



# Coses de la vida

**SOCIETAT**

Recerca de recursos per a acció social

## Les oenagés intenten compensar les retallades amb micromecenatge

Diverses plataformes capten a internet petites donacions de ciutadans per a plans solidaris

El 6% dels donants habituals preveuen reduir el 2014 les seves aportacions, i el 2%, eliminar-les

EL PERIÓDICO  
BARCELONA

Les oenagés i entitats socials també pateixen les retallades, sobretot de les administracions públiques i les obres socials de les caixes d'estalvi, ara reconvertides en entitats bancàries, que juntes proveeixen el 70% dels ingressos globals del sector, segons un estudi de la consultora PwC. Però també de les aportacions priva-

des, a causa del descens del nombre de socis. Per a l'any que ve, el 6% dels donants habituals d'oenagés asseguren que reduiran la seva aportació, i un 2% més, que l'eliminarà, segons un altre estudi de la Fundació Adecco.

Internet es configura com un nou espai alternatiu per mirar de compensar aquesta pèrdua de fons. El 48% de donants habituals asseguren que se senten incòmodes si una oena-

**No totes les peticions** poden cobrir l'objectiu econòmic o material que s'han proposat

gé els demana pel carrer i el 27% més sosté que s'estima més rebre informació a través de les xarxes socials. Així doncs, no és gens estrany l'auge de plataformes de micromecenatge o *crowdfunding* a internet que demanen diners en petites aportacions per a fins solidaris d'entitats petites o poc conegudes, perquè les grans ho fan a través de les seves pròpies webs.

Es tracta de [Miaportacion.org](http://Miaportacion.org),

[Teaming.net](http://Teaming.net), [Sincronia.org](http://Sincronia.org), [Hazloposible.org](http://Hazloposible.org), [Microdonaciones.net](http://Microdonaciones.net), [Smilemundo.org](http://Smilemundo.org), [Doafund.org](http://Doafund.org) o [Migranodearena.org](http://Migranodearena.org). O fins i tot [Lanzanos.org](http://Lanzanos.org), que també lloga la seva plataforma informàtica a altres entitats.

És una aposta que es comença a consolidar gràcies a l'extensió del micromecenatge per a cultura o negocis. «Al principi parlàvem de *crowdfunding* a les entitats socials i



**MIAPORTACION.ORG** ▶ D'esquerra a dreta, Esther Tena, Olga de Bergé, Blanca Piera i María Goytiso.



**SINCRONIA.ORG** ▶ Anna Salvador, Marta Sol, Àgata Espona i Manuel López Doy.

## Donants per a cada causa

Les webs de micromecenatge evidencien les necessitats més candents per l'impacte de la crisi ≡ Les campanyes han de ser concretes, limitades i amb objectius comprovables

EL PERIÓDICO  
BARCELONA

Un nen que necessita pagar un tractament per curar-se del càncer, una família que requereix mantos o un calefactor per a l'hivern, un gos abandonat, una quota d'hipoteca que s'endarrereix i pot deri-

var en un procés de desnonament, un pou per aconseguir aigua potable en un país africà... Les causes que promouen les plataformes web de micromecenatge són múltiples però molt concretes. I si són pròximes i tenen nom, millor.

«Són un complement per a algu-

nes campanyes, sobretot per aconseguir material que d'una altra manera ens és difícil: una nevera, un microones... o també per a necessitats molt concretes que no podem finançar d'una altra manera, com un passatge de transport o un ordinador», explica Marta Mendoza, de

Bona Voluntat en Acció, una oenagé que treballa amb persones desafavorides al barri del Poble-sec de Barcelona.

La clau, segons coincideixen les entitats consultades, és que els projectes siguin «limitats en temps, esforç i pressupost», resumeix Olga

García, responsable de comunicació de Fundació Arrels. L'oenagé que treballa amb persones sense casa va recaptar a través de *crowdfunding* per al seu sopar anual de Nadal. «Nosaltres no mostràvem algú per aconseguir diners perquè no és el nostre estil, però tot és legítim», afegeix.

«Una campanya ha d'estar planificada i ben explicada», resumeix Juan Méndez, de [Microdonaciones.net](http://Microdonaciones.net). «El que és important és aconseguir massa social, que el projecte te'l doni a conèixer algú o que arribin referències al donant per diverses parts. És més fàcil donar per editar un llibre que per sostenir una organització», afirma Ramon Bartomeus, director d'iWith, que assessoria tecno-





**GRAN BARCELONA ▶ Desplegament de seguretat i ordre per Cap d'Any → P. 32**

**LA PROPOSTA ▶ L'Home dels Nassos ocupa els carrers abans de la cursa → P. 37**



ens miraven com si els haguéssim dit una paraulota, però ara ja veuen què és i són elles les que s'ofereixen», explica Mercè Salas, de Migranodearena.org, que reivindiquen que van ser els primers que van aplicar les aportacions individuals a oenagés a través d'internet. Ells ja han aconseguit recaptar gairebé un milió d'euros des que van començar, el 2009, que han destinat a projectes de 670 entitats. Altres, com Miaportacion.org, una iniciativa d'un dels fundadors d'Atrapalo.com, Manuel Roca, s'ha quedat en 55.000 euros recollits en 1.800 donacions el 2012.

Perquè el micromecenatge no és la panacea. Hi ha projectes que s'aconsegueixen en poc temps i d'altres que no. Miaportacion admet que es cobreix el 60% de l'oferta i Microdonaciones arriba al 70% en acció social i el 93% en cooperació internacional. Ningú arriba al 100%, però confien en el futur de l'eina.

«És una nova manera d'ajudar les

entitats petites i mitjanes que són les que ara acusen més la crisi perquè són els que més depenen de les ajudes públiques i, a més, tenen cada vegada més demanda de peticions. Fins ara, absorbides pel dia a dia, no s'havien plantejat ampliar la base social», explica Jordi Gusi, gerent d'Entitats Catalanes d'Acció Social. En la mateixa línia coincideixen altres opinions, que subratllen que les oenagés grans estan ampliant la base social a col·laboradors més joves i assidus de Facebook i Twitter.

«Moltes entitats petites no saben moure's en les xarxes socials. Aquí els assessorem sobre com comunicar els seus projectes, fer un calendari, desenvolupar una estratègia...», explica Juan Méndez, responsable de Microdonaciones.net.

**XARXES SOCIALS //** I és que el *crowdfunding* atrau un altre tipus de donant, més allunyat de les accions al carrer: «Més joves i que es converteixen en ambaixadors del projecte perquè el

com es mantenen

## De patrocinis d'empreses a pagar anuncis a Change

Les plataformes de *crowdfunding* busquen la manera que l'aportació dels particulars arribi íntegrament als projectes que promociónen. No obstant, han de cobrir despeses d'allotjament web, manteniment informàtic, les comissions de la passarel·la de pagament i la nòmina del personal, perquè no tots són voluntaris.

Per a això han ideat tota mena de solucions. Migranodearena.org cobrava el 5% a les entitats en els seus inicis, però han aconseguit reduir la quantitat a zero gràcies a patrocinis. El seu banc, no obstant, els segueix cobrant la comissió de targetes de l'1%. Sincronia,

que acaba de néixer i no accepta donacions d'empreses, cobra el 10% als projectes per sostenir l'estructura administrativa. Doafund.com busca patrocini en empreses. Miaportacion.org exerceix de consultora i Teaming té acords amb bancs, consultores i oenagés, a més del suport del grup.

Change.org, la plataforma de peticions més gran *on line*, s'ha llançat també al *crowdfunding* però d'una manera molt particular: els usuaris paguen no per finançar les causes, sinó anuncis a la plataforma que les promocionin. «Com Facebook o Youtube», diu Francisco Polo, el seu director.

comparteixen a les xarxes socials», explica Anna Salvador, directora de Sincronia.org, una de les plataformes de microdonacions més recents, que es presenta com una oenagé que aspira a tenir els seus propis projectes i a exercir de *lobby* recollint firmes. «Demaneu suport a causes. Si no vols donar, pots firmar una petició o dedicar temps a un projecte. El més important és no duplicar esforços», afegeix.

El més valorat de les plataformes de micromecenatge, segons les oenagés, és l'aparador que suposen per als seus projectes o per a la pròpia entitat. «Hi ha qui ens truca perquè vol conèixer-nos abans de donar perquè ens ha vist en una plataforma de *crowdfunding*», explica Marta Mendoza, de l'oenagé Bona Voluntat en Acció.

Aquesta transparència exigeix una gestió molt eficient i l'obligació de donar explicacions als donants, a través de les pàgines de les causes proposades o dels comentaris. ≡

EL PERIÓDICO



EL PERIÓDICO



**MIGRANODEARENA.ORG**  
▶ Mercè Salas, Emilia de Caralt i David Levi.

lògicament oenagés.

«Totes les causes tenen el seu donant. El que és greu és que hi ha un 20% de persones que estan disposades a donar diners a una causa però que es frenen per la forma. Encara hi ha gent que no vol donar diners a través d'internet», assenyala Bartomeus.

Un repàs per la demanda solidària revela les repercussions més quotidianes de la crisi: no poder substituir electrodomèstics imprescindibles com la nevera o la cuina, pobresa energètica, l'impagament de factures... Doafund.com, una plataforma de la Corunya, ajuda famílies hipotecades a mantenir casa seva, amb pagaments d'entre 200 i 600

euros. «No pretenem pagar la casa a ningú sinó que pretenem ajudar algú que està a la vora del precipici. Nosaltres hi entrem quan algú ha deixat de pagar una quota i abans que s'iniciï el procediment judicial, perquè llavors ja reclamen l'import complet i és molt difícil pararlo», explica Fernando Sierra, un dels impulsors. «Tampoc podem ajudar sempre», afirma. Si la situació no remunta, els remetent a «entitats que els ajuden a reinserir-se laboralment i a sortir del sot». Per a això col·laboren amb oenagés gallegues i treballadors socials. Són els únics que tenen identificat el seu públic: més dones d'entre 30 i 50 anys.

Els mecanismes pels quals arriben

**Doafund.com**  
**recapta fons per a famílies en risc de ser desnonades**

**Teaming.net** té molts equips que sol·liciten ajuda per al tractament de nens malalts

projectes són variats. A Teaming.net, més veterans perquè van començar abans de tenir web, tenen més establerta l'ajuda a nens malalts i a mascotes, «perquè entre ells s'ho expliquen i es difon». Sincronia.org pretén promoure campanyes de suport a grans propostes, com un marc global per a l'educació o un marc per prevenir la malnutrició infantil. Hi ha qui a més vincula el micromecenatge amb l'esport i utilitza el repete esportiu per captar fons i visibilitzar-lo. És el cas de deportistassolidarios.org o Sport2help.org.

Algunes plataformes, com Miaportacion.org, Migranodearena.org o Sincronia.org, només treballen amb entitats registrades i a més a

més demanen comprovants que els diners s'han destinat al que es demanava. A Hazloposible.org o a Teaming.net ho amplien a particulars. «Treballem amb necessitats petites i personalitzades, i sempre a través d'entitats reconegudes. Ara en tenim unes 90. Els demanem que estiguin registrades i que després aportin un justificat segons el qual han destinat l'import rebut a la causa que alegaven», explica Blanca Piera, de Miaportacion.org. «Si algú vol enganyar amb el seu cas, ho pot intentar, però els demanem tantes explicacions que de seguida els enxampem. Encara que sempre és qüestió de bona fe», afegeix. ≡