



Asociación
Española de
Fundraising



Jornada “Mesas de diálogo sobre la sostenibilidad económica en las organizaciones sanitarias”,

El fundraising puede convertirse en un complemento en la financiación de proyectos sanitarios

- **La jornada contó con la participación de representantes de hospitales, centros de investigación y organizaciones sociales en las que la salud es el foco de actividad principal.**

Madrid, 19 de noviembre de 2018.- El fundraising está cada vez más integrado en la estrategia de las organizaciones sanitarias y las claves para que estas iniciativas de fundarising tengan éxito pasan por la importancia de la fidelización de los donantes, la transparencia en la transmisión del mensaje y la necesidad de trasladar los proyectos al día a día de la sociedad. Estas han sido las principales conclusiones del workshop organizado por **la Asociación Española de Fundraising (AEFr) junto con Pfizer “Mesas de diálogo sobre la sostenibilidad económica en las organizaciones sanitarias”**, y que ha contado con el apoyo del IMPACT HUB.

“Nuestro propósito es promover una visión práctica en torno al fundraising poniendo a disposición de las entidades sanitarias un amplio abanico de herramientas útiles”, afirmó **Fernando Morón, director gerente de la AEFr**. Por su parte, **Concha Serrano, Directora de Relaciones Institucionales de Pfizer España**, puso el foco en la colaboración entre los asistentes. *“Es importante que las asociaciones de pacientes y las demás organizaciones sanitarias compartan experiencias de éxito y se desarrollen de manera colaborativa”*.

El evento contó con dos mesas de representantes de importantes entidades sanitarias. La primera de las sesiones explicó la experiencia del **Hospital San Joan de Deu**, del **Hospital Niño Jesús**, de la **Fundación Instituto de Investigación Sanitaria de Santiago de Compostela**, y del **Institute for Research in Biomedicine de Barcelona**. Los participantes contaron cómo sus organizaciones han dado pasos en la diversificación de fuentes de financiación y se han adentrado en el fundraising. De estas experiencias, destacaron que en este modelo de sostenibilidad es necesario ser resiliente, tener habilidad para el cambio de estrategia, y mantenerse fiel al objetivo del proyecto. Además, subrayaron la importancia en la



Asociación
Española de
Fundraising



transmisión del mensaje a la sociedad con transparencia y buscando siempre la comprensión del fin de la captación de fondos.

También estuvieron presentes representantes de **Acción contra el Hambre, la Fundación Anesvad, ACTAYS, Cris Contra el Cáncer y Fundación Menudos Corazones**, que expusieron cómo trasladar la historia detrás de las campañas juega un papel clave en la obtención de fondos privados. Así, la empatía y el control sobre el uso de los testimonios se convierte en los objetivos de su actividad.

“Ser capaz de enseñar a una familia donante el efecto de su aportación en la vida real de un niño con desnutrición es clave para que les llegue la importancia de su donación”, afirmó **Carmen Gayo, directora de Comunicación y Fundraising de Acción contra el Hambre**. Por su parte, **Natalia Suarez, directora de ACTAYS**, habló sobre la participación de los pacientes y sus familias en la captación de fondos. Como indicó, hay que dejar espacio a las iniciativas de los propios pacientes ya que pueden generar grandes acciones de sensibilización para la sociedad. Las participantes en esta mesa subrayaron asimismo la importancia de fidelizar a los donantes y, sin lugar a dudas, la información, la transparencia y la involucración son las bases para esa fidelización, según destacaron.

Otros temas que se comentaron es la falta de personal cualificado en fundraising para ayudar a las asociaciones con menos asociados y que tienen menos recursos para hacer frente a esta nueva estrategia.

La Asociación Española de Fundraising (AEFr)

La Asociación Española de Fundraising es una organización no lucrativa cuyo objetivo es conseguir una sociedad española más filantrópica gracias a un fundraising ético y profesional basado en buenas prácticas. Trabajamos en distintas áreas para responder a las necesidades de nuestros asociados y apoyar la profesionalización del fundraising en España.

Desde 1997 la AEFr representa los intereses de las organizaciones que defienden causas de interés público: cooperación, infancia, medio ambiente, derechos humanos, cultura, educación o investigación y salud. Entidades que para la financiación de sus proyectos desarrollan estrategias de sensibilización y captación de fondos privados entre la ciudadanía y las instituciones privadas. Las organizaciones pertenecientes a la AEFr agrupan al 95% de los socios y donantes que hay en España. La AEFr también es un punto de encuentro para consultores, proveedores especializados en el Tercer Sector e instituciones académicas.



Asociación
Española de
Fundraising



Pfizer, trabajando juntos por un mundo más sano®

Pfizer, como compañía farmacéutica que trabaja para mejorar la salud de las personas, se dedica al desarrollo de terapias y vacunas innovadoras para curar y prevenir enfermedades o aliviar sus síntomas. Con una trayectoria de más de 165 años, Pfizer mantiene su compromiso con la sociedad y apuesta por la I+D para dar respuesta a las necesidades médicas de hoy y del mañana. El avance de la ciencia y la tecnología, así como su aplicación médica, exige colaborar con todos los implicados para maximizar la cartera de medicamentos y que la innovación farmacéutica llegue a todas las personas que la necesitan de manera rápida, asequible, fiable y con transparencia, de acuerdo a los más altos estándares de calidad y seguridad. Para más información www.pfizer.es.

Para más información:

Pfizer Comunicación

Belén Alguacil - 91 490 98 03

belen.alguacil@pfizer.com

Ogilvy

Elena Gracia – 91 451 21 28

elena.gracia@ogilvy.com

Pilar Martínez – 91 451 21 18

pilar.martinez@ogilvy.com