Seminario- Taller:

“Estrategias y Técnicas para la Optimización de Recursos Externos”

Parte 2: Gestión del Fundraising Local

Módulo II : Campaña de Fondos

Red Universitaria INCA América Central
Panamá, 25 de noviembre de 2015

Expositor: Lic. Pablo Javier Zardini,
Consultor en Fund-Raising y Cooperación Internacional
Consultora Carlos Rios & Asociados
Buenos Aires - Argentina
www.consultedu.com.ar
pablo_zardini@consultedu.com.ar

III) Campañas de Fondos

- La campaña establece los objetivos de captación de fondos en términos de montos solicitados y personas involucradas

- Tipos de Campaña:

1. **Anual:** Busca cubrir los costos operativos anuales de la institución
2. **Fondo Capital:** Campaña larga (3 años) , busca desarrollar un fondo permanente en la institución (Endowment fund)
3. **Puntuales:** Busca financiar acciones coyunturales o imprevistos

III) Campañas de Fondos: La Planificación

- Meta
- Plazo
- Fuentes (Individuos, Empresas, Gobiernos, Fundaciones, Agencias y Organismos Internacionales)
- Asegurar un monto base antes de lanzarla
- Definición de los canales: Entrevistas, Teléfono, Correo Directo, Internet, Evento, Sorteo, Televisión, etc..
- Programación de tareas semanales y mensuales
- Lema de la campaña
- Documentos Impresos
- Publicidad
- Propuestas personalizadas a cada donante
- Cartas de agradecimiento

III) Campaña de Fondos : Principales pasos

- **Determinación del Objetivo:** Monto aspirado a captar
- **Destino de los fondos:** Proyecto específico o actividades generales
- **Identificación de los potenciales donantes** (es muy importante que no sean siempre los mismos)
- **Documentos de presentación:** folletos institucionales, gráficos, películas, DVDs, CDs, tarjetas, etc.
- **Instrumento de captación:** bajo que figura se ofrece la alianza
- **Armado de la agenda de entrevistas:** evaluar la mejor forma de contactar al candidato
- **Preparación de las entrevistas:** utilización de la información del Mapa de Relaciones Institucionales, otras fuentes de información, planteos de escenarios, simulación de resultados, alternativas a ofrecer, etc.
- **Realización de las entrevistas**
- **Reporte de las entrevistas:** se va formando un registro de entrevistas con los reportes y se prepara una síntesis de cada uno que se agrega en el mapa de relaciones institucionales.
- **Evaluación y retroalimentación:** el balance de la campaña debe servir para el diseño de otras futuras.

Seminario- Taller:

“Estrategias y Técnicas para la Optimización de Recursos Externos”

Parte 2: Gestión del Fundraising Local

Módulo II : Campaña de Fondos

Gracias!!

Expositor: Lic. Pablo Javier Zardini,
Consultor en Fund-Raising y Cooperación Internacional
Consultora Carlos Rios & Asociados
Buenos Aires - Argentina
www.consultedu.com.ar
pablo_zardini@consultedu.com.ar