A>E·F*r Asociación Española de Fundraising

Radiografía del fundraising

TENDENCIAS Y VISIONES DE FUTURO

Institut de Formació Contínua-IL3
UNIVERSITAT DE BARCELONA

11 de diciembre de 2019
Institut de Formació Continua Universitat de Barcelona IL3

Conocer la AEFr

Amplia y diversa representación

- Representa los intereses de toda clase de instituciones que defienden causas de interés público y general: cooperación, infancia, medio ambiente, derechos humanos, cultura, educación, investigación, 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.

- La suma agregada de la base social de las entidades asociadas a la AEFr asciende al 75"% de los socios/donantes que hay en España; que colaboran recurrentemente con las 130 entidades miembros de la asociación.

La importancia de la investigación. Conocer para planificar

- Uno de los pilares sobre los que se sustenta la toma de decisiones por parte de las áreas de Comunicación, Marketing o Captación de Fondos (fundraising) de una organización es —o debería ser — el conocimiento que aportan los datos.

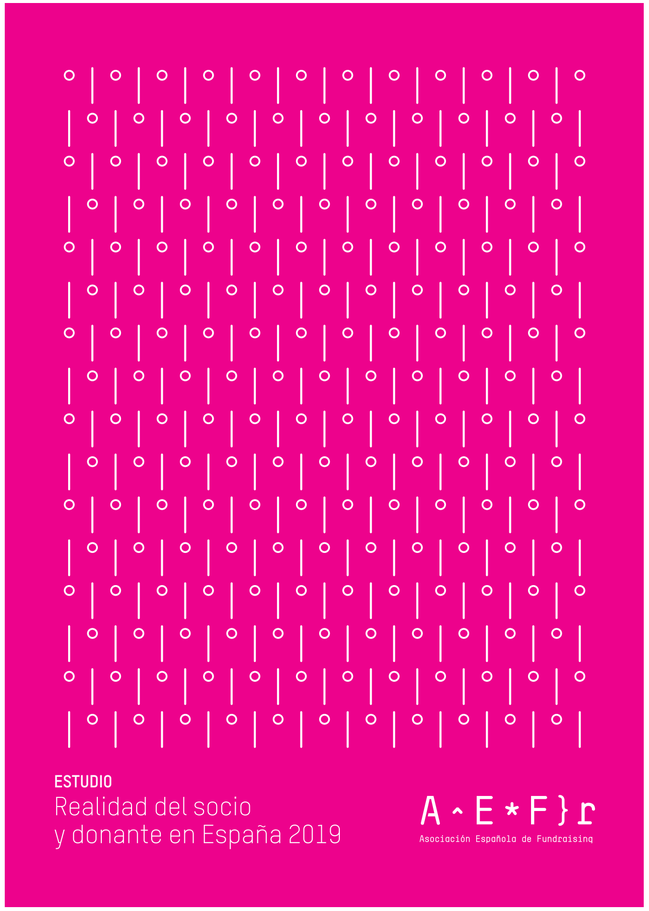
- Conocer el nivel de colaboración privada, contrastar canales de captación, analizar el grado de conocimiento de las organizaciones o identificar tendencias son algunas de las razones por las que la AEFr ha venido trabajando durante todos estos años en la realización de Estudios.

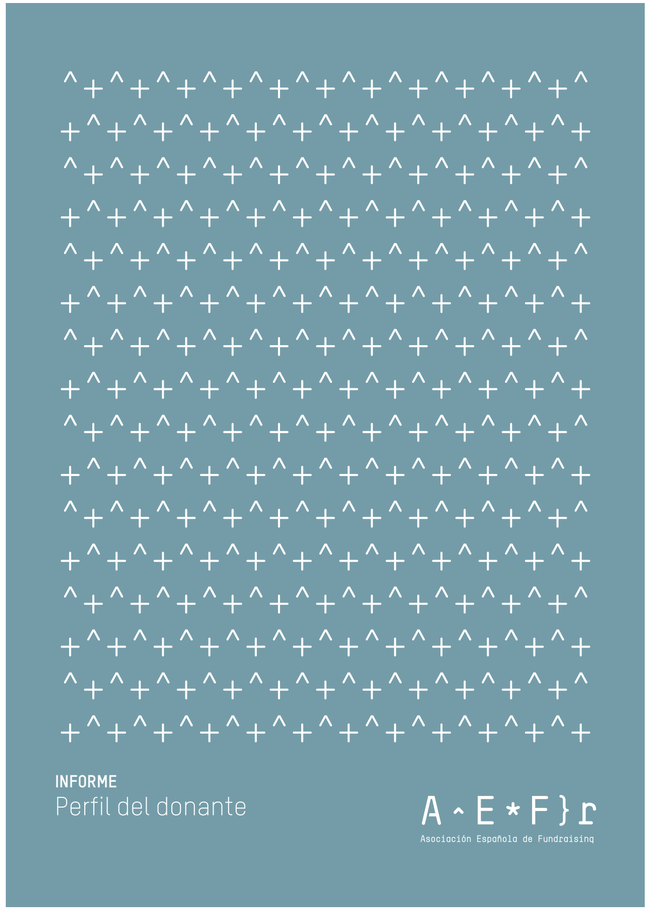
- Las investigaciones son herramientas que cumplen un doble objetivo:
  - Ofrecer información de valora añadido a las ENL para tomar decisiones con respecto a sus planes de fundraising. Saber para poder actuar en consecuencia.
  - Ofrecer un panorama a la opinión pública sobre la situación de la colaboración con las ONG.

La investigación en la AEFr

Realidad del socio

> Años impares
> 4 ediciones





Perfil del donante

> Años pares
> 7 ediciones

El fundraising como herramienta de responsabilidad y compromiso social.

Situación legal en la Unión Europea. Estado de la cuestión en España y propuestas de reforma.

Barómetro de empresas 46

Valoración del primer semestre y previsión para el segundo semestre de 2015

Las Organizaciones No Gubernamentales en el Impuesto sobre el Valor Añadido

Estudio de benchmarking sobre la situación de la captación de fondos y rendición de cuentas en las ENL en España

Crisis humanitaria en Haití

Informe breve de captación de fondos

Introducción de la jornada

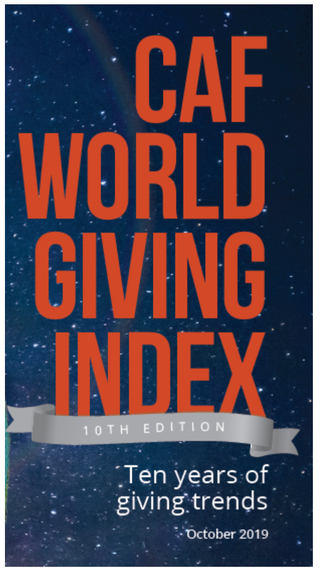
La importancia de la investigación. Conocer para planificar

- Datos variados y diversidad de fuentes de información.
- Numerosos objetos de estudio desde diferentes perspectivas.
- Un Tercer Sector muy atomizado y diferenciado por:
  - Objeto social
  - Ámbito geográfico y de actuación
  - Tamaño
  - Naturaleza jurídica

Pero a pesar de todo hay conclusiones claras y compartidas

¿En qué nos hemos basado?

- Estudio de la Realidad del Socio 2019 (AEFr)
  Análisis de BBDD de 16 Entidades en España de diferentes ámbitos.
- Perfil del Donante 2018 (AEFr)
- Estudio Comparativo Europeo 2018 (AEFr)
- Giving Idex 2019
- International Fundraising Leadership FORUM 2018
  Análisis de información de 18 Organizaciones Internacionales.
- Fundraising in Europe 2017 (EFA)
- Datos Hacienda 2017

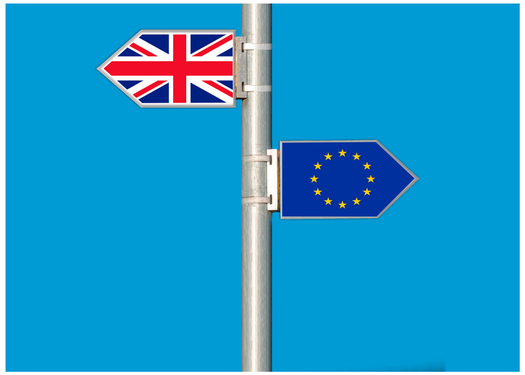


IFL FORUM
International Fundraising Leadership

EFA
European Fundraising Association
FUNDRAISING IN EUROPE

Contexto socioeconómico

- Incertidumbre política
- La conversación pública cada vez está más polarizada, con la proliferación de discursos extremos y excluyentes (SI/NO)
- Existen diversas causas, razones de movilización ciudadana y social sin un liderazgo de referencia claro.



2018 ha sido un año difícil y muy complejo para los mercados financieros internacionales y para los inversores en el cual los precios de la inmensa mayoría de los activos financieros en todo el mundo han cerrado el año con pérdidas

ESPAÑA

Previsiones económicas de la OCDE y del FMI

Crecimiento del PIB en %

	OCDE			FMI		
	2018	**2019**	**2020**	**2018**	**2019**	**2020**
Economía mundial	3,5	2,9	2,9	3,6	3,0	3,4
G-20	3,8	3,1	3,2			
OCDE	2,3	1,7	1,6			
EE UU	2,9	2,3	2,0	2,9	2,4	2,1
Zona euro	1,9	1,2	1,1	1,9	1,2	1,4
Japón	0,8	1,0	0,6	0,8	0,9	0,5

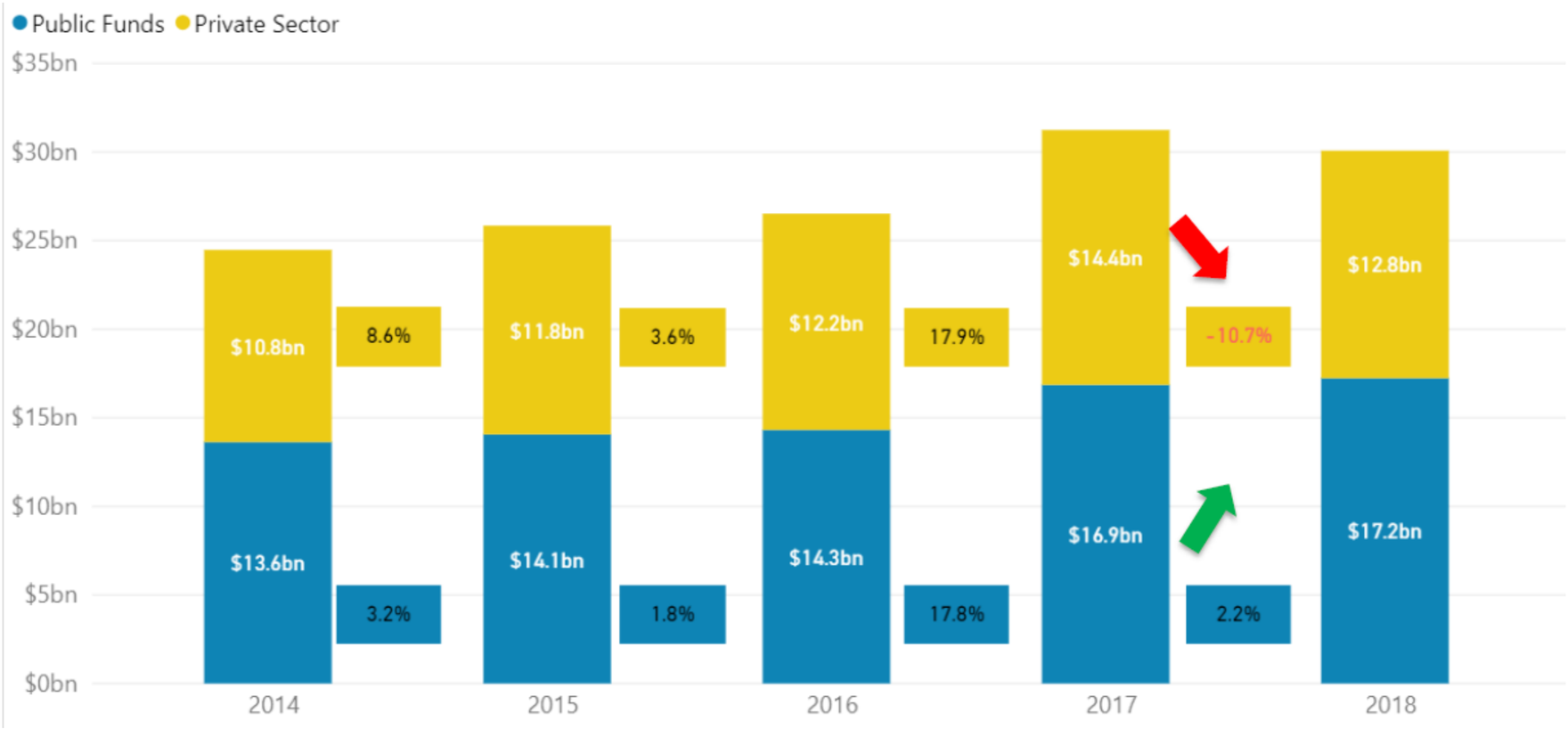
Situación del fundraising internacional

- Disminuye el total del ingresos del sector privado (-10,7%)
- Pero aumenta el del sector público (+2,2%)

Fuente:

IFL FORUM

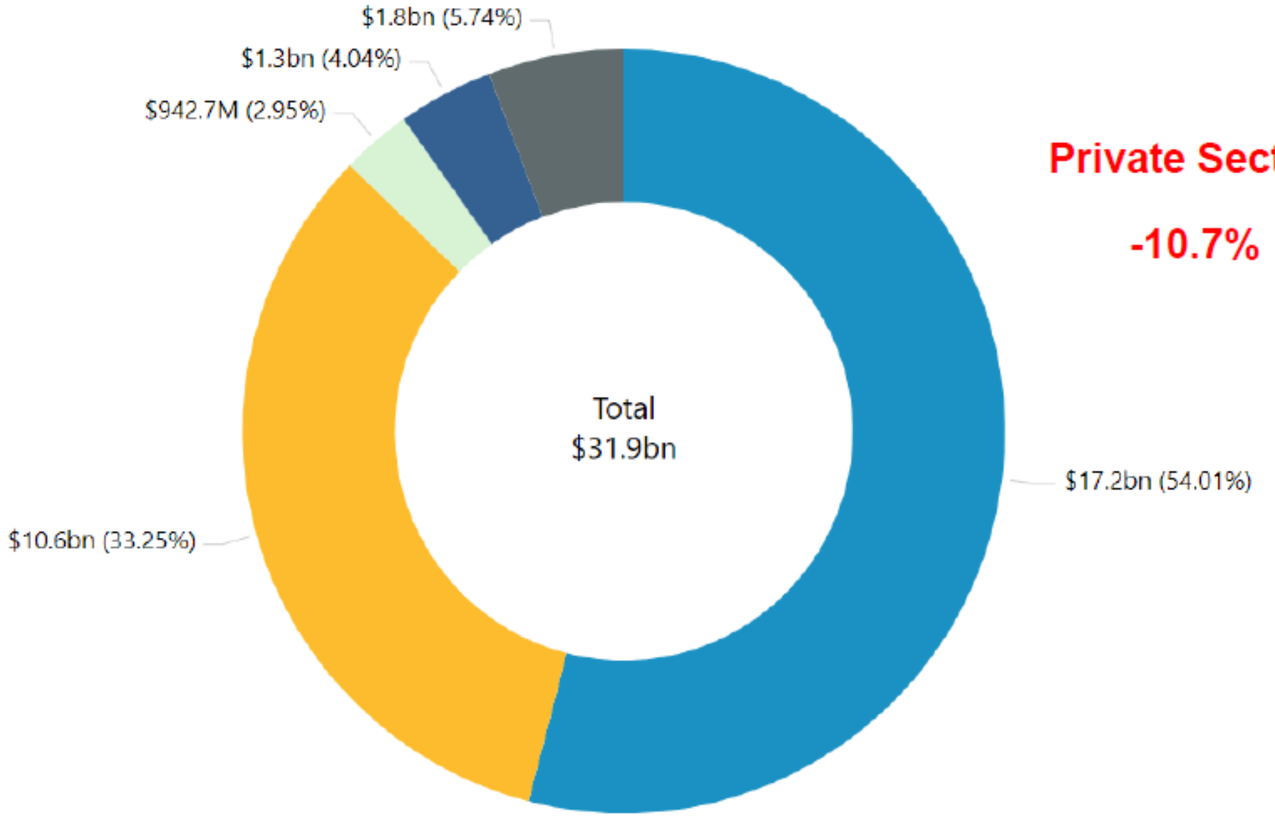
17 octubre 2019



Fuente:

IFL FORUM

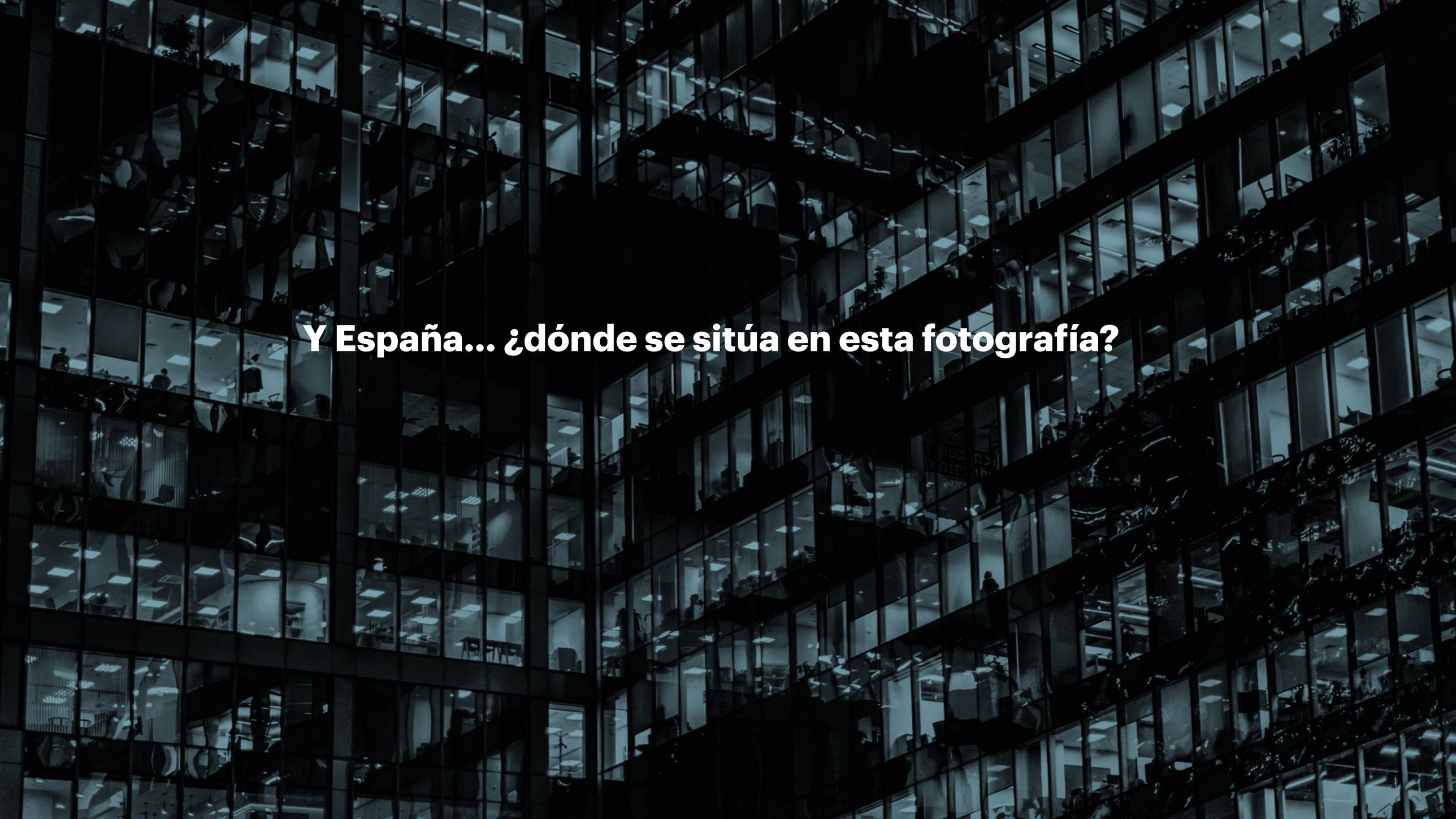
17 octubre 2019



Private Sector:

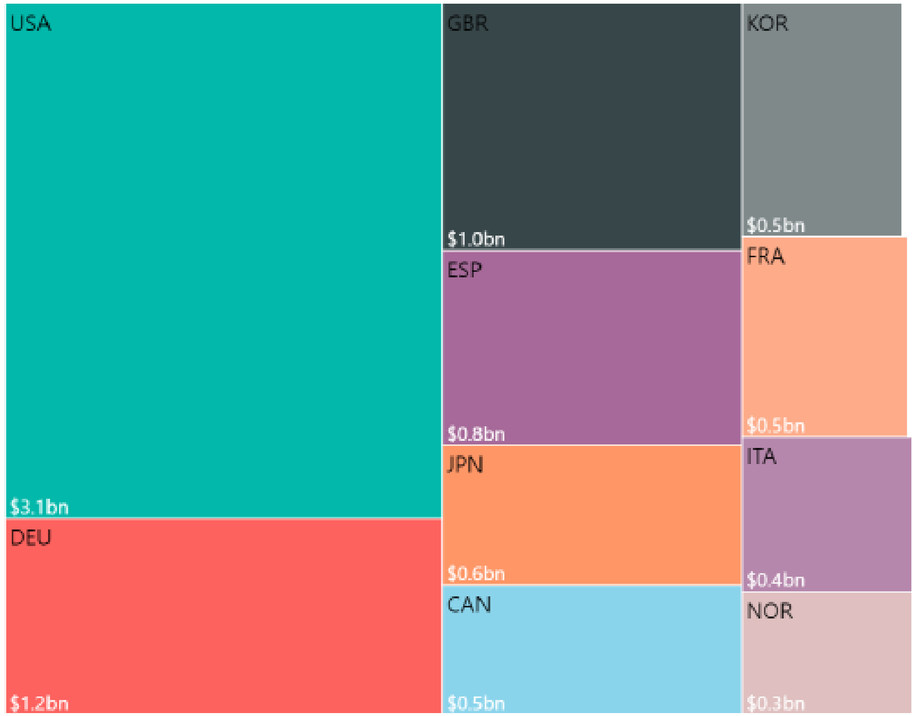
-10.7%

Category	2017/18 growth
Public Funds	+2.2%
Individual Giving	-4.3%
Foundations	-23.2%
Corporations	-37.7%
Other	+0.3%


Y España... ¿dónde se sitúa en esta fotografía?

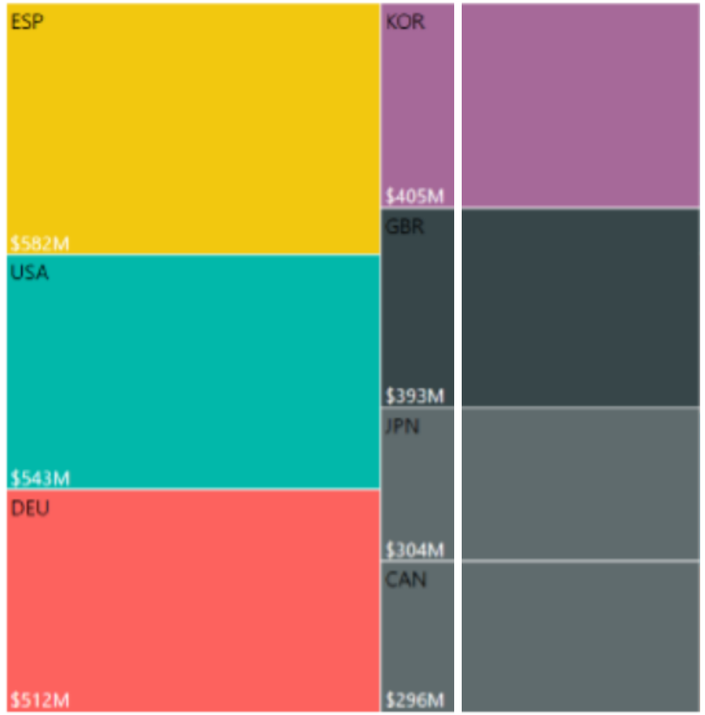
4º

en captación de fondos privados



1º

en ingresos por donaciones recurrentes



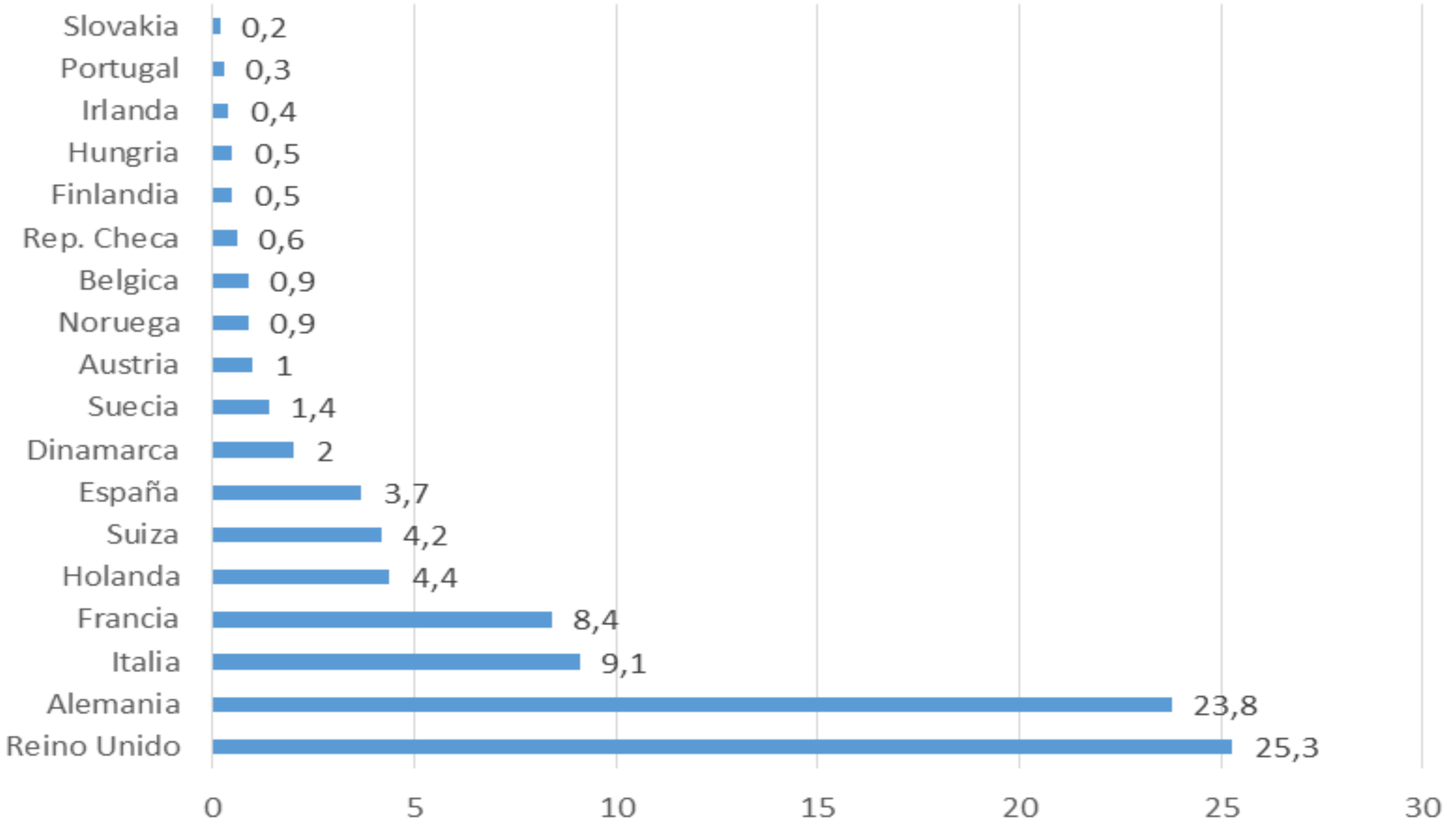
Fuente:

IFL FORUM
17 octubre 2019

La donación recurrente **(socio)** es un pilar
de la financiación privada en España,
gracias al trabajo de las Entidades
y a un sistema financiero que facilita la domiciliación bancaria

Pero más allá de estas Organizaciones Internacionales
queda mucho camino que recorrer

Los países con mayor volumen de donaciones son el Reino Unido, Alemania, Italia, Francia, Holanda, Suiza y España; juntos, estos siete países representarían más del **90%** del total de los fondos donados en Europa en 2017.



Donaciones caritativas de algunos países de Europa en millones de euros, 2017 • **Fuente:** EFA, (2017).

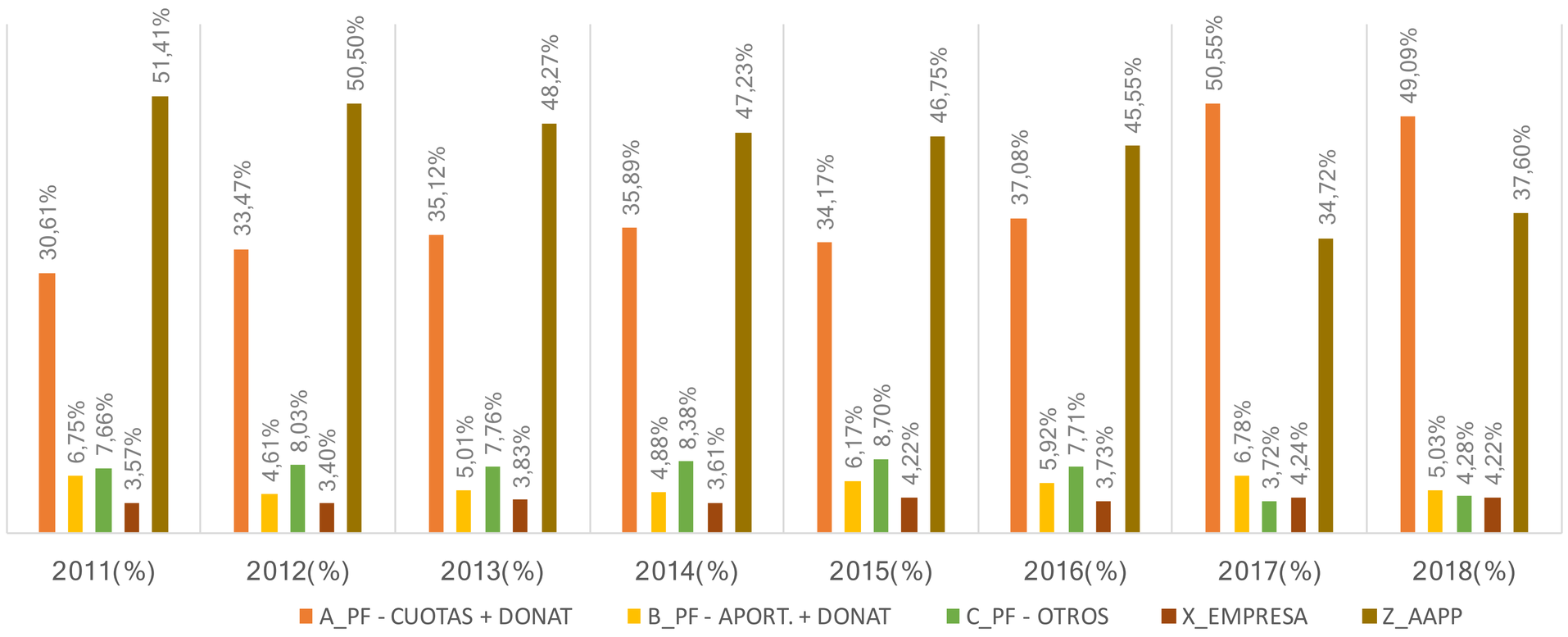
CAF WORLD GIVING INDEX 2019

Country	Ranking	Score	Ranking	Score	Ranking	Score	Ranking	Score
United States of America	1	58%	3	72%	11	61%	5	42%
Myanmar	2	58%	49	49%	1	81%	3	43%
New Zealand	3	57%	10	64%	9	65%	6	41%
Australia	4	56%	11	64%	8	68%	12	37%
Ireland	5	56%	16	62%	7	69%	10	38%
Canada	6	55%	9	64%	10	63%	11	37%
United Kingdom	7	54%	19	60%	2	71%	25	30%
Netherlands	8	53%	37	53%	5	71%	14	36%
Sri Lanka	9	51%	29	55%	19	50%	1	46%
Indonesia	10	50%	86	42%	6	69%	7	40%
Spain	58	32%	45	51%	46	30%	76	16%

Profundicemos sobre la situación del fundraising España

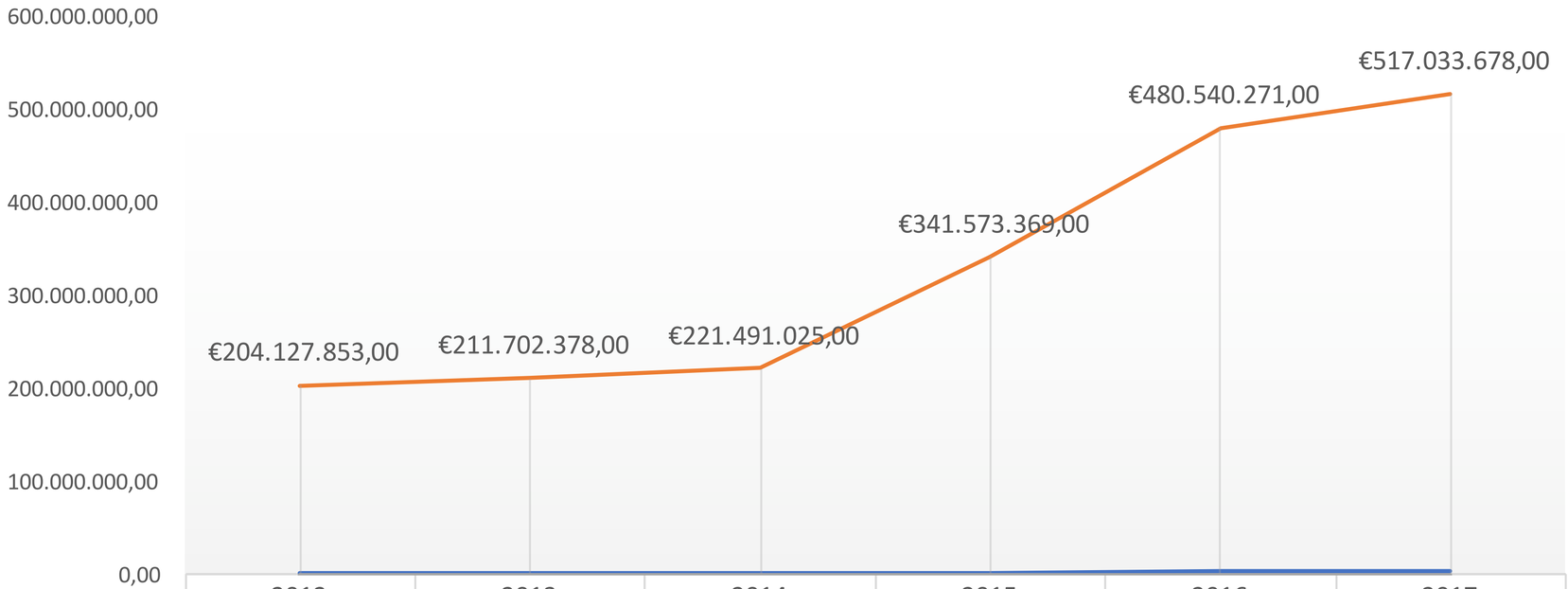
Lo público sigue bajando
y lo privado subiendo

Los socios y donantes representan el 49% de los ingresos, frente al 37,6% que proviene de las administraciones públicas



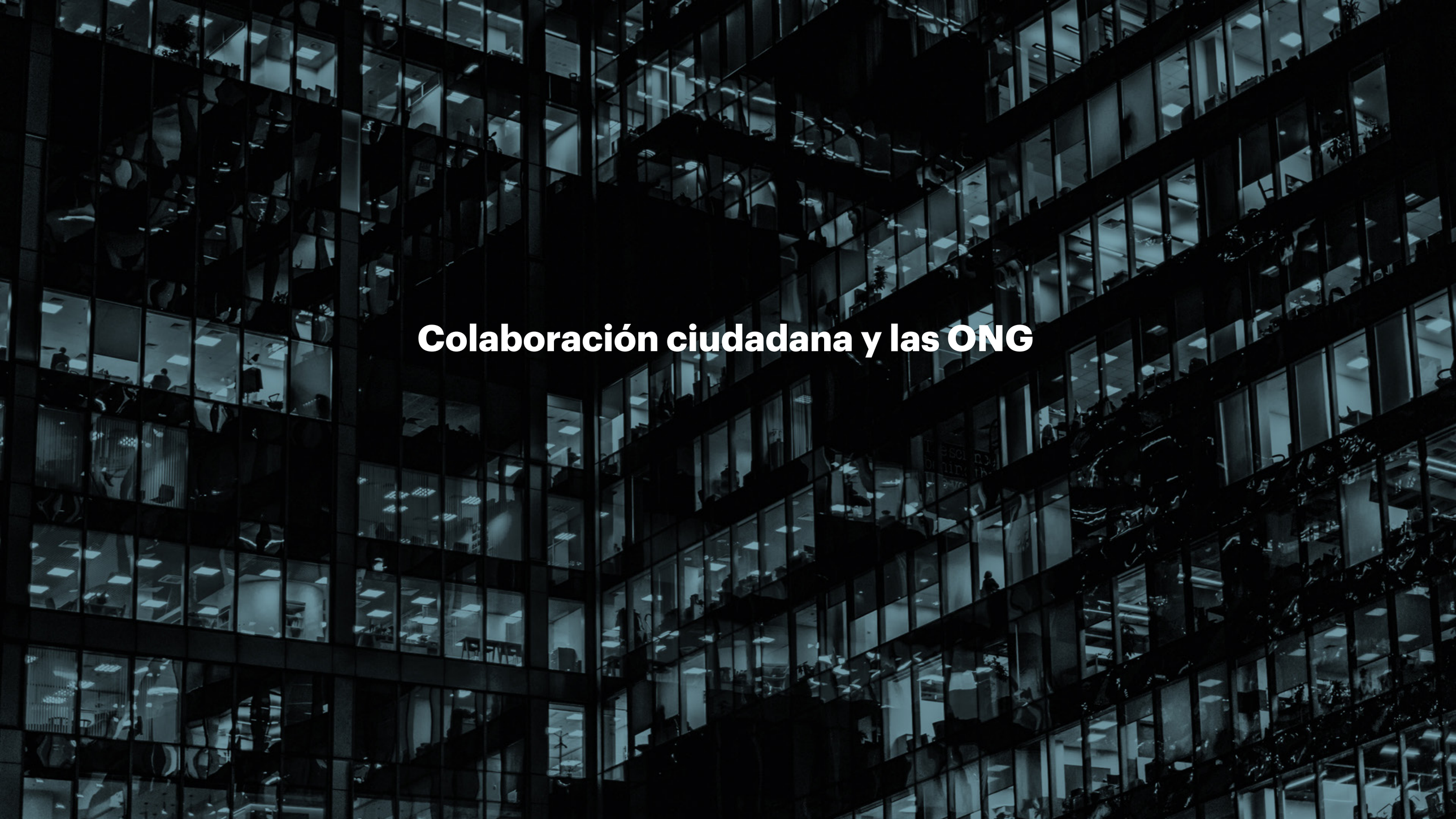
Fuente: Estudio de la realidad del socio 2019. AEFr

Una evolución que corrobora los datos del IRPF



	2012	2013	2014	2015	2016	2017
IRPF Número de declarantes	2.914.253,00	2.819.352,00	2.946.889,00	3.035.784,00	3.256.194,00	3.524.565,00
IRPF Importe de la deducción	€204.127.853,00	€211.702.378,00	€221.491.025,00	€341.573.369,00	€480.540.271,00	€517.033.678,00
IRPF Deducción Media	70	75	75	113	148	147

Fuente: Agencia Tributaria

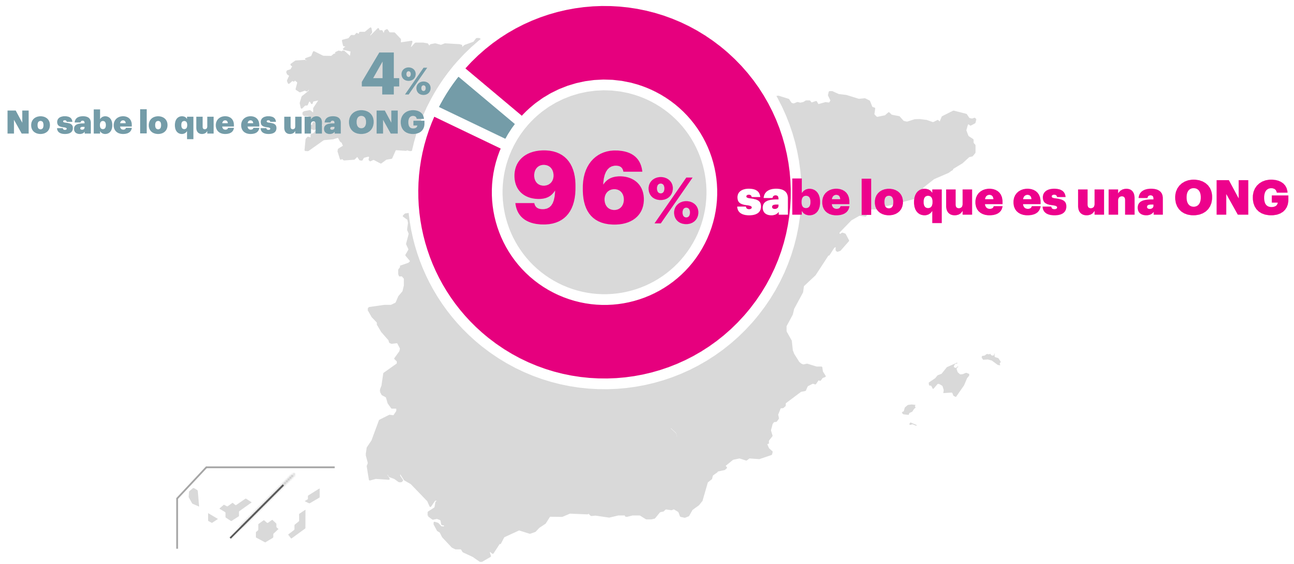


Colaboración ciudadana y las ONG

Tipos de comportamientos respecto a las ONG

Fuente: Perfil de donante 2018. AEFr

9 de cada 10 españoles ha colaborado alguna vez



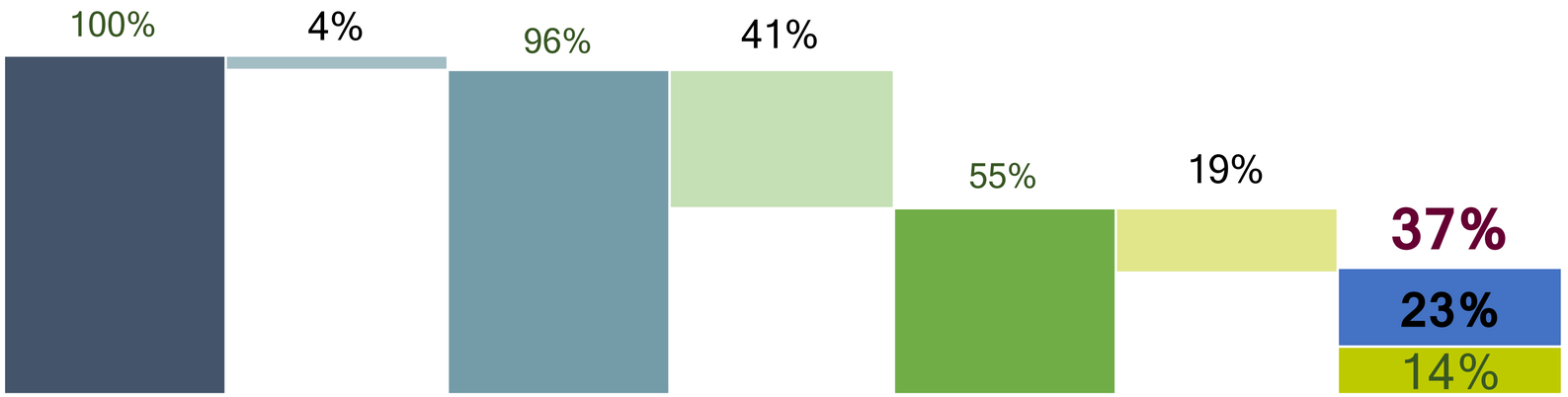
Un 86% ha colaborado o ayudado en alguna ocasión
(donación alimentos, ropa, firma causas, donación compra producto etc.)

Un 55% ha colaborado económicamente en alguna ocasión

Un 41% nunca ha colaborado económicamente

Fuente: Perfil de donante 2018. AEFr

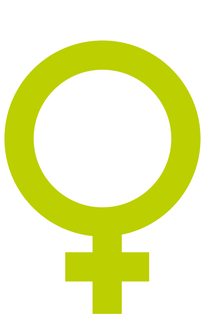
- El 37% de los españoles mayores de 18 años que saben lo que es una ONG han colaborado de forma económica con alguna en los últimos 12 meses.
- Un 23% lo hace de forma periódica.



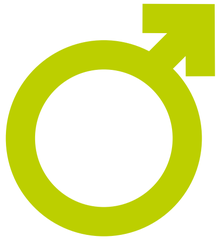
Frecuencia: Mensual/ trimestral/semestral	9.129.979,49
Frecuencia: Anual/esporádica	5.160.423,19

Fuente: Perfil de donante 2018. AEFr

Tipología donante en España



52%
son mujeres



48%
son hombres

67%
son pareja o están casados

20%
son solteros

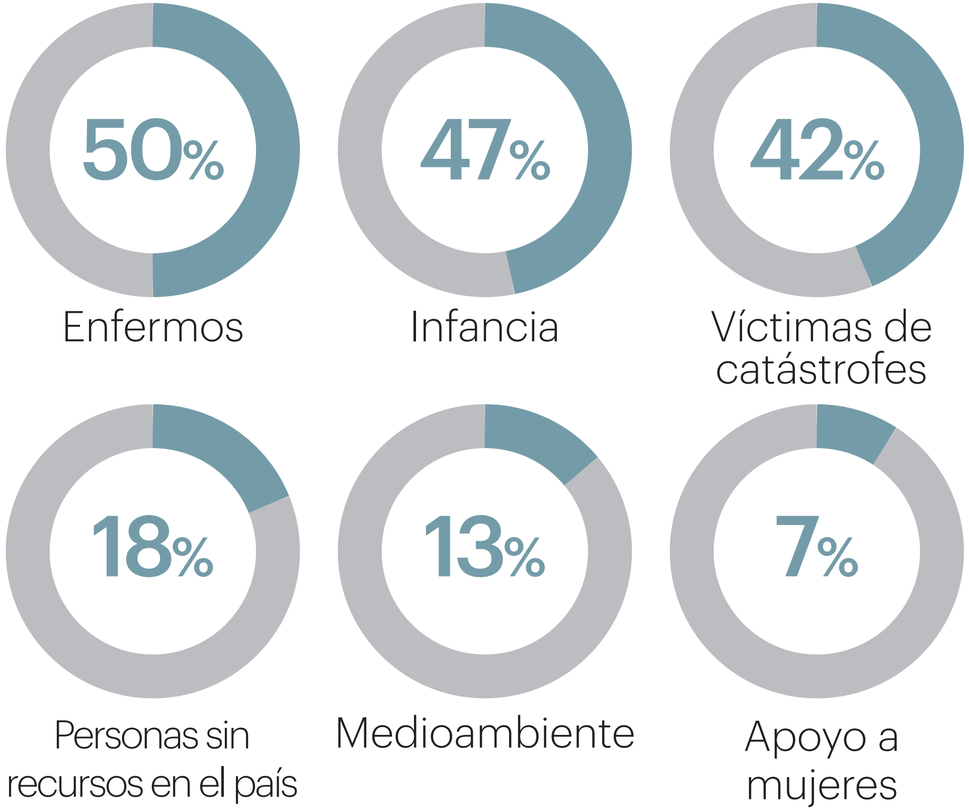
48%
tiene hijos

49%
tiene estudios superiores

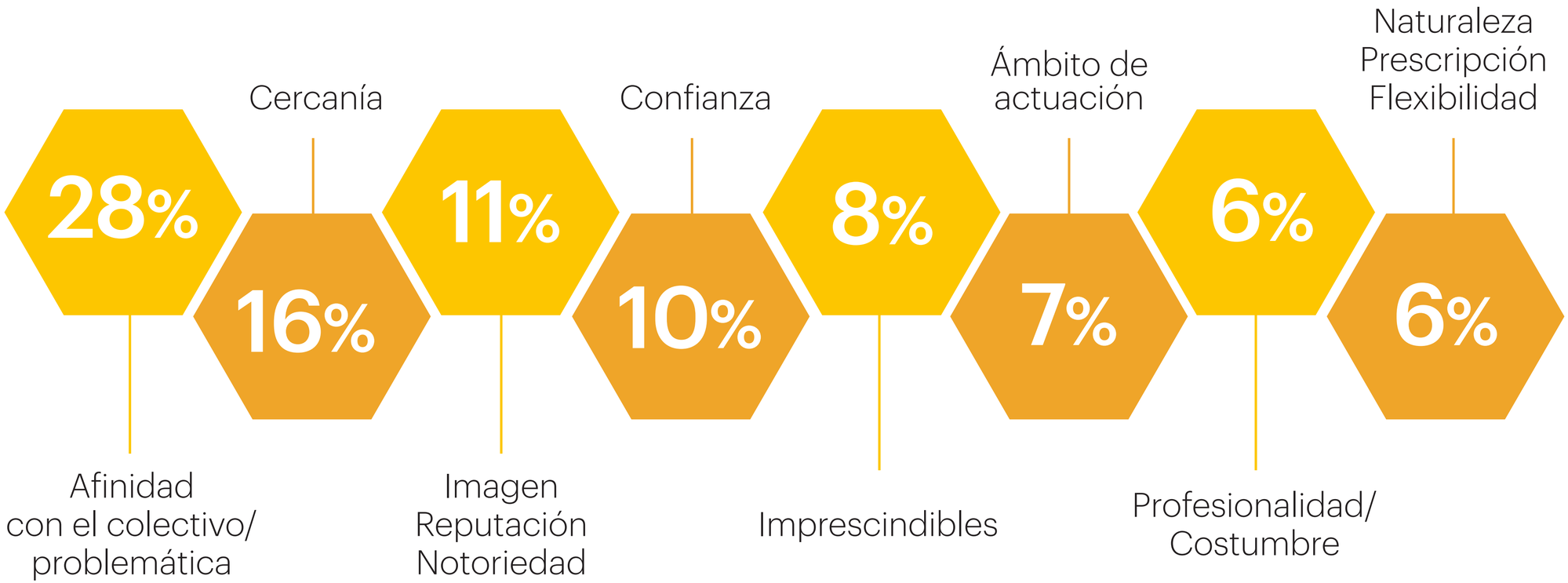
Colectivos y problemáticas más importantes en la mente del donante

Infancia
Ancianos sin apoyo familiar
Enfermos
Apoyo a las mujeres
Personas sin recursos en el país
Discapacitados
Víctimas catástrofes/refugiados
Medioambiente
Animales
Discriminados orientación sexual
Países en vías de desarrollo
Inmigrantes

En la realidad, las ayudas se concentran en

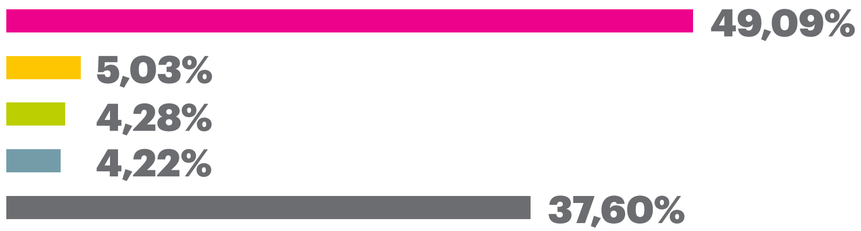


Motivos de elección de una ONG



El valor del socio/donante comprometido

2018 (%)



502 MILLONES
de euros recaudados
a través de cuotas de asociados activos en 2018

+5€

Aportación media

2017 **133€**
2019 **138,03€**

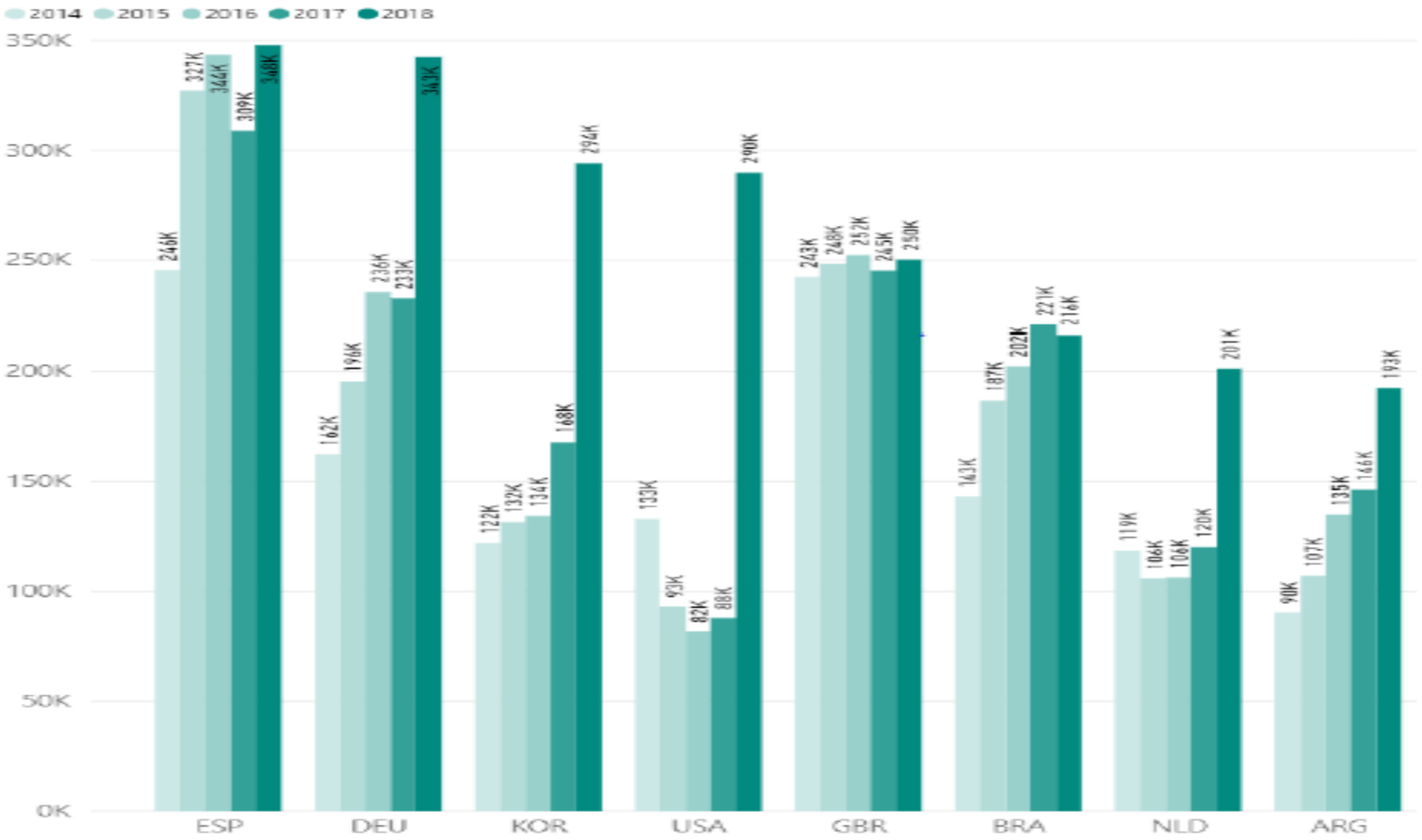
582 millones de $
para las 18 Organizaciones Internacionales
del estudio del IFL Forum

1
ESPAÑA
582 millones $

2
ESTADOS UNIDOS
543 millones $

2
ALEMANIA
512 millones $

España es el país que más donantes regulares, conseguido en 2018



Perfil del socio

Mujer

Las mujeres representan el 59,71% de los socios en España, un aumento respecto al año pasado (50,8%)

urbanita

El 50,11% de la base de donantes reside en ciudades de más de 100.000 habitantes. Destaca Madrid que concentra el 13,02% de los donantes.

Nivel económico medio-alto

La mayor franja de socios se situa entre la clase media y la alta. Que representan a más del 72% de los socios.

57,5 años

El 56,71% de los socios en España supera los 55 años, un tercio esta en edad de jubilación.

con formación

El 17% de los socios tienen estudios superiores. Superior a la media española (8,44%)

Cuota domiciliada

La principal forma de pago sigue siendo la domiciliación de las cuotas, que supone el 98,78%

Asignaturas pendientes
Otros modelos de colaboración

Grandes donantes y Legados

- Herencias y Legados
  - En el ranking de la ILF España aparece en la 15ª posición en este tipo de donaciones, con 19 millones en 2018, en un ranking que lideran:
  - USA con 278Millones, Reino Unido con 175M y Alemania con 162M de dólares.

- Grandes Donantes
  - A pesar de ser el 4º país en captación privada caemos hasta la posición 16 si hablamos de grandes donantes

Canales de captación

La necesidad de la diversificación

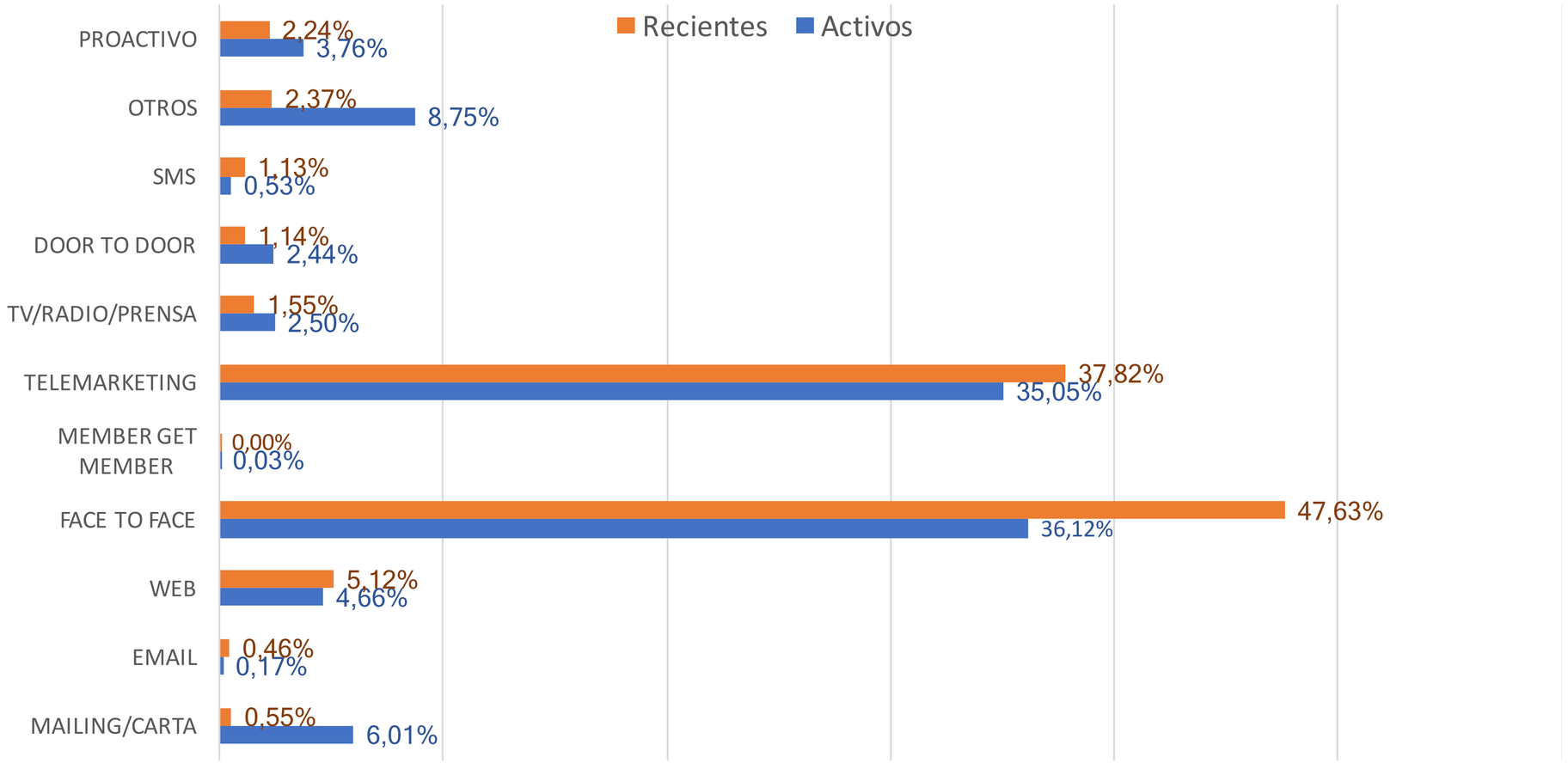
Tanto el Estudio de la Realidad del Socio como el IFL Forum muestran la supremacía del F2F y el telemarketing como principales canales de captación en España

El Fundraising Digital aumenta muy lentamente.

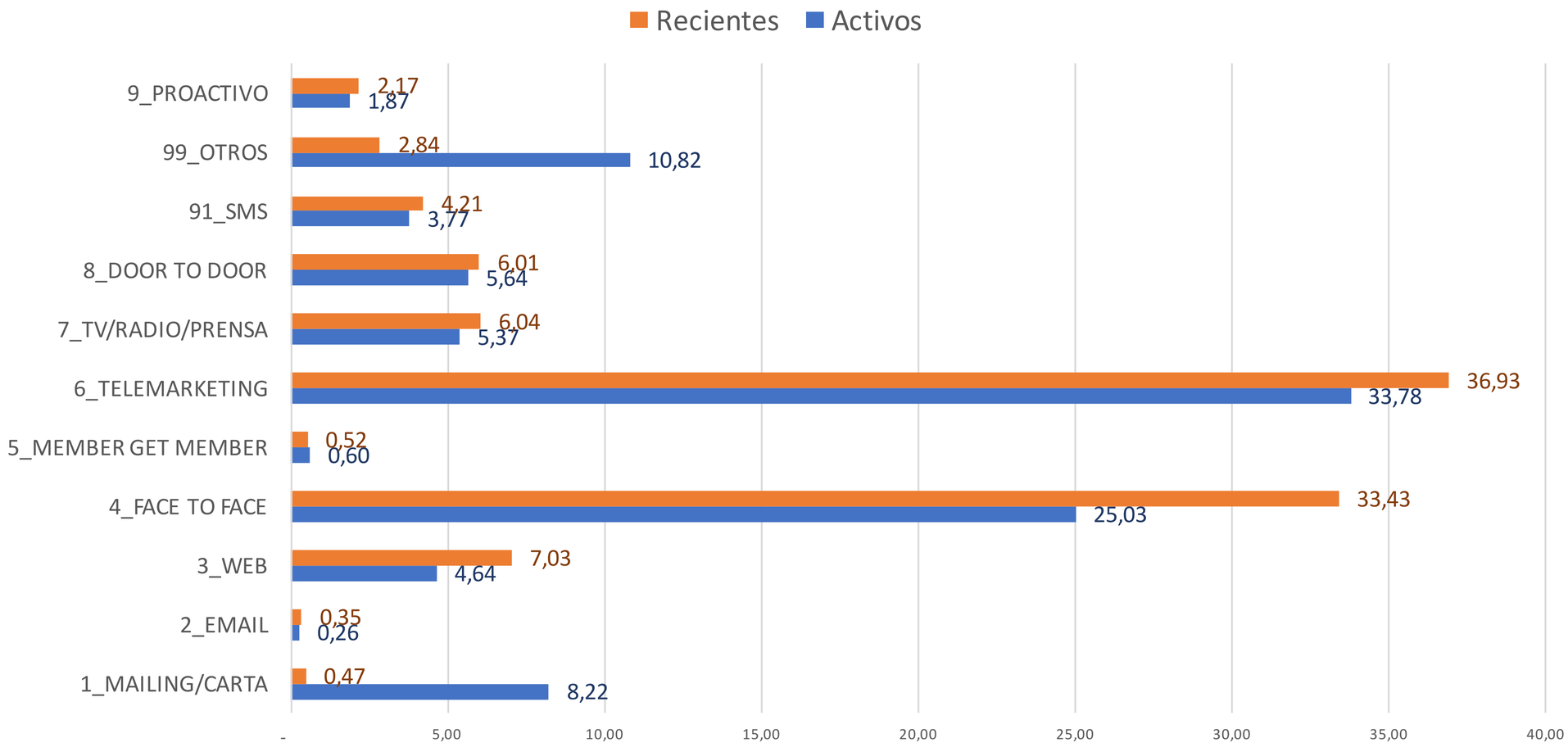
- Sigue estando por debajo del 10% si bien es cierto que en los socios recientes aumenta.
- Y también aumenta en la obtención de ponteciales/leads

La tendencia internacional muestra un aumento de los canales digitales en la mayoría de países

Comparativa canales captación activos vs recientes

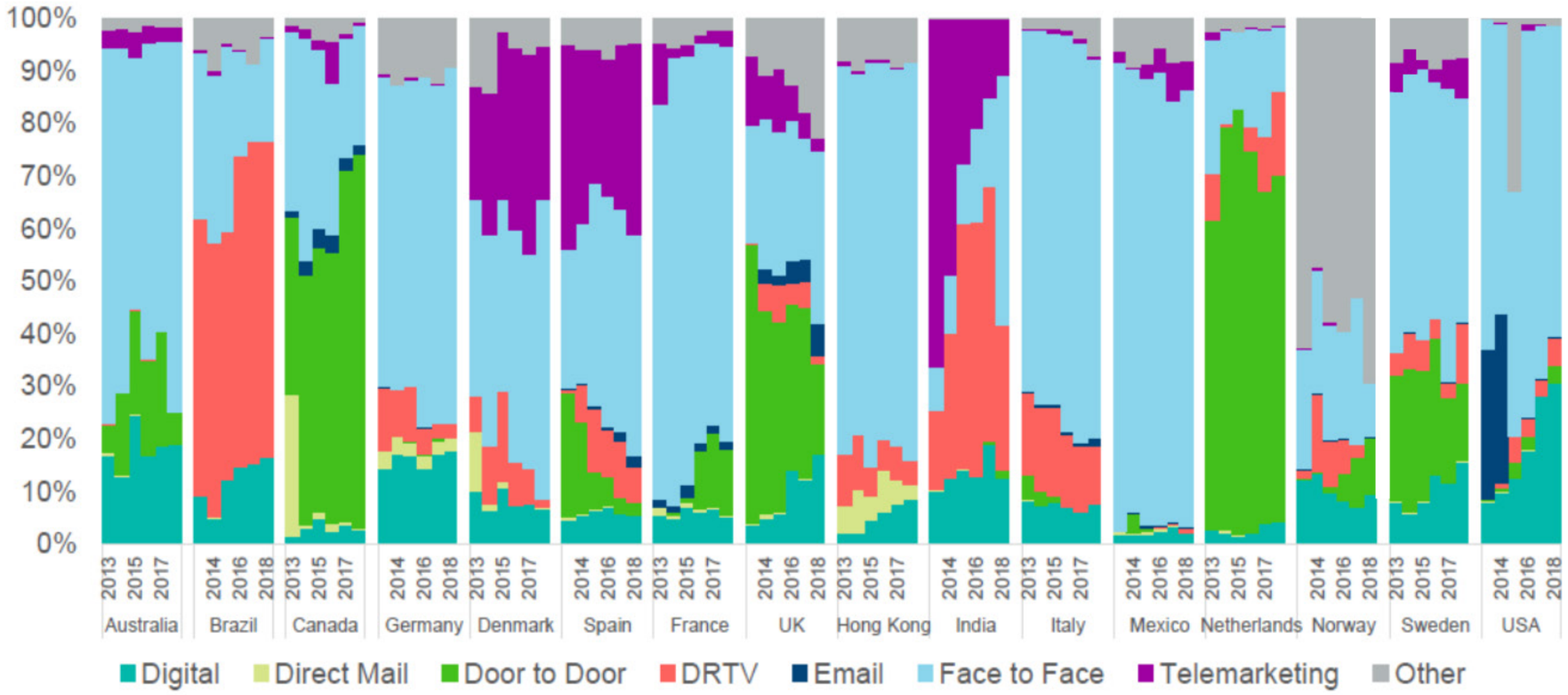


Comparativa obtención *leads* activos vs recientes



Acquisition

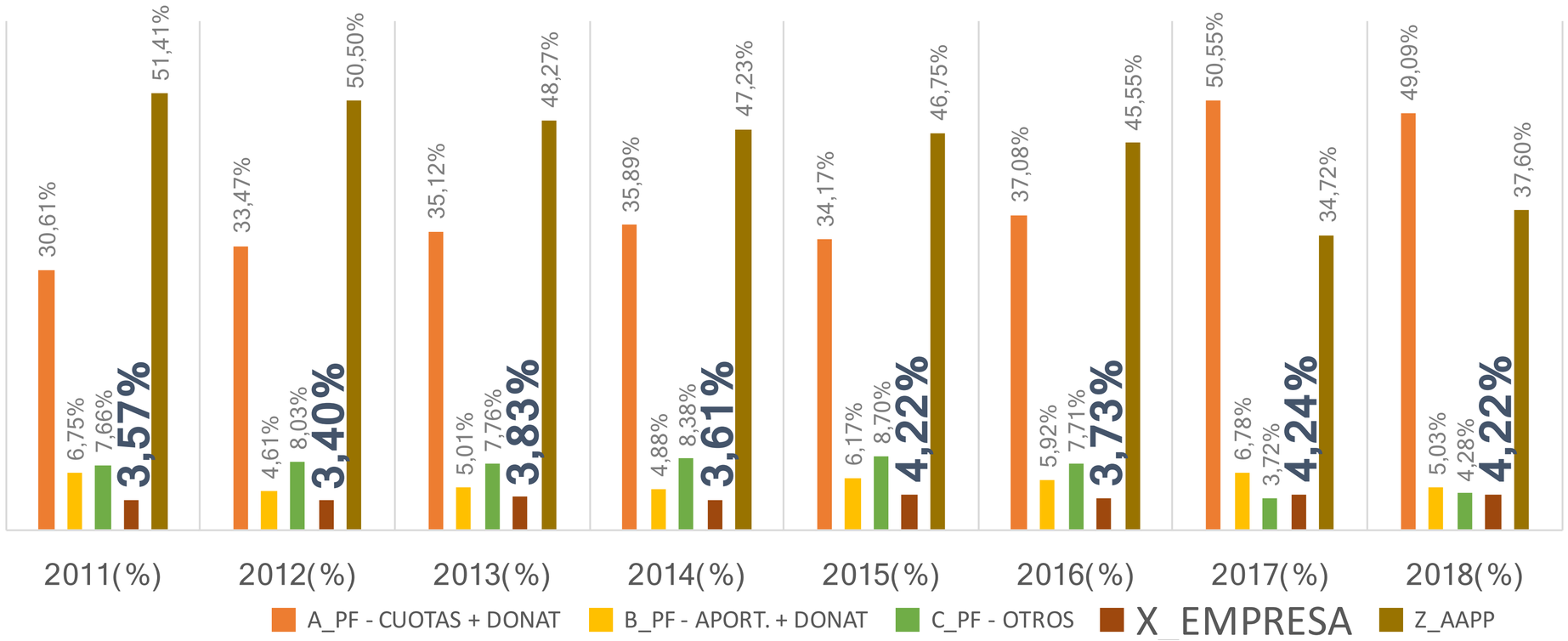
Regular Giving Channel Mix



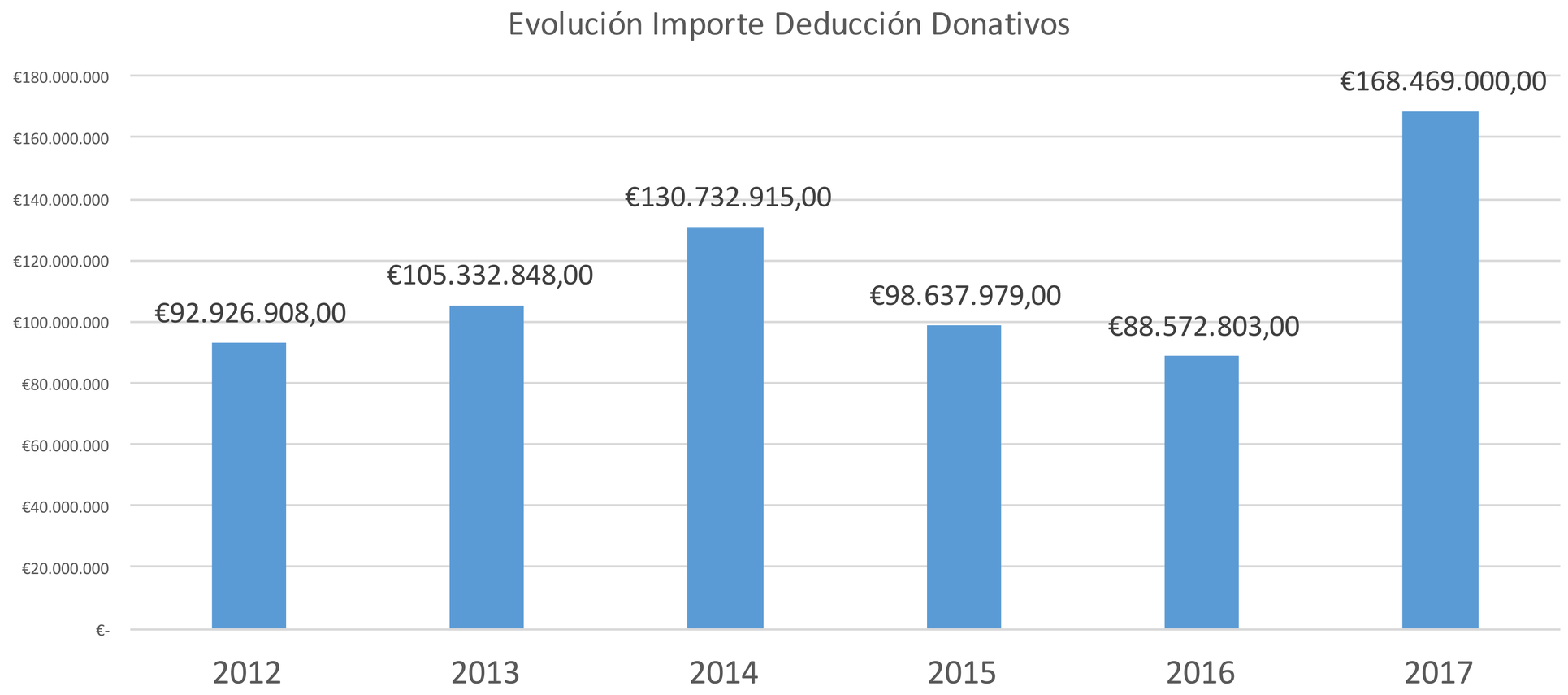
Colaboración empresarial

Sin una tendencia clara o se puede hablar de estancamiento

Así lo indican los datos de la *Realidad del socio 2019*



Y los datos del Impuesto de Sociedades de Hacienda



- Grandes empresas (facturación por encima de los 180M €)
  generan el 59,11% de las donaciones cuando suponen solo el 0,08% de los declarantes.

- El 98,77% de las empresas (facturación por debajo de los 1,2M euros)
  apenas aportó un 11% de las donaciones a ENL

- Un comportamiento que puede estar sujeto
  a diversas variables con dificultad para su estudio:

  - Diferentes formatos de colaboración con distinta fiscalidad: donación, convenio de colaboración, patrocinio, colaboraciónes bienes o servicios, etc.
  - La posibilidad de aplazar la desgravación
  - Las colaboraciones a través de fundaciones empresariales y otras personalidades jurídicas

Retos para el futuro

Contexto socioeconómico

- Mayor conexión con las preocupaciones sociales, mayor diálogo con la opinión pública.
  - ¿El Tercer Sector debe ser un actor activos de las preocupaciones sociales?

- Innovar para adecuarse a los cambio económicos y sociales cíclicos, cada vez más desconocidos.

- Innovar desde diferentes perspectivas:
  - Nueva Selección de buyer persona: Silver Economy, Millenians o la nueva Generación Z, desde propuestas complementarias.
  - Nuevas formas de colaboración para atraer a estos públicos.
  - Nuevos canales, más allá de la distinción entre analógico y digital, con nuevos lenguajes.

Socio o donante comprometido vs donante puntual

- El poder de la fidelización. Trabajar en ella constantemente.

- Campañas de Donaciones con valores añadidos.

«De acuerdo con las tendencias sociales analizadas, los donantes regulares son, y serán cada vez mas exigentes, a la hora de mantener su compromiso regular»

(Marcos Concepcion Raba Action Against Hunger Development)

Canales interrelacionados y medición de resultados

- Campañas multicanales más activas.
- Digital como un vehículo para facilitar la colaboración y el diálogo con las organizaciones, más allá de su capacidad tecnológica.
- Nuevos sistemas de medición de retorno a la inversión adaptados a las nuevas realidades.

Grandes donantes / Herencias y legados

- Información y Sensibilización opinión pública.
- Mayor análisis previos para la identificación de los potenciales Grandes Donantes.
- Trabajo a Medio y Largo Plazo.
- **¿Modificación de nuestros posibles prejuicios?**

Empresas y corporaciones

- Apuesta por la PYME. Desde el punto de vista de legislación y de las propias organizaciones. Con formas de colaboración atractivas y adaptadas.

- Los ODS como conexión entre los proyectos de las organizaciones y las estrategias de las corporaciones.

- Espacios más sinceros de conversación ENL/Empresa.

- ¿Desgravación fiscal para las donaciones de servicios?

Muchas gracias