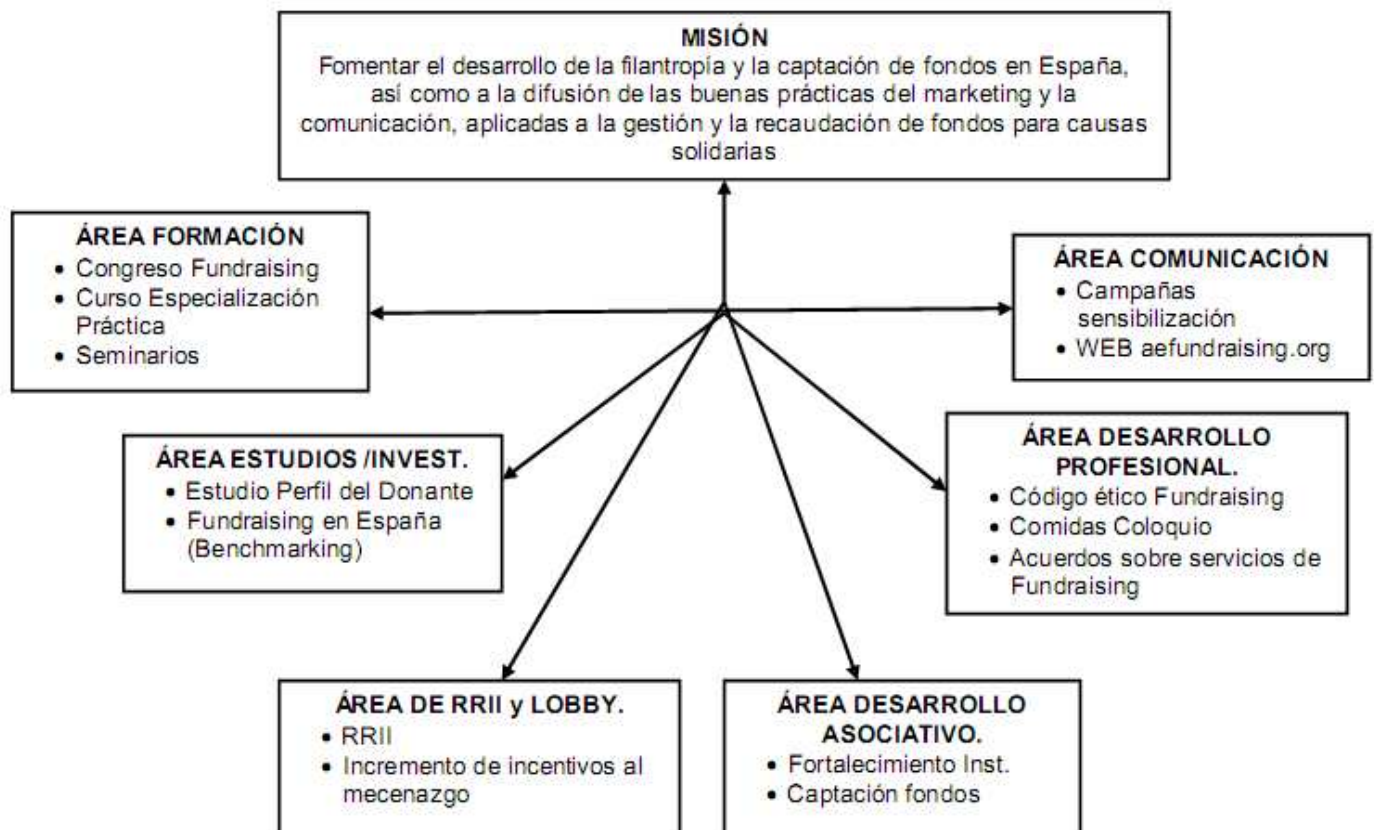
encontramos en el desarrollo de la profesión, por otro; así como la difusión de información y asesoramiento para el desarrollo y perfeccionamiento de esta actividad en España.

De la misma manera, y con el objetivo de **CONTRIBUIR EN LA MEJORA DE LAS CONDICIONES PARA EL DESARROLLO DEL TERCER SECTOR**, la Asociación decidió dedicar nuevos esfuerzos en el trabajo del área de Relaciones Institucionales y el desarrollo de acciones de lobby.

Como no podía ser de otra manera, y para llevar a cabo estos objetivos, nos planteamos como prioritaria la labor de **POTENCIAR LA ESTRUCTURA INTERNA Y LA PROYECCIÓN SOCIAL DE LA ASOCIACIÓN**. En este sentido, nos planteamos aumentar la base social de la entidad e incrementar los servicios a los mismos; por una parte, y aumentar y diversificar sus ingresos, por otra, además de apostar por una gestión eficaz de los mismos.

3. ÁREAS DE TRABAJO Y PROYECTOS

El Plan de Trabajo 2010 se estructuró en seis áreas de trabajo principales: Formación, estudios e investigaciones, comunicación, relaciones institucionales, desarrollo asociativo y desarrollo profesional; cada una de las cuales, agrupó los 11 proyectos previstos con el propósito de cumplir la misión y objetivos fundacionales de la Asociación. Éstas áreas de trabajo se interrelacionaron compartiendo actividades transversales (tales como labores de comunicación, gestión, etc.) articuladas a partir del área de coordinación y gerencia.



PROYECTOS:

ÁREA		PROYECTO	ACTIVIDAD
ÁREA FORMACIÓN E INFORMACIÓN	1.	Congreso Anual de Fundraising	
	2.	Formación especializada	Curso de Especialización Practica en FR Jornadas de Trabajo
ÁREA ESTUDIOS E INVESTIGACIONES	3.	Estudios e Investigaciones	Perfil del Donantes
			Fundraising en España (Benchmarking)
ÁREA DESARROLLO ASOCIATIVO	4.	Captación de fondos	Captación de socios
			Captación financiación pública y privada Gestión convenios de colaboración
	5.	Fortalecimiento institucional	Fidelización de socios
			Gestión administrativa Participación jornadas, congresos, etc.
ÁREA DESARROLLO PROFESIONAL	6.	Código Ético en Fundraising	Desarrollo de Códigos de Buenas Practicas sectoriales
	7.	Acuerdos sobre servicios de Fundraising y otros	Acuerdo Correos
			Acuerdo SmS solidario Comidas Coloquio
ÁREA COMUNICACIÓN	8.	Campañas de Sensibilización	Campaña sobre donaciones
			IRPF 07%
	9.	Web www.aefundraising.org	E-news
			Artículos de opinión, reportajes Foros
ÁREA DE RRII Y LOBBY	10. 11.	Impacto del IVA e ONG + Incremento incentivos al mecenazgo	Relaciones Internacionales
			Lobby Administración pública
			Lobby sector privado
			Lobby otros actores NL

1. ÁREA DE FORMACIÓN E INFORMACIÓN

A1. Proyecto 1)

X Congreso de Fundraising

El X Congreso Anual de Fundraising se celebró los días 20 y 21 de septiembre de 2010, en Barcelona, en las instalaciones del Hotel Alimara, en convenio con la Fundació Gaspar Espuña.

En ésta, su décima edición, el Congreso apostó por un tema principal de trabajo, "Solidaridad con Futuro", que motivó e inspiró, en mayor o menor medida, las conferencias y talleres que se realizaron en el mismo. El programa, como en años anteriores, se desarrolló a través de tres tipos de actividades: ponencias plenarias, talleres y mesas redondas; en las que participaron ponentes de amplio prestigio, profesores universitarios, responsables de ONG y expertos en marketing y comunicación.



Gracias al volumen del número de asistentes y a la repercusión del evento, el Congreso de Fundraising cumplió con el objetivo de consolidarse como espacio de referencia para la captación de fondos en nuestro país. En esta edición, el Congreso contó con 325 participantes, representantes de 180 entidades, en su mayor parte profesionales y responsables de departamentos de captación de fondos, marketing y comunicación, así como directores generales de las principales ONG españolas.

Por su parte, los participantes valoraron el evento a través de cuestionarios escritos, con los siguientes resultados:

Valoración general						
	Muy mal	Mal	Regular	Buena	Muy buena	Nota media
Programa general	0%	1%	11%	69%	19%	7,65
Procedimiento para la inscripción	0%	1%	13%	42%	44%	7,99
Información previa al evento	1%	2%	21%	52%	24%	7,47
Información durante el evento	0%	2%	21%	51%	26%	7,45
Instalaciones	1%	4%	12%	48%	35%	7,68
Comida	4%	10%	19%	43%	24%	6,87
Cafés- Descanso	5%	12%	35%	35%	12%	6,15
Cena+ Fiesta	1%	3%	33%	27%	36%	7,28
Organización general	1%	0%	15%	55%	29%	7,74
Lugar de realización	1%	4%	13%	54%	28%	7,55

A1. Proyecto2)

Formación especializada

En el año 2010 se planteó como objetivo principal en esta área, el de “contribuir en la formación de fundraisers y personas interesadas en fundraising”, a conseguir a través del cumplimiento de los siguientes objetivos y actividades específicas tales como:

- Desarrollar jornadas de trabajo sobre temas especializados y técnicas de fundraising.
- Desarrollar el Curso de Especialización Práctica en Fundraising, con la colaboración de la Fundación Tripartita.
- Colaborar y participar en jornadas y mesas redondas donde podamos ser requeridos como Asociación.

En total, 413 personas han participado en alguna de las 13 actividades de formación específica que ha desarrollado la AEFundraising en el año 2010, y que resumimos en el siguiente cuadro.

CURSO	ALUMNOS	HORAS DOCENCIA	LUGAR	FECHA
Seminario Las Claves de la Captación de Fondos	25	7,00	Madrid	25 Febrero
Seminario Fundraising: Cómo captar fondos en el 3er sector	24	16,00	Toledo	15- 18 Marzo
Seminario Las Claves de la Captación de Fondos	26	7,00	Barcelona	15 Abril
Seminario Creatividad en Marketing Directo	20	7,00	Madrid	15 Abril
Seminario “Bases de Datos y Social Media”	90	4,50	Madrid	20 Mayo
Seminario “Captación de Fondos en Internet”	24	7,00	Madrid	25 Mayo
Seminario “Captación de Fondos en Internet”	30	7,00	Barcelona	7 Junio
Curso de Especialización Práctica en Fundraising	20	60,00	Madrid	Mayo y Junio
Habilidades para la Gestión de las Organizaciones Sociales: Planificación, Comunicación y Fundraising	27	40,00	Madrid	Mayo y Junio
Seminario Comunicación Digital para ONG	24	7,50	Madrid	10 Noviembre
Seminario Comunicación Digital para ONG	24	7,50	Barcelona	26 Noviembre
Seminario “Implicaciones Jurídicas del Fundraising”	48	4,00	Madrid	25 Noviembre
Seminario “Las claves de la captación de fondos”	31	8,00	Valencia	1 Diciembre

Como actividad más relevante, debemos destacar la realización el “**I Curso de especialización práctica en fundraising**”, que es la primera experiencia de formación en fundraising con un carácter y formato largo; en este caso, de 60 horas de duración. El curso pudo llevarse a cabo con la financiación de la Fundación Tripartita, gracias al convenio que mantenemos firmado con Fecemd/ aDigital. Participaron 20 alumnos, trabajadores de 20 ONG asociadas.

Así mismo, se desarrolló el Curso “**Habilidades para la Gestión de las Organizaciones Sociales: Planificación, Comunicación y Fundraising**”, destinado a trabajadores y voluntarios de ONG del ámbito de la Discapacidad, y en el que participaron 27 alumnos. El curso fue organizado junto a la Fundación GMP y a FEAPS, y como el anterior, de un formato extenso, lo que permitió trabajar con los participantes todos los ámbitos relacionados con el Fundraising.

Una de las citas formativas ya consolidadas es el **seminario “Las claves para la captación de fondos”**, que la Asociación organiza desde el año 2007, y al que en este año ha asistido un total de 82 participantes, en tres ciudades (Madrid, Barcelona y Valencia).

Por su parte, y junto a la Fundación Castellano Manchega de Cooperación, se organizó un año más el **seminario “Fundraising: Cómo captar fondos para el Tercer Sector”**, los días del 16 al 18 de marzo en Toledo, y al que asistieron representantes de 24 ONG.

Otra de las citas a destacar es el **Seminario “Implicaciones jurídicas del Fundraising”**, organizado junto a la Fundación Garrigues, y que analiza pormenorizadamente los diferentes aspectos jurídicos relacionados con nuestra actividad.

2. ÁREA DE ESTUDIOS E INVESTIGACIONES

A2. Proyecto 3)

Estudios e investigaciones

En esta área, la AEFundraising, concentra sus esfuerzos en “*desarrollar estudios e investigaciones que contribuyan en el mejor conocimiento de la realidad de las donaciones y colaboraciones a ENL y otras cuestiones que afecten el ámbito del fundraising*”. Para ello, la Asociación se **planteó dos proyectos prioritarios; por un lado, el desarrollo de la 4ª edición del Estudio sobre el perfil del donante en España**, y por otro, llevar a cabo un nuevo **Estudio de Benchmarking sobre el Fundraising en España**. Además, en el año 2010, se realizó una segunda ola del **Estudio sobre retención y Fidelización de socios**.

Respecto a la **4ª Ola del Estudio sobre el perfil del donante en España**, se iniciaron los trabajos para su consecución en el mes de octubre, con la definición y consenso del cuestionario, por una parte, y con la presentación del proyecto a las entidades. Como en años anteriores, el estudio se desarrolla en varios planos; una parte privada, a la que han accedido 15 organizaciones, donde además de la parte general, se han analizado los socios cada una de estas entidades; una segunda parte general, y un resumen ejecutivo. Este trabajo se ha desarrollado con el apoyo del Ministerio de Sanidad y Política Social, a través de los servicios de la consultora Savetti & Llombart.

El **Estudio de Benchmarking**, se llevo a cabo entre los meses de febrero y mayo de 2010, en el que participaron 37 entidades, y que abarcó los años 2007 y 2008. El objetivo, como su propia denominación sugiere, es el de “conseguir unos criterios comparativos (o “benchmarks”) que permitan identificar las mejores prácticas en ámbito de la captación de fondos y la rendición de cuentas, y transmitir su aplicación al tercer sector”. Las conclusiones del estudio se presentaron en la Asamblea General de socios del 8 de junio de 2010.

Por su parte, y con el apoyo de Bain & Company y 10 de ONG asociadas (Cruz Roja, Médicos Sin Fronteras, UNICEF, Amnistía Internacional, Greenpeace, Acción Contra el Hambre, Plan Internacional, ACNUR, Ayuda en Acción y World Vision), se ha llevado a cabo la revisión de resultados y la aplicación de las estrategias del **Estudio sobre retención y fidelización de socios** que se realizó en el año 2009; y que ha tenido como principales objetivos los de “ayudar a las ONGs a **fortalecer sus herramientas** de captación, retención y fidelización de donantes”; y “reducir la **tasa de abandono** de sus donantes, incrementando su sentido de pertenencia y su disposición a contribuir”.

3. ÁREA DESARROLLO ASOCIATIVO

A3, Proyecto 4)

Captación de fondos

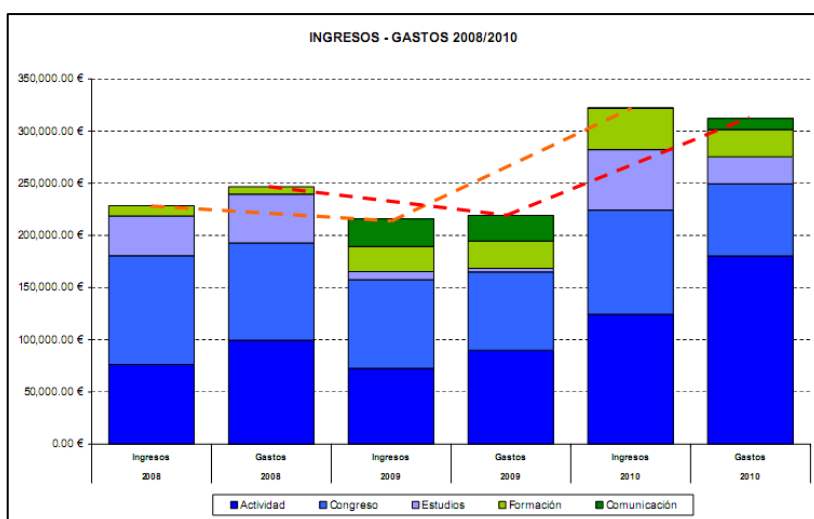
Con este proyecto, nos marcamos como objetivo para este año 2010, “asegurar el buen desarrollo de las actividades programadas, a través del incremento de ingresos, la diversificación de los mismos y el control del gasto”. Para ello nos planteamos por un lado, aumentar los ingresos corrientes de la Asociación a través de la firma de convenios marco y la captación de nuevos socios; y por otro, en el desarrollo de convenios de patrocinio y esponsorización de proyectos concretos. Punto clave en el resultado positivo del ejercicio ha sido el aumento de cuotas de asociados, aprobado en la Asamblea extraordinaria de diciembre de 2009, lo que unido al aumento de asociados, ha supuesto un incremento porcentual de un 44% respecto al ejercicio anterior.

La consecución de estos objetivos nos ha permitido aumentar los ingresos corrientes de la entidad, y sobre todo, la contratación de un técnico de formación a tiempo parcial, con el fin de consolidar esta área de trabajo y la estructura interna de la Asociación. En concreto, se han firmado los siguientes convenios de colaboración:

- Ministerio de Política Social, para el desarrollo del Estudio del perfil del Donante 2010.
- Ministerio de Política Social, para la puesta en marcha del portal web “Oportunidades de mecenazgo”.
- Correos, para el mantenimiento de la página web www.aefundraising.org.
- Y otros patrocinadores como: Banco de Santander, Fundación Bertelsmann, Daryl Upsall Consulting Internacional, etc.

Como apuntábamos arriba, **la Asociación ha crecido en el número de entidades asociadas**, tanto los socios tipo A y tipo B, pasando de 58 a 67 miembros. Aun así, la asignatura pendiente en este aspecto se refiere a los socios de tipo C, es decir, socios individuales o profesionales, que han descendido en número.

De acuerdo con el objetivo inicial de incremento y diversificación de ingresos, y **a pesar de la crisis económica, debemos destacar el equilibrio que desde el año 2006 se ha ido consolidando respecto del origen y volumen de los mismos.** (En el gráfico siguiente se exponen los datos 2008 - 2010).



A3, Proyecto 5)

Fortalecimiento institucional

Incluido también en el área de Desarrollo Asociativo, nos proponíamos en el año 2010 “potenciar la estructura interna y aumentar la proyección social de la Asociación”. Para ello se han gestionado adecuadamente las cuestiones administrativas correspondientes a nuestra personalidad jurídica, así como las obligaciones tributarias y económicas de la entidad.

Como comentábamos en el punto anterior, se ha consolidado el puesto de una técnica de desarrollo y comunicación con el objetivo principal de dar el apoyo necesario en la gestión diaria de la AEFundraising; y en concreto, en el área de desarrollo asociativo, su gestión administrativa y su estrategia on-line, y el apoyo en el desarrollo y gestión de proyectos. Además, se ha habilitado una partida para contratar un técnico de formación a tiempo parcial, lo que nos ha permitido crecer y desarrollar el trabajo en esta área.

Por su parte, y para mejorar la relación con los diferentes asociados y relacionados (proveedores, patrocinadores, financiadores, etc.) se ha habilitado un nuevo sistema de gestión de bases de datos, con la colaboración de Salesforce Foundation y S4G consultores.

Íntimamente relacionado con el proyecto 4, también, se han mantenido reuniones con diferentes entidades y empresas colaboradoras, a las que se les presentaron proyectos para desarrollar conjuntamente; y reuniones periódicas con el Ministerio de Política Social, con el objetivo de mantener a esta institución informada sobre las necesidades estructurales del sector en el ámbito de la captación de fondos y la rendición de cuentas.

Asimismo, se ha actualizado el “Portafolio de empresas especializadas en servicios de fundraising”, en el que están incluidas las agencias y consultoras asociadas, y que se distribuye entre todas aquellas instituciones que solicitan información en este ámbito.

En este proceso de fortalecimiento, la AEFundraising ha colaborado con otras entidades con el objetivo, además de potenciar la actividad de la captación de fondos, el de aumentar nuestra proyección social, y en concreto, con el Master en gestión de Fundaciones de la AFA-CajaSol, el Master de Comunicación Social de la Universidad Complutense de Madrid, con ASDE y con Oxfam-Novib.

Por último, se ha puesto en marcha el Grupo de Trabajo (GT) sobre Gestión y Tramitación de donaciones, y que ha desarrollado, por un lado, propuestas para con la Asociación Española de Banca y la Confederación Española de Cajas de Ahorro para mejorar en el tratamiento de datos de los donantes; y por otro, ha colaborado con las entidades socias, en la mejora de la tramitación del Modelo 182 con Hacienda.



4. ÁREA DESARROLLO PROFESIONAL

A4, Proyecto 6)

Código ético en Fundraising

El objetivo para este año 2010, y en el que se han dedicado los esfuerzos de este proyecto, ha sido el de dar a conocer el “Código de conducta para el desarrollo del fundraising en España”, aprovechando todos los eventos, cursos, seminarios y demás, organizados por la Asociación.

En este año, como en el año 2009, y a través del Grupo de Trabajo (GT) de Transparencia, se ha seguido trabajando en el desarrollo de Códigos de buenas prácticas sectoriales, y en concreto, en el **“Código de Buenas prácticas en Fundraising Telefónico”**.

A4, Proyecto 7)

Acuerdos sobre servicios de Fundraising y otros

Uno de los objetivos principales de la Asociación es ofrecer a sus asociados nuevas y mejores posibilidades para desarrollar su labor de forma más eficiente. En este sentido, se ha mantenido el empeño proporcionar a los socios herramientas para el adecuado desarrollo de acciones de captación de fondos y la rendición de cuentas, a través de la firma de convenios con empresas que ofrezcan servicios y productos útiles para la actividad de Fundraising, en condiciones ventajosas para nuestros asociados. Siendo así, se han realizado las siguientes actividades:

- Renovación del acuerdo de Colaboración con Universidad Complutense de Madrid, para el desarrollo del Programa de Cooperación Educativa a través del cual, estudiantes de la Facultad de Ccs de la Información puedan acceder desarrollar sus prácticas en la AEFundraising.
- Renovación del Acuerdo de Colaboración con Correos. Se han renovado los descuentos en las tarifas de Correos, exclusivos para nuestras Entidades, con el objetivo de facilitar sustancialmente las posibilidades de comunicación de las ONG con sus socios y donantes.
- Mantenimiento del acuerdo de Colaboración con Garrigues, a través del cual las ONG asociadas acceden a la prestación de servicios jurídicos, en condiciones económicas privilegiadas.
- Mantenimiento del acuerdo de Colaboración con PayPal y Ticketea, por el cual estas empresas ofrecen a las organizaciones asociadas la posibilidad de recibir donaciones a través de su sistema de pago.
- Acuerdo de Colaboración con Salesforce, por el cual la empresa ofrece descuentos en su CRM, a las entidades.



Es esta área incluimos también las actividades de intercambio de experiencias y networking, entre las que destacamos la **Comida-Coloquio desarrollada en el mes de junio, sobre “Coyuntura económica y fundraising”**, que reunió a casi 30 personas.

Así mismo, en este año se han acabado los trabajos de diseño e implantación de la **Plataforma Web “Oportunidades de Mecenazgo”**, que tiene como objetivo principal “ofrecer una herramienta On - line, en la que se ofrezca información completa y permanentemente actualizada sobre las posibles fuentes de financiación existentes para los proyectos de las ONG en colaboración con la iniciativa empresarial”. Este proyecto cuanta con los siguiente objetivos operativos:

- Contribuir al desarrollo de la colaboración entre las entidades financiadoras de actividad principalmente las fundaciones y las empresa y las ONG, en la financiación de los programas de acción social.
- Ofrecer a las ONG información accesible y actualizada sobre las posibilidades de financiación de sus proyectos.
- Dotar a las ONG y a las entidades financiadoras, de información relativa al cumplimiento de los estándares nacionales e internacionales de transparencia y responsabilidad social.



5. ÁREA DE COMUNICACIÓN

A5, Proyecto 8) Campañas de Comunicación

El objetivo principal de esta área es el de la “contribuir a la consolidación de la confianza en el sector de las ONG en España, así como en la creación de una cultura de la participación social y colaboración (“Giving culture) a través del compromiso con las ONG”.

Para ello, nos marcamos como principales actividades, además del apoyo a la “Campaña 0,7% del IRPF”, liderada por la Plataforma de ONG de Acción Social; el desarrollo de una Campaña propia para la potenciación de las donaciones en España.

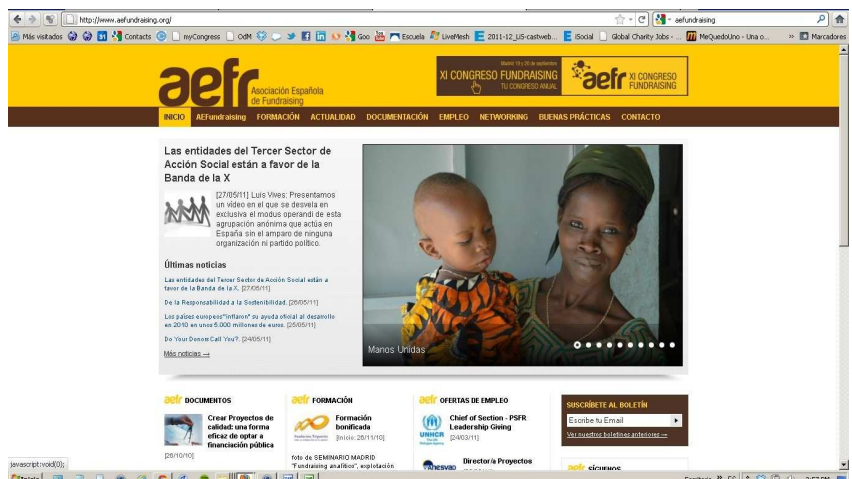
Respecto a la primera, la “Campaña 0,7% del IRPF” sobre las aportaciones que pueden realizar los contribuyentes en la declaración del IRPF; la Asociación mantuvo en su página web el banner e información relativa a la misma, además de publicar, periódicamente, noticias relativas a la misma.

Por su parte, la Campaña de desarrollo propio se marca como objetivo el de “potenciar y positivar el sentimiento humano básico de ayudar a los demás y de transformación de la realidad, poniendo en valor el orgullo de ser solidario y estar activamente colaborando con las ONG”. Para ello se creó un grupo de trabajo que ha estado trabajando en este proyecto y la campaña está pendiente de aprobación por la Asamblea.

A5, Proyecto 9) Web www.aefundraising.org

En el año 2010, a través de la prestación de servicios on-line, la Asociación ha consolidado su portal web como “un espacio de información, asesoramiento y buenas prácticas de referencia sobre fundraising en Español, dirigido a profesionales del sector y personas interesadas en la captación de fondos”.

En ese año se creó una nueva página, que a través de un nuevo gestor de contenidos, a permitido aumentar los servicios y el tráfico de la herramienta. En concreto, y desde entonces, se mantiene una base de suscriptores al boletín electrónico de 2.533 profesionales.



Uno de los aspectos más relevantes de este proyecto, ha sido la elaboración y distribución on- line de diferentes informes específicos sobre fundraising, de los que se han publicado los siguientes:

- “Cómo obtener grandes donaciones de personas pudientes”
- “Crear Proyectos de calidad: una forma eficaz de optar a financiación pública”
- “El papel de Internet en una estrategia integrada de captación de fondos
- “Principios básicos para la organización de eventos de captación de fondos”



6. ÁREA DE RRII Y LOBBY

A6, Proyecto 9)

Relaciones Institucionales

En este proyecto, la Asociación se plateaba la consolidación, y creación, de las relaciones necesarias con otras instituciones, tanto nacionales como internacionales, para la consecución de su misión social.

En este sentido, la AEFundraising ha mantenido su compromiso con la European Fundraising Association - EFA, participando activamente en temas que nos afectan de forma común a todas las organizaciones del sector temas tales como: la profesionalización del sector en Europa, la viabilidad financiera de las Asociaciones de fundraising, la compensación del IVA, la relevancia de los Congresos Anuales, etc.



Asimismo, se han mantenido contactos periódicos con la CONGDE, la Plataforma de ONG de Acción Social, con la Asociación Española de Fundaciones, y otras plataformas de 2º nivel; con el objetivo de estrechar vínculos y el desarrollo de proyectos conjuntos.

De acuerdo al convenio vigente con la Federación de Comercio Electrónico y Marketing Directo - FECEMD, en la actualidad aDigital, hemos participado puntualmente en las Juntas Directivas de la misma, así como en la Asamblea General. También, en base al acuerdo vigente, se ha promovido entre nuestros asociados los servicios de formación, información, jornadas, etc. que ofrece aDigital

En este año se ha fortalecido la coordinación institucional con el Ministerio de Sanidad y Política Social, con el que se han celebrado varios encuentros y contactos. Fruto de esta relación se ha firmado los convenios de colaboración desarrollados con esta institución.



A6, Proyecto 10)

Acciones de incidencia

La Asociación se planteó en el año 2010 iniciar contactos y actividades que permitieran llamar la atención sobre la necesidad en el desarrollo de la normativa relativa a dos temas relevantes para el Sector Social, en concreto y sobre todo, el incremento de los incentivos fiscales al mecenazgo hasta equipararlo con el resto de los países de nuestro entorno.

Otro de los temas importantes a tratar, ha sido la aprobación de la Ley 10/2010, de 28 de abril, de prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo, que según fue aprobada, entre otras cuestiones, prohíbe la donaciones anónimas, hasta su reglamentación. En su momento se solicitó, mediante consulta a la dirección General del Tesoro, que hasta que fuera aprobado el reglamento se pudiera seguir aplicando el reglamento de la ley anterior, autorizando de hecho las donaciones anónimas hasta 3.000€.

Por último, y coincidiendo con la campaña de la renta, la AEFundraising junto a la Asociación Española de Fundaciones, mostró su disconformidad ante la Hacienda Foral de Álava por la reducción de tipos de desgravación a los que los declarantes en esta provincia sufrieron, en sus donaciones a ONG que no tenían su domicilio fiscal en este territorio. Asimismo, y con el objetivo de revertir esta situación, nos reunimos con la Dirección General de Coordinación Financiera con las Comunidades Autónomas y con las Entidades Locales; y se presentó la consulta jurídica pertinente sobre este tema.