



El impacto de las aportaciones de los socios de las ONG en España

Campaña SOMOS 2013

SOMOS es una iniciativa de 35 ONG, impulsada por la Asociación Española de Fundraising con el apoyo de Bain



Organiza
aefundraising
 Asociación Española de Fundraising

con el apoyo de
BAIN & COMPANY 



Prefacio (1/2)



Eduardo Giménez

*Socio
Bain & Company*

En Bain llevamos desde 2009 colaborando con las principales ONG españolas, ayudándolas en la medida de nuestras posibilidades, a conseguir más aportaciones de socios y donantes con las que financiar sus actividades, y lo hacemos fundamentalmente por tres razones:

- Primero, porque estamos convencidos de que las ONG llevan a cabo una labor indispensable en nuestra sociedad. Como explicamos en este informe, las ONG no sólo trabajan en problemas críticos para la humanidad, sino que lo hacen además de forma muy eficaz y eficiente, devolviendo a la sociedad hasta 9 veces el dinero que reciben. Trabajando sobre el terreno, directamente con las poblaciones en riesgo, con gente personalmente comprometida, son capaces de generar resultados y darle la vuelta a las cosas.
- Segundo, porque en Bain creemos que, como individuos, nuestras vidas no están completas si no nos involucramos en algún fin más allá de nuestra esfera individual. Todo ser humano debe buscar una causa con la que comprometerse y colaborar, ya sea en la lucha contra la pobreza, el acceso a la educación o la protección del medio ambiente, entre otras. Las ONG son el mejor vehículo para canalizar este compromiso. Hay muchas entre las que poder elegir, y cubren todo el espectro de diferentes problemas a los que se enfrenta nuestra sociedad.
- Por último, porque creemos que podemos ayudar. Sólo trabajando unidas, divulgando de forma conjunta la importancia e impacto de su labor, serán las ONG españolas capaces de impulsar una nueva cultura de la solidaridad en nuestro país que cierre la brecha que aún existe entre España y otros países de nuestro entorno. En Bain queremos y podemos aportar nuestro trabajo para que esa colaboración entre ONG sea más eficaz. Y para que, entre todos, consigamos que para los españoles, la pregunta relevante ya no sea si colaborar o no con una ONG, sino con qué ONG y causa colaborar.



Prefacio (2/2)



Carmen Gayo

*Presidenta
AEFr*

En 2012, siete millones y medio de personas hicieron en España alguna aportación económica a una organización no lucrativa. Prácticamente uno de cada cinco españoles en edad adulta encontraron, en mitad de un panorama económico difícilísimo, la forma de mantener su compromiso con los más vulnerables, no conformándose con aquellas realidades que consideraron injustas.

En un momento en que los fondos públicos disponibles para acción social, cooperación, educación, investigación o cultura han sufrido porcentajes de recortes altísimos al mismo tiempo que la demanda de servicios y la necesidad social crece exponencialmente, las aportaciones de particulares se están convirtiendo en la principal fuente de ingresos que permiten mantener el trabajo que las organizaciones realizan en nuestro país y fuera de él.

Ese apoyo económico es lo que llamamos en este informe **inversión en solidaridad**. Y, dado que los términos financieros invaden nuestro lenguaje y nuestra vida, hemos querido mostrar cómo esa inversión es una de las más rentables posibles en términos de retorno. Cada euro donado tiene un efecto multiplicador, que se traduce en más personas con techo, más ancianos acompañados, más niños sin desnutrición, mayor y más fácil integración para más personas con discapacidad... y así un largo etcétera de actuaciones que demuestran la verdadera eficacia de la inversión en solidaridad.

Las 35 ONG que formamos SOMOS queremos hacer un homenaje a todas aquellas personas que, a pesar de la crisis, continúan comprometidas con las causas que defendemos y quieren dar la vuelta a aquello que consideran injusto. Y actúan. Muchas gracias por estar aquí.



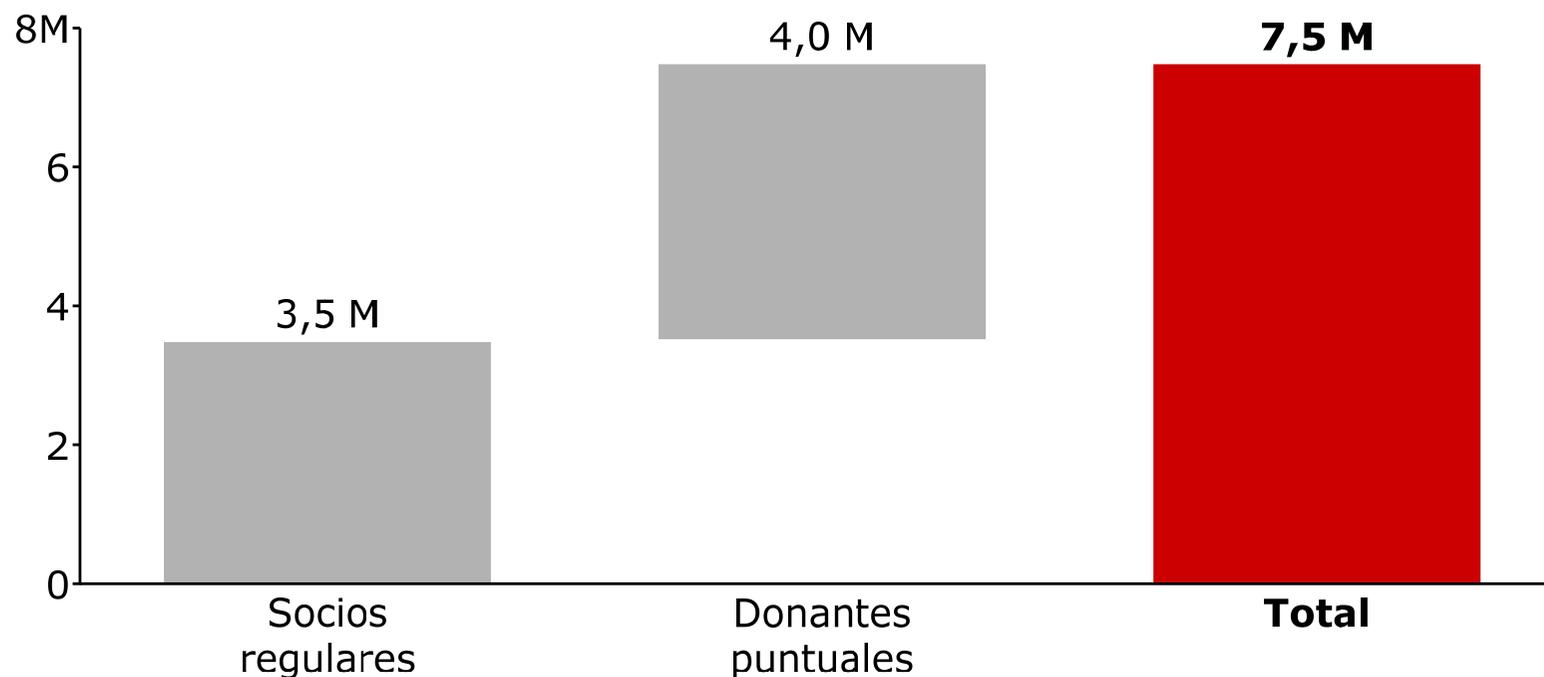
Resumen ejecutivo

- Los **socios regulares** de las ONG españolas **han crecido un 10%** en los dos últimos años y han alcanzado los **3,5 millones**
 - Estos 3,5 millones de socios **representan el mayor colectivo** de personas que colaboran con **una aportación económica al sostenimiento de su organización**, por delante de sindicatos, partidos políticos o clubes de fútbol.
 - Junto a los socios regulares, hay alrededor de 4 millones de **donantes** que apoyan con aportaciones puntuales ante, por ejemplo, crisis humanitarias. Juntos, suman **los 7,5 M de personas** que contribuyeron con las ONG **en 2012**.
 - Con ser un número muy importante, es aún muy bajo cuando se compara con el de otros países de nuestro entorno. **España está a la cola en términos de porcentaje de población donante de ONG en Europa.**
- **Las cuotas de los socios** de las ONG integradas dentro de la iniciativa SOMOS **han sobrepasado los 450 millones de euros en 2012**
 - A pesar de la crisis, la contribución total de los socios regulares ha crecido un **15% en los dos últimos años** y ya son la **principal fuente de financiación de las ONG**, compensando en parte la fuerte caída de las ayudas públicas
 - Estos fondos se destinan por igual a **proyectos en España y en países en vías de desarrollo**, y financian acciones dentro de un amplio abanico de 12 causas: Infancia, Educación, Medio Ambiente, Cáncer, Discapacidad, Hambre, Enfermedad, Derechos Humanos, Pobreza, Exclusión, Tercera Edad y Catástrofes humanitarias.
- Los fondos donados a las ONG tienen **un impacto en la sociedad nueve veces superior a su valor**
 - Por cada euro que reciben como aportación de sus socios, las ONG pueden llegar a generar una media de nueve euros de **impacto económico a largo plazo** en la sociedad.
 - Esto se debe dos razones: primero, que actúan sobre poblaciones de alto riesgo sobre las que una pequeña aportación puede suponer una gran diferencia: por ejemplo, una vacuna puede salvar la vida de un niño, que llegará a ser un adulto productivo para su país.
 - Segundo, porque tienen los medios y la vocación de trabajar directamente con las poblaciones beneficiarias, identificando a los individuos en mayor situación de riesgo, y trabajando con profesionales altamente comprometidos con su labor.



En España hay 7,5 M de personas que colaboran económicamente con las ONG

TIPOLOGÍA DE COLABORADORES



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

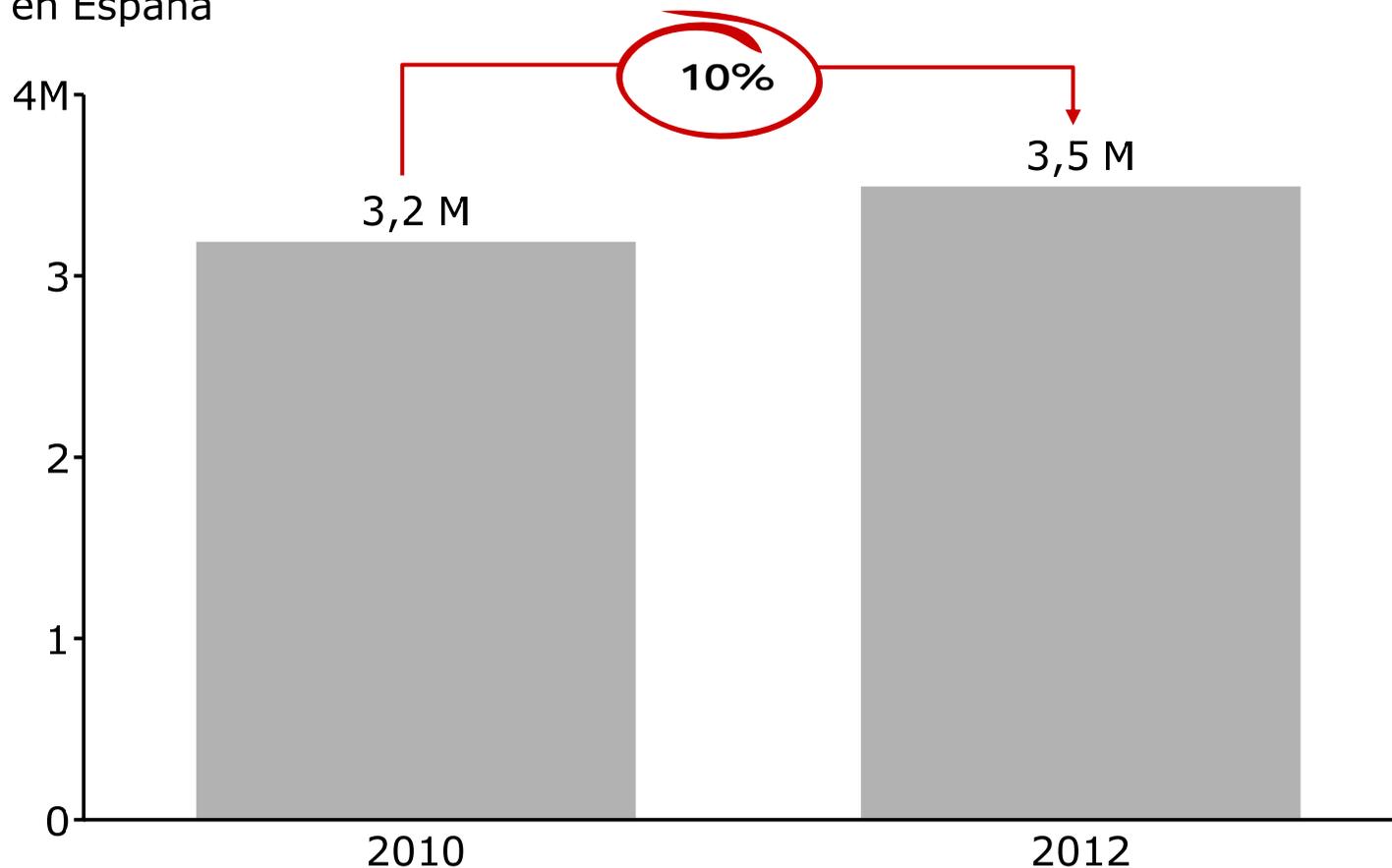
Se consideran donantes aquellas personas que realizan contribuciones puntuales

Fuente: Salvetti & Llobart; Asociación Española de Fundraising; Datos de las ONG; Análisis Bain



Los socios regulares de las ONG españolas crecen un 10% en los últimos dos años

Evolución del número de socios en España

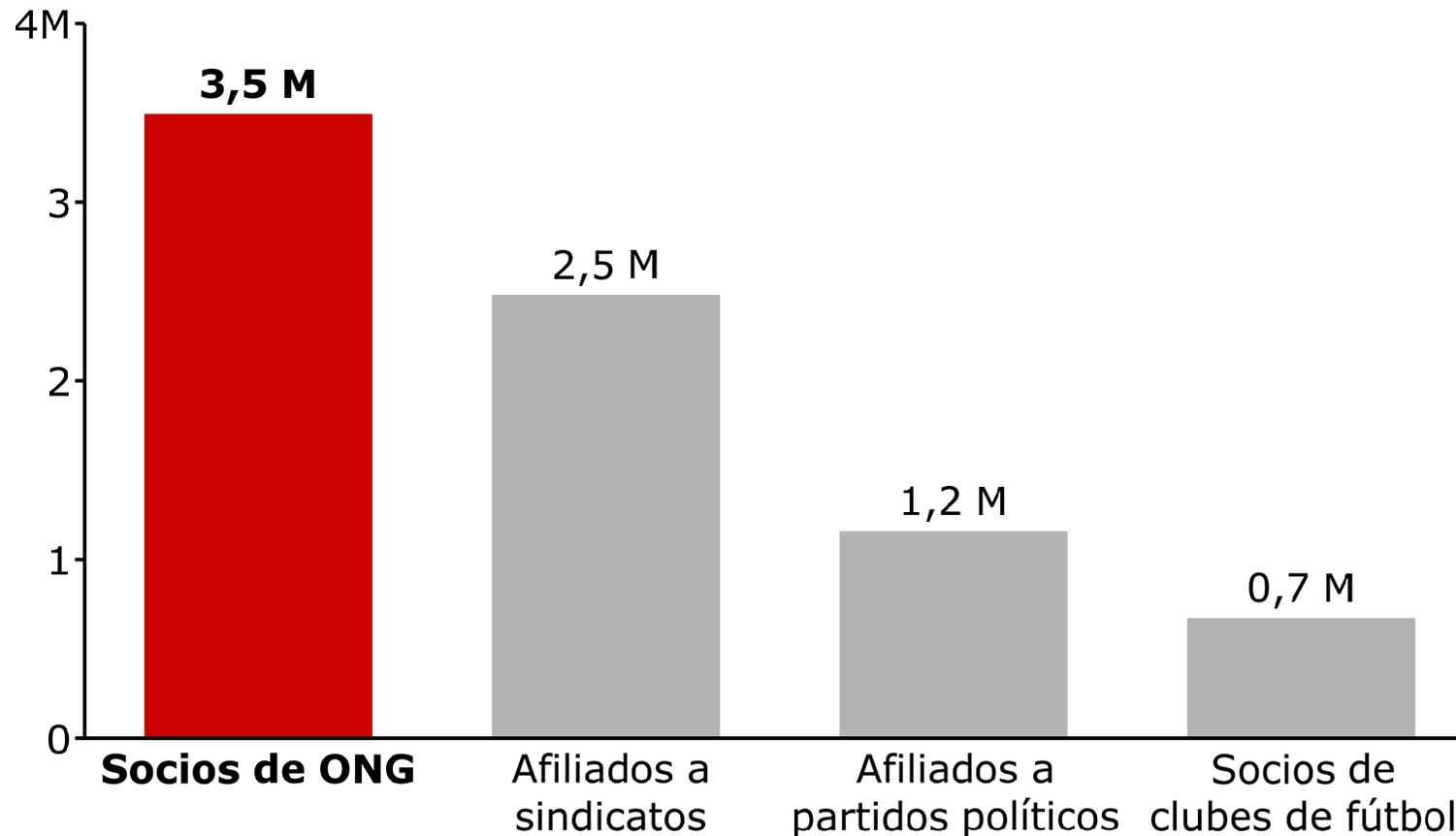


Fuente: Salvetti & Llobart; Asociación Española de Fundraising; Memorias de las ONG; Análisis Bain



Los socios regulares de las ONG representan el mayor colectivo de personas que contribuyen con una cuota a su organización

Número de socios/afiliados

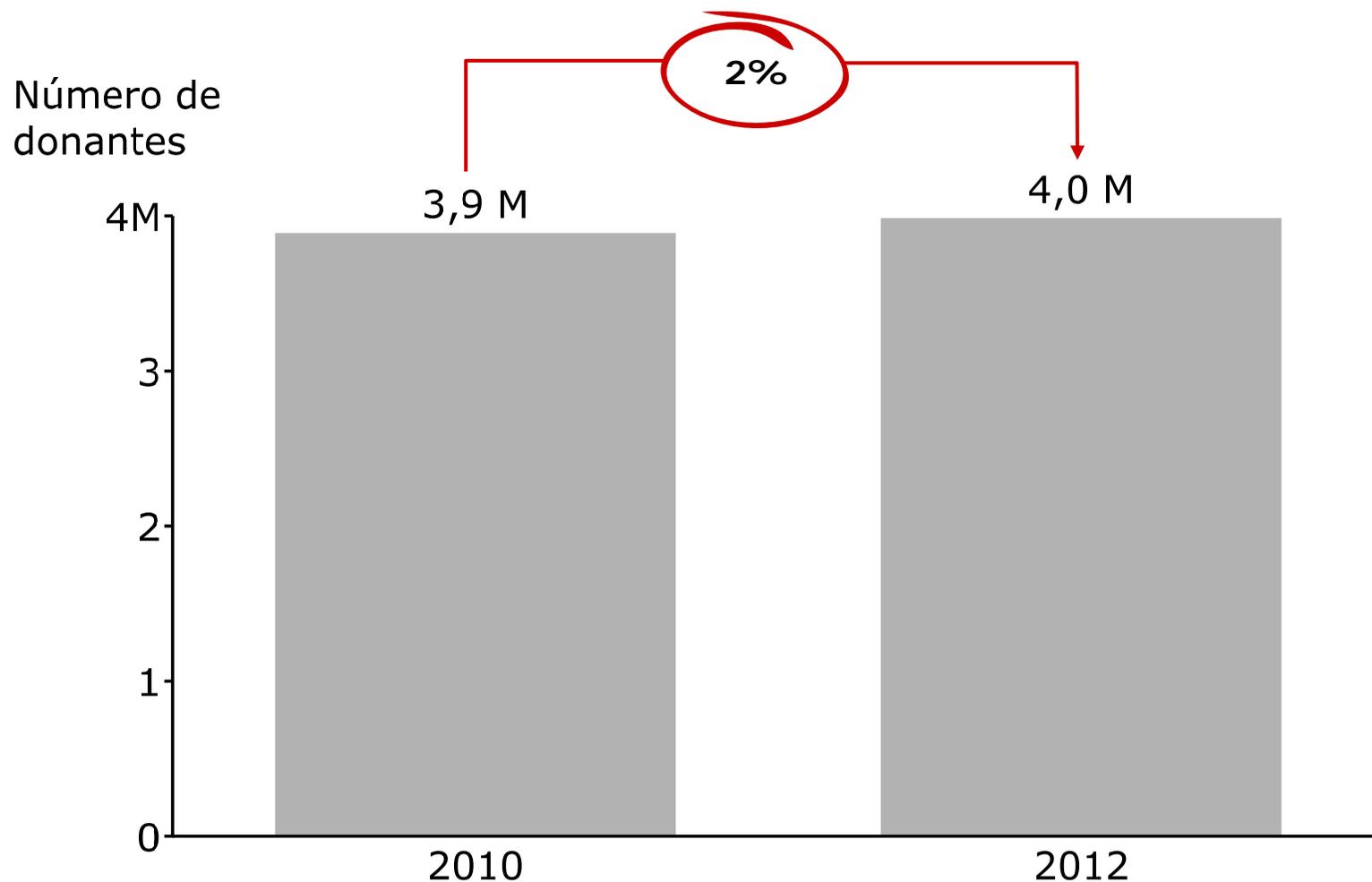


Nota: 1. La columna de política incluye a los afiliados a PP, PSOE, IU, UPyD y PNV.
2. Los sindicatos que se han tenido en cuenta para la comparativa son CCOO, UGT, CNT y CGT.

Fuente: Salvetti & Llobart; Asociación Española de Fundraising; partidos políticos; sindicatos; websites deportivas; Análisis Bain



Por otro lado, el número de donantes puntuales permanece constante entre 2010 y 2012

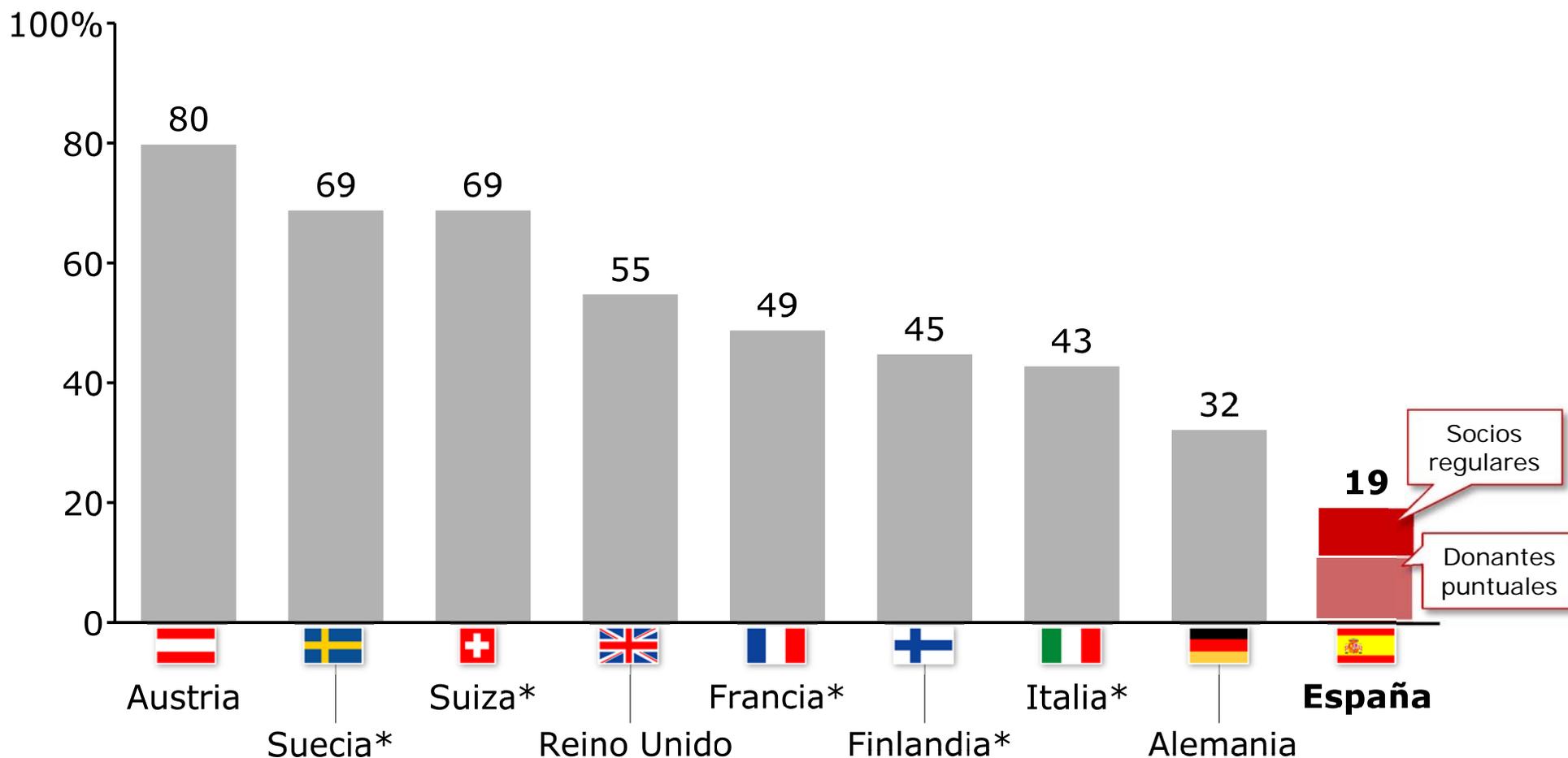


Fuente: Salvetti & Llobart; Asociación Española de Fundraising



Aún así, sumando ambos colectivos, España se sigue situando por detrás de los países de su entorno

Porcentaje de población que ha hecho donaciones



Nota: *Datos de 2010-2011

Fuente: Salvetti & Llombart; Asociación Española de Fundraising; UK Giving 2012 Summary Findings; Asociaciones Europeas de Fundraising

Las ONG agrupadas en la iniciativa SOMOS concentran el ~80% de los socios regulares en España

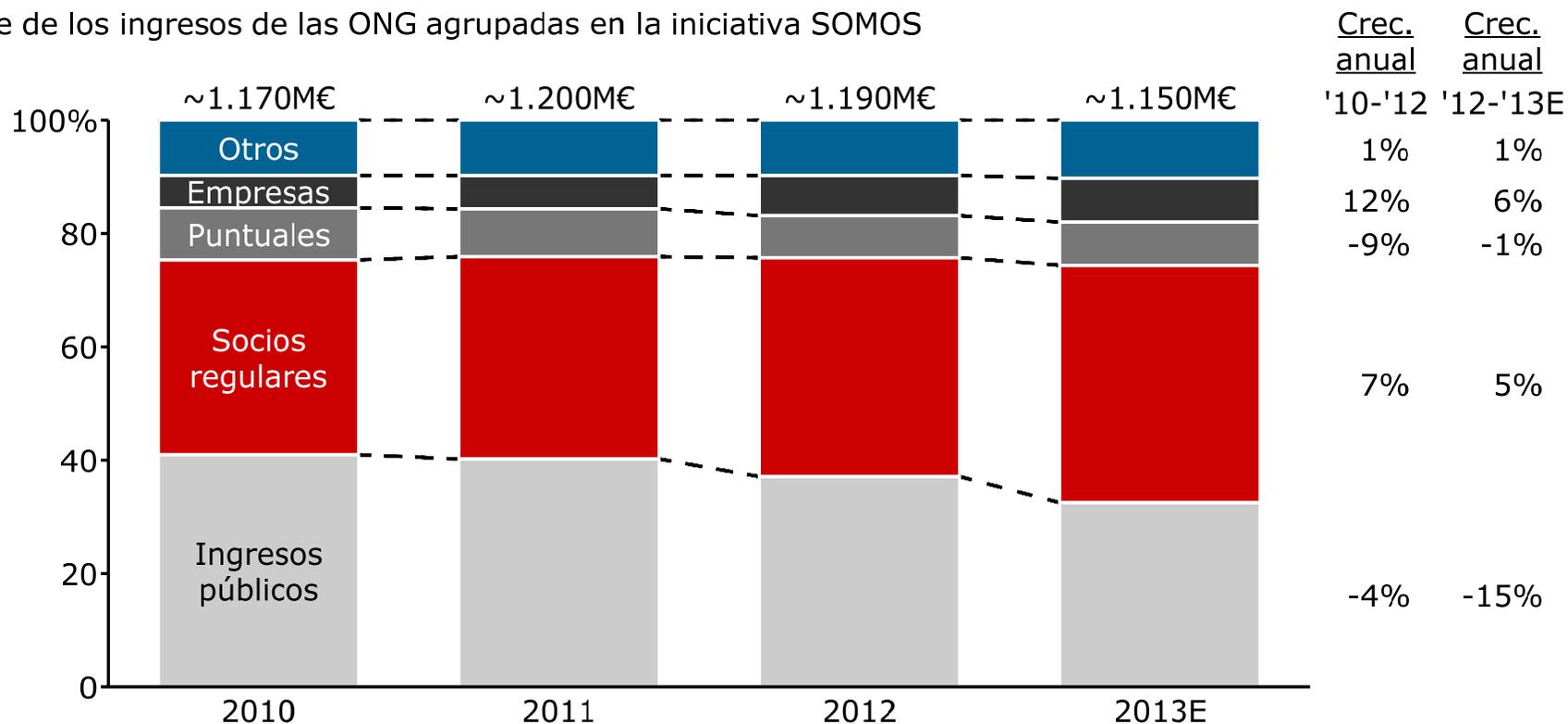
Número de socios



Fuente: Salvetti & Llobart; Asociación Española de Fundraising; ONG agrupadas en la iniciativa SOMOS

Los socios regulares son la principal fuente de ingresos desde el año 2012

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



% públicos	41%	40%	37%	33%
% socios	34%	36%	39%	42%

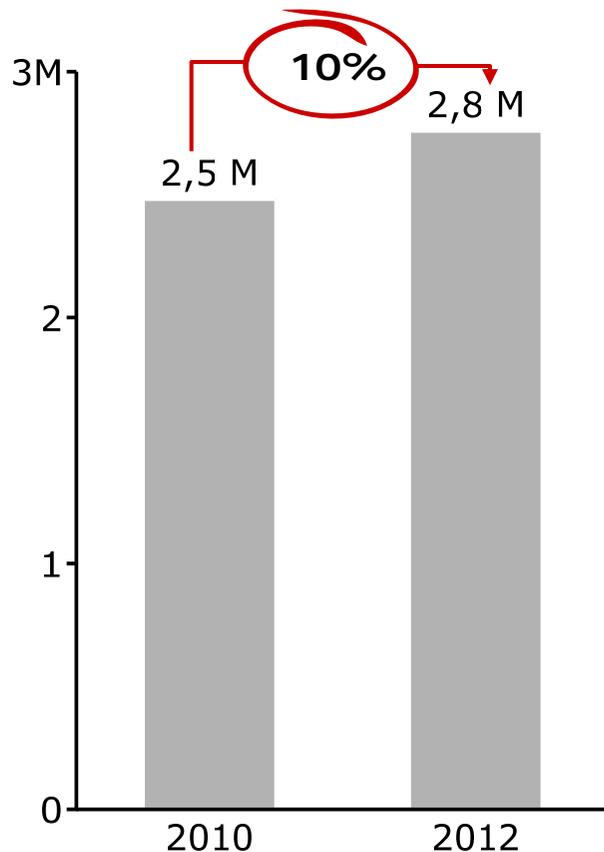
Nota: Otros ingresos incluye herencias y legados, *merchandising*, comercio justo y eventos benéficos, entre otros.
Para el cálculo del crecimiento anual se ha utilizado la Tasa de Crecimiento Anual Compuesto (TCAC).

Fuente: ONG agrupadas en la iniciativa SOMOS; Análisis Bain & Company

El incremento de los ingresos de socios regulares se explica principalmente por el crecimiento de la base social

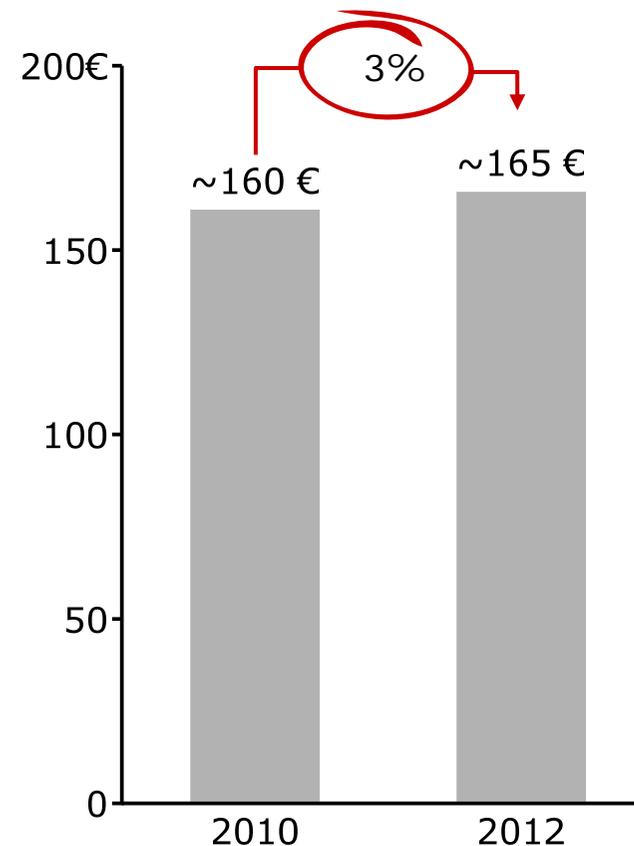
NÚMERO DE SOCIOS REGULARES

Socios regulares de las ONG agrupadas en la iniciativa SOMOS



CONTRIBUCIÓN MEDIA

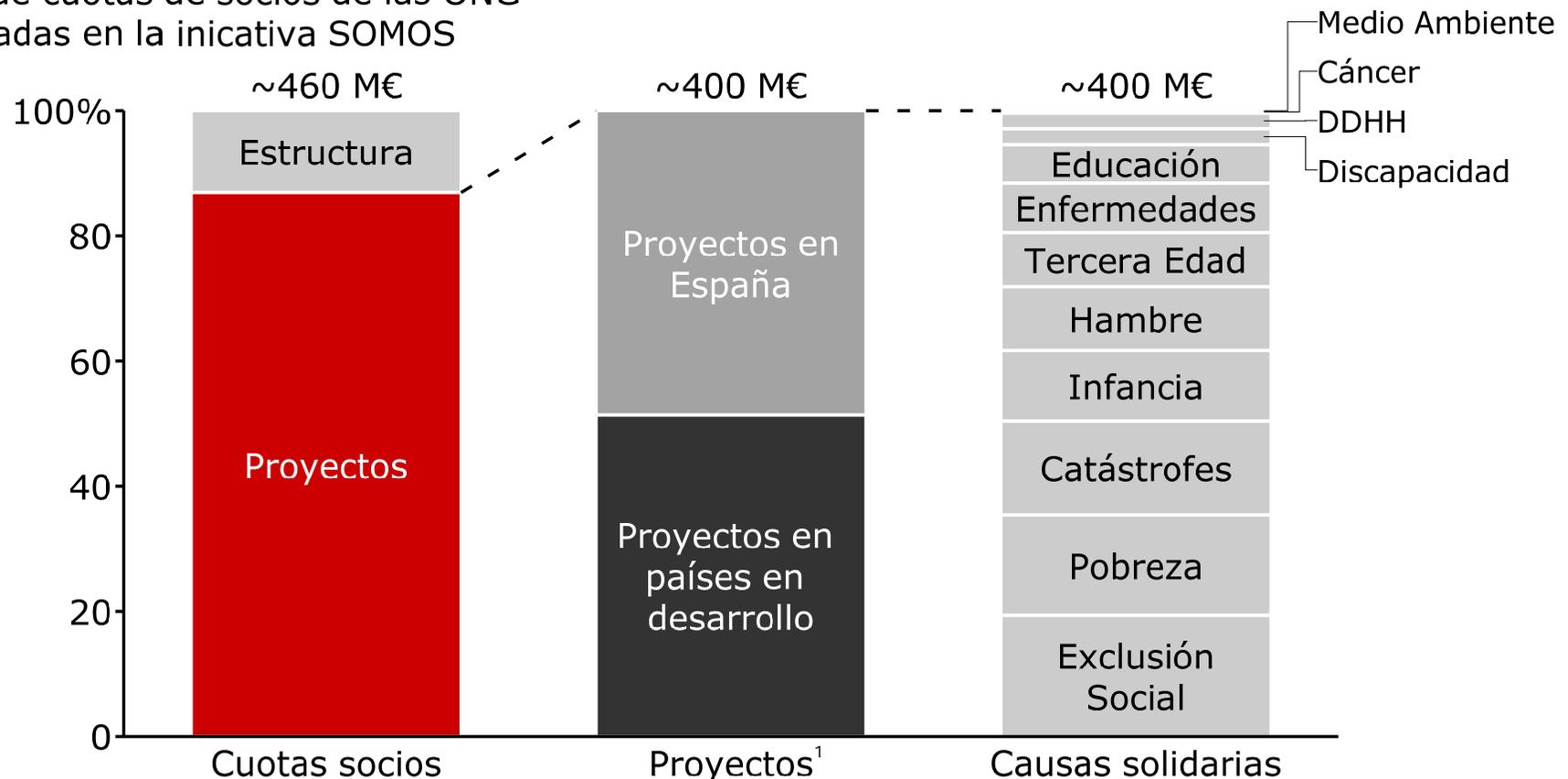
Contribución media anual de socios regulares de las ONG agrupadas en la iniciativa SOMOS



Fuente: ONG agrupadas en la iniciativa SOMOS; Análisis Bain & Company

Las ONG destinan las cuotas de los socios regulares a proyectos en España y en países en desarrollo

Total de cuotas de socios de las ONG agrupadas en la iniciativa SOMOS



Notas: 1) El desglose de los proyectos en España y en países en desarrollo proviene la Coordinadora de las ONGD

Fuente: Asociación Española de Fundraising; Coordinadora de las ONGD; ONG agrupadas en la iniciativa SOMOS; Análisis Bain & Company

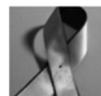
Los resultados de las ONG se pueden medir en acciones desarrolladas, en número de beneficiarios...

EJEMPLOS INDIVIDUALES



MEDIO AMBIENTE

- Actividad: Fortalecer la agricultura ecológica, Ecuador
- Resultado: Autosuficiencia alimentaria de 1.300 personas



CÁNCER

- Actividad: Ofrecer tratamiento a enfermos de leucemia, España
- Resultado: Cerca de 6.000 personas atendidas por el servicio de consultas de la ONG



CATÁSTROFE

- Actividad: Ayuda de emergencia en el Cuerno de África
- Resultado: Atención a 2,8 millones de personas en situaciones de desnutrición



EDUCACIÓN

- Actividad: Implementar un programa de educación para los niños, Chad
- Resultado: Matriculación de más de 21.000 niños



POBREZA

- Actividad: Reducir la pobreza, Mozambique
- Resultado: Reducción de la tasa de pobreza en un 20%



DISCAPACIDAD

- Actividad: Ayudar a superar barreras físicas y sociales para los discapacitados, España
- Resultado: Más de 43.000 discapacitados atendidos en 2011



EXCLUSIÓN SOCIAL

- Actividad: Facilitar el acceso a la educación, sanidad y otros servicios sociales
- Resultado: Más de 1.900 mujeres gitanas integradas en la sociedad



HAMBRE

- Actividad: Intervención durante la crisis alimentaria de Sahel
- Resultado: Atención a más de 800.000 personas



INFANCIA

- Actividad: Campaña de vacunación contra la polio, Myanmar
- Resultado: Reducción del 4% de la mortalidad infantil



DERECHOS HUMANOS

- Actividad: Protección social de las trabajadoras de la fresa, Marruecos
- Resultado: Sensibilización de 10.000 trabajadoras e incremento en 52% de inscripciones en la Seg. Social



TERCERA EDAD

- Actividad: Prestar servicios de atención a la tercera edad, España
- Resultado: Más de 20.000 ancianos atendidos



ENFERMEDAD

- Actividad: Proporcionar apoyo psicosocial y acogida a enfermos de sida con pocos recursos, España
- Resultado: Apoyo a cerca de 55.000 enfermos

Fuente: ONG agrupadas en la iniciativa SOMOS

... o también en impacto económico, que es la forma más comparable

	ACCIONES DESARROLLADAS	BENEFICIARIOS	IMPACTO ECONÓMICO RESULTANTE
Definición	<ul style="list-style-type: none">• Actividades concretas llevadas a cabo por las ONG en sus proyectos	<ul style="list-style-type: none">• Número de beneficiarios de los proyectos de las ONG	<ul style="list-style-type: none">• Factor de conversión de las aportaciones monetarias a impacto económico en la sociedad
Ejemplos	<ul style="list-style-type: none">• # vacunas• # camas a disposición de indigentes• # comidas servidas en comedores sociales• # kits de supervivencia en emergencias	<ul style="list-style-type: none">• # personas socorridas en emergencias• # personas atendidas en comedores sociales• # enfermos de cáncer tratados• # niños vacunados	<ul style="list-style-type: none">• Social Return on Investment (SROI)• Ratio Beneficio-Coste• # de € generado por cada € invertido por las ONG

Fuente: Investigación académica; Análisis de Bain

¿Cómo se calcula el impacto económico? (1/2)

A partir de los resultados identificados en diferentes estudios académicos sobre proyectos de ONG en cada una de estas causas



MEDIO AMBIENTE

- Mayor rendimiento de los cultivos
- Alimentos más saludables
- Menores costes sanitarios...

Multiplicador medio observado de 8x



EXCLUSIÓN SOCIAL

- Mejora perspectivas laborales
- Reducción de la marginalización social
- Reducción de gastos sanitarios...

Multiplicador medio observado de 4x



CATÁSTROFES

- Protección de la vida, y por tanto de futuras generaciones
- Desarrollo de infraestructuras
- Repoblación, reforestación...

Multiplicador medio observado de 7x



INFANCIA

- Reducción del fracaso escolar
- Mejora de la salud y esperanza de vida
- Mayor igualdad social...

Multiplicador medio observado de 11x



POBREZA

- Mejora de la esperanza de vida
- Mejora de la alimentación y la salud
- Reintegración laboral...

Multiplicador medio observado de 15x



TERCERA EDAD

- Menor gasto sanitario
- Mayor autonomía y capacidad de seguir contribuyendo a la sociedad...

Multiplicador medio observado de 5x

Fuente: ver diapositivas al respecto

¿Cómo se calcula el impacto económico? (2/2)

A partir de los resultados identificados en diferentes estudios académicos sobre proyectos de ONG en cada una de estas causas



CÁNCER

- Menor gasto sanitario
- Mejora de la esperanza de vida
- Reincorporación al mundo laboral...

Multiplicador medio observado de 4x



HAMBRE

- Aumento de la esperanza de vida
- Reducción de costes sanitarios
- Incremento de la productividad...

Multiplicador medio observado de 17x



EDUCACIÓN

- Mejora de la formación
- Incremento de la productividad
- Reducción de la marginalización social...

Multiplicador medio observado de 9x



DERECHOS HUMANOS

- Mejora de la educación
- Mejora de la transparencia y eficacia pública
- Aplicación de la ley y seguridad jurídica

Multiplicador medio observado de 9x



DISCAPACIDAD

- Mejora de la integración laboral y de la productividad
- Reducción del coste sanitario....

Multiplicador medio observado de 4x



ENFERMEDADES

- Reincorporación laboral y mejora de productividad
- Reducción del gasto sanitario
- Aumento de la esperanza de vida...

Multiplicador medio observado de 15x

Fuente: ver diapositivas al respecto

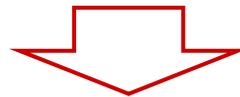
Los ~400 M€ donados por socios regulares pueden llegar a generar un impacto en la sociedad de ~9 veces su valor

	Cuotas socios ONG agrupadas en la iniciativa SOMOS (M€)	Multiplicador medio	Impacto (M€)
 EXCLUSIÓN SOCIAL	75	~4x	290
 POBREZA	65	~15x	990
 INFANCIA	45	~11x	500
 CATÁSTROFES	60	~7x	420
 TERCERA EDAD	35	~5x	160
 EDUCACIÓN	25	~9x	225
 HAMBRE	40	~17x	690
 DISCAPACIDAD	10	~4x	40
 DERECHOS HUMANOS	10	~9x	90
 MEDIO AMBIENTE	1	~8x	6
 ENFERMEDADES	31	~15x	470
 CÁNCER	2	~4x	6
TOTAL	400	~9x	3.900

Fuente: ver diapositivas al respecto

En resumen, las ONG agrupadas en la iniciativa SOMOS están agradecidas a todos sus socios regulares por...

- ... reaccionar a la crisis **aumentando un 10% el número de socios regulares** en dos años
- ... **alcanzar los 3,5 M de socios** regulares en 2012
- ... convertirse en la **principal fuente de ingresos** de las ONG
- ... proporcionar **400 M € para los proyectos** de las ONG
- ... contribuir a generar un **impacto en la sociedad mayor que el valor de sus cuotas**



Por todo ello, las entidades celebran por segundo año el Día SOMOS de homenaje a los socios regulares de las ONG

BAIN & COMPANY 

Fuentes: estudios efectos multiplicadores aplicados por causa solidaria (1/2)

CAUSA SOLIDARIA	MULTIPLICADOR MEDIO	FUENTES		
		TEMÁTICA CONCRETA, FOCO GEOGRÁFICO	ENTIDAD, AUTORES	AÑO
EXCLUSIÓN SOCIAL	~4	1. SROI ratio Restart, Scotland	SROI Europe, Forth Sector Development	2007
		2. SROI ratio Enterprise Brandenburg, Germany	SROI Europe, IQ Consult	2007
		3. SROI ratio YMCA, Scotland	SROI Europe, Lodestar	2008
		4. SROI ratio Salva Vita, Hungary	SROI Europe, Lodestar	2007
		5. Drogadicción, España	Proyecto Hombre	2010
POBREZA	~15	6. Achieving MDG target in water and sanitation	Unicef, Hutton and Haller	2012, 2004
		7. Low-cost water and sanitation interventions	Unicef, Whittington	2012, 2008
		8. SROI Ratio Solvattenin Water Treatment, Kenya	Swedish University of Agricultural Sciences	2011
INFANCIA	~11	9. Early childhood development, US	Unicef, Schweinhart	2012, 2005
		10. Increased pre-school enrollment, 73 countries	Unicef, Engle	2012, 2011
		11. Half day program for low-income children, US	Unicef, Reynolds	2012, 2002
CATÁSTROFES	~7	12. Financial return on disaster response and risk reduction investments	International Disaster Response	2011
TERCERA EDAD	~5	13. SROI B:C ratio in UK WRVS activities	Frontier Economics	2011
		14. SROI B:C ratio in Craft Café, Scotland	Social Value Lab	2011
EDUCACIÓN	~7	15. Early childhood development, US	Unicef, Schweinhart	2012, 2005
		16. Increased pre-school enrollment, 73 countries	Unicef, Engle	2012, 2011
		17. Average rate of return in education	Unicef, Psacharopoulos	2012, 2002

Fuentes: estudios efectos multiplicadores aplicados por causa solidaria (2/2)

CAUSA SOLIDARIA	MULTIPLICADOR MEDIO	FUENTES		
		TEMÁTICA CONCRETA, FOCO GEOGRÁFICO	ENTIDAD, AUTORES	AÑO
HAMBRE	~17	18. Interventions to treat undernutrition in very poor countries	Unicef, Hoddinott	2012
		19. SROI Second Bite, Australia	Second Bite	2010
		20. Freedom for Hunger's methodology for calculating the SROI of Credit with Education	Freedom From Hunger	2003
DISCAPACIDAD	~4	21. SROI ratio Salva Vita, Hungary	SROI Europe, Lodestar	2007
		22. SROI ratio NOW, Ireland	SROI Europe, Lodestar	2005
		23. SROI ratio Lawnmowers, Scotland	SROI Europe, Lodestar	2006
		24. SROI ratio Solstice, Scotland	SROI Europe, Haldane Associates	2007
DERECHOS HUMANOS	~7	25. Early childhood development, US	Unicef, Schweinhart	2012, 2005
		26. Increased pre-school enrollment, 73 countries	Unicef, Engle	2012, 2011
		27. Average rate of return in education	Unicef, Psacharopoulos	2012, 2002
MEDIO AMBIENTE	~8	28. SROI ratio Food Connect Sidney	Social Ventures Australia Consulting	2011
ENFERMEDADES	~22	29. SROI Ratio Solvattenin Water Treatment, Kenya	Swedish University of Agricultural Sciences	2011
		30. The True Cost of Stigma	Aidsalliance	2011
		31. Doing more with less	Aidsalliance	2011
CANCER	~4	32. Bums off seats " A social return on investment evaluation report"	Stirling University Innovation Park	2011
		33. Social Marketing in tough times	The North East Yorkshire and Humber Clinical Alliance	2012