



AJUNTAMENT DE LA GARRIGA



Diputació
Barcelona

#DibaOberta



Taller de Captació de Fons

Noves fonts de finançament

Mercè Torras

Objectius

Conèixer la figura del captador de fons

Identificar noves fonts de finançament

Treballar estratègies per a la captació de fons

Temari

La captació de fons a les entitats

Les fonts de finançament

Anàlisi de la situació de l'entitat i les seves fonts de finançament

Finançament públic i ens privats

Finançament propi

El pla de captació de fons

Tècniques i canals

Campanyes virals: casos pràctics

La importància de la transparència

Tendències de futur... Cap a on anem?

Casos pràctics

Dubtes i Debat



La Captació
de fons a les
entitats

La Captació
de fons a les
entitats

Què és la captació de fons?



Perquè és important?



Com captem fons?



D'on captem fons?



Qui s'encarrega?

Qui
s'encarrega?

Fundraiser



Essencial per les
ENL



Evolucionat cap a gran
professionalització



Molta formació
per
l'especialització



Gran coneixement i
implicació en la causa /
organització



Molt motivada



Creatives



Capacitat i habilitat en la planificació i
organització



Les fonds de
financement

Finançament públic



Subvencions



Contractes per
licitació pública



Convenis de
col·laboració



Concerts

Finançament privat



Empresa



Altres organitzacions i
fundacions

Finançament propi



Base Social



Donatius



Apadrinaments,
Patrocinis i
Mecenatge



Vendes i
activitats
pròpies



Situació
de
l'entitat

Quina és la
situació
financera
de l'entitat?

Recursos Propis %

- % Quotes dels socis
- % Donacions
- % Vendes productes
- % Vendes serveis
- % Activitats pròpies
- % Campanyes
- % Marxandatge

55%

Recursos Públics %

- % Subvencions
- % Contractes
- % Convenis
- % Premis i Concursos

25%

Recursos Privats %

- % Donacions
- % Patrocinis
- % Premis i concursos
- % Ajuts

20%

Què hem de
valorar?

Quin és el nostre grau
de dependència de
cada font?



Tenim possibilitats de
diversificar recursos
dins de cada àmbit?



Quines són les nostres
necessitats de
finançament?



Quins costos es
generen?



Podem assumir
l'increment en la
complexitat de la
gestió?



És rendible assumir
aquest cost?

Quina és la
situació
estratègica
de l'entitat?

Què comuniquem i
a través de quins
canals?

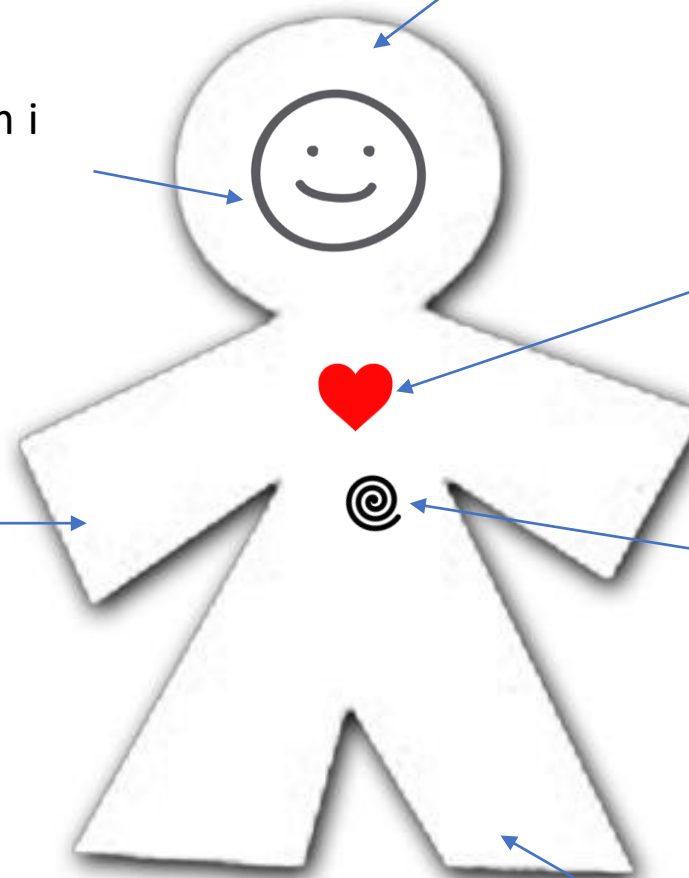
De quins
recursos
disposem?

Qui som com entitat?

Quins són els
nostres valors?

Necessitats

Quin és el nostre
propòsit?
Cap a on anem?



Quina és la
situació
estratègica
de l'entitat?

Què necessitem??

Com ho podem aconseguir?

Qui ens pot ajudar?





Finançament
públic

Subvenció

- Disposició de diners realitzada per les AAPP
- Concurrencia competitiva
- Subvencions directes (per raó justificada)
- Sense contraprestació directe
- Acompliment objectius i obligacions
- Foment activitat interès públic

Contractació pública

- Adjudicar un determinat servei públic a una entitat
- Contempla: cessió d'espais i/o prestació de serveis
- Elements crítics: Qualitat de la proposta i el Preu

Concerts

- Garantir l'existència de places en centres d'atenció especialitzades
- Ampliar oferta de places públiques
- Garanteix a l'entitat la percepció d'una quantitat mensual per persona i plaça

Conveni

- Negociació directe entre AAPP i l'entitat
- Desenvolupament de programes o actuacions col·laboratives
- Idonis per posar en marxa projectes innovadors o noves iniciatives



Finançament
Privat



Empreses, Fundacions, Associacions, altres entitats jurídiques privades



Finançament
privat

Tendència creixent a la convocatòria oberta d'ajuts i subvencions

Vinculat a línies estratègiques o programes de l'entitat convocant

Prioritat a projectes innovadors, potencial d'impacte i vinculació amb el territori

Determinant la qualitat del projecte, solvència, trajectòria,...

Implicació de l'entitat convocant amb el projecte

Perquè les
empreses
col·laboren
amb
nosaltres

Connectar/
Fidelitzar el
seu públic

Imatge

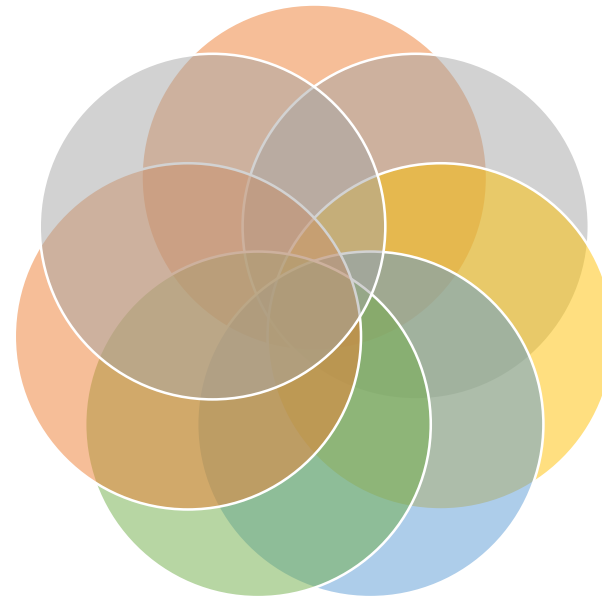
Legitimitat

Valors

Estratègia

Innovació

Notorietat



Formes de
col·laboració

Donacions
Econòmiques:
Directa
Indirecta

Donacions en espècies

Patrocini / Mecenatge

Voluntariat Corporatiu

Venture Philanthropy

Aliances estratègiques



Donaciones directes

epsocial / responsables

HP supera el medio millón de euros en donaciones para proyectos solidarios



Publicado 29/10/2018 16:24:31 CET

HP

MADRID, 29 Oct. (EUROPA PRESS) -

Últimas noticias / EP Social »

- BBVA donará a varias ONG parte de la comisión de un fondo de inversión socialmente responsable
- La población venezolana es "el colectivo que más ha crecido" en la demanda de ayuda a Cáritas Madrid
- El Senado insta al Gobierno a contabilizar y mejorar la asistencia a víctimas de violencia de género en el extranjero

Lo más leído

Portada **europa press**

• Pedimos que se ayude a las víctimas de

AUSONIA

GAMA
AUSONIA

SOBRE
NOSOTROS

INFÓRMATE

Buscar

NOVEDADES

Página inicial // AUSONIA y AECC



**Súmate.
Cada minuto cuenta.**

1 envase = 1 minuto
de investigación

Con 1 envase de AUSONIA colaboras en 1 minuto de investigación contra el cáncer de mama.

Donaciones indirectes

Covirán incorpora el Redondeo Solidario de Worldcoo



Como muchos sabréis, esta primavera pasada **Supermercados Covirán**, instauró el Redondeo Solidario en algunos de sus establecimientos comerciales de Granada y su acogida fue más que satisfactoria: un 46% de los clientes que pagaron con tarjeta redondearon su compra.



A partir de hoy mismo, 50 centros Covirán más se suman al Redondeo Solidario y todos sus clientes que paguen con tarjeta tendrán la oportunidad de redondear el ticket de su compra y donar sus céntimos a una causa social concreta. Así, por ejemplo, si el ticket de compra asciende a 42,30€, el mismo datafono propondrá redondear la compra a 43€ de forma totalmente automática.

El proyecto: #UnNombreUnaVida

El importe íntegro que los clientes de Covirán recauden se destinará a la campaña “#UnNombreUnaVida”, una iniciativa



Me gusta 0 Twitter



Responsabilidad Social Corporativa

01.12.2011

La Fundación MRW-Red de Emociones colaborará económicamente con el Programa Nutricional de la Fundación Vicente Ferrer.

El proyecto ganador de la tercera campaña “1 Euro solidario”, en el que los clientes de MRW donan un euro por cada envío gratuito del que se benefician, ha sido elegido por los propios clientes, empleados y franquiciados de la empresa.

Donaciones en especies

Noticias

Donación de Eroski a los Bancos de Alimentos

Entrega más de 57.500 litros de leche en el País Vasco

20/10/2016



infoRETAIL.- Eroski ha hecho entrega recientemente de más de 57.500 litros de leche a los Bancos de Alimentos del País Vasco, en una donación que se enmarca dentro del programa 'Desperdicio Cero' de donaciones solidarias que la cooperativa desarrolla con el fin de que ningún alimento apto para el consumo sea desechado en sus tiendas, sino donado a organizaciones socialmente responsables.

"Como cooperativa consideramos importante dar respuesta a los consumidores, que demandaban iniciativas solidarias dirigidas a colectivos

desfavorecidos y personas en riesgo de exclusión social. Así, iniciamos nuestra colaboración con Banco de Alimentos en 1996", ha recordado el director de Responsabilidad Social de Eroski, Alejandro Martínez Berriochoa.

SEAT dona una veintena de vehículos para uso educativo en centros de FP en CyL, su mayor donación este año en España

EUROPA PRESS 12.12.2017



- La compañía automovilística SEAT ha donado veinte vehículos de última generación para su uso educativo en centros con enseñanzas de Formación Profesional en Castilla y León, Comunidad que de esta forma se convierte este año en la receptora de la donación más numerosa de estas características que la firma integrada en Grupo Volkswagen ha realizado en el presente año.



BLOGS DE 20MINUTOS

 **TRIDENTE AL CONTRAGOLPE**
No, el VAR no ayuda al Real Madrid: hasta la prensa deportiva catalana considera que le perjudica

 **EL BLOG DEL BECARIO**
Acude a clase disfrazado de Garfield y la profesora le aprueba el curso

 **A VER SERIES**
'Muñeca rusa', 'Juego de tronos' y True Detective, las series que causan furor en febrero

Patrocini / mecenatge



[INICIO](#) [MARCAS](#) [SOSTENIBILIDAD](#) [NUTRICIÓN](#) [COC](#)

65 aniversario • Mares Circulares • Nuestra ruta hacia el futuro • GIRA Jóvenes • GIRA Mujeres • Preguntas y respuestas

[INICIO](#) > [HISTORIAS](#) > ARRANCA LA TERCERA EDICIÓN DE GIRA MUJERES COCA-COLA: UNA RUTA HACIA EL EMPRENDIMIENTO Y L...

Arranca la tercera edición de GIRA Mujeres Coca-Cola: una ruta hacia el emprendimiento y la empleabilidad

Por : [Juan Fernández](#) | 21/11/2018

[Me gusta](#) A 181 personas les gusta esto. Regístrate para ver qué les gusta a tus amigos.

COMPARTIR: [f](#) [t](#) [in](#) [s](#)

MÁS HISTORIAS

Patricia M. Liceras
Las organizaciones especializadas en empoderamiento femenino: el motor de GIRA Mujeres

Coca-Cola
Coca-Cola y Cruz Roja ayudan a mujeres de toda España a mejorar su empleabilidad

El proyecto GIRA Mujeres de Coca-Cola busca la capacitación personal y profesional tanto de mujeres que quieran mejorar su empleabilidad, como de aquellas que deseen materializar su idea de negocio.

Voluntariat Corporatiu



- Compra social
- Serveis solidaris per a la mobilitat
- Compartir coneixement
- Cessió d'actius en desús
- Difusió i suport solidari

SARquavitae y la Fundación Éxit colaboran en el "Proyecto Coach" de voluntariado corporativo



Un grupo de siete voluntarios de SARquavitae de Barcelona y Madrid participaron en el Proyecto Coach de Fundación Éxit, como coaches y mentores de cinco jóvenes en riesgo de exclusión social.

El Proyecto Coach es una iniciativa de voluntariado corporativo que pretende mejorar la empleabilidad de jóvenes en riesgo de exclusión social y laboral a través del coaching y mentoring.

El proyecto va dirigido a jóvenes de entre 16 y 21 años, con estudios primarios o secundarios no finalizados y de entornos familiares desestructurados o de contexto multiproblemas. Durante las seis semanas que dura el proyecto, el voluntario es el referente del joven.

Venture Philanthropy



Soy emprendedor

Soy inversor

Fundación

Portfolio

Actualidad

Contacto



Alianzas Estratégicas

noticias

rsc

RSC. Bankinter y CNSE firman un convenio para facilitar la accesibilidad de las personas sordas a los servicios bancarios



RSC. Bankinter y CNSE firman un convenio para facilitar la accesibilidad de las personas sordas a los servicios bancarios

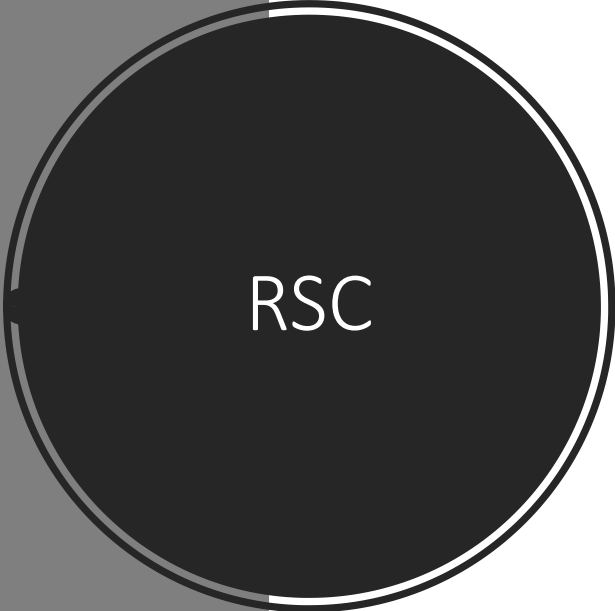


El actual contexto económico ha motivando el aumento de peticiones de alimentos a Cáritas. Por este motivo en EROSKI hemos firmado un convenio de colaboración con Cáritas Bizkaia

que consiste en la entrega de "vales de alimentación" a las personas que acuden a Cáritas solicitando ayuda y que cumplen un determinado perfil.

Estos vales se pueden canjear en los hipermercados EROSKI y supermercados EROSKI/center y EROSKI/city de Bizkaia.

Además de facilitar la operativa para este proyecto, lo apoyamos con una aportación económica.



RSC

*“La RSE es, además del **cumplimiento estricto de las obligaciones legales** vigentes, la **integración voluntaria** en su gobierno y su gestión, en su estrategia políticas y procedimientos, **de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto de los derechos humanos** que surgen de la relación y el **diálogo transparentes con sus grupos de interés**, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones. Una empresa es socialmente responsable cuando **responde satisfactoriamente a las expectativas que sobre su funcionamiento tienen los distintos grupos de interés**”*

Libro Verde de la Unión Europea



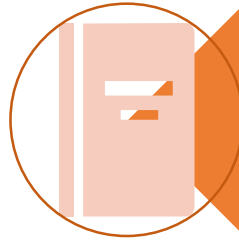
La RSC

Criteris de selecció

L'empresa busca...	L'entitat busca...
• Alineada amb les prioritats i necessitats empresa (tb fiscalitat) • Solvència, Expertesa i Especialització • Millora, Notorietat i Credibilitat • Aporti Diferenciació	• Alienada amb els principis i valors de l'entitat • Ofereixi col·laboracions de valor • No es doni conflicte d'interessos • Actui de forma responsable en tots els àmbits

La RSC

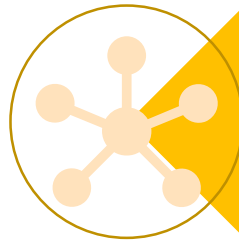
On trobem
informació?



Memòries de sostenibilitat



Web



Xarxes Socials



Mitjans de comunicació
RSE



Finançament
propi

A qui ens
dirigim?

Socis - Donants

Coneixem la nostra base?
Variables demogràfiques
Variables socials
Variables qualitatives (què,
quan, perquè, com,...)
Captació: èxit i fracàs

Donant
particular

Públic objectiu?

Socis
Donants recurrents
Donants puntuals
Petites donacions
Grans donacions
Padrins de projectes...

Què volem
aconseguir?

Diners

Material

Infraestructura

Voluntaris

Incrementar
la base de
socis

“Clients”

Padrins

Mentors

Col·laboradors
de projectes

Influencers

...

Com
acostar-nos

Crowdfunding

Vendes i
Marxandatge

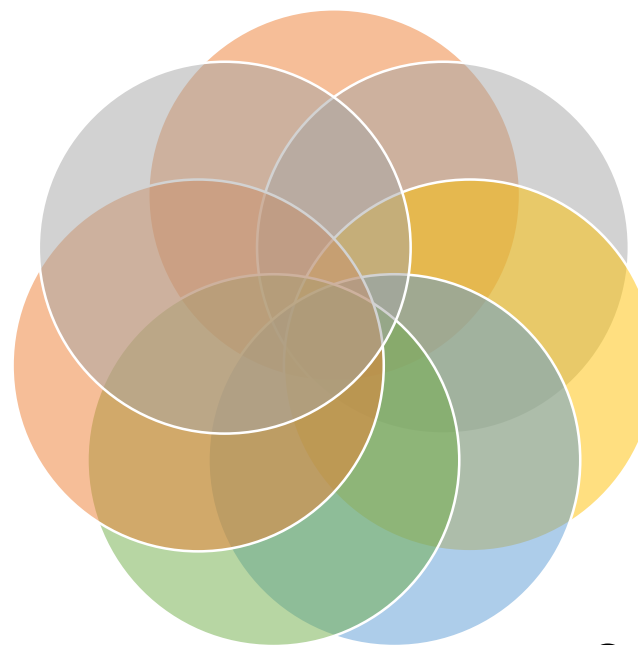
Xarxes Socials

Persona a
persona

Campanyes en
mitjans de
comunicació

Recomanacions
/referències

Col·laboració
institucional /
empresarial



Quin perfil de donant ens interessa?



Factor
econòmic

Factor
emocional

Factor
reconeixement
social

Factor cultural
o religiós

Factor racional

Donacions

Incentius
fiscals

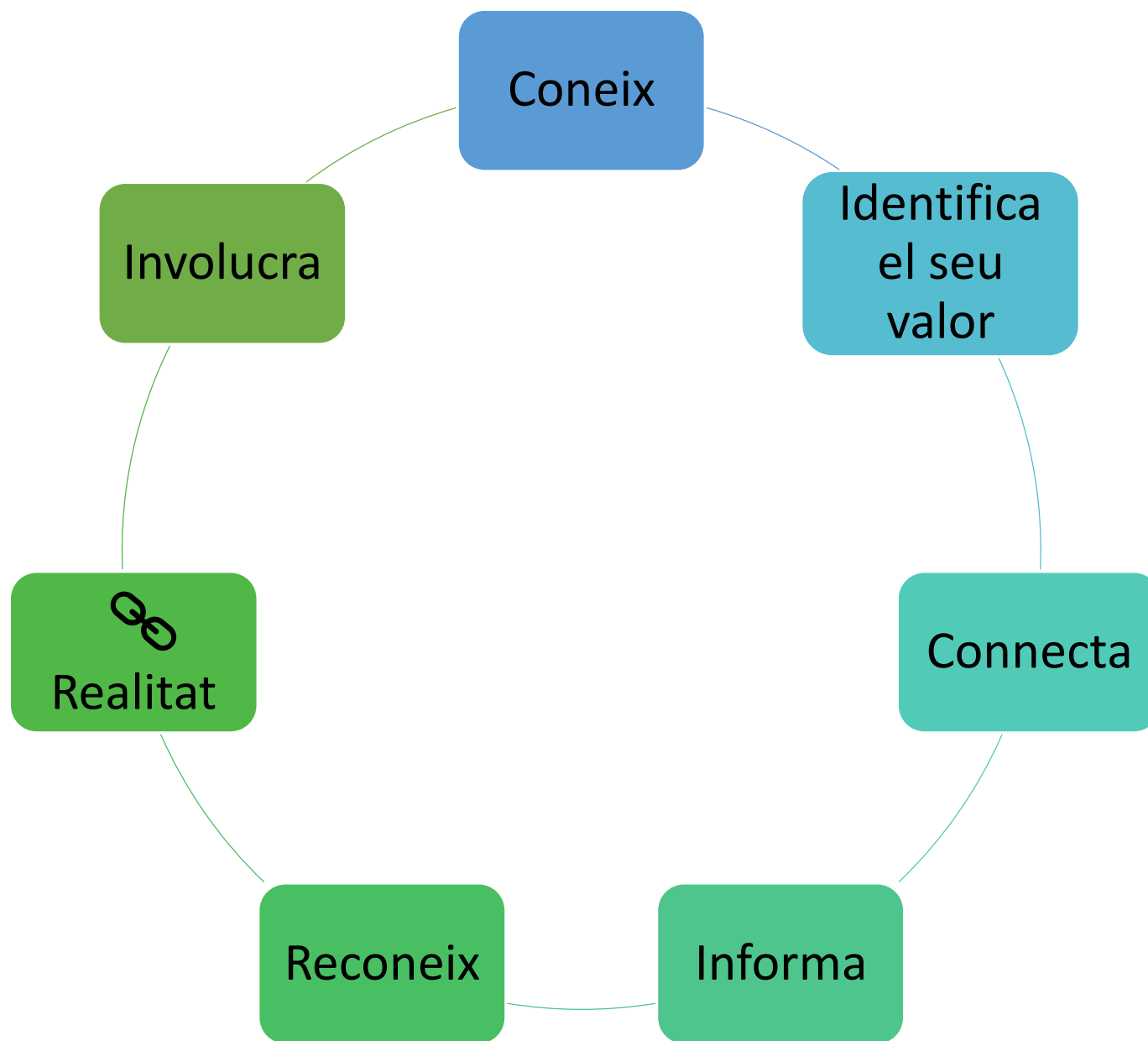
Xarxanet.org/economic/recursos/desgravacio-donacions-associacions-i-fundacions

Incentivar les aportacions de particulars i empreses a les fundacions o associacions que han estat declarats d'utilitat pública

- Incentius i deduccions autonòmiques a donacions a
 - Entitats per al foment de la llengua catalana
 - Entitats per al foment de la recerca científica i el desenvolupament i innovació tecnològics
 - Entitats de medi ambient, conservació del patrimoni natural i custòdia del territori
- Incentius i deduccions estatals a donacions a:
 - Entitats beneficiàries del mecenatge Llei 49/2002 (llevat de programes prioritaris)
 - Entitats no incloses en l'àmbit de la Llei 49/2002
 - Entitats i institucions previstes en la Llei 49/2002 que es destinin a la realització i desenvolupament d'activitats i programes prioritaris de mecenatge.

Fundesplai

IRPF	Fins a 150€	Resta de l'import donat	Resta de l'import/Donatius Recurrents *1
Part estatal	75%	30%	35%
Part catalana *2	15%		
Total 2017	90%	45%	50%





Grans
Donacions
Herències /
Llegats

Grans donants

Aportacions a un projecte específic o àrea actuació

Projecte de qualitat

Participació

Transparència

Tracte personalitzat

Fidelització

Testament solidari

Incloure en el testament a una o diverses ENL com a hereves o cohereves de tots els bens (herència solidària) o de només un bé en concret (llegat), sense causar perjudici als hereus legítims

Crowdfunding o
micromecenatge

Finançament d'un projecte concret a partir de petites aportacions individuals

Campanyes puntuals i molt intensives (o tot o res)

Donació pura / recompensa

Imprescindible treball intensiu de comunicació previ i durant la campanya.

Ús de plataformes especialitzades

Pla de
Captació
de Fons

Anàlisi del punt de partida

Anàlisi intern

- Estructura d'ingressos – model de finançament
- Estructura de despeses (estructura, captació, programes,...)
- Perfil dels donants (CRM)
- Perquè i com vull els fons
- Experiències passades: èxits i fracassos. Quins i perquè?
- Estructura interna (recursos, lideratge, capacitats,...)
- Fortaleses i Debilitats

Anàlisi extern

- *State of art* de la captació (tendències actuals, èxits i fracassos)
- Perspectives de futur: captació, donants, canals,...
- Canvis d'escenari possibles: alternatives
- Canvis “macro”: legislatius, polítics, econòmics, socials,...
- Oportunitats i Amenaces

Quin és el nostre objectiu?

Anàlisi del
punt de
partida

Incrementar la
base social (=
actual)

Captar altres
tipus d'associat

Fidelitzar

Diversificar les
fonts de
captació

Finançar un
projecte
concret

Engegar un
projecte
innovador

Posar en marxa
una "línia de
negoci"

Finançar
despeses
estructurals

Respondre a
una necessitat
urgent

Anàlisi del punt de partida

Treure el màxim profit de les dades actuals

Persones amb les que ja tenim relació: sòcies, voluntàries, donants, plantilla -> és més fàcil captar de donants actuals que aconseguir nous -> **prescriptors**

Recopilació i segmentació sistemàtica de dades (variables demogràfiques i socials, motivacions, historial de relació, canals preferits, resposta a peticions,...)

Comprar bases de dades

Eines comunicació (web, XXSS,...)

Aliances amb públics naturals

Objectius

Ambiciosos però
assolibles

Què volem aconseguir?

De qui o amb qui?

Com?

Missatge

...

Mesurables
quantitatius i
qualitatius:

Aportacions

Fonts

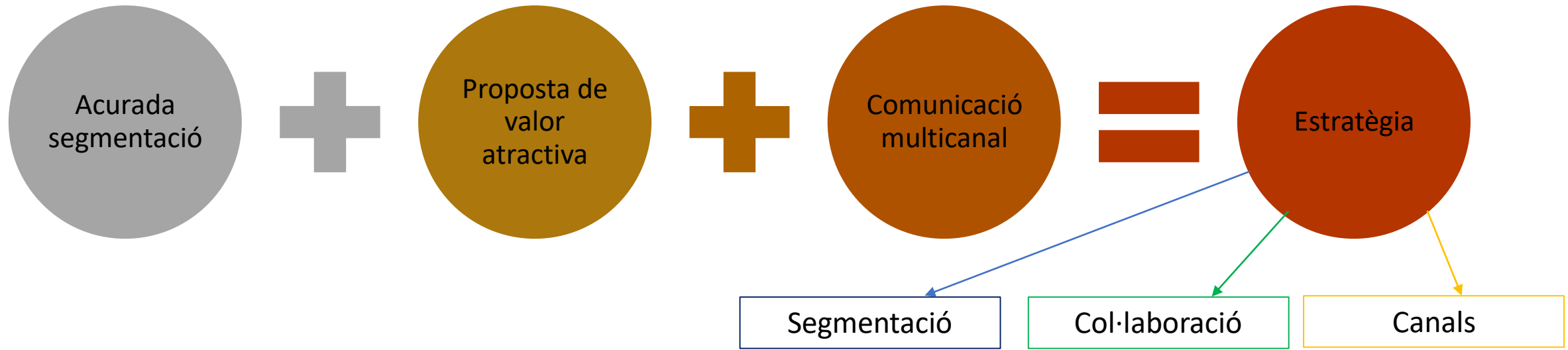
Canals

Recurrència

Posicionament

...

Estratègies i canals de captació de fons



Tipus de donant	Segmentació	Proposta de col·laboració	Canals		
			Primer contacte	Conversió potencials	Vinculació
Particulars	Vegans Mitjana Edat Compte aliena	Donació Associat Apadrinament	Xarxes socials Esdeveniment Comerços vegans	Email Telèfon	Cara a cara Telèfon Email Xarxes Socials

Objectius del pla de captació (persones, diners, material, espai,....)		% Acompliment		
Què	Nombre/Quantitat	1er seguiment	2on seguiment	3er seguiment

Seguiment del pla d'acció								
Tipus de donant	Segmentació	Proposta de col·laboració	Primer contacte			Segon contacte		
			Com	Quan	Resultat	Com	Quan	Resultat



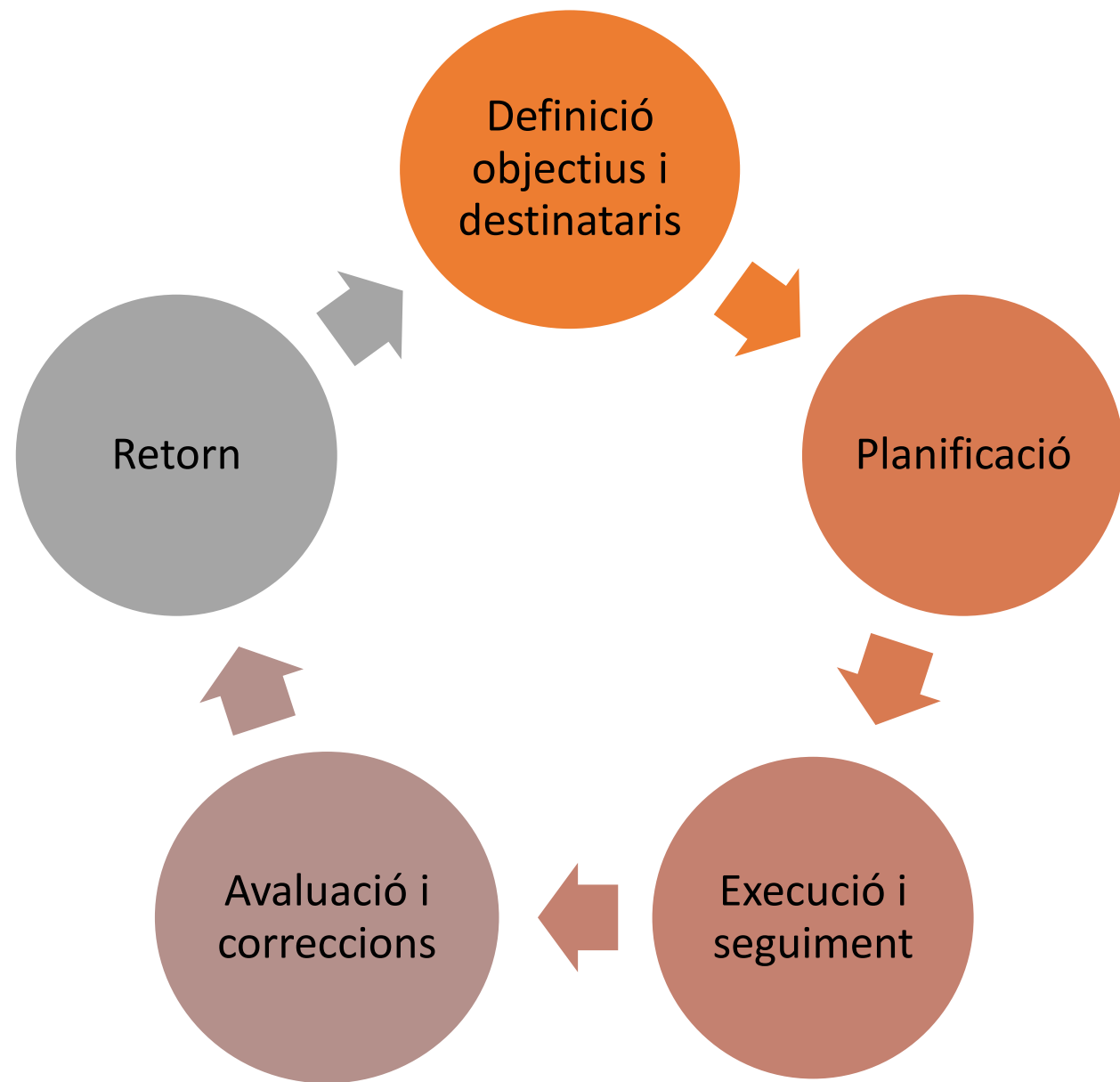
Avaluació i mesura de resultats

Avaluació i correcció continua

Distingir

- **Outputs:** la quantitat de persones a les que ha arribat la informació
- **Outtakes:** les persones que s'han mostrat interessades en la campanya/acció
- **Outcomes:** les persones que han acabat fent la donació, diners captats, ...

Cicle pla d'acció



Tècniques
i Canals

Xarxes socials

Canal imprescindible per gestionar la comunicació externa i interna

Contribueix a crear marca i visibilitat

Potencial de creació de base social per garantir èxit de les campanyes

Potencial de viralitzar i replicar les campanyes de captació de fons

Requereix baixa inversió

Elevada diversitat de modalitat de captació: socis/es, donant, grans donacions, voluntariat, subhastes benèfiques, captació d'empreses...

Elevada potencialitat d'objectius: captació, fidelització, posicionament,...

Influencers i grups afins

Xarxes socials



Google Ad Grants
(Publicitat gratuïta
per al tercer sector)



Notícies
d'actualitat i
vídeos → enllaç
a la web



Botó per donacions
de Facebook
Publicitat
esdeveniments,
activitats,...



Imatges sobre
entitat i projectes
→ enllaç a la
web

Xarxes socials



Crea una recaudación de fondos para ti o para una persona o una causa que te importen.

 Gastos médicos

 Educación

 Organizaciones sin ánimo de lucro y más

[Recaudar dinero](#)

   Andoni López, Carmen Marti y 3 amigos más han hecho una donación a una recaudación de fondos.

**Empezar es fácil**
Te ayudaremos a empezar y te daremos consejos para que alcances tu objetivo.

Comparte con amigos
Conecta a tus amigos con tu causa y consigue personas que te apoyen en Facebook.



Consigue donaciones
Las personas pueden hacer donaciones a tu recaudación de fondos con solo unos clics sin salir de Facebook.



← Foodwaste JAM



Foodwaste JAM

¡Buen provecho!

openIDEO
Barcelona
Chapter

9 de marzo de 2019
09h30 - 18h
Teamlabs: C/de Pallars,
73, Barcelona

mar
9

Foodwaste JAM
Evento de OpenIDEO Barcelona Chapter
· de Alondra Quiroz Serna

 Me interesa

 Asistiré

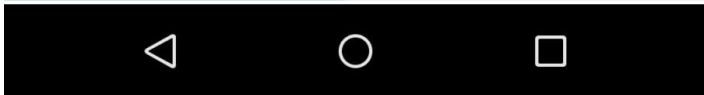
 Compartir

 Sábado, 9 de marzo de 2019 de 9:30 a 18:00

 Teamlabs
Pallars, 73, 08018 Barcelona

Preu 15€

[Información](#) [Conversación](#)



Email màrqueting - Captació

Potencials donants

Diverses campanyes de màrqueting online (Adwords, xarxes socials,...) tenen botó "M'interessa" o bé enllaç web

Obtenció de subscripció i dades

Punt de partida de les campanyes d'email màrqueting

Continguts útils
Petició de donacions
Informació sobre evolució de la campanya

Contactes ja existents



Email
màrqueting
-
Fidelització

Mostrar
projectes i
activitats entitat

Testimonis

Seguiment de
les campanyes

Mostrar el valor
de la seva
implicació

Fet diferencial

Aclarir dubtes

Email màrqueting - Avantatges

Costos reduïts

Sencillesa

Possibilitat de personalitzar el missatge

Canal de comunicació privat

Nexe i reforç entre diferents campanyes de màrqueting

Accessibilitat

Face to face



Aprofitar la base social
com a captadora de
fons dels seus entorn
(confiança i
coneixença)



Oferir als donants
potencials informació
veraç i rellevant sobre
l'entitat, la causa i la
campanya



La persona captadora
ha d'estar
correctament
identificada i ser
visible, i amb roba
identificatives



Acotada en el
temps i lloc



Argumentari i
documentació
predeterminada

Mitjans de comunicació

- Anuncis o notes de premsa en diaris, revistes i altres publicacions impreses
- Cartells i altres formes de publicitat exterior
- Fulletons, catàlegs i mailings.
- Anuncis i publicitat
- Argumentaris per les accions de màrqueting telefònic
- Missatges a les xarxes socials



Legalitat
Honestedat
Veracitat
Respecte a l'audiència i als beneficiaris
Coherència
Lleialtat



Crowdfunding

Factors a tenir en compte en la tria de la plataforma

- Representativitat de la plataforma
- Tipologia de projectes finançats
- Volum de recaptació de projectes
- % de projectes finançats
- Usabilitat i claredat d'informació per als usuaris
- Implicació i assessorament actiu al nostre projecte per part de l'equip de la plataforma.



Plataformes (projectes socials/solidaris)

Organització d'actes públics

- Dinars
- Mercats
- Tallers
- Activitat lúdiques
- *Hackatons*
- Curses
- Concerts
- Exposicions
- Presentacions
- Xerrades

Factors a tenir en compte:



- Decidir el tipus d'acte
- Aprofita experiència i contactes
- Data, hora i lloc
- Elaboració pressupost
- Previsions assistència i captació
- Cerca de patrocinis
- Difusió
- Material de difusió sobre entitat per l'acte
- Comunicació audiovisual durant i post-acte



Campanyes
Virals



SO YOU WANT TO TAKE THE ALS ICE BUCKET CHALLENGE

A HELPFUL HOW-TO GUIDE FOR THE ICE-BUCKET CHALLENGE.

1 ACCEPT



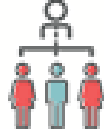
2 RECORD



3 UPLOAD



4 GIVE



115 millions de dòlars



Generat al
voltant
1.000
millons de
litres d'aigua
potable

ACQUA *for* LIFE

SUPPORT THE UNICEF TAP PROJECT

GIORGIO ARMANI

\$1 = 40 DAYS*

OF CLEAN WATER FOR CHILDREN
WORLDWIDE

[LEARN MORE >](#)

SMELL GOOD, DO GOOD

Acqua di Gioia is now available as an on-the-go,
Limited Edition fragrance rollerball, yours for \$15.

100% of the retail sales price will be donated.*

[SHOP NOW >](#)





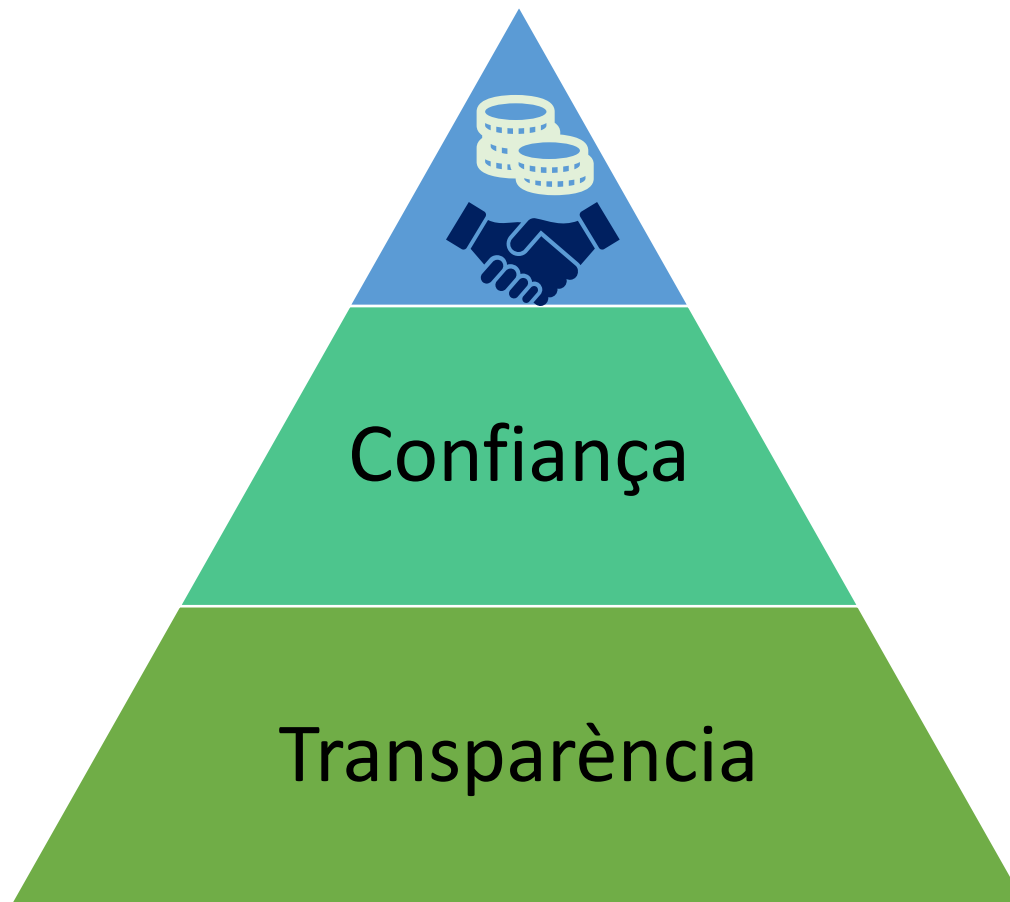
Este es uno de los ejemplos de campañas de ONG que ha conseguido dar un empujón a la causa. De hecho, gracias a esta campaña, la **Fundación Khanimambo** consiguió aumentar su número de donantes en un 10%.

<https://www.antevenio.com/blog/2018/03/ejemplos-de-campanas-de-ong/>

- ✓ Apelar sempre a les emocions
- ✓ Aconseguir la col·laboració d'un/a *influencer*
- ✓ Busca empatitzar
- ✓ Combina-ho amb altres canals de comunicació
- ✓ Enfocament positiu i constructiu
- ✓ No perdis de vista les xarxes socials



Importància
de la
transparència



En què hem de ser
transparents?

- ✓ Activitats – Cost – Recaptació
- ✓ Fons recaptats i principals finançadors
- ✓ Imputació de fons
- ✓ Protecció de dades
- ✓ Criteris de selecció de donants i col·laboradors
- ✓ Cessió de la imatge

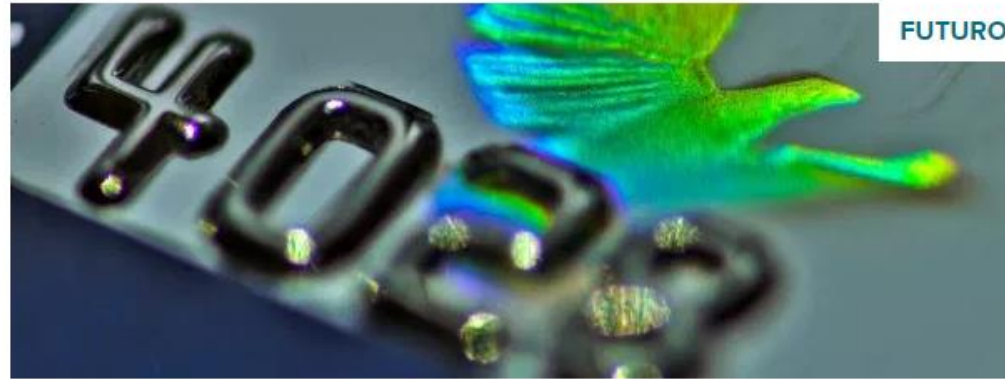


Tendències
de futur

Tendències de futur

La tecnología contactless llega al campo de las donaciones

Escrito por [Pablo G. Bejerano](#), 2 de febrero de 2017 a las 12:30



Algunas ONGs han empezado a utilizar la tecnología contactless para las donaciones. En vez de pedir monedas se pide un toque sencillo con la tarjeta o el móvil.



*Suma minutos
contra el cáncer*

ÚNETE AL RETO

1 = 1 minuto
de investigación
contra el cáncer de mama

**SÚMATE CON NOSOTRAS
Y SUBE TU FOTO CON EL PAÑUELO ROSA**

AUSONIA
Carrefour

Tendències de futur

The poster for Foodwaste JAM features a white plate with a green food waste mash and a silver fork and spoon. The text 'Foodwaste JAM' is prominently displayed in white. A green speech bubble contains the text '¡Buen provecho!'. The OpenIDEO Barcelona Chapter logo is in the bottom left, and event details (date, time, location) are in a green box on the right.

Foodwaste JAM
Evento de OpenIDEO Barcelona Chapter
· de Alondra Quiroz Serna

Me interesa

Asistiré

Compartir

 **Sábado, 9 de marzo de 2019 de 9:30 a 18:00**

 **Teamlabs**
Pallars, 73, 08018 Barcelona

Información

Conversación

← Foodwaste JAM

¿Qué haremos?

Durante 8 horas, lograremos:

- Entender el problema, vía el desarrollo de la empatía con usuarios.
- Generar soluciones e ideas al reto.
- Prototipar conceptos y solicitar feedback para aprender e iterar.
- Comunicar tu idea ante un jurado de expertos.
- Conocer, compartir y divertirse con personas con tus mismos intereses.

Contaremos con expertos y mentores con experiencia en investigación de diseño, design sprints, desperdicio de comida e innovación social, quienes facilitarán la jornada y que iremos presentando a lo largo de estos días.

Datos del evento:

 Fecha: 09 de marzo de 2019

 Hora: 09h30 - 18h

 Lugar: Teamlabs (Carrer de Pallars, 73, Barcelona)

Entrada: 15 euros. Plazas limitadas

Tendències de
futur



[¿Qué es Teaming?](#)

[Grupos](#)

[Crea un Grupo](#)



¿Qué es Teaming?

Teaming es una herramienta online para recaudar fondos para causas sociales a través de micro donaciones de 1€ al mes. La filosofía de Teaming se basa en la idea de que con 1€, nosotros solos no podemos hacer mucho pero si nos unimos, podemos conseguir grandes cosas.



Tendències de futur

× "No vendemos solo bote..."
www.compromisoempresarial.com

≡

"No vendemos solo botellas de agua, hacemos que el comprador sea parte de un proyecto social"

Antonio Espinosa, CEO de Auara, la marca de agua mineral que invierte el 100% de los dividendos en desarrollar proyectos de acceso a agua potable en países en vía de desarrollo, estrena esta nueva sección de 'El rincón del emprendedor social'.

María L. Escorial @marialescorial
13 febrero 2019

× Spot TV "Yo Doy mis Pa..."
<https://m.youtube.com>

YouTube



Spot TV "Yo Doy mis Pasos"_CAST

2.829 visualizaciones

22 1 Compartir Guardar Denunciar

fundaciongaem
347 suscriptores

SUSCRIBIRSE

Tendències de futur

Diari de Sabadell



Microconcerts al Taulí per millorar l'estada dels pacients



Jaume Mas



12 febrer, 2019



Diari de Sabadell



totes les de l'hospital.

La iniciativa arriba de la mà de l'associació **Música en Vena** en col·laboració amb l'**Orquestra Simfònica del Vallès** que serà l'encarregada de posar la música als microconcerts. Música en Vena és una associació sense ànim de lucre que promou la música en viu als hospitals.

Fins ara ja col·labora amb **8 altres hospitals catalans** com Bellvitge o l'Hospital Clínic.

En la iniciativa també hi col·laboren la **Fundació Antiques Caixes Catalanes**, el **BBVA CX** i l'**Ajuntament de Sabadell**.

Buscamos entidades:

- Sin ánimo de lucro en toda España (asociaciones y fundaciones) que atiendan a cualquier colectivo desfavorecido.
- De cualquier ámbito de actuación (líneas prioritarias: asistencia social e inclusión).
- Que puedan dedicar tiempo de un pequeño equipo para profesionalizar y mejorar su propuesta de valor.
- Que tengan una idea preliminar del proyecto innovador que quieran trabajar, o un proyecto en marcha que quieran pensar a través de procesos de innovación social



B-Value
Transforma tu
entidad social

Tendències de
futur



80
Entidades



20
Entidades



+150
Comunidad



+320K€
Ayudas
0

¿Qué te ofrecemos?



Validación

Contarás con el apoyo de expertos para validar tu propuesta de valor.



Visibilidad

Tendrás difusión en nuestros canales y apoyo en tu comunicación.



Ayudas y premios

Si eres finalista, podrás optar a premios pro-bono y ayudas económicas



Alianzas

Alianzas estratégicas con empresas, instituciones y financiadores.



Casos pràctics

Plantegem
una proposta
d'acció

Qui ens pot
ajudar?
(aliats/socis)

Quines
activitats hem
de fer?

Quina és la
nostra
proposta?

Quina mena
de relació
volem establir
amb els/les
donants?

Quins donants
busquem?

Quins recursos
necessitem?

Com ens
relacionarem
amb ells/es?

Quines costos tindrà aquesta
activitat/acció? (conceptes i import)

Quins recursos esperem rebre de les
donacions?
(tipus i import)

Objectius del pla de captació (persones, diners, material, espai,....)		% Acompliment		
Què	Nombre/Quantitat	1er seguiment	2on seguiment	3er seguiment

Seguiment del pla d'acció								
Tipus de donant	Segmentació	Proposta de col·laboració	Primer contacte			Segon contacte		
			Com	Quan	Resultat	Com	Quan	Resultat



Dubtes i debat

Gràcies per la vostra
atenció!

formacio@fundesplai.org