

# Informe Global Sobre Tecnología

DE ONG DE 2018

PATROCINADO POR PIR.ORG



INVESTIGACIÓN POR NPTECHFORGOOD.COM



#NGOTECH18

TECHREPORT.NGO

# Índice

**3** Acerca del informe

**5** Acerca de los encuestados

## ONG A NIVEL MUNDIAL

**6** Comunicaciones web y correo electrónico

**8** Recaudación de fondos en línea

**10** Redes sociales

**15** Tecnología móvil

**17** Seguridad y administración de datos

**19** Clasificaciones de eficacia de la tecnología de ONG

## FICHAS TÉCNICAS

**20** Tecnología de ONG en África

**21** Tecnología de ONG en Asia

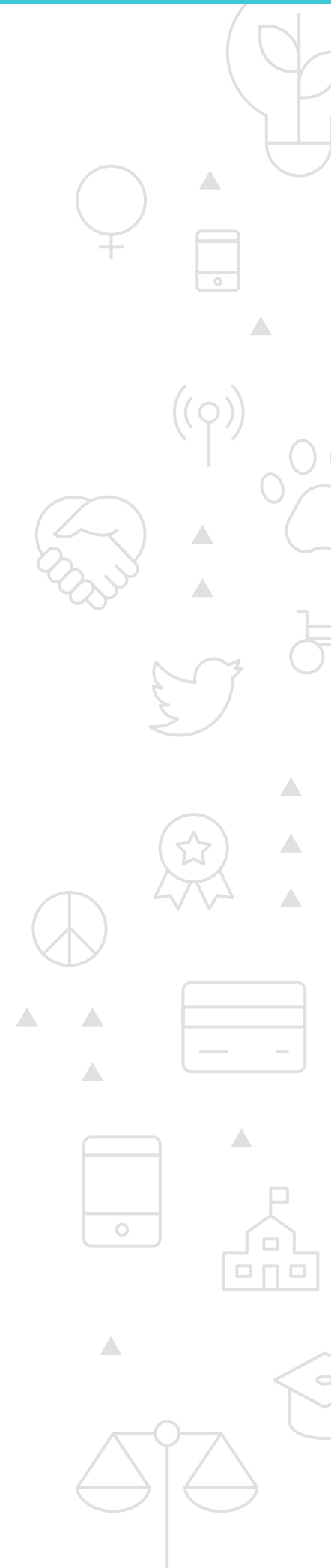
**22** Tecnología de ONG en Australia y Oceanía

**23** Tecnología de ONG en Europa

**24** Tecnología de ONG en América del Norte

**25** Tecnología de ONG en América del Sur

**26** Puntos de referencia para el éxito de la tecnología de ONG



# Acerca del informe

5.352 ONG · 164 PAÍSES · 6 CONTINENTES

El **Informe global sobre tecnología de ONG (techreport.ngo)** es un proyecto de investigación anual que busca lograr un mejor entendimiento sobre cómo las organizaciones no gubernamentales (ONG) utilizan la tecnología. El informe, que cuenta con el **patrocinio de Public Interest Registry** y cuya **investigación fue realizada por Nonprofit Tech for Good**, resume cómo las ONG utilizan las comunicaciones web y por correo electrónico, las herramientas de recaudación de fondos en línea, las redes sociales, la tecnología móvil y el software de seguridad y administración de datos.

En su tercera edición, el objetivo principal del informe de este año es proporcionar un conjunto actualizado de puntos de referencia sobre la tecnología para las ONG de todo el mundo. Al comienzo del informe, los datos de la encuesta se promedian a nivel mundial; no obstante, debido a disparidades regionales en la infraestructura y el acceso a Internet, el informe presenta los datos de la encuesta por continente.

El Informe global sobre tecnología de ONG es el gemelo del **Informe global sobre las tendencias en donación (givingreport.ngo)**. Los hallazgos de ambos informes buscan ayudar a las ONG a determinar si utilizan de forma eficaz la tecnología para inspirar la filantropía y lograr su misión y programas.

## METODOLOGÍA

El Informe global sobre tecnología de ONG de 2018 se basa en los resultados de encuestas de 5.352 ONG en todo el mundo. La encuesta se promocionó en línea desde el 1 de agosto de 2017 hasta el 31 de octubre de 2017 y, para alcanzar a una audiencia mundial, se publicó en árabe, inglés, francés, portugués y español. Debido a la metodología utilizada, es importante tener en cuenta que los resultados solo representan los puntos de vista de los encuestados que (1) leían árabe, inglés, francés, portugués o español, (2) tenían acceso a Internet y (3) utilizaban correos electrónicos o redes sociales. Cada año, debido a que cada vez son más las ONG en todo el mundo que participan en la encuesta, aumenta la precisión del informe con respecto a sus hallazgos y mejora su utilidad para la comunidad de ONG.

## ACERCA DE



### Public Interest Registry

PIR.ORG

Con su sede en Reston, VA, Public Interest Registry es una organización sin fines de lucro creada por Internet Society en 2003 que se encarga de gestionar el dominio .ORG. En 2015, PIR publicó los dominios .NGO y .ONG para mejorar la prestación de servicios al sector de las ONG.

## ACERCA DE



### Nonprofit Tech for Good

NPTECHFORGOD.COM

Con casi 100.000 visitantes por mes y más de un millón de seguidores en las redes sociales, Nonprofit Tech for Good es un blog líder de redes sociales y recaudación de fondos en línea para profesionales sin fines de lucro en todo el mundo.

## NUESTRO MODELO DE ASOCIACIÓN

Nuestro modelo de asociación es simple e innovador: a cambio de promocionar la encuesta a las ONG en sus países o regiones, nuestros socios reciben datos anónimos y una infografía correspondiente para su país. Gran parte de la investigación de tecnología de las ONG se basa en datos de ONG ubicadas en países desarrollados. A través de las asociaciones, podemos aumentar la participación de las ONG que se encuentran en naciones emergentes y en vías de desarrollo y, en consecuencia, podemos brindar un entendimiento más diverso y equilibrado sobre cómo las ONG en todo el mundo utilizan la tecnología.

## SOCIOS DE 2018



Al Qasimi Foundation



Arab Foundations Forum



Blackbaud Institute



CIVICUS



CONCORD Europe



Estudio de Impacto



Greater Public



Infoxchange



iWith.org




Museu da Pessoa



Nigeria Network of NGOs



Philanthropy Circuit



Tech Trust



TechSoup Canada



TechSoup Kenya

# Acerca de los encuestados

## CONTINENTES

América del Norte **46,7 %**  
Europa **19,2 %**  
África **16,8 %**  
Asia **9,8 %**  
Australia y Oceanía **4,5 %**  
América del Sur **3 %**

## PAÍSES

Estados Unidos **37 %**  
Canadá **7,8 %**  
Sudáfrica **6,2 %**  
Reino Unido **4,5 %**  
India **4,3 %**  
Nigeria **4,1 %**  
Australia **3,5 %**  
España **2,7 %**  
Portugal **1,8 %**  
Brasil **1,3 %**  
Kenia **1,3 %**  
Suiza **1,3 %**  
Alemania **1,2 %**  
Otros **23 %**

## TAMAÑO\*

Pequeña **55,9 %**  
Mediana **33,9 %**  
Grande **10,2 %**

## CAUSAS

Niños y jóvenes **14,2 %**  
Desarrollo comunitario **11,4 %**  
Educación y alfabetización **11,2 %**  
Salud y bienestar **9,8 %**  
Servicios humanos y sociales **9,2 %**  
Derechos civiles y humanos **5,9 %**  
Medioambiente y conservación **4,9 %**  
Mujeres y niñas **4,9 %**  
Ayuda y desarrollo internacional **4 %**  
Política pública e investigación **3,9 %**  
Arte y cultura **3,8 %**  
Derechos de los discapacitados **3,1 %**  
Fe y espiritualidad **3,1 %**  
Hambre y desamparo **2,9 %**  
Animales y vida silvestre **2,5 %**  
Medios públicos y comunicaciones **2,5 %**  
Paz y no violencia **1,7 %**  
Responsabilidad corporativa **1 %**

## TERMINOLOGÍA

Organización sin fines de lucro (OSFL) **43,4 %**  
Organización no gubernamental (ONG) **24,1 %**  
Organización benéfica **9,3 %**  
Fundación **6,3 %**  
Organización de sociedad civil (OSC) **4,1 %**  
Asociación con membresía **4,1 %**  
Organización religiosa **3,6 %**  
Institución de educación superior **1,9 %**  
Otros **3,2 %**

\* NO EXISTE UNA NORMA INTERNACIONAL PARA DEFINIR A UNA ONG COMO PEQUEÑA, MEDIANA O GRANDE, POR LO QUE SE LES SOLICITÓ A LOS ENCUESTADOS QUE IDENTIFICARAN POR CUENTA PROPIA A SU ONG COMO PEQUEÑA, MEDIANA O GRANDE.

# Comunicaciones web y correo electrónico

## HALLAZGOS PRINCIPALES

Las ONG comenzaron su transición de comunicaciones impresas a comunicaciones en línea a principios de la década de 1990. Organizaciones tales como Amnistía Internacional y el Fondo Mundial para la Naturaleza lanzaron sus primeros sitios web en 1992 y, poco después, comenzaron a experimentar con el uso del correo electrónico como una herramienta de comunicación masiva y de recaudación de fondos. En ese tiempo, los sitios web se construían utilizando HTML rudimentarios y se enviaban correos electrónicos grupales con copia oculta o mediante servidores automáticos de listas de correos. Desde hace casi tres décadas, **las comunicaciones web y por correo electrónico se han convertido en las**

**herramientas de comunicación en línea más poderosas que tienen las ONG para inspirar filantropía** y crear conciencia acerca de su misión y programas.

**En 1985 los precursores de la World Wide Web priorizaron crear un espacio en la internet para organizaciones comprometidas al bien social. Durante los 33 años transcurridos, el dominio .org se convirtió en la extensión de dominio más confiable en el mundo.**

BRIAN CUTE, DIRECTOR EJECUTIVO, PUBLIC INTEREST REGISTRY

La base de las comunicaciones web y por correo electrónico es la extensión de dominio .org que, de acuerdo con el informe de tendencias globales en donación, es la extensión de dominio más confiable en el mundo. **Cada página web publicada y cada correo electrónico enviado utilizando el dominio .org refuerza la credibilidad de la marca del dominio .org,** así como también la credibilidad del 68 % de las ONG, organizaciones sin fines de lucro y organizaciones benéficas en el mundo que utilizan el dominio .org. Para

el millón más de ONG que se esperan que estén disponibles en línea por primera vez en las próximas décadas, su primer paso para construir una marca en línea confiable es decidir qué nombre de dominio y extensión utilizarán para sus comunicaciones web y por correo electrónico.

A principios de la década del 2000, las ONG comenzaron a actualizarse a sistemas de gestión de contenidos (CMS, por sus siglas en inglés) para publicar sitios web. Lanzada en 2003, **Wordpress es una CMS ahora utilizada por el 44 % de las ONG del mundo.** Durante este tiempo, las ONG también comenzaron a utilizar los servicios de marketing por correo electrónico, tales como Constant Contact y MailChimp y, actualmente, solo el 8 % de las ONG continúan enviando actualizaciones y llamamientos para la recaudación de fondos por correo electrónico a sus donantes y colaboradores con copia oculta.

Hoy, **el 92 % de las ONG tienen un sitio web. De este porcentaje, el 87 % son compatibles con medios móviles.** Los primeros sitios web y correos electrónicos fueron diseñados para su visualización en equipos de escritorio y portátiles, pero hoy los sitios web y los correos electrónicos son diseñados para una base de usuarios de internet global que es predominantemente móvil. Los avances en HTML y CSS dieron origen a un diseño receptivo en el 2010 y les permitieron a las ONG cambiar fácilmente a comunicaciones web y por correo electrónico compatibles con dispositivos móviles.

# VISTAZO DE LAS COMUNICACIONES WEB Y CORREO ELECTRÓNICO

92 %

DE LAS ONG DEL MUNDO TIENEN UN SITIO WEB



38 %

PUBLICA CON HABITUALIDAD UN BLOG EN SU SITIO WEB\*



87 %

TIENE UN SITIO WEB Y UN BLOG COMPATIBLES CON MEDIOS MÓVILES



¿CÓMO HACEN LAS ONG PARA ENVIAR REGULARMENTE ACTUALIZACIONES POR CORREO ELECTRÓNICO (E-MAIL) Y LLAMAMIENTOS PARA RECAUDAR FONDOS?

63 %

DE LAS ONG ENVÍA HABITUALMENTE ACTUALIZACIONES Y LLAMAMIENTOS PARA RECAUDAR FONDOS MEDIANTE CORREO ELECTRÓNICO A DONANTES Y COLABORADORES



63 % SERVICIO DE MARKETING POR E-MAIL

15 % POR NUESTRO CRM

8 % CON COPIA DE CARBÓN OCULTA (BCC)

9 % OTRO

5 % NO SABE

## CANTIDAD PROMEDIO DE SUSCRIPTORES POR CORREO ELECTRÓNICO

7.357

ONG PEQUEÑAS

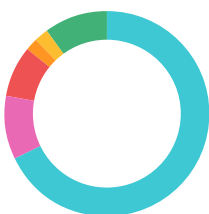
28.932

ONG MEDIANAS

63.048

ONG GRANDES

## DOMINIO UTILIZADO PARA COMUNICACIONES WEB Y CORREO ELECTRÓNICO



68 % .ORG

10 % CÓDIGOS DE PAÍS\*\*

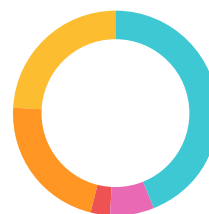
8 % .COM

2 % .NET

2 % .NGO

10 % OTRO

## SISTEMA DE GESTIÓN DE CONTENIDOS (CMS) UTILIZADO PARA SITIOS WEB



44 % WORDPRESS

7 % DRUPAL

3 % JOOMLA

22 % NO SABE CMS

24 % OTRO CMS

# Recaudación de fondos en línea

## HALLAZGOS PRINCIPALES

Las ONG precursoras que han liderado las comunicaciones web y por correo electrónico, también fueron las primeras organizaciones que adoptaron los botones «Done ahora». PayPal y Blackbaud lanzaron sus primeras herramientas de recaudación de fondos en línea en 1999 y servicios de recaudación de fondos como CanadaHelps, JustGiving y Network for Good nacieron en 2000 y 2001. Los costos de suscripción y las tarifas de procesamiento de las donaciones eran altas en los primeros años, así como lo eran las expectativas del equipo de recaudación de fondos, quienes esperaban que la tecnología generara una nueva y confiable fuente de ingresos para sus organizaciones.

“Las donaciones en línea crecieron en un promedio de 8 % anual en los últimos cinco años en Estados Unidos. Excelentes prácticas en línea (desde un diseño web detallado hasta una administración de redes sociales activa) ahora son bases fundamentales para un compromiso exitoso del donante.”

ASHLEY THOMPSON, DIRECTOR GENERAL, BLACKBAUD INSTITUTE FOR PHILANTHROPIC IMPACT Y SOCIA 2018

Durante la década del 2000, las ONG experimentaron promocionando los botones de «Done ahora» y las páginas de donación en línea y, a través de un proceso de prueba y error, aprendieron una estrategia ganadora que aún funciona hoy. Específicamente, **las ONG que son exitosas en la recaudación de fondos en línea han adoptado una estrategia de contenido de publicar regularmente artículos de noticias y entradas de blog** enfocados en historias de esperanza y empatía que incluyen un notable llamado a donar, que luego son compartidos en actualizaciones y llamamientos para la recaudación de fondos por correo electrónico. Publicar el mismo contenido en las redes sociales

también inspira las donaciones en línea, pero en cuanto al 2018, el correo electrónico es la herramienta de recaudación de fondos más poderosa.

Hoy, **el 72 % de las ONG a nivel mundial aceptan donaciones en sus sitios web** y el 63 % envían regularmente actualizaciones y llamamientos para recaudar fondos por correo electrónico a sus donantes y colaboradores. Las formas de pago más aceptadas son las tarjetas de crédito, PayPal y débito directo, pero las billeteras digitales y la criptomoneda, como Bitcoin, probablemente sean mucho más aceptadas en los años venideros.

**El 33 % de las ONG utilizan un servicio personal de recaudación de fondos en línea.** Mientras los donantes prefieren cada vez más donar a campañas de recaudación de fondos en línea creadas por familia y amigos, las ONG que invirtieron en recursos necesarios para experimentar con una recaudación de fondos personal, continuarán cosechando las recompensas financieras por muchos años.

Nuestros datos este año, también revelan que **el 47 % de las ONG participan en #GivingTuesday.** Mientras el conocimiento acerca de #GivingTuesday se expanda globalmente, el movimiento #GivingTuesday continuará creciendo.



# VISTAZO DE LA RECAUDACIÓN DE FONDOS EN LÍNEA

72 %

DE LAS ONG DEL MUNDO ACEPTAN DONACIONES EN LÍNEA EN SUS SITIOS WEB



## MÉTODOS DE PAGO ACEPTADOS

80 % TARJETA DE CRÉDITO

47 % PAYPAL

40 % DÉBITO DIRECTO

3 % BILLETERA DIGITAL

1 % BITCOIN

33 %

DE LAS ONG UTILIZAN UN SERVICIO DE RECAUDACIÓN DE FONDOS DE PARES Y EN LÍNEA



33 %

DE LOS DONANTES DE TODO EL MUNDO HA CONTRIBUIDO EN UNA CAMPAÑA DE RECAUDACIÓN DE FONDOS DE PARES\*

18 %

DE LOS DONANTES HA CREADO UNA CAMPAÑA DE RECAUDACIÓN DE FONDOS DE PARES EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES\*

47 %

DE LAS ONG DEL MUNDO PARTICIPAN EN #GIVINGTUESDAY

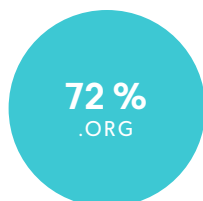


91 %

DE LOS DONANTES CONCUERDA EN QUE LAS ONG AGRADECEN EFECTIVAMENTE SUS DONACIONES\*



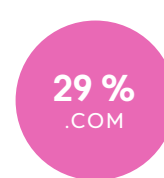
ES MÁS PROBABLE QUE LOS DONANTES CONFÍEN EN LOS SITIOS WEB Y LAS DIRECCIONES DE CORREO ELECTRÓNICO QUE USAN\*



7 % .EDU

6 % .NGO

ES MENOS PROBABLE QUE LOS DONANTES CONFÍEN EN LOS SITIOS WEB Y LAS DIRECCIONES DE CORREO ELECTRÓNICO QUE USAN\*



13 %  
CÓDIGOS DE PAÍS\*\*

# Redes sociales

## HALLAZGOS PRINCIPALES

El ascenso de las redes sociales comenzó durante una era de la internet que los tecnólogos han acuñado como Web 2.0. Mientras que la Web 1.0 se define por la experiencia web estática, no interactiva que refleja la década de 1990, la Web 2.0 se caracteriza por una experiencia web dinámica, interactiva, como llevar a cabo una búsqueda personalizada en Google o publicar una actualización de estado en Facebook. **La Web 2.0 fue tan significativa como la Web 1.0** y la transición de un contenido web estático a dinámico cambió fundamentalmente la manera en que se comunican las ONG con sus donantes y colaboradores.

“Les llevó una década a las ONG aprender cómo utilizar las redes sociales de manera efectiva para el desarrollo de la marca y la defensa pública. La recaudación de fondos ha sido un desafío, pero los cambios demográficos y la comprensión de los donantes indican que las redes sociales están en vías de convertirse en herramientas de recaudación de fondos muy poderosas.”

HEATHER MANSFIELD, FUNDADORA, NONPROFIT TECH FOR GOOD

Las ONG primero comenzaron a experimentar con las redes sociales alrededor de 2003 a través de los blogs, principalmente con el uso de Blogger. En ese momento, **escribir un blog fue un cambio radical en la estrategia de contenido y fue considerado riesgoso que una ONG se abriera al comentario público.** La ironía es que ahora, 15 años después, las ONG ansían comentarios y compromiso en las redes sociales y hoy, el 38 % de las ONG regularmente publican un blog en su sitio web.

De mayor impacto sobre el sector de las ONG fue el ascenso de las redes sociales. En 2003 se lanzó Myspace, en 2004 Facebook, en 2005 YouTube y en 2006 Twitter. Algunas ONG precursoras, tales como La Sociedad Humana de los Estados Unidos y Greenpeace, comenzaron a crear páginas en Myspace y canales en YouTube en 2005, luego grupos en

Facebook en 2006 y perfiles en Twitter poco tiempo después. El hecho de que el uso de las redes sociales fuera gratis impulsó a las ONG del mundo a adoptarlas y **la historia no le da suficiente crédito al rol que desempeñaron las ONG en el ascenso de las redes sociales.** En realidad, algunas ONG precursoras estaban activas en las redes sociales incluso mucho antes de que la idea se les ocurriera a las instituciones gubernamentales y corporaciones.

Hoy, las redes sociales son una parte integral de las comunicaciones y de la estrategia de recaudación de fondos de una ONG. El 93 % de las ONG del mundo tienen una página de Facebook, el 77 % tiene un perfil en Twitter, el 56 % tiene una página de LinkedIn y el 50 % tiene un perfil en Instagram. Aún más revelador es que el **71 % de las ONG está de acuerdo en que las redes sociales son eficaces para la recaudación de fondos en línea** y el 25 % de los donantes dice que las redes sociales son la herramienta de comunicación que más los inspira a donar.

# VISTAZO DE FACEBOOK

93 %

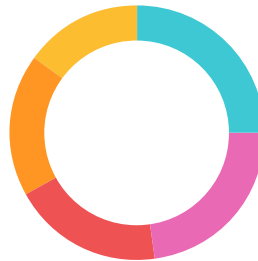
DE LAS ONG DEL MUNDO TIENEN  
UNA PÁGINA DE FACEBOOK



30 %

TIENE UN GRUPO EN FACEBOOK

¿CON QUÉ FRECUENCIA PUBLICAN LAS ONG EN SUS  
PÁGINAS DE FACEBOOK?



25 % UNA PUBLICACIÓN POR DÍA

23 % UNA PUBLICACIÓN CADA DOS DÍAS

19 % UNA PUBLICACIÓN POR SEMANA

18 % DOS O MÁS PUBLICACIONES POR DÍA

15 % MENOS DE UNA PUBLICACIÓN POR SEMANA

## CANTIDAD PROMEDIO DE SEGUIDORES EN FACEBOOK

8.722

ONG PEQUEÑAS

32.092

ONG MEDIANAS

109.158

ONG GRANDES

41 %

DE LAS ONG HA UTILIZADO FACEBOOK PARA  
TRANSMITIR EN VIVO UN EVENTO ESPECIAL O  
EXHIBIR EL TRABAJO DE SUS ORGANIZACIONES\*



25 %

DE LOS DONANTES INDICAN QUE LAS  
REDES SOCIALES SON LA HERRAMIENTA DE  
COMUNICACIÓN QUE LOS INSPIRA CON  
MAYOR FRECUENCIA

62 %

DE ESOS DONANTES INDICA QUE FACEBOOK ES  
LA HERRAMIENTA MÁS INSPIRADORA\*\*



# VISTAZO DE TWITTER

## ¿CON QUÉ FRECUENCIA TUTEAN LAS ONG?

77 %  
DE LAS ONG DEL MUNDO  
TIENEN UN PERFIL EN TWITTER



24 % DOS A CINCO TUI TS POR DÍA  
21 % MENOS DE UN TUIT POR SEMANA  
18 % UN TUIT POR DÍA  
18 % UN TUIT CADA DOS DÍAS  
12 % UN TUIT POR SEMANA  
7 % CINCO O MÁS TUI TS POR DÍA

## CANTIDAD PROMEDIO DE SEGUIDORES EN TWITTER

4.241

ONG PEQUEÑAS

17.737

ONG MEDIANAS

39.496

ONG GRANDES

17 %

HA PARTICIPADO EN UN TWEET CHAT  
O LO ORGANIZÓ\*



34 %

HA PAGADO PUBLICIDAD EN  
REDES SOCIALES\*



## VISTAZO DE LINKEDIN

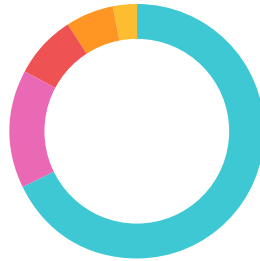
56 %

DE LAS ONG DEL MUNDO TIENEN  
UNA PÁGINA DE LINKEDIN

17 %

TIENE UN GRUPO EN  
LINKEDIN

¿CON QUÉ FRECUENCIA PUBLICAN LAS ONG EN SUS  
PÁGINAS DE LINKEDIN?



68 % MENOS DE UNA PUBLICACIÓN POR SEMANA

15 % UNA PUBLICACIÓN POR SEMANA

8 % UNA PUBLICACIÓN CADA DOS DÍAS

6 % UNA PUBLICACIÓN POR DÍA

3 % DOS O MÁS PUBLICACIONES POR DÍA

CANTIDAD PROMEDIO DE SEGUIDORES EN LINKEDIN

785

ONG PEQUEÑAS

2.837

ONG MEDIANAS

10.107

ONG GRANDES

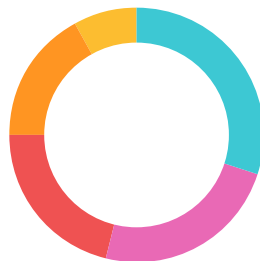
## VISTAZO DE INSTAGRAM

50 %

DE LAS ONG DEL MUNDO TIENEN  
UN PERFIL EN INSTAGRAM



¿CON QUÉ FRECUENCIA PUBLICAN LAS ONG EN SUS  
PERFILES DE INSTAGRAM?



30 % MENOS DE UNA PUBLICACIÓN POR SEMANA

24 % UNA PUBLICACIÓN POR SEMANA

21 % UNA PUBLICACIÓN CADA DOS DÍAS

17 % UNA PUBLICACIÓN POR DÍA

8 % DOS O MÁS PUBLICACIONES POR DÍA

CANTIDAD PROMEDIO DE SEGUIDORES EN INSTAGRAM

1.837

ONG PEQUEÑAS

7.675

ONG MEDIANAS

19.365

ONG GRANDES

## REDES SOCIALES

32 %

DE LAS ONG DEL MUNDO TIENE UNA ESTRATEGIA POR ESCRITO SOBRE REDES SOCIALES\*



95 %

COINCIDIÓ QUE LAS REDES SOCIALES SON EFECTIVAS PARA EL RECONOCIMIENTO EN LÍNEA DE LA MARCA\*

71 %

COINCIDIÓ EN QUE LAS REDES SOCIALES SON EFECTIVAS PARA LA RECAUDACIÓN EN LÍNEA DE FONDOS\*

### REDES SOCIALES USADAS POR LAS ONG



93 % PÁGINA DE FACEBOOK

77 % PERFIL EN TWITTER

57 % CANAL EN YOUTUBE

56 % PÁGINA EN LINKEDIN

50 % PERFIL EN INSTAGRAM

30 % GRUPO EN FACEBOOK

20 % PÁGINA DE GOOGLE+

17 % GRUPO EN LINKEDIN

13 % PERFIL EN PINTEREST

9 % CANAL EN VIMEO

8 % PERFIL EN FLICKR

3 % BLOG EN TUMBLR

1 % PERFIL EN REDDIT

80 %

COINCIDIÓ EN QUE LAS REDES SOCIALES SON EFECTIVAS PARA EL RECLUTAMIENTO DE VOLUNTARIOS\*



78 %

COINCIDIÓ EN QUE LAS REDES SOCIALES SON EFECTIVAS PARA EL RECLUTAMIENTO DE ASISTENTES A EVENTOS\*



# Tecnología móvil

## HALLAZGOS PRINCIPALES

El lanzamiento del primer iPhone de Apple en 2007 marcó el inicio de una nueva era en las comunicaciones y la recaudación de fondos de las ONG. El diseño innovador y tecnología única de la pantalla táctil del iPhone lo hicieron un éxito en ventas instantáneo y hoy, el iPhone permanece como el teléfono inteligente más vendido en el mundo. Para el 2009, **las ONG precursoras estaban lanzando sus propias aplicaciones para iPhone** que consistían principalmente en un formato RSS de su blog y un enlace a la página de donaciones de su sitio web. Con falta de creatividad, la primera generación de aplicaciones móviles desarrolladas por las ONG para iPhones y teléfonos inteligentes

**WhatsApp transformó la manera en que las ONG se comunican en Nigeria. Más barato que los SMS, las ONG están creando grupos de Whatsapp para el fomento y el intercambio de información. A lo largo de África, Whatsapp está desencadenando una segunda ola en la revolución móvil.**

OYEBISI BABATUNDE OLUSEYI, DIRECTOR EJECUTIVO, NIGERIA NETWORK OF NGOs Y SOCIO 2018

optimizados por Android, tales como Samsung Galaxy, fueron un completo fracaso y hasta el día de hoy, desarrollar una aplicación que los donantes y colaboradores pulsen para abrir más de una vez constituye un desafío.

A principios de la década de 2010, el sector de las ONG también estaba experimentando con el uso de software de envío masivo de SMS para distribuir actualizaciones de noticias urgentes y llamados a la acción. **El devastador terremoto que golpeó Haití en 2010 luego dio lugar a la tecnología text-to-give (mensajes de texto para donar).** Durante algunos de los años siguientes, las ONG estuvieron interesadas en experimentar con campañas por SMS y text-to-give, pero para el 2014 la

mayoría de las ONG estaban perdiendo interés. Al igual que la primera generación de aplicaciones móviles desarrolladas por las ONG, las primeras campañas por SMS y text-to-give fallaron porque las ONG no contaban una estrategia móvil integral. En las aplicaciones móviles y en mensajes de texto, las ONG enviaban enlaces a las páginas web y de donaciones que no eran compatibles con los dispositivos móviles y, por consiguiente, ineficaces. Actualmente, **solo el 15 % de las ONG del mundo mandan regularmente mensajes de texto a sus donantes y colaboradores.** En el futuro, será interesante ver si la innovación en la tecnología SMS y text-to-give puede renovar el interés del sector de las ONG en el lanzamiento de las campañas SMS y text-to-give.

Hoy, las aplicaciones móviles principales del mundo son las redes sociales y las aplicaciones de mensajería, concretamente, WhatsApp, Facebook, Messenger e Instagram, todas propiedad de Facebook, Inc. La aplicación de mensajería Snapchat es popular en Norteamérica, Viber en Europa y LINE en Asia. Sin duda, las aplicaciones de mensajería y los pagos a través de mensajería constituyen la próxima frontera para las comunicaciones móviles y la recaudación de fondos. A partir de ahora, **el 18 % de las ONG utilizan aplicaciones de mensajería para comunicarse con donantes y colaboradores,** pero es probable que el número aumente drásticamente en los años venideros.

# VISTAZO DE LA TECNOLOGÍA MÓVIL

18 %  
UTILIZA APLICACIONES DE MENSAJERÍA  
PARA COMUNICARSE CON LOS  
COLABORADORES Y DONANTES



## APLICACIONES DE MENSAJERÍA USADAS POR LAS ONG

64 % WHATSAPP

58 % FACEBOOK MESSENGER

4 % SNAPCHAT

4 % VIBER

3 % WECHAT

2 % LINE

2 % SIGNAL

## CANTIDAD PROMEDIO DE SEGUIDORES EN WHATSAPP

559

ONG PEQUEÑAS

1.329

ONG MEDIANAS

3.608

ONG GRANDES

15 %

DE LAS ONG DEL MUNDO ENVÍA MENSAJES  
DE TEXTO A DONANTES Y COLABORADORES  
CON HABITUALIDAD



43 %

DE ESAS ONG UTILIZA EL SERVICIO «TEXT-TO-  
GIVE» PARA RECAUDAR FONDOS A TRAVÉS  
DEL SERVICIO DE MENSAJES CORTOS (SMS)



## CANTIDAD PROMEDIO DE SUSCRIPTORES POR SMS

2.284

ONG PEQUEÑAS

17.076

ONG MEDIANAS

22.299

GRANDES ONG



# Gestión de datos y seguridad

## HALLAZGOS PRINCIPALES

Las ONG del mundo tienen una necesidad imperiosa de modernizar la manera en que gestionan y aseguran los datos de su organización. El anticuado proceso de gestionar la información de contacto de los donantes y las transacciones a través de Excel y el **software heredado de gestión de relaciones con el cliente (CRM) está obstaculizando a las ONG y su habilidad para ser organizaciones eficaces basadas en datos**. Es un desafío actualizar la tecnología de la información (TI) de las organizaciones, pero en una era de elevadas

**Migrar los datos de una ONG a la nube puede resultar abrumador, pero los potenciales beneficios de los bajos costos, la seguridad mejorada y la capacidad de acceder a los datos de manera remota es tan valioso que la procrastinación sobre la decisión no tiene sentido.**

MARCUS HARVEY, GERENTE DE SERVICIOS DE CONSULTORÍA Y DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN, INFOXCHANGE Y SOCIO 2018

amenazas a la seguridad cibernética, la gestión de datos optimizados y la seguridad es imperativo.

La buena noticia es que los sistemas de tecnologías de la información disponibles para las ONG hoy, han mejorado significativamente en la última década. Varios programas CRM pueden integrarse perfectamente con los software para la recaudación de fondos en línea y la gestión de eventos, así como también, con servicios de marketing por correo electrónico y, por razones de seguridad, el software CRM ahora se traslada a la nube. En términos simples, **la informática en la**

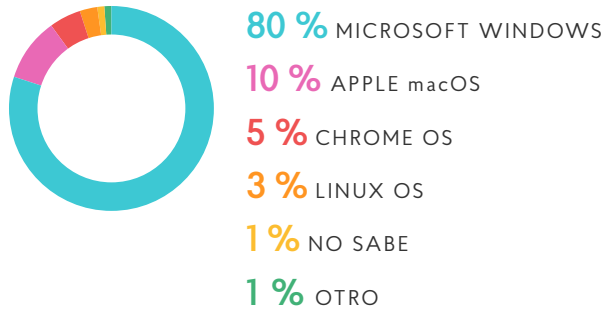
**nube significa crear una copia de seguridad y acceder a los datos y al software a través de internet en lugar del disco rígido de una computadora**. Hoy, el 45 % de las ONG utilizan un software CRM para rastrear donaciones y gestionar comunicaciones con donantes y colaboradores. De ese porcentaje, un 64 % utilizan un software CRM basado en la nube.

Las ONG también están recurriendo a tecnología de encriptación para asegurar sus datos CRM, archivos digitales y comunicaciones. Para acceder a los datos encriptados, archivos, correos electrónicos, mensajes de texto o mensajes se requiere ingresar una clave secreta o contraseña y, de acuerdo con los datos de este año, **el 41 % de las ONG utilizan tecnología de encriptación para proteger sus datos y comunicaciones**.

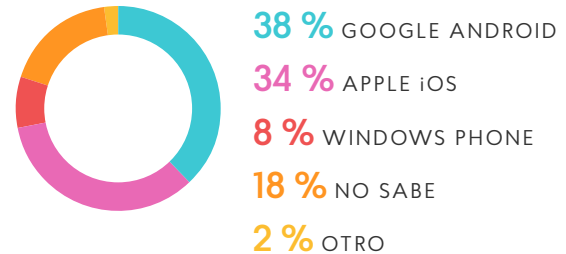
Finalmente, los datos de este año revelaron qué sistema operativo utilizan las ONG en su trabajo diario con la computadora. **El 80 % de las ONG del mundo utilizan Microsoft Windows para equipos de escritorio y portátiles** mientras que solo el 8 % utilizan Windows Phone. En teléfonos inteligentes y tabletas, Google Android supera a Apple iOS. Para muchas ONG, los equipos de Apple son demasiado caros y, hasta que eso cambie, Microsoft Windows y Google Android continuarán siendo líderes en el sector de las ONG.

# VISTAZO DE GESTIÓN DE DATOS Y SEGURIDAD

## SISTEMA OPERATIVO UTILIZADO POR LAS ONG DEL MUNDO EN COMPUTADORAS DE ESCRITORIO Y PORTÁTILES



## SISTEMA OPERATIVO UTILIZADO POR LAS ONG DEL MUNDO EN TELÉFONOS INTELIGENTES Y TABLETAS



45 %

UTILIZA UN SOFTWARE DE GESTIÓN DE RELACIONES CON LOS CLIENTES (CRM) PARA REALIZAR UN SEGUIMIENTO DE LAS DONACIONES Y GESTIONAR LAS COMUNICACIONES CON LOS COLABORADORES Y DONANTES



64 %

UTILIZA UN SOFTWARE DE GESTIÓN DE RELACIONES CON LOS CLIENTES (CRM) EN LA NUBE



41 %

UTILIZA TECNOLOGÍA DE ENCRIPTADO PARA PROTEGER LOS DATOS Y LAS COMUNICACIONES



## POR QUÉ LAS ONG UTILIZAN TECNOLOGÍA DE ENCRIPTADO

32 % PARA PROTEGER LA INFORMACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

29 % PARA PROTEGER LA INFORMACIÓN DE LOS DONANTES

23 % PARA PROTEGER LA PRIVACIDAD DE LAS COMUNICACIONES POR CORREO ELECTRÓNICO

13 % PARA PROTEGER LA PRIVACIDAD DE LAS COMUNICACIONES MÓVILES

# Clasificaciones de eficacia

## DE LA TECNOLOGÍA DE ONG

5.352 ONG · 164 PAÍSES · 6 CONTINENTES

### ¿Cuáles son las herramientas de comunicación y recaudación de fondos más eficaces de las ONG?

Se les solicitó a los encuestados que califiquen las herramientas que se indican a continuación de esta forma: (1) muy eficaz; (2) algo eficaz; (3) no muy eficaz; o (4) ineficaz. Sus respuestas proporcionan información valiosa sobre qué herramientas deben priorizar las ONG en sus estrategias de comunicaciones y recaudación de fondos.

	MUY EFICAZ	ALGO EFICAZ	NO MUY EFICAZ	INEFICAZ
SITIO WEB	34 %	<b>47 %</b>	15 %	4 %
ACTUALIZACIONES POR CORREO ELECTRÓNICO	32 %	<b>50 %</b>	14 %	4 %
LLAMAMIENTOS POR CORREO ELECTRÓNICO PARA RECAUDAR FONDOS	21 %	<b>43 %</b>	26 %	10 %
MENSAJES DE TEXTO	11 %	21 %	31 %	<b>37 %</b>
TEXT-TO-GIVE (MENSAJES DE TEXTO PARA DONAR)	7 %	20 %	31 %	<b>42 %</b>
RECAUDACIÓN DE PARES	23 %	<b>33 %</b>	21 %	23 %
REDES SOCIALES	33 %	<b>45 %</b>	17 %	5 %
APLICACIONES DE MENSAJERÍA	10 %	25 %	29 %	<b>36 %</b>
VIDEO	32 %	<b>40 %</b>	16 %	12 %
ANUNCIOS EN MOTORES DE BÚSQUEDA	15 %	<b>34 %</b>	28 %	24 %
ANUNCIOS EN REDES SOCIALES	20 %	<b>41 %</b>	22 %	17 %
BOLETINES INFORMATIVOS IMPRESOS	16 %	<b>38 %</b>	25 %	21 %
LLAMAMIENTOS IMPRESOS PARA RECAUDAR FONDOS	24 %	<b>36 %</b>	21 %	19 %
INFORMES ANUALES IMPRESOS	20 %	<b>42 %</b>	25 %	12 %

## FICHA TÉCNICA

# Tecnología de ONG en África

898 ONG · 45 PAÍSES

**74 %** de las ONG de África tienen un sitio web. De este porcentaje, el **87 %** son compatibles con medios móviles.

El **67 %** emplea el dominio .ORG. El **11 %** usa el dominio .COM. El **7 %** usa códigos de país. El **2 %** usa el dominio .NET. El **1 %** usa el dominio .NGO. El **12 %** usa otros dominios.

El **41 %** usa WordPress como Sistema de gestión de contenido para su sitio web. El **4 %** usa Joomla. El **2 %** usa Drupal. El **17 %** usa otro CMS y el **36 %** no sabe.

El **55 %** de las ONG de África acepta donaciones en línea en sus sitios web. De este porcentaje, el **65 %** acepta pagos con débito directo. El **50 %** acepta pagos con tarjeta de crédito. El **35 %** acepta PayPal. El **4 %** acepta pagos con billetera digital. El **1 %** acepta Bitcoin.

El **31 %** utiliza un servicio de recaudación de fondos de pares y en línea.

El **17 %** participa en #GivingTuesday.

El **55 %** de las ONG de África envía regularmente actualizaciones por correo electrónico y llamamientos para recaudar fondos a los colaboradores y donantes. De este porcentaje, el **45 %** usa un servicio de marketing por correo electrónico. El **22 %** envía correos electrónicos por BCC. El **8 %** envía correos electrónicos por su CRM. El **18 %** envía correos electrónicos con otro método y el **7 %** no sabe.

El **34 %** envía mensajes de texto a donantes y colaboradores con habitualidad. De ese porcentaje, el **38 %** utiliza el servicio «text-to-give» para recaudar fondos a través del servicio de mensajes cortos (SMS).

El **85 %** de las ONG de África tiene una página de Facebook y el **29 %** tiene un grupo en Facebook. El **62 %** tiene un perfil en Twitter. El **39 %** tiene una página en LinkedIn y el **20 %** tiene un grupo en LinkedIn. El **30 %** tiene un perfil de Instagram. Otras redes sociales utilizadas: **38 %** YouTube, **21 %** Google+, **5 %** Pinterest, **3 %** Vimeo, **2 %** Flickr y **1 %** Tumblr.

El **34 %** utiliza las aplicaciones de mensajería para comunicarse con los colaboradores y donantes. De este porcentaje, el **87 %** usa WhatsApp. El **52 %** usa Facebook Messenger. El **4 %** usa Viber. El **3 %** usa LINE y WeChat. El **1 %** usa Snapchat.

El **85 %** de las ONG de África usa Microsoft Windows como sistema operativo en sus computadoras de escritorio y portátiles. El **6 %** usa Google Chrome OS. El **4 %** usa Apple macOS. El **1 %** usa otro sistema operativo y el **4 %** no sabe.

El **66 %** usa Google Android como sistema operativo en sus teléfonos inteligentes y tabletas. El **14 %** usa Windows Phone. El **8 %** usa Apple iOS. El **2 %** usa otro sistema operativo y el **10 %** no sabe.

El **15 %** utiliza un software de gestión de relaciones con los clientes (CRM) para realizar un seguimiento de las donaciones y gestionar las comunicaciones con los colaboradores y donantes. De este porcentaje, el **67 %** utiliza un software de gestión de relaciones con los clientes (CRM) en la nube.

El **33 %** utiliza tecnología de encriptado para proteger los datos y las comunicaciones. De esos, el **25 %** para proteger la información de la organización. El **19 %** para proteger la privacidad de las comunicaciones por correo electrónico. El **15 %** para proteger la información de los donantes. El **11 %** para proteger la privacidad de las comunicaciones móviles.



### SOBRE LAS ONG

El 49 % se definió como una ONG pequeña. El 38 % como mediana. El 13 % como grande. **Los 5 países principales:** Sudáfrica (37 %), Nigeria (24 %), Kenia (8 %), Uganda (5 %) y Tanzania (3 %). **Las 5 causas principales:** niños y jóvenes (20 %), desarrollo de la comunidad (18 %), educación (10 %), salud y bienestar (9 %) y mujeres y niñas (9 %). El 44 % se define como una ONG. El 35 % como una organización sin fines de lucro. El 8 % como organización de la sociedad civil. El 4 % como una fundación. El 3 % como una organización benéfica.

## FICHA TÉCNICA

# Tecnología de ONG en Asia

527 ONG · 39 PAÍSES

**81 %** de las ONG de Asia tienen un sitio web. De este porcentaje, el **86 %** son compatibles con medios móviles.

El **63 %** emplea el dominio .ORG. El **10 %** usa el dominio .COM. El **10 %** usa códigos de país. El **6 %** usa el dominio .NGO. El **2 %** usa el dominio .NET. El **9 %** usa otros dominios.

El **42 %** usa WordPress como Sistema de gestión de contenido para su sitio web. El **4 %** usa Drupal. El **3 %** usa Joomla. El **16 %** usa otro CMS y el **35 %** no sabe.

El **56 %** de las ONG de Asia acepta donaciones en línea en sus sitios web. De ese porcentaje, el **65 %** acepta pagos con tarjeta de crédito. El **61 %** acepta pagos con débito directo. El **36 %** acepta PayPal. El **11 %** acepta pagos con billetera digital. El **3 %** acepta Bitcoin.

El **39 %** utiliza un servicio de recaudación de fondos de pares y en línea.

El **30 %** participa en #GivingTuesday.

El **55 %** de las ONG de Asia envía regularmente actualizaciones por correo electrónico y llamamientos para recaudar fondos a los colaboradores y donantes. De este porcentaje, el **48 %** usa un servicio de marketing por correo electrónico. El **20 %** envía correos electrónicos por BCC. El **11 %** envía correos electrónicos por su CRM. El **13 %** envía correos electrónicos con otro método y el **8 %** no sabe.

El **28 %** envía mensajes de texto a donantes y colaboradores con habitualidad. De ese porcentaje, el **49 %** utiliza el servicio «text-to-give» para recaudar fondos a través del servicio de mensajes cortos (SMS).

El **86 %** de las ONG de Asia tiene una página de Facebook y el **46 %** tiene un grupo en Facebook. El **62 %** tiene un

perfil en Twitter. El **47 %** tiene una página en LinkedIn y el **24 %** tiene un grupo en LinkedIn. El **39 %** tiene un perfil de Instagram. Otras redes sociales utilizadas: **49 %** YouTube, **31 %** Google+, **6 %** Pinterest, **5 %** Flickr, **4 %** Vimeo y Tumblr, **3 %** VK y **1 %** Reddit.

El **35 %** utiliza las aplicaciones de mensajería para comunicarse con los colaboradores y donantes. De este porcentaje, el **69 %** usa WhatsApp. El **52 %** usa Facebook Messenger. El **9 %** usa Viber. El **5 %** usa WeChat. El **4 %** usa LINE. El **3 %** usa Signal y Snapchat.

El **84 %** de las ONG de Asia usa Microsoft Windows como sistema operativo en sus computadoras de escritorio y portátiles. El **6 %** usa Apple macOS. El **4 %** usa Google Chrome OS. El **2 %** usa Linux OS. El **1 %** usa otro sistema operativo y el **3 %** no sabe.

El **62 %** usa Google Android como sistema operativo en sus teléfonos inteligentes y tabletas. El **16 %** usa Apple iOS. El **13 %** usa Windows Phone. El **1 %** usa otro sistema operativo y el **8 %** no sabe.

El **23 %** utiliza un software de gestión de relaciones con los clientes (CRM) para realizar un seguimiento de las donaciones y gestionar las comunicaciones con los colaboradores y donantes. De este porcentaje, el **67 %** utiliza un software de gestión de relaciones con los clientes (CRM) en la nube.

El **37 %** utiliza tecnología de encriptado para proteger los datos y las comunicaciones. De esos, el **27 %** usa tecnología de encriptado para proteger la información de la organización. El **20 %** para proteger la privacidad de las comunicaciones por correo electrónico. El **19 %** para proteger la información de los donantes. El **14 %** para proteger la privacidad de las comunicaciones móviles.



### SOBRE LAS ONG

El 50 % se definió como una ONG pequeña. El 38 % como mediana. El 12 % como grande. **Los 5 países principales:** India (44 %), Pakistán (7 %), Filipinas (6 %), Bangladesh (3 %) y Arabia Saudita (3 %). **Las 5 causas principales:** desarrollo de la comunidad (17 %), niños y jóvenes (16 %), educación (14 %), mujeres y niñas (8 %) y salud y bienestar (7 %). El 51 % se define como una ONG. El 22 % como una organización sin fines de lucro. El 8 % como una fundación. El 7 % como organización de la sociedad civil. El 4 % como una organización benéfica.

## FICHA TÉCNICA

# Tecnología de ONG en Australia y Oceanía

238 ONG · 5 PAÍSES

**99 %** de las ONG de Australia y Oceanía tienen un sitio web. De este porcentaje, el **86 %** son compatibles con medios móviles.

El **55 %** emplea el dominio .ORG. El **11 %** usa el dominio .COM. El **9 %** usa códigos de país. El **2 %** usa el dominio .NGO. El **1 %** usa el dominio .NET. El **22 %** usa otros dominios.

El **32 %** usa WordPress como su Sistema de gestión de contenido para su sitio web. El **4 %** usa Drupal y Joomla. El **36 %** usa otro CMS y el **24 %** no sabe.

El **70 %** de las ONG de Australia y Oceanía acepta donaciones en línea en sus sitios web. De ese porcentaje, el **84 %** acepta pagos con tarjeta de crédito. El **45 %** acepta pagos con débito directo. El **40 %** acepta PayPal. El **2 %** acepta pagos con billetera digital. El **1 %** acepta Bitcoin.

El **46 %** utiliza un servicio de recaudación de fondos de pares y en línea.

El **11 %** participa en #GivingTuesday.

El **65 %** de las ONG de Australia y Oceanía envía regularmente actualizaciones por correo electrónico y llamamientos para recaudar fondos a los colaboradores y donantes. De este porcentaje, el **62 %** usa un servicio de marketing por correo electrónico. El **24 %** envía correos electrónicos por su CRM. El **6 %** envía correos electrónicos por BCC. El **4 %** envía correos electrónicos con otro método y el **4 %** no sabe.

El **13 %** envía mensajes de texto a donantes y colaboradores con habitualidad. De ese porcentaje, el **38 %** utiliza el servicio «text-to-give» para recaudar fondos a través del servicio de mensajes cortos (SMS).

El **94 %** de las ONG de Australia y Oceanía tiene una página de Facebook y el **31 %** tiene un grupo en Facebook. El **73 %** tiene un perfil en Twitter. El **57 %** tiene una página en LinkedIn y el **12 %** tiene un grupo en LinkedIn. El **49 %** tiene un perfil de Instagram. Otras redes sociales utilizadas: **54 %** YouTube, **14 %** Google+, **11 %** Vimeo, **8 %** Pinterest, **4 %** Flickr y **1 %** Tumblr.

El **8 %** utiliza la aplicaciones de mensajería para comunicarse con los colaboradores y donantes. De este porcentaje, el **88 %** usa Facebook Messenger. El **12 %** usa WhatsApp. El **6 %** usa WeChat.

El **83 %** de las ONG de Australia y Oceanía usa Microsoft Windows como sistema operativo en sus computadoras de escritorio y portátiles. El **13 %** usa Apple iOS. El **1 %** usa Google Chrome OS. El **1 %** usa otro sistema operativo y el **2 %** no sabe.

El **45 %** usa Apple iOS como sistema operativo en sus teléfonos inteligentes y tabletas. El **21 %** usa Google Android. El **12 %** usa Windows Phone. El **4 %** usa otro sistema operativo y el **18 %** no sabe.

El **57 %** utiliza un software de gestión de relaciones con los clientes (CRM) para realizar un seguimiento de las donaciones y gestionar las comunicaciones con los colaboradores y donantes. De este porcentaje, el **58 %** utiliza un software de gestión de relaciones con los clientes (CRM) en la nube.

El **38 %** utiliza tecnología de encriptado para proteger los datos y las comunicaciones. De esos, el **32 %** para proteger la información de la organización. El **25 %** para proteger la información de los donantes. El **21 %** para proteger la privacidad de las comunicaciones por correo electrónico. El **11 %** para proteger la privacidad de las comunicaciones móviles.



### SOBRE LAS ONG

El **56 %** se definió como una ONG pequeña. El **36 %** como mediana. El **8 %** como grande. **Los 5 países principales:** Australia (79 %), Nueva Zelanda (17 %), Guam (2 %), Islas Cook (1 %) y República de Fiyi (1 %). **Las 5 causas principales:** salud y bienestar (16 %), niños y jóvenes (14 %), servicios humanos y sociales (14 %), desarrollo de la comunidad (11 %) y educación (8 %). El **45 %** se define como una organización sin fines de lucro. El **24 %** como una organización benéfica. El **14 %** como una ONG. El **6 %** como una fundación. El **6 %** como una asociación con membresía.

## FICHA TÉCNICA

# Tecnología de ONG en Europa

1.021 ONG • 41 PAÍSES

**97 %** de las ONG de Europa tienen un sitio web. De este porcentaje, el **86 %** son compatibles con medios móviles.

El **53 %** emplea el dominio .ORG. El **21 %** usa códigos de país. El **6 %** usa el dominio .COM. El **2 %** usa el dominio .NET y .NGO. El **1 %** usa el dominio .ONG. El **15 %** usa otros dominios.

El **37 %** usa WordPress como su Sistema de gestión de contenido para su sitio web. El **12 %** usa Drupal. El **4 %** usa Joomla. El **29 %** usa otro CMS y el **18 %** no sabe.

El **59 %** de las ONG de Europa acepta donaciones en línea en sus sitios web. De ese porcentaje, el **74 %** acepta pagos con tarjeta de crédito. El **59 %** acepta PayPal. El **57 %** acepta pagos con débito directo. El **5 %** acepta pagos con billetera digital. El **1 %** acepta Bitcoin.

El **35 %** utiliza un servicio de recaudación de fondos de pares y en línea.

El **26 %** participa en #GivingTuesday.

El **57 %** de las ONG de Europa envía regularmente actualizaciones por correo electrónico y llamamientos para recaudar fondos a los colaboradores y donantes. De este porcentaje, el **59 %** usa un servicio de marketing por correo electrónico. El **16 %** envía correos electrónicos por su CRM. El **8 %** envía correos electrónicos por BCC. El **9 %** envía correos electrónicos con otro método y el **4 %** no sabe.

El **11 %** envía mensajes de texto a donantes y colaboradores con habitualidad. De ese porcentaje, el **50 %** utiliza el servicio «text-to-give» para recaudar fondos a través del servicio de mensajes cortos (SMS).

El **94 %** de las ONG de Europa tiene una página de Facebook y el **30 %** tiene un grupo en Facebook. El **80 %** tiene un

perfil en Twitter. El **58 %** tiene una página en LinkedIn y el **18 %** tiene un grupo en LinkedIn. El **45 %** tiene un perfil de Instagram. Otras redes sociales utilizadas: **64 %** YouTube, **23 %** Google+, **11 %** Flickr y Vimeo, **10 %** Pinterest, **2 %** Tumblr, **1 %** Reddit y **1 %** Weibo.

El **17 %** utiliza las aplicaciones de mensajería para comunicarse con los colaboradores y donantes. De este porcentaje, el **65 %** usa WhatsApp. El **57 %** usa Facebook Messenger. El **3 %** usa Snapchat, Viber y WeChat. El **2 %** usa LINE y Signal.

El **83 %** de las ONG de Europa usa Microsoft Windows como sistema operativo en sus computadoras de escritorio y portátiles. El **9 %** usa Apple macOS. El **2 %** usa Google Chrome OS y Linux OS. El **1 %** usa otro sistema operativo y el **3 %** no sabe.

El **47 %** usa Google Android como sistema operativo en sus teléfonos inteligentes y tabletas. El **25 %** usa Apple iOS. El **8 %** usa Windows Phone. El **1 %** usa otro sistema operativo y el **19 %** no sabe.

El **39 %** utiliza un software de gestión de relaciones con los clientes (CRM) para realizar un seguimiento de las donaciones y gestionar las comunicaciones con los colaboradores y donantes. De este porcentaje, el **57 %** utiliza un software de gestión de relaciones con los clientes (CRM) en la nube.

El **40 %** utiliza tecnología de encriptado para proteger los datos y las comunicaciones. De esos, el **31 %** para proteger la información de la organización. El **26 %** para proteger la información de los donantes. El **23 %** para proteger la privacidad de las comunicaciones por correo electrónico. El **11 %** para proteger la privacidad de las comunicaciones móviles.



### SOBRE LAS ONG

El **55 %** se definió como una ONG pequeña. El **33 %** como mediana. El **12 %** como grande. **Los 5 países principales:** Reino Unido (24 %), España (14 %), Portugal (9 %), Suiza (7 %) y Alemania (6 %). **Las 5 causas principales:** niños y jóvenes (13 %), desarrollo de la comunidad (10 %), educación (10 %), desarrollo y socorro internacional (10 %) y salud y seguridad (9 %). El **31 %** se define como una ONG. El **21 %** como una organización sin fines de lucro. El **18 %** como una organización benéfica. El **10 %** como una fundación. El **8 %** como una asociación con membresía.

## FICHA TÉCNICA

# Tecnología de ONG en América del Norte

2.508 ONG · 22 PAÍSES

**98 %** de las ONG de América del Norte tienen un sitio web. De este porcentaje, el **88 %** son compatibles con medios móviles.

El **77 %** emplea el dominio .ORG. El **8 %** usa el dominio .COM. El **6 %** usa códigos de país. El **2 %** usa el dominio .NET. El **1 %** usa el dominio .NGO. El **6 %** usa otros dominios.

El **47 %** usa WordPress como su Sistema de gestión de contenido para su sitio web. El **6 %** usa Drupal. El **2 %** usa Joomla. El **26 %** usa otro CMS y el **19 %** no sabe.

El **86 %** de las ONG de América del Norte acepta donaciones en línea en sus sitios web. De ese porcentaje, el **88 %** acepta pagos con tarjeta de crédito. El **47 %** acepta PayPal. El **28 %** acepta pagos con débito directo. El **2 %** acepta pagos con billetera digital.

El **31 %** utiliza un servicio de recaudación de fondos de pares y en línea.

El **62 %** participa en #GivingTuesday.

El **71 %** de las ONG de América del Norte envía regularmente actualizaciones por correo electrónico y llamamientos para recaudar fondos a los colaboradores y donantes. De este porcentaje, el **71 %** usa un servicio de marketing por correo electrónico. El **16 %** envía correos electrónicos por su CRM. El **3 %** envía correos electrónicos por BCC. El **6 %** envía correos electrónicos con otro método y el **4 %** no sabe.

El **7 %** envía mensajes de texto a donantes y colaboradores con habitualidad. De ese porcentaje, el **44 %** utiliza el servicio «text-to-give» para recaudar fondos a través del servicio de mensajes cortos (SMS).

El **97 %** de las ONG de América del Norte tiene una página de Facebook y el **28 %** tiene un grupo en Facebook. El

**85 %** tiene un perfil en Twitter. El **63 %** tiene una página en LinkedIn y el **16 %** tiene un grupo en LinkedIn. El **61 %** tiene un perfil de Instagram. Otras redes sociales utilizadas: **61 %** YouTube, **18 %** Pinterest, **17 %** Google+, **12 %** Vimeo, **10 %** Flickr, **4 %** Tumblr y **1 %** Reddit.

El **10 %** utiliza las aplicaciones de mensajería para comunicarse con los colaboradores y donantes. De este porcentaje, el **68 %** usa Facebook Messenger. De este porcentaje, el **32 %** usa WhatsApp. El **10 %** usa Snapchat. El **3 %** usa WeChat. El **2 %** usa LINE, Signal y Viber. El **1 %** usa Kik.

El **77 %** de las ONG de América del Norte usa Microsoft Windows como sistema operativo en sus computadoras de escritorio y portátiles. El **14 %** usa Apple iOS. El **5 %** usa Google Chrome OS. El **1 %** usa otro sistema operativo y el **3 %** no sabe.

El **49 %** usa Apple iOS como sistema operativo en sus teléfonos inteligentes y tabletas. El **20 %** usa Google Android. El **6 %** usa Windows Phone. El **3 %** usa otro sistema operativo y el **22 %** no sabe.

El **61 %** utiliza un software de gestión de relaciones con los clientes (CRM) para realizar un seguimiento de las donaciones y gestionar las comunicaciones con los colaboradores y donantes. De este porcentaje, el **65 %** utiliza un software de gestión de relaciones con los clientes (CRM) en la nube.

El **46 %** utiliza tecnología de encriptado para proteger los datos y las comunicaciones. De ese porcentaje, el **38 %** para proteger la información de los donantes. El **37 %** para proteger la información de la organización. El **26 %** para proteger la privacidad de las comunicaciones por correo electrónico. El **16 %** para proteger la privacidad de las comunicaciones móviles.



### SOBRE LAS ONG

El 60 % se definió como una ONG pequeña. El 31 % como mediana. El 9 % como grande. **Los 5 países principales:** Estados Unidos (79 %), Canadá (16 %), México (2 %), Costa Rica (1 %) y Guatemala (1 %). **Las 5 causas principales:** servicios humanos y sociales (13 %), niños y jóvenes (12 %), educación (12 %), salud y bienestar (11 %) y desarrollo de la comunidad (8 %). El 62 % se define como una organización sin fines de lucro. El 8 % como una ONG. El 8 % como una organización benéfica. El 6 % como una fundación. El 5 % como una organización religiosa.



## FICHA TÉCNICA

# Tecnología de ONG en América del Sur

## 160 ONG · 12 PAÍSES

**88 %** de las ONG de América del Sur tienen un sitio web. De este porcentaje, el **87 %** son compatibles con medios móviles.

El **78 %** emplea el dominio .ORG. El **5 %** usa el dominio .COM. El **4 %** usa códigos de país. El **2 %** usa el dominio .ONG. El **11 %** usa otros dominios.

El **57 %** usa WordPress como su Sistema de gestión de contenido para su sitio web. El **3 %** usa Drupal y Joomla. El **15 %** usa otro CMS y el **22 %** no sabe.

El **56 %** de las ONG de América del Sur acepta donaciones en línea en sus sitios web. De ese porcentaje, el **76 %** acepta pagos con tarjeta de crédito. El **49 %** acepta pagos con débito directo. El **35 %** acepta PayPal. El **4 %** acepta pagos con billetera digital. El **4 %** acepta Bitcoin.

El **28 %** utiliza un servicio de recaudación de fondos de pares y en línea.

El **41 %** participa en #GivingTuesday.

El **45 %** de las ONG de América del Sur envía regularmente actualizaciones por correo electrónico y llamamientos para recaudar fondos a los colaboradores y donantes. De este porcentaje, el **56 %** usa un servicio de marketing por correo electrónico. El **16 %** envía correos electrónicos por su CRM. El **13 %** envía correos electrónicos por BCC. El **11 %** envía correos electrónicos con otro método y el **4 %** no sabe.

El **13 %** envía mensajes de texto a donantes y colaboradores con habitualidad. De ese porcentaje, el **28 %** utiliza el servicio «text-to-give» para recaudar fondos a través del servicio de mensajes cortos (SMS).

El **98 %** de las ONG de América del Sur tiene una página de Facebook y el **34 %** tiene un grupo en Facebook. El **71 %** tiene un perfil en Twitter. El **55 %** tiene un perfil de Instagram. El **41 %** tiene una página en LinkedIn y el **5 %** tiene un grupo en LinkedIn. Otras redes sociales utilizadas: **72 %** YouTube, **22 %** Google+, **11 %** Flickr, **6 %** Pinterest y Vimeo, **3 %** Tumblr y **1 %** Reddit.

El **40 %** utiliza las aplicaciones de mensajería para comunicarse con los colaboradores y donantes. De este porcentaje, el **90 %** usa WhatsApp. El **56 %** usa Facebook Messenger. El **4 %** usa Signal y Snapchat. El **2 %** usa Viber y WeChat.

El **78 %** de las ONG de América del Sur usa Microsoft Windows como sistema operativo en sus computadoras de escritorio y portátiles. El **11 %** usa Google Chrome OS. El **4 %** usa Apple macOS y Linux OS. El **1 %** usa otro sistema operativo y el **2 %** no sabe.

El **78 %** usa Google Android como sistema operativo en sus teléfonos inteligentes y tabletas. El **8 %** usa Apple iOS. El **5 %** usa Windows Phone. El **9 %** no sabe.

El **28 %** utiliza un software de gestión de relaciones con los clientes (CRM) para realizar un seguimiento de las donaciones y gestionar las comunicaciones con los colaboradores y donantes. De este porcentaje, el **78 %** utiliza un software de gestión de relaciones con los clientes (CRM) en la nube.

El **31 %** utiliza tecnología de encriptado para proteger los datos y las comunicaciones. De esos, el **23 %** para proteger la información de la organización. El **19 %** para proteger la información de los donantes. El **11 %** para proteger la privacidad de las comunicaciones por correo electrónico. El **7 %** para proteger la privacidad de las comunicaciones móviles.



### SOBRE LAS ONG

El **56 %** se definió como una ONG pequeña. El **31 %** como mediana. El **13 %** como grande. **Los 5 países principales:** Brasil (44 %), Argentina (13 %), Colombia (11 %), Trinidad y Tobago (7 %) y Chile (6 %). **Las 5 causas principales:** niños y jóvenes (18 %), desarrollo de la comunidad (12 %), educación (12 %), derechos humanos y civiles (9 %) y el medioambiente (8 %). El **34 %** se define como una ONG. El **20 %** como una organización sin fines de lucro. El **19 %** como organización de la sociedad civil. El **12 %** como una fundación. El **6 %** como una asociación con membresía.

# Puntos de referencia para el éxito

## DE LA TECNOLOGÍA DE ONG

5.352 ONG · 164 PAÍSES · 6 CONTINENTES

¿Cuántos suscriptores y seguidores debería tener su ONG? Se les solicitó a los encuestados que ingresen la cantidad de suscriptores y seguidores que poseen en sus campañas de mensajes de texto y correo electrónico, y en redes sociales y medios móviles. Sus respuestas, promediadas por continente, les permiten a las ONG medir si superan o se encuentran por debajo del promedio en comparación con otras ONG ubicadas en su región del mundo.

	ÁFRICA	ASIA	AUSTRALIA Y OCEANÍA	EUROPA	AMÉRICA DEL NORTE	AMÉRICA DEL SUR
SUSCRIPTORES POR CORREO ELECTRÓNICO	5.298	10.460	13.625	<b>23.181</b>	21.839	9.725
SUSCRIPTORES POR SMS	6.265	<b>7.701</b>	4.762	7.472	2.305	2.128
SEGUIDORES EN FACEBOOK	8.404	<b>33.824</b>	14.079	27.204	26.766	13.360
SEGUIDORES EN TWITTER	5.630	9.703	3.021	9.077	<b>15.172</b>	5.593
SEGUIDORES EN INSTAGRAM	1.327	4.877	1.656	4.032	<b>7.862</b>	1.777
SEGUIDORES EN LINKEDIN	1.261	931	987	2.118	<b>2.676</b>	573
CONTACTOS EN WHATSAPP	1.300	<b>1.471</b>	N/A *	738	662	374

\* DATOS INSUFICIENTES



**Gracias** a las 5.352 ONG de todo el mundo que participaron en la Encuesta global sobre tecnología de ONG de 2017.

**Agradecemos su contribución.**

PATROCINADO POR PIR.ORG



INVESTIGACIÓN POR NPTECHFORGOOD.COM



DISEÑADO POR BUREAUFORGGOOD.COM

**BUREAU** for **GOOD**

REGISTRE LAS FECHAS

La Encuesta global sobre tendencias en donación de 2018 se publicará el 22 de abril de 2018.

La Encuesta global sobre tecnología de ONG de 2018 se publicará el 1 de agosto de 2018.

#NGOTECH18  
TECHREPORT.NGO