El *fundraising*: herramienta para aumentar la eficiencia en la captación de recursos del Tercer Sector. Su regulación en España en una perspectiva comparada[1]

Fundraising*:* a tool to increase efficiency in attracting resources from the third sector. A comparison of its regulation in Spain

DOMINGO CARBAJO VASCO
ECONOMISTA, LICENCIADO EN DERECHO Y EN CIENCIAS POLÍTICAS
INSPECTOR DE TRIBUTOS DEL ESTADO

SANTOS M. RUESGA BENITO
CATEDRÁTICO DE ECONOMÍA APLICAD
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

JULIMAR DA SILVA BICHARA
PROFESOR TITULAR (HABILITADO)
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

Resumen

Este artículo tiene por objetivo estudiar el *fundraising* como herramienta de eficiencia en la captación de recursos para el Tercer Sector. Para ello, en primer lugar, se busca establecer una definición precisa del concepto de *fundraising*; posteriormente se analiza la regulación del mismo en el escenario europeo, en particular, en los países con mayor nivel de donaciones benéficas, Reino Unido, Alemania, Italia y Francia, y en perspectiva comparada con el caso español. La tercera parte caracteriza el fenómeno desde una perspectiva económica, destacando las dificultades de dimensionar el sector. Finalmente, se delinean algunas consideraciones sobre una legislación regulatoria futura de la actividad del *fundraising* en España, con el propósito de aumentar la eficiencia en la captación de fondos para las actividades del Tercer Sector, en su vertiente de acción social.

Palabras clave

Autorregulación; captación de fondos; estadísticas; interés general; mecenazgo; normativa; ONG; regulación; Seguridad Social; Tercer Sector; Unión Europea; beneficencia

Abstract

This paper sets out to study fundraising as an efficient tool in attracting resources for the third sector. To do so, it seeks to establish a precise definition of the concept of fundraising, and then analyses its regulation in Europe, in particular, in the countries with the highest level of charitable donations (United Kingdom, Germany, Italy and France) and in perspective compared with the Spanish case. The third part describes the phenomenon from an economic perspective, underlining the difficulties of measuring the sector. Finally, some considerations are given on a future regulatory legislation of fundraising in Spain, with the purpose of increasing the efficiency in raising funds for the social outreach side of third-sector activities.

Keywords

Self-regulation; fundraising; statistics; general interest; patronage; legislation; NGO; regulation; social security; third sector; European Union; charity

Clasificación JEL: L3, L31

[1] Este artículo se ha realizado a partir del estudio "El *fundraising* como herramienta de responsabilidad y compromiso social. Situación legal en la Unión Europea. Estado de la cuestión en España y propuestas de reforma", elaborado por encargo de la Asociación Española de Fundraising (AEFr) a la Fundación de la UAM y realizado por los autores de este texto, bajo la dirección del profesor Santos M. Ruesga. Puede consultarse en www.aefundraising.org.

Fecha Recepción: 30-11-2018 – Fecha Revisión: 7-1-2019 – Fecha Aceptación: 8-1-2019
Pag. 245-285

1. INTRODUCCIÓN

La filantropía[2], entendida como el desarrollo de actividades destinadas al bien común por amor a la humanidad y su correlativa dedicación de recursos financieros (dinero, servicios *pro bono* y mercancías) y tiempo a tales actividades, está creciendo en todo el Mundo, en lo relativo al número de personas físicas implicadas.

Ocurre lo mismo con cantidades y tiempo aportados a esas causas cívicas o sociales, entidades donantes, zonas geográficas afectadas (a destacar, por ejemplo, su expansión en África, territorio generalmente considerado receptor de actuaciones humanitarias de manera exclusiva) o variedad de instrumentos utilizados para ejercer y favorecer el "interés general" (Palencia-Lefler Ors, 2001:69 y ss.), etc.

Sin embargo, la distribución de este crecimiento tanto territorialmente como respecto de otras circunstancias: grupos sociales donantes, edad y sexo de los sujetos que operan como mecenas (entendiendo, en sentido general, el mecenazgo como *la aportación privada a las actividades de interés general*[3], recurrencia o no de las aportaciones, fórmulas y especies de donación, negocios jurídicos utilizados, etc.), es muy variable[4] y, asimismo, su evolución en el tiempo y en cada jurisdicción ni siempre es positiva ni los incrementos interanuales de las aportaciones son regulares y constantes.

De hecho, en el espacio occidental del Mundo, la crisis económica (Ruesga Benito, 2014) ha incidido negativamente, en numerosos países, en la implicación social en esas causas generales (Carreras Fisas, 2013 y PWC, 2014) y, en otro orden de cosas, se observa que, mientras que los individuos cada vez se interesan más y se sienten más concernidos por apoyar y sostener causas sociales y al Tercer Sector en general, el grado de implicación de las sociedades mercantiles y las empresas suele ser mucho menor[5].

En estas circunstancias, existe un gran espacio para recorrer en materia de mecenazgo empresarial, implicándolo en políticas generales de Responsabilidad Social Corporativa/Responsabilidad Social Empresarial; de forma tal que el porcentaje de entidades imbricadas en actividades de interés general se aproxime al coeficiente de las personas naturales.

---

[2] La filantropía es un "concepto esencialmente controvertido", una idea que está torcida y distorsionada por los intentos de contener en su interior la diversidad de fenómenos humanos que se resisten a la generalización y la categorización. (Payton, 1987).

[3] A estos efectos se entiende, en sentido general, el mecenazgo como la aportación privada a las actividades de interés general. Ésta es la definición que recoge el segundo párrafo *in fine* del apartado 1 del artículo 1 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, conocida popularmente como "Ley del Mecenazgo".
La definición, sin embargo, adquiere otros matices en diversos ordenamientos jurídicos, por ejemplo, en Francia, la expresión "mecenazgo" suele ligarse a la participación privada en finalidades de interés general, pero por parte de las empresas empresariales. Sin embargo, en la misma Francia también se incluye la expresión *mécénat* para referirse a la intervención de los particulares en estos fines.

[4] Este problema ha llevado a que, en muchos apartados de este trabajo, se utilicen términos genéricos, omnicomprensivos, a veces de escaso valor jurídico, caso de *giving*, para reflejar este tipo de actividades. Véase Hoolwerf & Schuyt (eds.) (2017).

[5] En esta tendencia aparecen excepciones, supuesto de la República Federal Alemana, donde el volumen de las donaciones empresariales supera a las personales.

Asimismo, hay significativos "nichos" sociales de donantes potenciales, a los que cabe acudir para seguir mejorando el grado de participación de los individuos en el Tercer Sector, por ejemplo, entre los jóvenes.

En ese sentido, el uso de herramientas de captación de aportaciones gratuitas y de tiempo libre en favor del Tercer Sector vinculadas a las omnipresentes tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), se constata como muy positivo, no sólo por adaptarse mejor a la cultura de los *millennials*, sino por ser más eficiente a la hora de obtener recursos y poder ligar mejor y de manera más constante al potencial donante con la ONG de su elección.

Las actividades destinadas al bien común se instrumentan y centralizan en una gran variedad de instituciones, de naturaleza muy diferenciada según jurisdicciones, regímenes jurídicos, tradiciones históricas, etc.; no siendo fácil ni estando totalmente consensuada la delimitación de qué entidades pueden calificarse como componentes de esta actividad filantrópica y, en consecuencia, posibilitadas para actuar como perceptores de los recursos financieros adjudicados a tales fines y tiempo de los voluntarios, aunque se utilicen términos genéricos del tipo Organizaciones No Gubernamentales (ONG) o instituciones privadas sin fines de lucro.

De hecho, los rasgos y limitaciones definitorias de conceptos como Tercer Sector, ONG) o institución privada sin fines de lucro (IPSFL) –límites, por otro lado, variables–, manifiestan que es ardua la configuración consensuada y con un valor jurídico universalmente aceptado de lo que se entiende por *fundraising* y de sus variedades.

En general, para precisar a qué entidades ha de financiar el *fundraising,* se utilizan expresiones comunes y genéricas como "Organizaciones No Gubernamentales" (ONG) o, en terminología anglosajona, *Non Governmental Organizations* (NGO); pero también se habla de *Civil Society Organization,* (CSO), categoría, a su vez, específica respecto de otras expresiones más amplias, del tipo "sociedad civil", donde se integran otras tipologías como los partidos políticos o las instituciones religiosas.[6]

También está generalizado el uso de la voz "Tercer Sector" e incluso la calificación más específica de "Tercer Sector de Acción Social", donde se incluyen entidades como cooperativas, sociedades laborales, etc.[7], sin duda porque en ciertas jurisdicciones, por ejemplo, España, se trata de la preferida por las entidades con mayor peso económico y social[8].

En este artículo se aborda, en primer lugar, la dificultad de establecer una definición precisa y de general aceptación del concepto de *fundraising,* en un entorno internacional carente aún de una regulación precisas y armonizada. A continuación, se analiza la regulación del f*undraising* en el escenario europeo, en particular, en los países con mayor nivel de donaciones benéficas, Reino Unido, Alemania, Italia y Francia, por este orden. Y, en

[6] Sobre estos problemas terminológicos, a la hora de precisar el campo de cualquier estudio del Tercer Sector, nos remitimos a: USAID.ICNL.ECNL(2017).

[7] En general, véase Cabra de Luna & Lorenzo García (2005).

[8] Véase a este respecto: Plataforma del Tercer Sector, http://www.plataformatercersector.es/.

relación con ello se analiza también la situación regulatoria de este instrumento en el caso español.

La tercera parte de este artículo, por último, se centra en el conocimiento de las variables económicas que caracterizan el fenómeno del *fundraising,* como parte necesaria del conocimiento que nos lleva a elaborar la última parte del artículo, donde se esbozan algunas consideraciones sobre una legislación regulatoria futura sobre esta herramienta desarrollada para una captación más eficiente de fondos para las actividades del Tercer Sector, en su vertiente de acción social.

2. ¿QUÉ ES EL *FUNDRAISING*?. LA COMPLEJIDAD Y DIVERSIDAD DE LA DEFINICIÓN

La falta de una precisión subjetiva relativa a quiénes pueden ser el objeto de los recursos financieros donados por personas o entes societarios (mecenazgo empresarial) conforma uno de los problemas fundamentales para cualquier estudio del Tercer Sector, así como para la creación de una metodología uniforme y homogénea respecto de actividades e instituciones volcados en el mismo, verbigracia, el *fundraising.*

Lógicamente, esta imprecisión y la correspondiente ausencia de consenso acerca de las características y componentes del Tercer Sector y las ONG también dificultan introducir una legislación específica del *fundraising,* centrada en los destinatarios de los fondos logrados con esta actividad, es decir, definida por el ámbito subjetivo de sus destinatarios.

Ahora bien, la necesidad de que los fondos obtenidos por los *fundraisers* se dediquen a una operación filantrópica, específica o general, diferencia el *fundraising* de otros modelos financieros destinados al sector lucrativo, supuesto del empresarial (Fullskey, 2016).

Asimismo, la clave de bóveda para el *fundraising* es el convencimiento ético por parte del donante (persona física o entidad) de que sus aportaciones revierten íntegramente en una actividad de interés general llevada a cabo de manera organizada por una institución del Tercer Sector (BBVA, 2015).

Además, la diferencia: lucrativa/no lucrativa en el destino de los fondos recaudados permite incorporar en la regulación del *fundraising* elementos propios del mundo no lucrativo, los cuales escapan del estricto cumplimiento de la legalidad a la hora de obtener fondos, como son:

- Los aspectos éticos,
- La necesidad de que el *fundraising* sea un medio para el logro de los fines de interés general predicados por las entidades a las que destinan sus fondos y no un fin en sí mismo,
- El que no pueda calificarse como *fundraising* solidario o cívico aquel destinado a la financiación de proyectos y planes puramente empresariales,
- La importancia de que el *fundraising* no trate solamente de obtener recursos de unos donantes genéricos, del público, en general, sino de que implique a tales donantes en la actividad no lucrativa de la entidad receptora de los fondos y,

— Por último, hay que resaltar la relevancia de los factores deontológicos en la construcción de la profesión de *fundraiser*, asegurando al donante el destino y aplicación de los fondos.

De esta forma, el *fundraising,* no es simplemente un medio para el logro de un fin como es la financiación de proyectos, sino que requiere, además, una cualificación de estos proyectos, del destino de los fondos, es decir, la financiación ha de dirigirse a entidades y programas de carácter y contenido filantrópico y esta vocación de destino ha de distinguir la caracterización y regulación de nuestro *fundraising* respecto de cualquier normativa de financiación empresarial o privada.

En otros términos, *fundraising* no es, simplemente, una herramienta de obtención de recursos financieros (Breen, 2015), sino una obtención profesionalizada de recursos financieros con ánimo de destinar los mismos a actividades filantrópicas, en el marco de un proyecto de sostenibilidad financiera de las ONG, para sus fines y con la intención de implicar a los donantes en la misión y valores de las ONG.

Tampoco parece, pues, que debamos buscar la delimitación del término *fundraising* como equivalente a toda la financiación del Tercer Sector, ya que se identificaría el todo con la parte, una especie de sinécdoque, sería excesivamente generalista y se perdería de vista que, como ha demostrado la reciente crisis económica, la sostenibilidad del Tercer Sector pasa, precisamente, por diversificar sus recursos financieros, planificar los mismos y generar una visión a largo plazo, una implicación compleja y persistente de colectivos de donantes, algo a lo cual, precisamente, puede coadyuvar un *fundraising* profesionalizado (Bulkardt, 2005).

El *fundraising* es, por lo tanto, una actividad profesional que busca lograr recursos financieros a favor de ONG y sus fines no lucrativos, acudiendo, en general, a métodos modernos de relaciones públicas y al uso intensivo de las TIC; de manera que, potenciales donantes, aun no asociados a las IPSFL, proporcionen tales recursos y se relacionen e identifiquen con los objetivos, misión y valores del Tercer Sector.

Lógicamente, la regulación del *fundraising* ha de enmarcarse en el cuadro normativo general y complejo de las actividades del Tercer Sector y en su regulación.

No parece sea posible, por lo tanto, ni adecuado, diferenciar la actividad profesional de quién ejecuta el *fundraising* el *fundraiser*, de la regulación del propio Tercer Sector, del marco normativo de este último.

Por ello, no creemos conveniente que la normativa del *fundraising* se aísle o se autonomice en relación a toda la regulación del Tercer Sector y sus actividades, incluyendo el aspecto fiscal de incentivación al mecenazgo y, de hecho, creemos acertado que, en España, sea en el contexto de una reforma general de las Leyes del Mecenazgo, donde su ubique el papel del *fundraising.*[9]

La carencia de delimitación precisa del *fundraising,* como cauce para lograr recursos financieros del Tercer Sector, se debe, a varias causas:

[9] Sobre esta cuestión, nos remitimos a: AEFr (2014).

— La propia ausencia de un concepto legal o diferenciado de lo que constituye el *fundraising*,

— La falta de un consenso en el Derecho Europeo sobre el significado del *fundraising* (Gregory Segovia & Swindoll, 2017),

— La pobreza en los datos económicos y fiscales referentes a esta actividad (Carbajo, 2014)

— La indefinición en las actividades comprendidas bajo la voz *fundraising*, etc.

De hecho, unas de las razones para solicitar una norma del *fundraising,* tanto a nivel europeo como nacional, es que con un marco jurídico común será más sencillo disponer de información y datos cuantitativos relativos a su importancia económica y social como método de captación de recursos de las ONG, facilitando la producción de estadísticas comparadas al menos a nivel de la Unión Europea (UE).

En general, la doctrina utiliza dos definiciones de *fundraising*. Desde una perspectiva amplia, *The Fundraising Dictionary*, editado por la Asociación de Profesionales del *Fundraising*, lo define como: *obtención de bienes o recursos de fuentes diversas para apoyar una organización o un proyecto específico* (USAID. ICNL. ECNL. 2017:9 y ss.).

Como se ha dicho, tal definición resulta ser excesivamente genérica y válida tanto para el *fundraising* empresarial, de carácter lucrativo, cuyo objetivo último es la obtención de recursos para financiar un proyecto de carácter privado (empresarial o particular), como para el *fundraising* no lucrativo, cuyo tenor persigue el interés general.

En consecuencia, no la consideramos válida ni tampoco permite delimitar los rasgos distintivos de un *fundraising* cualificado, profesional, de alto contenido ético y ligado a programas de interés general.

Una segunda definición, más estricta, podía ser la siguiente: *esfuerzos para solicitar en cualquier fuente de ingresos contribuciones voluntarias filantrópicas. Los donantes pueden realizar contribuciones de diferentes maneras, incluyendo dinero o signo que lo represente, en especie, y donativos de valores y dividendos* (USAID. ICNL. ECNL., 2017:9).

Este concepto nos parece más acertado; por un lado, pone el acento en el destino de los fondos recaudados: la filantropía y las instituciones que sirven a estas causas; por otra parte, es neutral respecto al tipo de recursos obtenidos y, por último, la aleja de una visión comercial del proceso de recaudar los fondos, ya que la obtención de los mismos ha de ser "voluntaria" (AEFr, 2017).

Asimismo, independiza la definición de *fundraising* de las herramientas o métodos, tradicionales o tecnológicamente avanzados, para lograr los ingresos.

De todas maneras, parece, asimismo, que la definición estricta anterior contiene alguna deficiencia y debería se objeto de otros matices, restringiendo aún más su alcance.

En principio, se debería señalar el carácter profesional de esta actividad; de hecho, el *fundraising* es lo que hace el *fundraiser*, un experto individual o implicado en una

organización de medios humanos o materiales (empresa) con el fin de intervenir en la producción de unos servicios: la obtención de recursos financieros de cualquier clase para el servicio integral de causas filantrópicas, conforme a contratos establecidos con ONG; comprometiéndose con su esfuerzo, industria y trabajo a destinar tales fondos a los fines sociales o no lucrativos de la entidad, de acuerdo con unas normas deontológicas precisas, buscando el fin general y la conexión entre el donante y la ONG de manera, no sólo puntual, sino con vocación a largo plazo.

Todo ello, sin menospreciar el trabajo de voluntarios o de otras personas, por ejemplo, los familiares de los socios de una ONG a la hora de proporcionar recursos financieros.

En segundo orden, hay que reiterar la autonomía de esa definición respecto de cómo se organiza el *fundraiser*, cuestión organizativa que le corresponde a él y no a la ONG o a un tercero establecer, así como qué medios humanos y materiales aplica en sus campañas (contratos laborales, mercantiles, nuevas tecnologías, sistemas tradicionales de captación de recursos).

Ahora bien, sí ha de mencionarse que, cualquiera que sean estos mecanismos instrumentales al logro de su fin fundamental: captar recursos materiales permanentes o concretos, así como humanos con compromiso personal a largo plazo con los objetivos filantrópicos, la manera de obtener tales recursos tiene, no sólo que cumplir con las legislaciones sectoriales que se apliquen, verbigracia, las correspondientes a la protección de datos o a la Seguridad Social, sino que, asimismo, han de existir compromisos deontológicos con el interés general que toda actividad filantrópica conlleva.

Ciertamente, la definición anterior es muy estricta, pero a nuestro entender permite diferenciar claramente al *fundraising* a favor del Tercer Sector, de cualquier otro tipo de *fundraising*, incluso el de algunas entidades de la sociedad civil, verbigracia, de los sindicatos o partidos políticos y, además, trata de contrarrestar las críticas más generalizadas al *fundraising* no lucrativo, por ejemplo, su excesivo "profesionalismo", su obsesión por los resultados o su carácter puramente crematístico.

Por último, también diferencia al *fundraising* del puro voluntariado[10], realizado por los miembros de las ONG o por voluntarios ligados puntualmente a la actividad de la entidad y cuyas horas al servicio de la institución no lucrativa pueden, entre otras actividades, destinarse a la captación de nuevos donantes o a campañas de financiación concretas.

Un asunto que puede ser objeto de debate es si podría diferenciarse entre un *fundraising* interno, programado y desarrollado por la propia ONG, con sus propios medios personales y materiales, con el refuerzo o no de voluntarios y el *fundraising* externo, donde se contrata para la campaña a un ente externo, personal o constituido como persona jurídica.

[10] Sobre esta cuestión, véase Salamon, Sokolowski & Haddock (2011).

Se podría, de esta forma, clasificar el *fundraising* en dos grandes modalidades:

a) El primero, que podríamos calificar como interno, orgánico, propio de la ONG que, con sus medios humanos y materiales, destina parte de su actividad a lograr recursos y

b) El externo, generalmente, más profesionalizado, independiente de la ONG, con autonomía jurídica, personal y de responsabilidad cara a terceros, que también busca recursos financieros por cuenta y al servicio de la ONG y que podríamos definir como relacional.

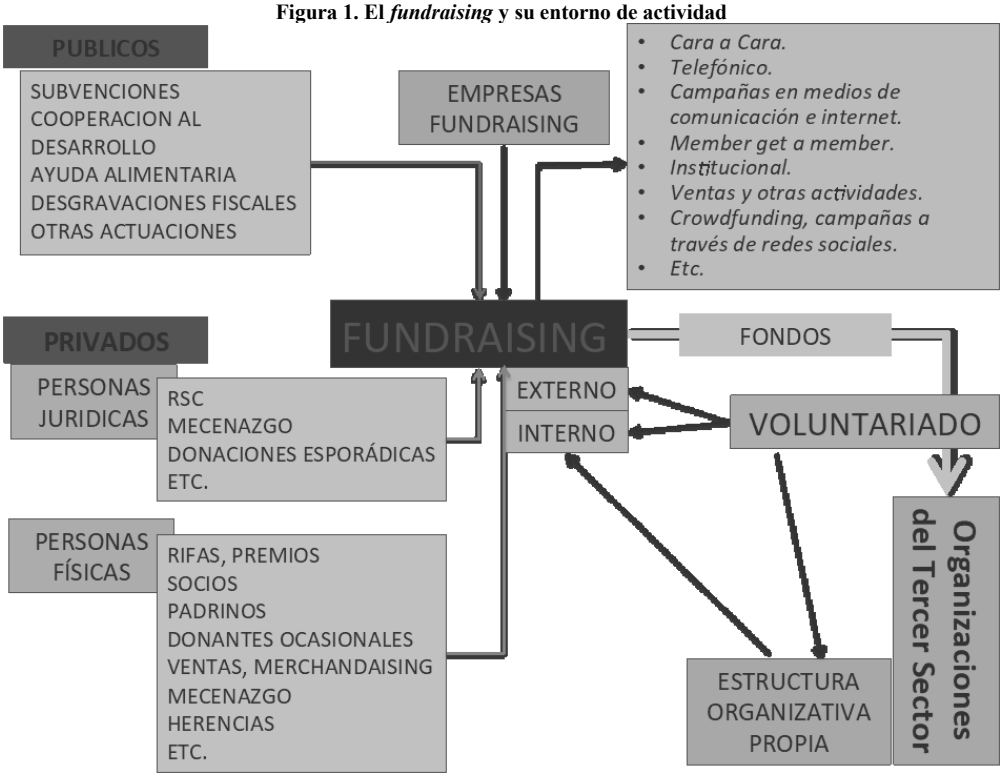
Con independencia de que, entre otras ventajas del *fundraising*, la eficiencia en la captación de los recursos sea puesta en primer orden (lo cual sólo se consigue con una adecuada profesionalidad y formación del *fundraiser* y con el diseño de técnicas modernas de contacto y captación con el público); creemos que sólo el *fundraising* externo o relacional puede ser objeto de definición como tal, de cualificación externa (incluyendo cursos de formación e, incluso, certificados de estudios y diseño de programas de aprovechamiento) y de regulación autónoma. Ya que el *fundraising* interno u orgánico está ligado a la estructura organizativa y al problema más general de la financiación de las ONG y formaría parte de la regulación de estas instituciones o del mecenazgo en general.

Por tanto, no se puede, en ningún caso, confundir *fundraising* con la problemática general de la financiación del Tercer Sector, cuestión sustantiva, el conjunto, de la cual el *fundraising* es solamente una parte, un subconjunto.

Es posible, no obstante, encontrar otras tipologías de *fundraising* y clasificar al *fundraising* de muchas formas, empezando por los métodos que aplica el *fundraiser* para captar fondos: tradicionales (*face-to-face fundraising,* pedidos por correo ordinario, mesas petitorias, rifas, loterías, *street fundraising,* etc.) o modernos (*crowdfunding,* Plataformas colaborativas, SMS, *My Wallet,* utilización de tarjetas de crédito, etc.) (USAID. ICNL. ECNL., 2017[:10 y ss.]); mas ni tales metodologías son exclusivas del *fundraising* ni lo accesorio puede servir para identificar a lo fundamental en el ejercicio del *fundraising,* aunque sí puedan tener otras consecuencias legales, por ejemplo, en materia de cotizaciones a la Seguridad Social.

Lo mismo sucede si clasificamos al *fundraising* por la manera de retribuir la actividad o por el tipo de entidad, individual o colectiva, que ejecuta la operación; tales calificaciones resultan ser clasificaciones secundarias, descriptivas e interesantes para perfeccionar el análisis del sector, pero no definitorias del *fundraising.*

Figura 1. El *fundraising* y su entorno de actividad



Fuente: Elaboración propia

Por eso aquí se coincide con el criterio (USAID. ICNL. ECNL., 2017:10) de que la definición y el análisis del *fundraising* debe incluir todas las modalidades y métodos aplicados para obtener fondos, porque lo relevante no son los medios utilizados, sino la finalidad: financiar a las ONG, para que éstas puedan cumplir mejor sus fines, asegurando su financiación a largo plazo y diversificándola, atrayendo nuevos donantes al Tercer Sector, implicándoles en sus valores y en sus objetivos.

Por lo tanto, *el término fundraising, tal y como es utilizado en este informe incluye el acto de recibir donaciones así como los fines de estas actividades, cualquiera que sea la forma que tales donaciones adoptan (por ejemplo, contribuciones en dinero o en especie), los objetivos del fundraising* (*usualmente, el público en general), y los diferentes métodos de fundraising aplicados* (USAID. ICNL. ECNL., 2017:10, t.p.)

En estas condiciones, no es de extrañar que no exista una definición generalmente aceptada de *fundraising* en la UE, reflejo directo, no solamente de la novedad de esta actividad y de su profesionalidad y generalización recientes, sino también de la diversidad de la regulación, naturaleza y características del Tercer Sector en el Mundo.

Lógicamente tal diversidad (y, a veces, confusionismo metodológico) se traslada a las propias dificultades de delimitación deducidas de la complejidad del *fundraising* y su diferente grado de utilización en muchos países.

Si resulta arduo, por no decir imposible, llegar a un consenso universal respecto del alcance de términos como Tercer Sector, instituciones no lucrativas, ONG, etc.; los mismos problemas se reproducen a la hora de delimitar el término de *fundraising*. Razón de más para demandar una normativa uniforme en la UE o, al menos, en España que dote de un mayor y mejor conocimiento de esta actividad, aporte mayor seguridad jurídica y, entre otros factores, acabe con las dificultades para integrar en la Seguridad Social a los trabajadores de los *fundraisers*.

3. LA REGULACIÓN DEL *FUNDRAISING*

En estas circunstancias, el *fundraising* se va estandarizando y aspira a una regulación específica, sea ésta sectorial o incorporándola en el conjunto legislativo de las ONG y su financiación: la modalidad de regulación aplicada y la conexión y jerarquía que se produce, a la hora de regular el *fundraising,* puede ser muy variable y oscilar entre disposiciones de carácter estatutario y convenios de auto regulación.

Disposiciones que, por otra parte, están en pleno cambio, aunque solamente sea porque la construcción de un marco jurídico para encuadrar algo tan lábil como es la sociedad digital y la incidencia de las TIC (Lilly Family School of Philanthropy, 2018:41 y ss.) en las actividades humanas modernas todavía no ha concluido ni cabe esperar dicha incidencia sea estático.[11]

Regular el *fundraising* tiene indudables ventajas, cualquiera que sea la modalidad de normas que se establezca, lo cual depende, fundamentalmente, del modelo y tradición jurídicas de cada Estado y siempre tomando en consideración el marco normativo general de las ONG, sus actividades y los incentivos fiscales al Tercer Sector y el mecenazgo empresarial.

Entre esas ventajas citamos las siguientes:

- Seguridad jurídica.
- Transparencia.
- Incrementar la confianza en el Tercer Sector y sus instituciones.
- Reducir el fraude, la economía subterránea y la competencia desleal.
- Mejorar la profesionalidad de las ONG.
- Aumentar la eficiencia en la recaudación de fondos para el Tercer Sector[12].

[11] Sobre este asunto, puede verse: Parlamento Europeo. Las plataformas en línea y el mercado digital. Resolución del Parlamento Europeo, de 15 de junio de 2017, sobre las plataformas en línea y el mercado único digital (2016/2276/INI), "Diario Oficial de la Unión Europea", serie C, número 331, de 18 de septiembre de 2018.

[12] De hecho, en las diferentes normativas que tratan, directa o indirectamente, del *fundraising*, se repiten en mayor o menor medida estas finalidades como motivos que sustentan la propia regulación.

— Modernizar y profesionalizar las actividades de captación de fondos por parte del Tercer Sector.

— Introducir nuevas tecnologías en las actividades del Tercer Sector.

— Captar para la vida filantrópica sectores sociales reacios, en principio, a integrarse en la actividad de las ONG, por ejemplo, jóvenes y *millennials*, lo que permite extender el círculo subjetivo de las actividades del Tercer Sector.

— Potenciar las TIC en la economía y las actividades sociales.

— Apoyar la realización de diferentes agendas internacionales, verbigracia, la Agenda 2030.

— Desarrollar adecuadamente los planes de RSC/RSE empresariales.

— Diversificar la estructura financiera de las ONG y hacerla más resiliente.

— Fomentar la implicación social en actividades de interés general.

— Desarrollar la investigación y el desarrollo en la investigación social y áreas de interés general: cooperación al desarrollo, acción social y humanitaria, Medio Ambiente, cultura, etc.

— Evitar los fraudes a la Seguridad Social.

— Facilitar las estadísticas comparadas sobre el Tercer Sector y las actividades no lucrativas.

Los datos y estadísticas correspondientes a las aportaciones realizadas a favor de las ONG en la UE, sean éstas donaciones o entregas asimiladas, si bien son abundantes y existen organizaciones que se dedican a recopilar y publicar periódicamente información al respecto, plantean diferentes problemas metodológicos y estadísticos, a la hora de proporcionar información cuantitativa, más o menos homogénea, respecto del *giving*.

Estas dificultades se originan porque el propio concepto de "donación" y su naturaleza no es totalmente equivalente en cada país o porque, precisamente, la legislación de cada Estado permite que las ONG se financien con negocios particulares, verbigracia, rifas, apuestas, participaciones en Loterías públicas, legados de causa específica, etc. que, en otras jurisdicciones, no están habilitados.

Junto a lo anterior, existen otras dificultades para efectuar comparaciones homogéneas entre las estadísticas nacionales del *giving*, empezando por problemas valorativos, siguiendo por la diferente legislación nacional respecto de los beneficios tributarios vinculados a las ONG, absolutamente nacionalista al estar centrada en el principio de la soberanía tributaria y terminando porque los años de recolección de datos suelen ser diferentes.

En cualquier caso, si bien ya existe una tradición histórica de recopilación de estadísticas relativas a las cantidades aportadas a las ONG, lo que permite establecer una serie histórica en la UE y alguna homogeneidad en los datos comparativos europeos. Lo cierto es que, por un lado, queda mucho por hacer en este terreno para conseguir una auténtica visión comparada, desde el punto de vista cuantitativo, de las aportaciones gratuitas y conexas a las ONG.

Sobre todo, las estadísticas e informaciones al respecto no disponen de un detalle suficientemente segregado en relación a qué parte o cantidades de estos negocios jurídicos gratuitos o mixtos se corresponde con operaciones de *fundraising*.

Eso no quiere decir que no haya existido interés al respecto de cuantificar los ingresos obtenidos mediante *fundraising* por parte de las ONG o que no se haya tratado de cuantificar su incidencia, así como, a partir de tal magnitud, desarrollar análisis más detallados y cualitativos sobre el *fundraising*.

En ese sentido, cabe destacar el trabajo de la *EFA* (2017), pero los datos aportados responden más a encuestas y datos cualitativos que a estadísticas recopiladas de manera sistemática (Carbajo, 2014).

De hecho, para efectuar la investigación origen de este artículo, los autores han recurrido a una encuesta de elaboración propia que permite, de alguna manera, conocer algunos aspectos de la incidencia del *fundraising* en España, ante las limitaciones de las estadísticas específicas al respecto[13].

Desde el punto de vista de las particularidades regulatorias del *fundraising,* no puede establecerse *a priori* qué modelo de regulación es preferible, pudiendo clasificarse los mismos, de manera sintética y teniendo en cuenta que ninguno existe en la realidad de manera pura, en:

— *Modelo estatutario*, donde las disposiciones que regulan el *fundraising* se emiten por el poder legislador competente, de acuerdo con su esquema constitucional de creación de fuentes jurídicas y, dentro de esta estructura, puede regularse el *fundraising* bien como una modalidad más de los mecanismos de financiación de las ONG o bien como una adaptación particularizada en determinadas regulaciones sectoriales, por ejemplo, en materia de Plataformas Colaborativas o de Seguridad Social.

Dentro de este marco (aunque como hemos señalado con anterioridad, no existen sistemas puros) tenemos a Francia e Italia.

En esta modalidad de regulación de las ONG o de sus actividades, que podemos calificar como de estatutaria o de *command and control*, si el *fundraising* está regulado, tendrá, por un lado, que cumplir con la múltiple normativa sectorial que afecte a su actividad: disposiciones sobre privacidad, protección de datos, intervenciones en la vía pública, uso de Plataformas Colaborativas, aplicación de instrumentos financieros para recaudar recursos,

[13] Véase el Anexo incorporado a dicho estudio (nota a pie de página 1) en la web de la AEFr: www.aefundraisngr.org.

Seguridad Social, etc. y, además, tendrán que someterse a la propia legislación relativa bien a las ONG, a las cuales sirven con sus actividades de obtención de recursos, bien al propio ejercicio de las operaciones de *fundraising,* aunque esta normativa autónoma del *fundraising* resulta ser, francamente, excepcional en los países miembros de la UE.

En general, puede decirse que las disposiciones sobre *fundraising* a nivel estatutario no son fáciles, asimismo, de conocer e identificar porque integran dos bloques normativos diferenciados:

— El que afecte al *fundraiser,* según qué modalidad de obtención de recursos esté llevando a cabo. Se trata de un elenco de disposiciones complejas que van desde el Derecho Laboral (conforme a qué tipo de contratos aplique la entidad de *fundraising* a los medios humanos que utilice y los correspondientes regímenes de la Seguridad Social) al Derecho Tributario (ya que la existencia o no de beneficios fiscales para los donativos o aportaciones a favor de las ONG incide directamente en el nivel, calidad y modalidades de su financiación), pasando por normas de carácter financiero, supuesto de las disposiciones relativas a la lucha contra el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo.

— Las relativas al Derecho de las entidades no lucrativas que, lógicamente, norman cuestiones sobre su financiación y, por la misma causa, directa o indirectamente, entran a regular una de las fórmulas clásicas de financiación de las ONG como es el *fundraising*.

La otra posibilidad de regular el *fundraising* es hacerlo como un aspecto más de las actividades llevadas a cabo por las ONG, dado que se trata de una de las claves de estas instituciones: su financiación y, en consecuencia, si se regula la financiación del Tercer Sector y áreas conexas a la misma, verbigracia, la contabilización, auditoría e información relativa a la estructura financiera de las ONG, también se hará o se debería hacer con el *fundraising*.

— *Modelo auto regulatorio*, donde la base de las disposiciones de la actividad de *fundraising* consisten en el cumplimiento de determinados acuerdos entre los *fundraisers* y las entidades dedicadas a esta actividad*;* acuerdos que pueden adquirir denominaciones diversas: Códigos de Conducta, Códigos de Buenas Prácticas, etc. La situación en Escocia (ROGARE, 2017) puede, perfectamente, incluirse en este bloque.

— *Sistemas mixtos*, donde conviven las dos mecánicas anteriores y donde el campo de actuación del *fundraising* regulado o auto regulado varía con el tiempo y la jurisdicción afectada.

En Inglaterra, podríamos en estos comentos ubicarnos en tal dirección, pues su amplia normativa auto reguladora se ha convertido en estatutaria, a través del reconocimiento de los diferentes Códigos de Conducta del sector y de sus *rules book* en normas de carácter estatutario.

— Sistemas donde se carece de una normativa destinada específicamente **al** *fundraising,* donde puede situarse a España.

3.1. Regulación internacional del *fundraising*

En el Derecho Internacional, incluyendo dentro del mismo el Derecho de la UE, no hay ni parece previsible que exista en un futuro próximo, una regulación específica del *fundraising,* excepto algunos Códigos de Conducta, puramente declarativos, elaborados y publicados por instituciones internacionales vinculadas al sector.

El único principio, generalmente deducido de los Convenios Internacionales aplicables en el campo de las ONG y el Tercer Sector, es que el derecho de asociación es un derecho humano fundamental, universalmente reconocido y que, dentro de las expresiones de este derecho, se encuentra la necesidad de asegurar una financiación suficiente y establece a las organizaciones en las cuales se manifiesta tal derecho.

En consecuencia, la legislación relativa al *fundraising* en la UE o no suele existir como tal (es decir, como una delimitación autónoma de esta actividad, regulando la misma de manera autónoma) o se enmarca bien en el ámbito del cuadro jurídico de las ONG y sus actividades o bien se menciona, sectorial o específicamente, es decir, cuando se han regulado determinadas actividades, cuyas herramientas son aplicadas de manera estándar por los *fundraisers.*

Ejemplo de la primera visión, sería la normativa húngara relativa a la gestión financiera de las ONG, *fundraising* y la obtención del estatus de beneficio público[14] (muy restrictiva y controladora, dada la obsesión nacionalista del grupo político en el poder, que intenta eliminar la "injerencia extranjera" en la financiación del Tercer Sector, en especial, la del filántropo húngaro, residente en EE.UU, George Soros).

Ejemplos de la segunda perspectiva, la da la normativa francesa, que incluye el uso del *crowdfunding* como herramienta para el *fundraising* dentro de una Ley que plantea, en general, la adaptación de la legislación francesa pública y privada a los nuevos parámetros de la economía digital (la Ley francesa de 2016 para una República Digital)[15], así como las disposiciones francesas específicas dedicadas a las donaciones mediante sms (Aznar, Carbajo Vasco & Vázquez, 2004).

La variedad regulatoria de las ONG y de los objetivos filantrópicos genera que, por marco regulatorio del *fundraising,* podamos entender varios niveles o fuentes jurídicas: en algunos Estados, generalmente, los de tradición jurídica ligada al Derecho Romano de raigambre continental, se entiende por "regulación" la existencia de una Ley y, seguidamente, de disposiciones estatutarias de carácter secundario, emanadas de una autoridad pública competente: Estado, autoridad regional, *Länder,* entidad local, etc., con denominaciones adaptadas a la estructura jurídica de cada nación, por ejemplo, Reglamentos.

[14] Hungary Decree on Certain Issues of the Financial Management of Civil Society Organizations, Fundraising, and Public Benefit Status, 350/2011 (XII.30), art.1 (5) b) (2011) Véase: http://net.jogtarr.hu/jr/gen/hjegy.doc.cgi?docid=A1100175.TV.

[15] Planteamiento contrario a la normativa española sobre financiación de inversiones y Plataformas Cooperativas que excluye, expresamente, las destinadas a fines no lucrativos o que solicitan donativos.

Ahora bien, junto a ese nivel estatutario, nos encontramos con jurisdicciones donde bien por su propia tradición jurídica, generalmente, cuando se trata de naciones cuyo Derecho es propio del *Common Law,* bien porque no han publicado una disposición *ad hoc* para regular el propio *fundraising,* aparecen otras regulaciones del tipo *soft Law*, es decir, convenciones, acuerdos, Códigos o normas de conducta firmadas por los *fundraisers* tanto para ordenar la profesión, como para introducir elementos éticos que la separen del *fundraising* empresarial, así como para conseguir otros objetivos de interés común al sector: mayor transparencia, mejoras en la profesionalidad del sector, reducción del fraude y del intrusismo, etc.

Según la relación y jerarquía que se establezca entre las normas de carácter estatutario y las disposiciones auto regulatorias, *inter partes privata*, a las cuales se hayan comprometido las empresas de *fundraising,* podemos clasificar los diferentes Estados en atención al predominio de normas puramente estatutarias a la hora de regular el *fundraising,* aun existiendo Códigos Deontológicos o normas de conducta similares, cuyo valor es el de acuerdos o contratos privados o, por el contrario, Estados donde el *soft Law* y la autorregulación predominan.

Ahora bien, en la propia UE no existen situaciones "puras" donde se otorgue a cada nación una categoría u otra conforme a la clasificación anterior, ya que, en todas partes, coexisten disposiciones de una u otra naturaleza y, además, situaciones consolidadas están siendo objeto de replanteamiento, por ejemplo, en Inglaterra, donde normas previamente privadas, de pura auto regulación, se han convertido en estatutarias, a través de su asunción en la normativa reguladora de las ONG, de las *charities,* voz que define a las instituciones no lucrativas de manera general en el Reino Unido de la Gran Bretaña e Irlanda del Norte y en las naciones de su órbita histórica desde Irlanda a Nueva Zelanda.

De esta forma, asistimos a modificaciones muy significativas del marco normativo de las ONG y de sus actividades, incluyendo al *fundraising*; proceso complejo y en perpetuo estado de revisión que conlleva, en primer lugar, una normalización y una difusión de esta manera de financiar las ONG, estandarizándola e integrándola en el elenco de disposiciones que regulan el Tercer Sector y también porque muchos métodos aplicados en el *fundraising*, al centrarse en las TIC, el acceso al público en general y la utilización de métodos modernos de financiación, derivan en la necesidad de darles un tratamiento particular en el cuadro de las diferentes legislaciones que norman tales métodos.

En el Reino Unido de la Gran Bretaña e Irlanda del Norte, con una gran tradición en materia filantrópica y con una abundante historia legislativa a este respecto, conviven tradiciones diferentes a la hora de regular las ONG (Kennedy, 2017) y el *fundraising:* la de Inglaterra y Gales, por un lado y la de Escocia (Mafe, 2017) y de Irlanda del Norte, por el otro.

Estas tradiciones, asimismo, desde la reforma generalizada de la regulación de las *charities*, llevada a cabo desde 2016 (todavía no concluida y producida, precisamente, para de alguna manera establecer límites claros a la actividad de los *fundraisers*) tratan de evitar, entre otros factores, una excesiva intrusión en la intimidad de los donantes y un escaso respeto a la protección de datos. Este principio ha fomentado la diversidad de los modelos regulatorios del *fundraising* en el Reino Unido.

Tal variedad de modelos normativos sobre el *fundraising* en el seno del Reino Unido de la Gran Bretaña e Irlanda del Norte ha aumentado también por razones políticas, al haber intentado alguna de sus jurisdicciones reforzar su autonomía y sus competencias.

En cualquier caso, el *fundraising* es una actividad plenamente activa y consolidada en el Reino Unido, con un gran desarrollo material, profesional y técnico y con un gran reconocimiento de su utilidad y sus efectos, en general, benéficos para la financiación del Tercer Sector.

En Inglaterra y Gales el sistema normativo actualmente vigente puede calificarse como mixto, al resultar de una mezcla de disposiciones estatutarias, centradas en la *Charity Act de 2016* y sus adaptaciones, junto con las múltiples normas sectoriales que se aplican a las actividades de las ONG (desde las materias contables a la normativa de protección de datos y donde el *fundraising* se encuentra reconocido e incorporado como un mecanismo profesional para obtener recursos para el Tercer Sector) y con un elenco de disposiciones auto reguladoras creadas por el sector y manifestadas en un amplio desarrollo de Códigos de Conducta, uno general y otros *rule books*, de carácter sectorial o vinculados a aspectos peculiares de la función del *fundraising.*

La particularidad en el Reino Unido de las disposiciones auto regulatorias del *fundraising* es que se han convertido, en virtud de la propia Ley, en las normas estatutarias de la actividad del mismo, resultando de obligado cumplimiento, no sólo para las entidades y personas que, voluntariamente, hayan firmado los Códigos, sino para todas las ONG, los *fundraisers* y cualquier otro *stakeholder.*

Asimismo, el órgano regulador clásico de las ONG, funciones y operaciones, la *Charity Commission,* ha cedido, legalmente, sus funciones en materia de *fundraising* a un ente, procedente del sector, el *Institute of Fundraising,* convirtiéndolo en el órgano regulador compulsorio y dotándole de los poderes propios de una autoridad pública, sin desmerecer el papel que el Instituto pueda conservar en otros aspectos de interés para la profesión de *fundraiser,* por ejemplo, las actividades formativas.

En Escocia, por el contrario, si bien por los mismos años, 2015-6, se produjo una revisión generalizada de las reglas de las ONG y sus actividades, no se consideró necesario generar una enorme cantidad de regulación, *rule books,* sobre la operatoria de *fundraising,* entendiendo que la misma podría conllevar enormes costes de cumplimentación a las ONG y que tampoco esa complejidad suponía una mayor eficiencia para el *fundraising*.

Se entendió, asimismo, como innecesaria ya que, en Escocia, no se había detectado la pérdida de confianza, *lack of trust,* que determinados comportamientos de *fundraisers* habían generado en Inglaterra (MacQuilllin, 2016).

Por ello, en Escocia, la regulación del *fundraising* sigue imbricada en la *Charities Act* y las funciones del organismo público regulador correspondiente son más amplias; ahora bien, tanto por razones históricas como por el hecho de que muchas ONG y *fundraisers* actúan en todo el territorio del Reino Unido, se acepta que el Código de Buena Conducta, redactado y actualizado constantemente por el FR inglés, sea, asimismo, la norma general de actividad del *fundraising* en Escocia, con ajustes específicos a las particularidades escocesas.

De hecho, temporalmente, la función regulatoria se ha dejado en manos del FR, aceptando sus normas, pero con carácter puramente auto regulatorio, adaptadas a la realidad escocesa y centrándose en el Código de Buena Conducta, al considerar que muchos de los *rule books* o bien eran innecesarios o bien afectaban a competencias del Gobierno escocés.

De esta forma, en Escocia, conviven con áreas diferenciadas de cumplimiento y diferente grado de imperatividad y control, disposiciones regulatorias y normas auto reguladoras del *fundraising,* encontrándose, lógicamente, más desarrolladas las segundas.

En Irlanda del Norte, por su parte, la misma revisión y causas similares a las expuestas por Escocia, pero también registros peculiares (verbigracia, la relevancia de las ONG de carácter local, el pequeño tamaño de las mismas o su impronta religiosa), han llevado a un modelo estatutario, donde la *Charity Commission* ocupa un papel regulador central, en lo que se refiere a las ONG, pero no entra en materia de *fundraising,* donde la normativa común es la auto regulación del sector.

Podemos, en consecuencia, ubicar a Irlanda del Norte en el modelo auto regulador Kennedy, 2017).

En Alemania, históricamente asociada a las iglesias como instituciones financiadoras de actividades de interés general y a la función original del Estado, la regulación sobre las actividades a favor del interés general ha ido avanzado en las últimas décadas, particularmente a partir de promulgación de normas específicas por parte de los Estados Federales en 2002 y la reforma de 2007, que han ido ampliando las deducciones fiscales de una parte considerable de las contribuciones caritativas.

Una particularidad del sistema alemán es que las Administraciones Públicas son el mayor donante en Alemania, representando el 64,3% de las donaciones.

La caridad, y por lo tanto las donaciones altruistas en Alemania son reguladas a partir de la legislación fiscal, es decir, no existe un cuerpo legal específico para las organizaciones benéficas (Boenigk, Hölz, Mildenberger, Schrötgens & Vahlpahl, 2017).

Las entidades benéficas obtienen su reconocimiento legal a partir del Código Fiscal, lo que les habilita a recibir donaciones y, al mismo tiempo, proporcionar exenciones fiscales a los donantes. En este sentido, la legislación fiscal regula todos aquellos requisitos formales que acaban definiendo una institución sin ánimo de lucro. puede residir una de los límites legales a los que han de hacer frente las organizaciones benéficas alemanas.

Se norman, además de diferentes aspectos administrativos, como la dimensión y la composición de los consejos de administración, la remuneración de los directivos y del personal trabajador en general. Adicionalmente se introducen criterios rígidos sobre que elementos limitan la posibilidad de abandonar el estado de organización caritativa, en tanto que se legisla sobre una serie de exigencias fiscales por un periodo de diez años, incorporando dificultades operativas para estas entidades benéficas.

No hay, por tanto, en el marco jurídico alemán y el de sus entidades federales, normativa específica para regular las actividades de *fundraising* o las entidades mercantiles que las llevan a cabo. Hay que acudir al Derecho Mercantil común para extraer las normas de

todo orden afectan a estos entes empresariales, como al resto de las personas jurídicas que actúan con ánimo de lucro.

El marco legal italiano (Boccacin & Lombi, 2017), a su vez, tampoco proporciona una definición clara de la actividad filantrópica. Quizás cabe exceptuar las expresiones normativas que definen el concepto de ONLUS (*Organizzazione non lucrativa di utilità sociale*), el cual se vincula a la existencia de un régimen fiscal especial. De hecho su marco legal es muy reciente.

En los últimos años, el sector ha pasado por dos reformas legales muy significativas que han dado un marco legal al "Tercer Sector". En 2016, se aprobó la Ley de Reforma del Tercer Sector que le define como un conjunto de entidades privadas sin fines de lucro que persiguen fines cívicos, sociales o de solidaridad.

Además, en 2017, se ha publicado el Decreto Legislativo No. 117, el Código del Tercer Sector, que introduce una reforma integral del régimen legal y tributario aplicable a las entidades que operan en el Tercer Sector

Esta nueva legislación italiana prevé una regulación detallada de las entidades del Tercer Sector, nacionales e internacionales, que abarca cuestiones tales como la admisión de nuevos miembros, estructuras administrativas, conflictos de interés, responsabilidad de los miembros del consejo y del personal con funciones de gestión y decisión, y la auditoría legal de sus cuentas. El Ministerio de Trabajo y Políticas Sociales se convierte en la institución pública con responsabilidad de monitorear, supervisar y controlar las empresas del tercer sector.

Por otra parte, se crean la Organización Nacional de Control y organismos de control territorial que realizan tareas de supervisión del sector.

Tampoco en el caso italiano existe una normativa que regula de forma específica el sector de f*undraising*, sus actividades y las entidades mercantiles que en el operan.

En Francia, la normativa sobre ONG reposa en los principios clásicos del dirigismo francés y de su fuerte y tradicional Derecho Administrativo.

Ahora bien, su Derecho Público se ha caracterizado en los últimos años por varios rasgos como son:

— Proliferación de disposiciones tendentes a potenciar las actividades filantrópicas de todo tipo, incluso con la creación de iniciativas públicas propias, caso de las dirigidas a las Universidades e instituciones de educación superior, pero sobre todo con un gran apoyo fiscal a las donaciones de particulares y empresas, es decir, al denominado "mecenazgo".

— Aparición de múltiples fórmulas de ONG, muy novedosas, lo cual conlleva que el Derecho regulatorio de las ONG en Francia tenga un cierto componente subjetivo, siendo su eje la entidad, dividida en las dos

modalidades clásicas: la asociación y las fundaciones, en plural, ya que, precisamente, las novedades legislativas se han dirigido a esta última figura.

— Preocupación porque la modernización de ciertas actividades profesionales o de recaudación de fondos, así como la incidencia de las nuevas tecnologías, hallen también su acomodo legislativo para no distorsionar o dificultar la captación de fondos por parte de las ONG.

En esta estructura, el *fundraising* no se norma específicamente, sino que se integra como un método más de obtención de recursos financieros para las ONG y, en consecuencia, se regula conjuntamente con la normativa de ámbito subjetivo del Tercer Sector, a la vez que, en múltiples disposiciones sectoriales, se introducen reglas para recoger el *fundraising* (Fondation de France, 2018).

Ello no quiere decir que, en Francia, no exista espacio a la autorregulación, pues desde hace unos 25 años florecen organizaciones profesionales del sector, bien dedicadas más al mecenazgo empresarial bien focalizadas en la actividad de manera genérica, pero los acuerdos emanados de estas organizaciones no pasan de tener el efecto de todo contrato (Bazin, Duros & Malet, 2017).

De esta forma, Francia puede ser calificado como un país bajo el modelo regulatorio, pero con el matiz de la carencia de disposiciones particulares relacionadas con el *fundraising*.

3.2. La regulación del *fundraising* en España

En España, la normativa de las ONG tiene una fuerte influencia francesa, como en otros campos de nuestra esfera jurídica. Aspecto al cual ha de añadirse la compleja diversidad de regulaciones (Fundación PWC, 2018) que, respecto de las instituciones no lucrativas, diseña nuestra Constitución, con legislaciones variadas entre el Estado Central, las CCAA y las entidades locales.

En el contexto jurídico español, el *fundraising* no es objeto de atención especial por el legislador, que no lo prevé ni en la normativa que regula a las instituciones propias del Tercer Sector, verbigracia, las fundaciones, sea éste de carácter estatal o autonómico, ni en las disposiciones sectoriales que pueden afectar al *fundraising*, caso de la conocida como "Ley del Mecenazgo".

Por ello, en España no puede hablarse de que exista *stictu sensu* un conjunto de disposiciones reguladoras del *fundraising*.

Sin embargo, la actividad de *fundraising* está plenamente consolidada en la práctica diaria del Tercer Sector español y dispone ya de un nutrido grupo de organizaciones profesionales y de una asociación representativa, la AEFr.

Por otro lado, está generalizada en España la crítica de la doctrina y de las propias ONG a la creciente inadecuación e insuficiencia de la legislación reguladora de las instituciones privadas sin fines de lucro y sus actividades, tanto de la concerniente a su proyección subjetiva como la relativa al "Mecenazgo", aunque solamente sea por su

incapacidad para recoger innovaciones tecnológicas o aspectos esenciales del mecenazgo moderno, por ejemplo, el impulso del arte joven (Aznar, Carbajo Vasco & Vázquez, 2004 y Cruz Amorós & López Ribas, 2004).

Por ello, dadas las ventajas que, en todo caso, la seguridad jurídica conlleva para cualquier profesión, sobre todo, para una actividad necesitada de la máxima transparencia en sus actuaciones y de la mayor confianza en sus relaciones con los *stakeholders*, debería aprovecharse la prevista (y, tantas veces, demorada) nueva legislación sobre mecenazgo (AEFr, 2018) para normalizar la actividad del *fundraising* en España.

Se podría así, dotar a la misma de unos rasgos básicos y estatutarios que permitan la profesionalización de este sector y el control de posibles situaciones fraudulentas y favorezcan el desarrollo de la misma, evitando las lagunas que existen, por ejemplo, a la hora de establecer la relación laboral con las personas que, vía *fundraising,* captan directamente los fondos del público, específicamente, en actuaciones *face to face.*

Conviene recordar que, potenciando al *fundraising,* se mejorará la financiación de las ONG, su estabilidad, su diversidad financiera, se reducirán los costes de obtener tales recursos y se abrirá la filantropía a nuevos sectores sociales y económicos.

Ello sin negar en España el importante papel que la configuración del *soft Law* entre los *fundraisers* pueda tener para mejorar su imagen, descubrir nuevas técnicas y favorecer su desarrollo profesional.

4. LA DIMENSIÓN ECONÓMICA DEL *FUNDRAISING*

En este contexto, los datos económicos que se poseen sobre el *fundraising* en la UE como alternativa financiera para el Tercer Sector son escasos y, metodológicamente, resulta ardua su comparación internacional.

En principio, la información sobre *giving*, es decir, las cantidades donadas a favor del Tercer Sector parecen abundantes, en lo que se refiere a la UE (CAF, 2017) pero, tras estos datos e informes estadísticos, inmediatamente se descubre, analizando la situación país por país, jurisdicción por jurisdicción, que tales documentos no responden a una metodología comparable entre sí que, en muchos casos, la información procede de encuestas o estimaciones, más que de estadísticas sistemáticas y precisas; que, bajo la denominación de "aportaciones donadas al Tercer Sector", se engloban conceptos y negocios jurídicos muy diversos que pueden no existir en algunos Estados, por ejemplo, legados o contratos sucesorios destinados a financiar determinados proyectos filantrópicos; que el campo subjetivo de las estadísticas resulta ser también muy diverso, verbigracia, en algunos supuestos se incluyen instituciones religiosas y en otras no; que las valoraciones de ciertas aportaciones en especie y tiempo son discutidas y discutibles, etc.

Los informes que, en materia de estadísticas relativas a las donaciones y negocios gratuitos asimilados efectuados en favor del Tercer Sector, existen en el ámbito de la UE, no responden a una metodología común y, por otro lado, se enfrentan a otros problemas, en especial, la diversidad jurídica e institucional del propio Sector, de los negocios jurídicos implicados y de las instituciones reguladoras.

En suma, las estadísticas existentes en la UE acerca del *giving,* por utilizar una voz genérica, conllevan relevantes problemas de comparabilidad en todos los órdenes, empezando por el temporal, por lo que resulta todavía más complejo tratar de identificar y cuantificar la operatoria del *fundraising* en diversos Estados de la UE.

De todas maneras, muy pocas de estas estadísticas diferencian la parte o cantidades que de esta financiación provienen del *fundraising*.

4.1. La dimensión económica del *fundraising* en la UE

El sector del *fundraising* está creciendo en Europa, particularmente en las últimas décadas, tendencia asociada sobre todo a la modernización de las estrategias de captación de fondos por el Tercer Sector a través del uso de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, aunque la información cuantitativa que se disponga acerca del mismo sea aún muy deficiente.

En la UE en su conjunto, en el año 2017, el volumen de donaciones benéficas alcanzó un total de más de 85 mil millones de euros.

Los países con mayor volumen de donaciones fueron el Reino Unido, Alemania, Italia, Francia, Holanda y España. Juntos, estos siete países comunitarios representaban más del 90 por ciento del total de los fondos donados en Europa en dicho año (CAF, 2017).

Por contraste, en 2015, el volumen de donaciones era significativamente inferior, cuando las donaciones alcanzaron 40 mil millones de euros, alrededor del 47 por ciento del volumen alcanzado en 2017.

Ese fuerte incremento, se debe a varios factores, entre ellos, a la recuperación de la actividad económica y del empleo, así como a la modernización y profesionalización de los servicios de captación de fondos por parte de las instituciones sin fines de lucro.

En este sentido y en general, el *fundraising* ha sido uno de los vectores que se encuentra detrás del crecimiento del *giving* en la UE durante los últimos años.

En el año 2017, el 47 por ciento de las donaciones se realizaron de forma individual, seguidas por aquellas realizadas por corporaciones empresariales, con el 25 por ciento (diferencia que manifiesta que, en toda Europa, se observa existe un gran recorrido para las actividades de *fundraising* empresarial), en tercer lugar, las donaciones realizadas por fundaciones, con el 19 por ciento. Las formas menos utilizadas de donación son las herencias, legados y loterías.

Con referencia a los fondos filantrópicos generados dentro del capítulo de RSC/RSE aún queda en Europa mucho camino por recorrer y el *fundraising*, instrumento de captación de fondos netamente profesional, puede ser uno de los más apropiados para atraer con estrategias "profesionales" a las sociedades mercantiles al mundo de la filantropía.

Las principales causas caritativas o filantrópicas en la UE, es decir, aquellas que atraen una mayor participación de los donantes, son:

— Niños & jóvenes (15 por ciento),

— Derechos humanos & civiles (13 por ciento) y

— Desarrollo internacional (12 por ciento).

A pesar del fuerte avance en las tecnologías de la información y las comunicaciones, las formas tradicionales de captación directa de fondos todavía son dominantes; sin embargo, la tendencia indica un cambio hacia métodos de captación de fondos más intensivos en tecnología, precisamente, donde el *fundraising* ostenta el liderazgo.

Sin embargo, tras estos datos generales, se esconden diferencias importantes entre los principales países de la UE, es decir, el Reino Unido (RU), Alemania, Italia y Francia en términos de *giving*. En el RU e Italia, por ejemplo, se destacan las donaciones individuales; en Alemania, por otro lado, las corporativas.

A continuación, se señalan las principales características de estos cuatro países en este terreno de análisis.

En el RU, las principales fuentes de rentas de las instituciones caritativas son las donaciones individuales, con casi el 60 por ciento de total de sus ingresos, seguidas de las rentas financieras derivadas de inversiones en activos, con un 17 por ciento, y los legados y donaciones empresariales que supondrían, en promedio, el 12 por ciento (Hoolwerf, Sanders, Mohan & Oharaoah, 2017).

La tendencia muestra una cierta estabilidad de las donaciones individuales, situándose estas en torno a 10 mil millones de libras desde 2005. Esta estabilidad indica, por un lado, que las donaciones individuales no responden a las fluctuaciones económicas, puesto que se mantuvieron más o menos constantes en términos nominales desde 2005.

Este estancamiento de las donaciones estaría explicado por la crisis de confianza que las instituciones sin fines de lucro sufrieron en ese país, crisis que conllevó una profunda reforma de su marco regulatorio y también del *fundrasing,* ver arriba.

En términos totales, los principales destinos de las donaciones individuales de los ingleses son, en primer lugar, las organizaciones religiosas, seguidos de la ayuda internacional, investigación médica, hospitales y hospicios, cuidado de los animales y la infancia.

En el Reino Unido el *fundraising* se encuentra muy desarrollado y está siendo crecientemente utilizado por las ONG. Cabe destacar es el incremento del número de personas y organizaciones caritativas que utilizan las redes sociales para la captación de fondos en el Reino Unido, el denominado *social fundraiser*. Son los jóvenes los que, en mayor medida, acuden al *fundraising* en el RU.

Con relación al *fundraising* en el RU, *el Institute of Fundraising* (uno de sus órganos reguladores) señala que el 28 por ciento de los ingresos de las organizaciones caritativas proviene de actividades de *fundraising*, mostrando mayor importancia en las organizaciones

dedicadas al cuidado de la salud (35 por ciento de los ingresos) y al medio ambiente y protección de los animales (19 por ciento de los ingresos) (Institute of Fundraising, 2018).

Alemania es el segundo país en volumen de donaciones de Europa, con un valor de sus donaciones y negocios jurídicos asimilados que, en 2017, superó los 23,8 mil millones de euros, con un incremento de casi 200 por ciento desde 2014, cuando las donaciones sólo superaron los 8 mil millones de euros, según los informes de la EFA (2017).

Las principales donaciones son realizadas por las empresas, en el marco de sus políticas de RSC/RSE, entregando casi la mitad del volumen registrado.

La tendencia del valor total de donaciones individuales en Alemania ha mostrado una cierta estabilidad, situándose en el entorno de 4,5 mil millones de euros de donaciones, con fluctuaciones determinadas por el ciclo económico y por las grandes catástrofes mundiales, acontecimientos éstos que impulsan el espíritu de generosidad de la población en general y, en particular, de los ciudadanos teutones.

El número de donantes ha mostrado una tendencia continua hacia la baja desde 2005 cuando, alrededor del 50 por ciento de los alemanes se declaraban donantes. En la actualidad, ese porcentaje es del 31,5 por ciento de la población total.

En Alemania se viene observando, de acuerdo con las tendencias anteriores, un interés creciente por la aplicación de técnicas de *crowdfunding* para las donaciones al Tercer Sector (Boenigk *et alter*, 2017).

Italia es el tercer país más generoso de Europa, con un total de 9,1 mil millones de donaciones en 2017, según el informe de *Fundraising in Europe* de la EFA (CAF, 2017).

Respecto de la tipología del donante y, a modo de resumen, podemos indicar que, en Italia, las donaciones y otros negocios gratuitos son, principalmente, de carácter individual, las cuales representan el 70 por ciento del total, seguidas de los legados (16 por ciento) y de las donaciones empresariales (14 por ciento) (Boccacin & Lombi, 2017).

Sin embargo, el número de donantes ha disminuido, de 15,9 millones en 2005 a 9,7 millones en 2017, lo que implica que las organizaciones italianas no lucrativas han perdido alrededor de 6 millones de donantes.

Por otro lado, en Italia, las nuevas formas de donar a través de las tecnologías de la información y las comunicaciones, aunque pequeñas, están ganando cada vez más espacio en el mundo de las aportaciones al Tercer Sector.

La evolución de las donaciones empresariales en Italia tiene menos relación con la crisis económica y está más vinculada con la estrategia de las empresas de asociar su labor caritativa al entorno social y regional en el que se sitúa a la empresa.

Francia es el cuarto país con mayor volumen de donaciones en Europa, con un total de 8,4 mil millones de euros en 2017, según el informe de EFA (2017), cuantía, sin embargo, muy inferior al de las demás potencias económicas de europeas, tales como el Reino Unido y

Alemania, países mucho más generosos y con un volumen de donaciones totales tres veces superiores al de Francia (Gautier & Nervaux, 2017).

Este bajo nivel de activismo filantrópico de los franceses se explicaría, según algunos estudios, por el fuerte desarrollo del Estado de bienestar social, bajo el cual el Estado francés cubriría buena parte las necesidades sociales más importantes de la población (Boudin, 2011), sin necesidad de que ésta buscase atender sus necesidades a través de organizaciones privadas filantrópicas.

Sin embargo, en los últimos ejercicios se aprecia un fuerte impulso a las actividades filantrópicas en Francia, debido a diferentes causas, y entre otras, toda la doctrina y los estudios coindicen en la existencia de un elenco de incentivos fiscales muy poderoso y cada vez más potente, en favor de las donaciones y aportaciones gratuitas asimiladas.

Los propósitos más frecuentes de las donaciones individuales de los franceses son, según la EFA, y en orden de preferencia: la salud, los beneficios sociales, la religión, la ayuda internacional y la educación.

En lo que hace referencia al mecenazgo empresarial, la *Fondation de France* evalúa que el mismo ha alcanzado un importe de 2,9 mil millones de euros en 2015, incluidos 1,6 mil millones de gastos declarados en el Impuesto sobre Sociedades y 1,3 mil millones de euros de gastos no declarados en las liquidaciones tributarias por razones muy diversas.

Entre 2010 y 2015, en otro orden de cosas, el número de empresas donantes de menos de 100 empleados se ha multiplicado por 2; ocupando parte del espacio antes muy concentrado en las grandes empresas.

En cuando a los métodos de donación, en Francia siguen predominando las formas tradicionales, aunque se observa el avance de las TIC, en este terreno.

4.2. La dimensión económica del *fundraising* en España

La falta de indicadores objetivos definidos por las instituciones oficiales de estadística e incluso la ausencia de una codificación de actividad económica en las diferentes bases de datos de los institutos de estadísticas (INE, por ejemplo[16]) dificulta una correcta evaluación económica y social del sector.

Por todo ello, los datos que se presentan en este apartado, son aproximaciones estadísticas que hemos desarrollado para tratar de evaluar la situación actual del sector y su evolución a lo largo de la última década.

Además, las diferentes fuentes estadísticas españolas no son homogéneas y, asimismo, siguen metodologías distintas, por lo que hay que tener presente que no son comparables y tampoco complementarias, a la hora de realizar cualquier tipo de análisis estadístico.

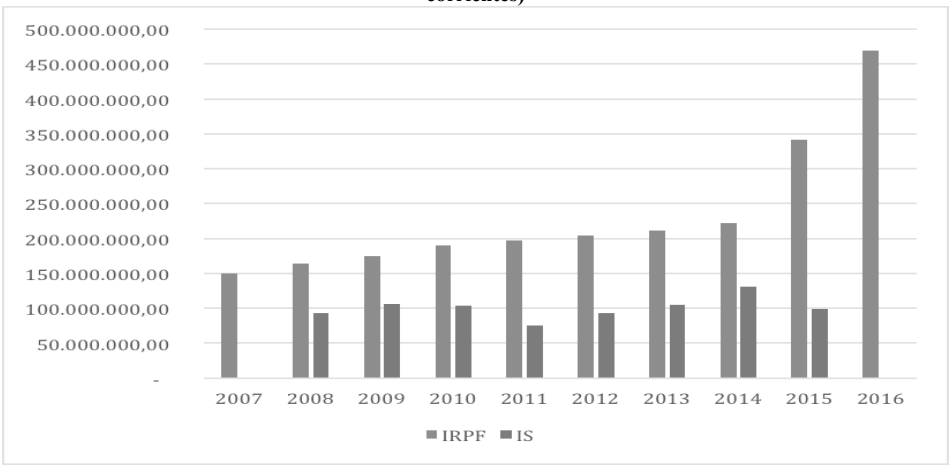
[16] Véase http://www.ine.es

Sin embargo, ofrecen la mejor aproximación posible que se puede obtener para evaluar las dimensiones económico-financieras del Tercer Sector en España y en las Comunidades Autónomas.

En una primera aproximación, los datos Agencia Estatal de Administración Tributaria[17] (AEAT) muestran que, en el año 2016, se han realizado deducciones por donativos en el IRPF por el valor de 469,5 millones de Euros por "donativos y otras aportaciones", sin que sea posible cuantificar el valor total donado (la base de la deducción) pero, suponiendo un tipo de deducción medio del 35%, el importe total donado, imputable a este concepto, ascendería a 1.350 millones de euros, aproximadamente.

En 2015, por su lado, ese volumen ascendió a 341,5 millones de Euros, lo que implicó la existencia de un crecimiento del 37,4% entre 2015 y 2016, posiblemente, muy influido la coyuntura económica positiva y por el aumento de los beneficios fiscales.

Figura 2. España, deducciones por donativos para actividades de interés general, IRPF e IS. 2007-2016 (euros corrientes)



Fuente: Elaboración propia con datos de la AEAT, www.aeat.es

La trayectoria es ascendente entre 2007 y 2016, aunque, como se ha señalado, hay que destacar el gran salto experimentado entre 2015 y 2016. Ello se debe, en buena medida, a los efectos de la última gran reforma de la Ley del IRPF, Ley 26/2014, de 27 de noviembre, que introdujo un incremento muy fuerte de las cuantías de la deducción por donativos en el impuesto. Esta reforma fiscal acabó potenciando el *micromecenazgo* y la fidelidad; de esta manera, la deducción en cuota puede llegar al 70% de la cuantía donada en donativos menores a 150 euros.

Según estos mismos datos, en 2016, cada español se dedujo de la cuota tributaria del IRPF por donaciones y otras aportaciones una cantidad media equivalente a 10,1 Euros, valor un 38% superior al de 2015, que fue de 7,3 euros, y un 113% superior al de 2014, cuando cada español se dedujo de la cuota del IRPF 4,7 euros por donativos y otras aportaciones.

[17] Para consultas, http://www.aeat.es

La evolución de las deducciones totales del IRPF por donaciones está relacionada con el ciclo de la economía, tanto en nivel como en tasas de crecimiento, eso quiere decir que un incremento de la actividad económica en España puede producir un incremento de la tasa de donaciones a instituciones sin fines de lucro.

Una segunda aproximación al fenómeno en cuestión se obtiene a partir de los datos estadísticos del IS, los cuales muestran que, en 2015, se han deducido alrededor de 100 millones de euros del Impuesto de Sociedades (IS) por donaciones a entidades sin fines de lucro.

Ese valor es relativamente estable entre 2008 y 2010, cuando se puede observar el efecto negativo de la crisis en 2011, en donde se constata una reducción en torno al 22% del total de las deducciones del IS por este motivo; posteriormente, la tendencia es alcista hasta 2014, para finalmente presentar una reducción significativa, de alrededor del 30%, entre 2014 y 2015.

Un factor explicativo importante a destacar es que el mayor porcentaje de las deducciones, las realizan aquellas empresas que tributan en los tramos superiores de ingresos, es decir, superior a 180 millones de euros.

Estos obligados tributarios representaron, en 2015, el 58,1% de las deducciones, lo que equivale a alrededor de 57,3 millones de euros de deducciones, y el 3,34% de los declarantes, es decir, un total de 331 declarantes.

En otro orden de cosas, en términos de cantidad, el 80% de las deducciones por donación se concentran en empresas con ingresos superiores a 30 millones de euros. En 2015, ese total corresponde a 1.371 declarantes (13,4% de los declarantes), un universo de empresa de relativamente fácil catalogación. Estas empresas, por lo tanto, podrían configurarse en el foco principal de las actividades de *fundraising*.

Por otro lado, la encuesta del CIS, para 2015, muestra la participación en actividades de interés general de los españoles. Aproximadamente, el 55 por cien de los españoles, según esta fuente, participa con donaciones de ropa o alimentos y realización con algún donativo para ONG o asociaciones con fines sociales (el 55,6%).

Un 11,3% de los ciudadanos ha realizado donaciones muchas veces y el 18,8% bastantes veces. Dichos porcentajes contrastan con el *Giving Index* elaborado para España (Felgueiras & Rey-García, 2017), para el año 2015, cuyo tenor sitúa el porcentaje en el 35%, siendo éste el coeficiente de españoles que han realizado alguna donación en el mes anterior a la encuesta.

Los datos de la encuesta señalan que, sólo 4,6% de los españoles realizan trabajo voluntario con elevada frecuencia y un 7,2% con frecuencia, frente al 77,6% que nunca han realizado ningún trabajo voluntario, sin remuneración, en alguna ONG o asociación. Este resultado también contrasta con el del *Giving Index* de 2015, cuyo valor indica que el 20% de los españoles habrían realizado algún tipo de trabajo voluntario.

Y, finalmente, el análisis estadístico de una Encuesta del CIS (2016) afirma que las personas con mayor satisfacción con su situación económica y laboral tienen una mayor

probabilidad de realizar alguna actividad caritativa. Siendo, sobre todo, la satisfacción con el trabajo la que mejor determina el comportamiento pro social de las personas en España.

Y una última aproximación, nos indica otra de las fuentes, singular en el caso español, estable de financiación de una parte de las ONG (particularmente las de mayor dimensión). Este recursos proviene de la asignación que realiza el Estado con la aportación del 0,7 de la cuota del IRPF que los ciudadanos otorgan en su declaración anual a fines sociales.

El mecanismo opera a modo de *fundraising* gratuito del sector público, que actúa como recaudador de donaciones para fines sociales y gestiona su asignación (en competencia con los fondos asignados por esta vía para el mantenimiento de la Iglesia Católica).

4.3. La estructura económica del f*undraising* en España

De AEFr (2017) y de la encuesta llevada a cabo por el equipo de trabajo que realizo el estudio para la AEFr[18], se han extraído una serie de características sobre la estructura económico-financiera de algunas ONG de singular dimensión, que nos pueden ofrecer pautas sobre la situación actual del *fundraising* y para el desarrollo futuro de esta herramienta financiera.

Los datos que ofrece la AEFr (2017), no son absolutamente concordantes con los que muestran los resultados de nuestra encuesta, como se verá a continuación. Obviamente, las muestras de cada fuente de información no son exactamente las mismas, igual que las fechas (2016 y 2018) y, asimismo, difieren ligeramente los conceptos manejados en cada una de ellas

En materia de ingresos, la primera fuente nos señala que los recursos de las ONG, miembros de la AEFr, provienen mayoritariamente del sector privado, del que obtiene en torno al 70 por cien del total de sus recursos. Si acudimos a la encuesta realizada por este equipo de trabajo, los datos relativos de procedencia de los ingresos varían relativamente, aunque no en gran cuantía.

Por origen institucional, los recursos públicos que reciben las ONG, tienen su origen, mayoritariamente, en los que transfieren los organismos estatales de distinto carácter, que suman en torno al 55 por cien. A continuación, son las Comunidades Autónomas y las Entidades locales las más generosas, relativamente, y, finalmente, se situarían por su cuantía relativa de donación, los organismos internacionales de variado cariz, comenzando por la UE y sus diferentes organismos y agencias, por delante de otros entes públicos internacionales.

Recogiendo información de ambas fuentes, sí se puede constatar como las entidades con mayor dimensión internacional recurren fundamentalmente a recursos privados (particularmente, socios, colaboradores, padrinazgo, etc.).

Son precisamente las entidades de mayor dimensión y operativas en el espacio internacional para sus actividades, las que acuden con mayor frecuencia e intensidad a entidades externas para desarrollar fórmulas de *fundraising* externo.

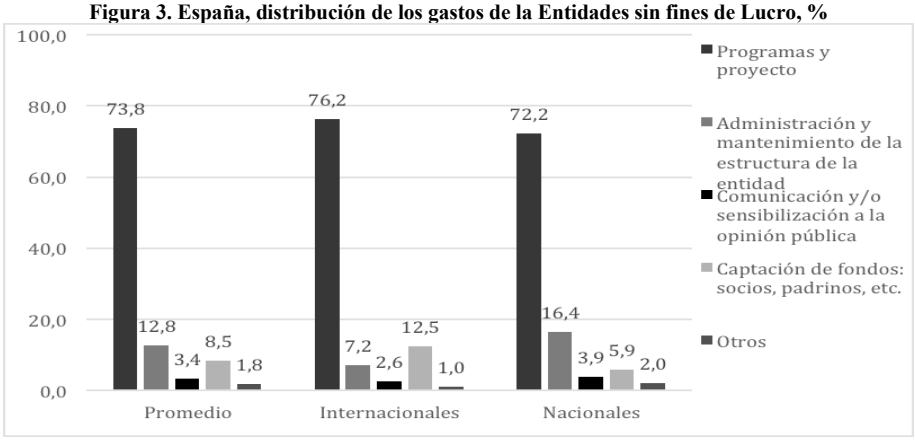
[18] Véase el Anexo incorporado a dicho estudio (nota a pie de página 1) en la web de la AEFr: www.aefundraisngr.org.

En buena medida, como observaremos a continuación, la praxis del *fundraising* y la aplicación de sus técnicas a la captación de recursos, viene, con en otros ámbitos de la vida económica del país, de entes transnacionales que transportan con su presencia tales tecnologías innovadoras.

El análisis de los resultados en materia de distribución de los gastos se realiza comparando las entidades nacionales frente a aquellas reconocidamente de actuación internacional y que disponen de sucursales o sedes administrativas también en nuestro país.

Los datos revelan que la principal partida de gasto de las entidades encuestadas es el gasto en programas y proyectos propios. Éstos significan casi el 74 por ciento de los gastos totales; entre las entidades nacionales, este gasto es inferior al de las internacionales, es decir, un 72,2 por ciento de las nacionales frente a un 76,2 de las internacionales.

Figura 3. España, distribución de los gastos de la Entidades sin fines de Lucro, %



Fuente: Elaboración propia

Los gastos restantes son aquellos realizados en administración, gestión, publicidad y capitación de fondos, que, por lo tanto, son superiores en las entidades caritativas nacionales.

En este sentido, los gastos en administración y mantenimiento de la estructura representan, en promedio, el 12,8 por ciento de los gastos totales. En las nacionales, estos gastos ascienden a 16,4 por ciento, frente al 7,2 por ciento de las internacionales.

Este resultado revela que la estructura las organizaciones nacionales dedica una mayor parte de sus gastos para cubrir los costes administrativos y de mantenimiento que las organizaciones internacionales.

Esto podría explicarse por varios factores: por las dimensiones de las entidades, es decir, aquellas entidades de mayor tamaño tienden a tener una menor proporción de coste administrativo y de mantenimiento que las pequeñas, debido a la existencia de economías de escala; podría también explicarse, por otro lado, por la existencia de factores de sinergias administrativas entre las instituciones internacionales, es decir, entre sus sucursales en diferentes países.

Por otra parte, en lo que se refiere gastos para la captación de nuevos ingresos, sea a través de campañas de comunicación y publicidad o de captación directa de fondos (socios, apadrinamiento, etc.), es decir, el *fundraising*, el esfuerzo es mucho más intenso también entre las entidades internacionales que en las nacionales.

En promedio, las entidades caritativas nacionales dedican el 9,8 por ciento a actividades de publicidad (3,9 por ciento) y de capación directa de fondos (5,9 por ciento); por otro lado, sin embargo, las organizaciones internacionales destinan el 15,1 por ciento, siendo el 2,6 por ciento a tareas de comunicación y publicidad y el 12,5 por ciento a actividades dedicadas a la captación directa de fondos.

En esta última partida de gastos es donde se observa la diferencia de estrategia de captación de fondos más importante entre entidades nacionales e internacionales y, por lo tanto, de cultura de *fundraising*.

Otra distinción significativa en gestión entre las entidades nacionales y las internacionales se refiere a la estrategia de captación de fondos. Las entidades internacionales acuden con más frecuencia a la externalización tanto de las actividades de publicidad y de comunicación como de captación de fondos.

Esto implicaría, en otras palabras, que las instituciones caritativas internacionales aun con actividad en el territorio español contratan con más frecuencia a profesionales externos, empresas de *fundraising*, que las nacionales. Quizás, por otra parte, esto explicaría el mayor gasto administrativo de las nacionales frente a las internacionales.

5. ALGUNAS CONSIDERACIONES A TENER EN CUENTA EN UNA FUTURA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE *FUNDRAISING* EN ESPAÑA

La financiación de las actividades de interés general y sus diferentes herramientas constituyen una materia de interés central para el conocimiento, potenciación e información sobre la filantropía, suponiendo el sostenimiento financiero de tales operaciones humanitarias uno de los desafíos más relevantes de la filantropía.

Asimismo, tal apoyo financiero no debe centrarse, de manera exclusiva, en incrementar los fondos a disposición de las actividades de interés general, sino en diversificarlos (especialmente, cuando muchas ONG han constatado los negativos efectos derivados de una excesiva dependencia con respecto a las subvenciones de las Administraciones Públicas), hacer más reiteradas las aportaciones, reducir los costes de captación de recursos financieros (principio de eficiencia) y lograr una conexión entre el aportante y la institución privada sin fines de lucro a largo plazo, cuya existencia genere sinergias y beneficios comunes en la relación entre el donante y donatario.

El *fundraising,* como mecanismo de financiación filantrópica, debe ser analizado en ese contexto de relevancia creciente de la filantropía en todo el Mundo, del fomento del interés por las razones, causas, manifestaciones y desarrollos de aquélla y de búsqueda de mejores y mayores herramientas de financiación de las actividades de interés general.

Fomentar el *fundraising* supone, en consecuencia, incentivar las causas cívicas, el interés general, la implicación de las personas físicas y jurídicas en el bienestar general de la

sociedad y la filantropía en su conjunto y, a la postre, en el logro de causas en beneficio común de la Humanidad, tal y como las diseñadas en la Agenda 2030 (NN.UU., 2015).

Para investigar acerca de la regulación del *fundraising* en la Unión Europea (UE) y proponer medidas al respecto en España, no debe aislarse el estudio de la actividad de *fundraising,* concentrándonos exclusivamente en exponerla desde un punto de vista puramente jurídico e, incluso, de búsqueda de regulación estrictamente estatuaria de la operatoria del *fundraising*.

Lo que hemos de plantearnos, a la hora de proponer un estatuto jurídico, un marco normativo del *fundraising* y sus gestores, los *fundraisers,* es cómo esta legislación puede favorecer la filantropía, mejorar la imagen de la misma entre las sociedades contemporáneas y coadyuvar a impulsar la sostenibilidad financiera de las actividades humanitarias, con una perspectiva, por otra parte, a largo plazo.

Todo ello, teniendo en cuenta que el *fundraising* ha demostrado en las sociedades donde ya tiene un período de desarrollo largo, por ejemplo, en zonas anglosajonas e, incluso, en naciones donde estos negocios disponen de un recorrido temporal menor, supuesto de Italia, que, además, de estar detrás del crecimiento regular y constante de las donaciones y negocios jurídicos asimilados, del *giving,* en favor del Tercer Sector, su mecánica de captación de recursos profesional y de uso intensivo de las TIC es la más apropiada tanto para acercarse a las empresas (potenciado su relativamente reducido volumen de RSC/RSE, ver *supra)* y a determinados grupos sociales, supuesto de los jóvenes y, por último, de reforzar la eficiencia en la obtención de fondos para las ONG.

El *fundraising* y su desarrollo normativo tiene, pues, que configurarse desde una óptica intermedia, es decir, desde la relación existente entre las entidades sin fines de lucro, perceptoras de fondos (donatarias) y los sujetos (personificados o no, empresariales o particulares) que aportan instrumentos financieros muy diversificados (donantes).

El estudio del *fundraising* no puede, por otra parte, ser solamente normativo sino que ha incluir otros elementos técnicos, económicos, sociales y culturales; analizando los entornos económicos, sociales y tecnológicos que pueden convertir el *fundraising* en el mecanismo apropiado para construir vínculos reforzados entre donantes y donatarios y lograr una mayor eficiencia en la construcción de esa cadena de contactos.

Por lo tanto, la normativa sobre *fundraising* debe hacerse desde este planteamiento intermediario, de actividad y continuidad de las relaciones financieras entre donantes y donatarios a favor de actividades filantrópicas, rechazando delimitar el *fundraising* como un simple elenco de nuevas tecnologías al servicio de la financiación del Tercer Sector o como un sencillo problema de regulación de esa operatoria.

El *fundraising* no puede, en consecuencia, confundirse con el *crowdfunding* no lucrativo o con otras técnicas de captación de recursos específicas, tipo *street fundraising, door to doo*r, etc., ya que tales medios o herramientas son instrumentales para la finalidad del *fundraising*, con independencia de que éste las utilice de manera regular. Lo mismo sucede con la aplicación de las tecnologías de la comunicación o del *marketing*.

Precisamente, que uno de sus rasgos distintivos sea la generalización y normalización de la introducción de las TIC y de las actuaciones de captación colectivas de recursos por parte de las entidades filantrópicas, muestra la posibilidad de que el *fundraising* desarrolle todo su potencial en favor del Tercer Sector.

En suma, no cabe ni se puede identificar al *fundraising* con herramientas particulares de captación de fondos para el Tercer Sector, aunque una de las grandes novedades incorporadas por el *fundraising* profesional sea la introducción y generalización de las TIC, las técnicas de comunicación y relaciones públicas y la modificación de modalidades clásicas de captación de fondos, verbigracia, las ligadas al uso de espacios públicos (calles, plazas, centros comerciales, etc.) a la hora de derivar recursos para las ONG.

Por lo tanto, la regulación del *fundraising* no puede equipararse solo con la normativa relativa a las herramientas de captación de fondos, por novedosas o muy modernas, tecnológicamente hablando, que éstas sean.

En estas circunstancias, podría intentar construirse la legislación del *fundraising* desde una perspectiva subjetiva, es decir, en atención al destino de los fondos financieros logrados con esta actividad: las entidades del Tercer Sector.

A estos efectos, resulta de interés señalar las opiniones recogidas en la encuesta sobre *fundraising* dirigida algunos de los actores más relevantes de las actividades de interés general en España[19], ONG de mayores dimensiones, algunas de ellas de carácter transnacional.

En este sentido, destacan las siguientes opiniones, sugerencias y proposiciones:

— Se solicita un marco regulatorio propio.

— Este marco regulatorio del *fundraising* debe ser diferente del de las entidades mercantiles.

— En ese marco regulatorio se deben incluir, como elementos distintivos propios, el énfasis en:

  a) La transparencia, la rendición de cuentas y la auditoría de sus actividades.

  b) La profesionalización del *fundraiser*.

  c) La voluntad del donante a la hora de captar fondos.

  d) La flexibilidad en la aplicación de las disposiciones anti-lavado de capitales y de transparencia en la regulación del sector.

[19] Véase notas a pié de página 1 y 15 de este artículo.

e) El componente ético de la captación de fondos, el cual debe quedar de manifiesto siempre, los intereses de la colectividad deben estar por encima de los personales o profesionales.

En materia de regulación fiscal, responden, pensando, fundamentalmente, en la problemática e intereses de la propia ONG, con sugerencias, como:

— Mayores deducciones fiscales para los donantes, entrando en aspectos particulares, verbigracia, incluir en la normativa del mecenazgo (Ley 49/2002, de 23 de diciembre) a los servicios pro bono como incentivados, fiscalmente hablando[20].

— Cambiar la situación de la ONG en el IVA, ya que "encarece mucho algunas acciones", pidiendo su exención o algún tipo de mejora en este impuesto.

A lo que añaden su interés por:

— Mayores facilidades para la RSC/RSE.

— Control fiscal sobre las grandes fundaciones, para evitar el fraude.

— Que no existan límites para las deducciones fiscales de las grandes donaciones.

Y, en materia laboral, expresan la necesidad, a su juicio, de:

— Fórmulas de contratación que arroparan adecuada y justamente la labor de captación de fondos persona a persona.

— Que se eviten los abusos y las malas prácticas.

— Estar al día en el pago a la Seguridad Social.

— Salario mínimo garantizado.

— Evitar la precarización de algunos puestos de trabajo.

Aunque, no todos consideran necesaria una regulación laboral específica sino, más bien, se inclinan por autorregulación en esta materia, con un fuerte componente ético.

Y, finalmente, plantean otras cuestiones como:

— Unificar los Códigos Éticos vigentes, introduciendo un único Código de *Fundraising*.

— Mayor cautela en materia de protección de datos.

[20] Véase a este respecto, Garrigues (2016).

— Que, en materia de contratación pública, se diesen mejores condiciones a las empresas que financian las ONG.

— Tener cuidado con el acoso a los transeúntes.

Y, finalmente, con carácter general muestran su interés por[21]:

— Un estatus fiscal europeo para las ONG.

— Mejorar las condiciones de mecenazgo.

— Flexibilidad en la aplicación de las normas anti-blanqueo de capitales y de transparencia.

A tenor de estos comentarios y propuestas –excesivamente genéricos y centrados más en temas regulatorios de la actividad de las ONG que en el *fundraising* y su operatoria–, todo parece indicar, de modo indirecto, que aun compartiendo las ONG encuestadas la preocupación por el f*undraising*, su desarrollo y su posible regulación en distintos niveles, no parece este asunto encontrarse en el centro de las preocupaciones de las ONG españolas, al menos de las consultadas para este trabajo.

Finalmente, como colofón del análisis llevado a cabo, se desarrollan a continuación un conjunto de reflexiones orientadas a mejorar la práctica del *fundraising* (interno y externo), entendiendo que con ello se contribuye a de ampliar y diversificar las fuentes de financiación de la ONG dedicadas a actividades sociales, las cuales pueden contribuir, además, a guiar el debate sobre la futura regulación normativa (o formas extensas de autorregulación) de las actividades que conforman la herramienta analizada, el *fundraising*.

Dado que el modelo económico y social de la UE, se centra en la llamada "economía social de mercado" y que la construcción de una "sociedad cívica" y una ciudadanía responsable y solidaria forman parte de los principios generales de la UE, esta organización internacional no puede ser indiferente ante la ausencia de una regulación europea común del Tercer Sector, clave para la configuración de los aspectos sociales, culturales y cívicos de tal modelo (Nonprofit Tech for Good, 2017).

Por ello, sería necesario relanzar los proyectos de creación de las figuras de la fundación y la asociación europea, modalidades clásicas de ONG, como muestra, asimismo, del compromiso de la UE con los valores éticos y humanitarios que representa el Tercer Sector.

La libertad de asociación para un fin legítimo y de interés general es un derecho universal humano, en cuyo logro se encuentra comprometidas las instituciones europeas y que forma parte de los instrumentos de Derecho Internacional firmados y reconocidos por la UE.

[21] Son numerosas las propuestas de programas de impulso a la actividad de la ONG. Véase, a título de ejemplo, Plataforma de ONG de Acción Social (2015).

Parte integra de ese derecho es que la financiación de las ONG que defienden y manifiestan esa libertad asociativa, sea libre, neutral, suficiente y diversificada, evitando toda discriminación en sus orígenes y en los métodos e instrumentos utilizados para lograr unos recursos suficientes y diversos.

Sin ingresos propios, variados y suficientes no es posible la libertad de asociación y, en consecuencia, la UE debería incluir entre la defensa de este derecho la de una financiación suficiente y apropiada del Tercer Sector.

La UE debería también manifestar su apoyo al libre desarrollo del *fundraising* como uno de los instrumentos más eficaces y eficientes para financiar el Tercer Sector, evitando cualquier discriminación contra el mismo, prohibiendo, por ejemplo, las restricciones a la utilización de *fundraisers* de otros países europeos, pues tales limitaciones atentan contra las libertades básicas del mercado interior.

De igual modo, la UE debería ser neutral a la hora de prefigurar un régimen de financiación del Tercer Sector, abogando por un mayor equilibrio entre sus tres fuentes básicas: sector público, empresas y particulares y buscando, especialmente, un mayor compromiso en la financiación del Tercer Sector por parte de las empresas europeas, mediante el ejercicio de la RSC/RSE y de los particulares, a través de un incremento en el número de donantes y de voluntarios.

Como las experiencias de *fundraising* internacionales y europeas han demostrado su eficacia y eficiencia a la hora de lograr una adecuada financiación de las ONG, así como su interés para lograr unos recursos financieros más equilibrados y sostenibles para el Tercer Sector, la UE debería impulsar los estudios, estadísticas, informes, documentos, etc. relativos al *fundraising*, impulsando un marco común europeo para estas actividades como paso previo para, en su caso, establecer algún tipo de normativa común que atienda a sus especialidades.

Ante la ausencia de metodologías uniformes y los problemas que genera la diversidad de estadísticas relacionadas con el *fundraising* y su importancia en los 28 Estados miembros de la UE, las instituciones comunitarias y, en especial, la Comisión Europea, como órgano motor de la UE y EUROSTAT, como Oficina Estadística de la UE, tendrían que desarrollar un programa estadístico riguroso, actualizado y completo relativo a la incidencia del Tercer Sector en la UE, dentro del cual se incluyese información cuantitativa específica relativa a las actividades de *fundraising*.

A partir del análisis de las diferentes experiencias de Derecho comparado en la UE respecto al marco regulatorio del *fundraising*, no puede afirmarse cuál de los tres grandes modelos expuestos en la investigación (estatutario, auto regulatorio y mixto), así como sus diferentes mezclas y variedades, es el más apropiado para el conjunto de la UE, ni que una de tales variedades reúna los requisitos necesarios para ser calificada como óptima (Etherington, Hurley, Pikeathley & Saltaire, 2015).

Lo que no puede hacerse, es confundir o equiparar la normativa del *fundraising*, relacional o externo, cuyo fin principal es proporcionar recursos de manera eficiente y rigurosa para los fines de las ONG y por encargo de éstas, así como el logro de una

vinculación a largo plazo entre el donante y la IPSFL, con la regulación bien de las diferentes herramientas que el *fundraising* puede aplicar para lograr tales fines (TIC o tradicionales), bien con el *crowdfunding,* bien con el marco regulatorio general de las actividades de las ONG que integran el Tercer Sector.

En aras de la seguridad jurídica, así como para mejorar y potenciar sus indudables beneficios para el desarrollo del Tercer Sector, se debe demandar que exista una normativa específica del *fundraising*, adaptando tanto el nivel y naturaleza de la misma (legal, reglamentario, etc.), así como su grado de desarrollo y su vinculación con el resto del Ordenamiento Jurídico a las circunstancias propias de cada país, a su modelo legislativo y las necesidades y situación de las ONG que desarrollan su actividad dentro del territorio de cada jurisdicción.

En cualquier caso, parece conveniente y necesario proponer que la normativa del *fundraising* se vincule al régimen general que regula la actividad de las ONG y las finalidades del Tercer Sector, para evitar la disociación entre un elemento instrumental, como es el *fundraising*, y la finalidad fundamental de las instituciones a las que sirve: las ONG.

De esta manera, no cabe esperar una regulación tanto de las ONG como de las relaciones de la sociedad con el Tercer Sector, que podemos definir de manera amplia como "mecenazgo", sin que se plantee en el seno de la misma el papel del *fundraising* como herramienta fundamental tanto para la financiación de las ONG como para modernizar las mismas, aumentar su difusión social e implicar a nuevos sujetos (en particular, las empresas) en el círculo de los *stakeholders* del Tercer Sector.

En España, al contrario que en otros Estados de la UE, la situación regulatoria del *fundraising* parte de mínimos, pues ni siquiera puede afirmarse que la sociedad en su conjunto y las propias ONG conozcan de manera suficiente, transparente y precisa cuál es el significado del *fundraising* y cuáles son las ventajas (y, en su caso, inconvenientes) que la aplicación de esta herramienta de financiación presenta para el Tercer Sector en nuestro país.

Quizás a este respecto puede ser ilustrativa la experiencia británica. Una combinación de autorregulación y normativa reguladora podría ser el mejor camino para la potenciación del fundraising en España, con beneficios derivados para la financiación de la actividad de la ONG.

Sin pensar en la aplicación mimética del modelo inglés, resulta de interés la idea de recoger en la normativa la experiencia de contrastada de la autorregulación en el ámbito del *fundraising*.

De igual modo, puede resultar positiva para el avance de la financiación hacia el Tercer Sector la posibilidad de impulsar alguna instancia pública de regulación que formulará no solo propuestas, a tenor de la citada experiencia autorreguladora, sino que también asumirá funciones de apoyo técnico al mismo (estadísticas, estudios, conciliación, etc.).

Por otra parte, el ámbito de regulación y ordenación de la actividad del *fundraising* transciende el marco estatal e incluso regional y se introduce en aspectos más de detalle, que

afectan a la aplicación de sus técnicas de trabajo (*face to face*, puerta a puerta, etc.) en el terreno de las ordenanzas municipales y, lógicamente, en la imbricación de estos trabajadores en el régimen de la Seguridad Social.

Una hipotética regulación de carácter general ha de tener en cuenta estas realidades y la experiencia acumulada de la autorregulación en este terreno para marcar líneas generales de actuación que, con posterioridad, ejecuten y coordinen los entes locales.

El espacio de regulación en este terreno es amplio y requeriría la puesta en común previa de experiencias ya en marcha o en proceso, antes de su generalización.

En el horizonte más inmediato, en primer lugar, sería necesario el desarrollo de una campaña informativa y publicitaria centrada en la propia existencia del *fundraising*, sus funciones y propósitos en materia de financiación de las ONG, su contribución positiva al desarrollo y crecimiento armónico del Tercer Sector, etc. (Shofund, 2017 y García, 2013), así como para desmentir algunos de los aspectos negativos que, de manera inconexa y poco fundada, se atribuyen a la misma, caso de la deflación salarial (Mac Quillin, 2016).

A la vez, en un marco como el sugerido más arriba, deberían ponerse en marcha encuestas y otras informaciones estadísticas que permitieran un conocimiento más exhaustivo y diversificado, así como fundado desde las vertientes cuantitativa y cualitativa, de la realidad del *fundraising* en España.

En el marco de la necesaria reforma de la normativa sobre el mecenazgo en España, concretamente, de la Ley 49/2002, adaptándola a los nuevos entornos y necesidades del Tercer Sector, se debería expresamente regular el *fundraising* como un sistema estándar, legalmente reconocido de financiar las ONG, así como desarrollar expresamente que su utilización por parte de las ONG y de los donantes particulares o empresariales no conlleva ninguna reducción de los beneficios fiscales vinculadas al mecenazgo.

En otro orden de cosas, se debería, asimismo, incorporar una regulación flexible y adaptada al *fundraising* de los beneficios fiscales que la participación en actividades de interés general conlleva en nuestro Derecho positivo.

En materia de regulación sectorial, desde las cuestiones laborales y de Seguridad Social a las relativas a la protección de datos, pasando por las disposiciones de orden público, se deberían incluir reglas específicas para el *fundraising* que no impidieran sus actividades y que, por otro lado, adaptaran el cumplimiento por parte de los profesionales del sector de tales disposiciones estatutarias.

En el marco jurídico que normase la estructura, organización, medios, controles y aspectos generales de las ONG y del Tercer Sector, había que integrar la actividad de *fundraising* como un medio ordinario para facilitar la labor de las instituciones del Tercer Sector.

Con independencia del marco regulatorio del Tercer Sector y de las precisiones incluidas en el mismo para regular el *fundraising*, tanto las ONG como los *fundraisers* deberían comprometerse a cumplir una serie de Códigos éticos y de conducta, que unificaran

los criterios de actuación en estos ámbitos de las empresas mercantiles registradas como operadoras en *fundraising*.

Todo estos elemento que confieren mejor imagen para la actividad del *fundraising,* habrían de implicar una mayor promoción de sus actividades, cuyo desarrollo, junto a otras actuaciones de entidades privadas, como la AEFr, debieran dirigirse, con especial énfasis, a las entidades caritativas que actúan exclusivamente en España, puesto que son las instituciones de ámbito territorial exclusivo español, aquellas que utilizan los servicios profesionales del *fundraising* (que externalizan la captación de fondos) en menor proporción si las comparamos con ONG internacionales que, a su vez, trabajan en España.

Para incrementar el volumen de negocios de las actividades de *fundraising* en el Tercer Sector español las entidades que operan en el mismo, deberían perfilar estrategias más adaptadas al entorno.

De este modo, con un mayor conocimiento de la estructura social y económica de los distintos territorios nacionales, podrían focalizar sus esfuerzos de captación en aquellos colectivos de personas o en regiones con una situación económica y laboral relativamente mejor que la media de España, una vez que se demuestra que es, en estos estratos sociales, se concentran las personas con mayor probabilidad de realizar donaciones o aportaciones a la caridad.

Esta focalización de las estrategias de las empresas de *fundraising* también habría de dirigirse hacia las empresas de mayor facturación, una vez que, más del 80% de las donaciones deducibles del IS, las realizan empresas con una facturación superior a 30 millones de euros.

Lo cual, no es óbice para que estrategias específicas se introduzcan con mayor intensidad en el campo extenso de las PYME y las microempresas, sectores de singularidad destacada en el caso español a estos efectos.

La construcción de un catálogo de empresas donantes, tarea que no sería muy compleja (teniendo en cuenta que, poco más de 300 empresas representan más del 58% del total de las deducciones del IS por donaciones caritativas; y alrededor de 1.300 suponen el 80% del total de donaciones empresariales en España), conformaría una actividad de singular interés para el avance de las estrategias de captación de activos empresariales por parte de la actividad de *fundraising* (orgánica u externa) a favor de la financiación de las ONG..

Igualmente, entendemos que se requiere de una mayor promoción de las actividades de *fundraising*, particularmente, las dirigidas a las entidades caritativas que actúan exclusivamente en España, puesto que son estas instituciones las que utilizan los servicios profesionales del *fundraising* (que externalizan la captación de fondos) en menor proporción.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Asociación Española de Fundraising-AEFr (2017). *Realidad del Socio y el Donante en España*.

Asociación Española de Fundraising-AEFr (2018). Ante la inminente reforma de la Ley de Mecenazgo, mimeo. En http://www.aefundraising.org.

Asociación Española de Fundraising.AEFr (2014). Sobre la necesidad de reformas legislativas en la mejora de la financiación del sector no lucrativo y el incentivo al mecenazgo, agosto, mimeo.

Aznar, José María; Carbajo Vasco, Domingo & Vázquez, Ángel Luis. *99 Cuestiones Prácticas sobre la_Nueva Ley General de Subvenciones*_Ediciones Experiencia, Barcelona, abril 2004.

Bazin, Cécile; Duros, Marie & Malet, J. (2017). *La générosité des francais, Recherches & Solidarités,* 22 ª edición, noviembre. IDAF, IDEAS y Le Don en confiance, (http://blog.associatheque.fr/la-generosite-des-francais-22eme-edition-recherches-solidarites/).

BBVA Research (2015). Fundraising: definición y métodos. En https://www.bbva.com/es/fundraising-definicion-metodos-y-aspectos-de-actualidad/ (último acceso el 18 de mayo de 2018).

Boccacin, Lucia & Lombi, Linda (2017) Research on Giving in Italy. In: Hoolwerf, LK & Schuyt, Th.NM (eds) Giving in *Europe. The state of research on giving in 20 European countries*. ERNOP-EU Publication. Amsterdam: Lenthe Publishers.

Boenigk, Silke, Hölz, Martin, Mildenberger, Georg, Schrötgens, Jutta, Vahlpahl, Tobias, & Wilke, Burkhard. (2017) Research on Giving in Germany. In: Hoolwerf, LK & Schuyt, Th.NM (eds) *Giving in Europe. The state of research on giving in 20 European countries*. Amsterdam: Lenthe Publishers.

Boudin, Y. (2011). *Réseaux social et e-collecte: quelle strategie web pour les organisations caritatives?* Máster 2 Web Editorial. En https://webnonprofit.files.wordpress.com/2013/02/3-1m.pdf.

Breen, O. B. (2015): Minding the Pennies: Global Trends in the Regulation of Charitable Fundraising, en Jung, Harrow and Phillips (eds.). *Routledge Companion on Philanthropy*, *Spring.*

Bulkardt, Ulrike (2005). *El concepto de fundraising y su aplicación a las donaciones monetarias procedentes de particulares, CIES*. En http://www.josebatiz.com/Unidad%201/No4.pdf.

Cabra de Luna, Miguel Ángel & Lorenzo García, R. (2005). *El tercer sector en España: ámbito, tamaño y perspectivas,* Revista Española del Tercer Sector, n º 1: 95 a 134.

CAF (Charity Aid Foundation) (2017). CAF World Giving Index Report. A global view of giving trends, September 2017. En https://www.cafonline.org/docs/default-source/about-us-publications/cafworldgivingindex2017_2167a_web_210917.pdf?sfvrsn=ed1dac40_10 (último acceso el 16 de junio de 2018).

Carbajo Vasco, D. (2014). "La importancia de las estadísticas del IRPF para los estudios de Política Social en España", en www.blogmastercaf.wordpress.com/author/domingocarbajovasco/, 10 de septiembre.

Carreras Fisas, Ignasi. (2013). *Estudio sobre el presente y el futuro del Tercer Sector social en un entorno de crisis*, ESADE, Instituto de Innovación Social, 05/2013, http://www.esadeknowledge.com/view/estudio-sobre-el-presente-y-futuro-del-tercer-sector-social-en-un-entorno-de-crisis-153457.

Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) (2016). *Encuesta Social General Española (ESGE) 2015/16*. Madrid: CIS.

Cruz Amorós, Miguel & López Ribas, Silvia (2004). *La fiscalidad en las entidades sin ánimo de lucro: estímulo público y acción privada.* Madrid: Ed. CIDEAL, PriceWaterhouseCoopers.

Etherington, Sir Sturart, Hurley, Lord Leigh of, Pikeathley, Baroness & Saltaire, Lord Wallace of (2015). *Regulating fundraising for the future*. Tr*ust in charities, confidence in fundraising regulation,* September, en https://www.ncvo.org.uk/images/documents/policy_and_research/giving_and_philanthropy/fundraising-review-report-2015.pdf

European Fundraising Association, (EFA) (2017). *Fundraising in Europe. A brief exploration of the European charity fundraising environment, based on a survey of EFA's members; 15 national fundraising association representatives,* December 2017, http://www.efa-net.eu/images/pdf/EFA_Fundraising_in_Europe_Report_Dec_17.pdf

Felgueiras, Ana & Rey-García, Marta (2017). Research on Giving in Spain, en Hoolwerf, Barry & Schuyt, Theo (eds). *Giving in Europe. The estate of research on giving in 20 European countries*. ERNOP-EU Publication. ERNOP-EU Publication Amsterdam: Lenthe Publishers. (ISBN 9789075458862).

Foundation de France (2018). *Observatoire de la Philanthropie. Panorama national des générosités, Foundation de France http://www.francegenerosites.org/wp-content/uploads/2018/04/synthese_panorama_generosites_2018.pdf*

Fulskey, Daniel (2016). *Fundraising and treating everybody fairly, Civil Society Voices,* 28 November 2016, https://www.civilsociety.co.uk/voices/daniel-fluskey-fundraising-and-treating-everybody-fairly.html.

Fundación PWC (2018). *Radiografía del Tercer Sector Social en España: retos y oportunidades en un entorno cambiante*, http://www.plataformatercersector.es/sites/default/files/20180626%20estudio%20fundacion-pwc-tercer-sector-social-2018%20DEF.pdf.

García, María M. (2013). "3 ejemplos de campañas de fundraising exitosas", *Semántica Social*, 8 de noviembre de 2013, http://www.semanticasocial.es/2013/11/08/3-ejemplos-campanas-fundraising-exitosas/.

Garrigues, Antonio (2016). Régimen fiscal del Tercer Sector: Cuestiones de actualidad en la tributación de la captación de fondos, AEFr, *XVI Congreso de Fundraising*, *Revolucionando contigo*, 16 de junio, memo.

Gautier, Arthur & Nervaux, Laurence de, (2017). Research on Giving in France. en Hoolwerf, Barry & Schuyt, Theo (eds). *Giving in Europe. The estate of research on giving in 20 European countries.* ERNOP-EU Publication. Amsterdam: Lenthe Publishers. (ISBN 9789075458862).

Gregory Segovia, Rebecca & Swindoll, Curt (2017). *The Nuts and Bolts of Relationship Fundraising,* Pursuant, en https://es.slideshare.net/Pursuant/the-nuts-and-bolts-of-relationship-fundraising.

Hoolwerf, Barry & Schuyt, Theo (eds.) (2017). Giving in Europe. The state of research on giving in 20 European countries. ERNOP-EU Publication. Amsterdam: Lenthe Publishers. (ISBN 9789075458862)

Hoolwerf, Barry; Sanders, Renske; Mohan, John & Pharaoah, Cathy (2017). Research on giving in United Kingdom, en Hoolwerf, Barry & Schuyt, Theo (eds). *Giving in Europe. The estate of research on giving in 20 European countries*. ERNOP-EU Publication. ERNOP-EU Publication Amsterdam: Lenthe Publishers. (ISBN 9789075458862).
http://www.plataformatercersector.es/sites/default/files/N27%20RETS%20Financiaci%C3%B3n%20del%20Tercer%20Sector.pdf

Institute of Fundraising (2018). *Acceptance, refusal and return. A practical guide to dealing with donation*. May. En file:///C:/Users/usurio/Downloads/iof-acceptance-refusal-and-return-a-practical-guide-to-dealing-with-donations.pdf.

Kennedy, Lynn (2017). *Fundraising self-regulation systems across the UK and Ireland,* www.nicva.org/article/fundraising-self-regulation-systems-across-the-uk-and-ireland

Lilly Family School of Philanthropy (2018). *The Global Philantrophy Environmental Index, 2018,* IUPUI, https://globalindices.iupui.edu/environment/downloads/index.html

MacQuillin, Ian (2016). *Rights stuff. Fundraising´s Ethics Gap and a new Theory of Fundraising Ethics v1.1*. Sustainable Philanthropy with Plymouth University, ROGARE. The fundraising think tank, September. https://www.plymouth.ac.uk/uploads/production/document/path/7/7407/Rogare_Fundraising_Ethics_White_Paper_v1.1.pdf (acceso el 20 de julio de 2018)

Mafe, Marvick (2017). Fundraising regulation in Scotland, en ROGARE. *Critical Fundraising Report, 2. Scotland*; capítulo 6.1.

Naciones Unidas (NN.UU.) (2015). Asamblea General. Septuagésimo período de sesiones. Transformar nuestro Mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Resolución aprobada por la Asamblea General el 20 de septiembre de 2015, Naciones Unidas, A/RES70/11, aprobada por el Director General el 21 de octubre de 2015, https://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ares70d1_es.pdf (último acceso realizado el 7 de octubre de 2018).

Nonprofit Tech for Good (2017). *Global Trend in Giving Report 2017*. En https://4bt4ip3d0mz731wvfx1ffdgr-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2017/09/2017-Global-Trends-in-Giving-Report-English-Final1.pdf

Palencia-Lefler Ors, Manuel (2001). *Fundraising. El arte de captar recursos. Manual estratégico para organizaciones no lucrativas*, Ed. Instituto de Filantropía y Desarrollo, Barcelona.

Payton, Robert (1987). "Philanthropy as a concept," Payton papers.org, http://134.68.190.22/output/pdf/0081.pdf (último acceso el 22 de junio de 2018).

Plataforma de ONG de Acción Social. (2015). *Propuestas del Tercer Sector en el Programa Nacional de Reformas 2015,* 19/05. En https://www.plataformaong.org/.

PWC. (2014). *La reacción del Tercer Sector Social al entorno de crisis*, Madrid.: Fundación la Caixa.

ROGARE (2017). *Critical Fundraising Report. Scotland, v1.1,* Ed. Plymouth Hartsook Centre for Sustainable Philanthropy, *November. En https://www.plymouth.ac.uk/uploads/production/document/path/10/10714/Rogare_s_Critical_Fundraising_Report_for_Scotland.pdf*

Ruesga Benito, Santos. M. (2014). "El "shock" de empleo en la Gran Recisión 2.0", en: García Norberto, E.; Ruesga Benito, S. M. (coords.). *¿Qué ha pasado con la economía española?. La Gran Recesión 2.0 (2008 a 2013*). Madrid: Ed. Pirámide: 249 a 300.

Salamon, Lester M., Sokolowski, S. Wojciech & Haddock, Megan A. (2011). "Measuring the Economic Value of Volunteer Work Globally: Concepts, Estimates, and a Roadmap to the Future". Annals of Public and Cooperative Economics 82:3, pp. 217-252.

Shofund, Jose de (2017). "¿Cómo hacer un plan de fundraising y captación de fondos para tu ONG?", junio 18, en https://shofund.com/plan-fundraising-captacion-fondos-ong/ (último acceso el 30 de junio de 2018).

USAID.ICNL.ECNL. (2017). The regulatory framework for Fundraising in Europe, Ed. ECNL.