

Captación de fondos básica

Guía práctica para colectivos sociales — primeros pasos para financiar las actividades de tu grupo

Este documento sustituye a la versión en diapositivas de esta guía: el tema tiene más matices de los que caben en un formato de 6-8 diapositivas. Está escrito en clave de buena práctica general — los requisitos fiscales y legales concretos varían según el caso y cambian con cierta frecuencia — y no sustituye asesoramiento legal o fiscal específico antes de comprometeros con una vía de financiación.

Casi todos los colectivos, tarde o temprano, se encuentran con la misma pregunta: ¿de dónde sale el dinero para imprimir carteles, alquilar una sala, desplazarse a una acción o simplemente sostener la actividad del grupo con el tiempo? No hace falta ser una gran organización para captar fondos de forma sencilla y honesta. Esta guía repasa las vías más habituales para un colectivo pequeño, qué implica cada una y qué hay que tener en cuenta antes de lanzaros.

1. ¿Qué tipo de financiación necesitáis?

Antes de elegir una vía, conviene distinguir entre dos necesidades distintas, porque piden soluciones distintas. Una es puntual: cubrir el coste de una acción o un proyecto concreto, con un importe y un plazo definidos. La otra es de sostenimiento: mantener la actividad del colectivo en el tiempo (una sede, material recurrente, desplazamientos habituales), que necesita una fuente de ingresos más estable.

Para lo puntual suele bastar una recogida de aportaciones concreta (una cuestación, una campaña de micromecenazgo, una actividad benéfica). Para lo continuo, las cuotas de personas socias son, con diferencia, la vía más simple y predecible de las que se explican a continuación.

2. Las vías más habituales para empezar

- Cuotas de personas socias: un importe periódico (mensual, trimestral o anual) que decide la Asamblea General. Es la fuente más estable, aunque limitada al tamaño del colectivo.
- Donaciones puntuales: aportaciones únicas, en persona o por transferencia/Bizum, normalmente ligadas a una causa o acción concreta.
- Micromecenazgo o crowdfunding: una campaña de recogida de donaciones con un objetivo y un plazo definidos, publicada en una plataforma online (ved el apartado correspondiente más abajo).
- Eventos y actividades: mercadillos, rifas, conciertos benéficos, venta de merchandising — requieren más trabajo de organización, pero también generan comunidad, no solo dinero.
- Subvenciones públicas o de otras entidades: suelen exigir que el colectivo esté formalizado como asociación (ved la Guía 13 y el Documento 13) y conllevan una justificación económica posterior más exigente que el resto de vías.

No solo de captar vive el presupuesto: si tenéis un programa de voluntariado estructurado, la Ley 45/2015 os obliga a contratar un seguro que cubra a las personas voluntarias (accidente, enfermedad, responsabilidad civil) y, si aplica, a reembolsarles gastos — dos partidas recurrentes a prever, no solo un ingreso que buscar (ved la Guía 20 y el material M06).

3. Si buscáis donaciones: la pregunta que hay que haceros antes

Antes de pedir donaciones, conviene saber en qué situación fiscal está vuestro colectivo, porque de eso depende si quien dona puede desgravarse la aportación en su declaración de la renta. Hay tres situaciones posibles:

- Colectivo informal o asociación sin declarar de utilidad pública (lo más habitual al empezar): las donaciones que recibáis NO dan derecho a ninguna deducción fiscal para quien dona.

- Asociación declarada de utilidad pública, pero no acogida expresamente a la Ley 49/2002: las donaciones dan derecho a una deducción del 10 % en el IRPF de quien dona.
- Entidad acogida al régimen fiscal especial de la Ley 49/2002 (fundaciones, asociaciones de utilidad pública que se hayan acogido expresamente, ONGD registradas, entre otras): las donaciones dan derecho a las deducciones más altas, explicadas en el siguiente apartado.

Punto clave: no prometáis a quien dona una desgravación que vuestro colectivo todavía no puede ofrecer. Es preferible decir con claridad "de momento no podemos emitir certificado de donación" que generar una expectativa fiscal incorrecta.

4. Cómo funciona la deducción fiscal, si aplica

Si vuestra entidad está acogida a la Ley 49/2002, quien dona puede aplicarse, en su IRPF, una deducción del 80 % sobre los primeros 250 euros donados en el año, y del 40 % sobre el resto (45 % si ha donado un importe igual o superior a la misma entidad en los dos años anteriores). Para empresas, la deducción en el Impuesto de Sociedades es del 40 % con carácter general, y del 50 % en caso de donación recurrente durante tres años seguidos a la misma entidad. En ambos casos, la deducción total no puede superar el 10 % de la base liquidable del ejercicio de quien dona.

Si vuestra entidad está en esta situación, es obligatorio emitir un certificado de donación a cada persona o empresa donante (con sus datos, el importe y la fecha), y declarar esas donaciones a Hacienda mediante el modelo 182 dentro del plazo anual correspondiente. Es un trámite que conviene automatizar cuanto antes si empezáis a recibir donaciones con regularidad, para no acumular certificados pendientes.

5. Micromecenazgo y crowdfunding: lo que dice la ley

La Ley 5/2015, de fomento de la financiación empresarial, regula las plataformas de financiación participativa (crowdfunding), pero solo cuando quien aporta dinero espera una remuneración financiera a cambio: participaciones, préstamos con interés, valores. El crowdfunding de donación o de recompensa simbólica (lo habitual en una campaña solidaria) queda fuera de esa regulación.

En la práctica, esto significa que un colectivo no necesita registrarse como plataforma ni cumplir ningún requisito especial para lanzar una campaña de donaciones: basta con elegir una plataforma de micromecenazgo ya existente (por ejemplo, orientadas a causas sociales), pagar su comisión habitual y seguir sus normas de uso. La plataforma se encarga de gestionar los cobros; vuestro colectivo solo necesita definir bien el objetivo, el plazo y para qué se va a usar el dinero recaudado.

6. Proteger los datos de quienes colaboran

Recoger nombre, correo, teléfono o datos bancarios de personas socias o donantes implica tratar datos personales, sujetos al Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) y a la Ley Orgánica 3/2018, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (LOPDGDD).

- Recoged solo los datos que de verdad necesitéis para gestionar la cuota o la donación, no más.
- Informad con claridad, en el propio formulario o en una línea junto a él, para qué se van a usar esos datos y quién es el responsable del tratamiento (vuestro colectivo).
- No cedáis los datos a terceros sin el consentimiento expreso de la persona.
- Guardadlos de forma razonablemente segura (una hoja de cálculo con contraseña es mejor que un cuaderno que circula entre varias personas) y borrarlos cuando ya no tengan finalidad.

El material M07 (plantilla de seguimiento de donantes y aportaciones) ya incorpora una estructura pensada para recoger solo los datos necesarios.

7. La transparencia, la mejor herramienta de captación a medio plazo

Más allá de lo legal, la práctica que más ayuda a mantener y hacer crecer la financiación de un colectivo pequeño es sencilla: contar con claridad cuánto se ha recaudado y en qué se ha gastado. No hace falta un sistema contable complejo — un registro simple de ingresos y gastos, compartido con el colectivo en cada Asamblea General, y un breve resumen público tras cada campaña ("recaudamos 850 euros, se usaron para X") suele ser suficiente para generar confianza y facilitar que la gente vuelva a colaborar.

8. Un ejemplo práctico

EJEMPLO PRACTICO

Un colectivo de doce personas socias, sin declaración de utilidad pública, necesita 600 euros para desplazar a tres personas a un encuentro estatal de colectivos afines. Deciden lanzar una campaña de micromecenazgo de tres semanas en una plataforma de donaciones ya existente, explicando el objetivo con una cifra concreta y un plazo claro. Como no están acogidos a la Ley 49/2002, no ofrecen certificado de donación: lo explican así en la propia campaña, sin rodeos. Recaudan 640 euros de 38 personas distintas. Al volver del encuentro, publican en sus redes un resumen de en qué se ha usado el dinero, con el sobrante de 40 euros incorporado a la cuenta del colectivo. La claridad del cierre hace que varias de esas 38 personas donen de nuevo en la siguiente campaña.

9. Errores habituales al empezar

- Prometer desgravación fiscal sin comprobar antes si el colectivo está realmente acogido a la Ley 49/2002.
- Mezclar el dinero recaudado con cuentas personales, en vez de una cuenta a nombre del colectivo (ved la Guía 13 sobre formalización).
- No fijar un objetivo y un plazo claros en una campaña de micromecenazgo: las campañas abiertas y sin cifra concreta generan mucha menos confianza.
- Guardar los datos de contacto de donantes en canales poco seguros o compartidos sin control (un grupo de chat, una hoja suelta) en vez de un registro centralizado y protegido.
- No comunicar nunca en qué se ha gastado lo recaudado: es la forma más rápida de perder la confianza de quien ha colaborado una vez.

10. Preguntas frecuentes

P: ¿Podemos aceptar donaciones en efectivo?

Sí, pero conviene llevar un registro de cada aportación (fecha, importe y, si es posible, quién la hace) por transparencia interna, aunque no dé derecho a deducción fiscal si no estáis acogidos a la Ley 49/2002.

P: ¿Necesitamos ser una asociación formal para recibir donaciones?

No para recibirlas de forma puntual o informal. Sí es prácticamente imprescindible para abrir una cuenta bancaria a nombre del colectivo, firmar con una plataforma de micromecenazgo como entidad (no como persona física) o acceder a subvenciones (ved la Guía 13).

P: ¿Cómo sabemos si ya estamos acogidos a la Ley 49/2002?

Revisad si en algún momento se tramitó la declaración de utilidad pública ante el registro correspondiente y la posterior opción expresa por el régimen fiscal especial (se comunica mediante una declaración censal a la Agencia Tributaria). Si no estáis seguros, es un dato que puede confirmar en pocos minutos una gestoría o asesoría, o la propia Agencia Tributaria a través de sus canales de asistencia.

P: ¿Merece la pena tramitar la declaración de utilidad pública solo para poder ofrecer desgravación?

Depende del volumen de donaciones que manejeis y de los recursos del colectivo: el trámite conlleva requisitos de funcionamiento y de rendición de cuentas más exigentes. Para un colectivo que capta cantidades modestas y puntuales, no siempre compensa; para uno que ya gestiona donaciones de forma recurrente, suele ser un paso natural a valorar.

11. Para seguir

- Guía 13 (Primeros pasos para crear una organización) y Documento 13 — formalizaros como asociación, paso previo habitual para acceder a subvenciones o a la declaración de utilidad pública.
- Material M07 (Plantilla de seguimiento de donantes y aportaciones) — registro simple de ingresos por donación.
- [Agencia Tributaria — entidades beneficiarias del mecenazgo \(Ley 49/2002\)](#) — qué entidades están incluidas en el régimen fiscal especial.

Fuentes consultadas

[Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.](#)

[Agencia Tributaria — Manual práctico IRPF, deducciones por donativos y otras aportaciones](#)

[Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial](#), en especial el artículo 46 (ámbito de las plataformas de financiación participativa).

[Reglamento General de Protección de Datos \(RGPD\) — versión consolidada en EUR-Lex](#)

[Ley Orgánica 3/2018, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.](#)

[Ley 45/2015, de 14 de octubre, de Voluntariado](#), en especial los arts. 10.e, 12 y 14.2.c (seguro y acuerdo de incorporación de las personas voluntarias).