

La captación de fondos y los nuevos incentivos fiscales al mecenazgo

Fernando Morón Limón

1 de Octubre de 2015

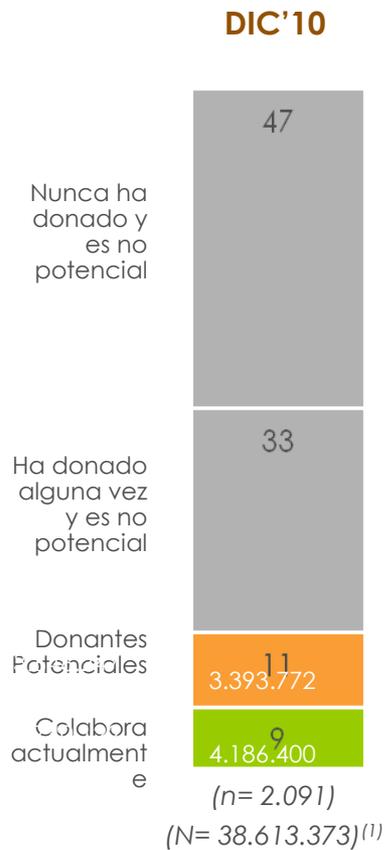
Asociación Española de Fundraising (AEFr)

- La AEFr es una organización no lucrativa cuya misión es **contribuir al éxito del sector de la captación de fondos mediante su profesionalización.**
- 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 90 % de los socios/donantes que hay en España;** que colaboran recurrentemente con las 100 entidades miembros de la asociación.

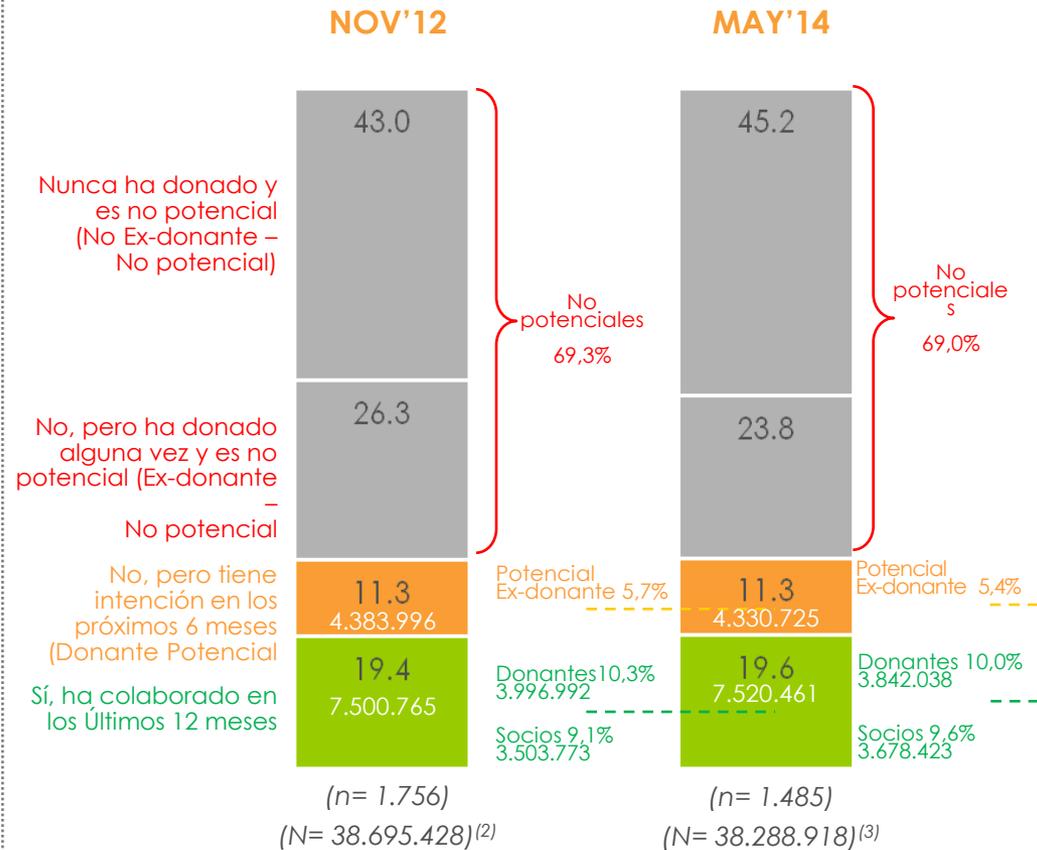
LA COLABORACIÓN PRIVADA EN ESPAÑA

La Colaboración ciudadana con ENL

¿Actualmente colabora económicamente con alguna ONG?



¿Ha colaborado económicamente en los últimos 12 meses con alguna ONG?



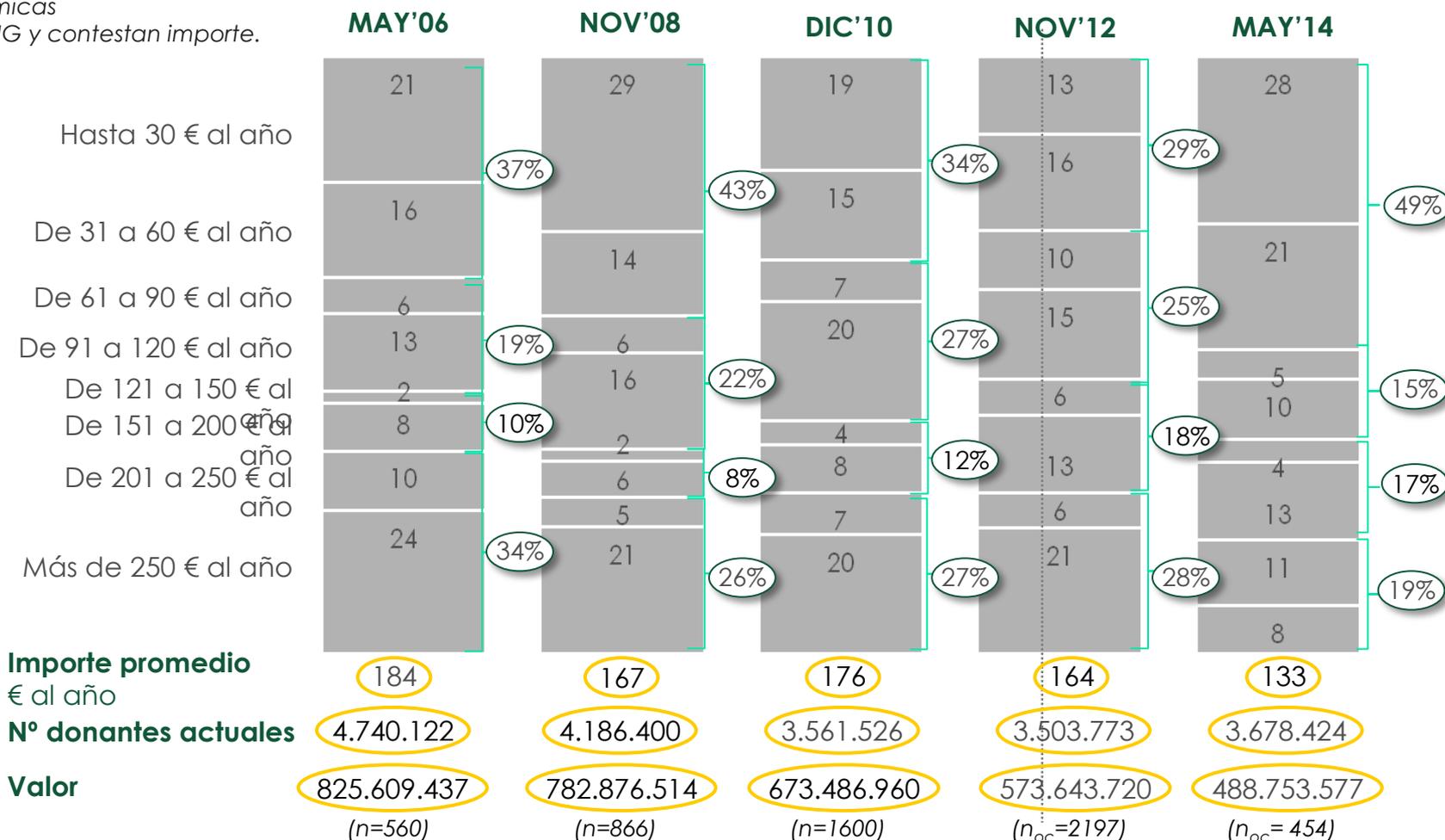
⁽¹⁾ Universo individuos de 18 o más años. Fuente Padrón Municipal, 2010, INE.

⁽²⁾ Universo individuos de 18 o más años. Fuente Padrón Municipal, 2012, INE.

⁽³⁾ Universo individuos de 18 o más años. Fuente Padrón Municipal, 2013, INE.

Evolución de la donación: 2006-2014

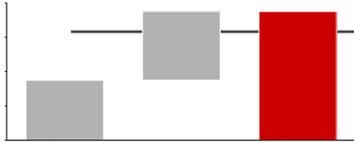
Base: Hacen donaciones económicas a la ONG y contestan importe.



En comparación al 2006, mientras que el número de donantes ha caído un 22%, la caída en valor ha sido del 41%.

La Captación de Fondos en España

TIPOLOGÍA DE COLABORADORES



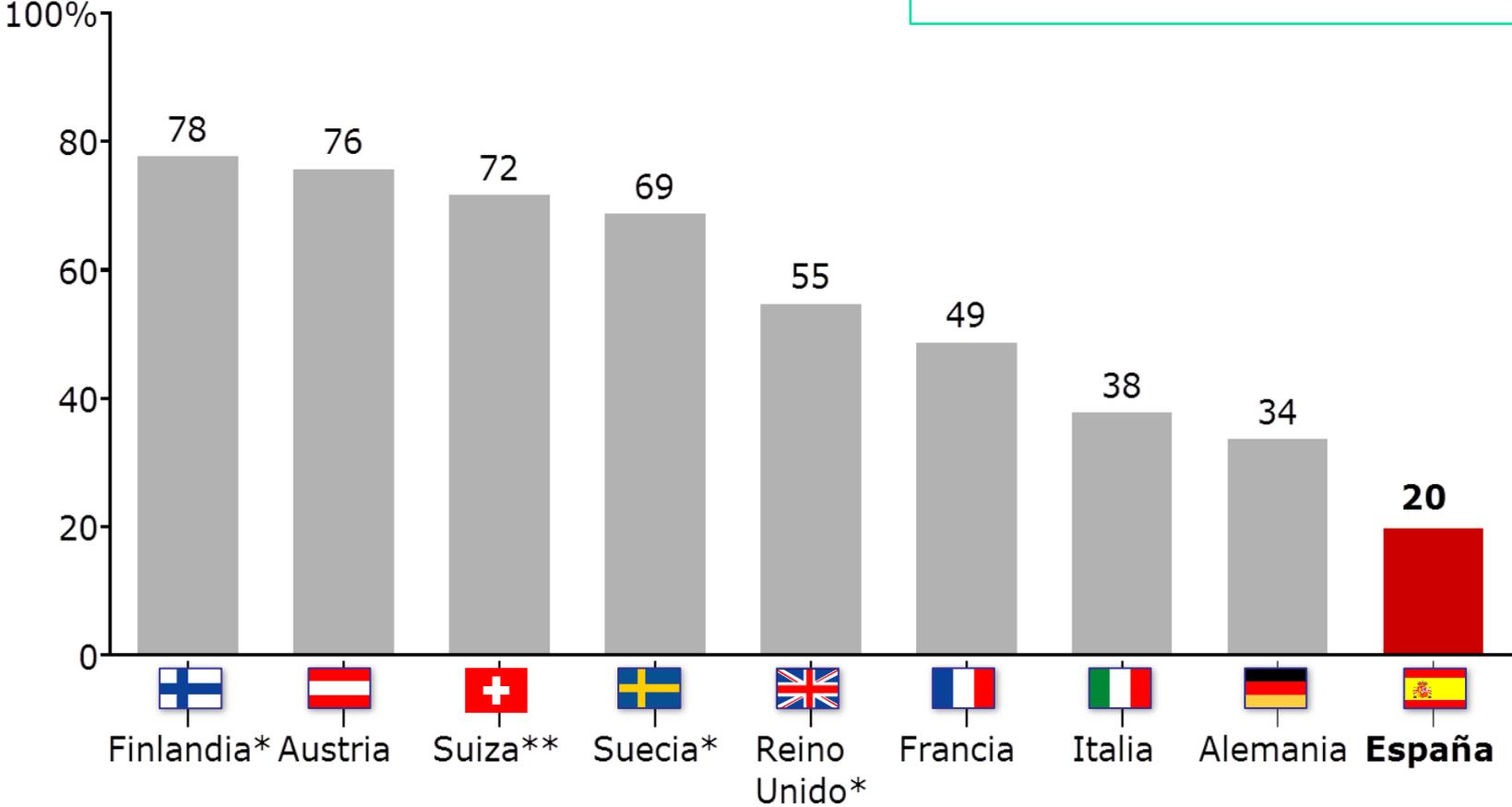
Se consideran socios aquellos que realizan como mínimo una donación anual de forma regular

Se consideran donantes aquellas personas que realizan contribuciones puntuales

Porcentaje de Donantes en Relación a la Población

Porcentaje de población que ha donado a una ONG en el último año (socios + donantes)

Los españoles están por debajo de la media europea en cuanto a donaciones.



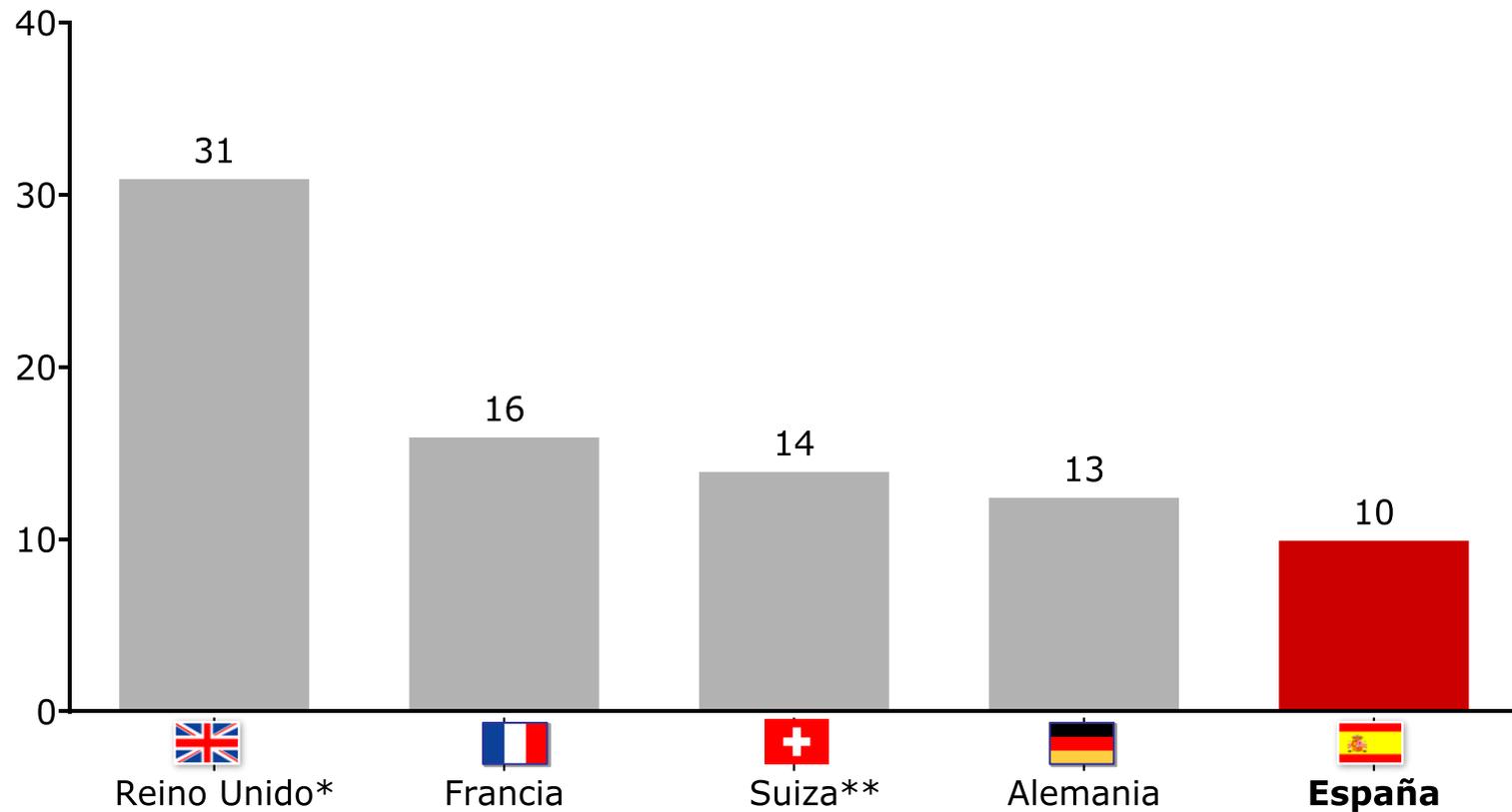
*Datos de 2012 **Datos de 2011

Nota: (1) Los datos se refieren a población adulta mayor de 18 años salvo para Austria (mayor de 15), Suiza (18-84), Suecia (16-74), Reino Unido (mayor de 16), Finlandia (15-79), Italia (18-69) y Alemania (mayor de 10); (2) Los datos se refieren a donaciones realizadas en los últimos 12 meses salvo para Suecia (últimos 6 meses), Italia (últimos 4 meses del año) y Reino Unido (últimas 4 semanas).

Fuente: España – Salvetti & Lombart, Mayo 2014; Suecia - FRII Sweden; Austria – Spendenbericht 2013; Alemania - Bilanz des Helfens 2014; UK Giving 2012; Francia – Le Barometre de la Confiance, Vague 6, TNS; Italia - Le donazioni di fine anno, IPR Marketing; Finlandia – Taloustutkimus Survey 2012; Asociaciones Europeas de Fundraising

Porcentaje de Socios en Relación a la Población

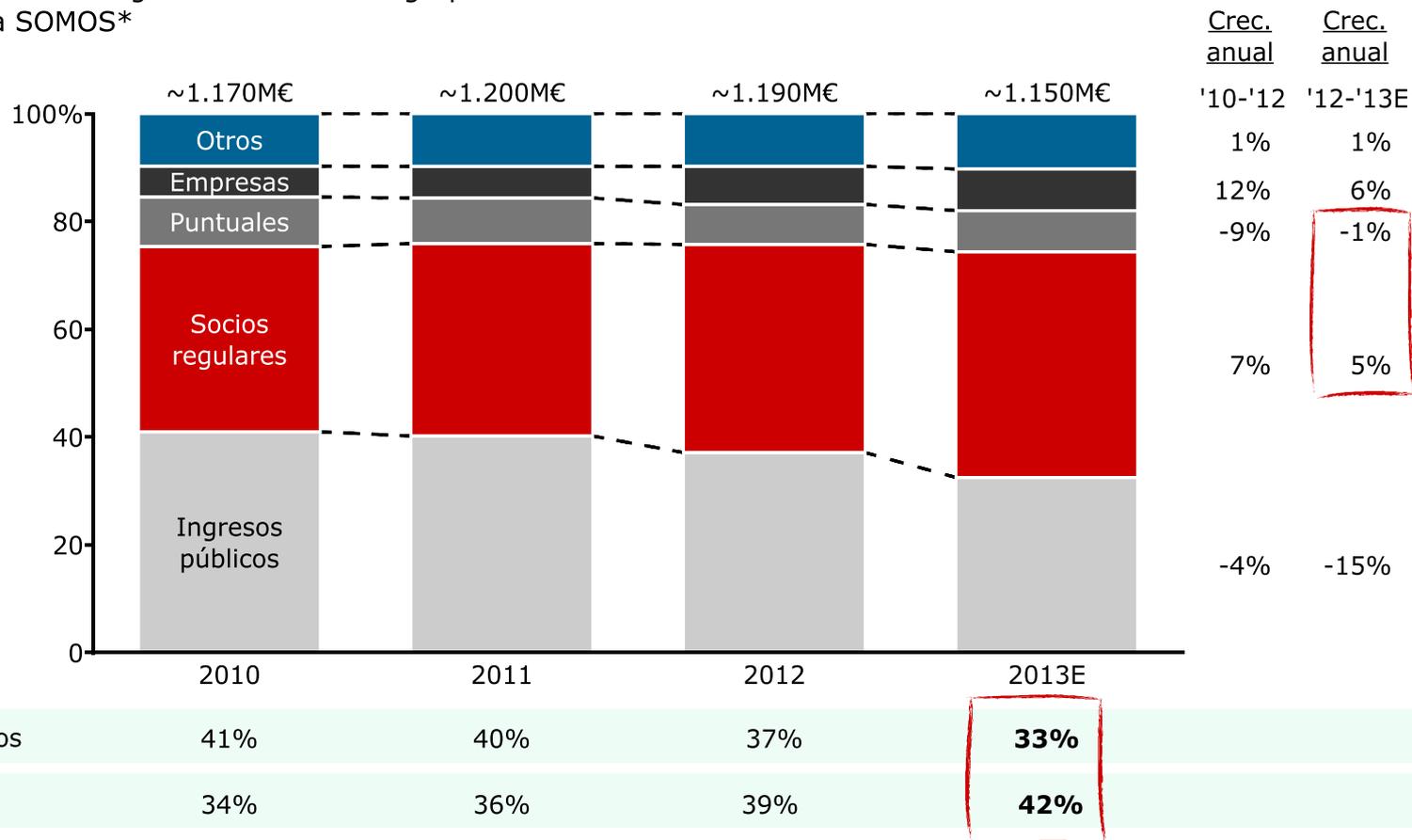
Porcentaje de población que es socio de una ONG



Fuentes de financiación- Fondos privados

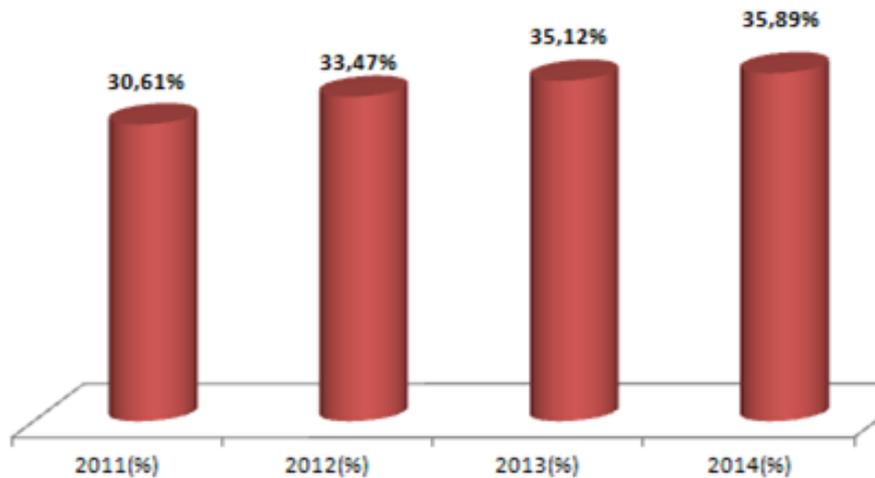
DATOS ONG AGRUPADAS EN SOMOS 2013

Desglose de los ingresos de las ONG agrupadas en la iniciativa SOMOS*



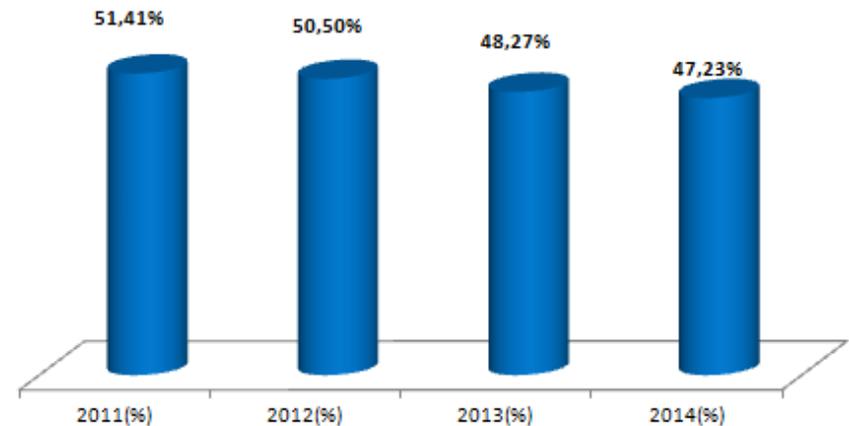
Los Socios Ganan en Importancia

Aportación Socios (%) vs Recursos Totales



Socios 35'9% y creciendo
AAPP 47'2% y
decreciendo

Aportación AAPP (%) vs Recursos Totales



COMO ES EL COLABORADOR DE ONG EN ESPAÑA

Percepción del Trabajo de las ONG

% individuos

¿QUÉ INSTITUCIONES CONTRIBUYEN A PALIAR / CORREGIR PROBLEMAS QUE ENFRENTAN AL MUNDO?



(xx) Datos ola 5 (Noviembre 2012)
% T2B: individuos han respondido "Bastante" o "Mucho"
% B2B: individuos han respondido "Poco" o "Nada"

Valoración De Las ONG En General

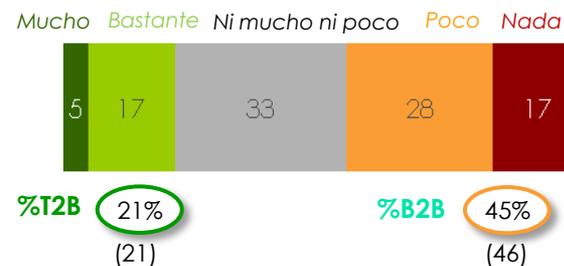
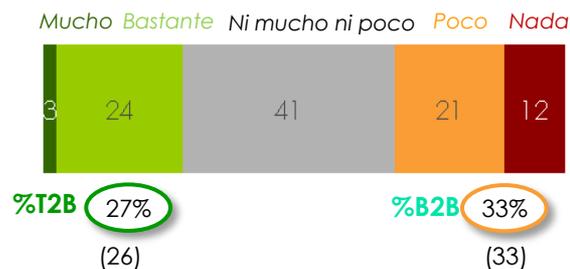
% individuos

¿HASTA QUÉ PUNTO CONFÍA USTED EN LAS ONG?

¿ESTÁ DE ACUERDO EN QUE LA INFORMACIÓN ACERCA DEL USO DE LOS FONDOS QUE EMPLEAN LAS ONG ES TRANSPARENTE?

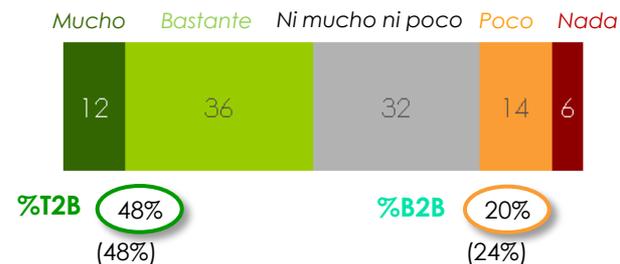
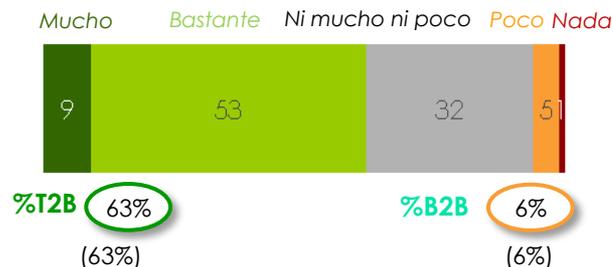
POBLACIÓN EN GENERAL

(n= 1962)



DONANTES

(n= 1278)



Perfil del Donante, ¿Cómo es?

% individuos

(n= 1278)



PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

- Tienen una **edad** media de 44,6 años
- Son tanto hombres 46% y mujeres 54%
- Son personas casado/a o vive en pareja 63%
- Con **hijos** 57%
- **Estudios** universitarios 49%
- Actividad profesional:**
 - Mandos intermedios 16%
 - Jubilado/pensionista 15%
 - Otros empleados de oficina 13%



PERFIL PERSONAL E IDEALES

- Me defino como una persona más de izquierdas 67%
- Me considero una persona realista 70%
- Me considero una persona emocional 53%
- Reciclo 90%
- Puedo contribuir en la conservación medioambiental 85%
- Me declaro creyente 52%
 - Católica 92%
 - Creyente no practicante 58%

89%
Tiene móvil



14% Le gustaría recibir información de eventos o actividades de ONG por móvil/a través de SMS

26% Haría donaciones a través del móvil

70% Tiene WhatsApp



21% Le gustaría recibir WhatsApp con información de ONG

PERFIL TECNOLÓGICO

Usa internet 90%

49% Le gustaría recibir información por e-mail de ONG

36% Estaría dispuesto a realizar donaciones online

58% Utiliza las webs de las ONG para estar en contacto/informarse de ellas

| | Tienen perfil | Lo usan | Es amigo/fan en esta red social | Dispuesto a ser amigo/fan en esta red social | Se informa / Está en contacto con alguna ONG | Gustaría recibir info de ONG | Ha participado en alguna iniciativa de alguna ONG | Participaría en alguna iniciativa en esta red social |
|---------|---------------|---------|---------------------------------|--|--|------------------------------|---|--|
| | 64% | 57% | 20% | 21% | 19% | 25% | 15% | 30% |
| | 31% | 22% | 8% | 10% | 8% | - | 4% | 10% |
| | 19% | 12% | 1% | 5% | 1% | - | 0% | 3% |
| | 11% | 4% | 1% | 2% | 1% | 1% | 0% | 0% |
| | 10% | 6% | 1% | 3% | 1% | - | 0% | 1% |
| Ninguna | 31% | 36% | 77% | 68% | 77% | 74% | 82% | 65% |

(n= 1206)

Perfil del Socio, ¿Cómo es?

MUJER

(>58%)

Nivel

económico

MEDIO-ALTO

NO muy alejado pero superior a la media...

URBANITA

51% ciudades de +100.000 hab
Destaca Madrid ciudad

EDAD MEDIA 55 AÑOS

La mitad >55 y casi el 10% <35
Estructura de hogar acorde a la edad...

CON ESTUDIOS

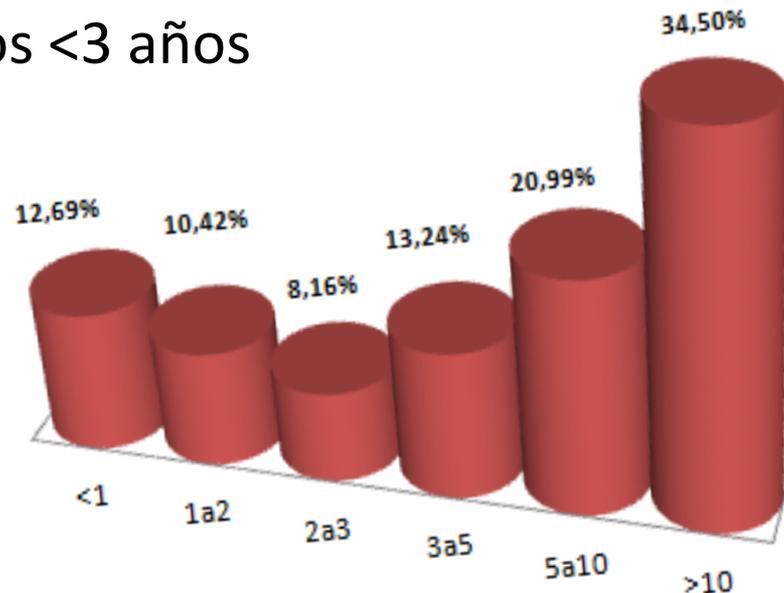
superiores (o básicos si son mayores)

Puestos de trabajo
acordes a formación

Antigüedad de los Socios en España

Antigüedad media de CASI 9 AÑOS

Un 34'5% >10 años en su entidad
31'3% de los socios activos <3 años



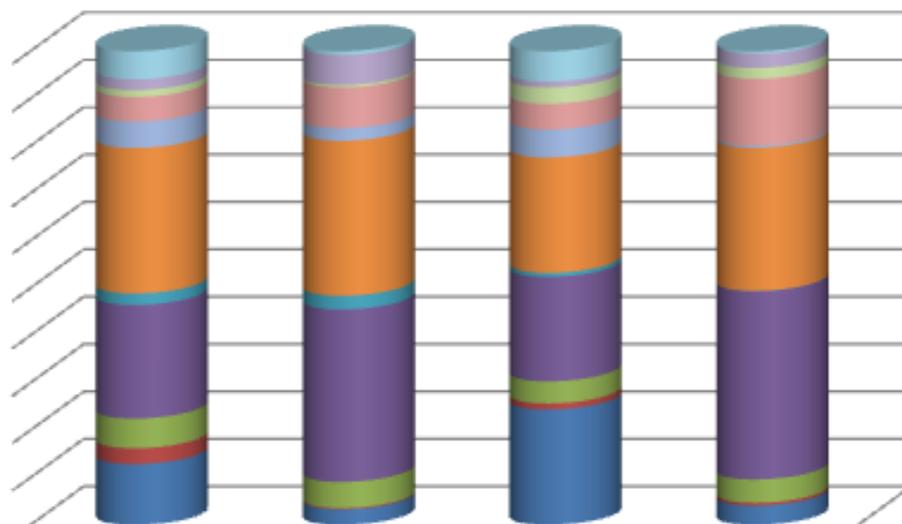
3 Canales principales origen de los socios activos:
TELEMARKETING (30%), **FACE TO FACE** (24%) y
CARTA/MAILING (13% de los socios activos)
WEB y EMAIL ya son el origen del 10% de los socios

Por donde Llegan los Nuevos Socios

Canales que captan
(últimos años):

F2F y Door to Door 44'9%
Telemarketing 32'7%

Crecimiento
continuado de
Web, email y SMS



| | ACTIVOS 2014 | RECIENTES 2014 | activos 2012 | recientes 2012 |
|---------------------|--------------|----------------|--------------|----------------|
| 99_OTROS | 5,93% | 0,80% | 6,41% | 0,54% |
| 91_SMS | 2,28% | 6,35% | 1,25% | 3,02% |
| 9_PROACTIVO | 1,46% | 0,51% | 3,43% | 2,28% |
| 8_DOOR TO DOOR | 5,21% | 8,58% | 5,43% | 14,04% |
| 7_TV/RADIO/PRENSA | 5,55% | 2,67% | 5,91% | 0,48% |
| 6_TELEMARKETING | 30,71% | 32,73% | 24,11% | 10,23% |
| 5_MEMBER GET MEMBER | 2,43% | 2,89% | 0,88% | 0,06% |
| 4_FACE TO FACE | 23,96% | 36,37% | 22,04% | 39,74% |
| 3_WEB | 6,27% | 5,53% | 4,64% | 4,93% |
| 2_EMAIL | 3,33% | 0,25% | 1,31% | 0,60% |
| 1_MAILING/CARTA | 12,87% | 3,31% | 24,36% | 4,09% |

La Crisis Económica Entre Los Donantes

(n=,1278)
% individuos



54% (53%)
Le ha afectado la crisis*

40% (35%)
Ha afectado a sus aportaciones económicas a ONG

INTENCIÓN FUTURA DE REPLAZO ENTRE ONG

Tiene intención de colaborar con alguna ONG nueva

| | | |
|----|-----|-----|
| | NO | SI |
| NO | 25% | 46% |
| SI | 10% | 19% |

Tiene intención de dejar alguna de las ONG con las que colabora

65% (52%) TIENE INTENCIÓN COLABORAR CON OTRA ONG EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES**

29% (26%) DEJARÁ DE DONAR EN UN FUTURO PRÓXIMO**

(xx) Datos ola 5 (Noviembre 2012)

* %T2B: Individuos han respondido "5. Me ha afectado mucho" o "4. Me ha afectado bastante" en una escala de 5 a 18

** %T3B: Individuos han respondido "Seguro que sí" "Probablemente sí" o "Quizás"

¿Qué es Fundraising?

¿Sólo es dinero?

NOOOO

Compromiso y Apoyo

FUNDRAISING...

Un medio para el desarrollo de la organización y la movilización de recursos para una finalidad de interés general.

Fundraising es...

- Fundraising es la **construcción de relaciones, con personas físicas o jurídicas**, para lograr un objetivo específico a través del impulso de actividades concretas.
- Fundraising es un **proyecto a medio-largo plazo**.
- Y por supuesto, Fundraising **busca la sostenibilidad económica** de las organizaciones y los programas que impulsan, pero **sin olvidarnos de otras posibilidades de colaboraciones**.

Fundraising es...



- **Una metodología** para conseguir adhesiones a nuestra causa y lograr *base social que aporte legitimidad.*
- **Una oportunidad** para abrir nuestra Organización a la Sociedad. Ser más transparente y comunicar más y mejor.

¿Qué posibilidades me ofrece el Fundraising?

- **Posibilidades de colaboración de Ciudadanos:**
 - Fondos generales para soportar la estructura.
 - Donativos a proyectos específicos.
 - Participación en eventos y campañas.
 - Voluntariado.
 - Cesión de conocimiento.
 - Prescriptores de nuestra causa.

¿Qué posibilidades me ofrece el Fundraising?

■ Posibilidades de colaboración de Instituciones Privadas:

- Fondos generales para soportar la estructura.
- Financiación de proyectos específicos.
- Patrocinio de eventos y/o campañas de sensibilización.
- Donación de productos y servicios estratégicos.
- Cesión de conocimiento.
- Cesión de espacio publicitario.
- Oportunidades de Inserción laboral.
- Utilización de sus canales de comunicación para divulgación de campañas.....

El Fundraising necesita:

- *Coordinación*
- *Planificación*
- *Investigación*
- *Inversión y Recursos*
- Sin estos elementos se podrá captar fondos de una forma puntual, pero no será nunca una fuente sostenible de ingresos para la organización.

Panorama Legal del Fundraising

Legislación Básica

- Normativa básica a tener en cuenta.
 - **Ley 49/2002, de 23 de diciembre**, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.
 - **Ley 27/2014 y 26/2014, de 27 de noviembre**, del Impuesto sobre Sociedades y sobre la Renta de las Personas Físicas (Reforma Fiscal)

Colaboración Personas Físicas

- **Aportaciones de Socios y Donantes Tratamiento fiscal para el donante en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF) (Art. 25 de la Ley 49/2002)**
 - **Ley 49/2002 y 26/2014: Incremento de la deducción en cuota del 30% (27,5% en 2015).**
 - Adicionalmente **los primeros 150 euros** para el conjunto de donativos, donaciones y aportaciones con derecho a deducción tienen una **deducción del 75% (50% en 2015)**.
 - **Estimulo de la fidelización**. Los contribuyentes del IRPF **podrán aplicar una deducción del 35%** (en vez del 30% general) **por el exceso sobre 150 euros** si en los dos períodos impositivos inmediatos anteriores hubieran realizado donaciones **en favor de una misma entidad** por importe igual o superior, en cada uno de ellos, al del ejercicio anterior. Para 2015, el porcentaje de deducción sería del 32,5%.

Convenio Colaboración Empresarial

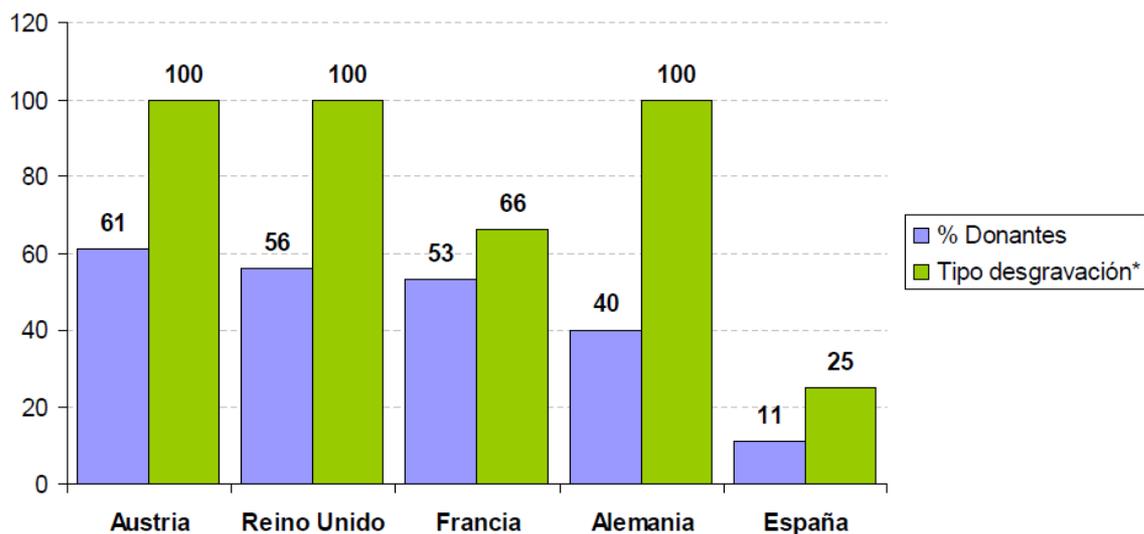
- **Concepto Convenio Colaboración (Art. 25 de la Ley 49/2002)**
 - Convenios por los que las **entidades beneficiarias** de mecenazgo **se comprometen por escrito a difundir**, por cualquier medio, **la participación del colaborador a cambio de una ayuda económica para la realización de las actividades que efectúen en cumplimiento de su objeto o finalidad específica.**
 - **La difusión de la colaboración exigida únicamente podrá ser efectuada por la entidad beneficiaria del mecenazgo.**
 - **En los convenios de colaboración no existe límite para la deducción del gasto en el IS.**

Colaboración Empresarial

- ***Donaciones y aportaciones irrevocables, puras y simples que dan derecho a deducción para el donante (art.17 de la Ley 49/2002)***
 - ***Dinerarios, de bienes o derechos.*** No se incluye expresamente la donación de servicios (pro bono).
 - ***Porcentaje de deducción: 35% en la cuota íntegra, con el Límite: base deducción no podrá exceder del 10% de la base imponible del ejercicio.***
 - ***Con la reforma fiscal esta deducción aumenta un 5% más si es una donación plurianual (más de 3 años).***
 - ***37,5% en 2015 y 40 % en 2016 y posteriores***

Comparativa Europea

% DE LA POBLACIÓN DONANTE EN RELACIÓN A LOS INCENTIVOS FISCALES AL MECENAZGO



Otro tema legal a tener en cuenta

- **Ley 10/2010, de 28 de abril, de prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo (“Ley 10/2010”)**
 - *Real Decreto 304/2014, de 5 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 10/2010, de 28 de abril.*
 - *Artículo 39: Fundaciones y asociaciones. **Identificación de aportantes***
 - En particular, las fundaciones y asociaciones identificarán y comprobarán la identidad de todas las personas que aporten a título gratuito fondos o recursos por importe igual o superior a cien (100) euros (en una sola vez o en varias).
 - Documentación identificativa (artículo 6 del Reglamento)
 - Persona física (DNI, pasaporte, Tarjeta de Residencia, etc.)
 - Persona jurídica (documentos públicos que acrediten su existencia, denominación, identidad de los administradores, etc.)



¡Muchas Gracias!

fmoron@aefundraising.org