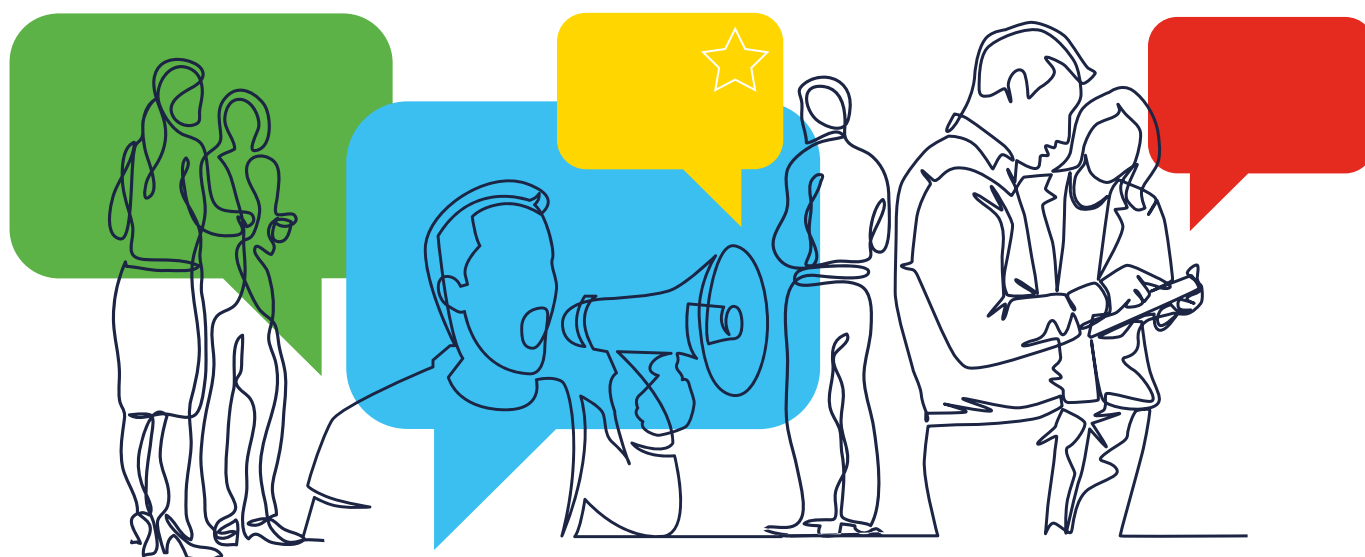




# INICIATIVA CIUDADANA EUROPEA

## Cómo captar fondos



## | ÍNDICE

Orientar el rumbo de la Unión Europea	3
Cómo captar fondos	4
Otras vías de financiación	7



# 1

## Orientar el rumbo de la Unión Europea

Los ciudadanos europeos tienen derecho a participar en la vida democrática de la UE. Uno de los medios para que la gente participe en la política de la UE es la Iniciativa Ciudadana Europea, instrumento único del que dispone la ciudadanía para orientar el rumbo de las instituciones de la UE.

Los ciudadanos que constituyan un grupo de organizadores y consigan recoger un millón de firmas en al menos siete Estados miembros, en un plazo de 12 meses, pueden pedir a la Comisión Europea que proponga legislación en sus ámbitos de competencias a efectos de la aplicación de los Tratados (ver la nota de orientación sobre **cómo redactar una iniciativa ciudadana europea**).

Para más detalles, consultar la nota de orientación sobre las **etapas del procedimiento**.

### | Prepararse para la Iniciativa Ciudadana Europea

El hecho de que, en los cinco primeros años de existencia de este instrumento, solo cinco de las iniciativas registradas consiguieran obtener un millón de firmas pone de manifiesto que la fase de preparación es una de las más importantes. A menudo, entre los aportes necesarios se señalan estos: financiación, recursos humanos, apoyo informático, asesoría jurídica y traducción. Organizar la campaña de una iniciativa requiere cantidades significativas de tiempo y recursos.

Durante la fase de preparación, captar los fondos que permitan concebir y realizar una campaña intensa es extremadamente importante y puede suponer un reto. Para más información sobre las campañas, ver la nota de orientación sobre **cómo realizar una campaña**.

El foco está en las distintas actuaciones para captar fondos destinados a financiar las actividades de coordinación y divulgación de las iniciativas.



Los miembros del grupo de organizadores son conjunta y solidariamente responsables de los posibles daños y perjuicios causados en la organización de una iniciativa por actos ilegales. Sin embargo, si los organizadores crean una persona jurídica conforme al Derecho de un Estado miembro, se considerará que esta es responsable de los daños y perjuicios derivados de la organización de la iniciativa.



## 2

# Cómo captar fondos

## Necesidad de fondos

Realizar una campaña transnacional es uno de los mayores retos para los organizadores de una iniciativa ciudadana europea. Hay que prever importantes costes no solo en la fase de preparación, sino a lo largo de todas las etapas del procedimiento.

En primer lugar, el multilingüismo europeo implica tener que traducir toda la información sobre la iniciativa a las lenguas oficiales de los países en los que los organizadores tengan la intención de recoger declaraciones de apoyo (cabe precisar que la Comisión Europea se encargará de traducir la descripción de la iniciativa). En segundo lugar, aunque la campaña se puede realizar con voluntarios, la contratación de personal representa un coste adicional. Por si fuera poco, la comunicación es vital y siempre conlleva gastos: creación de páginas web, gestión de redes sociales, organización de actos, etc. Además, se puede necesitar un asesoramiento jurídico que puede resultar costoso. Por último, si los organizadores deciden imprimir documentos y folletos o recurrir a la publicidad en los medios, los costes también pueden incrementarse.

Recomendamos encarecidamente a los organizadores que sigan estas etapas:

### Organizar una alianza

Como se señala en la nota orientativa sobre **cómo buscar socios**, no conviene poner en marcha una iniciativa sin haber establecido previamente una sólida red de socios, integrada por organizaciones y ONG de implantación local, con objetivos e intereses similares. Tras el registro de la iniciativa, el grupo de organizadores dispone de seis meses para iniciar la recogida de declaraciones de apoyo. Los organizadores pueden aprovechar ese periodo de tiempo para consolidar su red.



## Tres claves para los organizadores:

1. actitud activa
2. creatividad
3. perseverancia



## Cómo identificar posibles colaboradores:

1. Hacer una cartografía de socios potenciales, relacionados con el tema/ objetivo de la iniciativa a nivel local, regional, nacional y europeo.
2. Crear un «lobby ciudadano» que preste apoyo a las iniciativas a nivel local y determine las mejores prácticas.
3. Utilizar el Foro de la Iniciativa Ciudadana Europea para buscar socios.
4. Utilizar el Registro de Transparencia de la UE para detectar socios pertinentes a nivel de la Unión.
5. El sector privado y las asociaciones sectoriales pueden estar dispuestos a prestar apoyo en cuestiones que coincidan con sus objetivos.



## Experiencia positiva

«Prohibición del glifosato» ha sido la iniciativa más exitosa en la captación de fondos, al proceder estos en su mayoría de las sólidas organizaciones que apoyaban la iniciativa.

### Elaborar un presupuesto común

Al elaborar el presupuesto de la campaña, conviene explicitar claramente las expectativas y los límites.



## Recomendación

- Las ayudas no financieras también pueden suponer un ahorro para los organizadores. La Comisión presta una ayuda en especie que se materializa en el Foro de la Iniciativa Ciudadana Europea, la traducción del título, objetivos y anexo de todas las iniciativas registradas y el sistema gratuito de recogida en línea que la institución gestiona directamente. Además, los organizadores reciben el apoyo complementario del Comité Económico y Social Europeo.



## Experiencia positiva

Los organizadores de «Right2Water» crearon un fondo para financiar la campaña con tres años de antelación.

## Reparto de cargas

La financiación de la iniciativa también puede hacerse mediante pequeñas aportaciones a título personal (en la mayoría de los casos, de los propios organizadores). Junto con las asociaciones, las fundaciones suelen ser las principales fuentes de financiación, como muestra la experiencia de las cinco iniciativas que han prosperado (por ejemplo, «Uno de nosotros» o «Prohibición del glifosato»).



## Recomendaciones

- Un acuerdo escrito en el que se especifiquen las distintas contribuciones de los socios (disponibilidad de personal, actividades de divulgación, fondos, etc.) evitará malentendidos entre estos durante la campaña.
- Al apoyar una iniciativa, se podría invitar a los firmantes a que realicen una aportación económica.
- Utilizar las listas de correo de los socios para solicitar donativos.



## Experiencia positiva

Cada comité nacional creado para la campaña de «Uno de nosotros» captó fondos para las actividades en sus respectivos países. De igual modo, los organizadores de «Stop vivisection» consideran que las campañas realizadas en cada país se pueden financiar a nivel nacional.



# 3

## Otras vías de financiación

### Microfinanciación colectiva (crowdfunding)

Uno de los métodos que más se utilizan para financiar proyectos o iniciativas es la microfinanciación colectiva (crowdfunding). Este método hace posible que gran número de personas aporten dinero (por lo general en pequeñas cantidades) para financiar un proyecto o iniciativa. Requiere amplias redes de personas, con las que se contacta a través de las redes sociales y las webs especializadas en crowdfunding para captar fondos.

### Captación de fondos de persona a persona

El objetivo de este tipo de microfinanciación es llegar a un público más amplio a través de las redes particulares de las personas que apoyan la iniciativa. Los partidarios de la iniciativa pueden crear su propia web de captación de fondos y compartirla en sus redes (de familiares, amigos, compañeros de trabajo, etc.) para obtener apoyo financiero.

### Merchandising

Aunque no suele generar grandes cantidades de dinero, es un excelente instrumento complementario para captar fondos:

los distintos artículos de promoción (pulseras, camisetas, folletos, tarjetas, gorras, bufandas, etc.) pueden dar a conocer la campaña y contribuir a su financiación.



### Webs de crowdfunding:

1. [CiviCRM](#)
2. [YouCaring](#)
3. [Classy.org](#)



## Patrocinio

Cada vez las empresas gastan más dinero en programas de patrocinio empresarial con el fin de mejorar su imagen de marca y llamar la atención de su público destinatario. Para conseguir patrocinios, los organizadores tienen que:

- Conocer a la audiencia a la que se dirigen y saber a qué tipo de patrocinadores desean atraer. Los patrocinadores seleccionados deben encarnar unos valores compatibles con los objetivos perseguidos. También hay que conocer el tipo de público que se puede ofrecer a los patrocinadores. Una de las principales razones que guían el patrocinio de las empresas es la posibilidad atraer la atención de un público al que todavía no se ha llegado.
- Ofrecer algo que resulte valioso. Las empresas quieren que sus inversiones resulten productivas, aunque solo sea en términos de imagen o de responsabilidad social corporativa. Hay que colaborar con cada patrocinador para establecer un plan de marketing que beneficie a ambas partes.
- Exhibir las ventajas del proyecto que promueven y destacar sus propios valores. No basta con hacer una exposición de intenciones y convencer a otras organizaciones para obtener una respuesta empática, además hay que demostrar la propia sostenibilidad.

## Donativos

Las personas que respaldan una iniciativa ciudadana europea que se trata de poner en marcha también pueden prestar apoyo a la campaña mediante una aportación económica. Los donativos se pueden recoger a través de la web de la iniciativa. En tal caso, los organizadores deben hacer cuanto esté a su alcance para:

- explicar claramente cuáles son sus actividades
- - exponer el modo en que se utilizarán los donativos y exhibir la adhesión de terceros
- - incluir un enlace visible para realizar el donativo y hacer que el proceso sea rápido.



## Recomendación

- Conviene llevar un cuidadoso control de todas las aportaciones, ya que las fuentes de apoyo y financiación superiores a 500 euros por año y patrocinador deben comunicarse a lo largo del procedimiento, al menos cada dos meses. También hay que facilitar información sobre las organizaciones que prestan asistencia con carácter voluntario, cuando dicho apoyo no sea cuantificable económicamente.



## Vías alternativas de financiación:

1. redes sociales
2. organización de fiestas
3. bingo
4. rifas
5. retos virales
6. tour de bares
7. torneos de juegos de mesa
8. torneos deportivos
9. subastas
10. fiestas de karaoke
11. concursos de talentos



Se puede encontrar más información sobre captación de fondos en las fichas de las cinco iniciativas que han prosperado:

- **Uno de nosotros**
- **Right2Water**
- **Prohibición del glifosato**
- **Stop vivisection**
- **Minority SafePack** (disponible próximamente)