

TASQUES ACADÈMIQUES DURANT EL PERÍODE DE CONFINAMENT

MATÈRIA:	CULTURA I VALORS ÈTICS	CURS	3R ESO
PROFESSOR/A	JORDI RIERA		
Data entrega:	3/05/2020	Mail d'entrega:	jriera@xtec.cat

CULTURA RELIGIOSA TERCER D'ESO:

CATALUNYA I LA SOLIDARITAT. LES ONG I LA CAPTACIÓ DE FONDS (Per Cecília Alcaraz)

Les ONGs són part essencial de l'estructura econòmica d'un país però la seva tasca xoca sovint amb la dificultat de finançament, que en molts casos posa en perill la seva supervivència. La captació de fons passa a ser peça clau de desenvolupament i requereix més professionalització. També la comunicació té un paper primordial; apropar-se als possibles donants i donar veu a la nostra causa.

Quan es va iniciar la crisi a l'any 2011, la caiguda de les donacions de particulars va ser especialment acusada. Si això li sumem que les empreses van veure reduïts els seus beneficis o directament van haver de tancar, que les obres socials de les diferents Caixes van desaparèixer en un 80% degut a fusions entre elles, i que l'Administració Pública va destinar menys recursos, podem parlar d'un 70% menys en el volum de captació de fons en els següents 3 anys.

1- Per què va baixar un 70% la captació de fons per part de les ONG entre 2011 i 2014?

Per aquests i altres motius, les entitats han de tendir a ser econòmicament independents de les administracions públiques.

Però no tot és dolent. Aquesta crisi també va fer que es demanés més ètica i més transparència a les ONGs, quelcom que considerem imprescindible de cara a transmetre confiança al donant i, sobretot, a derivar cap a un model de gestió professional i més d'acord amb el seus objectius de servei a la societat.

El paper del tercer Sector és plenament social, intentant arribar allà on l'Estat hauria d'arribar en l'ajuda als més necessitats i per l'interès general de la societat. La pregunta però seria si és admissible que un estat democràtic i "de benestar" delegui a les ONGs les seves obligacions vers la ciutadania.

2- Quins aspectes positius sorgiren d'aquesta crisi econòmica? 3- Les ONG cobreixen serveis que haurien d'estar coberts per l'Estat? Hi esteu d'acord?

Independentment de la resposta, el que està clar és que la societat actual no pot tirar



TASQUES ACADÈMIQUES DURANT EL PERÍODE DE CONFINAMENT

endavant sense el paper essencial de les ONGs, i que aquestes han de fer esforços continuats per poder dur a terme els seus objectius.

Una dada interessant a tenir en compte és que el 80% dels ciutadans mundials, està d'acord en que les ONGs faciliten un canvi social positiu. Aquesta perspectiva fa que la gent sigui cada vegada més sensible a les entitats socials, si bé, Espanya està lluny de les xifres de donants de països veïns, ocupant el lloc 91 en el ranking de "generositat".

4- Només un 20 % de ciutadans del món pensen que el paper de les ONG no és essencial. V F

5- Espanya és dels països en que es fan més donatius a les ONG. V F.

Algunes dades interessants extretes de Foro Internacional de las Plataformas Nacionales de ONGs (FIP):

S'estima que hi ha unes 10 milions d'ONGs en tot el món. Si les ONGs fossin un país, serien la cinquena economia més gran del món. Hi ha més de 129.000 fundacions de bé comú a Europa. En conjunt, aquestes ONGs donen més de 53 mil milions d'euros a l'any.

Sigui com sigui, sempre hi ha una complexitat implícita en la gestió de qualsevol font de finançament.

6- Comenteu les xifres del paràgraf anterior. Quina imatge ens donen? Us les imaginaveu?

I una part molt important que comporta molt de temps i planificació és també mantenir amb aquests agents una comunicació fluida i actualitzada. La comunicació és primordial i ha de tenir una base sòlida. Pot haver-hi comunicació sense captació de fons, però no pot haver-hi captació de fons sense una bona comunicació.

Tanmateix, i tot i que sembli una contradicció, és molt necessària la comunicació que no va dirigida a captar fons, perquè és la que donarà a conèixer la nostra tasca i posarà valor al que fem. Parlar només de captació, no funciona.

7- Comenteu: què significa per a vosaltres la frase en cursiva?

La necessitat de fer "Fundraising"

Les entitats sense ànim de lucre, independentment del sector en el que intervinguin, s'enfronten a grans reptes de cara al futur, especialment pel que fa a la captació de fons i la comunicació del que fem. Siguem clars. Actualment, el fundraising, des del nostre punt de vista, està saturat. La multiplicitat de campanyes, propostes, iniciatives solidàries o



TASQUES ACADÈMIQUES DURANT EL PERÍODE DE CONFINAMENT

senzillament de captació de socis és una constant en el món de les ONGs en general. I especialment quan arriben les dates més rellevants com són els dies mundials de la causa a la que representes, esdeveniments solidaris, recollida de signatures, captació al carrer, etc.

8- Busqueu una traducció de “Fundraising”. Resulta fàcil aconseguir fons per a les ONG?

També és cert que, abusar d'imatges colpidores i missatges “culpabilitzadors” ha fet “insensible” o escèptics a una part dels donants.

Realitats dures (refugiats, nens malalts, pobresa, terratrèmols...) que ens colpegen a diari, s'han normalitzat. El que es coneix com a Comunicació Social té a veure en com s'utilitzen les eines de comunicació per part de les ONGs i en com impacten en nosaltres els seus missatges. Però no tot és interès econòmic. També es busca generar diàleg i canvis per transformar el món.

El problema d'haver abusat de certes pràctiques és que les imatges i els continguts ja formen part de la nostra quotidianitat. Però, la pregunta essencial és la següent: ens hem de sentir obligats a donar? Al contrari, pensem que la consciència no s'ha de remoure des de la “culpa”, si no des del positivisme i l'activisme social, tot i que existeixi una part de “dolor”. En comunicació no tot s'hi val, hi ha d'haver ètica.

9- Quin problema pot generar abusar d'imatges colpidores segons l'autora? Hi esteu d'acord? 10- Ens hem de sentir obligats a donar? Argumenteu-ho.

Un altre gran problema ha estat l'aparició d'algunes entitats en mitjans de comunicació per la seva mala gestió i pel destí final dels seus recursos. Aquestes entitats han fet molt mal a la imatge de les ONGs i ha posat en dubte l'objectiu i la destinació dels recursos de les entitats socials serioses. Més pals a les rodes que ens obliga a ser encara més transparents i a cuidar la nostra comunicació.

Abans de continuar però, cal remarcar un fet important i ineludible: les ONGs necessitem aquests fons. Els necessitem per raons molt simples:

- Continuar fent la nostra tasca i no deixar els nostres beneficiaris sense atenció.
- Ampliar la cobertura, responant a la demanda social existent.
- Evitar, en molts casos, el tancament de l'entitat degut a tensions financeres (generades per raons exògenes o endògenes).
- Sensibilitzar i educar la societat envers la causa que defensem.

TASQUES ACADÈMIQUES DURANT EL PERÍODE DE CONFINAMENT

D'altra banda, les estructures necessàries per fer funcionar una ONG no es mantenen soles, i a vegades és difícil general nous projectes quan no es pot augmentar l'estructura. Més encara quan aquesta estructura no es té coberta.

11- Quin problema han hagut de superar el conjunt de les ONG? 12- Per què és molt clar que les ONG necessiten els fons que tan els costen d'obtenir? 13- Busqueu informació d'algun cas d'ONG que s'hagi vist compromesa per un funcionament irregular/delictiu i comenteu-la (Ampliació).

Sempre parlant en termes generals, els sous que es mouen en el tercer sector estarien per sota del que generalment es paga a l'empresa convencional. Per tant, parlem d'un sector amb una motivació i vocació, que cada vegada exigeix més professionalització.

Com ja hem dit, les ONGs que treballem directament en el territori nacional, som un element indispensable en el sistema del suposat estat del benestar en el que vivim.

La conclusió és clara i la realitat és que som indispensables per arribar allà on el sistema públic no arriba i allà on els ciutadans tampoc poden.

Ens preguntem doncs com podem les ONGs obtenir més ingressos? Com hem dit, les fonts més habituals són les subvencions públiques, els ingressos de recursos privats empresarials o també del Tercer Sector (RSC o fundacions i associacions que fan donatius), prestació de serveis, venda de merchandising, esdeveniments solidaris, i les quotes de donants particulars (socis i donatius puntuals), ja sigui a través de donacions directes o de les nombroses plataformes i eines de captació de les que disposem actualment.

14- Els sous en el sector de les ONG són més alts que els de la mitjana d'empreses. V F. 15- Pregunteu a la vostra família si col.labora amb alguna ONG i expliqueu per què sí o per què no.

Com es pot dissenyar una estratègia per captar fons sent conscients de la sobresaturació del donant? Les causes que més mouen a fer un donatiu són, per aquest ordre: pobresa, nens/infantil, emergències mundials i salut. Aquestes tendències, fan que altres entitats ho tinguem encara més difícil a l'hora d'aconseguir fons.

La motivació: solidaritat (42%), raons personals (29%), sentiment de justícia (19%). La manera de fer donatius més comú és mitjançant Internet (61%) i l'època més solidària és el Nadal (77% dels donatius puntuals)

Hem de tenir en compte que la persona a la que presentem la nostra entitat té molta feina, pot no entendre la nostra terminologia, potser tampoc entén massa la nostra causa i que per



TASQUES ACADÈMIQUES DURANT EL PERÍODE DE CONFINAMENT

tant, es pot mostrar reticent.

16- Quines són les causes que més mouen a fer donatius segons està estudiat? Us sembla lògic que siguin aquestes? 17- Per què el Nadal és l'època més solidària? És lògic?

Serà feina nostra, trobar l'equilibri entre apropar-nos, transmetre, i que això es transformi en una donació o alguna altra mena de vinculació. I evidentment és complicat. Repetim la pregunta: ens hem de sentir obligats a fer donatius? La nostra resposta és que si creem aquest sentiment en el donant estem errant el camí. Les persones han d'ajudar perquè

volen i no perquè se sentin forçades. Els missatges han de ser simples, que s'entengui de què estem parlant, explicar on aniran destinats els diners recaptats, ser transparents i coherents.

Parlem en definitiva de qualitat. I que vol dir això? Vol dir que volem que els donants (sigui quin sigui el perfil) siguin conscients i responsables del seu donatiu. Creiem que el donant ha de donar perquè s'identifiqui realment amb la causa i perquè confii en la gestió de l'entitat a la que dona.

18- Què opina l'autora sobre com han de ser les donacions? 19- Els donants ho han de ser perquè s'identifiquin realment amb les causes solidàries. V F.

El paper fonamental de les empreses

La rendibilitat econòmica i la sostenibilitat de les empreses són dos qualitats compatibles.

L'anomenada RSC (Responsabilitat Social Corporativa) pren cada dia més rellevància en la missió i objectius de les empreses socialment responsables.

Les organitzacions socials són un agent clau pel desenvolupament de la comunitat on vivim i les empreses haurien de poder relacionar els seus plans d'acció social amb entitats socials, i que aquest pla social estigués integrat en el seu pla de negoci.

Però si el nostre entorn no ens coneix, com volem que ens donin suport? Novament remarquem la importància d'una bona comunicació. A l'igual que amb els donants particulars, l'empresa ha de trobar sentit al que farà. Per tant, no hem de tenir vergonya de demanar però hem de:

- Donar sempre un missatge clar. — Mantenir una relació continuada
- Generar confiança a través de la comunicació. — Buscar el positiu i constructiu per



TASQUES ACADÈMIQUES DURANT EL PERÍODE DE CONFINAMENT

ambdues parts. — No oblidar el petit i proper. De vegades, donacions de menys import, aporten molt més que només diners.

20- Com hauria de ser la relació entre les ONG i les empreses? 21- Busqueu més informació sobre el concepte de Responsabilitat Social Corporativa i valoreu-lo.(Ampliació)

L'empresa tindrà unes expectatives acords amb les capacitats de la ONG. Esperarà serietat i rigor, agilitat, compliment de terminis, i una rendició de comptes equilibrada.

El projecte que es presenti ha de ser rendible (i no només econòmicament) per a les dues parts. La generació d'un "valor" és important. Per tant, quan es parli dels projectes i dels beneficiaris, també s'ha de poder parlar dels valors.

I, sobretot, no tenir pressa. Hi ha contactes que tarden entre 18 i 24 mesos en donar fruits. Cal concretar molt bé què volem i per què.

L'ONG ha de poder retornar d'alguna manera l'ajut rebut, amb comunicació de marca, logo al web, creant una notícia del suport rebut, informant en què s'ha aplicat l'ajut, i de vegades, oferint algun servei que la ONG pugui aportar a l'empresa

22- Com poden tornar les ONG el suport rebut de les empreses?

<https://alzheimercatalunya.org/blog-el-repte-ons-i-captacio-fons/>



Generalitat de Catalunya
Departament d'Ensenyament

Institut La Ribera

TASQUES ACADÈMIQUES DURANT EL PERÍODE DE CONFINAMENT

Observacions: