

Observatorio F2F/D2D

[OBSERVATORIO F2F]

Enero 2022

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 (F2F) 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 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 España y fortalecer su reconocimiento público, inicia su actividad en 2017.

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

El 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.

Las ENL y agencias adheridas trabajarán para velar por el cumplimiento del Código y el buen desarrollo del proceso. Integración en la Comisión de Seguimiento y Comité Ejecutivo.

El 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/D2D. Tu organización será reconocida por su calidad en el proceso de captación de socios y donantes.
- Promueve la generación de conocimiento sobre la marcha del canal y del sector, posibilitando una visión más amplia con carácter evolutivo del canal.
- Órgano permanente de información sobre la situación y evolución del canal, permitiendo disponer de información útil, oportuna y fiable en áreas de interés para fijar criterios de actuación.
- Detectar tendencias que faciliten a los miembros disponer de inputs para tener una posición de ventaja a la hora de diseñar estrategias acerca del canal.

El 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.

El Observatorio F2F

Requisitos de pertenencia.

Entidades No Lucrativas (ENL).

- 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 proveedoras de Servicios F2F/D2D.

- 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 las cuotas anuales de la Asociación.

El 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.

El 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.

El Observatorio F2F

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

Cuota ENL.

1. Cuota anual. El importe de las cuotas anuales se establece para las ENL de acuerdo al volumen de registros de la base social de la Organización y en función de los siguientes tramos para 2022.

ENL/Registros Base Social	Importe anual
Entidad A (menos de 25.000 registros)	800€
Entidad B (entre 25 y 75 mil registros)	1.600€
Entidad C (entre 75 y 200 mil registros)	2.100€
Entidad D (entre 200 y 400 mil registros)	2.700€
Entidad E (más de 400 mil registros)	3.500€

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

2. Cuota de adhesión. Pago único establecido como adhesión al Observatorio y del mismo importe de la cuota anual correspondiente.

El Observatorio F2F

Financiación.

Cuota Agencias.

1. Cuota anual. El importe de las cuotas anuales se establecen para las Agencias 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 2022.

Agencias/Altas realizadas anualizadas	Importe anual
Entidad A (menos de 25.000 registros)	800€
Entidad B (entre 25 y 75 mil registros)	1.600€
Entidad C (entre 75 y 200 mil registros)	2.100€
Entidad D (entre 200 y 400 mil registros)	2.700€
Entidad E (más de 400 mil registros)	3.500€

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

2.Cuota de adhesión. Pago único establecido como adhesión al Observatorio y del mismo importe que el de la cuota anual correspondiente. *

* Las agencias sin actividad el año anterior a su adhesión no abonarán cuota de adhesión.

El Observatorio F2F

Proceso de alta de ENL en el Observatorio.

1. Correo solicitando alta a 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 el Acuerdo de adhesión al Observatorio, junto con el Código de Conducta para su firma y el importe cuota anual y de adhesión si corresponde para su abono.
5. Formalizados los trámites, el Observatorio envía el Reglamento y Procedimientos Internos, junto a la bienvenida, y se insta a formar parte de la Comisión de Seguimiento.

El Observatorio F2F

Proceso de alta de Agencias en el Observatorio.

1. Correo solicitando alta a observatoriof2f@aefundraising.org
2. Información requerida para Agencia: Datos fiscales. Año de inicio de actividad. N° registros captados en el año natural anterior. ONG con las que trabaja y regiones de operación.
3. Envío de Código de Conducta, Recomendaciones de Buenas Prácticas y el Reglamento Interno para información.
4. Dada la conformidad de adhesión por la Agencia, el Observatorio envía el Acuerdo de adhesión al Observatorio, junto con el Código de Conducta para su firma y el importe cuota anual y de adhesión si corresponde para su abono.
5. Formalizados los trámites, el Observatorio envía el Reglamento y Procedimientos Internos junto la bienvenida y se insta a formar parte de la Comisión de Seguimiento.

El 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 Cancer, Cruz Roja, Fundación Educo, Fundación Josep Carreras, Fundación Pasqual Maragall, 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, Conciencia Fundraising, Comunicación e Innovación 2015 (Grupo Progedsa), DD Marketing & Fundraising, Fundraisers We Are, Fundraising Iniciativas, Giving International, Inmark, Navarro Garoé, Onsales, Perspective Marketing, Ravess, Sya Trending Sales, Twisters, Vitae Conseil MK, We Are Sales , Wesser y Xidong Marketing.

