



**ESCUELA DE  
FORMACIÓN  
CREER-FEDER**

**Formando líderes,  
inspirando acciones**

**Captación de Fondos.  
Sácale el máximo partido a  
tu estrategia**

# ¿Qué queremos conseguir?

## TAN SÓLO 2 OBJETIVOS

1. Desarrollar un Plan de Captación de Fondos para mi Asociación
2. Ideas para implementar desde mañana mismo en mi Asociación

Formando líderes, inspirando acciones

# Sácale el máximo partido a tu estrategia

## 1. Plan de Captación de Fondos

Formando líderes, inspirando acciones



# Plan de Captación de Fondos

## ¿Qué es un plan de captación de fondos?



Formando líderes, inspirando acciones

# Plan de Captación de Fondos

---

Es un documento que **orienta la toma de decisiones** para **obtener los recursos necesarios** para alcanzar nuestra misión.

Debe estar **asociado a acciones de comunicación** que hagan visible a la Asociación y su impacto en la sociedad

Formando líderes, inspirando acciones

---



# Plan de Captación de Fondos

---

Si en **comunicación...**

...lo que **no cuentas, no existe...**

Formando líderes, inspirando acciones

---



# Plan de Captación de Fondos

---

**En captación...**

**...lo que no escribes, no haces...**

Formando líderes, inspirando acciones

---



# Propuestas de Conciliación: presentar a la JD

IMPRESINDIBLE: Dejar por escrito nuestro trabajo en Captación de Fondos



## ¿Lo hacemos juntos?

Formando líderes, inspirando acciones

# Plan de Captación de Fondos

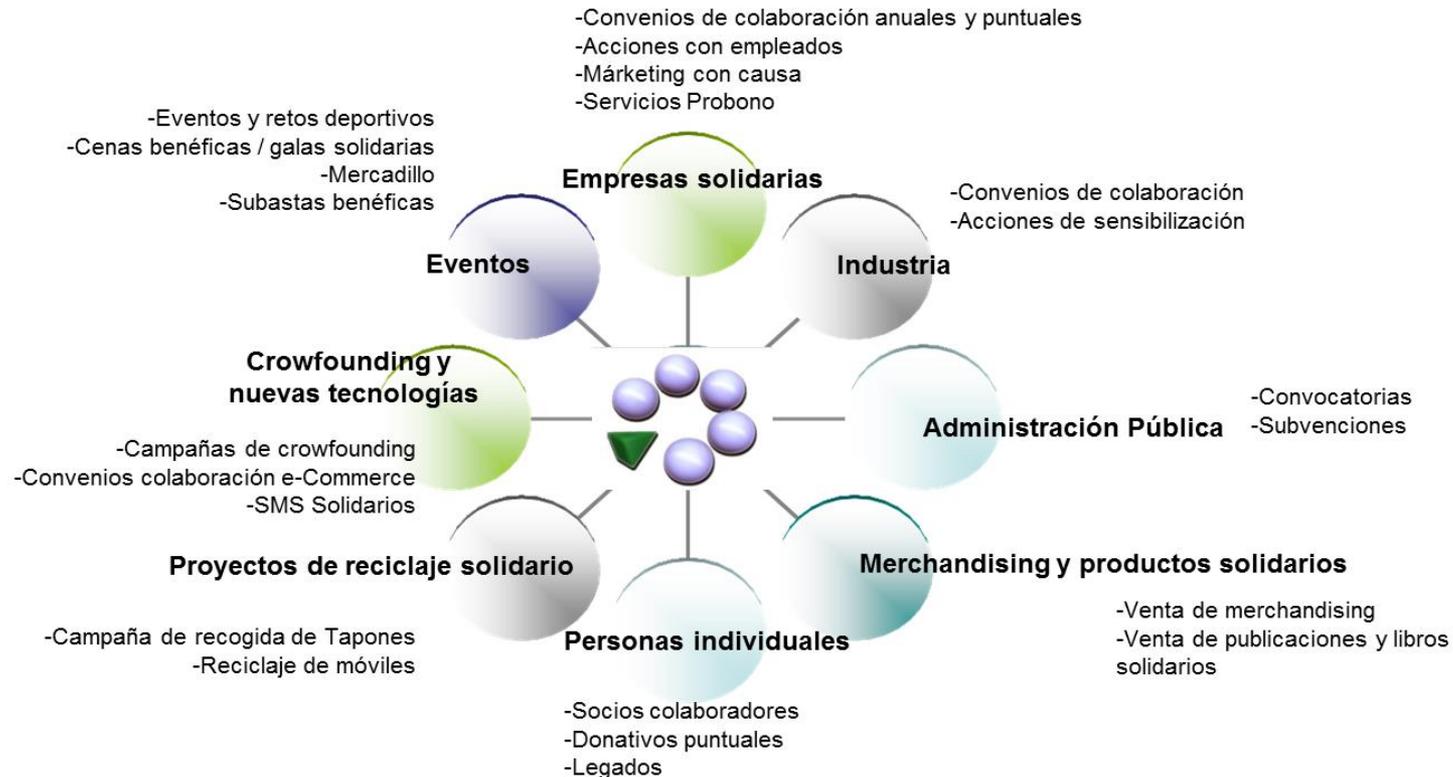
## 1) Identificar los gastos que necesitamos para cumplir nuestra misión

PRESUPUESTO ASOCIACIÓN 1		
<b>GASTOS PREVISTOS 2016</b>		
<b>1. RECURSOS HUMANOS- HONORARIOS</b>		
1 TRABAJADOR SOCIAL		16.000,00 €
<b>SUBTOTAL RECURSOS HUMANOS</b>		<b>16.000,00 €</b>
<b>2. RECURSOS TÉCNICOS Y MATERIALES</b>		
RECURSOS MATERIALES Y DE DIVULGACIÓN		1.500,00 €
TELÉFONO Y COMUNICACIONES		1.000,00 €
<b>SUBTOTAL REC. MATERIALES</b>		<b>2.500,00 €</b>
<b>3. ENCUENTRO ANUAL</b>		
VIAJES PONENTES		1.500,00 €
CÁTERING		800,00 €
ALQUILER ESPACIO		500,00 €
<b>SUBTOTAL REC. MATERIALES</b>		<b>2.800,00 €</b>
<b>TOTAL GASTOS PREVISTOS</b>		<b>21.300,00 €</b>

Formando líderes, inspirando acciones

# Plan de Captación de Fondos

## 2) Identificar los canales a través de los cuáles vamos a buscar los recursos y ponernos un objetivo económico concreto.



# Plan de Captación de Fondos

Hay muchas alternativas. Busquemos la que mejor se adapta a nuestras necesidades

Canal de captación	Objetivo económico
Empresas	10.000 euros
Personas individuales	3.000 euros
Eventos	4.000 euros
Microdonativos / crowdfunding	4.300 euros

Formando líderes, inspirando acciones

# Plan de Captación de Fondos

3) Escribir las acciones que vamos a desarrollar por cada canal de captación para lograr los objetivos propuestos.

¿Y ahora  
qué hacemos?



Formando líderes, inspirando acciones

# Sácale el máximo partido a tu estrategia

## 2. Acciones que podemos comenzar a implementar desde mañana mismo en nuestro plan de captación de Fondos

Formando líderes, inspirando acciones



# Sácale el máximo partido a tu estrategia

## 2.1 EMPRESAS



Formando líderes, inspirando acciones

## Grabar en la frente

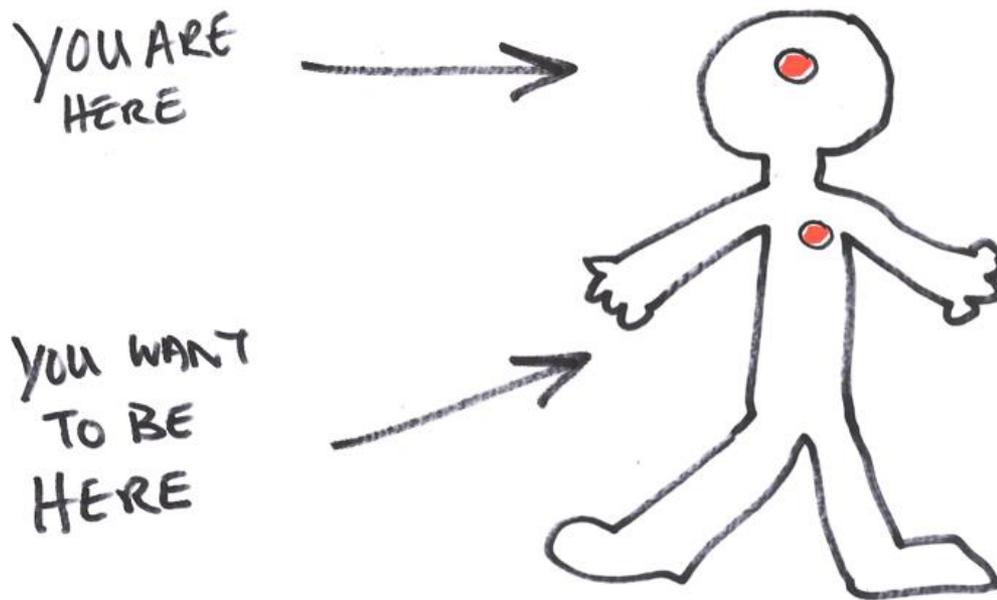
- Quien no pide no recibe
- Si llamas a 20 puertas, puede que 1 se abra. Si no llamas a ninguna, seguro que ninguna se abre.
- Es mucho más sencillo fidelizar a una empresa que ya ha colaborado en alguna ocasión que buscar nuevas empresas a puerta fría.
- Ninguna causa es menos o más... lo importante está en tener la llave



Formando líderes, inspirando acciones

# Empresas

**Empresas:** ¿Cuál es la llave para llegar a la empresa?



Formando líderes, inspirando acciones

## Empresas: ¿Cómo se llega al corazón de una empresa?

- Hay que contar historias concretas
- Hay que trasladar beneficios tangibles. Es decir, como con su ayuda beneficiamos a XX familias
- Hay que emocionar cuando se comunica. Cuando nos reunamos con una empresa, lo que digamos nos lo tenemos que creer.
- Presentación de proyectos sostenibles y visualmente atractivos. El proyecto tiene que trasladar:
  - Quienes somos: misión, visión y valores
  - Objetivos
  - Acciones a desarrollar
  - Resultados concretos a alcanzar
  - Presupuesto
  - Cómo se va a dar visibilidad a la empresa / cual será su papel en el proyecto

Formando líderes, inspirando acciones

**Seamos prácticos:** Trabajar con empresas está muy bien pero...  
¿cómo encuentro empresas?



Formando líderes, inspirando acciones

## Empresas: ¿Cómo encuentro empresas interesadas en mi proyecto?

- **Empresas “puerta caliente”**: Entidades que de una manera u otra han ya tenido contacto con mi asociación
- **La teoría de los 6 grados**: cualquier persona puede estar conectada a otra persona a través de una cadena de conocidos que no tiene más de cinco intermediarios (conectando a ambas personas con sólo seis enlaces)
- **Empresas “puerta fría”**: Identificar las principales compañías económicamente más solventes de la CCAA en la que resido
- Revisar **publicaciones especializadas** en RSC

Formando líderes, inspirando acciones

# Empresas

## Nuevas Publicaciones

**Responsables.biz**  
El primer semanario digital en español de la Responsabilidad Corporativa

10 años  
1999-2009  
**ACCION RSE**  
Empresas por un Desarrollo Sostenible



**MEDIA RESPONSABLE**  
Información y diálogo multistakeholder

Fundación  
**PROhumana**  
Promoviendo la Responsabilidad Empresarial y Ciudadana

**servimedia**

**ser responsable**  
EN EL SIGLO XXI

**día@**  
día.net

## Extremadura

Nº Razón Social Localidad Importe neto de Cifra de Ventas mil EUR 2002

1 SDAD COOPERATIVA MATAQUINTEROS BADAJOZ 1.481.017

2 AG SIDERURGICA BALBOA SA JEREZ DE LOS CABALLEROS 132.646

3 CENTRO FARMACEUTICO EXTREMO SA BADAJOZ 88.203

4 COOPERATIVA FARMACEUTICA EXTREMENA CACERES 77.875

5 MERCO-NIDERA LOGISTICA S.L. DON BENITO 66.227

6 CORCHOS DE MERIDA SA SAN VICENTE DE ALCANTARA 64.030

7 DISTRIBUIDORA EXTREMENA DE ALIMENTACION SA PUEBLA DE SANCHO PEREZ 63.578

8 INDUSTRIAS Y PROMOCIONES ALIMENTICIAS SA MIAJADAS 62.933

9 JOCA INGENIERIA Y CONSTRUCCIONES S.A. BADAJOZ 55.876

10 LIDER ALIMENT S.A. ZAFRA 55.642

## Ejercicio práctico: Ya tengo mis empresas, pero a quién me dirijo



Formando líderes, inspirando acciones

## Empresas: ¿Cómo conseguir una reunión? De mayor a menor efectividad

- Conseguir un contacto directo en la empresa
- Si no tenemos contacto directo llamar a recepción y preguntar por: área de RSC, si no hubiera este Dpto. hay que preguntar por el área de marketing / RRHH.
  - Todas las grandes empresas tienen a una persona encargada de recepcionar a las ONG y escucharlas.
  - En las pequeñas quien tiene la última palabra es la persona que toma directamente las decisiones. **TENÉIS QUE CONSEGUIR EMOCIONAR AL CONTACTO.** Si no conseguimos hablar por teléfono, solicitar el e-mail y enviar una propuesta de colaboración.

**IMPORTANTE:** Es interesante acudir a foros o a eventos en donde vayan empresas para presentarte y conseguir su contacto, avisando de que le vais a llamar.

**Ejercicio práctico:** Y a  
sabemos a quien dirigirnos y ahora ¿Qué  
pedimos?



# Ideas prácticas

Propuesta	Ejemplo
<b>Colaboración económica:</b> Solicitud de apoyo para desarrollar un proyecto concreto. Los fondos provienen de presupuesto (Marketing, RSC, RRHH)	Proyecto “Cabalgando por las ER”: proyecto para que 20 niños con ER puedan tener terapias equinas gratuitas

## Claves:

1. La colaboración debe cubrir una necesidad. No se debe crear una necesidad por lograr una colaboración
2. Establecer una relación de confianza con nuestro interlocutor → Relationship
3. Hay que fidelizar a la empresa para volver a contar con su apoyo en una II Edición del proyecto → rendición de cuentas
4. Cada año debemos renovar el proyecto a través de acciones innovadoras y lograr aumentar de manera progresiva la colaboración de la empresa al proyecto
5. Comunicación externa: visibilidad de la colaboración

# Ideas prácticas

Propuesta	Ejemplo
<p><b><u>Colaboración impulsada por la empresa pero que se obtiene a través de terceros:</u></b> son proyectos que los impulsa la empresa pero cuyos fondos se obtienen gracias a la solidaridad de los propios empleados o de los clientes</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Teaming</li><li>-Calendario solidario</li><li>-Crowdfunding</li><li>-Proyectos e-commerce: Groupon</li></ul>

## Claves:

1. Solicitar a la empresa que iguale los fondos obtenidos por “terceros” → aludiendo a su RSC
2. La empresa debe ser quien ponga los recursos necesarios para desarrollar el proyecto. Vosotros debéis actuar como causa beneficiaria, no como ejecutores de la acción
3. Vincular la recaudación a unos resultados concretos: cuantificar lo que os cuesta atender a una familia.
4. Poner “cara” al proyecto → De lo particular a lo general

# Ideas prácticas

## Propuesta

**Colaboración obtenida a través de un % de las ventas:** la empresa dona un % de su facturación periódica

### Claves:

1. La empresa no debe “utilizar” esta colaboración para atraer clientes
2. Fondos predecibles y estables → favorece la planificación

# Ideas prácticas

Propuesta	Ejemplo
<p><b>Servicio Pro bono:</b> la empresa dona sus servicios</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Despachos de abogados → servicios de asesoría jurídica</li><li>-Medios de comunicación → espacios de divulgación</li><li>-Consultorías → acciones estratégicas / planificación / asesoramiento</li><li>-Empresa de comunicación → diseño de proyectos</li></ul>

## Claves:

1. Cuantificar económicamente el servicio que la empresa ofrece
2. Cubrir una necesidad identificada

*¿Qué podéis hacer mañana mismo?*

# Ideas prácticas

	Plan de captación con empresas
Acción 1	Identificar 10 empresas dentro de mi red de contactos y 15 empresas fuera de mi red a quien poder solicitar colaboración.
Acción 2	Conseguir los contactos adecuados de estas empresas y comenzar a realizar una BBDD.
Acción 3	A aquellos contactos que haya hablado por teléfono o me haya comunicado directamente, pedirles permiso y añadirles en mi BBDD de distribución de noticias.
Acción 4	De las 10 empresas lograr al menos 3 reuniones en un año
Acción 5	Identificar el proyecto "estrella" y desarrollar una PPT clara en donde se trasladen objetivos del proyecto, acciones y resultados esperados
Acción 6	Desarrollar el presupuesto del proyecto → objetivo económico a conseguir

# Ideas prácticas

	Plan de captación con empresas
Acción 7	<p>Crear una propuesta de comunicación que ofrecer a la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Logotipo en la web</li><li>-Logotipo en la Memoria de la asociación</li><li>-Logotipo en la revista corporativa o en el newsletter</li><li>-Noticia en la web</li><li>-Nota de prensa a medios – (la asociación escribe la nota de prensa y puede servirse de FEDER para enviar esta información a los MC).</li></ul>
Acción 8	Cerrar la colaboración a través de un compromiso firmado
Acción 9	Enviar información mensual a la empresa del estado del proyecto y cómo su colaboración está ayudando a las personas
Acción 10	Agradecimiento de beneficiarios a la empresa.

**Sácale el máximo partido a tu estrategia**

---

## ***2.2 PERSONAS INDIVIDUALES***

*100 socios – 10 € mes = 12.000 euros  
al año ¿Merece la pena?*

# Antes de continuar...

¿Tenéis socios donantes individuales que periódicamente os apoyan?



## Aspectos importantes a considerar

- **INVERTIMOS GRAN CANTIDAD DE ESFUERZO EN OTRAS ACCIONES:** Pero dejamos de lado a las personas que cada mes nos apoyan con una cantidad económica.
- **FONDOS PREDECIBLES Y ESTABLES:** Permiten la sostenibilidad de la organización y los proyectos
- **GESTIÓN COMPLEJA:** debemos medir nuestras fuerzas
- **PRINCIPAL FUENTE DE FINANCIACIÓN:** es la principal fuente de financiación del tercer sector

*Ideas para captar nuevos socios*

# Ideas prácticas

Ideas para captar nuevos socios	¿Cuándo?	Herramienta a usar
<p><b><u>Member get Member:</u></b> Significa que un socio trae a otro socio.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1) Identificar cuántos socios tenéis ahora mismo en vuestra asociación.</li><li>2) Pedirles que os traigan al menos un socio donante más a la asociación.</li></ol> <p>Con este sencillo gesto habréis duplicado vuestra cuota de socios</p>	<p>Al menos es necesario hacerlo una vez al año</p> 	<ul style="list-style-type: none"><li>-E-mail</li><li>-Newsletter</li><li>-Carta postal</li><li>-Boca a boca</li></ul>

# Ideas prácticas

Ideas para captar nuevos socios	¿Cuándo?	Herramienta a usar
<p><b><u>Aprovechar todos los actos y eventos:</u></b> Vuestros actos son el mejor escenario para captar nuevos socios. Mercadillos, eventos deportivos, encuentros de pacientes... Tenéis que intentar que todos y cada uno de los asistentes se involucren con la asociación donando una pequeña cantidad económica de manera periódica</p>	<p>En cada evento que se organice</p>	<p>-Formulario en papel -Tríptico corporativo</p>

# Ideas prácticas

Ideas para captar nuevos socios	¿Cuándo?	Herramienta a usar
<p><b><u>Solicitar a los usuarios de nuestra web que se hagan socios</u></b></p> <p>Vuestra web puede ser una puerta de entrada para personas que deseen hacerse socios. Para ello, hay que lograr tener un “llamamiento” directo, claro y bien visible en donde se pida a la gente que visita la web que si quieren ayudar, pueden hacerlo</p>	Todo el año	<ul style="list-style-type: none"><li>-Formulario de suscripción en la web</li><li>-Https</li><li>-Banner llamativo en la home</li></ul>

# Ideas prácticas

Ideas para captar nuevos socios	¿Cuándo?	Herramienta a usar
<p><b><u>Enviar un e-mail a toda nuestra BBDD de personas interesadas</u></b> en el que expliquemos la importancia de colaborar con nuestra asociación. Es importante que el destinatario del email vea tangible su colaboración.</p> <p>Es decir = Por sólo 5 euros al mes ayudas a una familia a recibir atención psicológica (importante tenerlo en cuenta en todas las formas de colaborar)</p>	<p>Dos veces al año. Una de ellas, debe ser en navidad</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Newsletter</li><li>-Mailchimp - ¿Lo conocéis? Auntar este nombre</li><li>-Outlock</li></ul>

# Ideas prácticas

Ideas para captar nuevos socios	¿Cuándo?	Herramienta a usar
<p><b><u>Tener un banner o llamamiento en todos los e-mail que enviemos:</u></b> semanalmente enviamos continuos e-mail a nuestra BBDD. Podemos hacer que este e-mail siempre vaya con un mensaje de COLABORA / Hazte socio</p>	<p>Siempre que enviemos un e-mail</p>	<p>-Mailchimp -Outlook -Gmail</p>

**RV: 10 años en 1 minuto. F. Balia**

Archivo Edición Ver Herramientas Mensaje Ayuda

Responder Responde... Reenviar Imprimir Eliminar Anterior Siguiente Direcciones

**De:** direccion@enfermedades-raras.org  
**Fecha:** miércoles, 21 de diciembre de 2011 7:50  
**Para:** María Tona  
**Asunto:** RV: 10 años en 1 minuto. F. Balia

Ante este panorama, Balia sigue luchando para que esos 2 millones de niños tengan las mismas oportunidades que los demás; para que no los olvidemos, no los dejemos atrás y no desperdicemos su talento. Es a través de nuestros **programas socio-educativos como fortalecemos el desarrollo personal, el desarrollo académico y el desarrollo social de estos ciudadanos de mañana.**

Seguimos siendo un agente social esencial de apoyo a la Infancia y juventud en nuestro país. Si te paras a pensar, quién de niño no soñaba con ser alguien de mayor (médico, abogado, maestro, piloto, bombero...) ellos también sueñan con un futuro y tú puedes ayudarles a escribir su historia.

En nuestros **10 años de trayectoria** poco a poco Balia ha ido calando en las personas que nos conocen y nos hemos convertido en su org de referencia tanto en beneficiarios, como en voluntarios, empleados, colaboradores... y es que, entre todos, hacemos Balia posible.

En 2011, **2.988** personas se han beneficiado de nuestros proyectos. Además, nos han acompañado reconocimientos como el **Premio Impulsa 2011**, y hemos celebrado con gran éxito nuestra **1ª Jornada Educativa** sobre Educación e Inteligencia Emocional.

Ahora más que nunca, con tu ayuda podemos seguir trabajando por un mundo más igualitario. **Sumarte a Balia es invertir en potencial humano** y contribuir a **educar el corazón y la mente de las próximas generaciones.**

No mires a otro lado, estos 2 millones de menores tienen rostro y conviven contigo. **"Ayúdanos, ayúdanos a cambiar su historia"**

Muchas gracias por escucharnos, un abrazo muy fuerte y Feliz Año, María Entrecanales.

\* Fuente: informe de UNICEF 2010-2011 La Infancia en España  
\*\* Fuente: abando: ventura de UNICEF y Fundación Para Niños octubre 2011

**¡sumate: hazte socio!**  
¡¡¡¡! Fundación Balia  
por la infancia

**Haz una donación puntual**  
¡¡¡¡! Fundación Balia  
por la infancia

**Visita nuestra web:**  
¡¡¡¡! Fundación Balia  
por la infancia  
id: F0608F9C391446DD-8896-6FC835474A10

**Posdata: me encantaría que reenviaras esta carta a tus amigos y conocidos.**

De conformidad con lo establecido en la LO 15/99 los datos solicitados se incorporarán a la base de datos de Fundación Balia por la infancia para gestionar la colaboración con ella e informarle sobre la fundación. El interesado puede acceder, modificar, cancelar u oponerse a los datos mediante envío de un mensaje a [info@fundacionbalia.org](mailto:info@fundacionbalia.org) o dirigirse a la responsable del fichero a la C/ Ferrel, 44 Madrid

*Ideas para fidelizar nuevos socios*

# Ideas prácticas

Ideas para fidelizar a los socios	¿Cuándo?	Herramienta a usar
<p><b><u>E-mail de Bienvenida:</u></b> Cada vez que identifiquemos la entrada de un nuevo socio es importante mandarle un e-mail de agradecimiento. Este e-mail debe ser un mensaje del presidente explicando cómo su ayuda va a contribuir.</p>	<p>Al día siguiente de haber recibido la información del nuevo socio.</p>	<p>-E-mail -Carta postal (más efectivo, pero mayor coste)</p>

# Ideas prácticas



Estimada **Cruz**:

¡Gracias! Tu colaboración con la [Federación Española de Enfermedades Raras \(FEDER\)](#) hará posible que en 2012 miles de familias y afectados puedan acceder a programas y servicios destinados a mejorar su calidad de vida.

Con tu aportación y con la ayuda del resto de personas solidarias que día tras día nos colaboran podemos realizar atención psicológica, atención social, jornadas de respiro familiar, grupos de ayuda mutua. Además, también promocionamos y defendemos los derechos de las personas con patologías poco frecuentes ante la administración y los medios de comunicación.

**Cruz** queremos que conozcas nuestra actividad. Para ello, te invitamos a que visites nuestra [web www.enfermedades-raras.org](http://www.enfermedades-raras.org)

O bien a que veas nuestro vídeo de presentación <http://www.youtube.com/user/FEDERONG#p/a/u/0/6OZumdrYtQ>

Además, te informamos que también puedes seguirnos en las redes sociales

[Facebook](http://www.facebook.com/pages/Federaci%C3%B3n-Espa%C3%B1ola-de-Enfermedades-Raras/119827671373881) <http://www.facebook.com/pages/Federaci%C3%B3n-Espa%C3%B1ola-de-Enfermedades-Raras/119827671373881>

[Twitter](http://twitter.com/#!/feder_ong) [http://twitter.com/#!/feder\\_ong](http://twitter.com/#!/feder_ong)

[Youtube](http://www.youtube.com/user/FEDERONG) <http://www.youtube.com/user/FEDERONG>

# Ideas prácticas

Ideas para fidelizar a los socios	¿Cuándo?	Herramienta a usar
<p><b><u>Suscripción del nuevo socio a la BBDD de la asociación:</u></b> Lo que no contemos no existe. Por esta razón, es importante que aquellos eventos o jornadas importantes las contemos a nuestra BBDD. Nuestros socios donantes deben conocer esta información, por ello es necesario que les informemos periódicamente de los hallazgos y resultados importantes. En la carta de bienvenida se puede informar al socio que periódicamente recibirá información y que se puede dar de baja cuando lo desee.</p>	<p>Cada vez que hagamos una notificación a nuestra BBDD, también debemos de incluir a los socios</p>	<p>-E-mail -Newsletter -Mailchimp</p> <p>-IMPORTANTE – La eterna pregunta. ¿Cuántos e-mail máximo debemos manda? ¿Pecamos de exceso o de defecto? -¿Qué opináis?</p>

# Ideas prácticas

Ideas para fidelizar a los socios	¿Cuándo?	Herramienta a usar
<p><b><u>Envío de nuestra Memoria Anual:</u></b> Una persona que periódicamente te dona dinero te va a exigir transparencia y claridad en las cuentas. Para ello, y con el objetivo de satisfacer estas expectativas, desde la asociación debemos de mandar la Memoria Anual cada año a nuestros socios donantes individuales. Esta memoria puede enviarse a través de un e-mail.</p>	Una vez al año	<ul style="list-style-type: none"><li>-E-mail</li><li>-Newsletter</li><li>-Mailchimp</li><li>-Correo postal (más caro. Pero genera mejor impresión)</li></ul>

# Ideas prácticas

Ideas para fidelizar a los socios	¿Cuándo?	Herramienta a usar
<p><b><u>Descuentos o privilegios en los actos de la asociación:</u></b> Si desde la asociación vamos a organizar alguna actividad, podéis dar algún privilegio a vuestros socios para que se sientan orgullosos de ello. Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Sorteo entre los socios de un bonito regalo</li><li>- Descuentos en actividades que tengan coste (ej. Carreras populares)</li><li>- Encuentro exclusivo entre los socios y un beneficiario.</li></ul> <p>Lo que sea, que les haga sentir ÚNICOS</p>	<p>Una o dos veces al año. Escoger un momento de encuentro.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Actos, eventos</li><li>-Tómbolas, sorteos</li><li>-Contactos con beneficiarios.</li></ul>

*¿Qué podéis hacer mañana mismo?*

# Ideas prácticas

	Plan de captación con socios donantes individuales
Acción 1	Identificar y conocer cuántos socios donantes individuales cuenta mi asociación.
Acción 2	Suscribir a todos los socios actuales a mi BBDD de noticias e información general
Acción 3	Enviar a mis socios donantes individuales la última memoria de la asociación si todavía no lo he hecho (formato electrónico)
Acción 4	Buscar a una persona voluntaria para que en mi web coloque un banner de hazte socio y me ayude a hacer un formulario de donación. También puedo pedir ayuda a una empresa a través de un servicio pro bono
Acción 5	Preparar formularios de Hazte Socio que sean en papel para llevarlos a mis actos y eventos.
Acción 6	Crear una cuenta en Mailchimp para poder hacer e-mail corporativos o listas de distribución.

# Ideas prácticas

	Plan de captación con socios donantes individuales
Acción 7	Enviar un e-mail a toda mi BBDD de personas interesadas contándoles la necesidad de que ayuden de manera periódica con la asociación.
Acción 8	Crear un e-mail de bienvenida para dar las gracias a mis nuevos socios.
Acción 9	Pensar en una acción de "privilegio" hacia mis socios que no me cueste y dinero y sea fácil
Acción 10	Cuando pase un año, realizar una encuesta de satisfacción a nuestros socios para evaluar resultados y proponer nuevas mejoras para el año que viene

**Sácale el máximo partido a tu estrategia**

---

## **3. *EVENTOS***

## Eventos: Centrémonos en aquellos eventos que captan fondos. Preguntas claves

- ¿Cuántos fondos queremos conseguir?
- ¿Cuánto dinero vamos a invertir? ¿Cuánto tiempo vamos a destinar?
- ¿Hay algún riesgo económico para la asociación?
- ¿Quién organiza el acto? ¿Sabemos organizarlo?
- ¿Qué sinergias podemos conseguir?



## Aspectos importantes a considerar

- **El evento que organicemos tiene que ser rentable:** Muchas veces impulsamos acciones u actos en los que invertimos mucho tiempo y captamos pocos fondos.
- **No somos expertos organizando eventos. Somos expertos ayudando a personas:** Debemos de juntarnos con los que realmente saben organizar eventos.
- **Lo ideal sería no asumir NINGÚN riesgo:** Lo más adecuado es no adelantar nada de dinero. Si el evento requiere de inversión inicial, sería necesario buscar una empresa colaboradora que patrocinara el evento y cubriera los costes básicos.
- **Búsqueda de patrocinios al evento:** aunque el evento tenga los costes cubiertos, se puede buscar patrocinadores que quieran vincularse a la actividad a cambio de visibilidad en el mismo.
- **Búsqueda de padrinos solidarios:** que puedan dar mayor visibilidad al evento.

## Otros aspectos a tener en cuenta

- **La fecha del evento:** ¿Coincide con algún otro evento importante? ¿Un partido Barça-Madrid? ¿Con un puente? ¿Con época de exámenes?
- **El lugar:** ¿Es accesible? ¿Es céntrico? ¿Hay buen transporte público?
- **Permisos y requisitos legales:** ¿Necesitamos algún tipo de permiso? ¿Seguros? ¿Normas sobre manipulación de alimentos o bebidas?
- **Seguridad:** ¿El espacio cumple con la seguridad adecuada?



# Eventos

Ideas de organización de eventos a 0 euros	Colaborador
<p><b><u>Eventos u actos que ya estén organizados:</u></b> Existen actividades que ya se organizan en ayuntamientos, centros culturales, etc...</p> <p>Podéis hacer un rastreo de estas actividades en vuestras áreas de actuación cercanas.</p> <p>Podéis localizar al responsable de estas acciones y solicitar que convierta este evento en algo solidario.</p> <p>Los fondos no tienen por qué ser todos para tu asociación. Si por ejemplo, se organiza todos los años un festival en un ayuntamiento. Se puede pedir, que 1€ se destine a la asociación.</p>	<p>Ayuntamientos</p> <p>Bibliotecas</p> <p>Centros sociales, culturales</p> <p>Empresas</p> <p>Asociaciones deportivas</p>

# Eventos

## Ideas de organización de eventos a 0 euros

### Conseguir voluntarios para organizar actos de captación:

Mucha gente se acerca a vuestras asociaciones para ser voluntarios. Podéis crear un grupo de voluntarios que se encarguen de organizar algún evento o actividad solidaria. Por ejemplo:

- mercadillo solidario
- cena benéfica
- torneos deportivos solidarios
- Torneo de cartas benéficos

## Colaborador

### Grupo de voluntarios



# Eventos

Ideas de organización de eventos a 0 euros	Colaborador
<p><b><u>Solicitar a una empresa que organice ella el acto y vosotros seáis la asociación beneficiaria:</u></b> Puede ser una alternativa para proponer a una empresa. Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Festival de navidad para empleados</li><li>- Eventos deportivos (carrera BBVA)</li><li>- Rifas de empresa</li></ul>	Empresa



Sácale el máximo partido a tu estrategia

---

*¿Qué podéis hacer mañana mismo?*

# Ideas prácticas

Plan de captación a través de eventos	
Acción 1	Identificar cuántos voluntarios hay en mi organización para proponerles hacer un grupo de captación de fondos a través de eventos.
Acción 2	Identificar al menos 3 actividades externas a las que podemos solicitar que donen al menos un euro para la asociación. Buscar el contacto de los organizadores y realizar la propuesta.
Acción 3	Desarrollar al menos 2 propuestas de eventos con el objetivo de poder trasladárselo a una empresa para que lo organice. Ej: carrera solidaria, rifa benéfica entre empleados
Acción 4	Hacer un análisis de los últimos eventos que hemos realizado, fondos netos obtenidos y propuestas a mejorar para próximas ocasiones.

**Sácale el máximo partido a tu estrategia**

---

## **4. MICRODONATIVOS / CROWDFUNDING**

## Pros/contras

### • VENTAJAS:

- Genera una base social motivada por un proyecto común
- Sensibiliza a la vez que capta recursos
- Las personas individuales y los buenos proyectos son las protagonistas
- Crea cultura de “ayudar” entre la sociedad
- Se beneficia del impacto y alcance de las RRSS
- En los últimos años, muy vinculados a los retos deportivos

### • INCONVENIENTES:

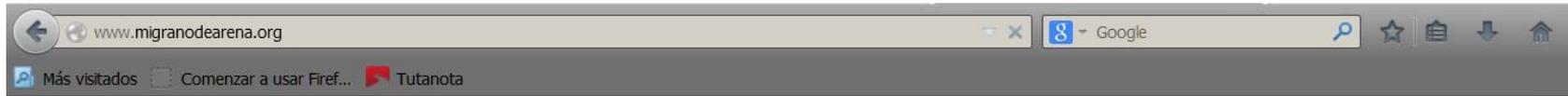
- Grandes esfuerzos → pequeños resultados – ROI
- Se tiende a acudir a las personas más cercanas -> saturación de contactos
- La comunicación es imprescindible
- Todo fracaso es público
- Algunas plataformas te obligan a devolver el dinero recaudado si no llegas al objetivo propuesto
- Algunas plataformas se llevan una comisión de lo recaudado para el soporte de la misma

# Microdonativos

---

*Plataformas que debéis conocer*

# Microdonativos



CREA TU RETO PERSONAS ONG EMPRESAS EVENTOS

## Contra la ELA por DGeneración

Una gota de ilusión...

Se trata de nadar en la Marnatón de Cadaqués, travesía en aguas abiertas de 6,5 km, con el objetivo de recaudar 8.000€ y poder comprar un software, ordenador y accesorios de reconocimiento de retina para que Jano, afectado por la ELA, pueda hablar y comunicarse a través del ordenador.



**Marnatón contra la ELA**

Transfiriendo datos desde www.migranodearena.org...

# Microdonativos



CREA TU RETO

PERSONAS

ONG

EMPRESAS

EVENTOS



## Una gota de ilusión... contra la ELA y por DGeneración

Lidera este reto: Jano Galan Echevarria  
Evento Marnaton De Cadaques

recaudado

**1505.00 €**

objetivo

**8000.00 €**



quedan

**9 días**

donativos

**16**

inicio

**23/08/2015**

**HAZ TU DONACIÓN**

# Microdonativos



[Ayuda](#) | [Accede](#) | [Regístrate](#) | [Español](#) ▾

[Crea un Grupo](#)



Inicio

[¿Qué es Teaming?](#)

[Grupos](#)

[Colabora con Teaming](#)

Buscar Grupos



## Los sueños no tienen límites porque no estás solo

Ya somos 99.419 Teamers donando 1€ al mes a causas sociales ¡Nos faltas tú!

¿Necesitas recaudar fondos?  
Utiliza la herramienta de Teaming

[Publica tu Grupo](#)

¿Quieres ayudar a los demás?  
Elige una causa y dona sólo 1€/mes

[Únete a un Grupo](#)

Pequeños Gestos que Mueven El Mundo - Teaming



### Los pequeños gestos mueven el mundo

Con una palabra de apoyo, con una mirada comprensiva, con una sonrisa, podemos cambiar la vida de alguien. Con cada gesto de ayuda, por pequeño que sea, conseguimos cambiar el mundo y hacerlo un lugar mejor. En Teaming sabemos que esto es posible porque lo vemos y hacemos todos los días. Lo creas o no, tú también puedes formar parte de ello. No te imaginas lo que se puede conseguir tan sólo con 1€. ¡Únete a Teaming y descúbrelo!

[Ver vídeo](#)



# Microdonativos

**BETTERNOW** Recaudación ▾ Eventos Organizaciones Ayuda Registrarse

## ISABELADOS CORREN LA 1/2 MARATÓN DE MADRID PARA RECAUDAR FONDOS PARA CRIS

CREATED BY:  
**Isabelados Isabelados**

RECOLECTANDO PARA:  
**EDP ROCK 'N' ROLL MADRID  
MARATÓN: 1/2 Maratón**

Email Facebook Twitter LinkedIn

Hola  
Soy Isabel, tengo 18 meses y me diagnosticaron de leucemia mieloblastica aguda el 6 de marzo del 2014. Después de muchos meses en el hospital , y gracias a la donación de mi padre, me hicieron un trasplante de médula ósea el día 23 de junio, la noche de san Juan!!!!Ahora estoy en casa esperando que la enfermedad no vuelva a aparecer!!OS escribo porque quiero pedirros un favor, en el hospital hay muchos...

[Read more >](#)

**DONAR**

**€4.013**  
recaudado

80% €5.000

**70** donaciones **0** días restantes

# Microdonativos

	Plan de captación a través de crowdfunding
Acción 1	Identifica la plataforma de microdonativos que más se adapta a tus necesidades
Acción 2	Identificar al menos 1 proyecto para poder financiar a través de esta plataforma.
Acción 3	Desarrolla el proyecto y define de manera tangible el beneficio e impacto del proyecto. Acude a una empresa que te ayude a través de servicios pro bono
Acción 4	Moviliza a tu red de contactos para lograr tus objetivos
Acción 5	Acude a una empresa para que pueda desarrollar el proyecto por tí

# Sácale el máximo partido a tu estrategia

## 3. *La importancia de comunicar*

Formando líderes, inspirando acciones



# Plan de Captación de Fondos

---

1. Comunicar a la sociedad el beneficio que aporta el proyecto al que se apoya
2. Comunicar a la empresa el estado del proyecto → rendición de cuentas y transparencia
3. Comunicar y hacer visible el apoyo a través de nuestros soportes: web, memoria y newsletter

Formando líderes, inspirando acciones

---



# Plan de Captación de Fondos

*La clave: ¡creer que es posible!*



Formando líderes, inspirando acciones

# Plan de Captación de Fondos

¡GRACIAS!

¿Ganas de seguir compartiendo? ¿Comemos juntos?

María Tomé

Responsable de Comunicación y Captación de Fondos de FEDER  
comunicacion@enfermedades-raras.org

Formando líderes, inspirando acciones

