MANUAL D'AUTOFINANÇAMENT

DEL TERCER SECTOR AMBIENTAL

IPCENA

EdC Ecologistes de Catalunya

TSAcat
Pla de suport al tercer sector ambiental de Catalunya
2011- 2014

Generalitat de Catalunya
Departament de Territori i Sostenibilitat

ÍNDEX

1. PRESENTACIÓ DEL MANUAL 1

2. INTRODUCCIÓ 2

2.1. QUÈ ÉS LA CAPTACIÓ DE FONS 3
2.2. QUÈ NO ÉS LA CAPTACIÓ DE FONS 3
2.3. QUÈ ES POT OBTENIR? 3
2.4. COM REALITZAR LA CAPTACIÓ DE FONS? 3
2.5. QUAN I QUIN TERMINI HI HA PER REALITZAR UN PROJECTE DE CAPTACIÓ DE FONS? 4
2.6. QUINES FONTS DE FINANÇAMENT EXISTEIXEN? 4

METODOLOGIES DE FONS PRIVATS

1. VENDA DE MATERIAL PROMOCIONAL 6

1.1. QUÈ ÉS 6
1.2. FUNCIÓ / FINALITAT 6
1.3. OPTIMITZACIÓ DE LA MESURA 6
1.4. EXEMPLES 6

2. QUOTES DELS ASSOCIATS 9

2.1. QUÈ ÉS 9
2.2. FUNCIÓ / FINALITAT 9
2.3. OPTIMITZACIÓ DE LA MESURA 9
2.4. EXEMPLES 9

3. DESCOMPTES EN SERVEIS I GRATUÏTATS 11

3.1. QUÈ ÉS 11
3.2. FUNCIÓ / FINALITAT 11
3.3. OPTIMITZACIÓ DE LA MESURA 11
3.4. EXEMPLES 11

4. SERVEIS 13

4.1. QUÈ ÉS 13
4.2. FUNCIÓ / FINALITAT 13
4.3. OPTIMITZACIÓ DE LA MESURA 13
4.4. EXEMPLES 13

5. EVENTS SOLIDARIS 15

5.1. QUÈ ÉS 15
5.2. FUNCIÓ / FINALITAT 15
5.3. OPTIMITZACIÓ DE LA MESURA 15

5.4. EXEMPLES 15

6. LOTERIES I SORTEJOS 19

6.1. QUÈ ÉS 19
6.2. FUNCIÓ / FINALITAT 19
6.3. OPTIMITZACIÓ DE LA MESURA 19
6.4. EXEMPLES 19

7. APADRINAMENTS 20

7.1. QUÈ ÉS 20
7.2. FUNCIÓ / FINALITAT 20
7.3. OPTIMITZACIÓ DE LA MESURA 20
7.4. EXEMPLES 20

8. SIMPATITZANTS 21

8.1. QUÈ ÉS 21
8.2. FUNCIÓ / FINALITAT 21
8.3. OPTIMITZACIÓ DE LA MESURA 21
8.4. EXEMPLES 21

9. DISPLAYS EN PUNTS DE VENDA 23

9.1. QUÈ ÉS 23
9.2. FUNCIÓ / FINALITAT 23
9.3. OPTIMITZACIÓ DE LA MESURA 23
9.4. EXEMPLES 23

10. FORMACIÓ I DIVULGACIÓ 24

10.1. QUÈ ÉS 24
10.2. FUNCIÓ / FINALITAT 24
10.3. OPTIMITZACIÓ DE LA MESURA 24
10.4. EXEMPLES 24

11. COL·LABORACIÓ AMB EMPRESES 25

11.1. QUÈ ÉS 25
11.2. FUNCIÓ / FINALITAT 25
11.3. OPTIMITZACIÓ DE LA MESURA 25
11.4. EXEMPLES 25

12. MECENATGE I PATROCINI 27

12.1. QUÈ ÉS 27
12.2. FUNCIÓ / FINALITAT 27
12.3. OPTIMITZACIÓ DE LA MESURA 27
12.4. EXEMPLES 27

13. CROWDFUNDING 29

13.1. QUÈ ÉS 29
13.2. FUNCIÓ / FINALITAT 29
13.3. OPTIMITZACIÓ DE LA MESURA 29
13.4. EXEMPLES 29

14. HERÈNCIES, LLEGATS I DONACIONS 32

14.1. QUÈ ÉS 32
14.2. FUNCIÓ / FINALITAT 32
14.3. OPTIMITZACIÓ DE LA MESURA 32
14.4. EXEMPLES 32

15. CAPITAL INTEL·LIGENT / BUSINESS ANGELS 34

15.1. QUÈ ÉS 34
15.2. FUNCIÓ / FINALITAT 34
15.3. OPTIMITZACIÓ DE LA MESURA 34
15.4. EXEMPLES 34

16. VOLUNTARIAT CORPORATIU 35

16.1. QUÈ ÉS 35
16.2. FUNCIÓ / FINALITAT 35
16.3. OPTIMITZACIÓ DE LA MESURA 35
16.4. EXEMPLES 36

CODI ÈTIC I DE BONES PRÀCTIQUES

1. PRESENTACIÓ DEL MANUAL

Aquest manual sorgeix de la Mesura 16 del Pla de Suport al Tercer Sector Ambiental de Catalunya 2011-2014: incentivar l'ús d'estratègies innovadores de captació de fons de les entitats. I més específicament, l'Acció 3 sobre promoure accions de les entitats encaminades a la generació d'ingressos propis.

Aquest és un manual enfocat directament a entitats de defensa del medi ambient. Les entitats no tenen una visió mercantil que faci possible disposar dels medis tècnics i materials necessaris per a dur a terme la seva missió principal de defensa de la natura. En general, la seva supervivència es fomenta bàsicament en dos fonts principals: les petites donacions o quotes dels socis/es i les subvencions.

L'increment d'organitzacions dins una mateixa àrea, l'increment de nous aspectes ambientals, les limitacions pressupostàries de les administracions, entre d'altres motius, han fet que les necessitats de finançament hagin augmentat, o si no han augmentat, han disminuït les fonts que originàriament es tenien.

En aquest manual es descriuen propostes de captació de fons econòmics i socials, com optimitzar-les i els exemples d'algunes entitats per tal d'afavorir l'intercanvi d'informació entre les entitats del tercer sector ambiental.

2. INTRODUCCIÓ

Actualment, sembla que parlar de captació de fons en temps de crisi faci aflorar una certa angoixa que obligui a les entitats a captar fons de manera desesperada per assegurar la seva continuïtat.

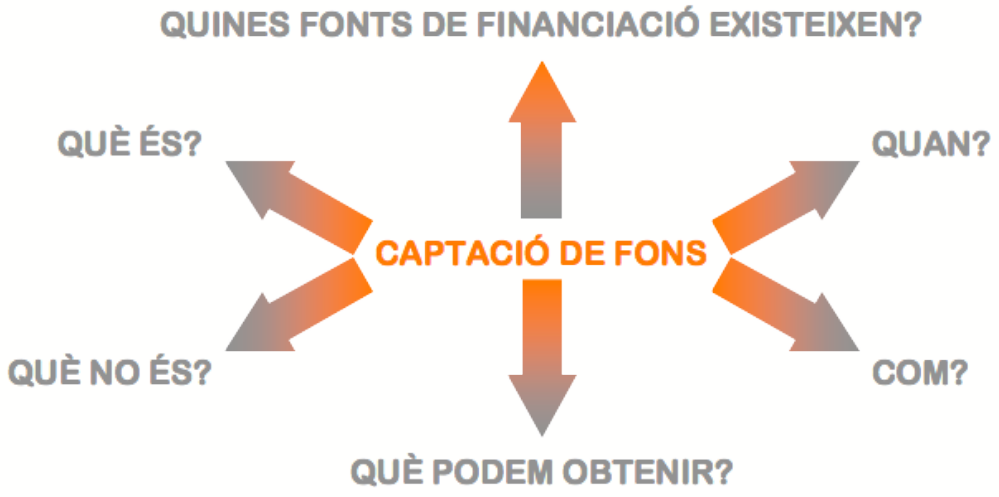
Suposadament, aquest fet ha comportat que la captació de fons o *fundraising* (terme utilitzat en diverses bibliografies) sigui un concepte que, d'uns anys ençà, hagi aparegut amb força dins el món de les organitzacions no lucratives.

L'execució de les activitats que són pròpies a l'entitat per a l'assoliment de la seva missió fa necessari cercar finançament, per tant la captació de fons no ha d'ésser una finalitat en si mateixa sino que ha d'ésser una de les eines que permetin dur a terme aquestes activitats.

Abans, però, d'entrar a fons en aquest tema, cal fer esment que és important conèixer les necessitats i les limitacions reals de cada entitat:

- quina és la situació actual respecte el finançament de les activitats que realitza l'entitat
- quina és la nova situació que es vol aconseguir
- com s'ha de fer per assolir aquesta situació

Cada organització tindrà les seves pròpies respostes perquè cadascuna presenta la seva pròpia realitat. Al final d'aquest manual no es pretén donar una resposta única i definitiva, però sí que es mostraran les eines i les pautes que ajudaran a trobar recursos per tal de tirar endavant les actuacions de les entitats.



2.1. Què és la captació de fons

Quan es pensa en captar fons, s'ha de tenir ben clar que tocarà treballar molt i fort. Primer de tot, s'han de conèixer quins són els objectius i les limitacions del projecte per tal de poder-lo comunicar d'una manera clara i concisa i d'aquesta manera trobar persones i organitzacions que recolzin l'entitat i els objectius del projecte.

2.2. Què no és la captació de fons

Tot projecte requereix paciència, però com s'ha esmentat en el punt anterior, per aconseguir els resultats de la captació de fons s'ha de treballar molt i fort. Per tant, no es pot esperar que els diners caiguin del cel, els resultats seran visibles a mitjà o llarg termini.

Tampoc es pot pretendre imposar l'escala de valors de l'entitat a terceres persones, és a dir, com que el projecte que es va a presentar paga molt la pena, tothom l'ha de recolzar.

I, per últim, i sobretot dins de la conjuntura socioeconòmica actual, la captació de fons no té res a veure amb esperar un miracle ni en pidolar.

2.3. Què es pot obtenir?

Quan es pensa en captar fons, el primer en el que es pensa és en fons econòmics, però captar fons pot implicar altres formes:

- voluntaris
- contactes
- descomptes en la compra de productes i serveis
- donacions en espècie
- idees

2.4. Com realitzar la captació de fons?

Per realitzar la captació de fons, s'ha de partir de l'elaboració d'una anàlisi financera per conèixer el grau de dependència i la necessitat de liquiditat, contemplant els terminis de pagament de cadascuna de les fonts de finançament.

Una bona manera de conèixer les fonts de finançament principals de l'organització i saber com gestionar els diners al llarg de l'any, és realitzar una taula com la que es presenta a continuació on es detalla la procedència de cadascuna de les aportacions econòmiques que rep l'entitat, la quantitat de diners que suposa i el pes que suposa en el total de diners.

PROCEDÈNCIA	IMPORT	% SOBRE EL TOTAL
Quotes dels associats		
Subvencions de l'Ajuntament		
Subvencions de la Diputació		
Subvencions de la Generalitat		
Convenis amb les AAPP		
Donacions de persones		
Donacions d'altres organitzacions privades		
Campanyes de captació específiques		
Venda de productes		
Altres		
…		
TOTAL		

Un cop realitzat aquesta primera anàlisi, s'ha d'elaborar un quadre temporal on s'ha de poder veure els terminis de pagament, ja que en molts casos, primer s'avancen els diners i després es cobren.

2.5. Quan i quin termini hi ha per realitzar un projecte de captació de fons?

En el punt 2.2 ja s'ha esmentat que qualsevol metodologia de captació de fons requereix paciència perquè els resultats són visibles a mitjà o llarg termini. Per tant, la captació de fons econòmics, en molts casos, s'ha d'avançar moltíssim a l'inici de l'activitat i no s'ha de contemplar l'activitat com aïllada de la resta de projectes de l'entitat perquè moltes vegades, els terminis de pagament són a posteriori d'haver acabat el projecte o perquè sempre poden sorgir inconvenients a última hora.

2.6. Quines fonts de finançament existeixen?

Hi ha moltes maneres de classificar els diferents recursos, ja sigui en funció de la seva naturalesa, beneficiari o procedència. En aquest manual es classificaran segons la seva procedència, ja que es considera important reflexionar de la capacitat d'influència sobre els recursos propis i no sobre els externs, els quals, tal i com indica el seu nom, depenen de terceres persones i això dificulta preveure quins ingressos podem rebre d'aquestes fonts.

En el següent apartat, s'exposaran diferents metodologies per gestionar recursos propis.

METODOLOGIES DE FONS PRIVATS

1. VENDA DE MATERIAL PROMOCIONAL

1.1. Què és

Moltes organitzacions posen a la venda samarretes, gorres, pins, bolígrafs, llibres, enganxines, productes ecològics, etc amb un missatge general que englobi els objectius de tota l'entitat o per finançar un projecte en concret.

1.2. Funció / Finalitat

Aquesta metodologia té una doble funció:

- aconseguir recursos econòmics
- difondre l'entitat i les activitats i projectes que realitzi

1.3. Optimització de la mesura

- Fer un acord amb botigues perquè venguin els productes de l'entitat, ja sigui de manera gratuïta, deixant un petit marge comercial o deixant el material en dipòsit.
- Fer un acord amb una cadena de distribució. En aquest cas, s'acostumen a pactar els beneficis per avançat o la cadena de distribució actua com a patrocinadors i els seus beneficis són d'imatge.
- Acord de col·laboració amb empreses de venda per catàleg: l'entitat s'encarrega de produir els materials i l'empresa els inclou en el seu catàleg.
- Acordar amb una empresa la producció d'un producte en nom de l'entitat i, a la vegada, que la mateixa empresa s'encarregui de la distribució. Aquesta opció normalment s'acompanya amb algun tipus d'informació al respecte.

1.4. Exemples

CALENDARIS

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
8.120,00 €	6.474,60 €	1.645,40 €

Es va fer, durant l'any 2012, una tirada de 1.200 calendaris per tal de recaudar fons econòmics.

ASPECTES POSITIUS:	•
ASPECTES A MILLORAR:	•

DADES DE CONTACTE:

ASSOCIACIÓ D'AMICS DEL PROJECTE BOSCOS DE MUNTANYA
Direcció: C/ de la Farga 3, 1-2. 25595 Llavorsí (Lleida)
Telèfon: 973 622 247
e-mail: info@projecteboscos.cat
web: http://www.projecteboscos.cat

SAMARRETES

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
1.560,00 €	780,00 €	780,00 €

Cada any, coincidint amb Fira Natura, es fa una comanda de samarretes d'adults i infants. El distribuidor té les samarretes serigrafiades i es demana que hi afegeixi el logotip d'IPCENA.

ASPECTES POSITIUS:

- Les samarretes són samarretes amb dibuixos d'animals i sense cap data específica. D'aquesta manera es poden vendre al llarg del temps.
- Les samarretes estan elaborades amb cotó i tintes ecològiques.

ASPECTES A MILLORAR:

- En algunes edicions de Fira Natura (esdeveniment on es ven principalment tot el volum de samarretes) s'esgota un model de samarreta o una talla i no se'n fa comanda, aleshores en el següent any, el distribuidor pot ser que ja no tingui aquell model i una samarreta que havia estat un èxit en l'edició anterior, no es pot tornar a vendre.

DADES DE CONTACTE:

IPCENA – Institució de Ponent per a la Conservació i l'Estudi de l'Entorn Natural
Direcció: Plaça dels Gramàtics 2, baixos. 25002 Lleida (Lleida)
Telèfon: 973 263 793
e-mail: ipcena@ipcena.org
web: http://www.ipcena.org

PRODUCTES D'ELABORACIÓ PRÒPIA

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
1.560,00 €	780,00 €	780,00 €

A la botiga del jardí botànic es venen productes elaborats amb materials del jardí: mel, melmelades, plantes, etc.

ASPECTES POSITIUS:

-

ASPECTES A MILLORAR:

-

DADES DE CONTACTE:

Jardí Botànic Marimurtra
Direcció: Passeig Carles Faust 9. 17300 Blanes (Girona)
Telèfon: 972 330 826
e-mail: fundacio@marimurtra.cat
web: http://www.marimurtra.cat

MONOGRAFIES

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
2.048,89 €	690,77 €	1.357,12 €

Col·lecció de llibres editada conjuntament amb leditorial Graó, amb l'objectiu de permetre l'edició d'obres inèdites i facilitar als lectors l'accés a treballs destinats a la formació permanent dels educadors ambientals.

ASPECTES POSITIUS:

- Difusió de material inèdit o traducció de textos amb interés per l'educació ambiental
- Donar a conèixer l'entitat i les persones que publiquen textos.
- Col·laboració amb una editorial que realitza l'edició i la distribució de les monografies.

ASPECTES A MILLORAR:

- Acumulació de números que no s'han venut i que amb el temps passen a ser obsolets.
- Sense subvencions o algun itpus d'ajuda, no surt a compte publicar. Això implica una forta dependència amb algun fons de finançament extern per tal de fer cada edició viable.

DADES DE CONTACTE:

SCEA – Societat Catalana d'Educació Ambiental

Direcció: C/ Aragó 281, 1-1. 08009 Barcelona (Barcelona)
Telèfon: 93 488 29 79
e-mail: scea@scea.cat
web: http://www.scea.cat

ECO-TENDA

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
5.194,16 €	4.155,69 €	1.38,92 €

S'han instal·lat dues estanteries amb productes ecològics a una estació de servei de l'autovia A-2 que té presència en ambdós sentits de la marxa.

ASPECTES POSITIUS:

- Les àrees de servei són espais on aquest tipus de producte no hi té massa presència.
- En haver-hi una circulació molt elevada de camions, hi ha major facilitat de venda de tot tipus de productes, des d'una bossa de patates a un pot de cigrons.

ASPECTES A MILLORAR:

- Actualment es reponen els productes quan algú de l'entitat ha d'anar a Barcelona, sino amb les despeses del transport, el projecte no seria rentable. Per tant, s'està mirant d'augmentar el número d'estacions de servei dins d'aquest mateix recorregut per poder repartir les despeses del transport.
- S'està estudiant ficar una màquina de vending en una de les ferreteries més grans de la ciutat de Lleida on es vendrien alguns dels productes de consum més senzill.

DADES DE CONTACTE:

IPCENA – Institució de Ponent per a la Conservació i l'Estudi de l'Entorn Natural

Direcció: Plaça dels Gramàtics 2, baixos. 25002 Lleida (Lleida)
Telèfon: 973 263 793
e-mail: ipcena@ipcena.org
web: http://www.ipcena.org

2. QUOTES DELS ASSOCIATS

2.1. Què és

Dins d'aquest apartat s'han de tenir en compte tres aspectes:

- manteniment dels propis associats
- regularització de les quotes d'estudiant, de persona en situació d'atur, de jubilat…
- captació de nous associats

2.2. Funció / Finalitat

Aquesta metodologia té una doble funció:

- fidelitzar els associats
- revisar el perfil de quota de cada associat
- ampliar el número de socis

2.3. Optimització de la mesura

- Per tal de fidelitzar els socis, és molt important que el soci es senti ben informat. Per tant, es fa imprescindible una bona comunicació interna que garanteixi al soci una satisfacció plena per formar part d'una entitat com la vostra.
- És recomanable realitzar una revisió del perfil de quota dels vostres socis (excloient els socis dels dos últims anys) cada dos o tres anys. Les millors dates per realitzar aquesta revisió és al novembre i al desembre.
- Realitzar una campanya 1+1. Aquest tipus de campanya és senzill de fer i les despeses acostumen a ser petites. Consisteix en motivar amb algun tipus d'incentiu els associats i col·laboradors perquè facilitn les dades d'una o més persones conegudes.

2.4. Exemples

CAMPANYA 1+1

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
€	€	€

Es va fer una campanya 1+1 per guanyar socis i per tal de motivar a la gent, IAEDEN va preparar, en un restaurant prestigiós de la seva comarca, un sopar per a dues persones al soci que més inscripcions de nous associats realitzés.
Dins de la campanya també es va regalar un gravat original d'un artista empordanès a cada soci nou.

ASPECTES POSITIUS:	• Es van aconseguir 50 socis en un any.
ASPECTES A MILLORAR:	• Es va destinar molt temps a captar nous socis i es va deixar en un segon plànol la fidelització dels socis existents.

DADES DE CONTACTE: IAEDEN – Institució Altempordanesa per a l'Estudi i Defensa de la Natura – Salvem l'Empordà

Direcció: C/ Sant Vicenç 30, 1r. 17600 Figueres (Girona)
Telèfon: 972 670 531
e-mail: iaeden@iaeden.cat
web: http://www.iaeden.cat

3. DESCOMPTES EN SERVEIS I GRATUÏTATS

3.1. Què és

Dins d'aquest apartat s'han de tenir en compte diferents possibilitats de gratuïtats per a socis i simpatitzants en serveis, ja siguin propis o externs:

- si l'entitat disposa d'un centre documental o biblioteca, es tractaria de dona accés, consulta i possibilitat de prèstec gratuït
- realitzar descomptes en les publicacions editades per l'entitat o en la venda d'altres productes
- descomptes en les inscripcions a cursos, jornades, seminaris, sortides, …
- acord amb una botiga que realitzi descomptes als associats

3.2. Funció / Finalitat

Aquesta metodologia s'aconsegueix:

- satisfer el soci
- en el cas de cursos, seminaris, sortides, etc., el fet de donar aquest tipus d'avantatge als socis, pot assegurar un mínim de participació
- ajudar a difondre l'entitat i les seves activitats

3.3. Optimització de la mesura

- Fer un acord amb una botiga i/o una empresa perquè facin descomptes als associats

3.4. Exemples

LLIBRE GRATUÏT

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
3.500,00 €	1.200,00 €	2.300,00 €

Es va realitzar una campanya en la que es regalava una guia de natura editada per IPCENA als socis, l'únic requisit és que havien de passar pel local d'IPCENA a buscar-lo.

ASPECTES POSITIUS:
- Els socis estaven molt satisfets amb l'entrega gratuïta del llibre i molts no van passar a buscar-lo perquè no podien passar pel local.

ASPECTES A MILLORAR:
-

DADES DE CONTACTE:

IPCENA – Institució de Ponent per a la Conservació i l'Estudi de l'Entorn Natural
Direcció: Plaça dels Gramàtics 2, baixos. 25002 Lleida (Lleida)
Telèfon: 973 263 793
e-mail: ipcena@ipcena.org
web: http://www.ipcena.org

COOPERATIVA DE PRODUCTES ECOLÒGICS

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
€	€	€

S'ha establert un conveni a tres bandes entre Slow Food, la cooperativa de productes ecològics El Brot de Reus i el GEPEC. Els socis del GEPEC poden gaudir d'un descompte del 5% sobre el preu de carrer en productes d'El Brot i poden fer activitats d'Slow Food a preu de soci. A part, El Brot esponsoritza la web del GEPEC amb un banner publicitari.
S'ha de tenir en compte que van haver de signar un contracte de protecció de dades amb la cooperativa perquè GEPEC li va passar una llista amb els noms dels socis perquè quan hi anessin a comprar, dient el seu nom ja poguessin gaudir del descompte.

ASPECTES POSITIUS:	• Es donen una sèrie de favoritismes que sempre agraden als socis.
ASPECTES A MILLORAR:	• El conveni, en alguns casos, no aporta massa beneficis als socis, ja que molts dels socis del GEPEC també ho són d'Slow Food i de la cooperativa El Brot.

DADES DE CONTACTE:

GEPEC – Grup d'Estudis i Protecció dels Ecosistemes Catalans
Direcció: Avda. Prat de la Riba 18, 2n. 43201 Reus (Tarragona)
Telèfon: 977 331 142
e-mail: secretaria@gepec.org
web: http://www.gepec.org

4. SERVEIS

4.1. Què és

Dins d'aquest punt s'han volgut reflectir alguns exemples que s'enten com a serveis i que no estarien inclosos en la resta d'apartats.

4.2. Funció / Finalitat

- Aconseguir recursos econòmics
- Difondre l'entitat i les seves activitats

4.3. Optimització de la mesura

- Aconseguir una difusió gratuïta del servei a nivell local
- Tenir una bona i actualitzada presència a les xarxes socials, web, blog, etc on es puguin veure els serveis que ofereix l'entitat d'una forma clara i concisa

4.4. Exemples

VISITES GUIADES

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
50.000,00 €	73.500,00 €	-23.500,00 €

Obertura al públic del Centre de Reproducció de Tortugues de l'Albera. Actualment el centre està en període d'amortització, per tant encara no genera beneficis.

ASPECTES POSITIUS:	• Gestió de la cria en captivitat. • Augment del coneixement de la problemàtica de les tortugues i de la sensibilització que s'aconseguia del públic envers la conservació de la natura en general
ASPECTES A MILLORAR:	• La inversió inicial és tan gran que es crea una dependència massa elevada amb subvencions i ajudes públiques per seguir funcionant • Aconseguir recursos per tal d'ampliar la instal·lació i poder oferir més activitats
DADES DE CONTACTE:	Amics de la Tortuga de l'Albera Direcció: C/ Mare de Déu del Camp s/n. 17880 Garriguella (Girona) Telèfon: 972 552 245 e-mail: crt@tortugues.cat web: http://www.tortugues.cat

BANC DE RECURSOS

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET

ASPECTES POSITIUS:	•
ASPECTES A MILLORAR:	•

DADES DE CONTACTE:

Direcció:
Telèfon:
e-mail:
web:

5. EVENTS SOLIDARIS

5.1. Què és

Dins d'aquest punt hi ha inclosos els mercats solidaris i les festes solidàries. Aquests dos actes s'acostumen a dur a terme quan arriba alguna festa local o comunitària molt assenyalada on moltes entitats organitzen un mercat de diferents productes o actuacions musicals, tallers, gimcanes, obres de teatre, etc.

5.2. Funció / Finalitat

- Aconseguir recursos econòmics
- Difondre l'entitat i les seves activitats que realitza en un ambient festiu

5.3. Optimització de la mesura

- Sol·licitar un local gratuït a una escola, un centre cívic, un casal, etc.
- A l'hora d'escollir les dates cal tenir present que no coincideixin amb cap altre event i que segons en quina época de l'any sigui, és preferible tenir algun lloc cobert alternatiu
- Donat que el col·leccionisme d'objectes és una afició molt estesa, una recomanació seria fer una subhasta d'algun objecte d'un personatge famós
- Demanar la col·laboració de pintors i subhastar la seva obra original i vendre litografies signades i numerades
- Dóna molt bons resultats muntar un bar, tot i que si es serveix menjar, s'han de cumplir tota una sèrie de requisits higiènics
- Aprofitar i instal·lar taules informatives amb tot el vostre merchandising i material de divulgació

5.4. Exemples

PARADA DE SANT JORDI	BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
	650,00 €	400,00 €	250,00 €

S'organitza per la diada de Sant Jordi una parada on es venen llibres de natura, ecolgia i consum responsable i també rosers.

ASPECTES POSITIUS:	• Aconseguir recursos econòmics. • Millorar la visualització de l'entitat a nivell de la ciutat de Girona. • Fomentar una cultura crítica i amb esperit de conservació. • Donar a conèixer aquelles publicacions de l'àmbit ecologista amb menor difusió.
ASPECTES A MILLORAR:	•

DADES DE CONTACTE:	ANG – Associació de Naturalistes de Girona Direcció: C/ de les Monges 20. 17007 Girona (Girona) Telèfon: 972 223 638 e-mail: info@naturalistesgirona.org web: http://www.naturalistesgirona.org

FESTES DE VILADECANS

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
1.100,00 €	990,00 €	110,00 €

Es va organitzar de manera puntual, per la festa major de Viladecans, un estand on es venen entrepans vegetarians, batuts i cervesa ecològica catalana.

ASPECTES POSITIUS:	• Aconseguir recursos econòmics. • Difondre les activitats de l'entitat en un ambient distès i de festa.
ASPECTES A MILLORAR:	• Disposar de l'equipament necessari (carpa i taules). L'entitat ja ho ha aconseguit. • El públic era massa general. Per tant, a nivell de sensibilització, no es va aconseguir massa.
DADES DE CONTACTE:	Federació d'Ecologistes en Acció de Catalunya Direcció: Passeig Fabra i Puig 274. 08031 Barcelona (Barcelona) Telèfon: 648 761 199 e-mail: coordinacio@ecologistesenaccio.cat web: http://ecologistesenaccio.org/catalunya

MERCAT DE SEGONA MÀ

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
1.560,00 €	60,00 €	1.500,00 €

Cada any, aquesta entitat organitza la "Descarregada", un mercat amb productes de segona mà que la gent cedeix desinteresadament i que es venen a preus molt populars. Per tal de donar a conèixer el mercat, fan una inversió d'uns 60 € en cartells que pengen a diferents punts de la ciutat.
Tres dissabtes abans comencen la recollida de materials i els emmagatzemen en un local cedit gratuïtament que només obren durant unes hores els dissabtes. El dia del mercat, l'ajuntament els cedeix, també de manera gratuïta, un espai en una plaça de Figueres.

ASPECTES POSITIUS:	• Reciclatge de productes que d'una altra manera acabarien a les deixalles. • Alt benefici econòmic, ja que la gent que participa durant la jornada de mercat i els dies previs ho fan de manera voluntària. • Permet a gent amb pocs recursos obtenir joguines, estris de cuina, roba, etc a preus molt assequibles.
ASPECTES A MILLORAR:	• A partir d'una hora per la tarda rebaixar els preus per poder vendre tots els productes.
DADES DE CONTACTE:	IAEDEN – Institució Altempordanesa per a l'Estudi i Defensa de la Natura – Salvem l'Empordà Direcció: C/ Sant Vicenç 30, 1r. 17600 Figueres (Girona) Telèfon: 972 670 531 e-mail: difusio@iaeden.cat web: http://www.iaeden.cat

CONCERT BENÈFIC

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
3.000 – 6.000 €	3.000,00 €	0 – 3.000 €

Cada any, aquesta entitat organitza un concert benèfic amb actuacions desinteressades de músics i bandes de la comarca i d'arreu dels països catalans.

ASPECTES POSITIUS:
- Alta repercussió en els mitjans de comunicació.
- Millorar la relació amb els socis dins d'un àmbit festiu.
- Venda de material de l'entitat.
- Inscripcions de nous socis.

ASPECTES A MILLORAR:
- S'haurien de poder reduir les despeses.

DADES DE CONTACTE:
IAEDEN – Institució Altempordanesa per a l'Estudi i Defensa de la Natura – Salvem l'Empordà
Direcció: C/ Sant Vicenç 30, 1r. 17600 Figueres (Girona)
Telèfon: 972 670 531
e-mail: difusio@iaeden.cat
web: http://www.iaeden.cat

FIRA NATURA

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
125.673,13 €	98.974,50 €	26.698,63 €

Cada any, aquesta entitat organitza aquesta fira de productes i serveis ecològics a la ciutat de Lleida on hi participen entre 100 i 150 expositors i aconsegueix reunir uns 11.000 visitants durant el cap de setmana que dura la fira.

ASPECTES POSITIUS:
- Alta repercussió en els mitjans de comunicació.
- Millorar la relació amb els socis dins d'un àmbit festiu, ja que molts d'ells col·laboren com a voluntaris realitzant diferents tasques en la botiga, la guixeta, el bar, etc.
- Venda de material de l'entitat.
- Inscripcions de nous socis.
- Promocionar el consum d'aliments ecològics.
- Augmentar el nombre de relacions amb empreses sensibilitzades.

ASPECTES A MILLORAR:
- Invertir en els materials per muntar els stands de la fira i d'aquesta manera reduir els costos de cada propera edició. L'entitat ja ha efectuat aquesta inversió.

DADES DE CONTACTE:
IPCENA – Institució de Ponent per a la Conservació i l'Estudi de l'Entorn Natural
Direcció: Plaça dels Gramàtics 2, baixos. 25002 Lleida (Lleida)
Telèfon: 973 263 793
e-mail: ipcena@ipcena.org
web: http://www.ipcena.org

CICLE DE TERTÚLIES CAFÈ

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
≈ 300,00 €	≈ 300,00 €	≈ 0,00 €

APROMA realitza cada any unes cinc tertúlies cafè on es difonen coneixements i informació relacionada amb el medi ambient des del punt de vista d'uns ponents professionals i amb experiència en el sector.

ASPECTES POSITIUS:
- Difusió del coneixement científic.
- Difusió d'altres activitats de l'entitat.
- Plantejar temes relacionats amb el medi ambient i d'actualitat on es busquen 1 o 2 ponents perquè facin una breu exposició del tema i en sorgeixi un debat entre els 20 o 30 assistents que hi acostuma a haver de mitjana.

ASPECTES A MILLORAR:
- En alguns casos, els mitjans de difusió i el títol del cicle no són els més idonis per assegurar la participació d'un bon nombre de gent.
- Consultar tant els temes com els títols a persones alienes a l'associació per tal de millorar de captar l'interès de la gent.

DADES DE CONTACTE:

APROMA – Associació Interdisciplinar de Professionals del Medi Ambient
Direcció: C/ Girona 26. 08010 Barcelona (Barcelona)
Telèfon: 93 245 29 01
e-mail: aproma@aproma.org
web: http://www.aproma.org

SOPAR BENÈFIC

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
12.580,00 €	16.077,89 €	-3.497,89 €

El sopar "Cuiners per la Natura" va néixer amb la intenció d'explicar que la biodiversitat de Catalunya ha estat un factor molt important d'inspiració per a una cuina catalana creativa i que això és un exemple més de la importància que té la biodiversitat en les nostres vides. Consisteix en un sopar on 12 cuiners de renom cuinen plats diversos, els participants en el sopar paguen el cobert i els beneficis van al projecte de l'ós dels Pirineus.

ASPECTES POSITIUS:
- Visibilitat de l'organització i prestigi.
- S'arriba a nous col·lectius vinculant la gastronomia amb la conservació de la biodiversitat.
- Donat l'èxit d'aquest sopar, hi ha la voluntat de continuar amb una celebració annual.

ASPECTES A MILLORAR:
- Reduir les despeses de l'organització.
- Incrementar ingressos per tal d'aconseguir beneficis.

DADES DE CONTACTE:

Acciónatura
Direcció: C/ Duquesa d'Orleans 6, baixos. 08034 Barcelona (Bcn)
Telèfon: 93 237 38 02
e-mail: info@accionatura.org
web: http://www.accionatura.org

6. LOTERIES I SORTEJOS

6.1. Què és

Dins d'aquest apartat hi entrarien la venda de les participacions de la grossa de nadal i tots els sortejos de productes locals, ja siguin d'alimentació, culturals, etc.

6.2. Funció / Finalitat

- Aconseguir recursos econòmics
- Difondre l'entitat i les activitats que realitza

6.3. Optimització de la mesura

- Al revers del bitllet de loteria o del sorteig és interessant explicar qui és l'entitat i quines activitats realitzen
- En el cas dels sortejos, tenir present que cal especificar el dia i el lloc on es realitzarà el sorteig
- S'ha d'assegurar la transparència i la difusió dels guanyadors del sorteig
- Si es fan cartellsd per promocionar el sorteig, cal especificar tots els establiments o col·laboradors que han participat
- En acabar el sorteig s'han de realitzar els agraïments corresponents.

6.4. Exemples

RIFA D'OBRES D'ART

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
€	€	€

IAEDEN va sol·licitar a artistes de la zona que donessin, gratuïtament, un quadre. Per tal de no desprestigiar les obres d'alguns autors no es va fer un primer premi, segon premi i tercer premi, sino que es va fer un lot d'obres i pintures. Aleshores, el soci que guanyava la rifa rebia tot el lot.

ASPECTES POSITIUS:	•
ASPECTES A MILLORAR:	•

DADES DE CONTACTE: IAEDEN – Institució Altempordanesa per a l'Estudi i Defensa de la Natura – Salvem l'Empordà
Direcció: C/ Sant Vicenç 30, 1r. 17600 Figueres (Girona)
Telèfon: 972 670 531
e-mail: iaeden@iaeden.cat
web: http://www.iaeden.cat

7. APADRINAMENTS

7.1. Què és

Molts autors defineixen aquesta mesura com una eina de màrketing que pretén fer més perceptible l'acció de l'entitat. Es poden apadrinar projectes, animals, arbres, trams de riu, etc.

7.2. Funció / Finalitat

- Crear un vincle afectiu entre el *padrí* i l'*apadrinat*
- Difondre l'entitat i les seves activitats mitjançant visites per conèixer més d'aprop l'*apadrinat*
- Aconseguir un seguiment del projecte per part dels *padrins* que poden col·laborar com a voluntaris en aquell projecte o en d'altres que l'entitat estigui portant a terme

7.3. Optimització de la mesura

- Organitzar visites per conèixer el projecte més d'aprop i afavorir l'implicació del *padrí*
- Definir molt concretament l'ús dels diners perquè el *padrí* pugui identificar sense problemes el destí dels seus diners

7.4. Exemples

APADRINAMENT DE TORTUGUES

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
1.500,00 €	150,00 €	1.350,00 €

Aquesta entitat ofereix la possibilitat d'apadrinar simbòlicament una tortuga i la quota serveix per mantenir el centre. A canvi s'envia un diplma, un carnet per visitar el centre durant l'any i un informe annual de les activitats realitzades.

ASPECTES POSITIUS:	• Implicació del públic en la conservació de tortugues. • Difusió de les tasques realitzades. • Cobrir el 2% de les despeses generals del centre.
ASPECTES A MILLORAR:	• Quan es volen fer ampliacions, es necessita buscar finançament extern en forma d'ajudes i subvencions. • La inversió inicial és tan gran que es crea una dependència massa elevada amb subvencions i ajudes públiques per seguir funcionant.
DADES DE CONTACTE:	Amics de la tortuga de l'Albera Direcció: C/ Mare de Déu del Camp s/n. 17780 Garriguella (Girona) Telèfon: 972 552 245 e-mail: crt@tortugues.cat web: http://www.tortuges.cat

8. SIMPATITZANTS

8.1. Què és

La figura de simpatitzant és aquella persona que prefereix participar en accions concretes o puntuals i no pas donar suport econòmic a una entitat. S'acostuma a lligar aquest concepte amb el de joves o estudiants, però dins de la conjuntura socioeconòmica actual, el rang d'edats s'ha ampliat.

8.2. Funció / Finalitat

Aquesta mesura és important de tenir present, ja que tot i que en un principi els simpatitzants no contribueixin econòmicament, si s'impliquen i es vinculen amb l'entitat, molt possiblement en el moment que disposin de recursos econòmics contribuiran en el manteniment de l'organització.

A més a més, es pot tenir un grup de voluntaris amb ganes de participar en les diferents activitats que es realitzen dins de l'organització.

8.3. Optimització de la mesura

- Organitzar activitats informatives periòdiqes a les universitats, escoles, instituts, … i promoure l'incorporació de joves a l'entitat.
- Oferir avantatges, com per exemple: accés gratuït al vostre centre de documentació, descomptes en publicacions pròpies, participació en activitats lúdiques i participatives, etc.

8.4. Exemples

VOLUNTARIS DE FIRA NATURA

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
€	€	€

IPCENA compta amb un grup d'uns 50 voluntaris que cada edició de Fira Natura col·laboren en la gestió del dia a dia de la fira, ja sigui com a cambrers al bar-restaurant, a la guixeta venen entrades, a la botiga d'IPCENA venen productes de l'entitat o inscrivint a nous socis, a la ludoteca, etc.

ASPECTES POSITIUS:	• Reducció dels costos de la fira. • Crear un ambient dinàmic i distès entre tots els voluntaris que es reflecteix a la fira. • Afavorir la relació de l'entitat amb persones de Lleida i voltants que es poden sentir implicats en altres projectes
ASPECTES A MILLORAR:	• Augmentar el nombre de voluntaris • Kkkk • Ssss • Sdfas

DADES DE CONTACTE:

Amics de la tortuga de l'Albera
Direcció: C/ Mare de Déu del Camp s/n. 17780 Garriguella (Girona)
Telèfon: 972 552 245
e-mail: crt@tortugues.cat
web: http://www.tortuges.cat

9. DISPLAYS EN PUNTS DE VENDA

9.1. Què és

Els displays són expositors, normalment de cartró, que promocionen un producte. L'entitat pot acordar un percentatge del preu d'un producte o del volum total de vendes i anunciar-se mitjançant els displays ubicants en els punts de venda.

9.2. Funció / Finalitat

- Augmentar el nivell d'ingressos amb un cost mínim perquè les despeses dels displays les acostumen a assumir les empreses
- Per l'empresa aquest fet li comporta posicionar-se com una empresa sensibilitzada ambientalment

9.3. Optimització de la mesura

- En una actuació d'aquest tipus, l'empresa no actua altruistament, espera un retorn
- Preparar un dossier on es determini l'objectiu del projecte, es defineixi el públic al que es dirigeix, s'estudiï la possible repercussió als mitjans de comunicació, etc.
- Escollir les empreses que puguin col·laborar amb l'entitat. No és beneficiós per cap de les dues parts que us dirigiu indiscriminadament a qualsevol empresa

9.4. Exemples

BOSSES REUTILITZABLES

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
10.000,00 €	500,90 €	9.517,10 €

Per commemorar el Dia de la Terra, Acciónatura i Disney Store van iniciar una campanya on es van dissenyar bosses reutilitzables inspirades en un personatge Disney i per les que l'empresa donava 1 € per cada bossa venuda. Acciónatura va destinar els beneficis obtinguts a diversos projectes de conservació: en el 2009 al projecte de Galícia, en el 2010 a un projecte de restauració del riu Llobregat i en el 2011 al projecte de l'ós dels Pirineus.

ASPECTES POSITIUS:
- Promoció de l'ús de bosses reutilitzables.
- Plantació de 600 cirerers dins del Projecte Ós.
- Disney Store dóna una imatge d'empresa conscient i sensibilitzada.

ASPECTES A MILLORAR:
- Accions, des de la nostra organització, per motivar el personal de les botigues.

DADES DE CONTACTE:

Acciónatura
Direcció: C/ Duquesa d'Orleans 6, baixos. 08034 Barcelona (Bcn)
Telèfon: 93 237 38 02
e-mail: info@accionatura.org
web: http://www.accionatura.org

10. FORMACIÓ I DIVULGACIÓ

10.1. Què és

En aquest apartat es tracten els cursos, jornades, taules rodones, … que organitzen i gestionen les entitats en referència a un projecte propi o a un àmbit concret.

10.2. Funció / Finalitat

- Difusió de l'organització i dels seus projectes
- Sensibilitzar els assistents vers un projecte en concret, una problemàtica, etc
- Augmentar el nombre de relacions entre professionals del sector, entitats ecologistes i públic en general

10.3. Optimització de la mesura

- Descomptes a associats i voluntaris de l'entitat, així com a estudiants, gent en situació d'atur i jubilats.
- Acordar amb la universitat, l'entrega de crèdits de lliure elecció als estudiants universitaris en confirmar-se la seva assistència

10.4. Exemples

CURSOS	BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
	950,00 €	490,00 €	460,00 €

Cursos de formació relacionats amb l'educació ambiental (criteris de qualitat) i amb la capacitació dels professionals de l'educació ambiental per a realitzar les seves tasques (comptabilitat, comunicació, etc.).

ASPECTES POSITIUS:	• Millorar la formació dels educadors ambientals. • Afavorir xarxes d'intercanvi d'experiències per assolir un enrequiment personal i institucional. • Donar resposta a les necessitats formatives d'aquest col·lectiu.
ASPECTES A MILLORAR:	• Continuïtat i periodicitat de les formacions. • Creació d'un grup estable dins de l'entitat.
DADES DE CONTACTE:	SCEA – Societat Catalana d'Educació Ambiental Direcció: C/ Aragó 281, 2-2. 08009 Barcelona (Barcelona) Telèfon: 93 488 29 79 e-mail: scea@scea.cat web: http://www.scea.cat

11. COL·LABORACIÓ AMB EMPRESES

11.1. Què és

D'entre les possibles col·laboracions que es poden establir, no es poden deixar passar les col·laboracions amb empreses. En els darrers anys, ha anat augmentant la sensibilitat de les empreses cap a les activitats de les organitzacions no lucratives i s'han posat en funcionament nombrosos projectes de col·laboració.

11.2. Funció / Finalitat

Es poden realitzar projectes, estudis, campanyes de sensibilització i altres tipus de col·laboracions. L'organització rebrà el suport econòmic que necessita i per l'empresa, aquest fet, li comporta posicionar-se com una empresa sensibilitzada ambientalment.

11.3. Optimització de la mesura

- A l'hora de demanar la col·laboració d'una empresa, s'ha de preparar un dossier on es determini l'objectiu del projecte, es defineixi el públic al que us voleu dirigir, s'estudiï la possible repercussió als mitjans de comunicació, … Una cosa està clara, en una actuació d'aquest tipus, l'empresa no actua altruistament sino que espera un retorn. Per tant, dintre del dossier, a part d'explicar el projecte, s'ha de detallar aquest retorn
- Escollir les empreses que poden col·laborar amb l'entitat. No és beneficiós per cap de les dues parts que l'organització es dirigeixi indiscriminadament a qualsevol empresa

11.4. Exemples

CONVOCATÒRIA D'AJUTS

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
23.375,00 €	15.769,38 €	7.605,62 €

IPCENA ha gestionat una convocatòria d'ajuts de caire ambiental entre les entitats, administracions i escoles verdes dins de l'àmbit d'actuació d'una cadena de supermercats.

ASPECTES POSITIUS:
- Ressò en els mitjans de comunicació
- Ajudar econòmicament a entitats del territori
- Augmentar els ingressos d'IPCENA i oferir una plaça de tècnic

ASPECTES A MILLORAR:
-

DADES DE CONTACTE:

IPCENA – Institució de Ponent per a la Conservació i l'Estudi de l'Entorn Natural
Direcció: Plaça dels Gramàtics 2, baixos. 25002 Lleida (Lleida)
Telèfon: 973 263 793
e-mail: ipcena@ipcena.org
web: http://www.ipcena.org

VOLUNTARIAT CORPORATIU

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
€	€	€

El voluntariat corporatiu és una modalitat que s'emmarca dins de la Responsabilitat Social Empresarial. Consisteix que els empleats realitzin el mateix treball que posen en pràctica al seu lloc habitual però en benefici d'una associació. D'aquesta manera, l'empresa posa a la disposició de l'empleat hores dins de la jornada laboral perquè aquest pugui conèixer i participar en el treball d'una entitat.

ASPECTES POSITIUS: •

ASPECTES A MILLORAR: •

DADES DE CONTACTE:

Direcció:
Telèfon:
e-mail:
web:

CESSIÓ DE MATERIALS

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
€	€	€

El voluntariat corporatiu és una modalitat que s'emmarca dins de la Responsabilitat Social Empresarial. Consisteix que els empleats realitzin el mateix treball que posen en pràctica al seu lloc habitual però en benefici d'una associació. D'aquesta manera, l'empresa posa a la disposició de l'empleat hores dins de la jornada laboral perquè aquest pugui conèixer i participar en el treball d'una entitat.

ASPECTES POSITIUS: •

ASPECTES A MILLORAR: •

DADES DE CONTACTE:

Direcció:
Telèfon:
e-mail:
web:

12. MECENATGE I PATROCINI

12.1. Què és

El mecenatge és un instrument de comunicació institucional que afavoreix i enriqueix la comunicació interna i externa de les empreses i els permet trobar una forma original d'expressar-se.

Amb el patrocini, l'empresa busca un resultat a curt termini i per això s'interessa per actes que puguin tenir efectes immediats en la imatge de la seva marca o d'un producte en concret.

12.2. Funció / Finalitat

- La finalitat del mecenatge és la de revaloritzar a llarg termini l'imatge social de l'empresa
- El patrocini permet a les empreses comunicar-se amb audiències que són difícils de contactar amb les tècniques comuns de màrqueting

12.3. Optimització de la mesura

- En una actuació d'aquest tipus, l'empresa no actua altruistament. L'empresa espera un retorn
- Cal preparar un dossier on es determni l'objectiu del projecte, es defineixi el públic al que es vol dirigir, s'estudiï la possible repercussió als mitjans de comunicació, etc.
- Escollir les empreses que puguin col·laborar amb l'entitat. No és beneficiós per cap de les dues parts que us dirigiu indiscriminadament a qualsevol empresa

12.4. Exemples

CARN DEL RESTAURANT

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
400,00 €	200,00 €	200,00 €

La carn del restaurant de Fira Natura la proporciona una empresa ramadera de carn de vedella ecològica que entrega, a canvi de la publicitat de tot l'any a la revista d'IPCENA i la publicitat de la fira, la carn que es servirà al restaurant durant el cap de setmana de la fira.

ASPECTES POSITIUS:	• Promocionar el consum d'aliments ecològics • Publicitar empreses sensibilitzades i properes geogràficament
ASPECTES A MILLORAR:	• Augmentar el nombre de relacions amb empreses sensibilitzades i properes geogràficament

DADES DE CONTACTE:	IPCENA – Institució de Ponent per a la Conservació i l'Estudi de l'Entorn Natural Direcció: Plaça dels Gramàtics 2, baixos. 25002 Lleida (Lleida) Telèfon: 973 263 793 e-mail: ipcena@ipcena.org web: http://www.ipcena.org

GALETES DE VISITA

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
€	€	€

L'Associació d'Amics del Projecte Boscos de Muntanya ofereix en cada visita o reunió unes galetes de nous típiques del Pallars.

ASPECTES POSITIUS:	• Promocionar el consum d'aliments de proximitat • Publicitar empreses sensibilitzades i properes geogràficament
ASPECTES A MILLORAR:	• Augmentar el nombre de relacions amb empreses sensibilitzades i properes geogràficament
DADES DE CONTACTE:	Associació d'amics del Projecte Boscos de Muntanya Direcció: C/ de la Farga 3, 1-2 Telèfon: 973 622 247 e-mail: info@projecteboscos.cat web: http://www.projecteboscos.cat

REVISTA DE L'ENTITAT

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
€	€	€

Autofinançament del mitjà de difusió de l'entitat, la revista impresa La Llúdriga. Aquesta és la revista que es realitza des de l'entitat ecologista LINMOS pels socis de l'entitat

ASPECTES POSITIUS:	• Publicitar empreses sensibilitzades i properes geogràficament • Difusió de les activitats de l'entitat entre els seus socis
ASPECTES A MILLORAR:	• Aconseguir incrementar el nombre d'empreses publicitades i d'aquesta manera obtenir una revista a cost 0 i, a més a més, augmentar el nombre d'ingressos
DADES DE CONTACTE:	LIMNOS Direcció: Plaça dels Estudis 2 Telèfon: 972 574 467 e-mail: limnos@limnos.org web: http://www.limnos.org

13. CROWDFUNDING

13.1. Què és

És un tipus de financiació en massa, també anomenada financiació col·lectiva, microfinanciació col·lectiva i micromecenatge. És a dir, és una forma directa de finançar un projecte amb la suma d'aportacions individuals.

13.2. Funció / Finalitat

Una plataforma de finançament col·lectiu és un lloc web que permet a una organització posar en marxa una campanya de captació de fons, en la qual és necessari aconseguir una quantitat econòmica prefixada en un determinat període de temps per a aplicar a un projecte en concret.

Per calcular l'objectiu de finançament, s'ha de tenir present:

- Les despeses del que es vol finançar
- Les despeses de gestió de la plataforma web utilitzada (5% aprox.) i la comissió bancària (1,35% aprox.)
- Les despeses derivades de les recompenses oferides (enviaments, materials, etc.)
- Impostos i IVA corresponent. S'aconsella que es consulti al gestor aquest apartat

Si al final del període s'ha obtingut la quantitat sol·licitada, l'organització rep de la plataforma els diners recaudats, descomptant-los-hi la comissió que s'haurà d'entregar a la plataforma web (al voltant d'un 5%) i els referents a la comissió bancària (que acostumen a ser 1,35%).

13.3. Optimització de la mesura

- En la majoria de plataformes no és possible publicar més d'un projecte a la vegada
- En general, es poden penjar vídeos i fotografies que ajuden a millorar la imatge del projecte
- Quan s'està a prop d'aconseguir la quantitat sol·licitada i del límit de temps final, l'entitat pot fer una aportació que permeti aconseguir el 100% i no perdre els diners recaptats.
- Normalment, modificar la quantitat inicial sol·licitada es considera una falta de rigor perquè es considera que la quantitat sol·licitada és la mínima imprescindible per poder executar el projecte amb garanties

13.4. Exemples

EDICIÓ D'UN LLIBRE

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
4.070,00 €	0,00 €	70,00 €

L'Associació de Naturalistes de Girona vol celebrar la XXVª edició del Concurs de Fotografia Naturalista amb la publicació d'un llibre amb les millors fotografies participants des dels seus inicis. Ha convocat una crida a Verkami.

ASPECTES POSITIUS:
- Donar un reconeixement a totes les persones aficionades i professionals de la fotografia de natura, que amb les seves imatges ens apropen una mica més a la riquesa viva de la Terra i a la seva fragilitat.

ASPECTES A MILLORAR:
- ANG va realitzar una aportació de 2.000 € perquè no s'arribava a la quantitat sol·licitada i això va provocar una pèrdua de 550 €.

DADES DE CONTACTE:

ANG – Associació de Naturalistes de Girona
Direcció: C/ de les Monges 20. 17007 Girona (Girona)
Telèfon: 972 223 638
e-mail: info@naturalistesgirona.org
web: http://www.naturalistesgirona.org

CAMPANYA DE RESTAURACIÓ

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
2.250,00 €	363,00 €	1.887,00 €

ADENC va gestionar, mitjançant la web Verkami, una campanya de foment de la fauna en el riu Ripoll. Aquest acampanya és la segona fase del projecte de restauració ecològica d'un tram del riu Ripoll a Sabadell.
Remarquen que cal tenir present:
- Antecedents i dimensió pública de l'entitat i del projecte.
- Entorn de l'entitat i capacitat d'incidir en altres entorns i xarxes socials.
- Programa comunicatiu abans, durant i després del projecte.
- Mantenir el vincle amb els micromecenes.
- Programa de control del ritme de donacions (aportacions inicials compromeses ajuden a donar impuls a la campanya de micromecenatge, alhora que mantenir en reserva aportacions compromeses per al final pot ajudar a tancar l'objectiu de captació definit i fer efectiu els donatius aconseguits).

ASPECTES POSITIUS:
- Atès que Adenc és una entitat declarada d'utilitat pública, els donatius de persones físiques desgraven un 40% del seu import de la declaració d'IRPF i els de persones jurídiques, un 35% a l'impost de societats.
- La divulgació de la campanya de captació ajuda a projectar i consolidar la imatge positiva del projecte i de l'entitat.
- El risc per l'entitat és mínim. Si s'aconsegueix l'objectiu, es pot executar el projecte. Si no s'aconsegueix l'objectiu, és a dir, no s'aconsegueixen els recursos, l'entitat no està obligada a executar el projecte.

ASPECTES A MILLORAR:
- Dimensionar i justificar adequadament l'import a assolir (un import baix o fàcilment assolible desincentiva un potencial de captació).
- Dimensionar l'esforç de promoció i retribució de les recompenses.

DADES DE CONTACTE:	ADENC
Direcció:	Ca l'Estruch. C/ Sant Isidre 140. 08208 Sabadell (Barcelona)
Telèfon:	93 717 18 87
e-mail:	correu@adenc.cat
web:	http://www.adenc.cat

EDICIÓ D'UNA GUIA DE CONSUM RESPONSABLE

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
6.000,00 €	0,00 €	6.040,00 €

Ecologistes en Acció vol editar una guia de consum responsable de productes del mar per tal de proposar opcions responsables que compatibilitzin el consum i la conservació del medi ambient.

ASPECTES POSITIUS:

- Es va aconseguir l'import sol·licitat.
- S'arriba a gent que no és soci o que coneix l'organització.

ASPECTES A MILLORAR:

- Aquest tipus de plataformes estan enfocades cap a persones amb unes inquietuds que poden no estar lligades amb el medi ambient. Aleshores, la gent que acaba participant és la mateixa que ho faria sense penjar-ho a cap plataforma i d'aquesta manera no faria falta gestionar tot el tema d'enviaments, agraïments, etc.
- La difusió no la fa Verkami, es fa des de l'entitat. Això vol dir que principalment només s'arriba als socis i simpatitzants de les xarxes tipus Facebook o Twitter de les que disposi l'organització i de la difusió que pugui fer aquesta via blog o mail.

DADES DE CONTACTE:	Ecologistes en Acció de Catalunya
Direcció:	Ps. Fabra i Puig 274. 08031 Barcelona
Telèfon:	93 564 62 87
e-mail:	coordinacio@ecologistesenaccio.cat
web:	http://www.ecologistesenaccio.cat

14. HERÈNCIES, LLEGATS I DONACIONS

14.1. Què és

És possible especificar en el testament que es vol deixar en herència o donar un llegat a una entitat.

A d'altres països europeus és bastant habitual aquesta fòrmula per ajudar econòmicament a organitzacions sense ànim lucratiu. Per exemple, al Regne Unit, s'estima que el 33% dels ingressos de les ONG provenen de llegats i herències. A més a més, es calcula que aproximadament el 14% de les persones que ha fet testament en aquest país han deixat una part a diferents entitats.

Es poden llegar o fer donacions de coses concretes (un inmoble, un vehicle, …) o coses genèriques, per exemple un percentatge del patrimoni, diners o accions. En el cas de les herències, l'única limitació legal és respectar la quota de la legítima dels hereus forçats, mai sobrepassar-la.

14.2. Funció / Finalitat

- Augmentar el nivell d'ingressos o adquirir coses concretes i funcionals com per exemple un inmoble o un vehicle

14.3. Optimització de la mesura

- S'hauria d'oferir de manera explícita a la web la possibilitat d'oferir herències i llegats o d'efectuar donacions. En aquest apartat s'hauria de definir també com s'ha de procedir per fer-ho, ja que encara és una cosa bastant nova al nostre país
- És fonamental estar al dia de la legislació vigent i ajudar al potencial donant a donar les passes necessàries de manera senzilla per poder fer efectiva la donació. S'ha d'oferir informació suficient a la pàgina web oferint els detalls oportuns per realitzar aquest tipus de donatius i les diferents qüestions fiscals a tenir en compte

14.4. Exemples

HERÈNCIA D'UN TERRENY	BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
	€	€	€

ASPECTES POSITIUS:	•
ASPECTES A MILLORAR:	•

DADES DE CONTACTE:	GEPEC – Grup d'Estudis i Protecció dels Ecosistemes Catalans
Direcció:	Avda. Prat de la Riba 18, 2n. 43201 Reus (Tarragona)
Telèfon:	977 331 142
e-mail:	secretaria@gepec.org

web: http://www.gepec.org

15. CAPITAL INTEL·LIGENT / BUSINESS ANGELS

15.1. Què és

Els business angels són inversors particulars que busquen aportar capital per start-up i que volen participar en inversions amb finalitats socials. Són molts i més flexibles que els capitals de risc. La seva motivació no és necessàriament el guany econòmic. Es poden trobar en xarxes d'inversors privats.

15.2. Funció / Finalitat

15.3. Optimització de la mesura

•

15.4. Exemples

OFERIR INTERESSOS

BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
€	€	€

ASPECTES POSITIUS: •

ASPECTES A MILLORAR: •

DADES DE CONTACTE:

XCT – Xarxa de Custòdia del Territori
Direcció: C/ Sagrada Familia 7 (UdV). 08500 Vic (Barcelona)
Telèfon: 93 886 61 35
e-mail: info@custodiaterritori.org
web: http://www.custodiaterritori..org

16. VOLUNTARIAT CORPORATIU

16.1. Què és

El Voluntariat Promogut per l'Empresa, s'entén com les activitats promogudes i facilitades a través de sistemes i mecanismes que l'empresa posa a disposició dels seus treballadors, perquè aquests donin o lliurin voluntàriament temps, habilitats, talent o un altre tipus d'ajuda en benefici de la comunitat, sempre mitjançant organitzacions sense ànim de lucre.

16.2. Funció / Finalitat

- Poder comptar amb l'assessorament de professionals qualificats que permeti resoldre problemes quotidians sense que suposi una despesa extraordinària.
- Incorporar noves habilitats i energies tant a la resolució dels seus problemes com al plantejament de les seves estratègies.
- Aconseguir una major sensibilització cap a col.lectius amb problemes: els empleats voluntaris poden difondre els valors i compromisos de les ONG a través dels seus cercles socials i professionals.
- Incrementar la provisió de voluntaris.
- Rebre donacions per mediació dels empleats voluntaris, ja sigui sent ells mateixos donants, o actuant com a facilitadors perquè la seva empresa realitzi una donació.
- Increment de prestigi mútuament.
- Llegitimació del discurs de les entitats en cercles que no s'autodefineixen com solidaris.
- Reconèixer que els fins i mètodes de l'organització són social i ambientalment acceptables i bons per a tothom, així com també les seves denúncies.
- Incorporació de nous enfocaments i perspectives.
- Pot comportar l'inici de relacions amb les empreses que reverteixin en un altre tipus de suports.
- Generació d'aliances amb el sector empresarial que poden anar més enllà d'una col.laboració puntual amb l'empresa.
- Ajuda per assolir millor l'objectiu de l'entitat.

16.3. Optimització de la mesura

Les formes més adequades per involucrar els empleats en les activitats de voluntariat coroporatiu són:

- Dedicació de temps lliure: les empreses animen els seus empleats perquè dediquin part del seu temps lliure a col·laborar amb diferents organitzacions.
- Bancs de temps: l'empresa destina un nombre d'hores màxim a l'any perquè els empleats puguin portar a terme activitats de voluntariat en organitzacions.
- Voluntariat professional: l'empresa posa al servei d'organitzacions les habilitats i experiències dels seus treballadors per a quan els necessitin.
- Contribució a causes: a petició dels treballadors, l'empresa dóna suport econòmicamnet als programes i projectes de determinades organitzacions que desenvolupin la seva tasca en l'entorn d'una causa concreta.
- Contribució conjunta (*matched giving*): els empleats fan donacions econòmiques a diferents organitzacions. Aquuestes donacions es realitzen de diferents maneres: recaptacions especials per a ajuda a catàstrofes naturals, retencions voluntàries i anònimes a les nòmines o pagues extres, entrega del sou d'un dia de l'any, etc.
- Contribució en espècie: aquest programa està relacionat amb l'anterior, ja que les entitats seleccionades poden escollir l'opció de rebre la donació en metàl·lic o bé en materials o equipament.
- Suport a les iniciatives dels empleats: l'empresa premia econòmicament o bé mitjançant la donació de material, els projectes de voluntariat o de recaptació de fons que hagin estat dissenyats i desenvolupats pels seus propis treballadors.
- Actes: l'empresa anima els seus empleats perquè participin amb les seves famílies en diferents activitats d'àmbit local. Principalment, per recaptar fons.
- Premis per reconèixer la tasca voluntària dels treballadors: l'empresa reconeix la tasca d'aquells empleats que porten a terme accions de voluntariat en organitzacions. Acostumen a ser un reconeixment pels empleats i una donació econòmica per a les organitzacions on els empleats col·laboren.
- Programes: programes dissenyats per la mateixa empresa que permeten canalitzar i gestionar la participació voluntària dels seus empleats. Aquest tipus de programes tenen relació amb la pròpia activitat de l'empresa i aprofiten els seus recursos i capacitats de manera que els posen a disposició dels seus empleats.

16.4. Exemples

VOLUNTARIAT CORPORATIU	BENEFICI BRUT	INVERSIÓ	BENEFICI NET
	€	€	€
ASPECTES POSITIUS: •			

ASPECTES A MILLORAR: •

DADES DE CONTACTE:

SEO-BirdLife
Direcció: C/ Múrcia 2-8, local 13. 08026 Barcelona
Telèfon: 93 289 22 84
e-mail: catalunya@seo.org
web: http://www.seo.org

CODI ÈTIC I DE BONES PRÀCTIQUES

[NOM DE L'ENTITAT] com a entitat social de caràcter ecologista que es dedica a […] es compromet a desenvolupar la seva feina seguint i complint el següent codi ètic, basat en els següents principis:

Llibertat, consciència social, veritat, anti-corrupció, lluita contra l'alienació de l'individu, igualtat social, lliure accés a la informació (coneixement lliure), valor social (reconeixement entre semblants), accessibilitat, activitat, preocupació responsable i creativitat.

Els membres i treballadors que representen [NOM DE L'ENTITAT], siguin de la Junta o socis, que realitzin actes en representació de l'entitat han d'actuar amb respecte i contraris a qualsevol ús de violència (física i psíquica), complint amb els criteris del següent Codi Ètic:

1.- RESPECTE ALS DRETS BÀSICS DE TOTES LES PERSONES

- La seva dignitat.
- La no discriminació per sexe, raça, religió o condició social.
- La presumpció d'innocència.
- L'honestedat.

2.- RESPECTE A ENTITATS, EMPRESES O INSTITUCIONS

- Respectar l'honorabilitat dels representants d'entitats, institucions o col·lectius
- No desacreditar o difamar a representants d'altres col·lectius pel fet de discrepar, utilitzarem sempre criteris respectuosos.

3.- PARTICIPACIÓ

- En totes les trobades, debats i reunions, respectarem sempre el dret dels altres.
- Podrem discrepar sempre de forma respectuosa proposant solucions coherents.
- Cercarem sempre el consens i l'acord.
- Defensarem els nostres objectius de forma constructiva i respectuosa cap a la resta d'opinions.

4.- PUBLICACIONS

- Les nostres publicacions es basaran en els criteris de veracitat, amb informacions contrastades i objectives.
- Els nostres articles o documents no entraran en descrèdits i manca de respecte a les persones, empreses o institucions que hi figurin.

- Els nostres materials editats poden reflectir opinions contràries sobre actuacions o projectes pels quals seran canalitzats de forma responsable mitjançant diferents tipus de tramitacions com poden ser: denúncies, al·legacions o altres.

5.- FINANÇAMENT DE L'ENTITAT

En el finançament de l'entitat primarà l'autosuficiència, en els casos que es demanin ajudes a empreses i particulars, han de complir en el desenvolupament de les seves activitats els drets de les persones i del medi ambient, i per tant rebutgem sol·licitar subvencions en el següent llistat inicialment:

[LLISTAT D'EMPRESES]