

Asociación  
Española de  
Fundraising

# Realidad del Socio y Donante 2019

17 de Julio de 2019

eLTERCER

# Edición 2019

- Esta es la tercera edición de este informe con la estructura actual.
- En 2015 incorporamos el benchmarking de captación para analizar todo el proceso de vida del socio, no solamente las bajas.
- En 2017 analizamos a los donantes puros, no aquellos socios que hacen donaciones, sino a los donantes puntuales.
- Algunas consideraciones a tener en cuenta al interpretar los resultados en esta edición:
  - + **Cambian algunas entidades** y, evidentemente, siempre hay un impacto vinculado a esos cambios. En cualquier caso, el objetivo es una **visión global del sector y el estudio es absolutamente representativo del mismo**.
  - + La información de los **donantes puros** va siendo más completa, pero todavía nos falta más información para poder realizar un análisis más detallado.
  - + Como en años anteriores, aunque hablamos de 2019, los datos que se analizan son de 2018+ 2017. De esta forma podemos ver una evolución.
  - + Los entregables son diferentes y más dinámicos para poder profundizar la información desde distintos puntos de vista y con infinidad de variables.

# Participantes del Estudio



ALDEAS  
INFANTILES SOS  
Un hogar para cada niño



anesvad  
por el derecho a la salud



aecc  
Contra el Cáncer



GREENPEACE



Fundación  
JOSEP  
CARRERAS  
contra la leucemia



fundación  
pasqual  
maragall | POR UN FUTURO  
SIN ALZHEIMER



World Vision

# Representatividad del Estudio

- El estudio La realidad del socio y donante 2019 tiene como objetivo mostrar los grandes datos sobre las colaboración recurrente en España, es decir, lo que denominamos habitualmente socios, con Entidades No Lucrativas (ENL). El informe nos permite conocer realidades y tendencias sobre canales, cuotas, tiempo de colaboración, distribución geográfica, etc.
- Este estudio viene realizándolo la AEFr, en colaboración con El Tercer, desde 2012, lo que permite tener una visión evolutiva.

Socios Analizados 2019



4,41 MM

Socios Analizados 2017



3,98 MM

Donantes Analizados 2019



768.000

Donantes Analizados 2017

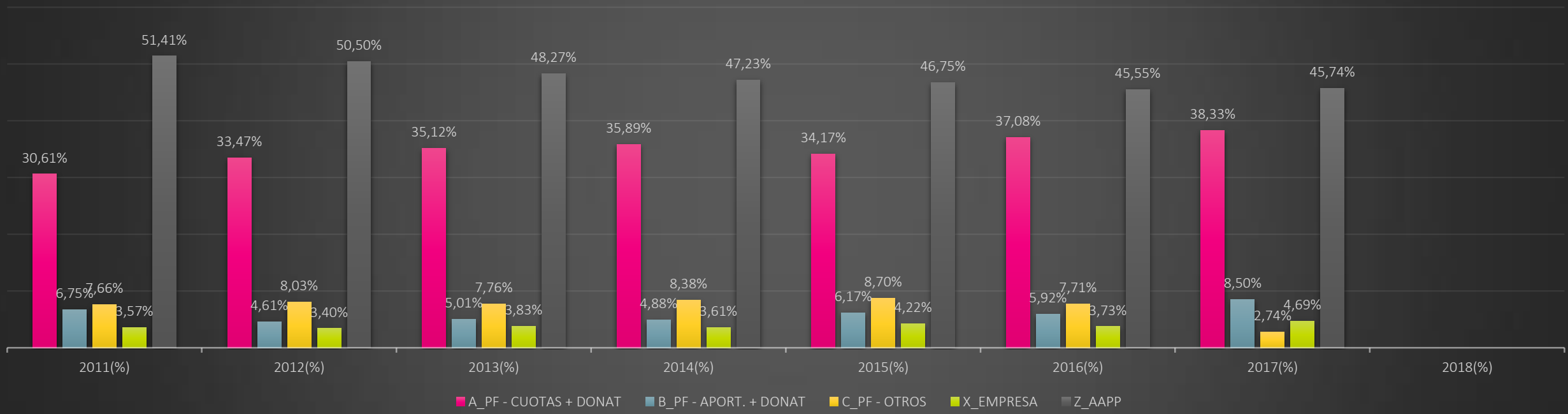


588.000

# Contexto

- 2019: 502 millones de euros en cuotas
- 2017: 456 millones
- *Estamos pendientes de otros datos de algunas entidades para ver la comparativa con otras fuentes de financiación*

Representatividad porcentual datos de contexto por año



# **SOCIOS ACTIVOS**

# Perfil Del Socio

Edad Media 57 años.

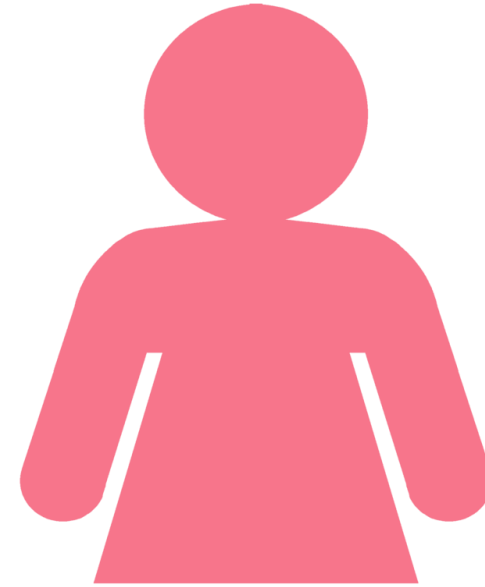
- El 56% de los socios tienen más de 55 años.
- Y el 77% más de 45.

Casi el 60% son mujeres.

Mayoritariamente viven en ciudades de más de 100 mil habitantes.

- El 30 % vive en Madrid y Barcelona.

Con alta capacidad económica

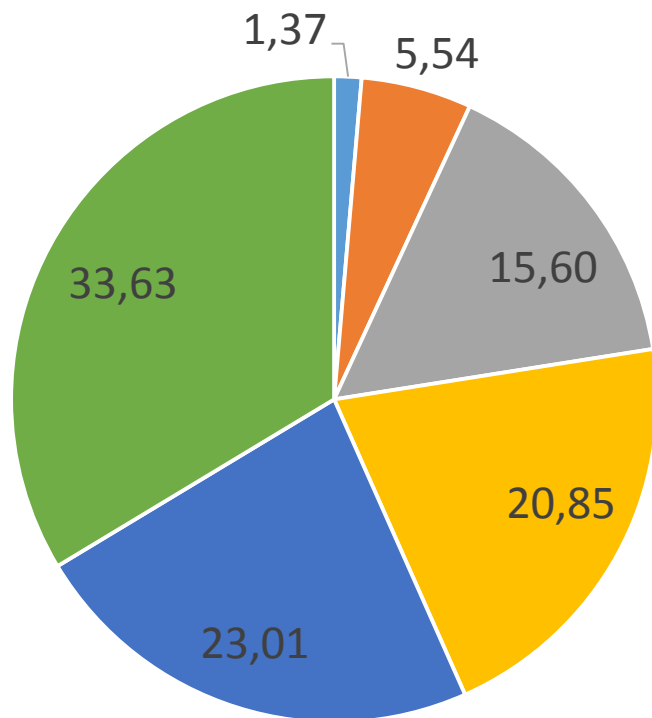


8,54 años de media cómo socio de la organización.

Un nivel de estudio muy superior a la media española.

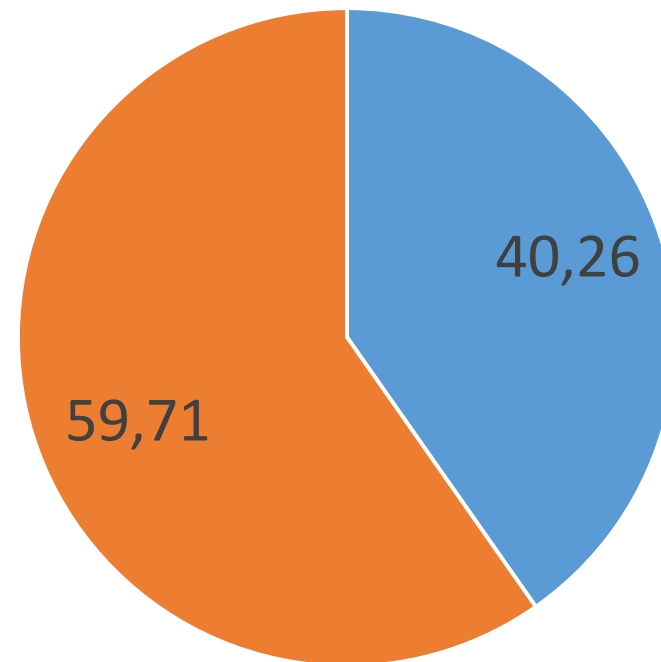
# Perfil Del Socio

Edad



■ a\_menor\_25 ■ b\_de\_25\_a\_34 ■ c\_de\_35\_a\_44  
■ d\_de\_45\_a\_54 ■ e\_de\_55\_a\_64 ■ f\_65\_ó\_más

Sexo

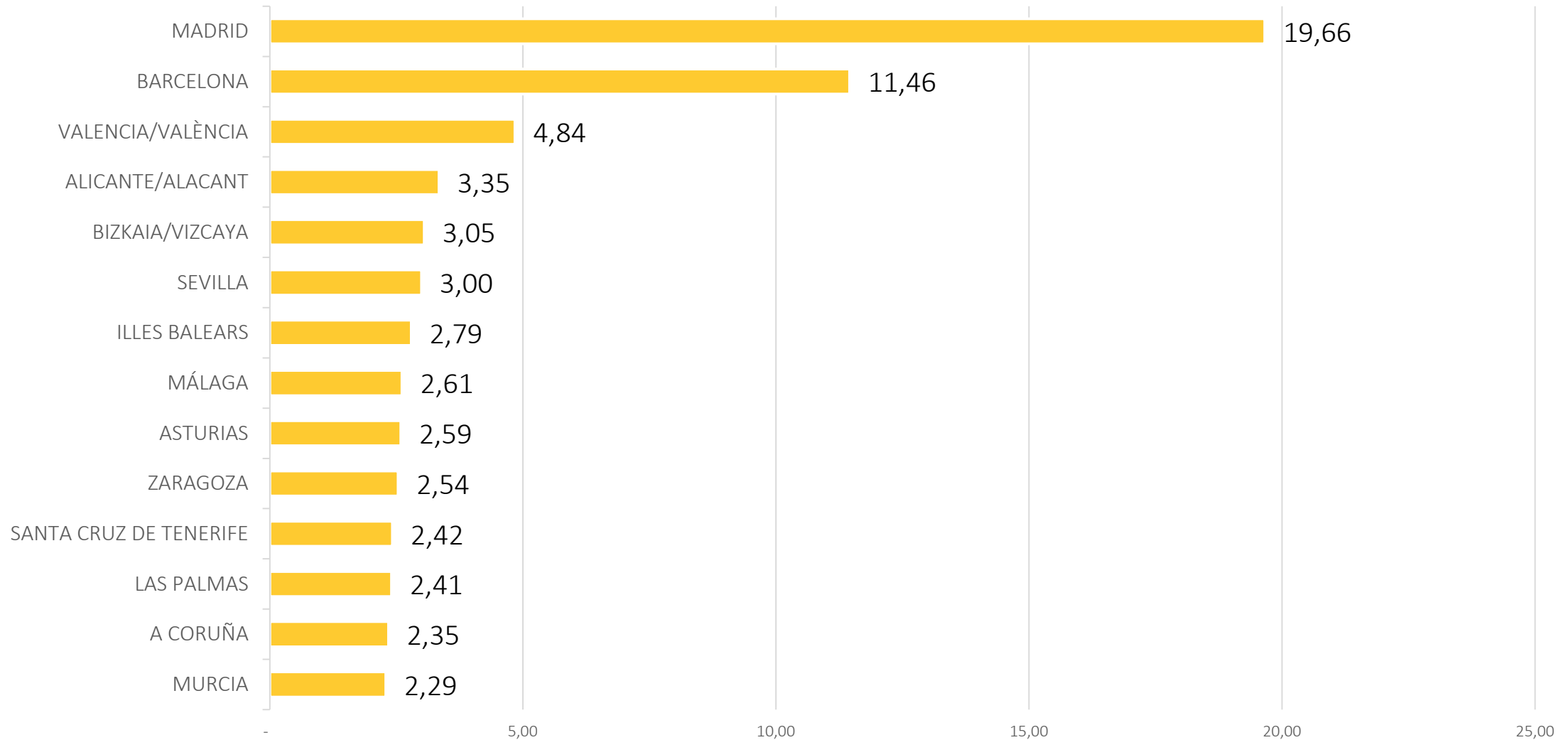


■ HOMBRE ■ MUJER



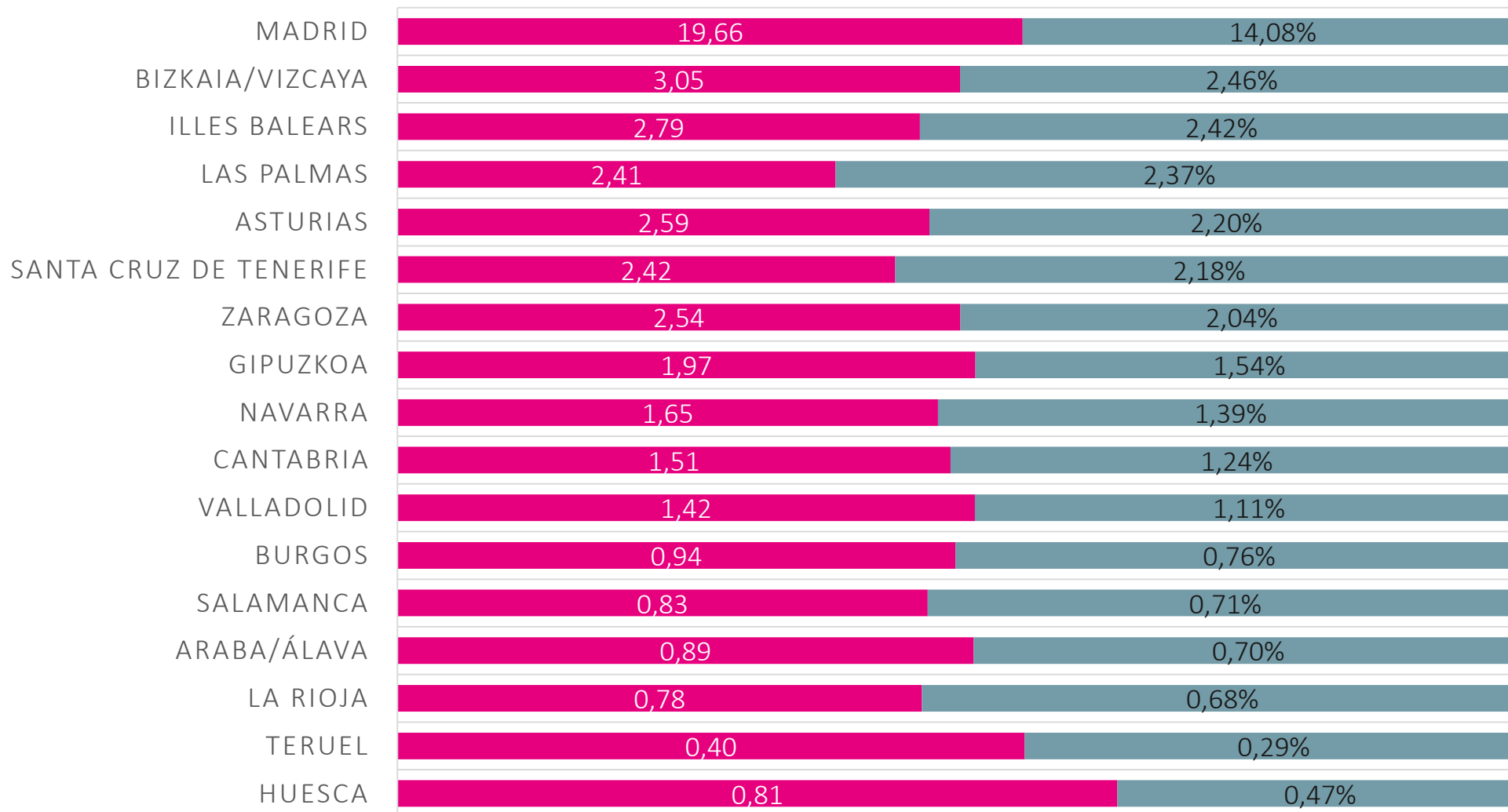
# Distribución de los Socios por Provincias

65% de los Socios en 14 provincias



# Comparativa % de Socios VS % de Población

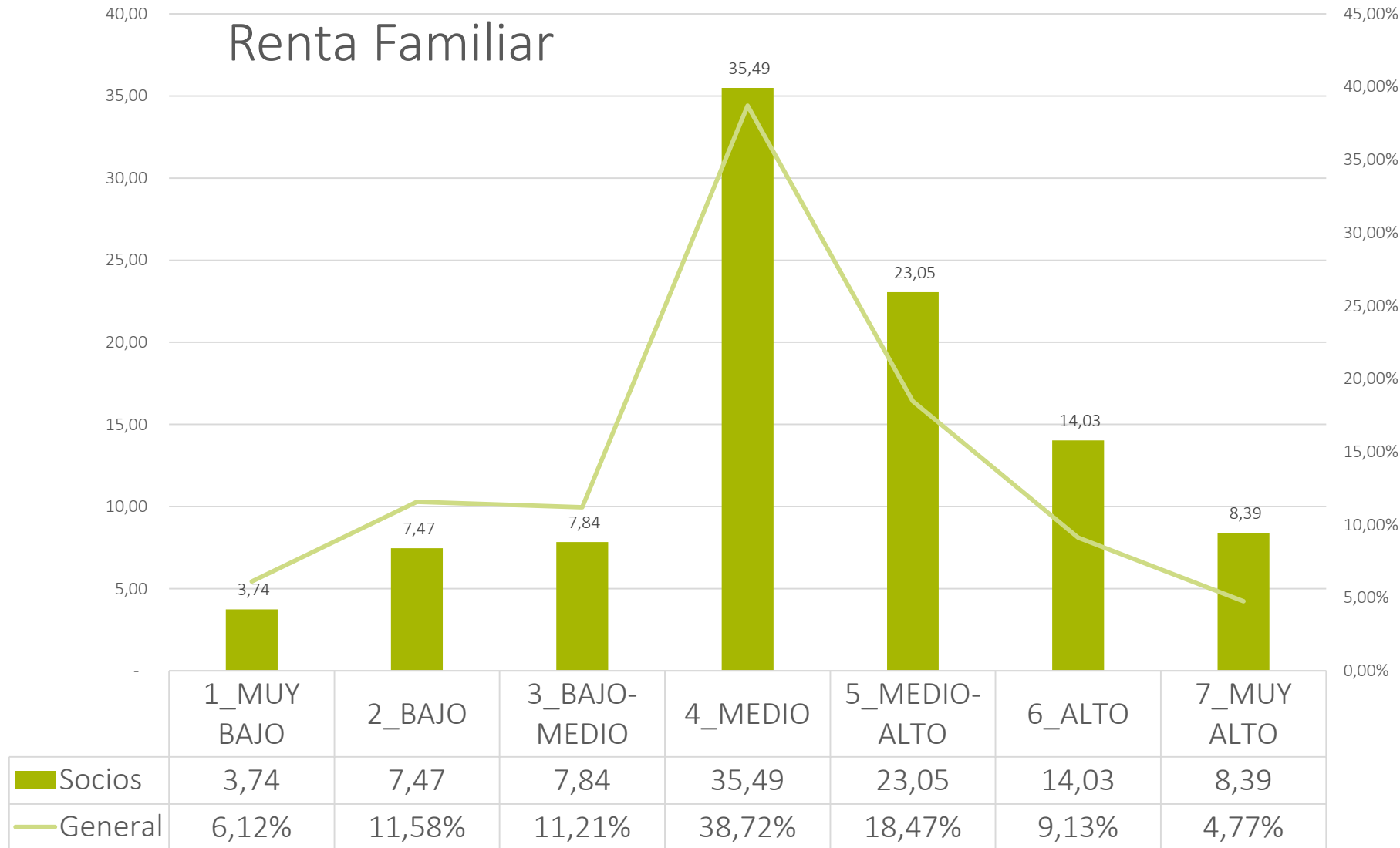
■ Socios ■ Población



Comparando con su población, Madrid, zona norte y las islas es donde más socios se concentran.

Destaca Hueca con un % de Socios muy alto para su población

# Capacidad Económica



Nivel Económico por encima de la media del país.

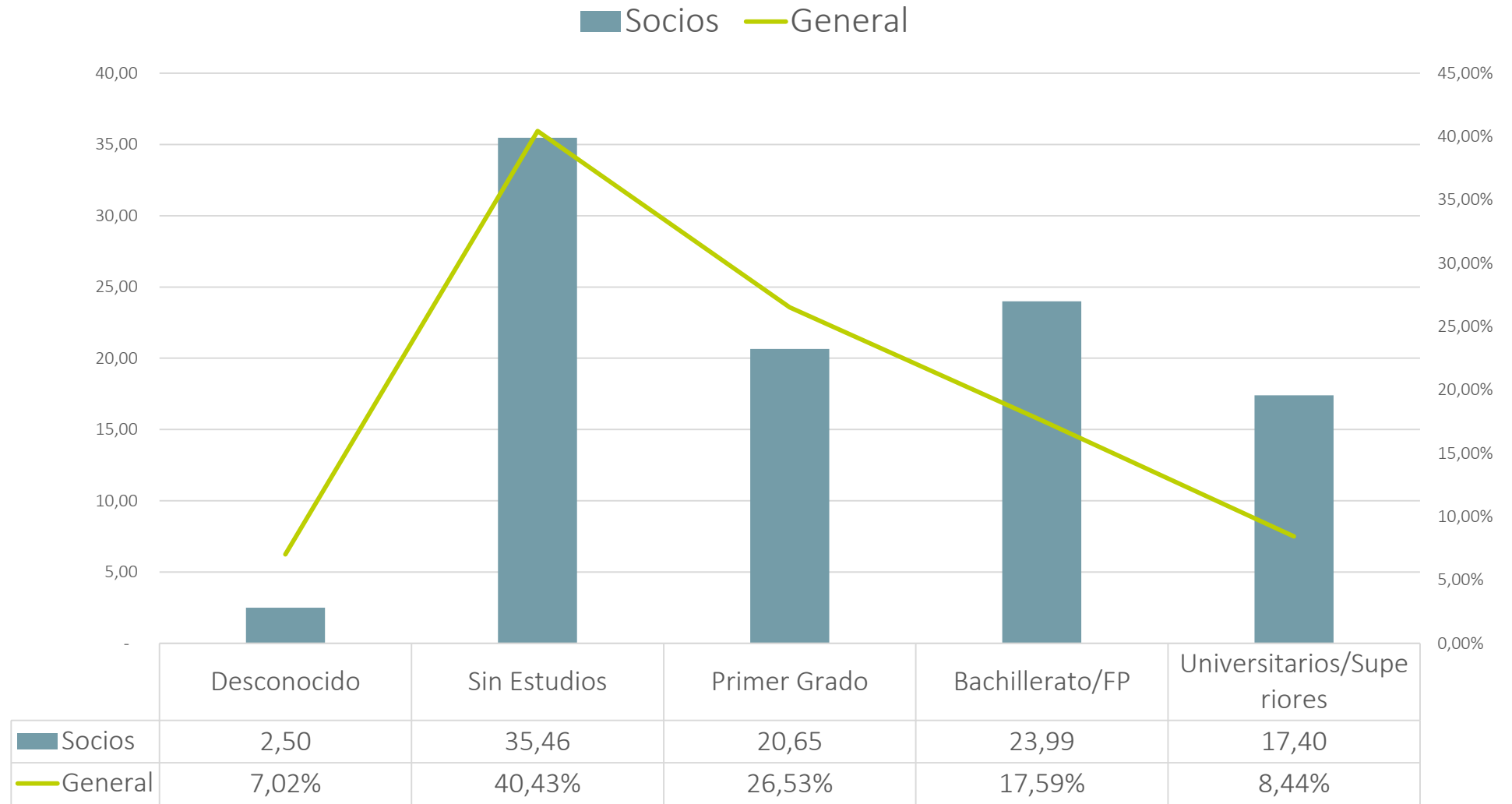
45% socios en los 3 niveles más altos donde se encuentra el 32% de la población.

No es comparable con la edición anterior porque es una tipología de Axesor.

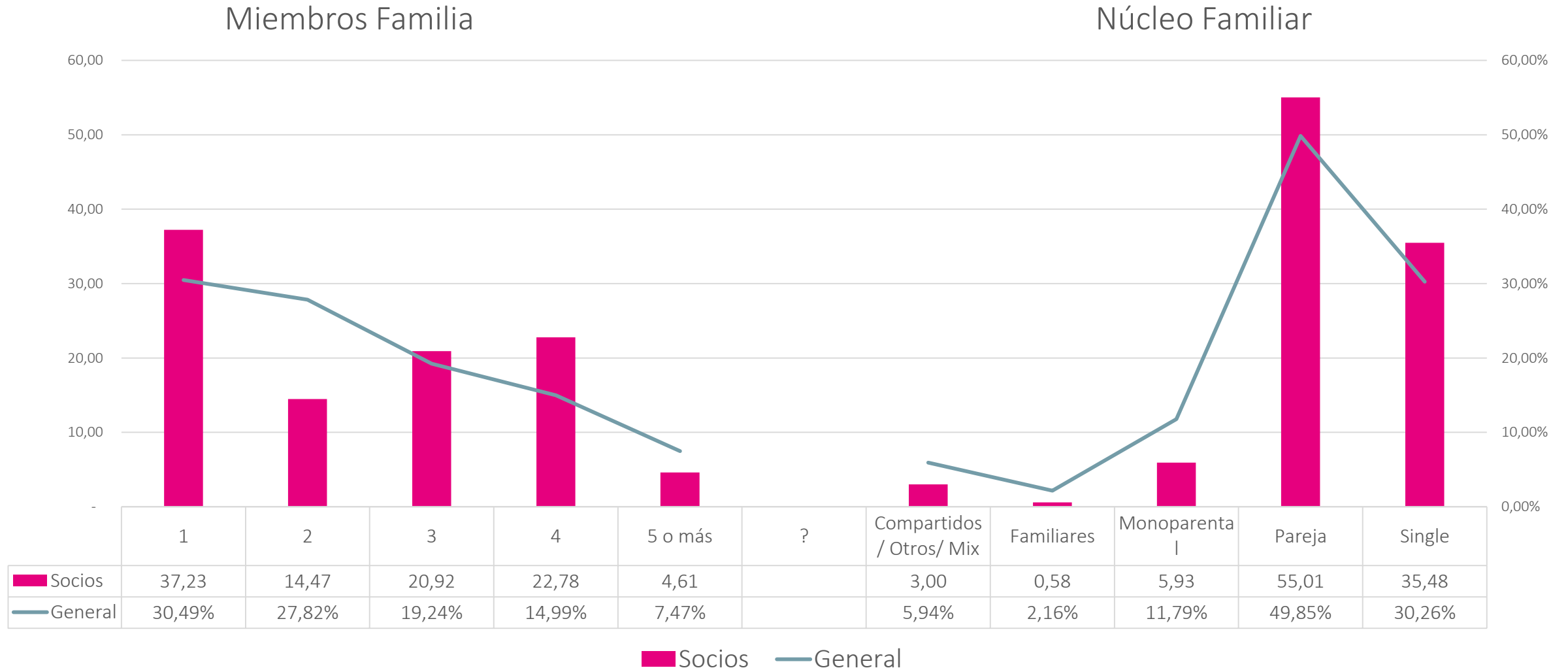
# Formación

Claramente los socios tienen un nivel de estudio muy superior a la media española.

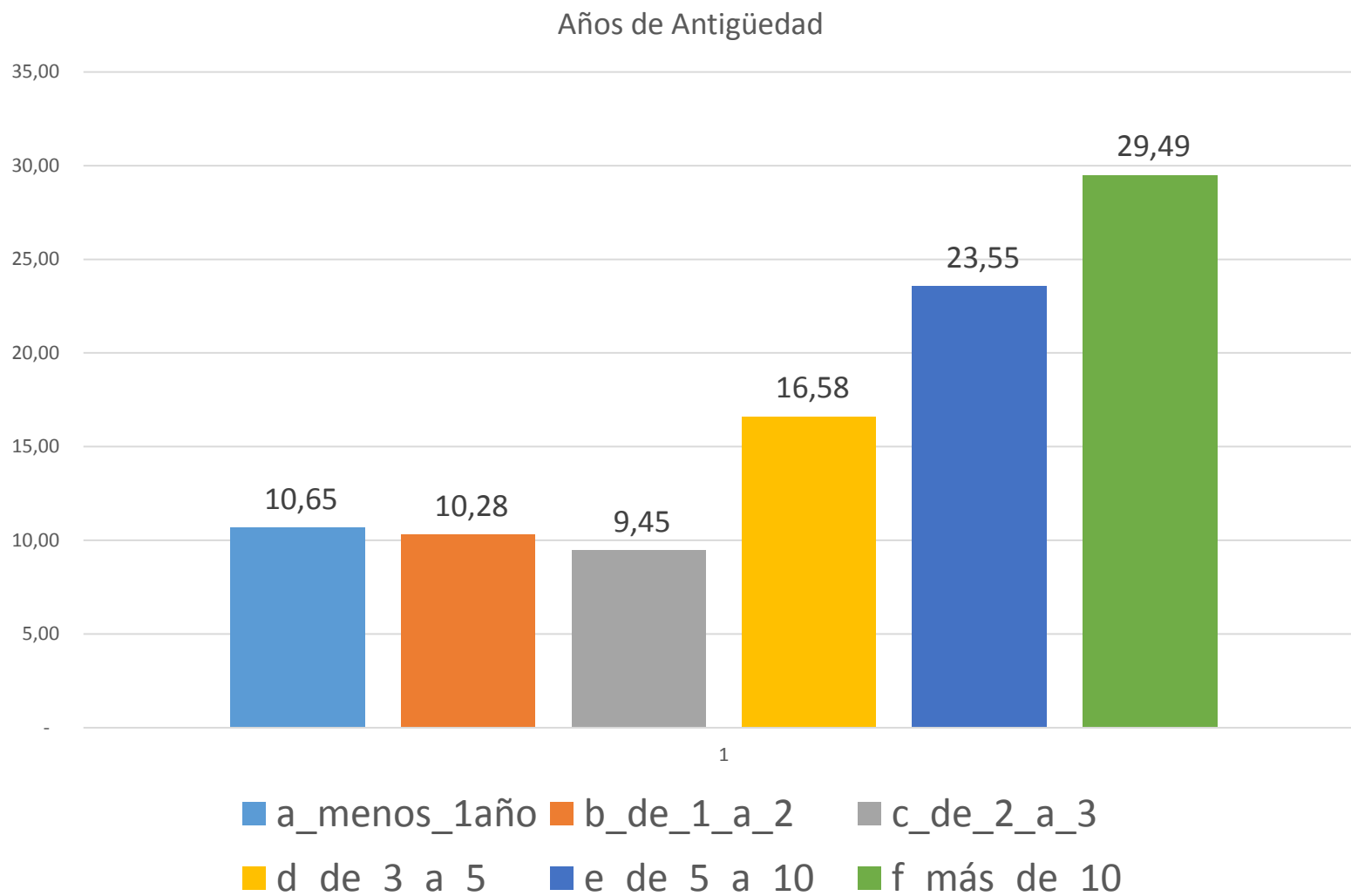
Un 17% tienen estudios universitarios mientras que la media del país es un 8%.



# Tipología Familiar



# Antigüedad Media de Socio Activo

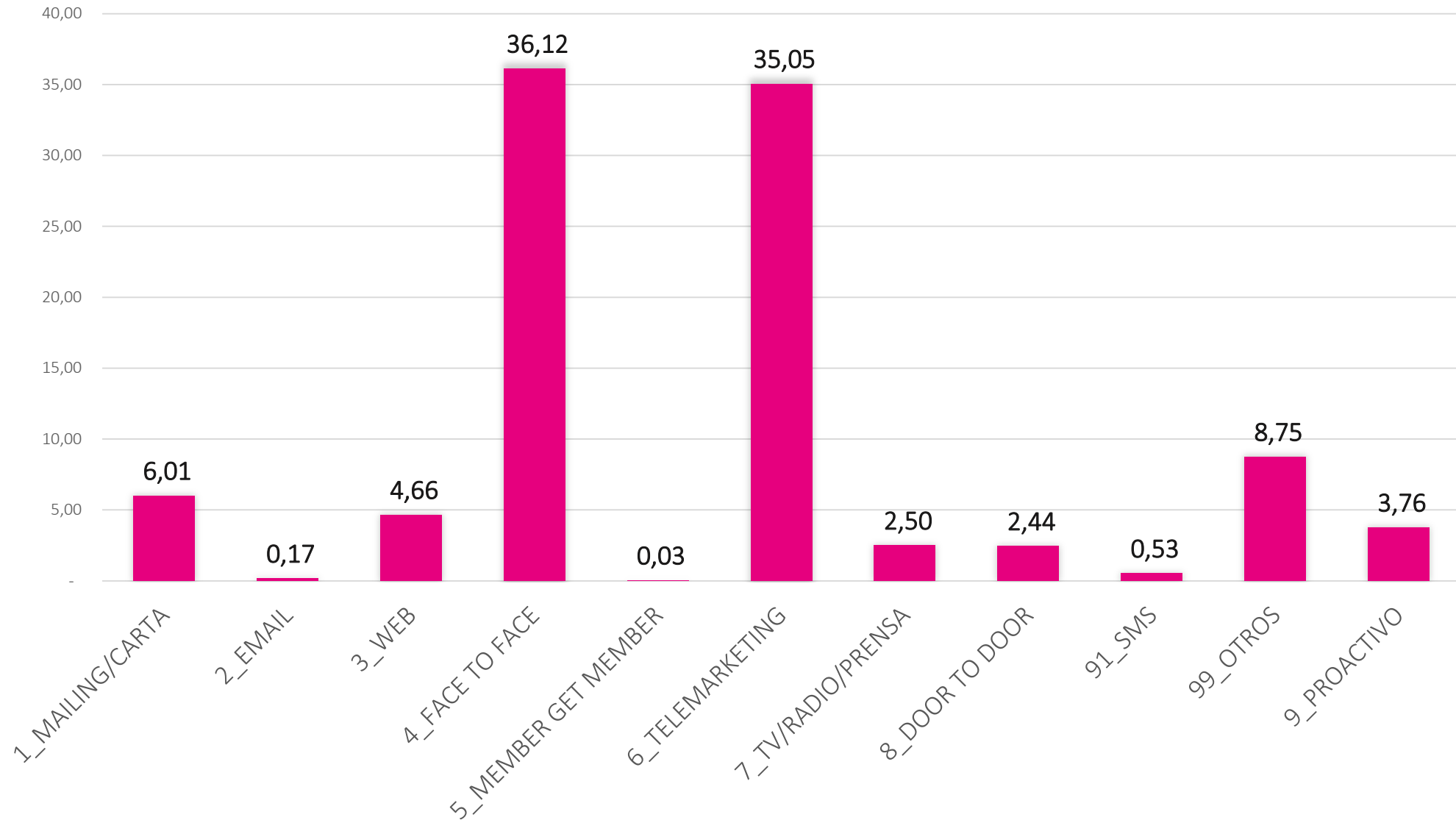


- **8,54 años de media.** Se mantiene con respecto al estudio anterior (8,4).
- 69% tiene una antigüedad de más de 3 años. Ha aumentado un 5% con respecto a la edición anterior que era de algo más del 65%.
- La nota negativa son los socios de menos de 3 años: 30,38% frente al 34 % de 2017

# **CANAL DE CAPTACIÓN**

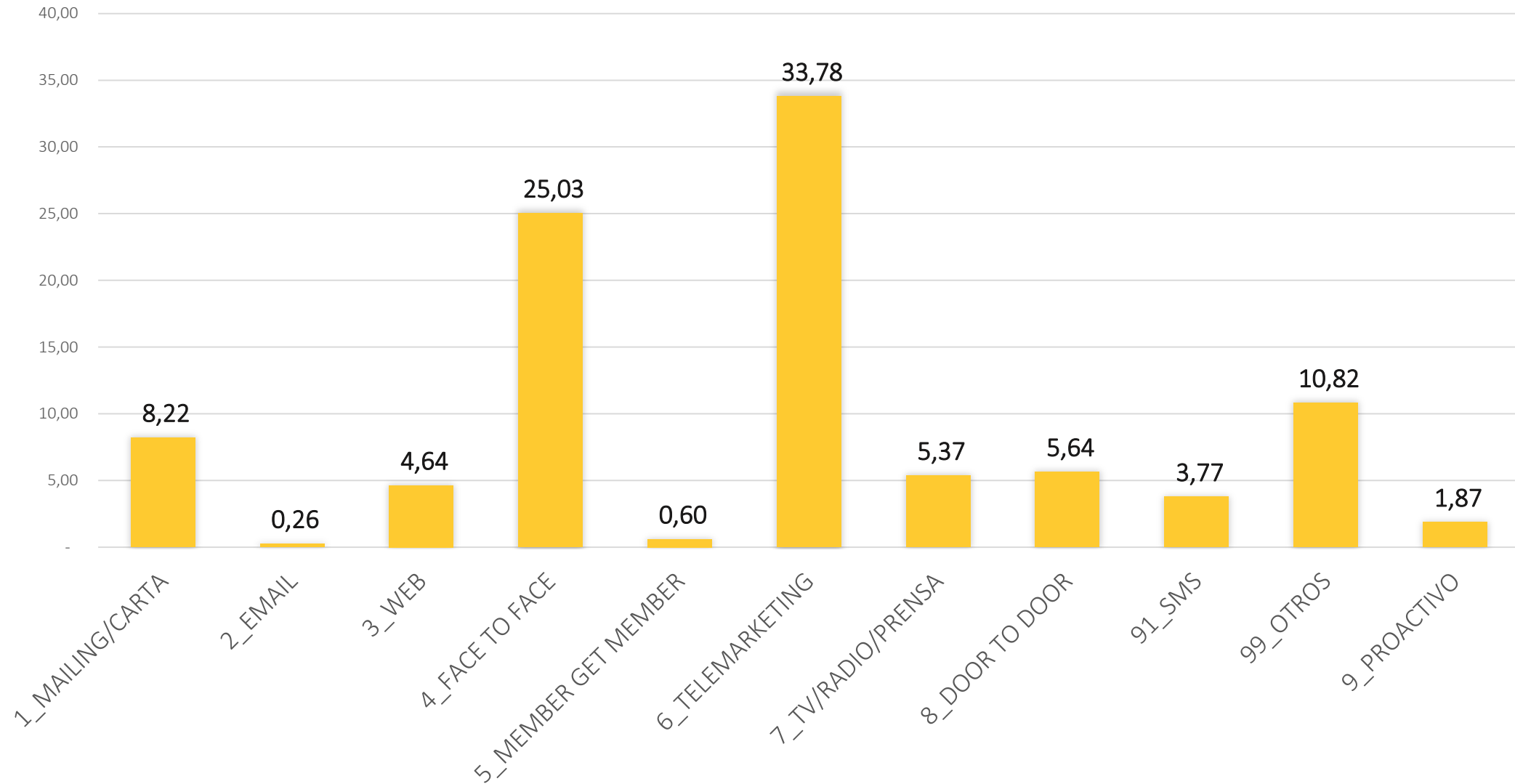
Socios Total Activos

# Canales de Captación Socios Activo





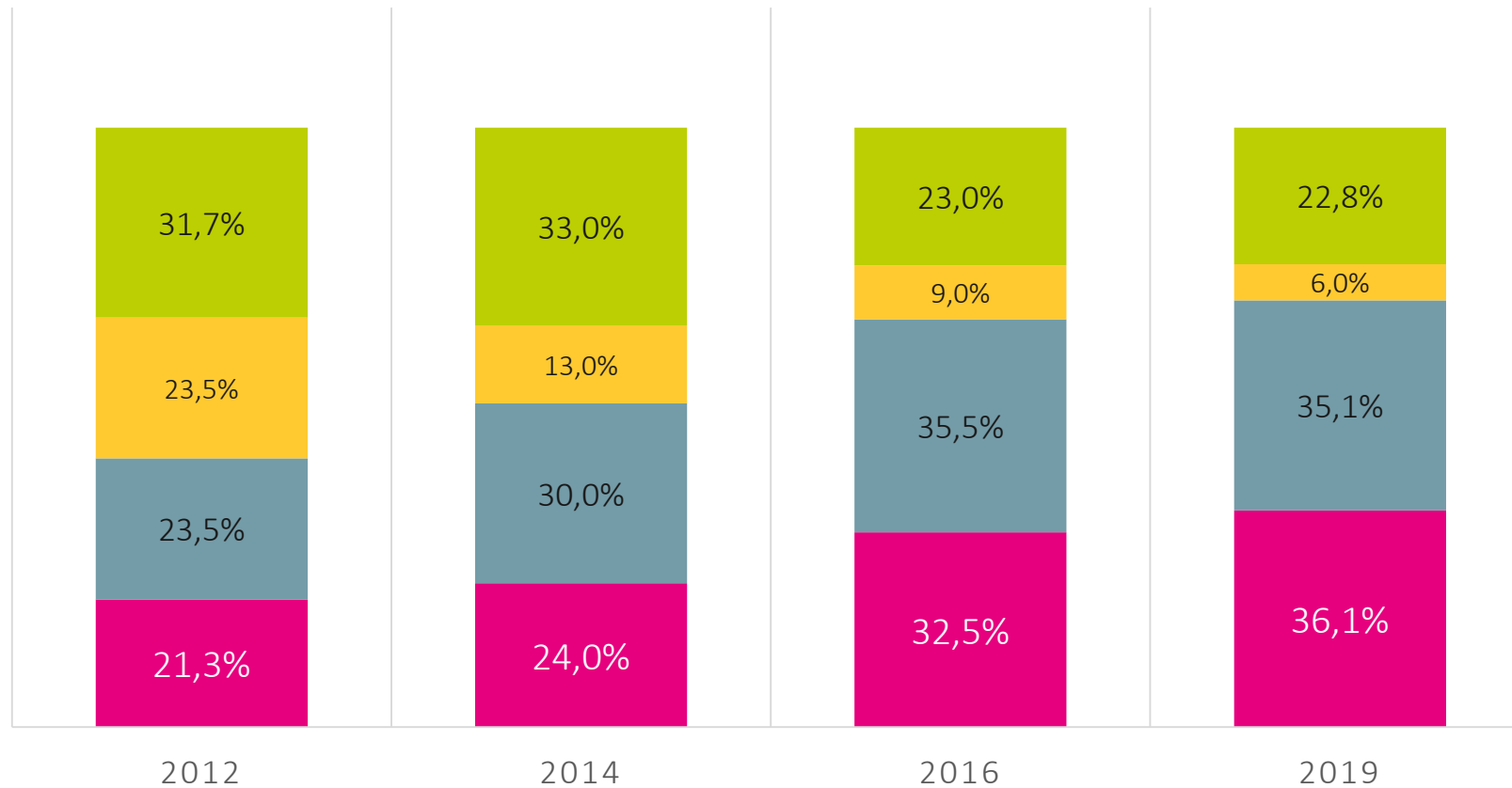
# Canales de Obtención Leads



# Evolución Principales Canales de Captación

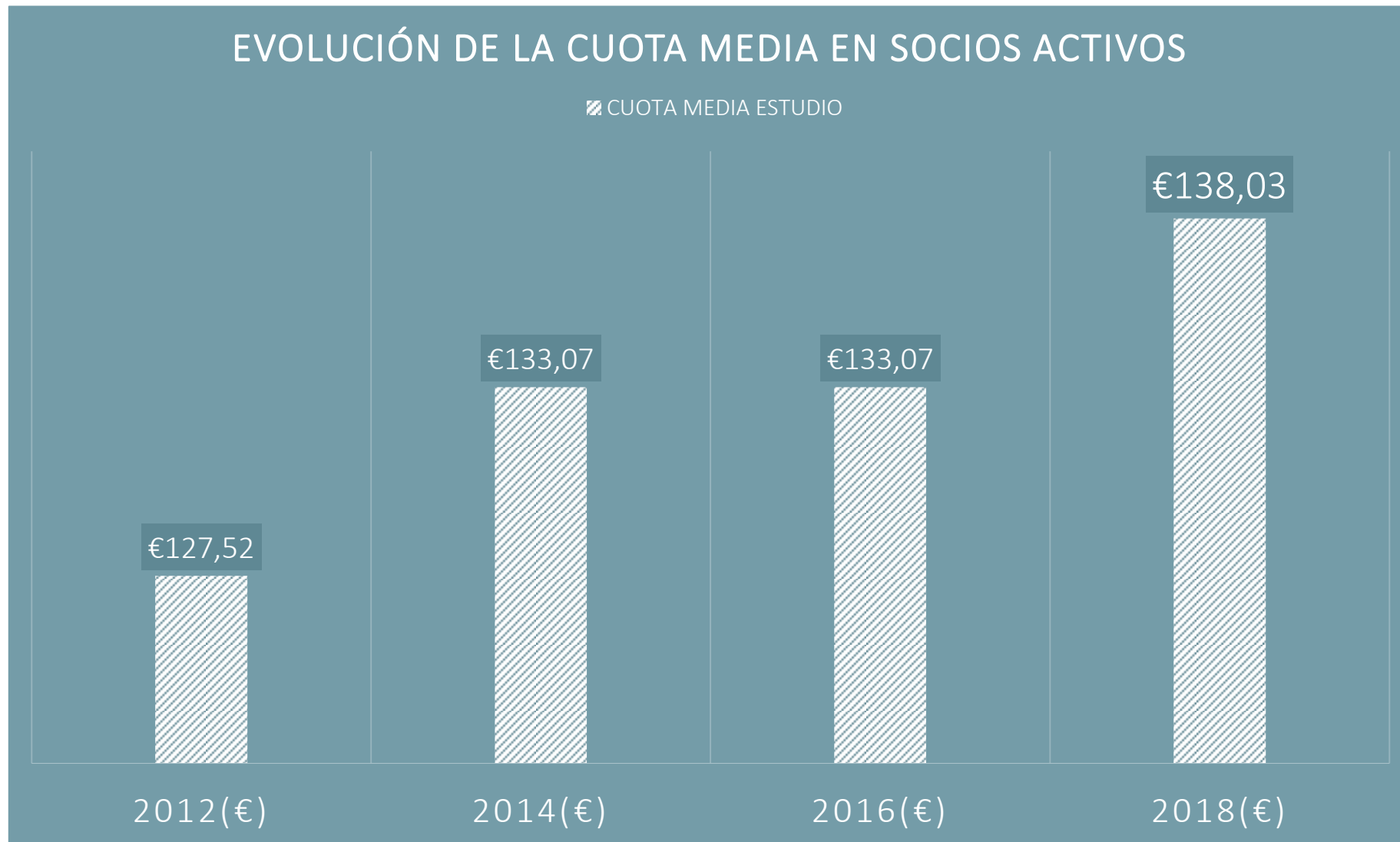
## EVOLUCIÓN DE CANALES

F2F Telemarketing Carta Otros

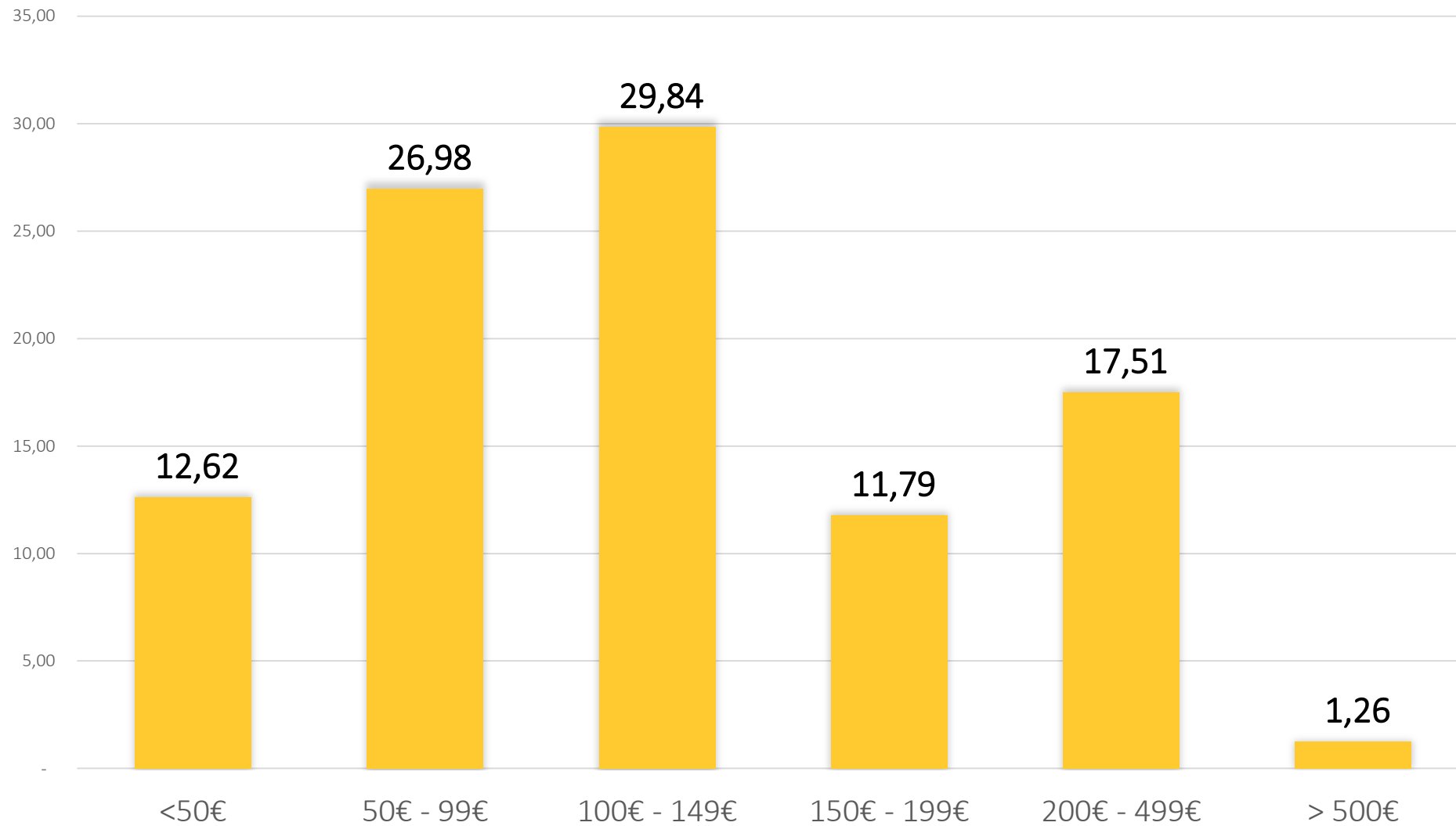


# APORTACIÓN ECONÓMICA

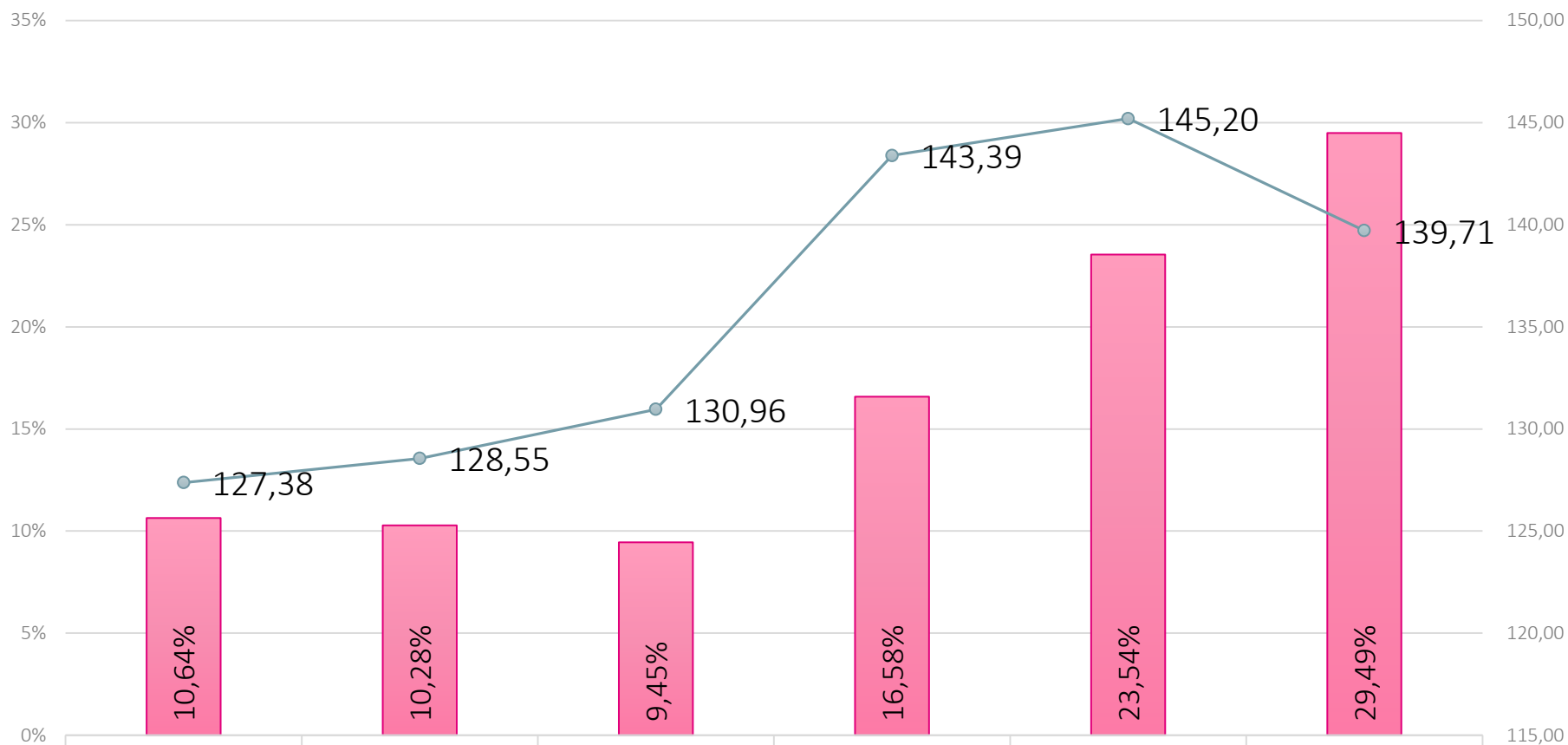
# Cuota Media Anual Socio Evolución



# Porcentaje por tramos de cuotas



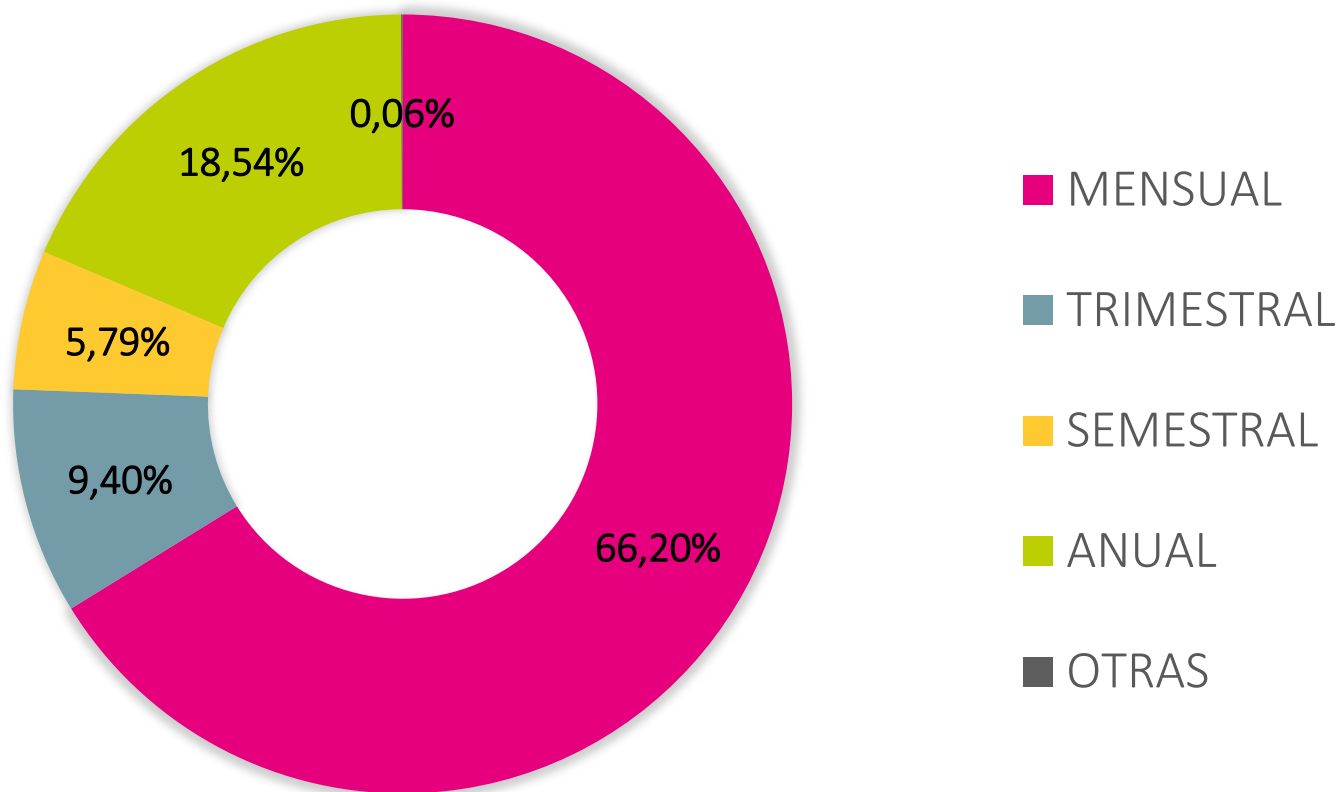
# Antigüedad Socio y su Aportación



	Menos de 1 año	De 1 a 2	De 2 a 3	De 3 a 5	De 5 a 10	Más de 10
<span style="color: #e91e63;">■</span> % del total	10,64%	10,28%	9,45%	16,58%	23,54%	29,49%
<span style="color: #4db6ac;">●</span> Cuota media	127,38	128,55	130,96	143,39	145,20	139,71

# Periodicidad de la Colaboración / Estimación Ciclo de Vida

PERIODICIDAD DE PAGO



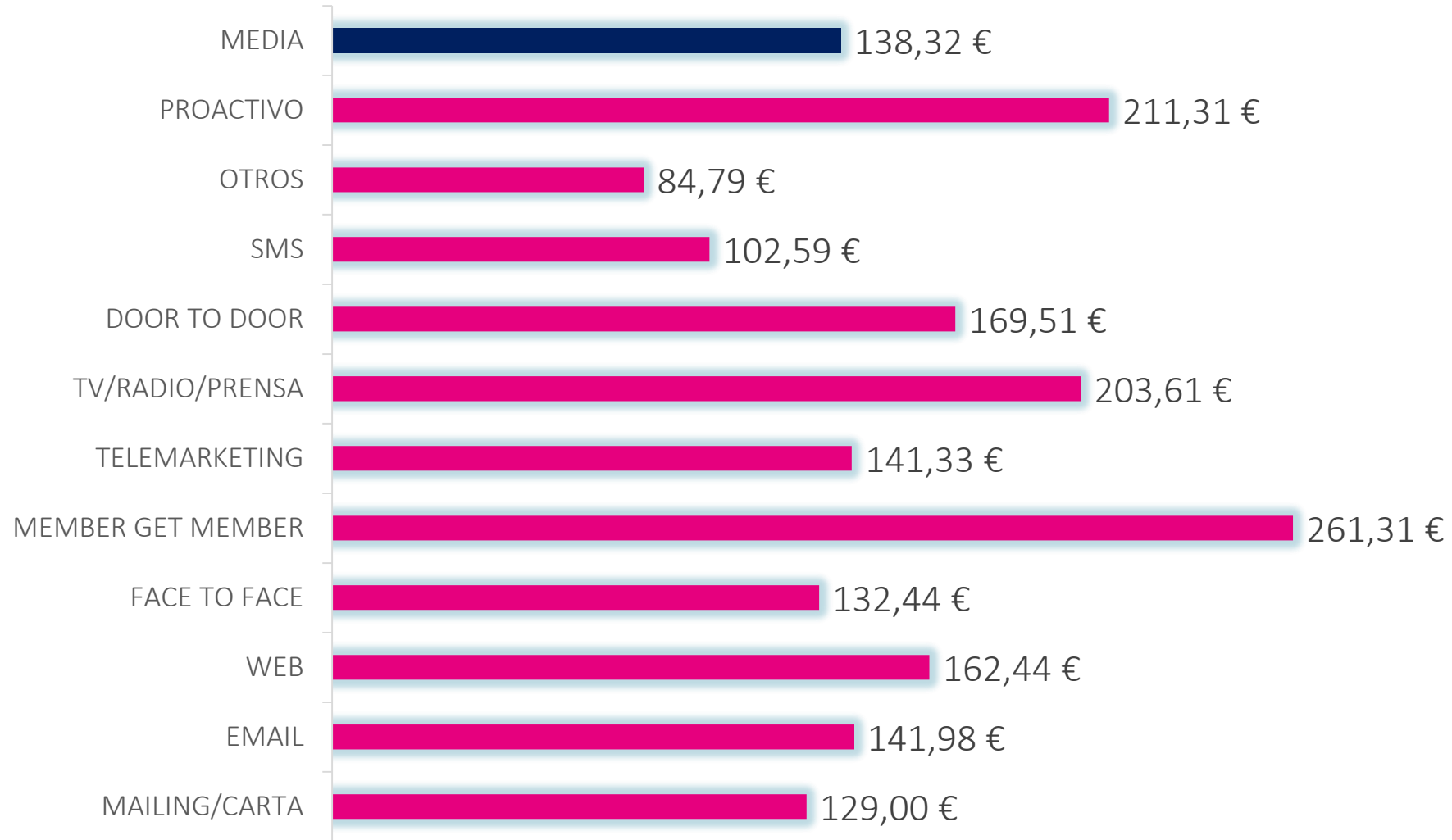
Estimación de la aportación de un socio a la organización

Antigüedad **8,54 años** x

Cuota Media **138.03 €**

**1.178, 77 €**

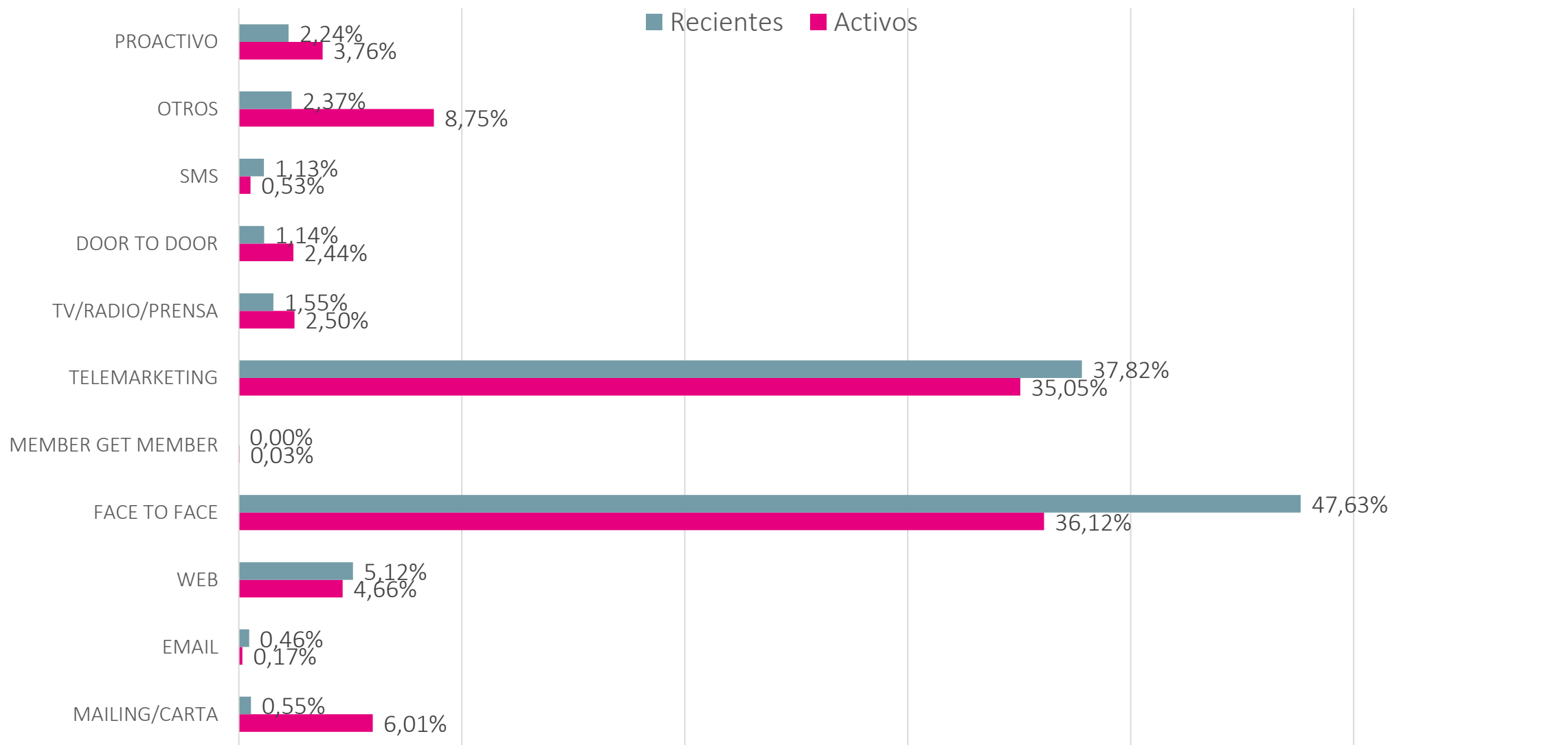
# Cuota según Canales



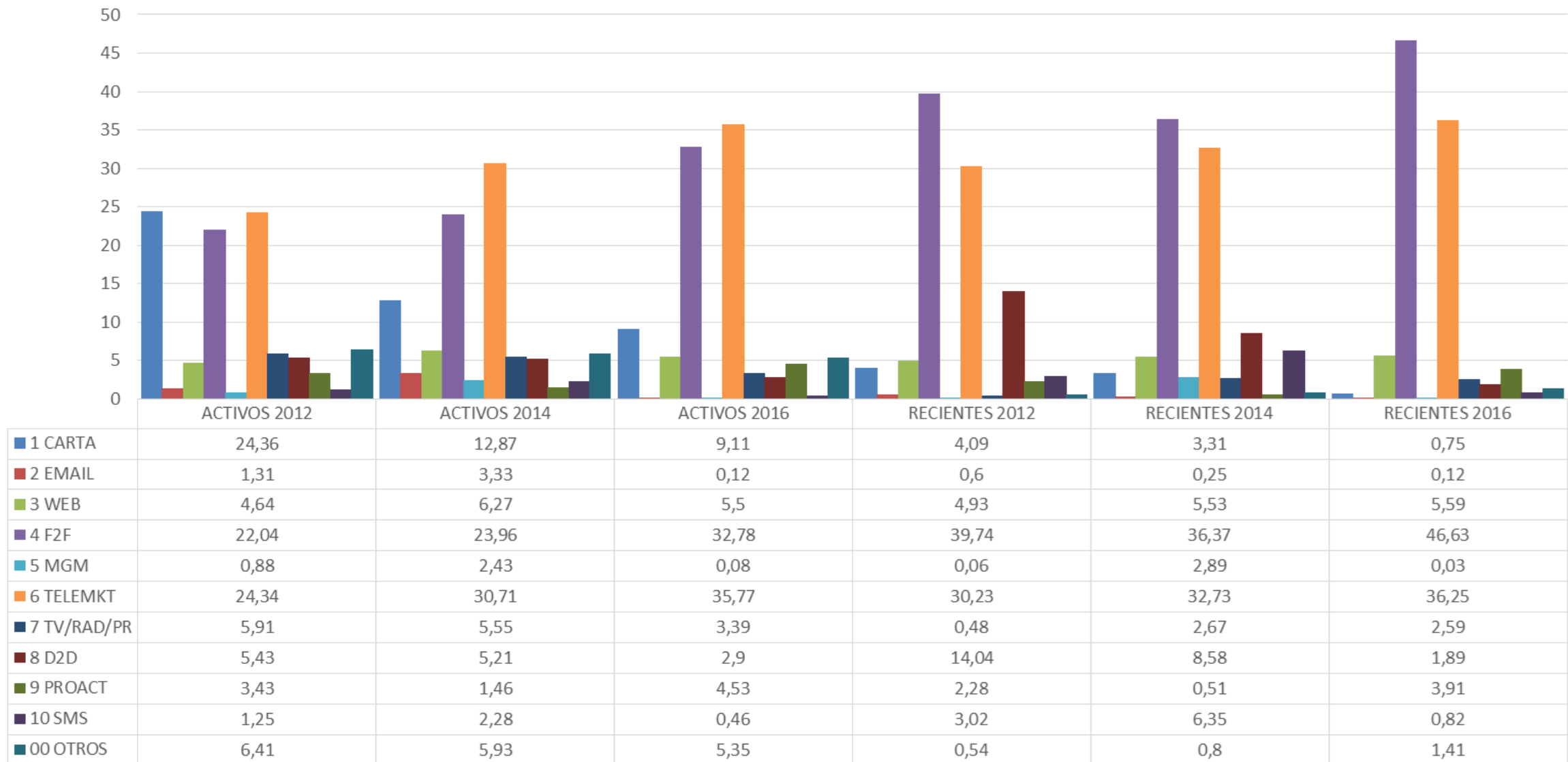


# CAPTACIÓN SOCIOS RECIENTES <3 años

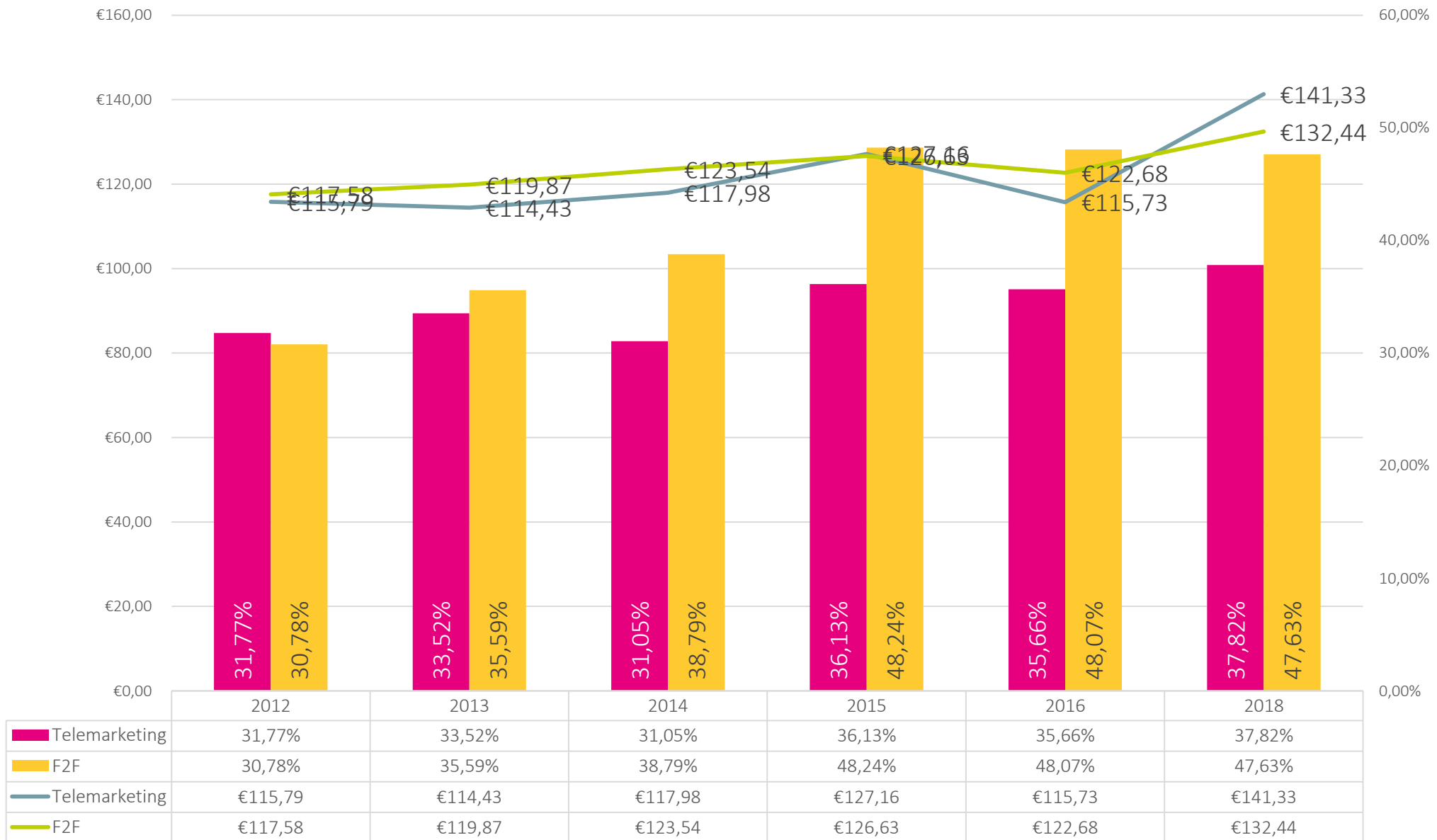
# Comparativa Canales Captación Activos vs Recientes



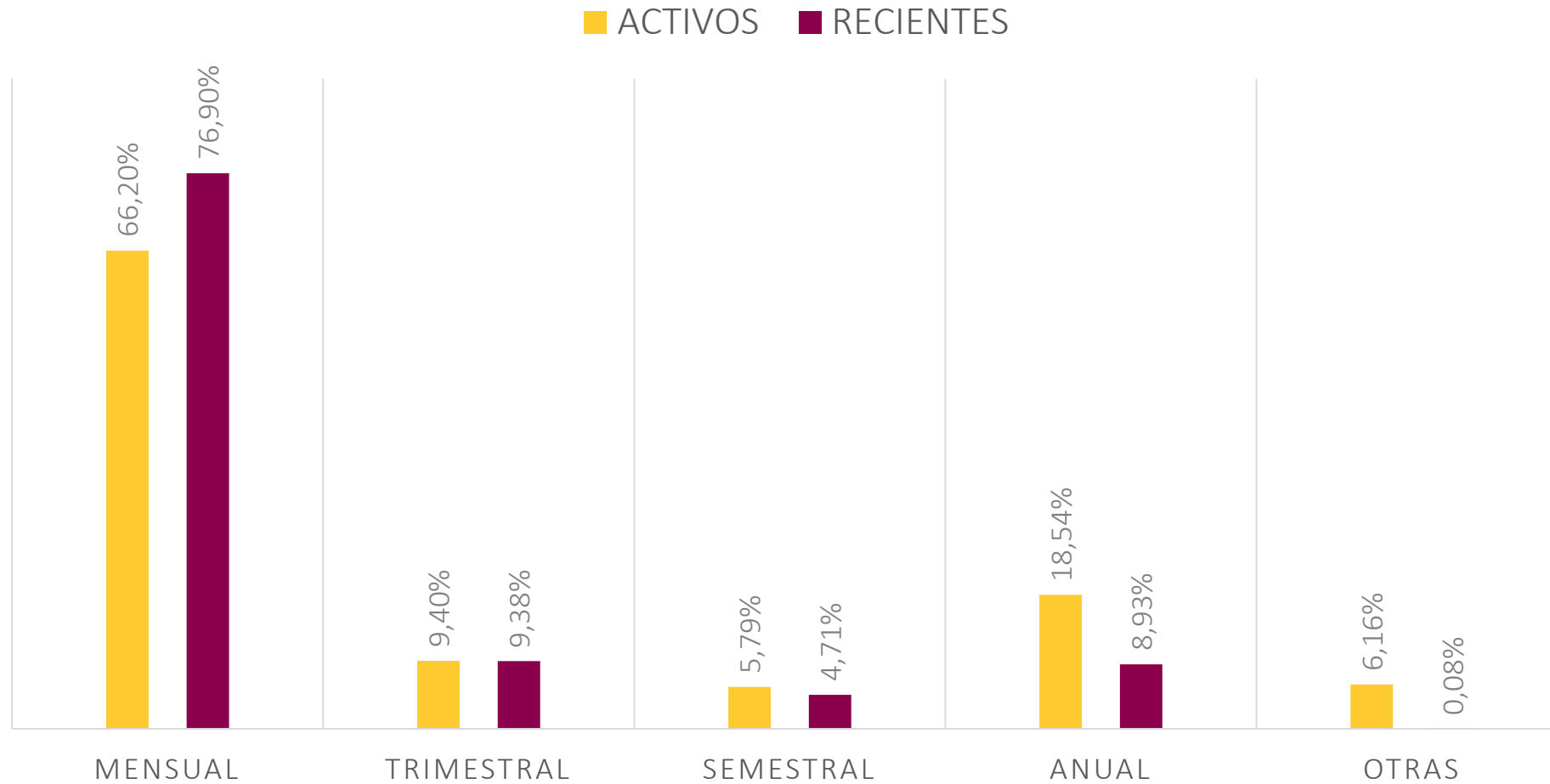
# Comparativa de canales en ediciones anteriores



# Evolución: Año/Porcentaje Canal/Cuota Media



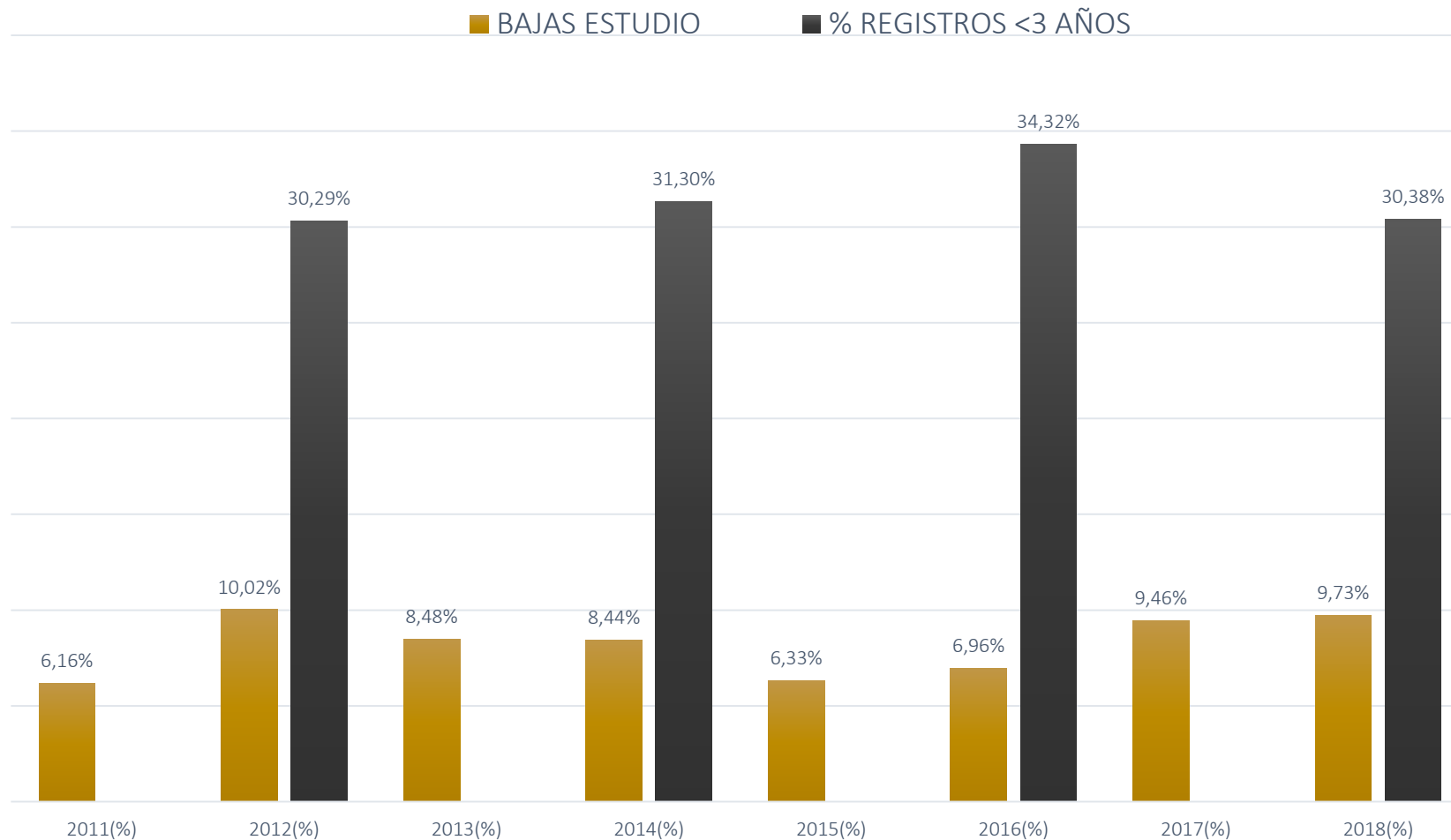
# Comparativa Periodicidad Activos vs Recientes



# ANÁLISIS BAJAS

# Evolución Tasa de Bajas

Evolución Bajas Global y registros <3 años



El porcentaje de bajas ha subido porque hay una mayor base de socios.

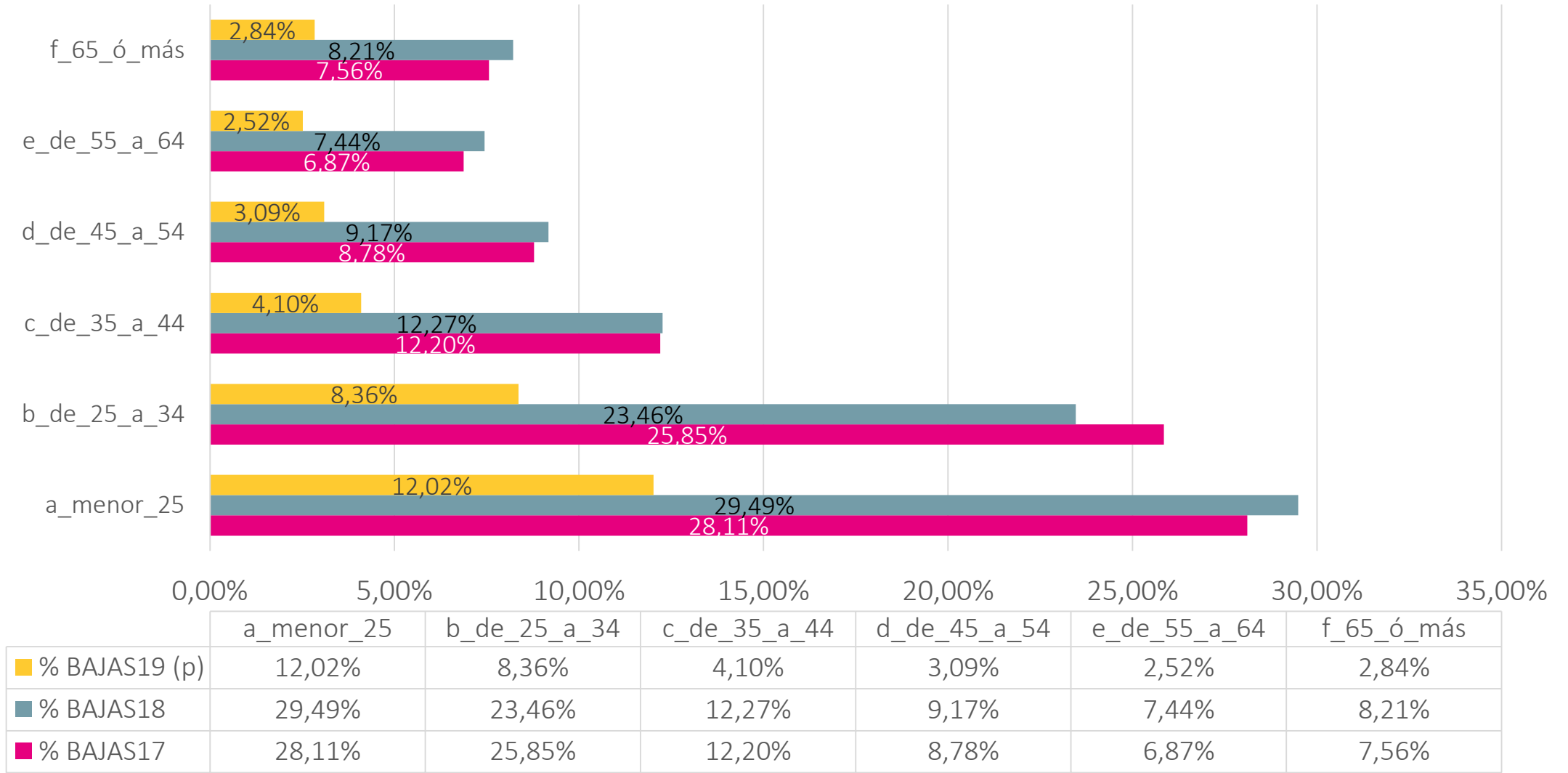
El problema es que ha bajado el % de bajas de menos de 3 años porque se captan menos socios que la anterior edición.

# ANÁLISIS BAJAS

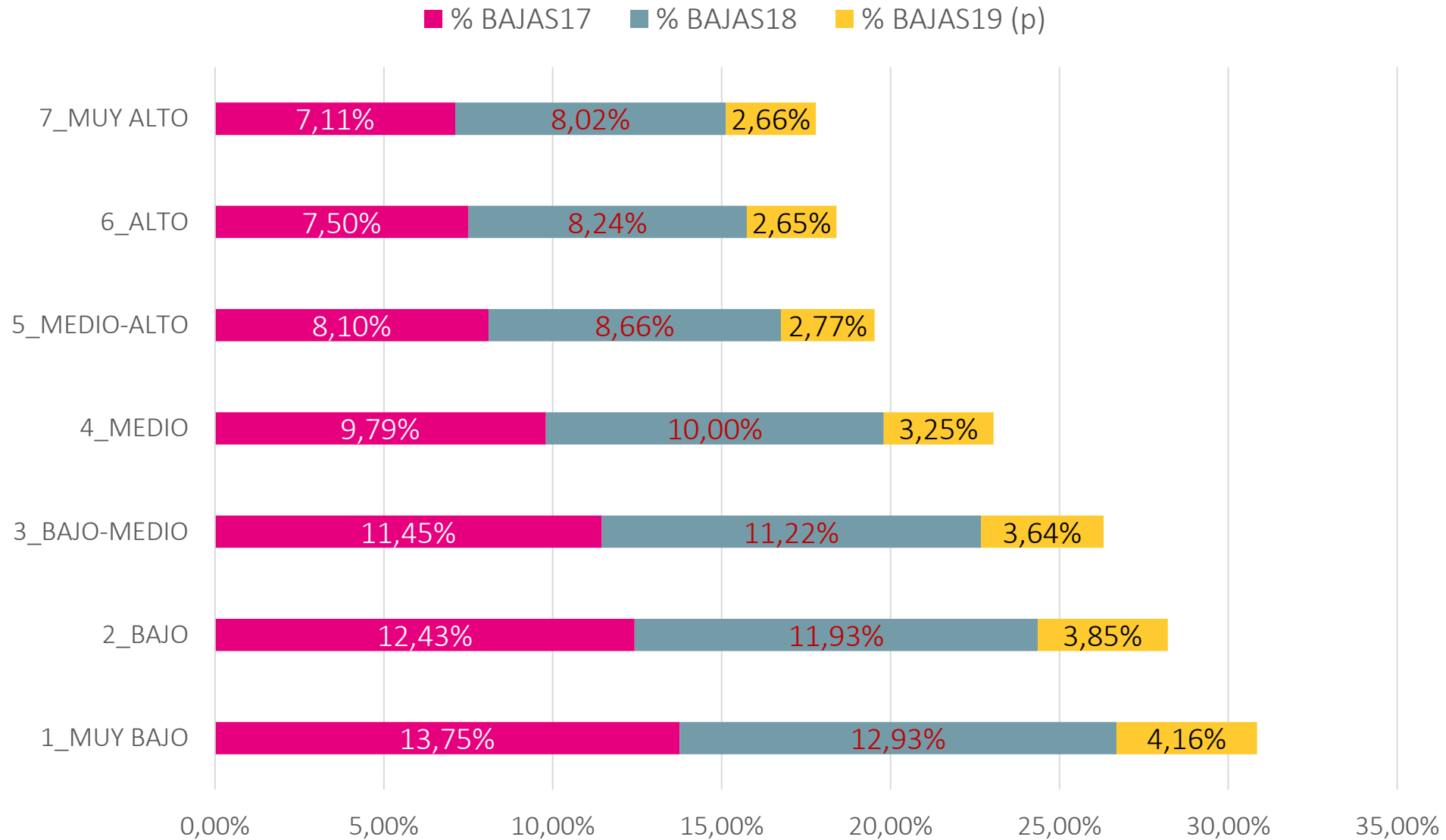
## ELEMENTOS CLAVE DE LA PERSONA



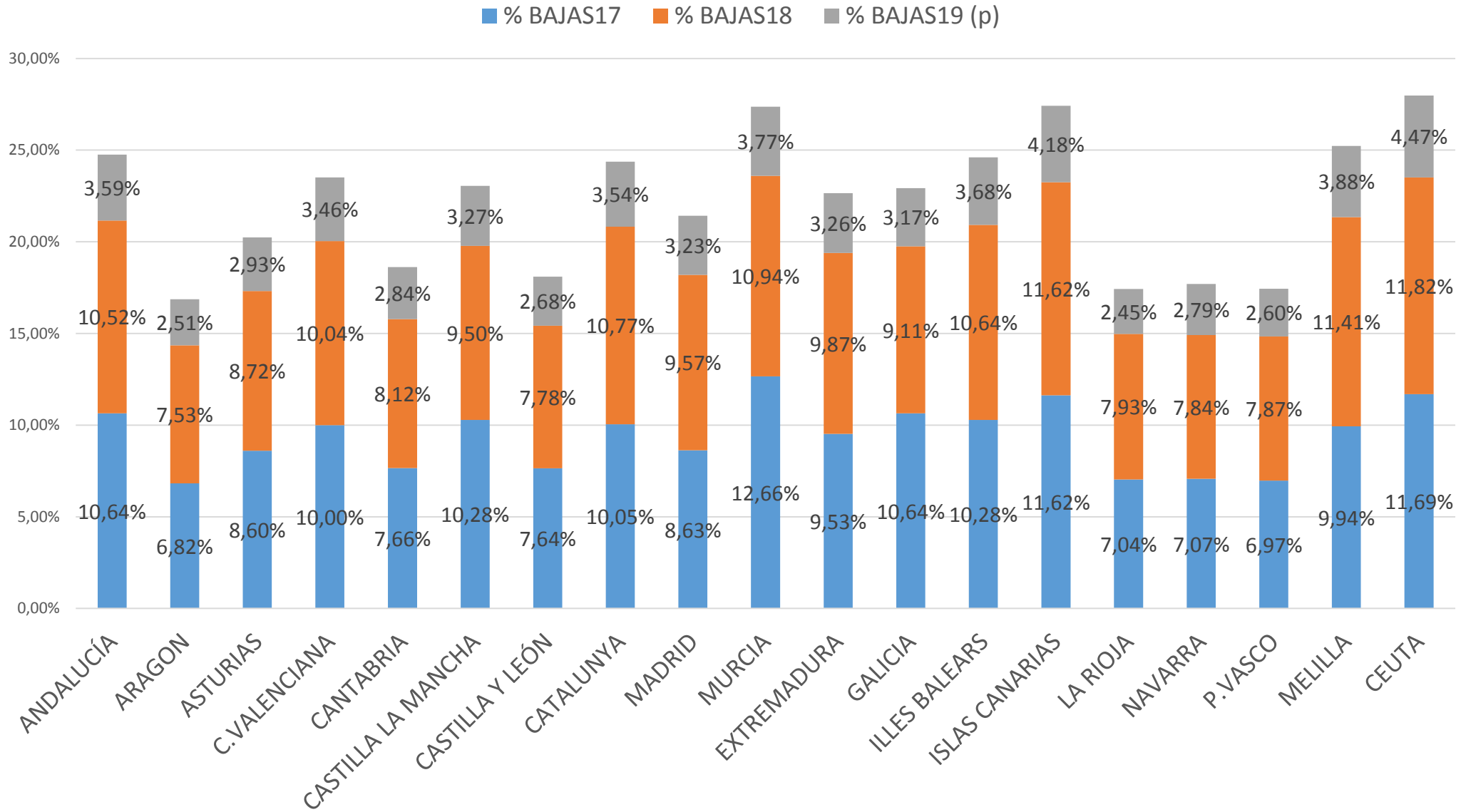
# Por Edad



# Por Capacidad Económica.....



# Por Comunidad Autónoma

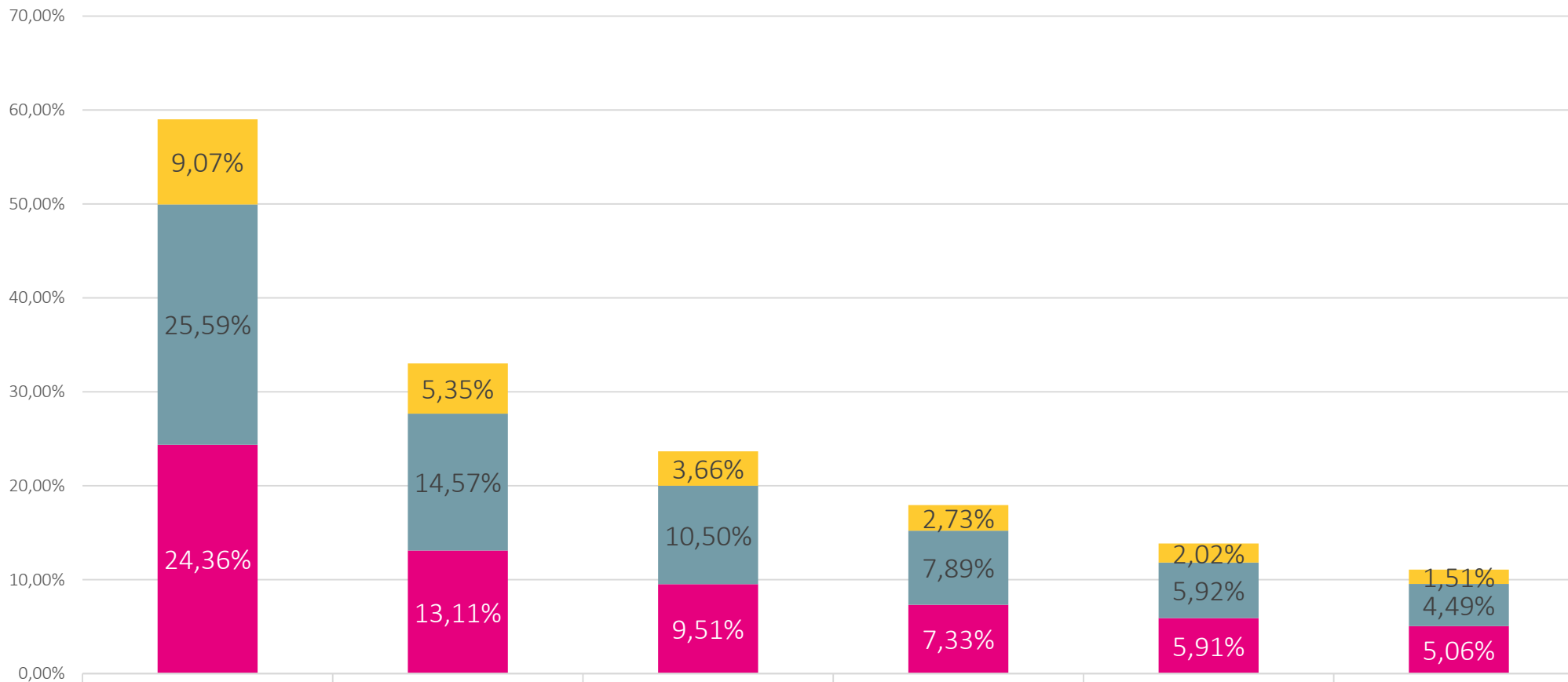


# ANÁLISIS BAJAS

## ELEMENTOS CLAVE DEL PROCESO

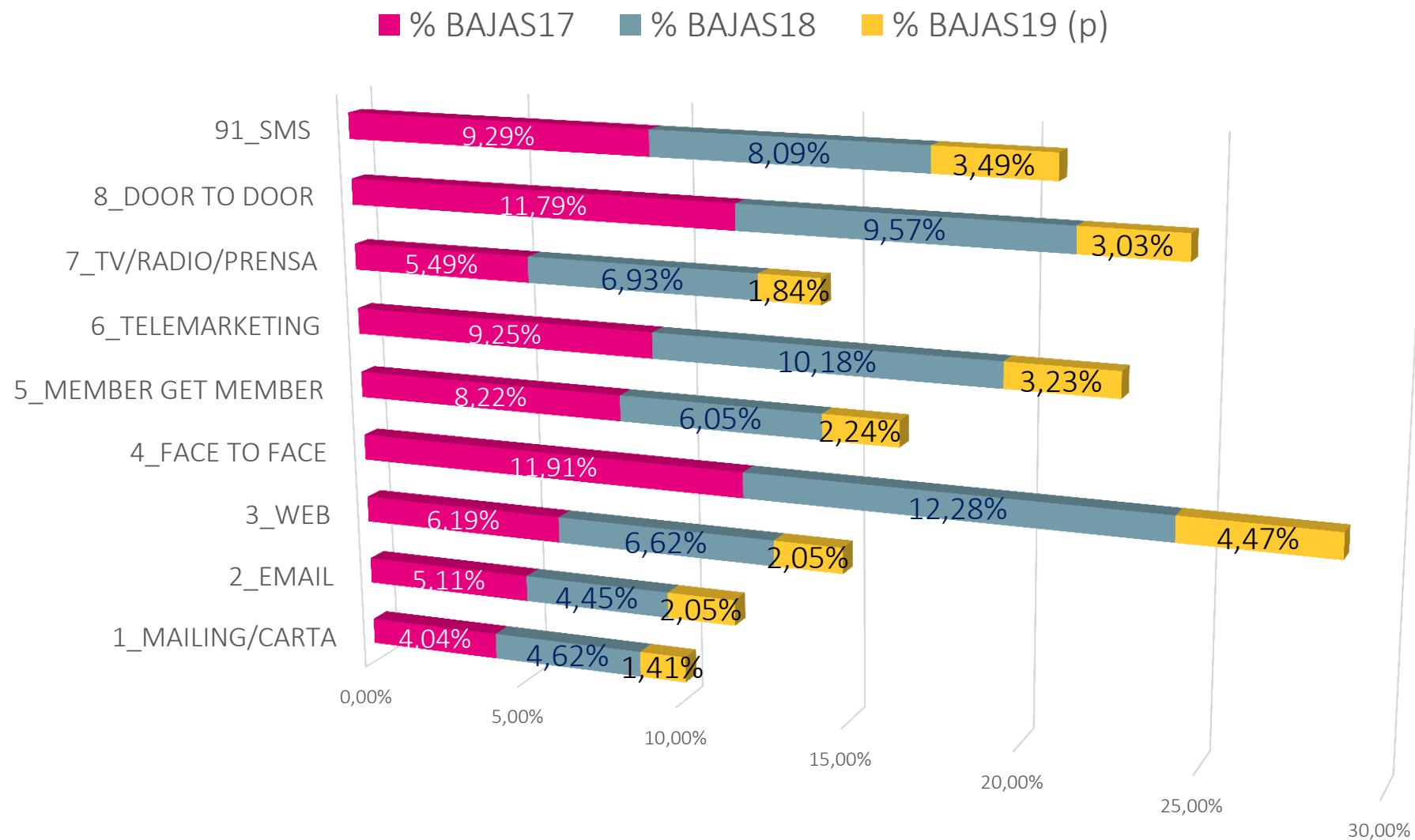
# Por Antigüedad en la Organización.....

■ % BAJAS17 ■ % BAJAS18 ■ % BAJAS19 (p)

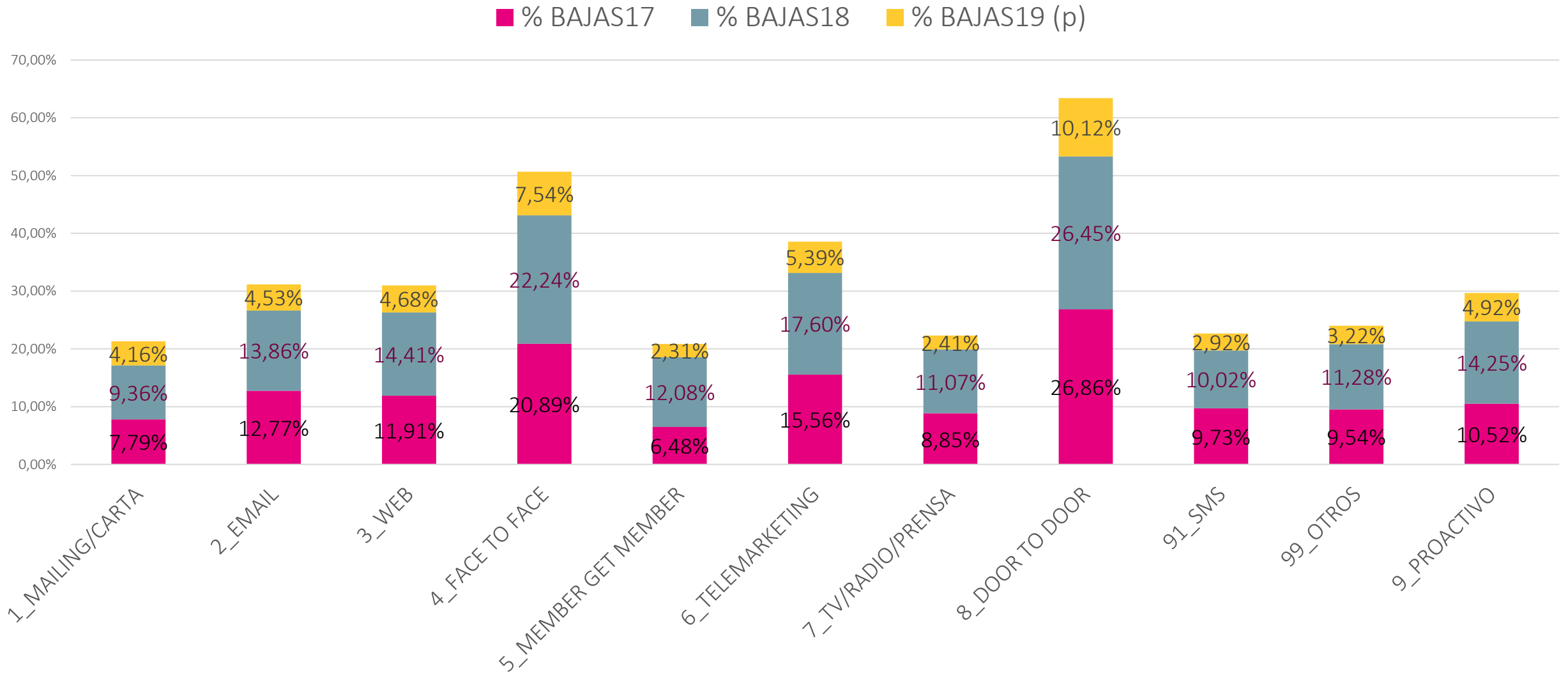


	a_menos_1año	b_de_1_a_2	c_de_2_a_3	d_de_3_a_5	e_de_5_a_10	f_más_de_10
■ % BAJAS19 (p)	9,07%	5,35%	3,66%	2,73%	2,02%	1,51%
■ % BAJAS18	25,59%	14,57%	10,50%	7,89%	5,92%	4,49%
■ % BAJAS17	24,36%	13,11%	9,51%	7,33%	5,91%	5,06%

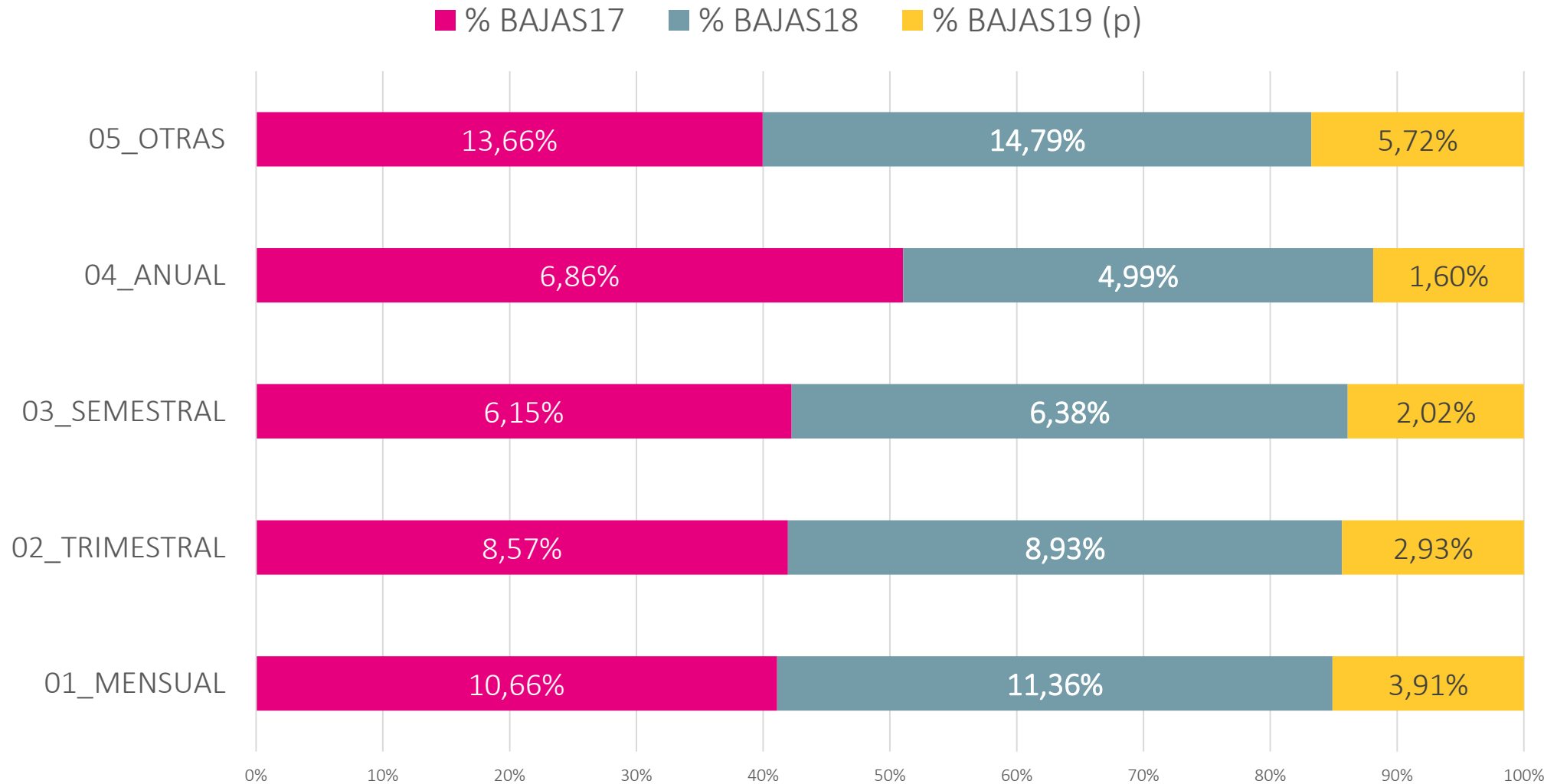
# Por Canal de Captación Global



# Por Canal de Captación <3 años.....

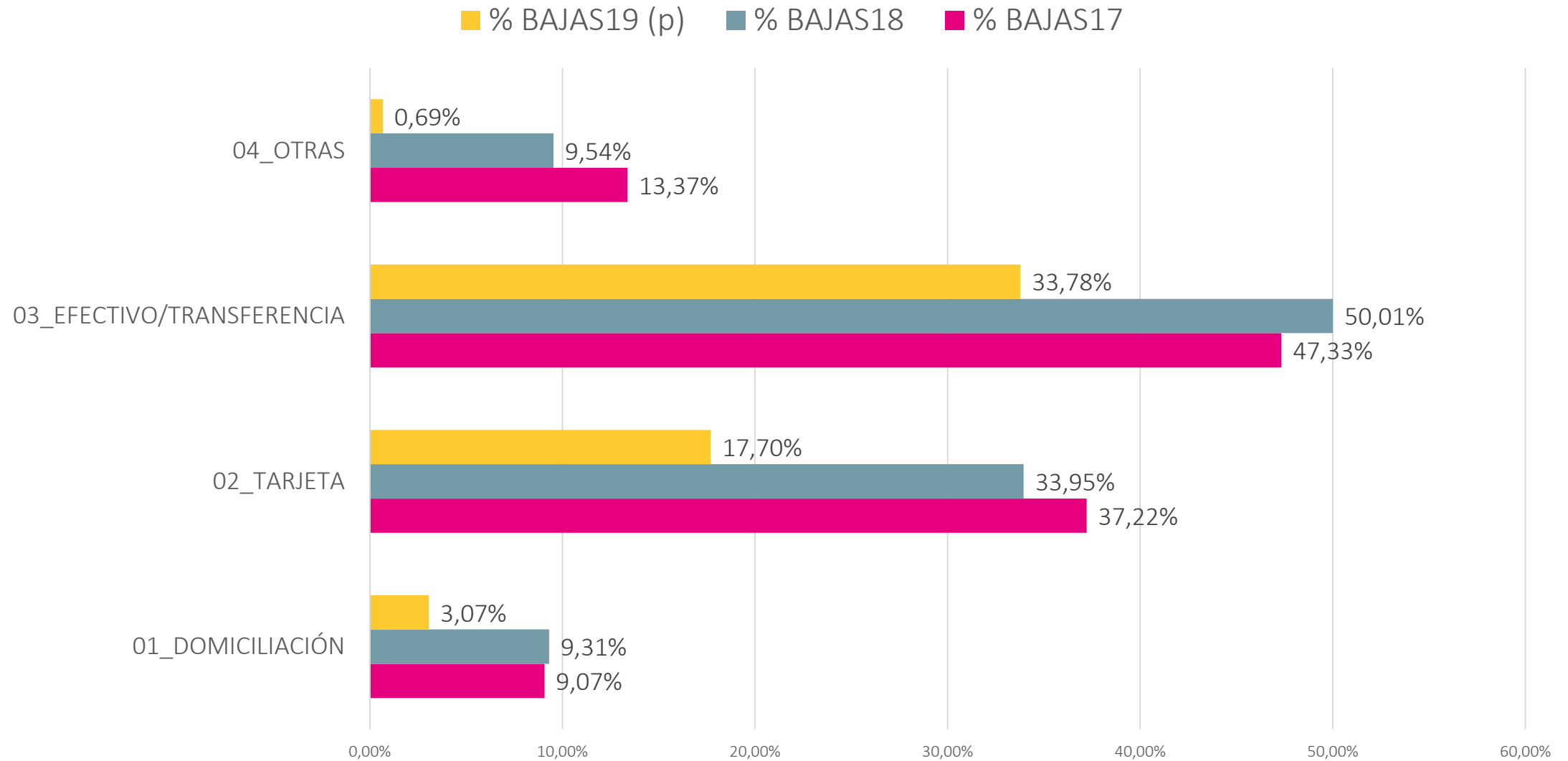


# Por Periodicidad de la Cuota



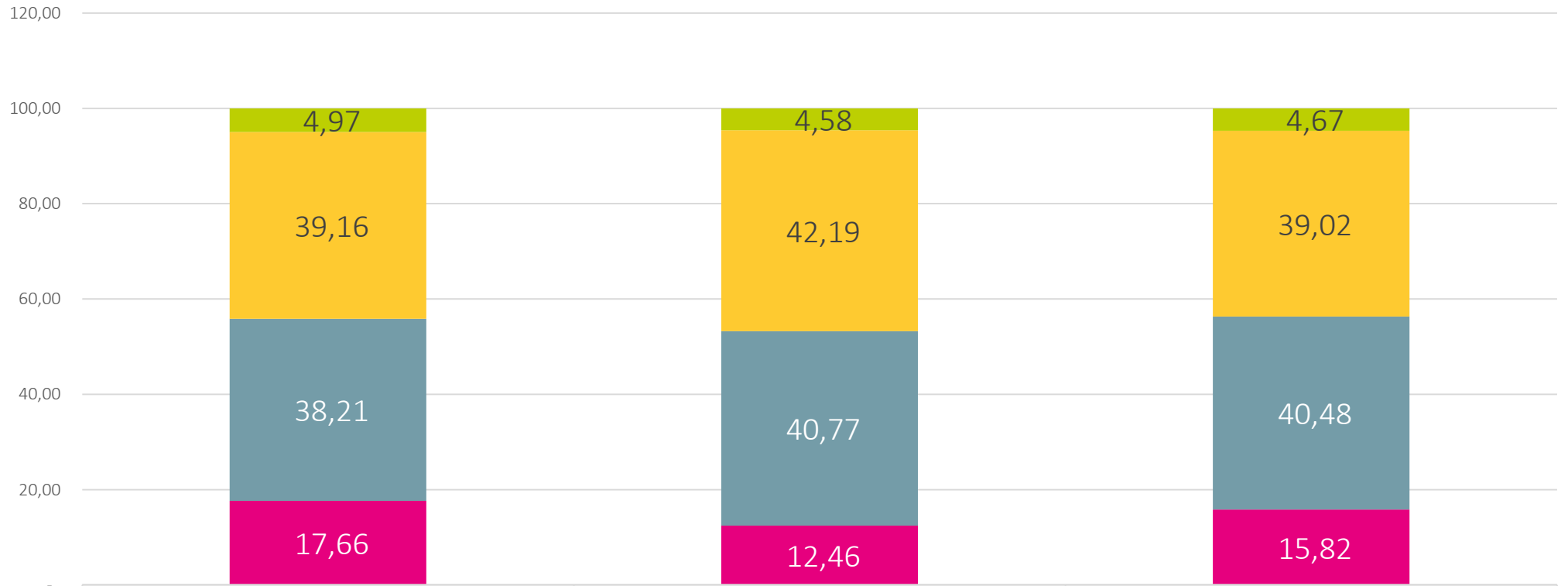


# Por Forma de Pago



# Por Motivos de Baja.....

■ 1\_BAJA\_NO\_EVITABLE   
 ■ 2\_BAJA\_EVITABLE   
 ■ 3\_IMPAGO/AUTOMATICA   
 ■ 99\_OTROS



	% BAJAS17	% BAJAS18	% BAJAS19 (p)
99_OTROS	4,97	4,58	4,67
3_IMPAGO/AUTOMATICA	39,16	42,19	39,02
2_BAJA_EVITABLE	38,21	40,77	40,48
1_BAJA_NO_EVITABLE	17,66	12,46	15,82

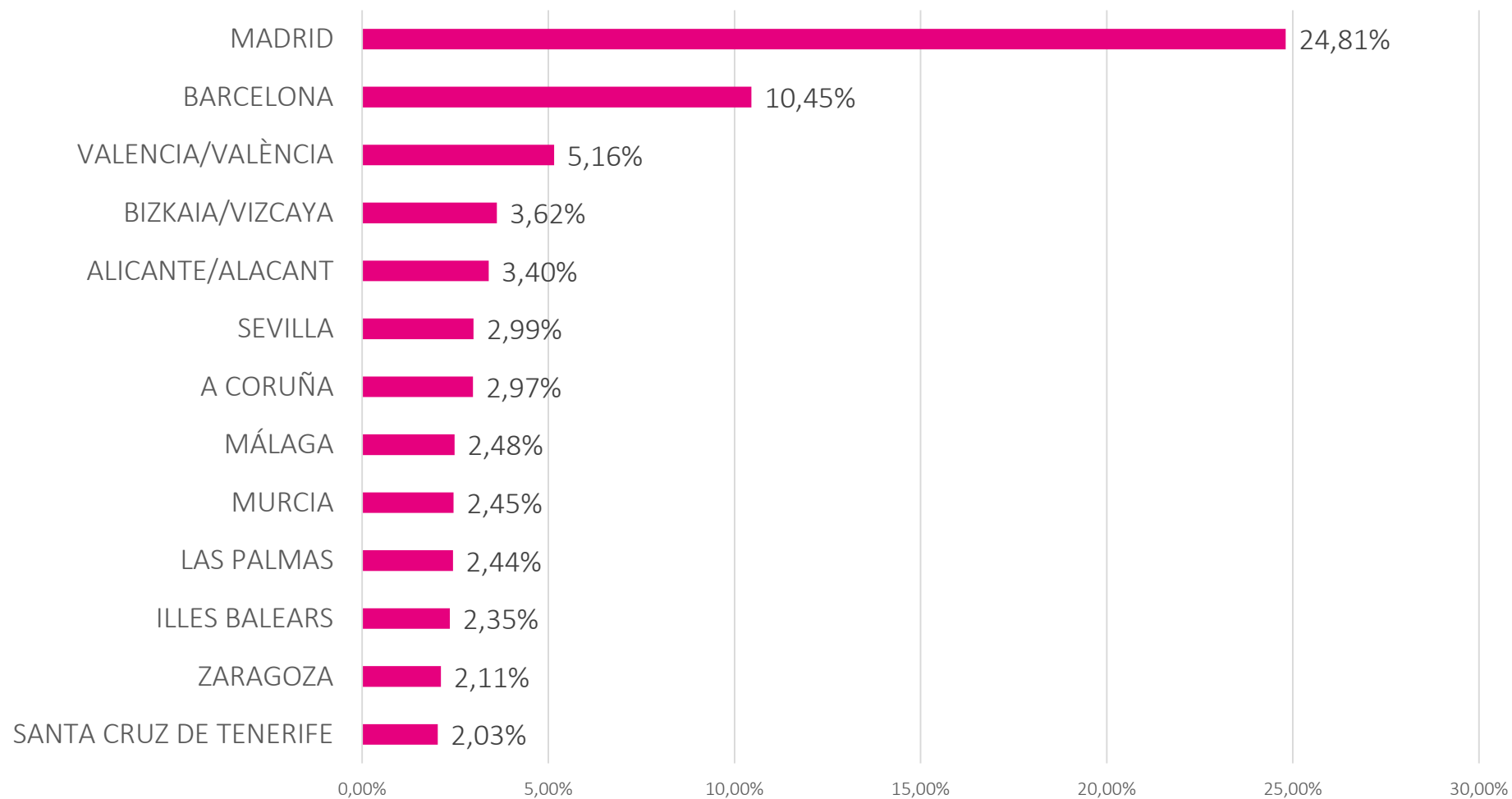
# DONANTES PUROS

# Aportaciones Donantes

	2017	2018	2019 (P)
TOTAL DONANTES	203.943	250.360	32.013
CANTIDAD MEDIA	86,92 €	68,06 €	83,10 €
CANTIDAD TOTAL	17.727.590,84 €	17.039.799,12 €	2.660.389,12 €

# Distribución Geográfica

67% donaciones se concentra en 13 provincias



# Perfil del Donante

GÉNERO		Total donantes	% del total
	HOMBRE	287.187,00	45,06%
	MUJER	349.139,00	54,79%
	OTROS	959	0,15%

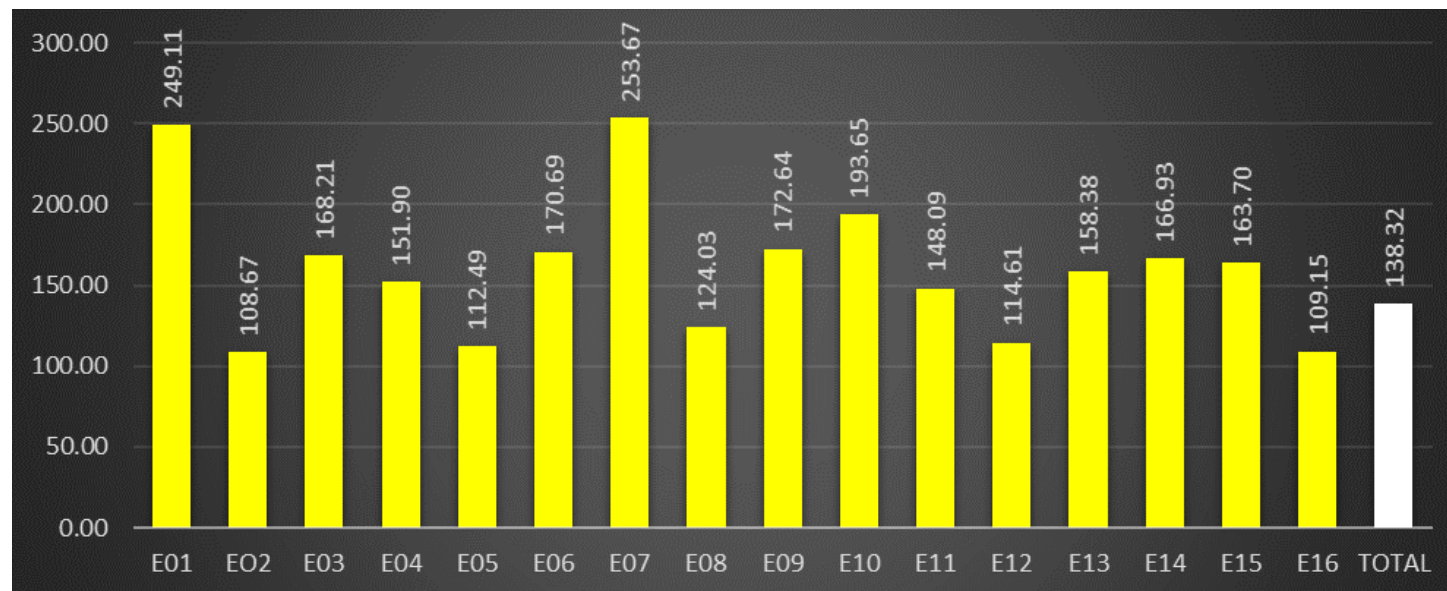
EDAD_BANDAS		Total donantes	% del total
	a_menor_25	1.870,00	0,73%
	b_de_25_a_34	10.176,00	3,96%
	c_de_35_a_44	41.168,00	16,03%
	d_de_45_a_54	62.349,00	24,28%
	e_de_55_a_64	61.590,00	23,98%
	f_65_ó_más	79.646,00	31,01%

CAPACIDAD ECONÓMICA		Total donantes	% del total
	1_MUY BAJO	11.630,00	2,98%
	2_BAJO	24.458,00	6,27%
	3_BAJO-MEDIO	29.155,00	7,47%
	4_MEDIO	138.083,00	35,39%
	5_MEDIO-ALTO	90.992,00	23,32%
	6_ALTO	57.270,00	14,68%
	7_MUY ALTO	38.558,00	9,88%

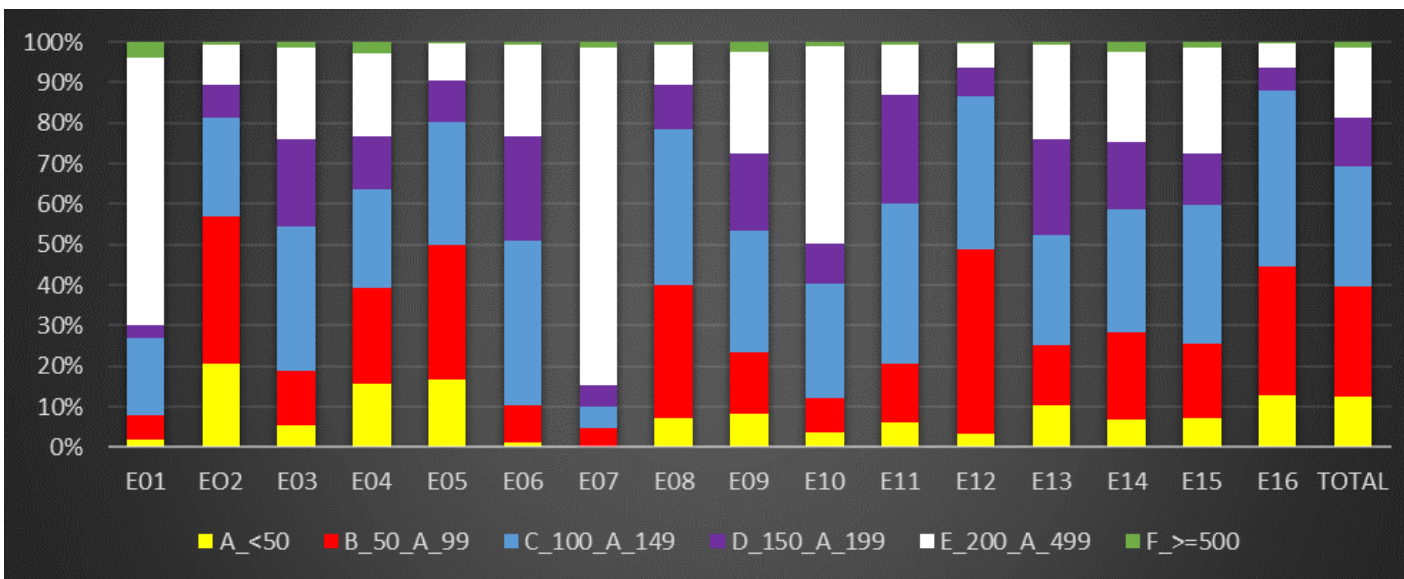
# Comparativa (anónima) de Entidades Participantes

# Cuotas (socios activos) por entidad

- Rango de cuota media (de socios activos) desde 108.67€ a 253.67€.



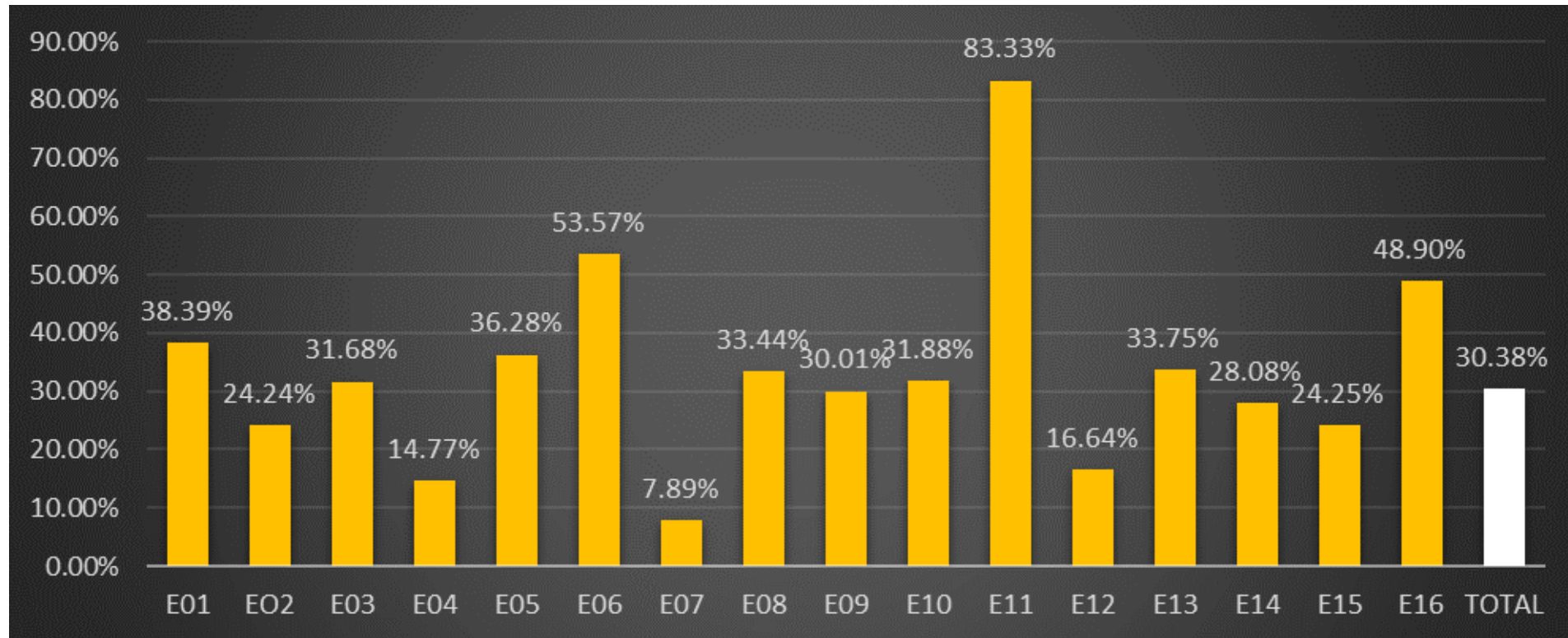
- Distribución por tramos de cuota; entidades muy focalizadas en tramos 100-199€ (esta edición dividido en 2), otras con mayor diversificación.
- Algún caso “extremo” focalizado en cuotas más altas (reflejo en su cuota media).





# Antigüedad por entidad...

- Porcentaje de registros activos con menos de 3 años de antigüedad.
- Desde aprox. el 8% (¿poca captación? ¿pocas bajas?) hasta niveles superiores al 80% (¿entidades nuevas?, ¿mucho captación?)

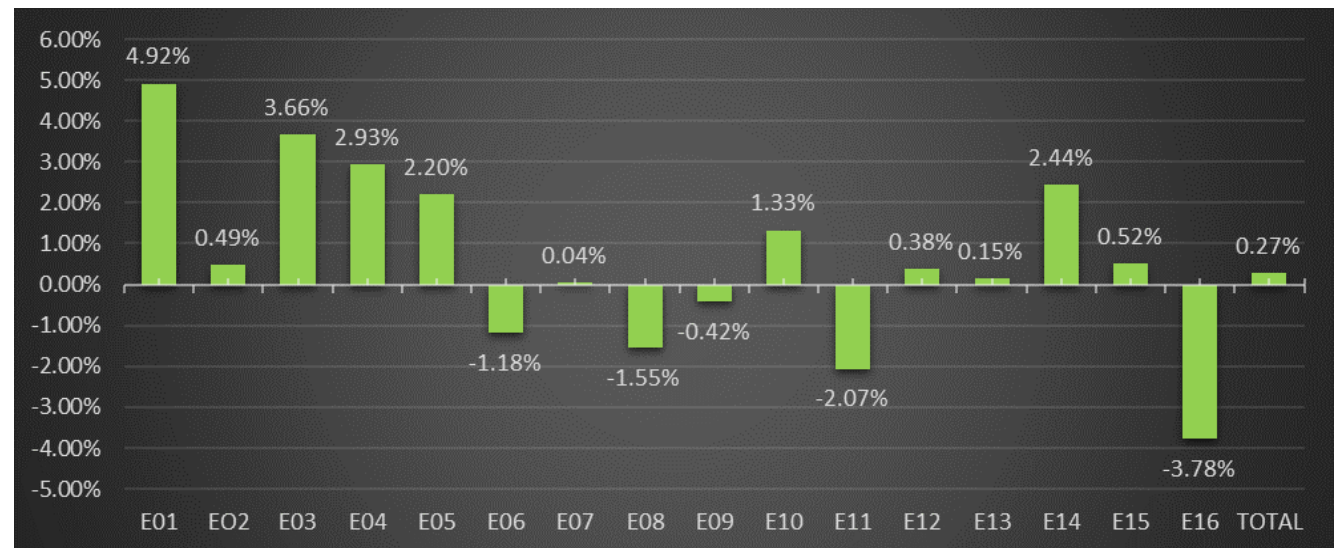
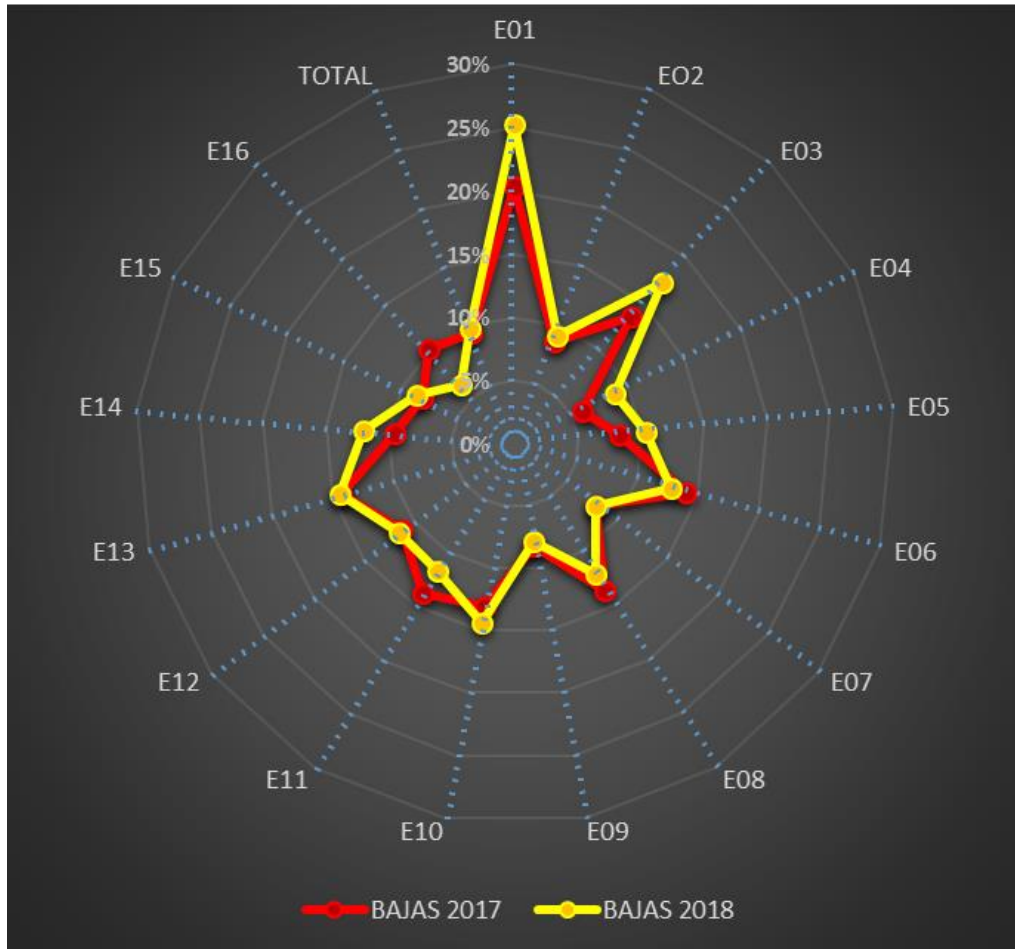


# Bajas por entidad...

- El rango de bajas (tanto en 2017 como en 2018) abarca desde porcentajes casi nulos a porcentajes que no llegan al 15%.

- El % de bajas se incrementa ligeramente de 2017 a 2018 a nivel global; 4 entidades reducen su porcentaje de bajas por encima de 1 punto, 6 lo mantienen por debajo de 1 punto (creciendo o reduciendo) y las 6 restantes crecen por encima de 1 punto porcentual.

- Únicamente 3 de ellas crecen (2) o decrecen (1) por encima de los 3 puntos porcentuales.

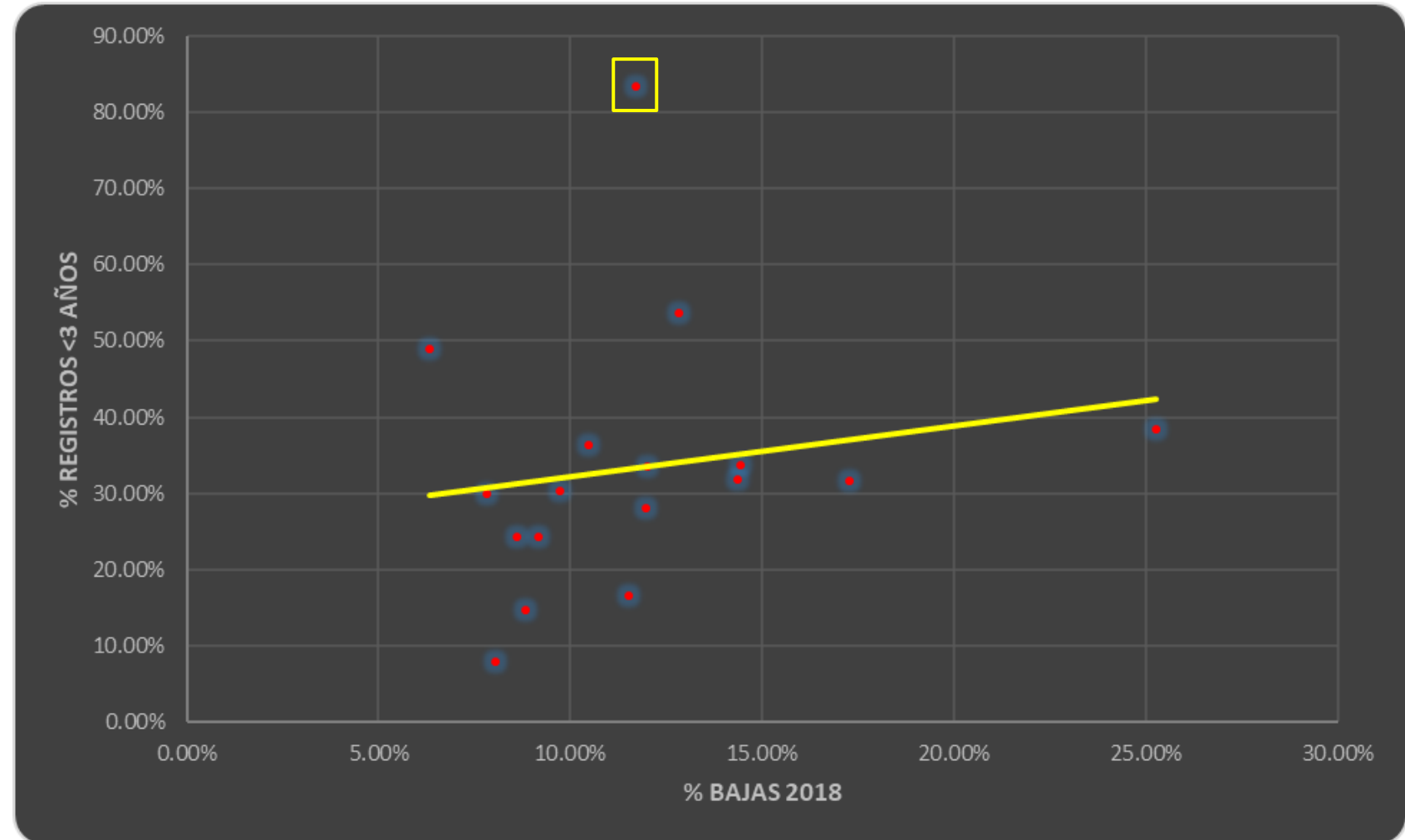


# Correlación bajas y antigüedad de socios...

- Existe una cierta correlación entre los porcentajes de registros de socios activos con menos de 3 años de antigüedad (recientes) y la tasa de bajas (de 2018):

más bajas  $\leftrightarrow$  más registros recientes

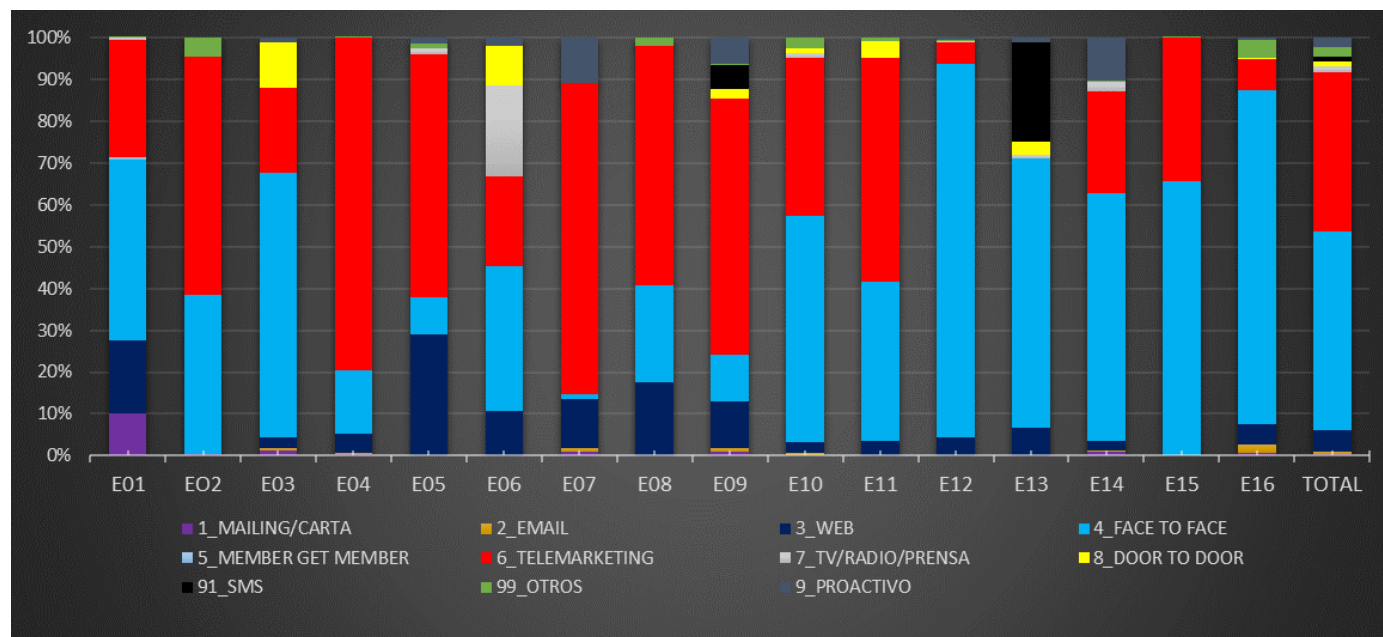
- Elemento “extraño” de la serie: la entidad con >80% registros recientes no tiene tasa de bajas excesiva.



# Canal de Captación (registros <3 años)...

CÓDIGO ENTIDAD	E01	E02	E03	E04	E05	E06	E07	E08	E09	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16	TOTAL
1_MAILING/CARTA	10,04%	0,44%	1,16%	0,38%	0,00%	0,26%	1,03%	0,00%	0,89%	0,02%	0,00%	0,00%	0,02%	1,09%	0,00%	0,75%	0,55%
2_EMAIL	0,02%	0,00%	0,60%	0,42%	0,00%	0,00%	0,80%	0,00%	0,88%	0,59%	0,00%	0,00%	0,00%	0,08%	0,00%	1,84%	0,46%
3_WEB	17,52%	0,01%	2,75%	4,49%	29,16%	10,40%	11,70%	17,67%	11,31%	2,65%	3,63%	4,42%	6,58%	2,44%	0,00%	4,95%	5,12%
4_FACE TO FACE	43,24%	38,07%	63,04%	15,06%	8,63%	34,66%	1,31%	23,21%	11,07%	54,06%	38,05%	89,34%	64,45%	59,16%	65,75%	79,89%	47,63%
5_MEMBER GET MEMBER	0,45%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,03%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
6_TELEMARKETING	28,13%	56,84%	20,47%	79,56%	58,14%	21,44%	74,18%	56,94%	61,17%	37,88%	53,37%	5,14%	0,12%	24,34%	34,17%	7,37%	37,82%
7_TV/RADIO/PRENSA	0,52%	0,00%	0,00%	0,00%	1,42%	21,87%	0,00%	0,00%	0,00%	1,02%	0,00%	0,23%	0,75%	2,35%	0,00%	0,00%	1,55%
8_DOOR TO DOOR	0,00%	0,00%	10,82%	0,00%	0,00%	9,34%	0,00%	0,00%	2,27%	1,10%	4,04%	0,00%	3,26%	0,01%	0,00%	0,16%	1,14%
91_SMS	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,76%	0,00%	0,00%	0,00%	23,68%	0,00%	0,00%	0,00%	1,13%
99_OTROS	0,07%	4,64%	0,04%	0,10%	1,31%	0,04%	0,01%	2,19%	0,26%	2,66%	0,91%	0,16%	0,01%	0,06%	0,08%	4,57%	2,37%
9_PROACTIVO	0,00%	0,00%	1,11%	0,00%	1,34%	1,99%	10,97%	0,00%	6,40%	0,00%	0,00%	0,70%	1,13%	10,48%	0,00%	0,47%	2,24%

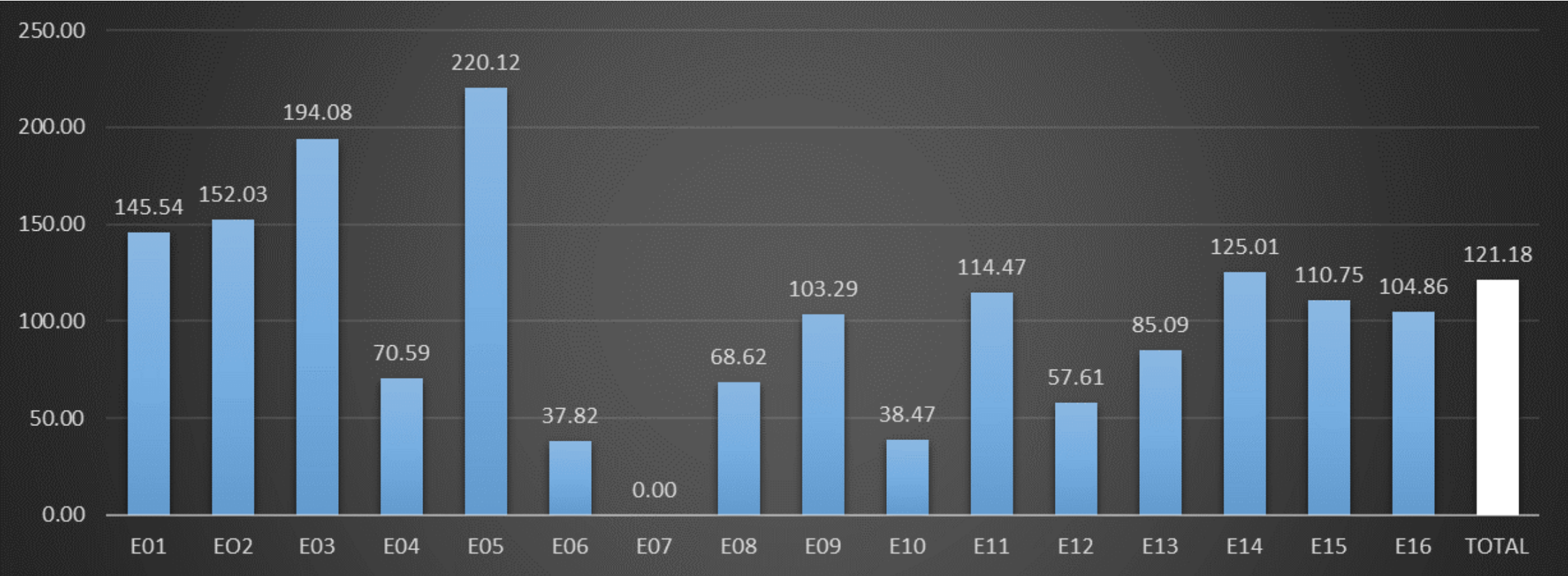
- Representatividad de los canales de captación para registros activos con menos de 3 años de antigüedad.
- 14 (de 16) entidades tienen un canal que supera el 50% de la captación. Del resto, 1 (de 2) tiene un par de canales entre el 25 y el 50% y la otra 3 canales entre el 20 y el 35%. El número total de canales está entre los 2 y los 9. Si el análisis recogiese bajas, polarización a F2F+Telemkt ...





# Donativos 12M de "Socios"

- Media de los donativos adicionales en los últimos 12 meses de los Socios activos (media de los que aportan)



# Donativos de “donantes puros”

- Media de aportación de los registros de donantes puros (no socios) proporcionados por las entidades.
- Limitado a 250.000€ como límite superior.

