



Asociación  
Española de  
Fundraising

# Observatorio F2F

Enero 2019

# La AEFr y el Observatorio F2F

## La Asociación.

La **Asociación Española de Fundraising** es una organización no lucrativa cuyo objetivo es el desarrollo de la filantropía y la captación de fondos en España. Trabajamos en distintas áreas para responder a las necesidades de nuestros asociados y contribuir a la profesionalización del fundraising en España.

Creada en 1997, representa los intereses de todo tipo de instituciones que defienden causas de interés público y general: cooperación, atención a infancia, defensa del medio ambiente, derechos humanos, promoción de la cultura, educación, investigación y desarrollo, salud... para la financiación de cuyas actividades, programas y servicios desarrollan estrategias de captación de fondos privados comprometiendo a la ciudadanía y a instituciones privadas.

En la AEFr también se dan encuentro consultores, proveedores especializados en fundraising y en el sector no lucrativo e instituciones académicas. La suma agregada de la base social de las entidades asociadas a la AEFr asciende al 90% de los socios/donantes que hay en España.

# La AEFr y el Observatorio F2F

## **Buenas prácticas.**

La captación de fondos no es un concepto limitado exclusivamente a dinero o a ingresos, el Fundraising implica también la construcción de relaciones con los donantes, la transparencia y el combate de la injusticia social y la mejora de la calidad de vida de las personas.

## **El Observatorio F2F.**

El Face to Face se ha convertido en uno de los canales más importantes de generación de ingresos para las ENL esto ha generado un importante desarrollo del canal en los últimos años.

El Observatorio del F2F nace como un proyecto impulsado por ONG y Agencias pertenecientes a la AEFr con el objetivo de preservar el canal, promover las buenas prácticas en el Face to Face en España y fortalecer su reconocimiento público.

El Observatorio se convierte así en un mecanismo independiente que se encarga de fortalecer el canal F2F limitando las incidencias y mejorando la calidad.

# Observatorio F2F

## Objetivos.

Velar por el cumplimiento del Código de Conducta F2F y asegurar e incrementar la calidad de la captación para:

- Fomentar la conducta responsable en la captación de donantes a través de F2F y avalar las actuaciones de las diferentes Organizaciones
- Mejorar la calidad del diálogo directo en la calle para la sensibilización de la sociedad y la captación de fondos y donantes.
- Fortalecer y potenciar la confianza de la ciudadanía en el sector de las ONG.

## Estructura.

El Observatorio se organiza y actúa a través de las siguiente formaciones.

- Comisión de Seguimiento.
- Comité Ejecutivo.
- Oficina de Coordinación.
- Órgano independiente de control de cumplimiento del Código. Autocontrol.

## Participación.

Todas las ENL y Agencias adheridas trabajarán para velar por el cumplimiento del Código y el buen desarrollo del proceso. Integración de los representantes en la Comisión de Seguimiento y Comité Ejecutivo.

A > E ~ F \* r

# Observatorio F2F

## **Beneficios de formar parte del Observatorio.**

- Formarás parte de un organismo creado en colaboración por ONG y agencias con el objetivo de dignificar la profesión del captador, incrementar la calidad en el proceso de captación y reforzar la relación con la sociedad y las administraciones públicas.
- Serás identificado como una organización preocupada por la calidad de la gestión del F2F.
- Tu organización será reconocida por su calidad en el proceso de captación de socios y donantes.

# Observatorio F2F

## Compromisos de los Miembros.

- Aceptación y Firma del Código de Conducta de F2F.
- Participar en la Comisión de Seguimiento, identificando las dos personas de su equipo.
- Acatar las decisiones de la Comisión de Seguimiento y las Resoluciones del Jurado de Publicidad de Autocontrol.
- Facilitar la información que se requiera por los Órganos de control del Observatorio.
- Estar al corriente de pago de cuotas anuales del Observatorio.
- Para las ENL, obligatoriedad de trabajar con Agencias Proveedoras de Servicios adheridas al Observatorio.
- Todos los integrantes del Observatorio estarán adheridos al Código de Conducta F2F y al Modelo Sancionador del mismo.

# Observatorio F2F

## Requisitos de pertenencia.

### Entidades No Lucrativas.

- Ser una Organización no Gubernamental y no Lucrativa, con fines declarados de carácter solidario, humanitario, educativo, sanitario, de denuncia o de defensa de derechos humanos y del medio ambiente, con forma jurídica de Fundación o Asociación.
- Estar asociada a la Asociación Española de Fundraising y manifestar su adhesión al “Código de Conducta de F2F en España”.
- Estar al corriente de pago de cuotas anuales de la AEFr.

### Agencias.

- Ser una empresa con forma jurídica, estar en activo y legalmente constituida.
- Manifestar su adhesión al “Código de Conducta de F2F en España”.
- En el caso de ser miembro de la AEFr, estar al corriente de pago de cuotas anuales de la Asociación.

# Observatorio F2F

## **Modelo de Gobernanza.**

### **La Comisión de Seguimiento.**

Órgano superior de decisión con las siguientes funciones:

- Seguimiento General y aprobación de la actuación del Observatorio.
- Evaluación del trabajo del Comité Ejecutivo y la Oficina de Coordinación.
- Recopilación de información e incidencias en la ejecución de equipos de F2F.

Participarán todas las ENL y Agencias adheridas a través de dos representantes con capacidad de decisión suficiente para votar en las reuniones correspondiendo, un solo voto por ENL o Agencia.

Se reunirán, en sesión ordinaria, tres veces al año y en extraordinaria cuando se considere. Las decisiones se tomarán por consenso, y en caso de no ser posible, por mayoría simple de los presentes en la reunión de la Comisión.

# Observatorio F2F

## Modelo de Gobernanza.

### A) El Comité Ejecutivo.

- Ejecuta las decisiones de la Comisión de Seguimiento.
- Velará por el adecuado funcionamiento del Observatorio.
- Dará soporte a la Oficina de Coordinación.

Conformado por tres representantes de la Junta Directiva AEFr y 4/5 representantes elegidos por votación entre los miembros de la Comisión de Seguimiento. Se reúne en sesión ordinaria 4 veces al año y en extraordinaria cuando se considere.

**B) La Oficina de Coordinación.** Coordinación de las líneas de actuación, desarrollo del plan de trabajo y la gestión diaria. Lo integran la oficina de la AEFr y un/a Coordinador/a del Observatorio.

**C) Órgano de Control.** Evalúa, resuelve y aplica las sanciones en las infracciones del Código Ético a través de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL) y el Jurado de la Publicidad de la misma.

# Observatorio F2F

## Financiación.

Las cuotas anuales de los asociados permiten abordar los costes de gestión, la asociación con Autocontrol y actividades de sensibilización, formación y comunicación relacionadas con F2F.

## Cuota ONG.

El importe de las cuotas anuales se establece para las ENL de acuerdo al volumen de registros de la base social de la organización en el año anterior a la adhesión y en función de los siguientes tramos de cuotas para 2019:

ENL/ Registros Base Social	Importe Anual
Entidad A (menosde 25.000 registros)	1.600€
Entidad B ( entre 25 y 75 mil registros)	3.200€
Entidad C ( entre 75 y 200 mil registros)	4.100€
Entidad D ( entre 200 y 400 mil registros)	5.400€
Entidad E ( más de 400 mil registros)	7.000€

Las aportaciones anuales estarán en función del número de miembros del Observatorio y de la facturación por ello se establecen cinco tramos.

# Observatorio F2F

## Financiación.

### Cuota Agencias.

El importe de las cuotas anuales se establecen para las Agencias Proveedoras de Servicios de acuerdo a las altas realizadas de F2F anualizadas en el año anterior a la adhesión al Observatorio y en función de los siguientes tramos para 2019.

<b>AGENCIAS/ Altas realizadas anualizadas</b>	<b>Importe Anual</b>
<b>Entidad A (menosde 2.500 registros)</b>	<b>1.600€</b>
<b>Entidad B ( entre 2.500 y 7.500 registros)</b>	<b>3.200€</b>
<b>Entidad C ( entre 7.500 y 20.000 registros)</b>	<b>4.100€</b>
<b>Entidad D ( entre 20.000 y 40.000 registros)</b>	<b>5.400€</b>
<b>Entidad E ( más de 40.000 registros)</b>	<b>7.000€</b>

Las aportaciones anuales estarán en función del número de miembros del Observatorio y de la facturación por ello se establecen cinco tramos.

# Observatorio F2F

## Proceso de alta de ENL en el Observatorio.

1. Correo solicitando alta a [observatoriof2f@aefundraising.org](mailto:observatoriof2f@aefundraising.org)
2. Información requerida para la ENL: Al ser asociada de la AEFr ya se tienen los datos de contacto y fiscales. N° registros base social. Agencias con las que trabaja y regiones en las que opera.
3. Envío de Código de Conducta y Recomendaciones de Buenas Prácticas para su información.
4. Dada la conformidad de adhesión por la ENL, el Observatorio envía importe anual correspondiente para su abono y el contrato de adhesión al Observatorio y al Código de Conducta para su firma.
5. Formalizados los trámites, el Observatorio envía la Bienvenida, junto con el Reglamento y procedimientos Internos, y se insta a formar parte de la Comisión de Seguimiento con dos representantes.

# Observatorio F2F

## Proceso de alta de Agencias en el Observatorio.

1. Correo solicitando alta a [observatoriof2f@aefundraising.org](mailto:observatoriof2f@aefundraising.org)
2. Información requerida para Agencia: Datos fiscales. Año de inicio de actividad. Nº registros captados en el año natural anterior. ONG con las que trabaja y regiones de operación.
3. Envío de Código de Conducta y Recomendaciones de Buenas Prácticas para su información.
4. Dada la conformidad de adhesión por la Agencia, el Observatorio envía importe anual correspondiente para su abono y el contrato de adhesión al Observatorio y al Código de Conducta para su firma.
5. Formalizados los trámites, el Observatorio envía la Bienvenida, junto con el Reglamento y procedimientos Internos, y se insta a formar parte de la Comisión de Seguimiento con dos representantes.

# Observatorio F2F

## **Organizaciones que ya forman parte del Observatorio.**

Acción contra el Hambre, ACNUR, Aldeas Infantiles, Amnistía Internacional, Anesvad, Asociación Española contra el Cáncer, CRIS contra el Cáncer, Cruz Roja, Fundación Josep Carreras, Greenpeace, Médicos del Mundo, Médicos sin Fronteras, Oxfam Intermón, Plan Internacional, Save the Children, World Visión, Unicef y WWF Adena.

## **Agencias que ya forman parte del Observatorio.**

Appco, Consolidar, DD Marketing & Fundraising, Fundraisers We Are, Fundraising Iniciativas, Giving International, Handing Solutions, Inek, Inmark, Navarro Garoé, Onsales, Salesland, Twisters, Vitae Conseil MK, Wesser y Xidong MK.

