



# Working Together for a Better World

Ken Phillips, NGO Futures LLC  
author ~ strategist  
consultant ~ mentor  
www.NGOFutures.com  
for tools and guidance

*Through Strategy, Teamwork, and Leadership*

*I'll take you on a journey to new places*

## PLANIFICACION OPERACIONAL Y ESTRATEGICA PARA LA BUSQUEDA DE FINANCIAMIENTO HOJAS DEL TRABAJO DE LA PLANIFICACION

**Felicitaciones! Ustedes han sido seleccionados para participar en el taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento.**

### **Propósitos del Plan Estratégico y Operacional para la búsqueda de financiamiento**

- 1.- Entender a dónde quieres llegar y cómo llegar allí.
- 2.- Decidir las capacidades necesarias por la organización para lograr metas a largo plazo.
- 3.- Establecer la cantidad de dinero necesaria y cómo se podría reunirse este dinero.
- 4.- Establecer confianza con los grupos claves de interés que la organización puede y debería formar.

Muchas ONGs tienen un plan estratégico para sus actividades del programa. La planificación para la búsqueda de financiamiento es igualmente importante para:

- 🌐 Mejorar el desenvolvimiento en el mundo mercantil de la búsqueda de financiamiento.
- 🌐 Enfocar en los criterios formados en relación a la búsqueda de financiamiento y a los temas relacionados a la formación de las capacidades.
- 🌐 Conseguir que todos trabajen juntos.
- 🌐 Tomar control de los eventos.
- 🌐 Utilizar bien los recursos y reunir más dinero.

Las organizaciones que tienen un plan estratégico para la búsqueda de financiamiento tienen más probabilidades para alcanzar sus objetivos económicos o ingresos, es así que las organizaciones que no surgen desaparecen.

### **Tu Trabajo en el Taller**

- Ganarás información en el manejo, búsqueda de financiamiento y aumento de la capacidad de conocimiento.
- Aprenderás más acerca del pensamiento estratégico y la planificación estratégica.
- Desarrollarás un documento de un plan estratégico actual para tu organización.
- Adquirirás las herramientas básicas para que lo utilices y termines el plan cuando regreses a casa.

### **Tus Compromisos para el Taller y Seguimiento**

- Llegar a tiempo y permanecer en todo el programa.
- Completar el documento de la planificación para tu organización en el taller.
- Revisar la planificación y enviarlo al financiador o capacitador dentro de dos meses.
- Compartir los materiales y capacitar a otros en los que has aprendido.
- Trabajar para ser un pensador estratégico más efectivo, recaudador de fondos y administrador.

## El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento

### Instrucciones para Trabajar antes del Taller

- Por favor, completa las páginas 3 & 4 de estas hojas de trabajo antes del taller.
- Por favor, prepare una breve presentación de la situación actual de tu organización.
- Prepara una presentación de tu mejor búsqueda de financiamiento o esfuerzo que hayas realizado para obtener los fondos.

### Formulario de un Caso de Estudio para la Búsqueda de Financiamiento y Ejemplos (una página)

- 1.- Situación
- 2.- Problema
- 3.- Solución
- 4.- Lecciones
  - a) Estrategia
  - b) Pasos Importantes

### Planificación Estratégica de la Búsqueda de Financiamiento (3 - 5 años)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Visión                       | ¿Por qué se recauda fondos y se apoya al trabajo? |
| <input type="checkbox"/> Grupos Claves Interesados    | ¿A quiénes servimos?                              |
| <input type="checkbox"/> Misión                       | ¿Qué hacemos?                                     |
| <input type="checkbox"/> Posición Estratégica         | ¿Qué nos hace especial para los donantes?         |
| <input type="checkbox"/> Valores y Cultura            | ¿Cómo nos comportamos?                            |
| <input type="checkbox"/> Estimación de la Situación   | ¿Dónde estamos ahora?                             |
| <input type="checkbox"/> Problemas Críticos           | ¿Qué enfrentamos?                                 |
| <input type="checkbox"/> Metas Importantes            | ¿A dónde queremos llegar?                         |
| <input type="checkbox"/> Estrategias                  | ¿Cómo nos desplazaremos?                          |
| <input type="checkbox"/> Beneficios para los Donantes | ¿Por qué nos deberán apoyar?                      |

### Planificación Operacional de la búsqueda de financiamiento (para los próximos 12 meses)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Objetivos                  | Exactamente ¿En dónde queremos estar pronto?                             |
| <input type="checkbox"/> Actividades                | ¿Qué haremos día a día?  |
| <input type="checkbox"/> Responsabilidades          | ¿Quién lo hará?  |
| <input type="checkbox"/> Fechas Límite de Plazo     | ¿Cuándo se culmina la actividad?   |
| <input type="checkbox"/> Indicadores de Progreso    | Pasos para demostrar el progreso que se esta realizando                  |
| <input type="checkbox"/> Apoyo y Recursos           | Recursos necesarios y cómo serán proveídos                               |
| <input type="checkbox"/> Manejo                     | Monitoreo, ayuda, guía y corrección.                                     |
| <input type="checkbox"/> Rentas Proyectadas         | Ingreso de dinero, voluntarios y materiales.                             |
| <input type="checkbox"/> Esquema de la Organización | Responsabilidades para la búsqueda de financiamiento en la Organización. |
| <input type="checkbox"/> Los Sigüientes Pasos       | Los próximos pasos para mejorar e implementar la Planificación.          |

Estos materiales han sido preparados por la ONG FUTURE, el cual tiene también los derechos reservados. Como parte del taller y su seguimiento, pueden ser utilizados y adaptados dentro de tu organización. [www.NGOFutures.com](http://www.NGOFutures.com)

## El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento

### Planificación Estratégica y Operacional para la Búsqueda de Financiamiento

Por favor, escriba muy claramente. Sea conciso y escriba la información en el espacio que se observa.

Nombre de la organización	
Dirección	
Ciudad, código postal y país	
Teléfono	
Fax	
Correo Electrónico	

Su nombre	
Cargo	
Dirección	
Ciudad, código postal y país	
Teléfono	
Fax	
Correo Electrónico	

Describe los problemas principales que enfrenta tu ONG.

- 1.
- 2.
- 3.

Describe los problemas principales cuando se trabaja con otras ONGs.

- 1.
- 2.
- 3.

Describe sus actividades de búsqueda de financiamiento que realiza actualmente.

Fuentes Extranjeras \_\_ Fundaciones Nacionales \_\_ Corporación\_\_ Gobierno Nacional \_\_  
Gobierno de la Ciudad (Departamental) \_\_ Eventos \_\_ Correo Directo \_\_ TV\_\_  
Directiva \_\_ Miembros \_\_ Donantes Individuales \_\_ Pequeños Donantes Individuales \_\_  
Otros \_\_ (describe)

Describe la búsqueda de financiamiento más exitosa o acción realizada que haya conllevado a lograr financiamiento.

## El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento

Describe que deseas obtener de este taller.

- 1.
- 2.
- 3.

### 1.- Historia y Antecedentes

Año financiado	
Total de ingresos	Moneda Nacional _____
Año Fiscal: _____	Dólares US \$ _____
	US \$
Número de beneficiarios o participantes	
Número de donantes	
Número de miembros del personal pagado	
Número de miembros de la directiva	
Número de voluntarios	

Describe brevemente los servicios de la organización:

Miembros claves de la Directiva	Nombres y Apellidos	Profesión o cargo
Presidente (a)		
Vice-Presidente (a)		
Tesorero (a)		
Secretario (a)		

Personal Clave, voluntarios	Nombres y Apellidos	Título
Director Ejecutivo		
Programa		
Búsqueda de Financiamiento		
Finanzas		

## **El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento**

### **4.- Misión de la Organización**

Un buen informe de la misión describe, a quiénes servimos, qué necesitas reunir, y cómo ayudar dentro de un esquema diario (día por día). Ello refleja y contribuye a la visión organizacional. Es lo suficientemente amplia porque permite la flexibilidad aún cuando provee el enfoque. Es lo suficientemente clara y breve para recordar y servir como un punto de reunión. Recuerda responder:

\* ¿A quiénes servimos?   \* ¿Qué necesitas reunir?   \* ¿Cómo ayudar día a día?

**Nuestra misión es**

### **5.- Posicionamiento Estratégico (Valores Unicos Agregados)**

Los donantes te están pagando para que realices un servicio. Ellos pueden dar sus fondos a otras ONGs o gastarlos en otras actividades. Las ONGs están en competencia unas contra otras para buscar fondos y la competencia es severa. Es necesario apelar a los donantes con algo especial. ¿Cómo agregar más valor a la aportación brindada por un donante que otra ONG podría hacer? ¿Porqué un donante podría darte su dinero? ¿Cómo expresas esto en pocas palabras?

**Nuestro Posicionamiento Estratégico es:**

### **6.- El Núcleo de los Valores y la Cultura Organizacional**

El núcleo de los valores esta conformado por las creencias, normas e ideas que se adecuan a cómo una organización lleva a cabo su misión. Estos valores influyen en las actividades dentro de las organizaciones e identifican cómo quieres tratar al personal, voluntarios, donantes, participantes y otros.

**Nuestros núcleo de valores son:**

- 
- 
- 
- 
- 
- 

La cultura es la atracción que reúne a la gente y les da una forma similar de comportamiento. La cultura organizacional unifica los valores y a los grupos claves interesados. La cultura de la búsqueda de financiamiento unifica a todos en la importancia de la recaudación de fondos. Las organizaciones sin una fuerte cultura de búsqueda de financiamiento no crecerá. Una buena cultura de búsqueda de financiamiento es saber y exceder las expectativas de sus donantes.

\* ¿Qué valores existen actualmente en relación a la búsqueda de financiamiento?

\* ¿Cómo podrían cambiarse?

## El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento

La cultura organizacional que necesitamos para la búsqueda de financiamiento es:

### 2.- La Visión

¿Cuál es el mundo ideal que ves para aquellos a quienes sirves? La visión de la organización es una descripción de la última perfección de lo que podría ser el sueño de la organización, una utopía.

**Nuestra visión es un mundo en el cual**

### 3.- Grupos Claves Interesados

Los grupos claves interesados son aquellas personas o grupos quienes son importantes para lograr nuestras metas. ¡Las organizaciones que no satisfacen las necesidades de los grupos claves interesados están fuera del negocio pronto!

\* ¿Quiénes son todos los grupos claves interesados?

\* ¿Cómo influyen en ti?

\* ¿Qué consigues de ellos?

\* ¿Por qué apoyan la visión antes mencionada?

\* ¿Qué piden ellos de ti?

\* ¿Cómo están satisfechos?

¿Quién?	¿Qué conseguimos?	¿Cómo los satisfacemos?
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		

## El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento

8.		
9.		
10.		
11.		
12.		
14.		
15.		
16.		
17.		
18.		
19.		

### 7.- Situación de la evaluación para la Búsqueda de Financiamiento

La evaluación de la situación es un análisis honesto y pensado de la situación en la cual trabajas.

- ¿Cómo ves la situación?
- ¿Cuáles son las tendencias más importantes?
- ¿Qué haces mejor? ¿Qué haces peor?
- ¿Qué esta bien? ¿Qué no está bien? ¡Sea sincero!
- ¿Política, economía, cultura, tecnología?
- ¿Qué está haciendo tu competencia?

**El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento**

<p>Principales fortalezas internas para la búsqueda de financiamiento</p> <p>+</p>	<p>Principales debilidades internas para la búsqueda de financiamiento</p> <p>-</p>
<p>Oportunidades claves del exterior para la búsqueda de financiamiento</p> <p>+</p> <p>+</p> <p>+</p> <p>+</p> <p>+</p> <p>+</p> <p>+</p> <p>+</p>	<p>Amenazas claves del exterior para la búsqueda de financiamiento</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p>

## **El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento**

### **8.- Problemas Críticos**

Los problemas críticos son los 3 a 5 más grandes asuntos que tienes que resolver. La identificación de los problemas críticos fluyen directamente del análisis de tu organización, la situación y los grupos interesados. Sin la identificación y solución de estos problemas, tu búsqueda de financiamiento probablemente no tendrá éxito.

- Los problemas críticos son los asuntos principales para los próximos años.
- Son los problemas que deben estar dirigidos para sobrevivir y ejecutarlos bien.
- Son los problemas que pueden influenciar.
- Habrían serios problemas si fracasas en dirigirlos.
- ¡Por cada amenaza hay una oportunidad! Por cada debilidad hay una solución!
- Cada asunto crítico se escribe en algunas palabras, no en una frase entera.

#### **Nuestros problemas críticos son:**

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

### **9 - Metas claves-**

Las metas claves establecen en dónde quieres estar. Las metas son lo más importante que puedes tener para la búsqueda de financiamiento para los próximos años. Las metas claves son:

- Respuestas directas a los problemas críticos.
- Respuestas a las expectativas de los grupos claves de interés.
- Realistas pero significantes (un cambio verdadero).
- Destinos generales en su misión.
- Lo que debes hacer para tener éxito.
- Declaraciones solamente de “qué” (no “cómo” o “por qué”).

Una meta se escribe como una acción culminada con un único resultado y un único enfoque para cada uno.

#### **Nuestras metas claves son:**

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

## El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento

### 10 - Estrategias claves para la búsqueda de financiamiento

Una declaración estratégica es una explicación clara y lógica de cómo progresarás (que camino, que medios). La estrategia es el mapa de ruta para lograr tus metas, diseñado para adecuarse a la situación especial de la organización y a sus grupos claves de interés. Para identificar las estrategias de la búsqueda de financiamiento se necesita originalidad y perspicacia. Las tres estrategias comerciales tradicionales son originalidad, mejor servicio y precios más bajos. La estrategia es la base para la toma de decisiones, el establecimiento de objetivos y prioridades, y la asignación de recursos.

Ejemplos de estrategias para las organizaciones:

- Hacer lo que hacemos en una manera única y eficiente para lograr resultados superiores a los normales.
- Ser el mejor en una categoría particular y dominar este mercado.
- Desarrollar nuestra imagen nacional (cómo queremos ser vistos) en formas innovadoras.
- Diversificar nuestras fuentes de ingresos.
- Aumentar nuestra capacidad en la búsqueda de financiamiento.
- Cobrar honorarios por servicios y manejo de financiamiento.
- Hacer que las ganancias se obtengan para utilizarlos en subsidios.
- Capacitar e invertir adecuados recursos para la búsqueda de financiamiento.
- Integrar estrategias de comunicaciones para la educación, promoción y la búsqueda de financiamiento

### Estrategia

Estrategia clave	
Valor único agregado	
Estrategia de apoyo	
Imagen deseada	
Lema	
Fuentes prioritarias para la búsqueda de financiamiento	1. 2. 3. 4.
Prioridades públicas para la información, educación y cabildeo (ejercicio de presión)	1. 2. 3. 4.
Mensaje clave al gobierno	

## El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento

Mensaje clave a las corporaciones	
Mensaje clave a los individuos	

### 11.- Beneficios a los Grupos Donantes

Una definición clara de los beneficios importantes que quieres otorgar a los grupos de donantes claves, posibilitará verificar que los beneficios son importantes para los donantes y asegurará además que estás dándole a ellos. Sea tan específico como sea posible.

Grupo clave	Beneficio 1	Beneficio 2	Beneficio 3
Fuentes internacionales			
Individuos (donaciones grandes)			
Individuos (donaciones pequeñas)			
Miembros			
Comunidad			
Gobierno local			
Gobierno nacional			
Fundaciones			
Corporaciones			
Organizaciones			
Centros de religión			

## El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento

Participantes			
Otros			

### 12 - Objetivos por las próximas 6-12 meses

Los objetivos establecen exactamente lo que quieres lograr. La identificación de los objetivos para la búsqueda de financiamiento te hace determinar las medidas prioritarias para conducirte a la dirección de tus metas claves para la búsqueda de financiamiento.

#### *Declaración del Objetivo y los Medios para Lograrlo*

- *Una declaración clara de un resultado o una realización/logro.*
- *Fluye directamente de las metas claves y estrategias.*
- *Desafiante, difícil y posible.*
- *Medible y específico.*
  - ❖ *Indica las actividades específicas y los recursos que necesitas para tener éxito.*
  - ❖ *Indica los individuos responsables específicos por cada actividad.*
  - ❖ *Indica las fechas para la culminación de cada actividad.*

#### *Claves de la Planificación Operacional*

- *Objetivos medibles para 12 meses tanto para los ingresos claves como otros logros.*
- *Progreso significativo hacia las metas.*
  - ❖ *Actividades necesarias para lograr cada objetivo.*
  - ❖ *Individuos responsables para lograr cada objetivo.*
  - ❖ *Fecha de culminación por cada objetivo, y posiblemente para cada actividad.*
  - ❖ *Recursos requeridos.*
  - ❖ *Indicadores críticos de éxito para asegurar el progreso satisfactorio.*

#### *¿Cómo se Informaron los Progresos y Problemas?*

- *Los objetivos son específicos y medibles a fin de que los resultados puedan ser medidos fácilmente.*
- *Las responsabilidades son asignadas a los individuos para que la contabilidad sea clara.*
- *Los indicadores de progreso posibilitan el monitoreo de progreso de la persona responsable & supervisor.*
- *Las reuniones regulares se efectúan entre el responsable y el supervisor para que el progreso pueda ser evaluado y se realicen los cambios necesarios previamente identificados.*

#### *Indicadores de Progreso*

- *Puntos de progreso hacia el objetivo, una cuenta mensual y un informe.*
- *Ejemplos: número de propuestas presentadas, donantes puestos en contacto, voluntarios contratados, donantes que financian otra vez, informes o reconocimientos pagaderos o hechos*

## **El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento**

### ***Resumen de los Objetivos***

*Normalmente un buen plan estratégico incluye un resumen de los objetivos. Generalmente sería de 5 a 10 objetivos para la búsqueda de financiamiento cuando se trata de una organización de proporción pequeña a mediana.*

- *Uno a cuatro objetivos de las diferentes actividades principales para la búsqueda de financiamiento*
- *Un objetivo para conocimiento, relaciones públicas, o actividades de promoción.*
- *Uno a dos objetivos para las actividades que aumentan la capacidad de conocimiento en relación a la búsqueda de financiamiento*
- *Uno o dos objetivos diferentes relacionados con la búsqueda de financiamiento o el aumento de la capacidad de conocimiento en relación al tema en mención.*
- *Un objetivo para el incremento de la red y asociaciones*

### ***Plan detallado de funcionamiento***

- *El plan detallado de funcionamiento normalmente abarca un año fiscal. Si es tu primer plan de operación para la búsqueda de financiamiento, puedes usar el plan que abarca de 3 a 6 meses.*
- *Para lograr que los objetivos se realicen se debe realizar un plan final, el cual debe ser escrito y conducido por la gente que lo va a llevar a cabo y debe ser apoyado por el supervisor.*

**El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento**

**Objetivo 1: Recaudar** \_\_\_\_\_ **de** \_\_\_\_\_ **por** \_\_\_\_\_.  
(monto de dinero) (fuente) (fecha)

Actividades para lograr este objetivo Persona responsable Fecha de culminación

- a)
- b)
- c)
- d)
- e)
- f)
- g)

Indicadores de Progreso (para saber que progresos realizas)

- 1)
- 2)

Apoyo y Recursos Necesarios

- 1)
- 2)
- 3)

Razones por la cual no tendría éxito

¿Qué hacer en relación a ello?

- 1)
- 2)

Responsabilidad de la Supervisión en General y Proceso para Informar

- 1)
- 2)

**El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento**

**Objetivo 2: Recaudar** \_\_\_\_\_ **de** \_\_\_\_\_ **por** \_\_\_\_\_.  
(monto de dinero) (fuente) (fecha)

Actividades para lograr este objetivo Persona responsable Fecha de culminación

- a)
- b)
- c)
- d)
- e)
- f)
- g)

Indicadores de Progreso (para saber que progresos realizas)

- 1)
- 2)

Apoyo y Recursos Necesarios

- 1)
- 2)
- 3)

Razones por la cual no tendría éxito

¿Qué hacer en relación a ello?

- 1)
- 2)

Responsabilidad de la Supervisión en General y Proceso para Informar

- 1)
- 2)

**El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento**

**Objetivo 3: Recaudar** \_\_\_\_\_ **de** \_\_\_\_\_ **por** \_\_\_\_\_.  
(monto de dinero) (fuente) (fecha)

Actividades para lograr este objetivo Persona responsable Fecha de culminación

- a)
- b)
- c)
- d)
- e)
- f)
- g)

Indicadores de Progreso (para saber que progresos realizas)

- 1)
- 2)

Apoyo y Recursos Necesarios

- 1)
- 2)
- 3)

Razones por la cual no tendría éxito

¿Qué hacer en relación a ello?

- 1)
- 2)

Responsabilidad de la Supervisión en General y Proceso para Relatar

- 1)
- 2)

**El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento**

**Objetivo 4: Recaudar** \_\_\_\_\_ **de** \_\_\_\_\_ **por** \_\_\_\_\_.  
(monto de dinero) (fuente) (fecha)

Actividades para lograr este objetivo Persona responsable Fecha de culminación

- a)
- b)
- c)
- d)
- e)
- f)
- g)

Indicadores de Progreso (para saber que progresos realizas)

- 1)
- 2)

Apoyo y Recursos Necesarios

- 1)
- 2)
- 3)

Razones por la cual no tendría éxito

¿Qué hacer en relación a ello?

- 1)
- 2)

Responsabilidad de la Supervisión en General y Proceso para Relatar

- 1)
- 2)

**El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento**

**Objetivo 5: Recaudar \_\_\_\_\_ por medio de un evento para la búsqueda de financiamiento \_\_\_\_\_.**

**Describe el evento (qué, cuándo, dónde, quién, cuánto cada uno)**

Actividades para lograr este objetivo Persona responsable Fecha de culminación

- a)
- b)
- c)
- d)
- e)
- f)
- g)

Indicadores de Progreso (para saber que progresos realizas)

- 1)
- 2)

Apoyo y Recursos Necesarios

- 1)
- 2)
- 3)

Razones por la cual no tendría éxito

¿Qué hacer en relación a ello?

- 1)
- 2)

Responsabilidad de la Supervisión en General y Proceso para Informar

- 1)
- 2)

**El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento**

**Objetivo 6: Aumentar conocimiento por \_\_\_% entre \_\_\_\_\_ antes de \_\_\_\_\_**  
**(u otro objetivo medido) (público de prioridad) (fecha)**

Actividades para lograr este objetivo Persona responsable Fecha de culminación

- a)
- b)
- c)
- d)
- e)
- f)
- g)

Indicadores de Progreso (para saber que progresos realizas)

- 1)
- 2)

Apoyo y Recursos Necesarios

- 1)
- 2)
- 3)

Razones por la cual no tendría éxito

¿Qué hacer en relación a ello?

- 1)
- 2)

Responsabilidad de la Supervisión en General y Proceso para Informar

- 1)
- 2)

**El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento**

**Objetivo 7:** \_\_\_\_\_ **antes de** \_\_\_\_\_ **(fecha)**  
**para aumentar la capacidad de la organización para apoyar la búsqueda de financiamiento.**

Actividades para lograr este objetivo Persona responsable Fecha de culminación

- a)
- b)
- c)
- d)
- e)
- f)
- g)

Indicadores de Progreso (para saber que progresos realizas)

- 1)
- 2)

Apoyo y Recursos Necesarios

- 1)
- 2)
- 3)

Razones por la cual no tendría éxito

¿Qué hacer en relación a ello?

- 1)
- 2)

Responsabilidad de la Supervisión en General y Proceso para Informar

- 1)
- 2)

## El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento

**Objetivo 8:** \_\_\_\_\_ antes de \_\_\_\_\_ (fecha)  
**para aumentar la capacidad de la organización para apoyar la búsqueda de financiamiento**

Actividades para lograr este objetivo Persona responsable Fecha de culminación

- a)
- b)
- c)
- d)
- e)
- f)
- g)

Indicadores de Progreso (para saber que progresos realizas)

- 1)
- 2)

Apoyo y Recursos Necesarios

- 1)
- 2)
- 3)

Razones por la cual no tendría éxito

¿Qué hacer en relación a ello?

- 1)
- 2)

Responsabilidad de la Supervisión en General y Proceso para Informar

- 1)
- 2)

**El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento**

**Objetivo 9:** \_\_\_\_\_ antes de \_\_\_\_\_ (fecha) para mejorar nuestra capacidad para encontrar asociaciones y socios, y para ejercer presiones con otras organizaciones.

Actividades para lograr este objetivo Persona responsable Fecha de culminación

- a)
- b)
- c)
- d)
- e)
- f)
- g)

Indicadores de Progreso (para saber que progresos realizas)

- 1)
- 2)

Apoyo y Recursos Necesarios

- 1)
- 2)
- 3)

Razones por la cual no tendría éxito

¿Qué hacer en relación a ello?

- 1)
- 2)

Responsabilidad de la Supervisión en General y Proceso para Informar

- 1)
- 2)

## El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento

### 13. Fuentes de ingresos proyectados

Los objetivos específicos juntos deben crear las Fuentes de Ingresos Proyectados.

- Anota los años para este plan.
- Anota el ingreso del año pasado recibido por todas las fuentes pertinentes.
- Anota el ingreso esperado por el año en curso basado en los objetivos que has establecido.
- Establezca aumentos difíciles pero realistas según las tendencias básicas o mejores conjeturas para los próximos años.

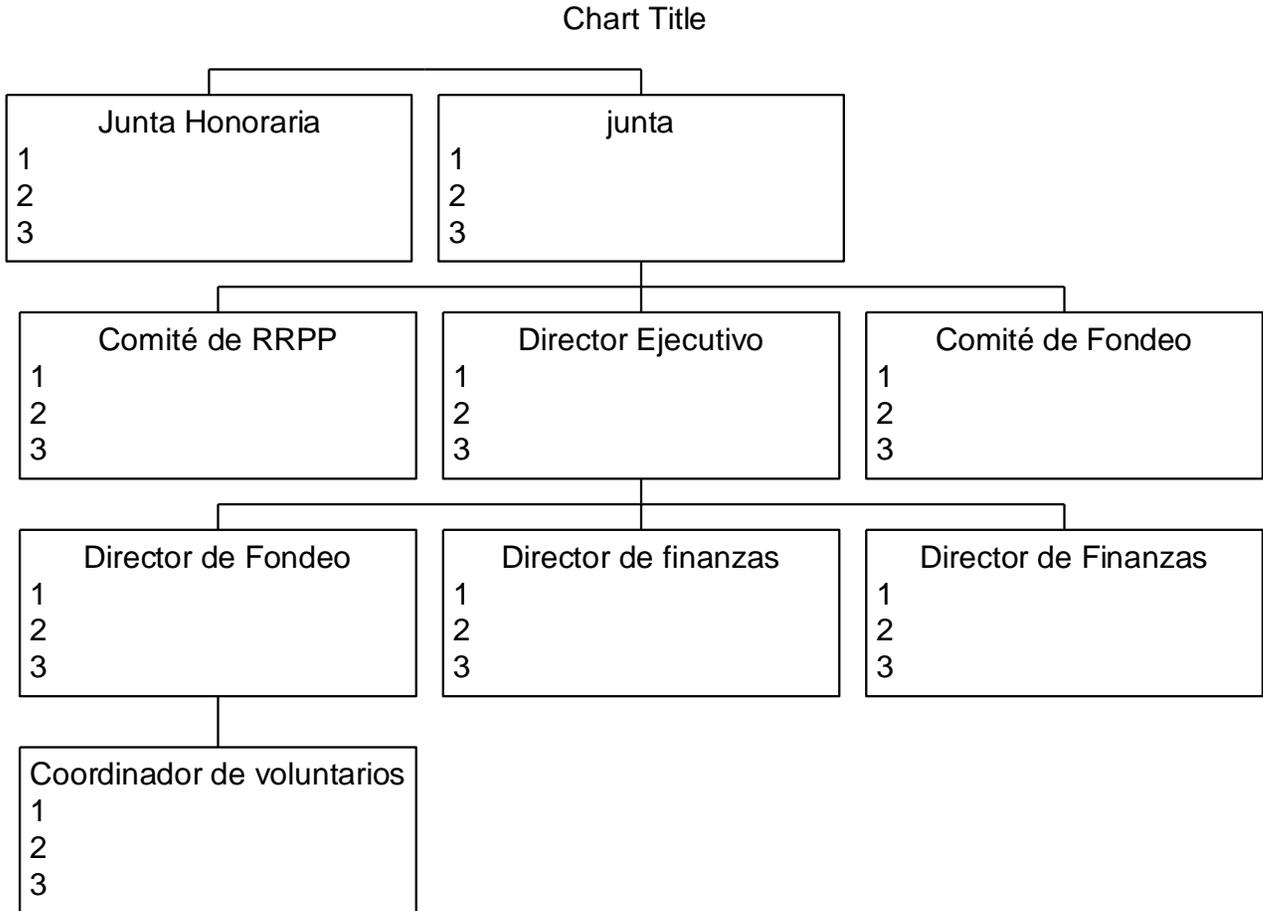
Año fiscal Anota el año aquí →	Ingreso del Año Pasado	Objetivos del Año en Curso	Objetivos para el Próximo Año	Objetivos para el Siguiete Año
Fuentes Internacionales				
Individuos (donaciones grandes)				
Individuos (donaciones pequeñas)				
Miembros				
Gobierno Local				
Gobierno Nacional				
Fundaciones				
Corporaciones				
Organizaciones				
Centros de Religión				
Participantes				
Eventos (costos directos totales)				
Otras Contribuciones				
Gastos de Servicios				
Interés y Dividendos				
Actividades que Generan Ingresos	(costos totales de operación)			
Otros Ingresos Ganados				
<b>Ingreso total</b>				

## El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento

Moneda: \_\_\_\_\_ en miles \_\_\_\_ o millones \_\_\_\_ (seleccione uno).

### 14.- Responsabilidades de la búsqueda de Financiamiento de la Organización

*Las responsabilidades de recaudación de fondos deben ser repartidas en toda la organización. Cada posición importante debe tener responsabilidades claras de recaudación de fondos. Adapta la tabla según el caso.*



### 15.- Los próximos pasos para poner el plan en práctica

¿Qué se necesita para adelantar el proceso de la búsqueda de financiamiento?

- Utilizar los resultados del taller con tu junta directiva, personal y voluntarios
- Involucrar los otros y completar el plan operacional y estrategia para la búsqueda de financiamiento
- Realizar los planes e informar regularmente
- Administrar el proceso de búsqueda de financiamiento en una base regular.

<u>¿Quién?</u>	<u>¿Qué?</u>	<u>¿Para cuándo?</u>
1) Cada participante	Revisar la estrategia y plan operacional.	_____
2) Cada participante	Enviar el plan final a _____	_____
3) Cada participante	Comparte materiales con colegas.	En marcha
4) _____	Comentarios y certificado a la gente	_____

## **Ayuda de Ken Phillips para su planificación e implementación de recaudación de fondos**

### **Resultados esperados del taller**

Aprender sobre la búsqueda de financiamiento, manejo y formación de capacidades.  
Un borrador de los planes estratégicos y operacionales por cada organización.  
Instrumentos para usar durante la planificación, búsqueda de financiamiento y capacitación.  
Informe del taller que refleje tu aprendizaje.

### **Compromisos para hacer el seguimiento**

Compromisos del participante.  
Trabaja y aprende en el taller.  
Utiliza la capacitación para hacer progresos significantes en tu ONG.  
Termina el borrador de los planes de tu ONG en el taller.  
Termina el borrador de los planes para una red nacional.  
Comparte la capacitación con otros.  
Termina y envía los planes finales dentro de 2 meses.  
Brinda informes ocasionales del progreso.

### **Instrumentos y Recursos para tener éxito.**

Hoja de trabajo del plan estratégico.  
Información y materiales del entrenador/facilitador.  
Práctica y disciplina en la planificación y comunicación.  
Instrumentos desarrollados mediante el trabajo y conocimiento de los participantes.  
Ejemplos y modelos de la búsqueda exitosa de financiamiento.  
Intercambio de experiencias y información con otros.  
Copias de los planes de cada una de las personas.  
Consulta por correo electrónico y teléfono (opcional).  
Reunión en 6 meses para evaluar, capacitar y planificar (opcional).

**La búsqueda de financiamiento genera una circulación confiable de ingresos (dinero, voluntarios y materiales) para posibilitar que una ONG realice su misión este año y en el futuro mediante la identificación y cumplimiento de las necesidades y expectativas de los donantes.**

NO se está...

...mendigando por dinero

...aceptando dinero sin dar nada a cambio

Los tres sectores de la sociedad civil

Las tres funciones imprescindibles - trabajan mejor juntos.

Gobierno

Comercio

Organizaciones

## **El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento**

### **La función de las ONGs**

- Promover una causa social que vale la pena.
- Proveer servicios de salud, educación, bienestar u otras causas.
- Apoyar a la sociedad, comercios y gobierno para esta causa.
- Capacitar a la gente respecto a esta causa.
- Utilizar contribuciones voluntarias y el tiempo de los voluntarios.
- Mantener su independencia y su voz independiente.

### **Medidas del éxito de la ONG**

- |              |              |   |
|--------------|--------------|---|
| Valor        | →Importancia | ¿Qué importante es para la sociedad?          |
| Efectividad  | →Calidad     | ¿Cuán duradero es el resultado o impacto?     |
| Eficiencia   | →Costo       | ¿Cuántos recursos internos son consumidos?    |
| Contabilidad | →Servicio    | ¿Cuánta información se otorga a los donantes? |

### **¿Qué esperan los donantes de las ONGs?**

- Los donantes pagan a las ONGs para que ayuden a otros.
- Sienten que son accionistas en las ONGs que apoyan.
- Sus expectativas son grandes.
- Reúnan una necesidad importante.
- Integridad y transparencia.
- Efectividad y éxito del programa.
- Eficiencia operacional.
- Servicio excelente e informes que detallen el uso de su dinero.
- Los donantes quieren conseguir los mejores valores que puedan obtener de sus contribuciones.
- Los donantes desean que las ONGs entreguen más valores y reciban más financiamiento.

### **Las necesidades del donante**

- Objetivos
- Estrategias
- Expectativas
- Emociones
- Preferencias

### **Saber y conocer las expectativas de los donantes.**

- Llegar a conocer mejor a los donantes.
- Todo el personal busca financiamiento y se reúne con los donantes.
- Los ejecutivos y miembros de la directiva buscan financiamiento.
- Asegurar que los programas parezcan atractivos para el financiamiento.
- Utilizar el idioma de los donantes.
- Informes excelentes y puntuales.
- Servicio responsable a los donantes de parte de todos.

### **Motivaciones Para Donar.**

- Mi responsabilidad cívica es ayudar a la sociedad.
- Mi obligación moral esta basada en las creencias religiosas.
- Mi responsabilidad personal es mi familia y comunidad.
- Mi inversión está dirigida hacia un futuro mejor.
- Mandatos específicos para la búsqueda de financiamiento.

## **El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento**

Razones políticas para donar.

Mi deuda con la sociedad esta dirigida hacia una vida buena.

Me hace sentir bien.

### **Típicas Barreras Externas al Crecimiento.**

Recesión, malestar económico, preocupaciones del futuro.

Crecimiento de un economía privada, reducciones del gobierno.

Riqueza concentrada en las manos de unos pocos.

Falta la cultura para hacer donaciones y leyes para ayudar a las ONGs.

Competencia difícil entre las ONGs.

Estas barreras son externas a tu ONG.

### **Barreras Verdaderas para la Búsqueda Exitosa de Financiamiento.**

No lograr el interés o demostrar que es una causa a la que se debe apoyar.

No responder a tus donantes.

Ejecutivos y consejos directivos no involucrados.

Tener esperanzas del éxito (sin tener una planificación para que se haga realidad).

No ver que puede llevarse a cabo (paciencia – ya que toma de 3-5 años).

Conflictos internos.

Tener miedo de preguntar.

Falta de una cultura para buscar financiamiento (el primer asunto).

Puedes substituir estas barreras por oportunidades.

### **¿Son limitados los recursos?**

Los recursos NO son limitados.

La gente tiene tiempo y experiencia (pericia) para dar.

La gente tiene dinero para dar.

La gente tiene recursos (materiales) para dar.

### **La experiencia y la buena voluntad de las ONGs son limitadas.**

Las ONGs necesitan saber como preguntar.

Las ONGs necesitan saber a quién preguntar.

Las ONGs necesitan tener buena voluntad para preguntar.

### **La Búsqueda de Financiamiento Es .....**

80% ciencia médica con principios y criterios universales.

20% adaptación a las condiciones locales.

### **Reglas para la Búsqueda de Financiamiento I**

1. Desarrollar relaciones amistosas con sus donantes.
2. Satisfacer las necesidades y expectativas de tus donantes.
3. Resolver los problemas de los donantes, no los tuyos.
4. Aprender a querer la palabra “No” y ser persistente con los donantes.
5. Expresar reconocimiento regular a los donantes y voluntarios.
6. Retomar contacto con los donantes actuales nuevamente y hacerlo tan pronto como lo pienses.

## **El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento**

### **Reglas para la Búsqueda de Financiamiento II**

7. Determinar y promover tu provecho competitivo.
8. Trabajar todo el tiempo para aumentar la capacidad organizacional.
9. Eliminar barreras internas para la búsqueda de financiamiento.
10. Competir a través de la innovación, trabajo fuerte y resultados.
11. Utilizar programas, relaciones públicas y educación para buscar financiamiento.
12. Apoyar el desarrollo de la cultura nacional de donante.

### **Buscadores de financiamiento....**

Conozcan a sus donantes.

- Ame la palabra “No”

Entiendan que la búsqueda de financiamiento no es sólo dinero -Se relaciona a las amistades

No exija dinero (eso es un robo).

-Siempre dan algo a cambio

### **Preguntas Claves para la Búsqueda de Financiamiento**

- ¿Cuánto esfuerzo deberías hacer para buscar financiamiento?
- ¿Qué criterios y políticas deberías seguir?
- ¿Qué estrategias deberías usar?
- ¿A qué fuentes de financiamiento tienes acceso?
- ¿Qué apoyo necesitas?
- ¿Cómo puedes asegurar que funciona bien?

### **Diez Pasos para alcanzar el Éxito.**

- 1.- Saber a dónde quieres ir.
- 2.- Saber quién es importante y qué quieren.
- 3.- Analizar y entender la situación.
- 4.- Planificar como llegar a tus objetivos.
- 5.- Determinar pasos, responsabilidades y fechas de culminación específicas.
- 6.- Formar un actitud de confianza para decir que “puedes hacerlo”.
- 7.- Dar a otros la libertad para llevar a cabo sus responsabilidades.
- 8.- Monitorear o comprobar el progreso e indicadores de progreso.
- 9.- Adaptar a las barreras imprevistas.
- 10.- Ser persistente, paciente y nunca aceptar un “no” como respuesta.

### **“Organización total para la Búsqueda de Financiamiento”**

**1.- Cultura**

**2.- Planificación**

**3.- Capacitación**

**4.- Puesta en Práctica (Implementación)**

**5.- Gerencia**

**¿Cómo Crear una “Organización Total para la Búsqueda de Financiamiento@?”**

**“La Organización Total para la Búsqueda de Financiamiento©”** es logrado a través del liderazgo, manejo (dirección), gerencia y apoyo externo.

Crear una cultura de búsqueda de financiamiento amplia en la organización.



## **El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento**

Sueldo para servicios.  
Patrocinios y donaciones corporativas.  
Eventos.  
Organizaciones.  
Individuales.

### **Imagen Nacional como Estrategia (¿Cómo nos gustaría que nos vean?)**

Nombre.  
Misión.  
Identidad única.  
Beneficios para los donantes.  
Lemas.

### **Planificación Operacional para la Búsqueda de Financiamiento (Próximos 12 meses).**

Objetivos.	Exactamente ¿dónde queremos estar?
Actividades.	¿Qué haremos cada día?
Responsabilidades.	¿Quién lo hace?
Fechas para culminación.	¿Cuándo se culminarán las actividades?
Indicadores de progreso.	Pasos para demostrar el progreso.
Apoyo y recursos.	Recursos necesarios.
Gerencia.	Comprobación (Monitoreo), ayuda y correcciones.
Ingresos proyectados.	Dinero, voluntarios y recursos.
Esquema de la organización.	Responsabilidades para buscar financiamiento.
Próximos pasos.	Acciones para mejorar y poner en práctica.

### **Manejo por cada objetivo**

Fija el objetivo con los responsables.  
Determina las actividades para llegar al objetivo.  
Establece responsabilidades y fechas de culminación.  
Desarrolla indicadores de progreso.  
Determina el costo en tiempo y dinero.  
Revisa el plan.  
Resalta el nivel de los resultados.  
Reduce los costos.  
Comunica, comprueba (monitorea) y realiza los ajustes.

### **¿Qué tan específicos son los objetivos?**

Objetivo.  
Actividades.  
Fecha para llevarse a cabo.  
Personas responsables.  
Encontrar indicadores de progreso.  
Informar el progreso.  
Resultado.

## El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento

### Subir a la Montaña

Meta	:	Llegar a la cumbre de la montaña.
Estrategia	:	Subir caminando.
Objetivo	:	Subir 20% cada día.
Actividades	:	Obtener patrocinadores financieros. Seleccionar el grupo y obtener el equipo. Capacitar excursionistas. Identificar los caminos y 6 campamentos.
Comprobación:		¿Cómo lo estamos haciendo? ¿Qué distancia avanzamos hasta hoy? ¿Cuáles son los problemas? ¿Tormenta de nieve?
Controla	:	Cambia el camino, busca un guía local.

### Gerencia Total de Calidad

¿Quién es tu cliente?	La persona que recibe o usa tu trabajo.
¿Cómo determinas la calidad?	Tu cliente determina la calidad.
¿Cómo coordinas tu trabajo?	Haces, comunicas y sigues planes
¿Cómo sabes si estás progresando?	Fijas indicadores de progreso críticos con anticipación

### Indicadores de progreso.

Puntos críticos de éxito a lo largo del camino.

*Corporativo*                      Compañías visitadas, compañías inscritas cada semana.

*Medios publicitarios*      Artículos, programas de entrevista en la televisión y avisos en las noticias cada semana.

*Eventos*                              Boletos vendidos cada día, fondos de los patrocinadores.

*Voluntarios*                      Número de contratados, horas trabajadas cada semana.

### Los Beneficios de los Planes Detallados de Marketing.

Te comunicas.

Informas, conversas y buscas sugerencias.

Te conectas con otros planes.

Confirmas fechas, coordinas y distribuyes resultados.

Encuentras la dirección.

Propones, decides y confirmas.

Mantienes en reserva los detalles a tu consejo directivo/jefe.

Creas una sistema para la gerencia.

Das confianza a otros.

Posibilitas la comprobación (monitoreo) para identificar los cambios necesarios.

### Liderazgo

Mostrar visión.

Buscar compromisos.

Delegar.

Comunicar.

Fomentar cambios.

Apoyar a otros.

Potencial de liderazgo.

## **El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento**

### **Las claves entre las capacidades de liderazgo son las habilidades para:**

Desarrollar conciencia.  
Aumentar confianza en sí mismo.  
Tomar una vista liberal y sistemática.  
Pensar con originalidad y creativamente.  
Aprender de las experiencias.  
Centrar el Liderazgo Creativo.

### **El cambio**

Se da el cambio ya sea que nos guste o no. La única elección que tenemos es adecuarnos activamente o tolerar pasivamente los cambios. Si elegimos ser pasivos a los cambios, el futuro nos castigará.

Alex Krauer, Presidente, Novartis

### **¿Qué motiva?**

Lo que motiva a los trabajadores - especialmente trabajadores del “saber / conocimiento” - es lo que motiva a los voluntarios.

Más satisfacción de su trabajo.

Desafío.

Entiende y cree en la misión de la organización.

Capacitación continua.

Ve resultados buenos.

Peter Drucker, Forbes, Octubre 1998

### **Actitudes Para la Promoción**

Pensamiento positivo.

Confianza.

Compartir.

Cambios.

Poder hacer.

### **Proverbios**

 Cuando se cierra una puerta, se abren cien. Proverbio español.

 Cuando ve una serpiente de cascabel a punto de golpear, golpea primero. Proverbio del norteamericano nativo.

 Debes hacer la cosa que piensas que no puedes hacer. Eleanor Roosevelt.

 El optimismo es un tónico, el pesimismo es un veneno. B. C. Forbes.

### **Ninguna Idea Nace Perfecta.**

Dale una oportunidad de crecer.

Agrega un componente nuevo a una idea.

Combina las ideas para formar una idea más fuerte.

Crea una cultura que mate a los “asesinos de las ideas”.

## **El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento**

### **Los asesinos de ideas dicen:**

“No funcionará”

“Ya tratamos eso antes”

“Si, pero...”

### **Más aportaciones de Peter Drucker**

Elige el futuro, no persigas al pasado.

Deja de hacer tareas improductivas.

Enfócate en las oportunidades, en vez de los problemas.

Aspira a lograr cosas mayores en vez de actuar con precaución, seguridad o facilidad.

### **Dirige Reuniones Para Obtener Resultados**

Utiliza bien el tiempo y mantén el ímpetu de la reunión.

Empieza a tiempo, termina a tiempo y no te desvíes de la agenda.

Enfócate en los resultados deseados.

### **Involucra a todos**

Pide observaciones o comentarios concisos de todos.

No permitas a nadie que domine o hable demasiado.

Utiliza papelógrafos para los puntos claves.

Expresa el reconocimiento y apreciación.

Resume las decisiones y los resultados.

No domine usted mismo la reunión.

### **Medidas para Involucrar Otros**

Presenta la idea y pide observaciones o comentarios.

Escucha.

Crea una cultura de optimismo y posibilidad.

Da muchas ideas favorables.

Pide declaraciones de apoyo.

Escribe todas las declaraciones en un papelógrafo.

Acepta y crea todos los ofrecimientos (ideas).

Estructura las oportunidades para involucrar a todos.

Continúa solicitando los ofrecimientos.

Da responsabilidades y autoridad a otros.

### **¿Cómo Organizar el Trabajo para un Grupo Pequeño?**

Sé práctica a las tareas y resultados.

Sé realista con respeto a lo que puedes realizar.

Sé precisa en relación a quién hará qué y cuándo.

Diseña el plan con quienes lo realizarán.

Pídeles que definan las actividades así como cuánto y cuándo.

Pase el menor tiempo posible hablando, pero más tiempo haciendo cosas.

Dirija todas las actividades a los objetivos más importantes.

Contrate mas voluntarios para ayudar.

## **El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento**

### **Requisitos para la Búsqueda de Financiamiento de los Donantes Principales**

Declaración Persuasiva del Caso.  
Compromiso del Director Ejecutivo.  
Compromiso de la Junta.  
Compromiso de los Voluntarios.  
Los Grandes Donantes son Potenciales Suficientes.  
Planes, Estrategia y Presupuesto.  
Coordinación y Realización.

### **Ciclo de Donantes Principales**

El ciclo de relaciones con donantes principales continua y continua.

LA IDENTIFICACION  
LA FORMACION DE CONTACTOS  
LA GERENCIA  
LA SOLICITUD

### **Trabajando con un Donante Principal**

Identifica  
Investiga  
Cultiva  
Pregunta  
Agradece  
Reconoce  
Pide otra vez

### **Las ONGs Efectivas Dirigen Todos los Aspectos de sus Relaciones.**

Las responsabilidades del personal para los contactos.  
Las propuestas, solicitudes y pedidos bien preparados.  
Las presentaciones de buena calidad.  
La contabilidad pública.  
El criterio de las relaciones con los donantes.

### **Responsabilidades del Contacto con el Personal**

Una persona específica del personal es responsable de todos los aspectos de la relación con cada donante o grupo de donantes.  
Investigaciones en marcha  
Estrategia para desarrollar la relación.  
Involucra y prepara a otros quienes se reunirán con el donante  
Asegura que se realicen las reuniones y que se converse lo que debe conversarse.  
Sigue todos contactos  
Mantiene los informes al día  
Planifica el próximo contacto

## **El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento**

### **Eventos para Buscar Financiamiento.**

Considera al evento como el comienzo o desarrollo de la relación.

Planifica el resultado anticipado de cada evento.

Planifica como seguir los contactos de cada evento.

Obtiene nombres, direcciones y otra información.

Sigue los contactos con el apoyo de la junta y personal.

### **Tipo de Donaciones Corporativas**

Donaciones

- Productos
- Personal prestado
- Servicios
- Aprobaciones

Dinero

- Donaciones pequeñas y regulares
- Donaciones grandes y específicas
- Clubes corporativos
- Sociedades

Marketing para beneficios mutuos

- Patrocinio
- Promociones de ventas
- Licencias
- Tarjetas de afinidad

Trabajadores

- Reducciones de nómina
- Apoyo de voluntarios

### **Maneras para que las Compañías Puedan Beneficiarse**

Mejorar la imagen corporativa.

Obtener buena publicidad.

Mejorar las relaciones comunitarias.

Establecer una identidad nacional.

Ingresar a nuevos mercados.

Impulsar al público en una meta específica.

Incrementar las ventas.

Estimular el conocimiento de la imagen corporativa y reconocida en el mercado.

Motiva a los clientes, pequeños comerciantes, personal y proveedores.

### **La ONG ofrece más valor por menos costo.**

Competencia           Innovación, más trabajo, bajos costos, mejores servicios.

Ingresos                50% gobierno, 25% honorarios, 25% donaciones, 25% voluntarios

Experiencia           Motivación, misión, profesional, especializado

Extras                 Educación pública, ciudadanos involucrados, promoción.

## **El taller de la planificación estratégica y manejo para la búsqueda de financiamiento**

### **Ingresos de la ONG**

50% gobierno

25% honorarios para servicio

25% contribuciones y donaciones

25% tiempo de voluntarios

-----

125% total

Esto es una ventaja de la ONG.

### **Las entidades no lucrativas pueden proveer mejor servicio.**

Más pericia y experiencias para brindar servicios sociales.

Estrategias efectivas y refinadas del programa.

Trabajadores con valores especiales y compromisos a su trabajo.

Se cuidan más, pasan más tiempo compartiendo en forma humanística.

Reinvierten sus ingresos excedentes en más servicios.

Reparten no sólo de sus contratos sino también de sus misiones.

Usan donaciones particulares para extender la profundidad y alcance de sus servicios.

Ofrecen oportunidades a los ciudadanos para que puedan llegar a involucrarse en sus comunidades.

Más educadores, defensores y agentes de cambios sociales.

William P. Ryan, Harvard Business Review.

### **¿Cómo Aprender de los Donantes?**

Ojos            Lee lo que dicen los medios publicitarios.

Orejas        Escucha lo que dicen los donantes.

Boca           Pregunta a los donantes por más información.

Nariz         Olfatea los asuntos importantes.

Manos        Pide a otros que te proporcione información y ayuda.

### **El Caso para Apoyo**

¿Quiénes somos?

¿Qué necesidades podemos alcanzar?

¿Cómo podemos hacerlo?

¿Por qué será efectivo?

¿Cómo puedes ayudar?

¿Quién eres? Manténgase preparado para responder rápidamente y con confianza.

For info about my book on leadership and fundraising and a free download, go to:

[www.NGOFututres.com](http://www.NGOFututres.com)

---

Ken Phillips, strategist consultant mentor author, NGO Futures LLC

Working together for fundraising success through strategy, teamwork and leadership

10 Tappan Street, Boston, MA 02131, USA

ngofutures@gmail.com