

Futuros de ONG / NGO Futures LLC



Working Together for a Better World

Through Strategy, Teamwork, and Leadership

Fondeo Organizacional Total©

Principios de Recaudación de Fondos

- Ken Phillips, NGO Futures LLC



Fundraising

Organizacional Total©

Un enfoque de diez pasos a las capacidades básicas de una organización para la recaudación de fondos eficaz

1. Principios Fundamentales de **Recaudación de Fondos**
2. **Planificación** Estratégica y operativa
3. **Cultura** Interna de Recaudación de Fondos
4. Ética organizacional y **Reglas de Juego**
5. Aprendizaje y Desarrollo Organizacional
6. Involucramiento y **Rendición de Cuentas** para los Donantes
7. **Fortaleciendo** la organización—Junta, Personal, Voluntarios
8. **Liderazgo** y Manejo del Cambio
9. **Gestión** de Enfoque en resultados día a día
10. Avanzando & **Qué pasaría si...**

Cosas esenciales para las organizaciones

1. Misión

- ¿Qué importante es para la sociedad?

Valor



2. Efectividad

- ¿Qué tan gran resultado hay ahí?

Calidad



3. Eficiencia

- ¿Cuál es el costo del resultado?

Precio



4. Confiabilidad

- ¿Qué tan bien se porta?

Ética



5. Transparencia

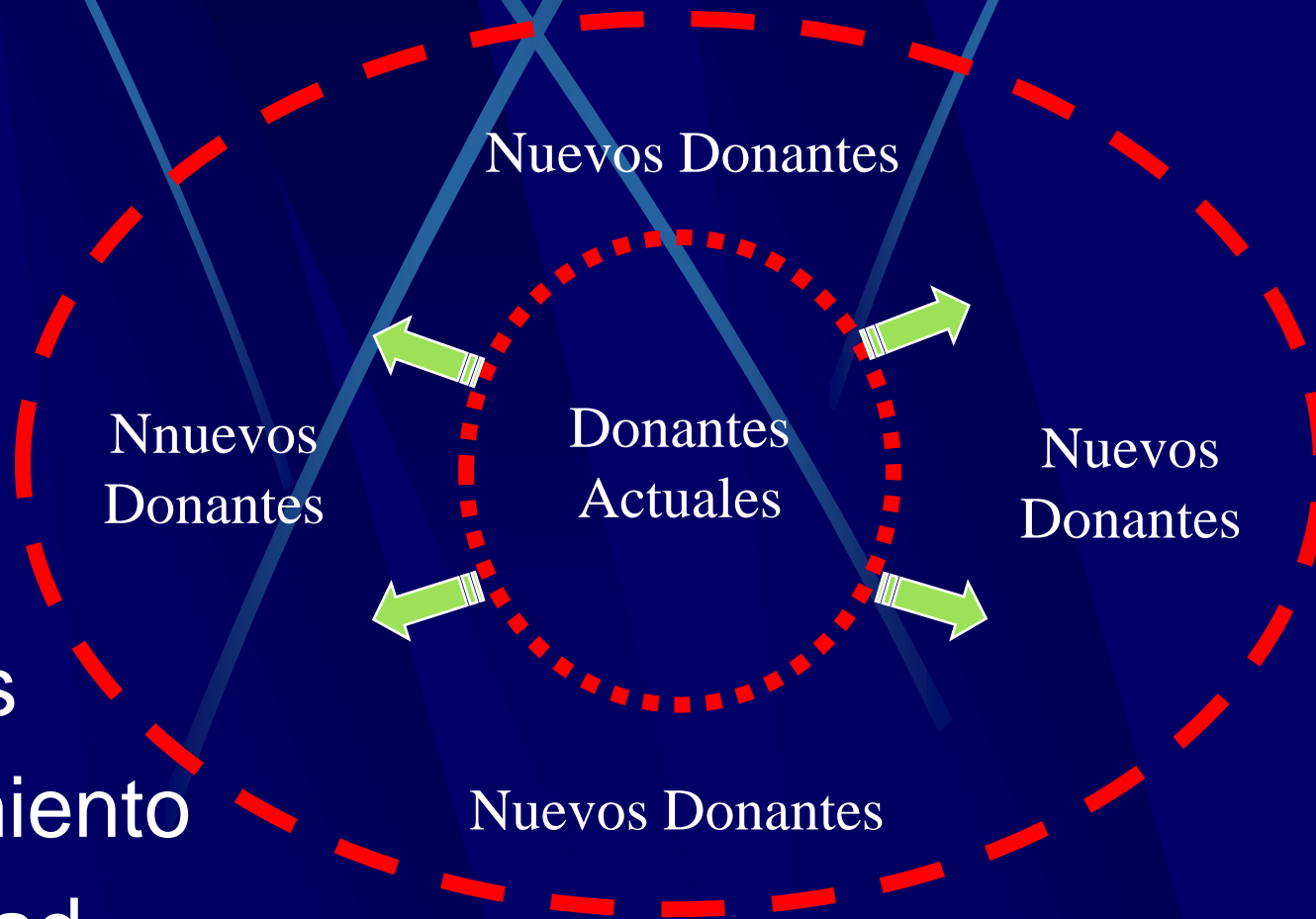
- ¿Qué tan empoderados están los constituyentes?

Rendición de cuentas



Extiende tus propuestas a nuevos donantes

- Conoce a los donantes
- Basa tus propuestas en
 - Valor
 - Costo
 - Resultados
 - Involucramiento
 - Confiabilidad



Expande las fronteras de TU ONG

- Grupos de intereses más grandes, más complejos.
 - Los Beneficiarios son el primero grupo a identificar
 - Voluntarios, miembros de familia, junta y personal
 - Fundaciones, corporaciones
 - Oficiales de Gobierno
 - Individuos en lo público
- Todos tienen sus propias agendas
- Depende de ti lograrlas



Necesidades de los Donantes

- Objetivos
- Estrategias
- Expectativas
- Emociones
- Sesgos



Motivaciones para Dar

- Mi obligación moral basada en creencias religiosas
- Mi responsabilidad cívica de ayudar a la sociedad
- Mi responsabilidad personal hacia la familia y la comunidad
- Mi inversión en un futuro mejor
- Mi deuda por una buena vida
- Me dá una mejor imagen
- Me hace sentir bien



Jerarquía de necesidades de Maslow

Cómo puedes tú adaptar a Maslow a tu recaudación de fondos?

Auto Actualización

Estima

Amor/ Pertenencia

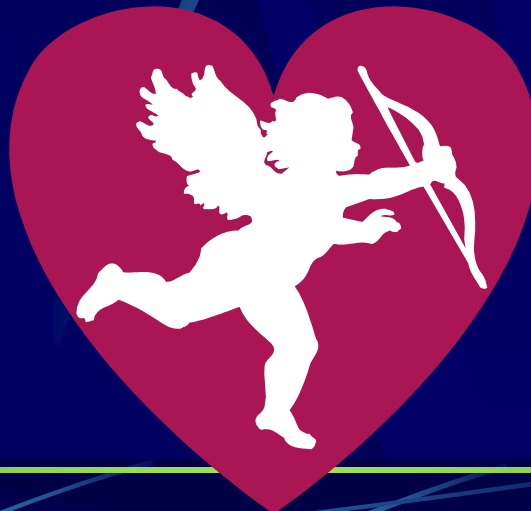
Seguridad

Psicológico



Permite que tus donantes hagan sus sueños realidad

1. Conoce mejor a tus donantes
2. Conoce que sueñan hacer
3. Excede sus expectativas
4. Haz que sus sueños se hagan realidad



Ciclo de Donantes Mayores

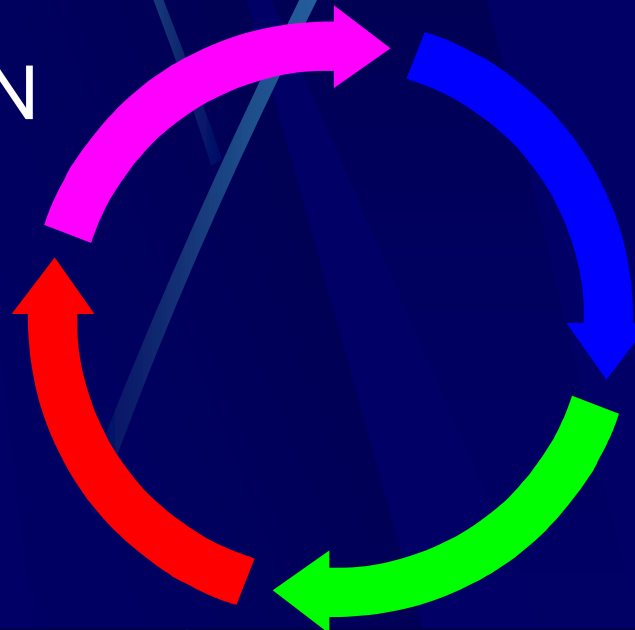
El ciclo de relaciones con donantes mayores da vueltas, y vueltas, y vueltas y...

IDENTIFICACIÓN

CULTIVACIÓN

SOLICITUD

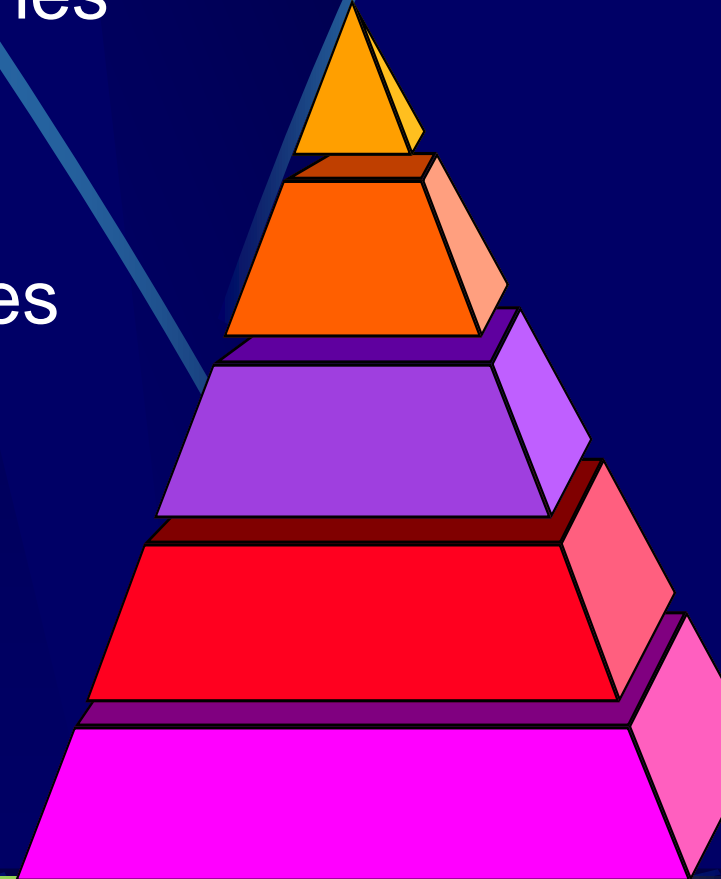
MAYORDOMIA



La Piramide de Donantes

- Desarrolla la relacion con donantes en el tiempo
- Mueve a tus donantes a donaciones mayores
- Busca donantes a todo nivel
- Unas cuantas donaciones grandes
- Muchos donantes grandes
- Promueve a tus donantes
- Donantes regulares
- Muchos donantes pequeños

- ¿Qué tan reciente?
- ¿Qué tan frecuente?
- ¿Cuánto?



La regla 80-20

- Tus donantes principales son los más importantes.
- 20% de tus donantes te daràn el 80 de tus ingresos (caso promedio)

- Varios donantes claves
- Otros donantes mayores
- Todos los demás donantes



Desarrolla Nichos de Mercado

Ver el problema

1. Enfermedades
2. Recreación juvenil
3. Niñez en otra tierra
4. Supervivientes
5. Controversia
6. Fondos para educación
7. Crédito

Encuentra la solución financiera

- Familias afectadas
- Padres
- Serán Padres
- Uno a otro/ cuidadores
- Defensores
- Empresas/ Élite / cuidadores
- Inversores filantrópicos

Usa todas tus ventajas

- **Ventajas competitivas** = posición que una firma ocupa en referencia a sus competidores
 - **Ventajas de costo** = los mismos servicios que los competidores pero a un menor costo
 - **Ventaja diferencial** = mayores servicios por el mismo precio que los competidores
 - **Ventaja competitiva sostenible** = nuestro proceso de creación de valor y nuestra posición no han sido duplicado o imitado por otros
 - Michael Porter
1. Sigue lo que otras organizaciones están haciendo.
 2. Investiga lo que los donantes actuales y potenciales valoran.
 3. Aprende lo que hacemos mejor que a los donantes más les gusta.
 4. Explota nuestras ventajas competitivas para obtener mejores resultados.

Toma Control del escenario

- Sal de ti mismo y tus propias limitaciones
 - Ponte en la posición de los otros
- Mantén tus ojos abiertos para observar
 - Vé el lenguaje corporal
 - Oye lo que no se está diciendo
- Desarrolla tu antena
 - Entiende los intangibles



Oportunidades

- Sectro ONG
 - Gobierno
 - Medios
 - Negocios
 - Individuos
 - Asociaciones
 - Iglesias
 - Otros
- Socios
 - Ventaja ONG
 - Interés humano
 - Mercadeo, Empleados....
 - Parientes, Ciudadanos...
 - Colaboración (Rotary....)
 - Servicios sociales
 - Colaboración

Cuatrto Claves para el Mercadeo Moderno

- La Certeza es fatal.
- No investigues; escucha.
- Haz un inventario de tus puntos de contacto.
 - Has que cada uno sea extraordinario.
- Si tu objetivo es clientes satisfechos,
 - Tu objetivo es demasiado modest.
- Haz creer a tus clientes que estarán satisfechos.
 - Harry Beckwith, *The Invisible Touch*, 2000



Reglas de Hierro de Recaudación de Fondos (1-5)

1. Recaudación de fondos no es sobre dinero
2. Sólo hay barreras internas para la recaudación de fondos
3. Determina y promueve tu singularidad
4. Compite mediante la innovación, el precio y la calidad
5. Asegura que los sistemas básicos están emplazados



Reglas de Hierro de Recaudación de Fondos(5-10)

6. Los donantes dan por el valor de lo que reciben
7. Satisface las necesidades y expectativas de los donantes
8. Desarrolla relaciones con los donantes
9. Resuelve sus problemas, no los tuyos
10. Aprende a amar la palabra “No”



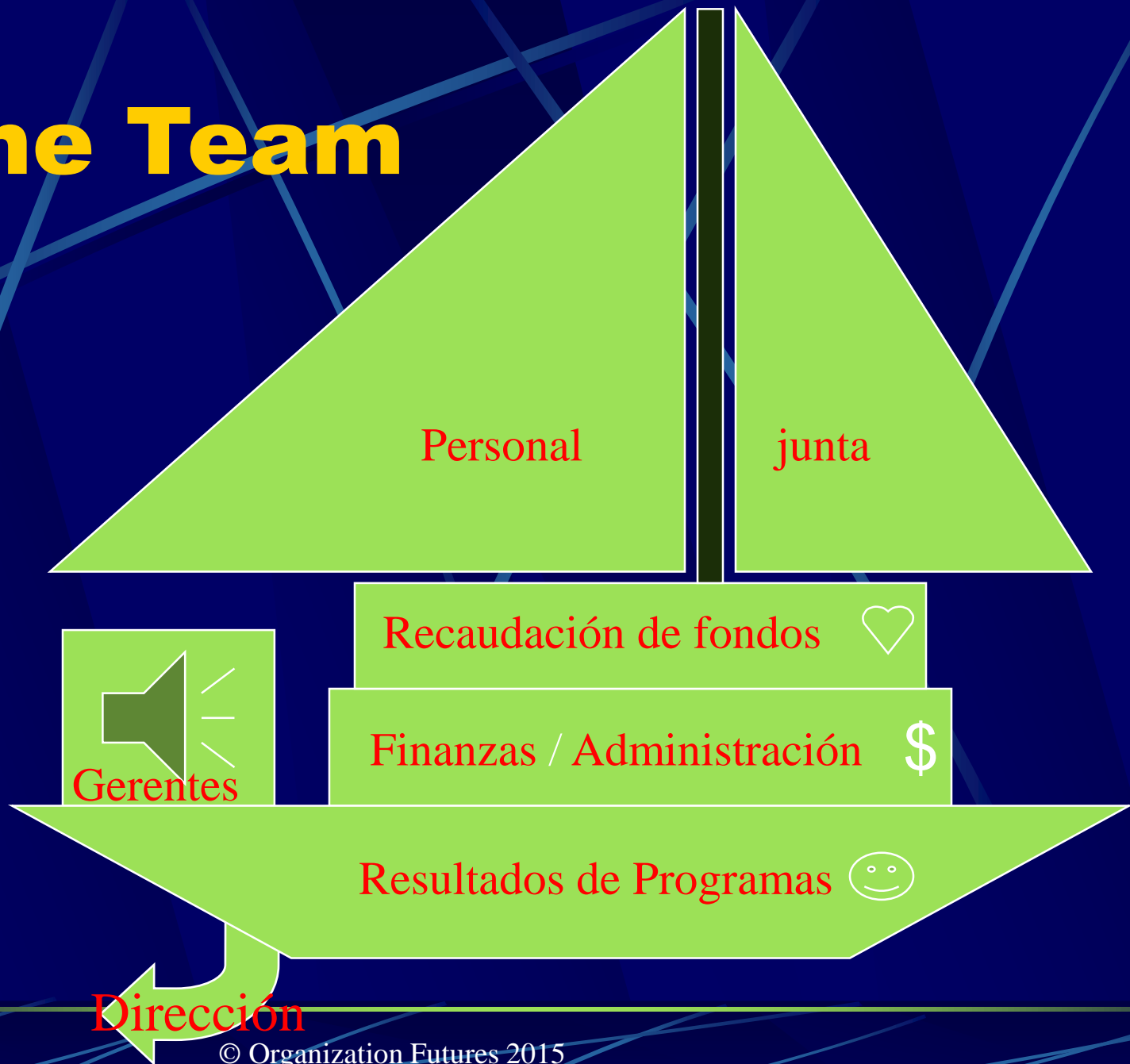
Reglas de Hierro de Recaudación de Fondos(11-15)

Los donantes te darán solo si tu...

11. Transmites tu pasión
12. Pruebas que eres confiable
13. Pides y pides de nuevo persistentemente
14. Eres profesional en tu recaudación de fondos
15. Demuestras la necesidad, la solución y el impacto



The Team



Administrando la Recaudación de Fondos

- Todo depende de una buena administración.
 - Satisface las necesidades y expectativas de los donantes.
 - Muestra que eres mejor y que puedes usar fondos mejor
 - Construye capacidades en la organización
 - Administra la recaudación de fondos para resultados y monitorea el progreso
 - Cree, sé positivo y no te desanimesd
- Otras herramientas de administración de recaudación de fondos son creatividad e innovación, analilsis y comparación de competidores, sub contratación y otras buenas prácticas empresariales.

TU ROL ES GRANDE



1. El rol de liderazgo
2. Representar a los donantes
3. Asegurar la confiabilidad
4. Demandar resultados
5. Presionar a los colegas
6. Mete tu nariz en todo
 - Estándares éticos
 - M&E de programas
 - Finanza, auditoria, administración cartas, administración de fondos...
 - Trabajo con y desarrollo de la junta
 - Todo lo demás

Características de un Recaudador de Fondos Exitoso

- Conocimiento de métodos relevantes de recaudación de fondos
- Experiencia en recaudación de fondos o mercadeo
- Habilidades interpersonales y de comunicaciones
- Creativo, entusiasta y positivo
- Comprometido con el servicio al cliente
- Sentido común práctico
- **Persistente – Apasionado – Profesional**

Responsabilidad del recaudador de fondos estratégico

- El recaudador de fondos estratégico tiene
 - Un rol importante en moldear todos los elementos del desarrollo organizacional y
 - Una responsabilidad esencial de tratar la perspectiva de los donantes a la organización.
- Sólo cuando el recaudador de fondos juega este rol riesgoso el resto de la organización captará el mensaje estratégico sobre el futuro de la organización.

El recaudador de fondos estratégico

1. Investiga qué les gusta y no a los donantes de la organización y su trabajo
2. Determina tu valor agregado y posición estratégica en el mercado
3. Planéa estraégicamente con evaluación y analisis de actores desde un punto de vista de recaudación de fondos
4. Reconoce la necesidad de desarrollo organizacional
5. Se paladin de una cultura de recaudación de fondos organizacional
6. Desarrolla un código de ética para tu organización
7. Demanda evaluaciones con lecciones aprendidas
8. Desarrolla nuevas maneras de proveer valor a los donantes

El recaudador de fondos estratégico

- ✓ No es aislado como el “Recaudador de fondos”
- ✓ Trae las perspectivas de los donantes a todas las discusiones claves de la organización
- ✓ Presiona por rendición de cuentas y transparencia a los donantes y beneficiarios
- ✓ Ayuda a moldear el propósito, programas, valores, presupuestos y servicios organizacionales

Sistemas de Recaudación de fondos

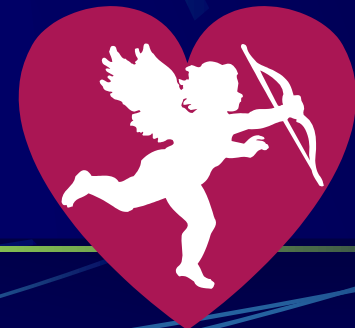
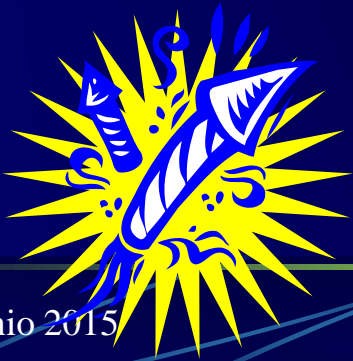
1. Planes de la organización integrados
2. Organización del personal y descripción de trabajo revisados
3. Cultura y prioridades organizacionales
4. Roles y responsabilidades de la junta para recaudación de fondos
5. Discursos y roles
6. Sistema de manejo de datos
7. Sistema de investigación de escritorio
8. Sistema de manejo de prospectos

Evaluar si los donantes sienten que se les dá un valor agregado

- 1) ¿Cuán a menudo te encuentras/ hablas con ellos?
- 2) ¿Se reconoce su apoyo?
- 3) ¿Se sienten valorados en la relación?
- 4) ¿ están involucrados? ¿Cómo?
- 5) ¿Tienen influencia en la organización?
- 6) ¿Se sienten empoderados para lograr?
- 7) ¿Se proveen programas hechos a medida?

Valora a tus donantes

- 1) **Reconoce** su apoyo financiero y emocional
- 2) **Pregúntales** qué valoran en su relación
- 3) **Involúcralos** (real y virtualmente, con medios de comunicación, y otras formas)
- 4) Dale **influencia** dentro de la organización
- 5) Usa mercadeo individual para **responderles**
- 6) Empoderalos para **satisfacer** sus necesidades en la sociedad



Trabajando con un donante grande*

1. Identifica
2. Investiga
3. Inquiere
4. Cultiva
5. Adapta
6. Pregunta
7. Agradece
8. Aprecia
9. Investiga > Inquiere > cultiva > Adapta > pregunta de nuevo



* Individual, pastor, cabeza de agencia gubernamental, director corporativo, otros

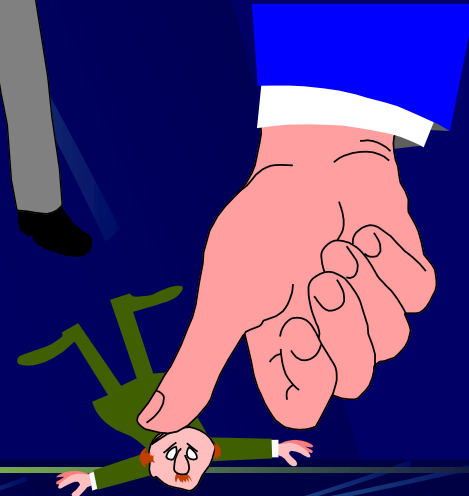
Conoce y ~~alcanza~~ **Excede** las expectativas de los donantes

- Llega a conocer mejor a los donantes
- Todo el personal recauda fondos y conoce a los donantes
- Los directores ejecutivos y miembros de la junta reacuadan fondos
- Asegura el atractivo de recaudación de fondos de los programas
- Usa el lenguaje de los donantes
- Reportes a tiempo y excelentes
- Servicio responsivo a los donantes de todos

Servicio al Cliente (o “Servicio al Donante”)

Un concepto nuevo en muchos lugares

- Conocer sus necesidades
- Lograr sus expectativas
- Responder rápidamente
- Reportar resultados
- Apreciarlos
- Empoderarlos



Reglas de recaudación de fondos en el Fondo Latviano para la Niñez

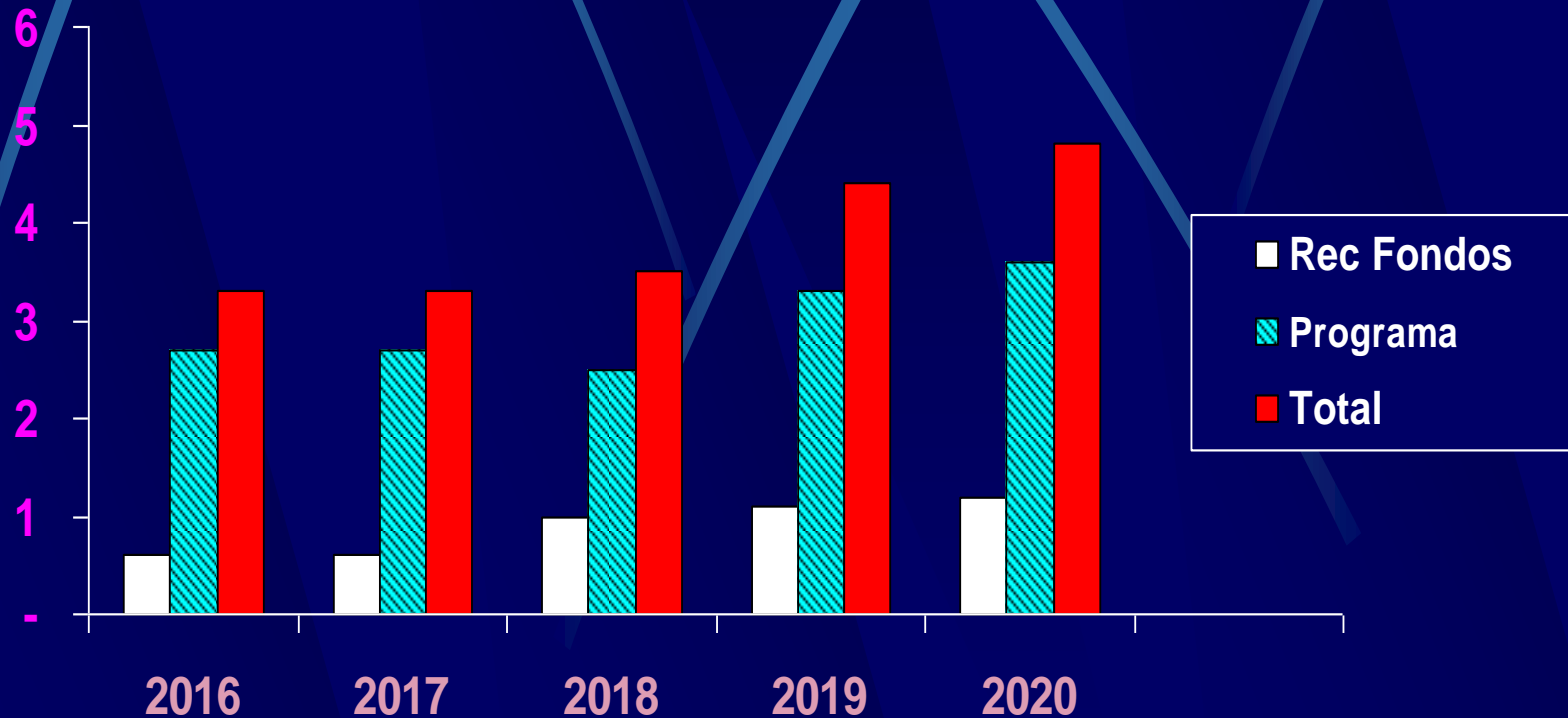
1. Trabaja duro para la recaudación de fondos
2. Mantén buen contacto con donantes
3. Ten productos concretos
4. Produce buenos resultados
5. Mantén bajos costos
6. Rinde cuentas cuidadosamente de los fondos
7. Manda buenos reportes a los donantes

Recaudación de fondos como una inversión

- Ver la recaudación de fondos como una inversión para incrementar futuros ingresos seguro te lleva a un crecimiento
- Ver la recaudación de fondos como un gasto en un año seguro te llevará al estancamiento
- **Para crecer, invierte en recaudación de fondos**
- **Toma tiempo desarrollarlo**

Regreso de inversión

- La recaudación de fondos incrementa ingresos
- Paga invertir hoy
- ¿Qué patrones ves?



¿Cuál es el costo estándar de recaudación de fondos?

- Amigos/ parientes cercanos cero
- Subvenciones grandes 1% to 3%
- Subvenciones medianas 5% to 10%
- Individuos ricos 8% to 15%
- Medios masivos 30% promedio
- Herencia/ legado 100%+ adquisición
- Rec de Fondo diversificada 10% renovación
- Rec de Fondo diversificada varía, muchos años
- Rec de Fondo diversificada 15% to 20% en general

Evaluación de métodos

Evalúa nuevas oportunidades

1. Nueva estrategia	10. Desarrollo de producto
2. Cultura organizacional	11. Desarrollo de marca
3. Desarrollo de junta	12. Relaciones públicas
4. Comité de Rec de fondos	13. Alcance a la comunidad
5. Junta Honoraria	14. Educación
6. Rol ejecutivo	15. Lobbying y Advocacy
7. Código de ética	16. Tarjeta de crédito y débito directo
8. Personal recaudador	17. Internet
9. Análisis de competidores	18. Medios sociales

El desarrollo de productos dura más

herramientas

Corto plazo

Largo plazo

Precio



Publicidad



Contactos personales



Servicio a Donantes



Producto



Regla 10 – 4 – 1

Empresas

- 10 contactos de mail
- 4 Contactos teléfono
- 1 Contacto personal

Rec Fondos

100 – 1000

25 – 100

1



Formas de alcanzar

Evaluar nuevas oportunidades

Ayuda de todo el personal	Eventos especiales
Propuestas	Contratos
Membresias	Patrocinios
Medios tradicionales y nuevos	Puerta a puerta
Fondos Unidos	Deducción por planilla
Pedir	Mercadeo directo
Campañas capitales	Dotaciones
Fondos aunales	Compromisos mensuales

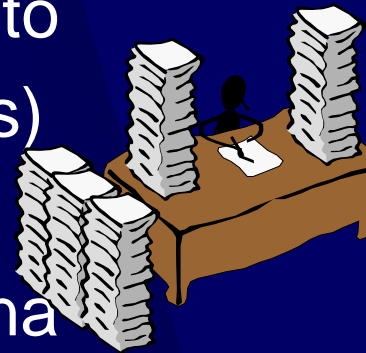
Manejo de prospectos

1. Investigar información de prospectos
2. Selección de los 10 más prospectos
3. Revisión de los prospectos por la junta y el equipo directivo
4. Contactar a donantes actuales sobre otros donantes
5. Acciones identificadas para cada prospecto clave
6. Seguimiento para implementar acciones hasta__(fecha)
7. Reuniones o llamadas para mayor información
8. Cultivación continua en reuniones, conferencias, etc.
9. Retroalimentación y coordinación
10. Contacto y la “petición” por el mejor contacto
11. Propuesta moldeada a los intereses específicos del donante

© Organization
Futures LLC 2013

Datos de Contacto

- Nombre del donante, dirección, teléfonos, fax y email
- Título de contacto, compañía, fundación u organización
 - Nombre del asistente, intermediarios que pueden ayudar
- Areas de interés, actividades, foco geográfico, otros
- Notas en cada reunión o contacto telefónico
 - Quién, cuándo, dónde, resultado, seguimiento
- Donaciones recibidas (fondos, bienes, servicios)
 - Fecha, monto y tipo
- Siguiete fecha de contacto, propósito y persona responsable
- Copias de correspondencia, cobertura mediática, etc.





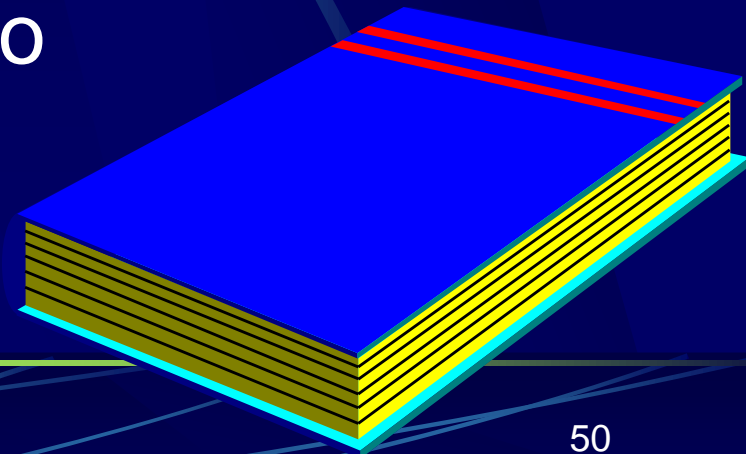
©1996 Northern Telecom.

Alison Jay

Para permanecer vivo tienes que permanecer adelante

El caso de soporte

- Conoce los intereses y necesidades de tus donantes
- Prepara la declaración del caso
 1. Quienes somos
 - Por qué puedes confiar en nosotros
 2. Las necesidades que podemos cubrir
 - Los resultados que alcanzaremos
 3. Cómo podemos hacerlo
 - Nuestra estrategia
 4. Cómo lo evaluaremos
 - Nuestro PMEA



Cómo prepara una propuesta ganadora

1. Analiza qué hace el donante específico y qué quiere
2. Decide qué proponer para cubrir las necesidades de este donante
3. Conoce sus tiempos de cierre, reglas, requerimientos
4. Establece contacto directo con el donante para aprender
5. Obten los fondos – empieza el programa – haz un buen trabajo
6. Reporta y evalua para persuadir al donante que esto fue de beneficio público relamente
7. Con estas bases, el donante y otros van a decidir financiarte de nuevo en el futuro.

- Lyuba Palyvoda, Counterpart Creative Center

Elementos claves de una propuesta

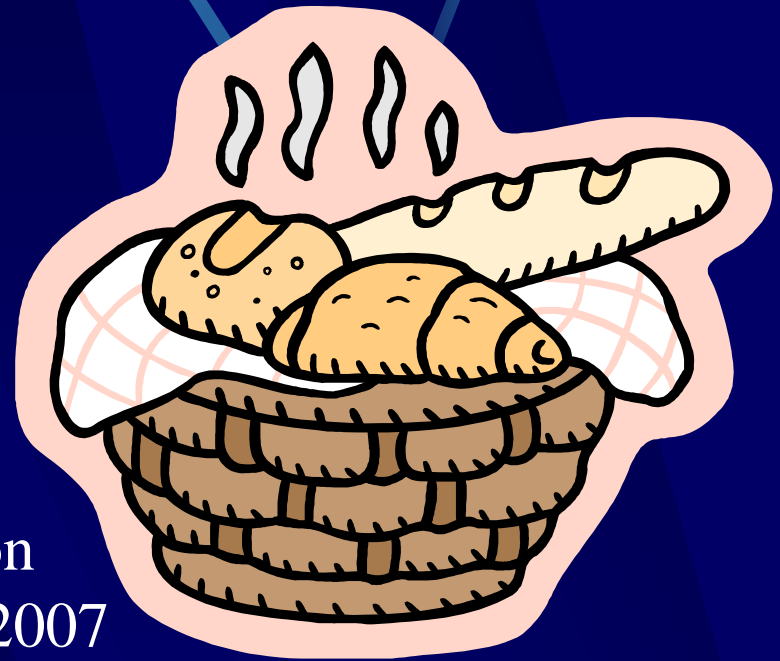
- Cover Letter - Involucra al donante
- Executive Summary - Puntos clave de venta
- Credenciales - Expertise
- Declaración de la necesidad - El problema
- Declaración de resultados - Los resultados
- Descripción del proyecto - La solución
- Método de evaluación - Efectividad
- Reportes - Rendición de cuentas
- Presupuesto - Eficiencia

Open Society Foundation

- Key elements for success

1. Need
2. Large scope
3. National impact
4. Replicability
5. Sustainability
6. Evaluation

- Organization
● Dr. Adriana Dan Futures LLC 2007



Seguimiento de una propuesta

- Llama y pregunta
 - “¿Ha revisado el material?”
 - “Aquí tiene información adicional.”
 - “¿Qué más necesita de nosotros?”
 - “¿Cuáles son los siguientes pasos?”
- Encuentra otros que recomienden tu propuesta
- Llama por seguimiento una y otra y otra vez
- Descubre por qué no fue financiada
- Preséntala de nuevo con los cambios necesarios

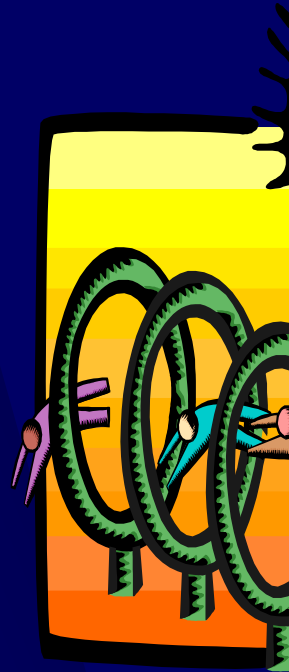


Responsabilidades de la persona de contacto

- Una persona específica es responsable de todos los aspectos de la relación con cada donante individual o grupal.
 - Investigación continua
 - Estrategia para desarrollar la relación
 - Involucra y prepara a otros que conocerán al donante
 - Asegurarse que se dá el contacto y se dicen las cosas correctas
 - Seguimiento a todos los contactos
 - Mantener reportes de estado actualizados
 - Planear el siguiente contacto

Comunica todo el tiempo

- Discurso de recepción (7 segundos)
- Discurso en elevador (30 segundos)
- Reunión de personal (2 minutos)
 - ¿Cuál es tu visión?
 - ¿De qué manera eres diferente?
 - ¿Cómo logras resultados?
 - ¿Por qué debo confiar en ti?
 - Grandes necesidades, hacemos una diferencia, bajo costo
 - Te preocupas, eres bueno; deberías; puedes



Por qué tener indicadores

Para saber dónde quieres llegar (resultados)
Y cómo vas a llegar ahí (progreso)

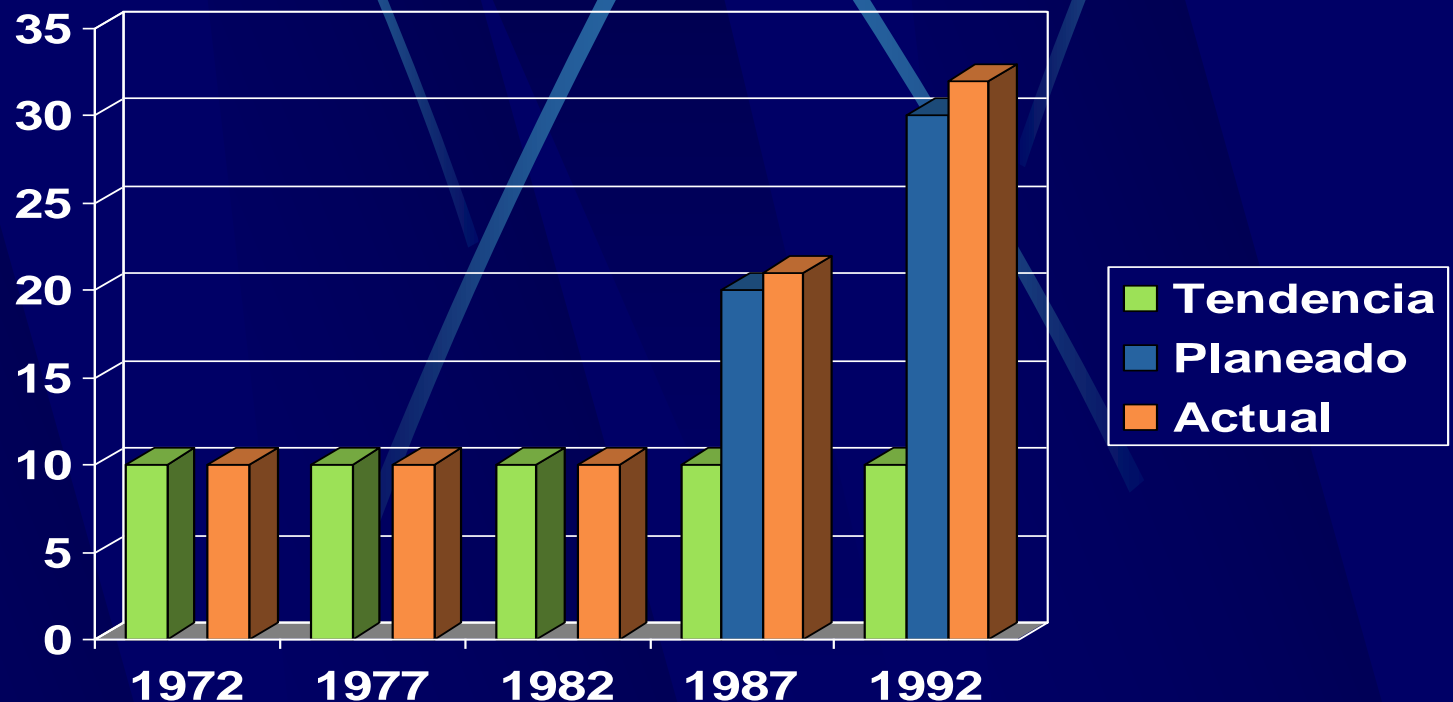
1. Para planeadores sentar bases de trabajo
2. Para evaluadores saber qué medir
3. Para gerentes saber que hay progreso
4. Para la junta evaluar el trabajo
5. Para rec de fondos tener pruebas del producto
6. Para donantes tener confianza de dar



Crecimiento de Childreach

- Luego de 10 años sin crecimiento, Childreach duplicó y triplicó sus ingresos y donantes.

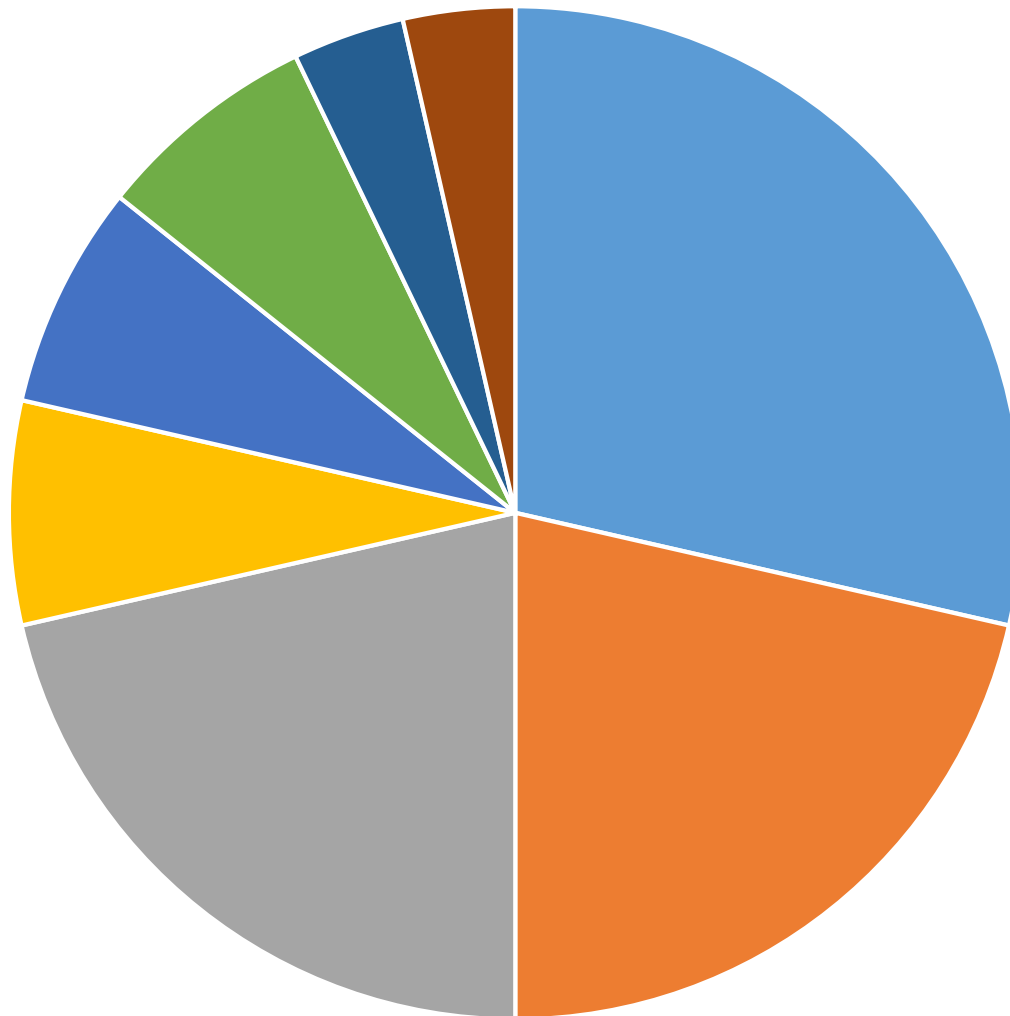
¿Cómo?



Estrategias de Childreach

1. Implementación de un plan de recaudaciones estratégico
2. Colocación de presupuesto adecuado [% del total]
3. Selección y apoyo de personal excelente
4. Construcción de cultura de rec de fondos efectiva
5. Inicio de nuevas técnicas de recaudación de fondos
6. Testeando e implementando testeos exitosos
7. Fortalecimiento de la junta directiva

Fuentes potenciales



■ Gobierno 40

■ Individuos 30

■ Cuotas 30

■ Iglesias 10

■ Marketing corporativo 10

■ Tiempo Voluntario 10

■ Grants corporativos 5

■ Fundaciones 5

Evaluación de donantes

Evaluar nuevas oportunidades

1. Donantes extranjeros	10. Grupos de interés
2. Gobierno Nacional	11. Asociaciones Civiles
3. Gobierno local	12. Iglesias
4. Fundaciones	13. Empresas
5. Gente Rica	14. Familiares
6. Donantes comunes	15. Visistantes/ Turistas
7. Donantes pequeños	16. Asocioaciones de negocios
8. Miembros	17.
9. Participantes	18.

Donaciones de U.S. giving logra record de \$306 billones

Todas las sub categorías de caridades públicas se incrementan en 2007

- Religión: \$102.32 billones, hasta 1.8 % luego de la inflación
 - Educación: \$43.32 billones, hasta 3.4 %
 - Servicios Humanos: \$29.64 billones, hasta 5.4 %
 - Salud: \$23.15 billones, hasta 2.4 %
 - Beneficio de sociedad pública: \$22.65 billones, hasta 2.9 %
 - Arte, cultura & humanidades: \$13.67 billones, hasta 4.8 %
 - Asuntos internacionales: \$13.22 billones, hasta 12.9 %
 - Medioambiente y animales: \$6.96 billones, hasta 7.7 %
- Giving USA

Quedarse con un solo donante grande

● Beneficios

1. Es fácil sincronizar con un donante
2. Puedes desarrollar una buena relación con el tiempo
3. Bajo costo en la obtención de fondos
4. Tienes la opción de influenciar al donante como contratista
5. Puedes enfocarte en los programas sin preocuparte de otros fondos

● Desventajas

1. Tendrías que seguir el abordaje político del donante
2. Tendrías que cambiar tu misión si el donante lo decide
3. Puedes rápidamente perder los fondos si el gobierno falla
4. Generalmente operas en respuesta a las convocatorias del donante
5. No puedes involucrarte en advocacy con el gobierno

Fondeo Diversificado

Beneficios

1. Tus fondos serán más seguros en el tiempo
2. Puedes continuar trabajando aun si un donante mayor se va
3. Con un portafolio de muchos donantes, tienes independencia
4. Tienes más control sobre tu misión
5. Tienes una reputación pública y puedes influenciar opinión

Inconvenientes

6. Es difícil manejar un portafolio de fondeo diversificado
7. Aún tienes que satisfacer las necesidades de varios sectores de donantes
8. Los costos de fondeo son más altos
9. Enfrentas nuevas responsabilidades en planeación y fondeo
10. Necesitas personal y juntas directivas con más habilidades diversas

Beneficios de Recaudar Fondos de Donantes Grandes

- Ingresos potenciales grandes
- Resultados grandes de pocos donantes
- Se construye facil sobre los donantes concurrentes
- Relativamente costos bajos
- Atrae otros donantes grandes
- Diversifica los abordajes de recaudación de fondos
- Te lleva a otros beneficios



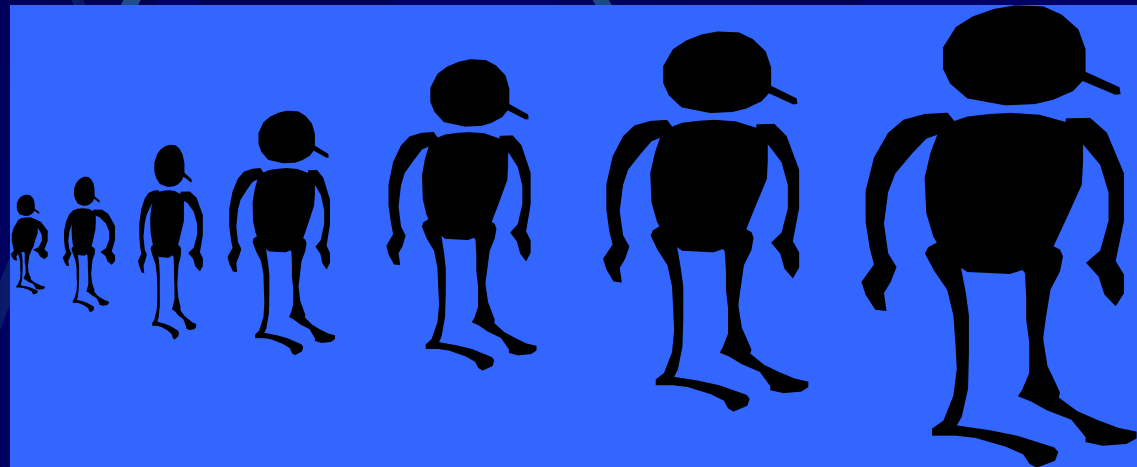
El valor de donantes individuales

1. Integridad organizacional
2. Más fondos para ayudar más
3. Diversidad y flexibilidad de fondos funding
4. Independencia y sostenibilidad
5. Circunscripción amplia para dar autoridad
6. Base para advocacy, influencia e injerencia
7. Contraparte para grants institucionales
8. Fondos para mercadeo
9. Contraparte corporativo

Asociación AA

- Problema: Sin dinero para una necesidad prioritaria
- Solución recaudar \$25,000 rápidamente
 - Busca a tus mejores amigos
 - Un miembro se compromete y lo multiplica

● \$1,000 + \$5,000 + \$19,000 = \$25,000



Desarrollando Viejos donantes

1. Mientras mas viejo y más tiempo mejor;
2. El mejor siguiente donante es el más reciente
3. En tiempos duros, los donantes evitan nuevos compromisos
4. El mejor abordaje es el personal
5. Encuentra la estrategia, el mensaje y oferta para tiempos duros
6. Pide a tus viejos donantes que incrementen sus donaciones y te ayuden a encontrar otros donantes y realizar recepciones sociales para ellos

Recaudación de fondos de varios donantes

- Cercanía de la última donación
- Frecuencia de la donación
- Monto de la donación

© Organization
Futures LLC 2007

Voluntarios-Celebridades-RRPP-Eventos-Rec Fondos

- Recluta voluntarios de todos los rangos posibles – jóvenes, padres, jubilados, despedidos – realmente te necesitamos
- Haz que hagan RRPP, reclutarcelebrity recruitment and event fundraising
- Haz que hagan peticiones mediante comunicados de prensa, la prensa, radio y TV, talk shows,
- Consigue una celebridad local para que te ayude, de preferencia con conexiones
- Enfoca a tus voluntarios y celebridades en eventos de recaudación de fondos
- Haz que llamen a donantes retrasados, actualicen a los corrientes, renovar a los retrasados

Estudio de apancamiento en Internet

- “El valor de la proposición para el mercadeo on-line es diferente, una nueva oportunidad. Requiere un nuevo abordaje. Puede ser una palanca para relacionamiento.”
- Cambio en fondeo promedio en ONG encuestadas
 - \$314 en donantes regulares por programa
 - \$694 Con conexión de email añadida
 - \$877 luego de construir una relación online
 - Blake Groves, Convio

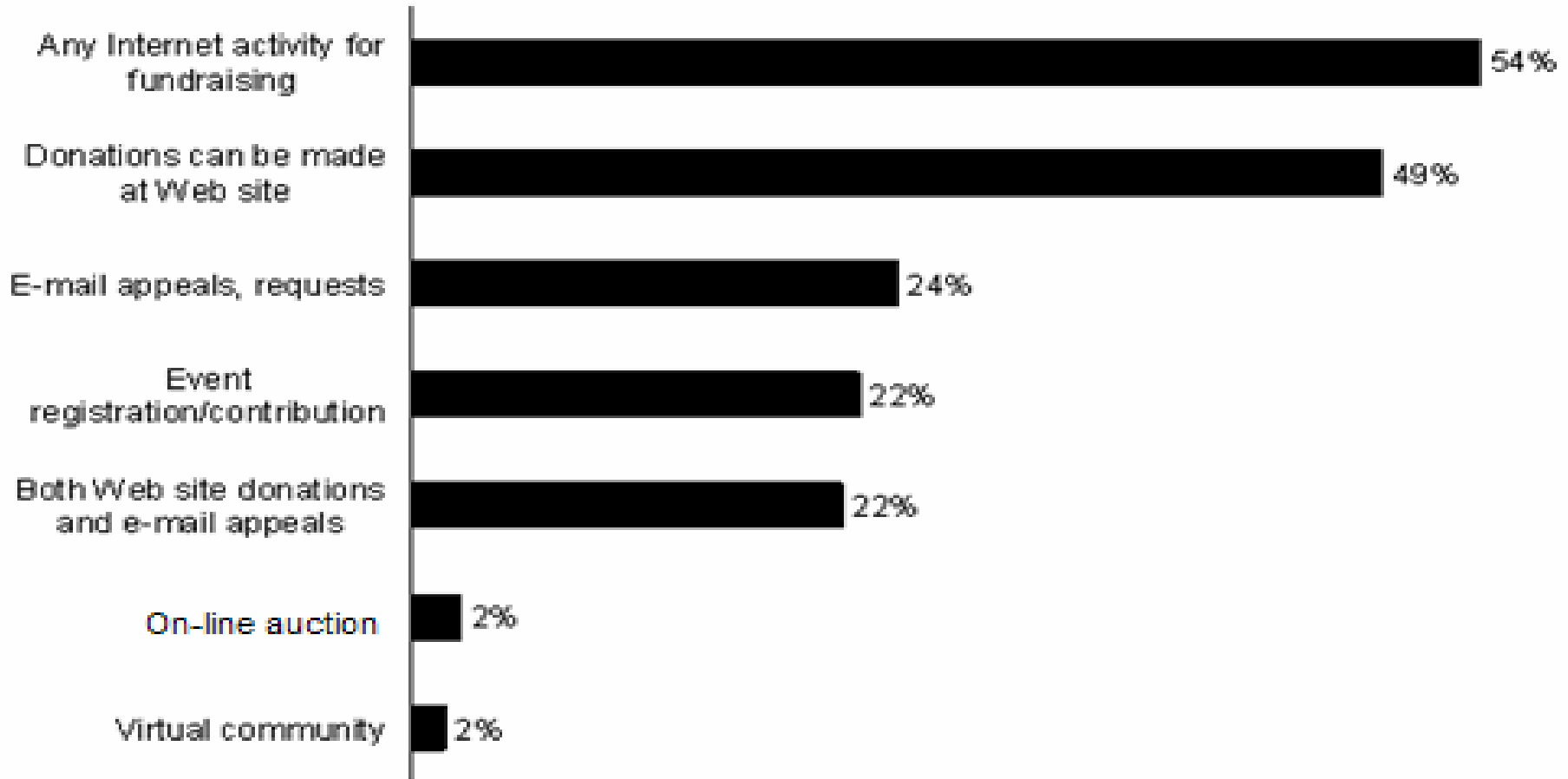
La Nueva Web

1. Newsletters
2. E-cards
3. Shopping
4. Compromiso de hacer algo (valor relacionado con la misión)
5. Peticiones (sé parte de algo más grande)
6. Pásalo a otros para que firmen también
7. Material descargable
8. Concursos
9. Concursos de envío de contenido
10. Hacer que otros hagan esto también
11. habilitarlos, empoderados para estar involucrados (mercadeo viral marketing, otros)
12. Respuestas automáticas pero relevantes
13. Pide apoyo luego que la relación se ha desarrollado y la gente está empoderada
14. Monitorea ingreso por tasa, no frecuencia

• From Blake Groves, Convio

Figure 1

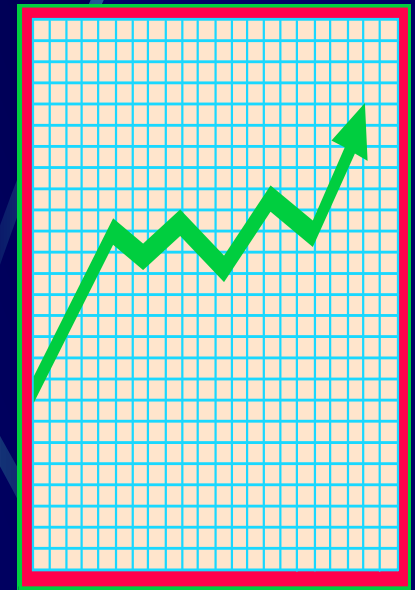
Percentage of charities in this study using different methods of Internet-facilitated gifts



Giving USA Survey 2008

Forman en las que las compañías ganan

- Mejora la identidad corporativa
 - Obten buena pobicidad
 - Mejora tus relaciones comunitarias
- Estabelece una identidad nacional
- Entra a nuevos mercados
 - Energiza grupos clave específicos
- Incrementa ventas
 - Estimula reconocimiento de marca
 - Motivat a tus clientes, minoristas, personal y proveedores



Donaciones Corporativas

- Regalos en especie
 - Productos
 - personal prestado
 - Servicios
 - Avales
- Dinero
 - Donaciones generales específicas
 - Clubs corporativos
 - Donaciones grandes
 - Asociaciones
- Mercadeo de beneficio mútuo
 - patrocinios
 - Licencias
 - promoción de ventas
 - tarjetas de afinidad
- Empeados
 - Donación por planilla
 - Apoyo voluntario

Una estrategia corporativa simple de seis pasos

- Conoce a tu donante (Y a tí mismo)
- Haz el abordaje apropiado
- Haz el abordaje correcto
- Relaciones tipo negocios
- Aprecia a tu donante
- Vé por el premio

Estrategia corporativa(a)

1. Conoce a tu donante
 - Investiga el negocio
 - Construye la relación en los años
2. Haz el abordaje apropiado
 - Determina tu mercado y mercadeo
 - Desarrola la mejor idea
3. Haz el abordaje correcto
 - Vé a la persona correcta
 - Suple las necesidades del donante

Estrategia corporativa(b)

4. Relaciones tipo negocios

- Efectivas, eficientes, transparentes
- Profesionales y auténticas

5. Aprecia a tu donante

- Agradece públicamente a la corporación
- Excelentes reportes y servicios

6. Ve por el premio

- No te demores
- No dejes que el “no” te detenga

Apertura incrementada en el sector empresarial

- Apoyo directo a ONG
- Mecanismos intermediarios como fundaciones comunitarias u otras entidades como la United Way de Rumania
- Fundaciones corporativas
 - Irina Stanescu, CSDF Rumania

Contratos de gobiernos nacionales

- Nueva era de cooperación gobierno/ sin fines de lucro
- El gobierno obtiene más valor por menor costo
- Aún mantiene el control
 - Define objetivos, procesos competitivos, requerimientos de propuestas abiertos, y términos de contratos
 - Establece indicadores específicos, ej. Costo por unidad de servicio, genera match de fondos y entregas a tiempo
 - Monitorea, revisa reportes y evalúa
 - Renueva contratos a los que se desempeñan mejor

Ventajas competitivas de las ONG

- Creadas para y dedicadas a su visión
- Juntas independientes para proveer vigilancia, control y políticas
- Valor agregado de NGO de su visión y competencias
 - Mejores servicios mediante la innovación y la dedicación
 - Mejores resultados mediante la profesión, motivación y expertise
 - Soporte público mediante la información y la recaudación de fondos
 - Reducir costos mediante servicios voluntarios. Paga psicológica y fondos donados de contraparte
 - Mejor gobierno mediante advocacy para fortalecimiento de leyes

Valor agregado de las ONG al gobierno por menos costo

- La competencia produce mejores resultados
 - Innovación, trabajo árduo paga psicológica, mejores servicios
- Las organizaciones añaden más ganancias
 - 50% gobierno, 25% tarifas, 25% donaciones, 25% voluntarios = 125%
- Tienen expertise
 - Guiados por su misión, altamente motivadas, profesionales, especializadas, juntas independientes para control
- Proveen extras importantes
 - Educación pública, involucramiento de ciudadanos,

Békéscsaba, Hungaria

- Casa para ancianos Filia
 - 50 residentes, 10 empleados, muchos voluntarios
 - Sentimiento familiar, cuidado de calidad, trabajadores comprometidos
 - 50% pensiones estatales
 - 25% tarifas
 - 25 % donaciones/contratos
 - 25% auto ayuda voluntaria
 - Buena relación con la ciudad
 - Mejor cuidado que instituciones municipales

Los ingresos de las NGO añaden valor a otros donantes

- 50% gobierno
- 25% tarifas por servicios
- 25% contribuciones and y donaciones
- 25% tiempo voluntario
- 125% total O 125% de gobierno

Esta es la **VENTAJA DE ONG**
Duplica el impacto



Ejemplo Massachusetts

- \$2.4 billones de servicios humanos provistos contratados por el estado (todas las fuentes)
- \$91.7 millones de presupuesto requerido por servicios
- Compra del estado de sistemas de servicio
- Mandato legistaltivo y ejecutivo
- Fuerza de trabajo lazo azul para estudiar el sistema de contratación de servicios “justo y racional”
- Testimonios y audiencias de presupuesto estatal
- “Me preocupo, voto”

Las NGO Proveen mejor servicio

- Más expertise y experiencia en proveer servicios sociales
- Estrategias de programas efectivos y refinados
- Empleados con valores y compromisos especiales a su trabajo
 - Se preocupan más, invierten más tiempo e interactúan de manera más humana
- Reinvierten su plusvalía en más servicios
- Cumplen no sólo su contrato sino su misión
- Usan donaciones privadas para extender la profundidad y alcance de sus servicios
- Oportunidades para que los ciudadanos se involucren en la comunidad
- Educadores, paladines y agentes vigorosos de cambios sociales

Dar contratos a los mejores

Es hora de dejar a un lado las etiquetas y admitir que el sistema ha fallado. Debemos cambiar el poder de la burocracia a la gente en la comunidad compasiva que realmente lidia con estos problemas.

Tenemos contratos con expertos para construir nuestras carreteras. ¿Por qué no contratar a las personas que están haciendo el mejor trabajo lidiando con problemas como el cuidado de crianza o educación en las comunidades donde el sistema actual no está funcionando?

Jeb Bush, Gobernador, Florida

Cooperación: Municipalidad y ONG

- El rol de las ONG en el sector de los servicios sociales
 - Proveen servicios, educación y protección
 - Agenda comun de ayudar a la gente en población objetivo
 - Privatización del sector de servicios sociales
- Subvenciones a ONG para implementación de servicios
 - Mejores servicios mediante enfoque, dedicación, competencia
 - Menores costos mediante voluntarios, contribuciones innovación
 - Control municipal mediante contratos, supervisión, evaluación

Subvenciones municipales para ONG

- Nueva era de cooperación municipal/ ONG
- Municipalidad optiene más valor por menos costo
- Municipalidad mantiene el control
 - Define objetivo, usa procesos competitivos, publica requerimientos de ofertas públicos, determina términos de contratos
 - Determina indicadores específicos, costos por unidad de servicio, fondos de contraparte generados, y entrega a tiempo
 - Monitorea, revisa, reporta y evalua
 - Renueva contratos a los mejores trabajos
- La Ong cumple mejor su misión al ayudar a más gente

Providence, Rhode Island

- Asociación comunal WBNA
- Amplia participación ciudadana en planeación e implementación
- Beneficios mutuos para el municipio, la asociación, el alcalde y los residentes
 - Patrulla Graffiti – innovación, ciudad limpia
 - Reparación de viviendas – restauración, ventas
 - Festival comunal – entretenimiento, turismo
 - Foro de campaña – exposición, quizás votos, compromisos y otro apoyo
 - ONG da involucramiento, nuevos abordajes voluntarios

Analisis de gobierno municipal

1. Puede dar montos grandes
2. La persistencia paga
3. Si muestras que puedes hacer algo mejor por menos, puedes tener su dinero
4. No entras en política así que permaneces siendo aceptado por diferentes partidos
5. Cuidado, aún si tienes la decisión, puede que no tengas enl dinero – necesidad de buscar fuentes alternativas de fondos
6. Si no conoces al donante y sus necesidades, no tendrás su dinero
7. Aprende a gastar el dinero aún en el último minuto
8. Muestrale al gobierno que tú eres el mecanismo que les ayuda a activar a involucrar a la comunidad y la sociedad civil en el cumplimiento del programa de gobierno

- Taller en el Centro para la filantropía en recaudación de fondos

Ventajas Competitivas

ONG

- Interés especial
- Enfoque en misión
Liderazgo
- Espíritu voluntario
- Competitividad
- Grants, donaciones
- Pequeña, flexible
- Control social

Municipalidad

Interés general
Enfoque multiple
Liderazgo elegido
Burocrático
Monopolio
Impuestos
Grande, incómoda
Registra ONG

Timisoara, Rumania

- Nueva ley 34 de apoyo a servicios sociales
- Apoyo municipal
 - Edificios, servicios de reparación, renta gratuita
 - Subvenciones, donaciones, datos, concejo coordinador
- Sociedad de apoyo a Alzheimer
 - Mejor enfoque, expertise, cuidado, educación
 - Voluntarios, fondos de contraparte, información
 - Alcalde, su esposa, miembro del concejo,
 - Inspector de NGO Inspector, directores de hospital

Conclusiones oficiales

- “Pensamos que venian por el dinero pero vemos que es por colaborar, ayudar, hacerse cargo de algunos de nuestros problemas.”
 - Administrador, Departamento de servicios sociales, Bucarest
- “ES más facil trabajar con la sociedad de Alzheimer que crear nuestros propios nuevos departamentos acá here.”
 - Director General, Departamento para gente con dicapacidad, Gobierno de Rumania

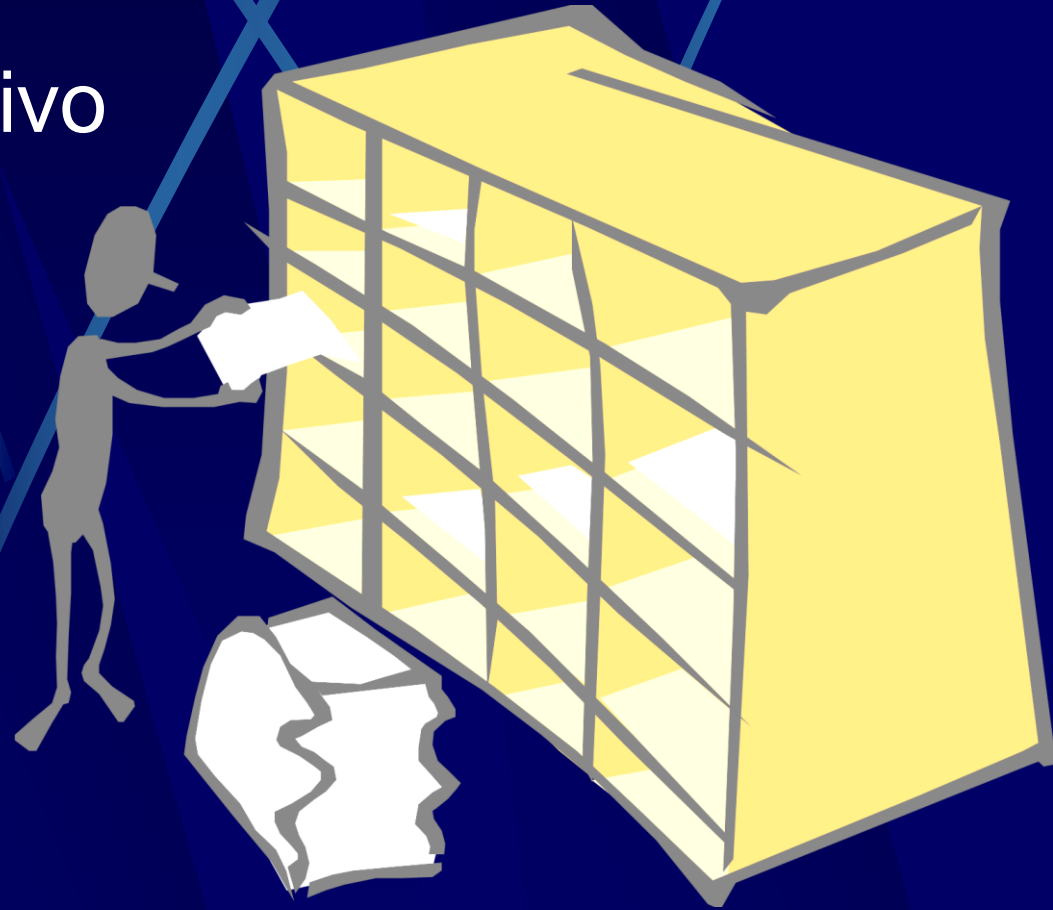
Se desarrollarán fondos gubernamentales para ONG

- Subcontratando servicios a ONG
- Estableciendo instituciones gubernamentales de fondos como en Fondo de medio ambiente nacional o el fondo cultural nacional
- Desarrollo de programas de subvenciones locales y departamentales orientadas a ONG
 - Irina Stanescu, CSDF Rumania



Sistemas básicos buenos emplazados

- Nivel administrativo
- Nivel de junta
- Nivel financiero
- Reportes



Herramientas para evaluar fondeo y RRPP

1. Ingresos neto y bruto año por año y las proyecciones
2. Incremento en archivos de donantes, actividad y valor a largo plazo
3. Ingreso relativo para ti y el sector por categoría
4. Historia de planes internos, propuestas y resultados
5. Presupuestos y números de fondeo para los pocos años pasados
6. Análisis situacional de FODA de recaudación de fondos
7. Evaluación de actores
8. Análisis de competidores y evaluación competitiva
9. Encuestas de satisfacción de donantes
10. Reportes de investigación y evaluación
11. Cobertura de medios y reportes de conferencias
12. Actividad de la junta y voluntarios

Números de recaudación de fondos

1. Contribución anual de contribuyentes incrementada
2. Tendencias y números trimestrales (bruto y neto)
3. Costo por respuesta o por donante
4. Hr invertido / Hr recaudado por cada esfuerzo de fondeo
5. Taza de renuevo por cada esfuerzo de fondeo
6. Valor tiempo de vida o valor de donante de largo plazo
7. Valor neto presente
8. Niveles de concientización pública y apreciación

Eventos y reuniones

- Mira un evento como el desarrollo de una relación
- Planea el resultado deseado de cada contacto
- Planea el contacto de seguimiento
- Trabaja el ambiente
- Obten nombres, direcciones, y otra información
- Haz seguimiento de los contactos por el personal con apoyo de la junta

Analisis de un evento

1. Al evaluar el evento, podemos aprender y saber qué cambiar
2. Involucrar a los medios es importante para el éxito del evento y hacerlo popular
3. Involucra a celebridades y asegurate que los medios cubran su aparición
4. Obten regalos de contraparte para estimular a otros
5. Necesitas tener gente con habilidades profesionales
6. Para obtener las primeras donaciones puedes dirigirte a tus amigos y parientes
7. Los recaudadores de fondos profesionales deben organizar estos eventos para que no desacrediten la idea
 - Taller en el Centro para la filantropía en recaudación de fondos

Analisis de recolección en efectivo

1. Se dan instrucciones uniformes y claves a los voluntarios
2. Muevete por las calles y vé hacia la gente en vez de esperar que vengan a ti
3. Ten un buen producto para ofrecerles a ellos
4. Adapta el producto a la situación (items pequeños)
5. El fondeo no está empezando, esta enraizado en investigación, científicamente basado, y culturalmente formada en un sistema de ventas
6. Cada evento de fondeo debería ser divertido – con diversión es facil comunicar y donar
7. El fondeo debe ser bien planeado y es un trabajo difícil así que los mejores eventos son aquellos que pueden ser repetidos y replicados

- Taller en el Centro para la filantropía en recaudación de fondos

Analisis de desarrollo comunitario

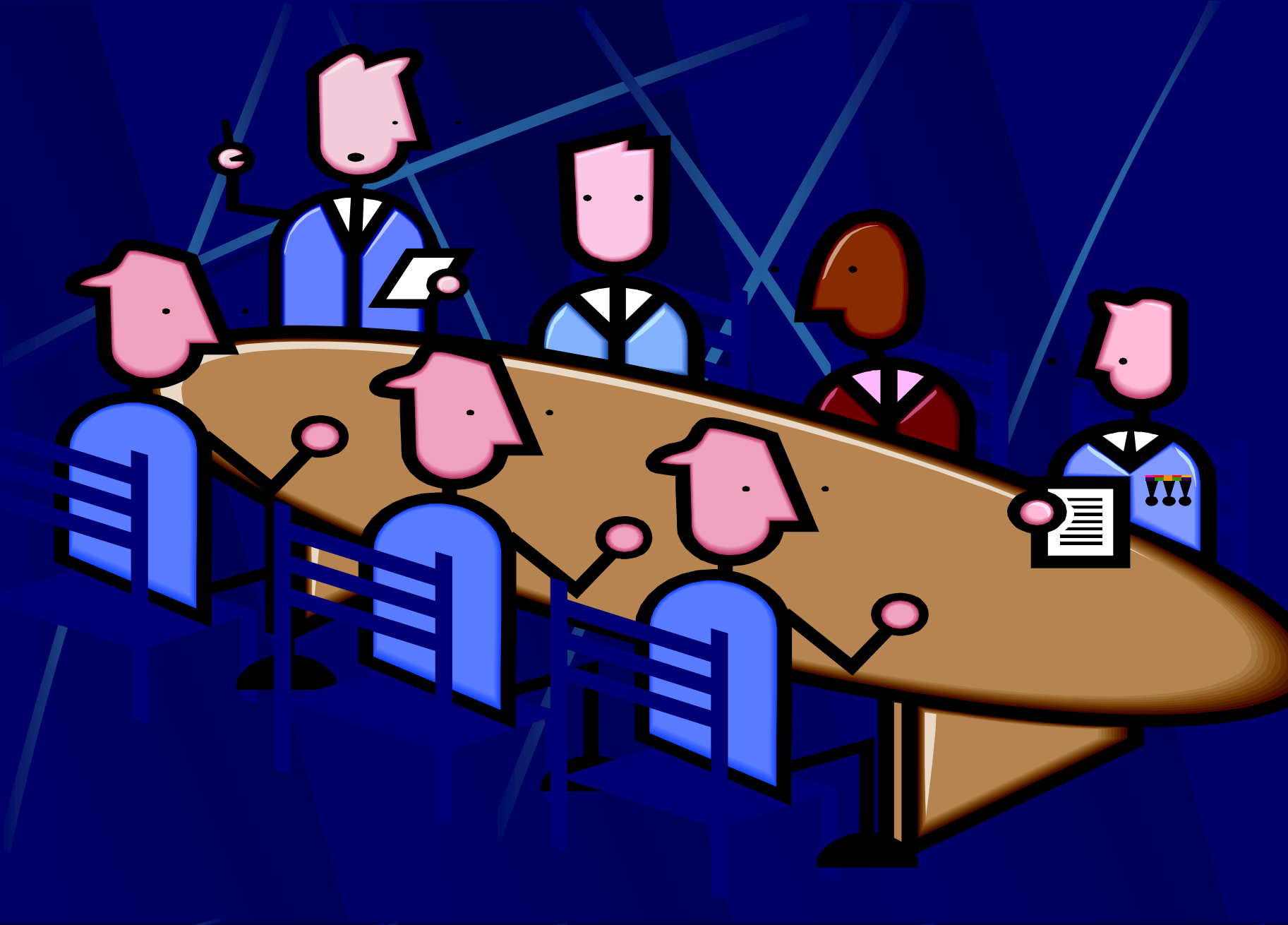
1. Recibido 1,000 del donnate y recuadado 7,000 de la comunidad
2. Hicieron cosas positivas por la comunidad
3. Cerca ala comunidad y a la gente
4. Gobierno local, incluso alcaldes estuvieron activos e involucrados
5. Alcaldes locales dieron dinero a a NGO locales
6. La gente entendi3n que deben resolver sus sus pr3prios problemas con su propio dinero y manos
7. Apelaciones muy personales
8. La gente est1a m1as interesada en lo local que en lo internacional
9. El 3xito cre3 deseo de continuar y hacer m1as
10. Hay muchas fiuentes y recursos y el dinero no es el principal
11. La Innovaci3n, la calidad y el bajo costo son importantes

- Center for Philanthropy Workshop on Fundraising

Encontrando nuevos donantes

100 puntos necesarios para obtener fondos

- Creer en la misión 20 puntos
- Confianza en resultados 20 puntos
- Confianza en costos 20 puntos
- Confiabilidad 20 puntos
- Grado de involucramiento 20 puntos
- Cantidad de esfuerzo 25 puntos



La importancia de las juntas

- Gobernabilidad
- Rendición de cuentas
- Representación
- Efectividad de programas
- Eficiencia financiera
- Recursos adecuados
- Sin conflicto de intereses



Director ejecutivo comprometido a fondeo

- Inversión de tiempo significativo para fondeo (50%)
- Actividades personales con donantes principales
- Fondeo prioridad en agendas
- Asegura fondeo
- Es exitos o si no...



Junta comprometida a fondeo

- Contactos y prestigio
- Apoyo en presupuesto
- Comité de fondeo activo
- Actividad de fondeo de miembros individuales
- Fondeo es prioridad en agendas agendas



Rol de miembros de junta directiva en fondeo

- Escaneo de situaciones
- Contactos para fondeo
 - Contactos profesionales
 - Contactos personales
 - Contactos nuevos
- La RSV
 - Riqueza, Sabiduria o Voluntad de trabajar
- DOI
 - Dar, Obtener o Irse,
- Los miembros de la junta tiene una credibilidad extra con los donantes



El rol de todos los miembros de la junta

1. Participar en las decisiones de la junta
2. Proveer expertise como se necesite
3. Enfoque en gobernabilidad, no administración
4. Apoyar a la personalidad de la organización
5. Participar en el trabajo de los comit[es de la junta
6. Ayudar a recaudar fondos o a hacer contactos

Rol del presidente

- Asegura que la junta funciona bien
- Dirige las reuniones de la junta
- Representa a la organización
- Enfoca al director de personal en prioridades claves
- Dirige la evaluación del director de personal
- Fortalece la junta

Nuevas competencias centrales para NGO 😊

1. Movilizar comunidad local e involucramiento de padres
2. Contratar y administrar programas par el gobierno local
3. Integrar redes de manera efectiva con organizaciones similares y otros grupos
4. Convertirse en paladines efectivos de políticas y presupuestos en los tres niveles gubernamentales
5. Construir capacidad interna para fondeo de fuentes locales, regionales, nacionales e internacionales

Triunfar requiere cambios significativos

1. Visión de liderazgo
 - Nuevas prioridades
2. Analisis de actores
 - Nuevos actores
3. Posicionamiento estratégico
 - valor agregado único
4. Cultura organizacional
 - Emprendedurismo
5. Rendición de cuentas
 - Transparencia y confianza
6. Estrategia para fondeo
 - Desarrollo de mercado
7. Desarrollo de junta
 - Apoyo de fortalecimiento
8. Resultados medidos
 - Razón por la que existes
9. Gestión del cambio
 - Tu prioridad

NGO Futures LLC

Futuros de ONG

Consultoría para ayudar a las ONG a asegurar su futuro:

- Planeación Estratégica
- Sostenibilidad de Recaudación de Fondos
- Desarrollo Organizacional
- Gestión y Desarrollo de la Junta
 - Ken Phillips, socio fundador
 - NgoFutures@gmail.com
 - www.NGOFutures.com
 - Perspectives ONG Sàrl (Suiza) y NGO Futures LLC (US) y Organization Futures LLC
 - Fundada en 1995 en Génova, Suiza