

## 2. FUNDRAISING PARA UNIVERSIDADES. COMO ENCONTRAR FINANCIACIÓN PARA LAS ACTIVIDADES DE LAS IES

**Roberto ESCARRE**

Director

Oficina de Gestión de Proyectos Internacionales (OGPI)

Universidad de Alicante, Fundación General

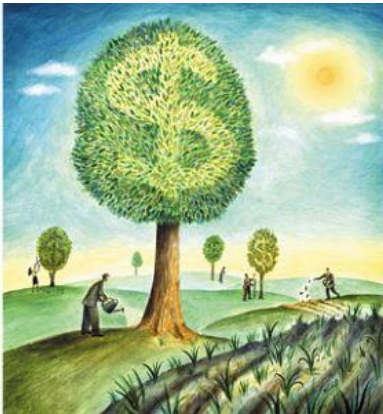
# CONTENIDO

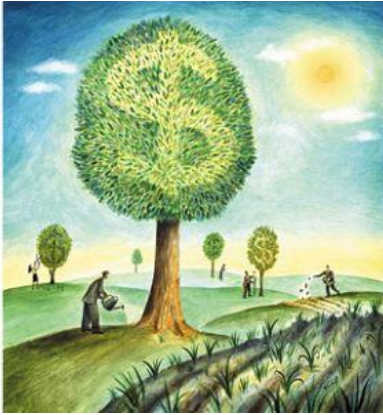


- **BASICS**
- **TENDENCIAS**
- **TARGETS**
- **ESTRATEGIA**

# FUNDRAISING BASICS

- **Fundraising or fund raising (also development) is the process of soliciting and gathering voluntary contributions as money or other resources, by requesting donations from individuals, businesses, charitable foundations, or governmental agencies (see also crowd funding).**
- **“Fundraising is the noble art of teaching people the pleasure of giving”**
- **“People do not give to people. They give to people with causes. They give to people who ask on behalf of causes.”**





## HEIS FUNDRAISING SOURCES



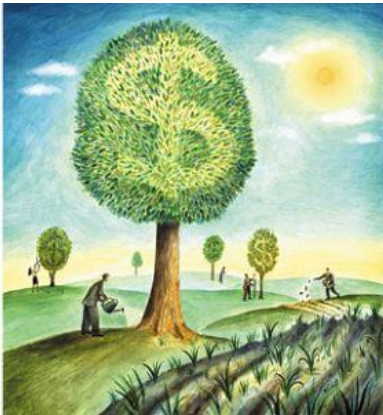
### NACIONALES

- **Financiación Estatal (Universidades públicas)**
- **Financiación Pública (nacional/regional);**
  - Convocatorias competitivas en I+D+i;
  - Otro tipo de convocatorias;
- **Financiación de Fundaciones Privadas;**
- **Matrícula de los estudiantes;**
- **Contratos con empresas;**
- **Contratos de Consultoría de profesores;**
- **Cursos para la industria local, etc...**

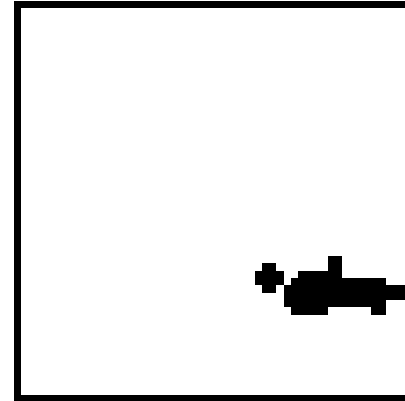
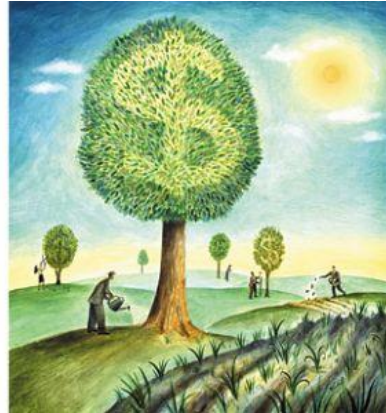
# HEIS FUNDRAISING SOURCES

## INTERNACIONAL

- **Cursos o Congresos Internacionales;**
- **Convocatorias de organizaciones internacionales (EC, World Bank, etc.);**
- **Convocatorias de Fundaciones de carácter internacional (Ford, Rockefeller, Bill & Melinda Gates, etc.);**
- **Otras fuentes internacionales;**



# ¿POR DONDE EMPEZAMOS?



## ... BASICS

- **EI FUNDRAISING implica VENDER**  
Vender una idea (producto)  
Vender un proyecto (producto)  
Vender una institución
- **VENDER implica....**  
Conocer el producto  
Conocer al cliente



## ... BASICS

- **Antes de empezar a VENDER debemos..**  
**Invertir...**  
**Establecer una estrategia**  
**Crear una cultura**  
**Desarrollar políticas / normativa (incentivos)**  
**Aplicar técnicas de venta**





# HIGHER EDUCATION AND DEVELOPMENT



- “Higher education (HE), including research carried out in universities, has a crucial role in development. It helps generate the human capital needed in key areas such as health, agriculture and engineering, and builds a country's capability for self-reliance” – **Sian Lewis**
- **¿Somos capaces de demostrar que impacto tiene las actividades que desarrollamos desde las universidades?**



INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT OFFICE  
UNIVERSITY OF ALICANTE

**Private  
Market  
Benefits**

JOBES > PRODUCTIVITY > SALARY > SOCIAL MOBILITY

**Private  
Non-Market  
Benefits**

< FERTILITY > HEALTH > LONGEVITY > HAPPINESS

**MACRO  
ANALYSIS**



**PRIVATE  
BENEFITS**

> Spending →



> Tax Revenues →

**HIGHER  
EDUCATION**



**ECONOMIC  
GROWTH**

**PUBLIC /  
SOCIAL  
BENEFITS**

R&D

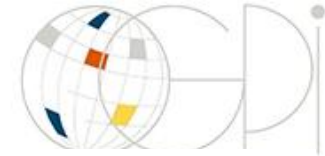
SUSTAINABLE  
ENVIRONMENT

GOVERNANCE/  
DEMOCRATIZATION

SAFETY

SOCIAL COHESION





REPERCUSIÓN ECONÓMICA

## Los alumnos extranjeros de la UA generaron 14 millones en 2003

El Campus acoge a 4.000 estudiantes foráneos, que se gastan 3.900 euros en alojamiento, manutención y ocio durante su estancia media de 3 meses

**L**os 4.000 alumnos extranjeros que realizaron cursos de idiomas o se integraron en alguno de los programas o convenios internacionales de la Universidad de Alicante (UA) en 2003 generaron alrededor de 14 millones de euros para la economía alicantina, según calcula el gerente de la Sociedad de Relaciones Internacionales (SRI) de la UA, Christian Ferrer.

La estimación se basa en un gasto medio por estudiante de 3.900 euros en una estancia de tres meses en la ciudad, ya que como mínimo viajan por un mes, explicó Ferrer. De esta cifra, 700 euros aproximadamente corresponden a gastos de alojamiento, otros 2.600 a manutención y transportes y alrededor de 600 en ocio, viajes y otras actividades. Una cifra «importante» y que va en aumento, comentó el responsable de Relaciones Internacionales. De hecho, los estudiantes foráneos ya representan 4.000

**La Universidad de Alicante es la tercera en recepción, por detrás de Salamanca y la Complutense**

de los 30.000 alumnos del campus alicantino y este movimiento, «dejos de ralentizarse por las crisis internacionales que suelen frenar los viajes en general, se incrementa». Esta afirmación viene contrastada por los datos que maneja la SRI, ya que en 2003 llegaron a Alicante un 10 por ciento más de alumnos extranjeros que en el año anterior.

En este sentido, Ferrer destacó el hecho de que la UA es la tercera universidad española en recepción de alumnos extranjeros, sólo superada por la Complutense de Madrid y la de Salamanca.

El movimiento de alumnos de distintas nacionalidades en el campus es constante. Ferrer explicó que habría que distinguir entre dos grupos diferenciados, los procedentes de países europeos integrados normalmente en los programas Sócrates y Erasmus —el 25% de los 4.000— y quienes vienen gracias a convenios específicos suscritos con otras universidades, con programas «a medida» o por libre, que suponen el 75 por ciento restante. En contraposición, el año pasado 1.000 estudiantes matriculados en la UA decidieron continuar sus estudios o aprender otro idioma en universidades de otros lugares del mundo.

Por nacionalidades, el 30% de los alumnos extranjeros integrados en la UA provienen de EE UU, el 21% de Suecia, el 11% de Alemania, el 9% de Rusia, el 8% de Canadá y Japón y el 12 por ciento restante de otros países, principalmente de Sudamérica y Marruecos. En función de sus lugares de procedencia y el programa en el que se matriculen una vez en la UA, los estudiantes también tienen sus peculiaridades, comentó Ferrer. Así, los Erasmus tienden a compartir piso con compañeros de programa o con alumnos españoles, mientras que quienes vienen por libre o con programas diseñados a medida se suelen integrar en familias alicantinas que deciden «acogerlos», un total de 250 en 2003.

En cualquiera de los casos, el ob-



Acto de bienvenida de la UA a los estudiantes del programa Erasmus, que representan el 25% de los extranjeros

**MIGUEL HERNÁNDEZ**

### La UMH comienza con 250

La Universidad Miguel Hernández de Elche (UMH) también dispone de programas internacionales para recibir alumnos extranjeros, aunque en menor medida que la UA, entre otros motivos por su reciente creación. No obstante, cuenta con programas de estudio para extranjeros, así como para los

alumnos matriculados en la misma que deseen acudir a otros centros fuera de nuestras fronteras. Así, durante el primer cuatrimestre de este año, un total de 250 estudiantes foráneos realizan alguno de los cursos ofertados en el campus ilicitano, 79 de ellos integrados en el programa Erasmus.

jetivo de la SRI es que los jóvenes se integren en la ciudad y sus costumbres, de manera que se produzca una «interrelación positiva que enriquezca a ambas partes». Para ello, según indica Ferrer, la

Universidad fomenta el Club Internacional como punto de encuentro entre diferentes culturas y ofrece, además de los cursos académicos o de idioma, un servicio de búsqueda de alojamiento y el campus virtual

para favorecer la comunicación a través de internet. Asimismo, organiza viajes culturales y lúdicos para los estudiantes extranjeros. No obstante, uno de los servicios que acumula mayor demanda en estos últimos años es la posibilidad de realizar prácticas en empresas alicantinas, al que se incorporaron cincuenta alumnos el año pasado. Los atractivos para que alumnos de partes del mundo tan dispares decidan acudir a Alicante para aprender español o realizar cursos específicos, argumentó Ferrer, son los servicios que ofrece el campus y su distribución, «modelo que a los estadounidenses les resulta familiar y a los europeos les atrae», así como los propios de la ciudad por lo que se refiere a tamaño y servicios que, en su opinión, «transmite también tranquilidad a los padres».

ALGUNA REFERENCIA EN ESPAÑA:

**“CONTRIBUCIÓN SOCIOECONÓMICA DE LAS  
UNIVERSIDADES DEL SISTEMA PÚBLICO DE LA  
COMUNIDAD VALENCIANA”**

IVIE - VALENCIA

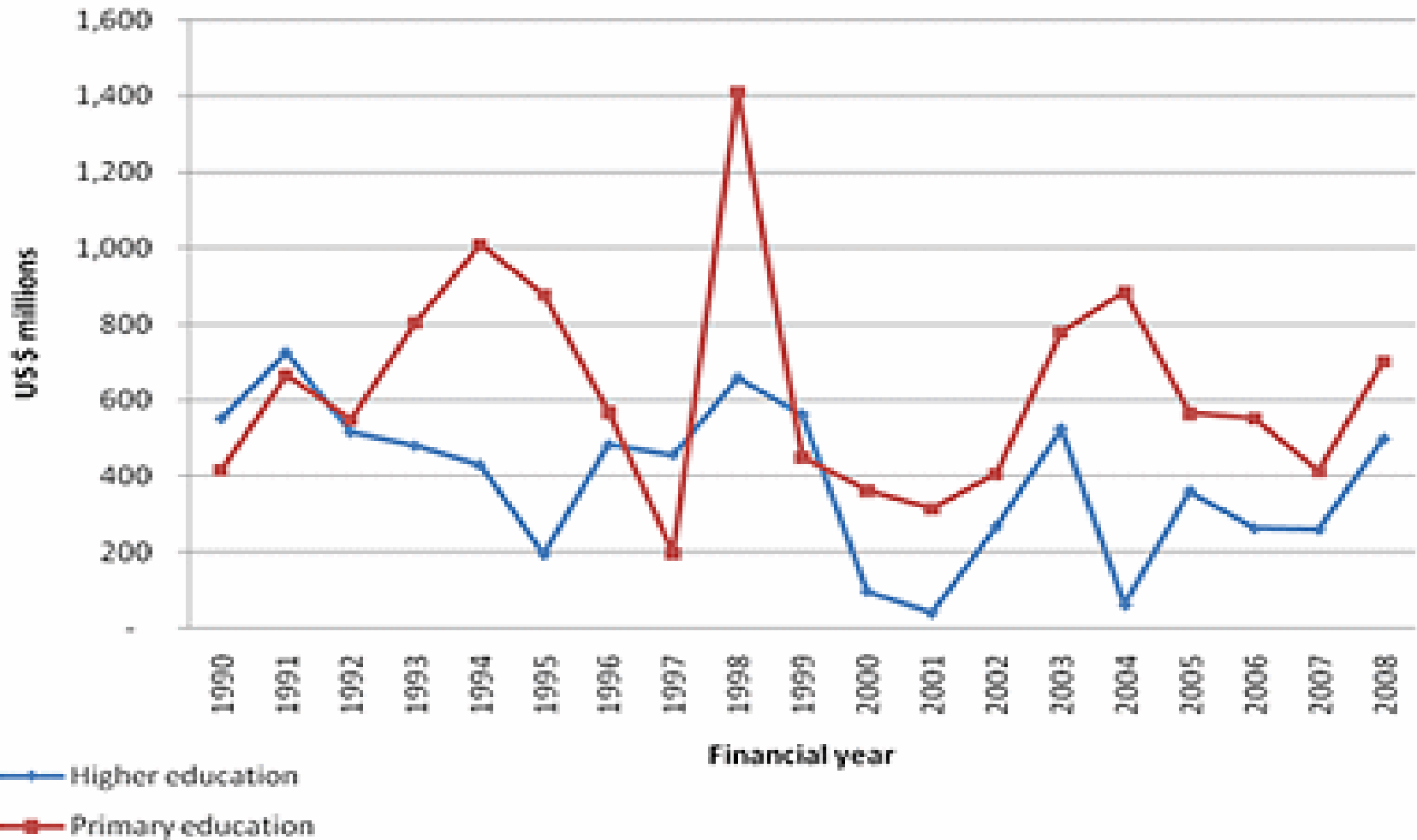
ALGUNA REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA:

**“HIGHER LEARNING, GREATER GOOD”**

Walter McMahon

Johns Hopkins

# TENDENCIAS / ORGANIZACIONES INTERNACIONALES



# MODELOS INSTITUCIONALES DE COOPERACIÓN



| <b>Enfoque de la cooperación</b>       | <b>Modelo Espontáneo</b>                         | <b>Modelo Integrado</b>  |
|--|--|--|
| <b>Consideración de la cooperación</b> | Elemento externo                                 | Elemento intrínseco y estratégico                                  |
| <b>Origen de la cooperación</b>        | Individual / Espontáneo<br>Cooperación de oferta | Individual / Institucional<br>Plan de cooperación                  |
| <b>Gestión de la cooperación</b>       | Pasiva / Tramitadora                             | Activa / Dinamizadora  |
| <b>Financiación</b>                    | Externa  | Mixta  |
| <b>Productos de la cooperación</b>     | Mayoritariamente efímeros                        | Estables / Sustentables  |
| <b>Impactos institucionales</b>        | Escasos  | Fortalecimiento y desarrollo institucional<br>Internacionalización |



FUENTE: Jesús Sebastián



## FUNDRAISING MODELS / EU

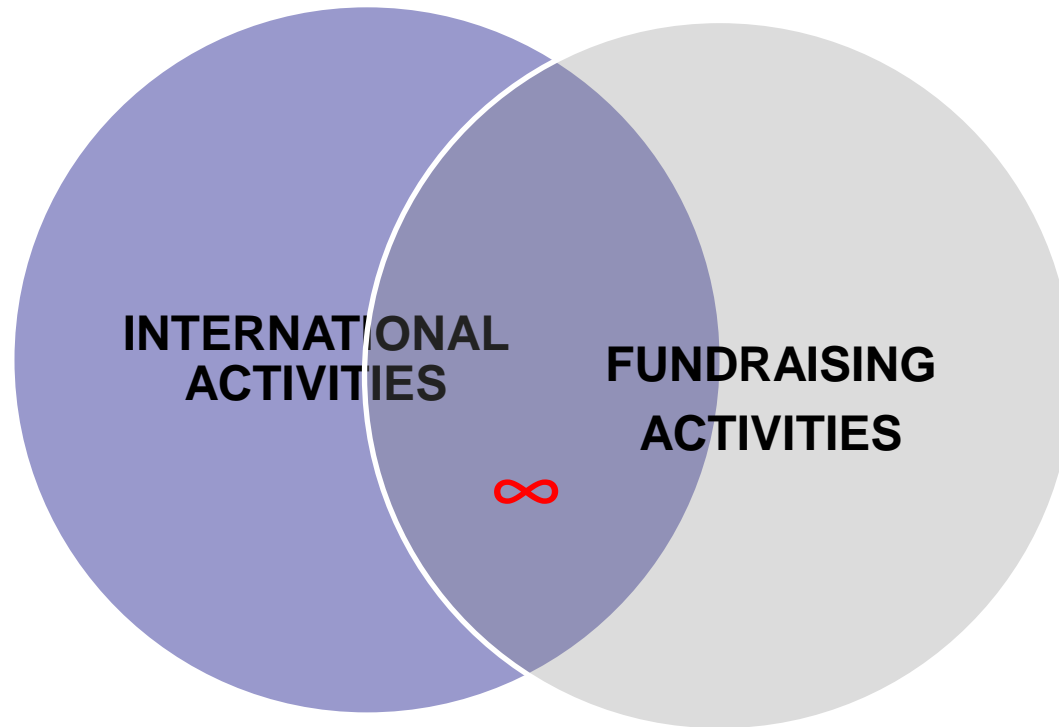


- «Alumni» Model
- « Major Gift » Model
- « Foundation Research » Model
- « Multi-model » Model

Source:

« Engaging Philanthropy for university research », 2008

# WHERE ARE WE...?



= Proyectos internacionales

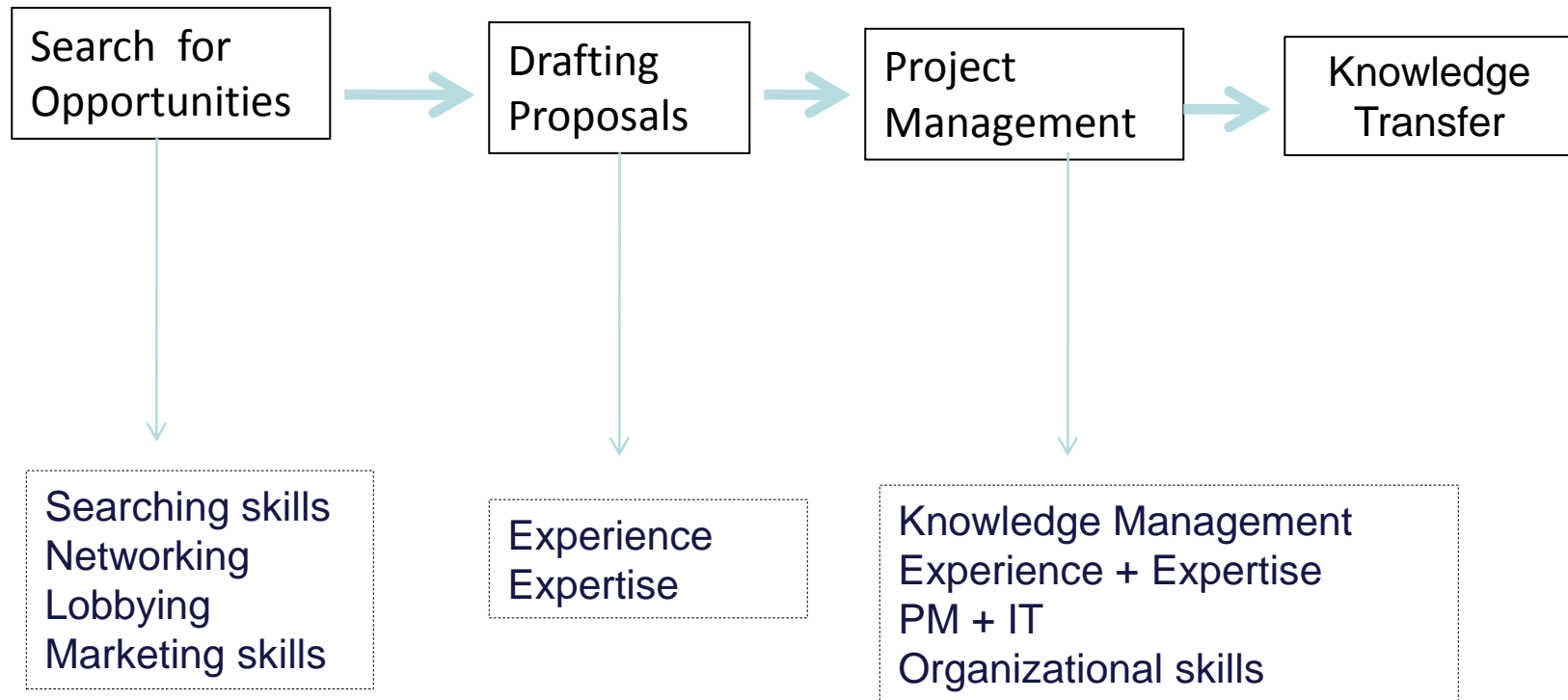


## ENTENDIENDO EL NEGOCIO...



- **El entorno de acceso a la financiación en proyectos internacionales son las convocatorias competitivas;**
- **Para participar debemos de:**
  - Buscar oportunidades
  - Redactar proyectos (incluye búsqueda de socios)
  - Si tenemos éxito... Gestionar proyecto y tener el mayor impacto posible = construir una imagen
  - Empezar como socio, seguir como coordinador
- **Fuera de ese ámbito operativo existen pocos atajos.... ¿Funciona el LOBBYING en proyectos internacionales?**

# HOW DOES IT WORK? INTERNATIONAL PROJECTS



# ESTRATEGIA



- **☞ La captación de fondos no es una actividad espontánea e individual; requiere la **articulación de un sistema definido e integrado de actores, elementos normativos, organizativos y funcionales** .**
- **☞ Los requerimientos del fundraising internacional fundamentan la necesidad de una **política universitaria con un fuerte y continuado compromiso institucional****
- **☞ Un **Plan Estratégico de Fundraising Internacional** es la respuesta institucional para articular la captación de fondos y mejorar su efectividad a todos los niveles de la universidad.**

## POSIBLES OBJETIVOS



- **Contribuir al financiamiento de las actividades internacionales de la Universidad;**
- **Capacitar Recursos Humanos;**
- **Desarrollar una cultura de fundraising dentro de la institución;**
- **Fortalecer las relaciones entre los organismos de financiamiento;**
- **Consolidar el posicionamiento internacional de la Universidad**

## POSIBLES PASOS



- **1. Análisis. Encuesta (on line) acerca de actividades susceptibles de recibir financiación internacional (incluye análisis de necesidades de formación)**
  - **DETALLE DE ANÁLISIS MACRO**
  - **Políticas de internacionalización vigentes (plan estratégico)**
  - **Medidas para fomentar la captación de proyectos internacionales**
  - **Normativa para la participación en proyectos internacionales.**

# POSIBLES PASOS

## DETALLE DE ANÁLISIS MICRO

**Nº y relación de publicaciones científicas en revistas nacionales y extranjeras.**

**Nivel de idiomas.**

**Grado de implicación y relación de proyectos nacionales e internacionales en los que participa en la actualidad.**

**Histórico de proyectos (internacionales y nacionales) en los que ha participado.**

**Disponibilidad para participar en nuevos proyectos internacionales.**

**Disponibilidad para asistir a eventos en el extranjero.**

**Áreas o temas en los que puede colaborar en proyectos internacionales.**

**Histórico de estancias en otras Universidades o Centros de Investigación Superior (nacionales y extranjeros).**

**Relacione las Universidades con las que tiene relación profesional y en qué áreas y líneas de trabajo.**

**Nº publicaciones en colaboración internacional.**

**Puesto que desempeña.**

**Doctor, doctorando, otros.**

**Contratos de consultoría nacional e internacional.**

**Contratos con empresas nacionales e internacionales.**

**Contratos de investigación con entidades nacionales e internacionales.**

**¿Pertenece a algún grupo o Instituto de investigación?, ¿Cuál o cuáles?.**

**Participación en redes internacionales.**

**Ponencias y comunicaciones en congresos internacionales.**

**Patentes obtenidas.**



## POSIBLES PASOS



- **2. Plan de formación del personal de la Universidad. Formación del personal de la Universidad segmentado en 3 categorías:**
  - Equipo directivo
  - Personal investigador
  - Personal administrativo

## POSIBLES PASOS



- **3. Desarrollo del Perfil de Proyectos.** Documento que recoja proyectos existentes y capacidades de generar iniciativas internacionales en la Universidad.
- **4. Desarrollo del Perfil de Instituciones donantes.** Documento que asocie las anteriores iniciativas con instituciones donantes concretas.



## POSIBLES PASOS



- **5. PROGRAMA OPERATIVO. Organización de los proyectos por convocatoria y ayuda en la redacción de propuestas. Calendario, Responsables, acciones, indicadores.....**

# MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN

**Roberto ESCARRE**

Director

Oficina de Gestión de Proyectos Internacionales (OGPI)

Universidad de Alicante, Fundación General

[R.Escarre@ua.es](mailto:R.Escarre@ua.es)