

Seminario- Taller

“Estrategias y Técnicas para la Optimización de Recursos Externos”

Parte 2: Gestión del Fundraising Local

Módulo VII: Recaudación de Fondos On Line y el Crowdfunding

**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 Ríos & Asociados
Buenos Aires - Argentina
www.consultedu.com.ar
pablo_zardini@consultedu.com.ar



Mercadeo Virtual : ¿ qué mira un donante cuando entra a nuestra web?

- Quienes integran la Organización : Linked In
- Misión
- Programas
- Quienes son sus financiadores
- Mecanismos de Rendición de Cuentas
- Redes y foros de pertenencia



¿ Para qué sirve un sitio web institucional?

- Captar recursos
- Obtener voluntarios
- Generar contactos
- Difundir lo que se hace



Recaudación de fondos On Line: la importancia de la transparencia

- Antes de la donación: Qué se va a hacer con la donación solicitada:
cuantificarla en acciones: 5 niños atendidos durante un mes
- Después de la donación: Que se hizo con la misma
- Informes económicos periódicos publicados
- Cantidad de donantes que se sumaron en el período
- Construir una relación de confianza
- Clave: la gran donación no se realiza por web sino como resultado de una vinculación personal y la confianza



Recaudación de fondos On Line: la importancia de la transparencia

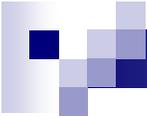
- Antes de la donación: Qué se va a hacer con la donación solicitada:
cuantificarla en acciones: 5 niños atendidos durante un mes
- Después de la donación: Que se hizo con la misma
- Informes económicos periódicos publicados
- Cantidad de donantes que se sumaron en el período
- Construir una relación de confianza
- Clave: la gran donación no se realiza por web sino como resultado de una vinculación personal y la confianza



**Recaudación de fondos On Line:
Algo Fundamental**

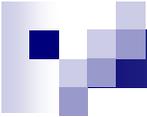
BASE DE DATOS:

***SIN ELLA ES MUY DIFÍCIL LANZAR
UNA CAMPAÑA***



Campaña de Recaudación de fondos On Line: Pasos

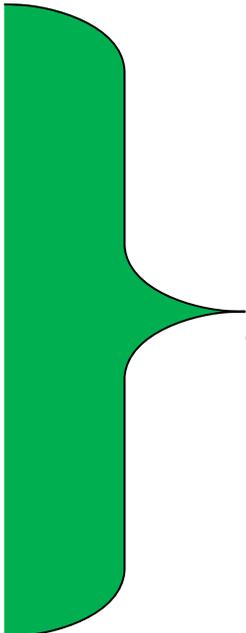
- 1. Incorporamos el soporte y los medios de pago**
- 2. Establecemos la causa y explicamos el programa**
- 3. Identificamos la audiencia: Públicos objetivos**
- 4. Proponemos una interacción (a través de los diferentes canales)
buscando forjar una relación de confianza**
- 5. Los invitamos a que se conviertan en donantes**
- 6. Agradecemos una vez que donaron y los mantenemos al tanto del
proyecto sin hostigarlos**



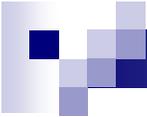
Campaña de Recaudación de fondos On Line: Innovación y Diferenciación

- 1. Vincular la campaña a fechas especiales o eventos de alto impacto mediático**
- 2. Celebraciones de años de la organización**
- 3. Fechas conmemorativas de los donantes:** *“ En el día de tu cumpleaños el mejor regalo que puedes hacerte es regalarte su felicidad... y mostramos la foto de un niño en la escuela riendo...”*
- 4. Campañas Emotivas**
- 5. Videos con onda**

Campaña de Recaudación de fondos On Line: La vinculación con los potenciales donantes

- 1. Facebook**
 - 2. Twitter**
 - 3. Newsletters**
 - 4. Canal youtube**
 - 5. Blogs**
 - 6. Instagram**
- 
- ¿Tenemos capacidad de respuesta?**

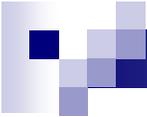
Cada medio que utilizamos es una ventana de vínculos a los que atender



Campaña de Recaudación de fondos On Line: La vinculación con los potenciales donantes

Cómo motivar al donante:

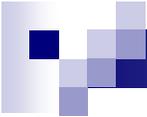
- Compartir la visión del proyecto y sus aspiraciones
- Contar hechos relevantes de los proyectos
- Personalizar historias e incorporarle emotividad
- Mostrar evidencia de resultados concretos
- Jamás discutir o tener una confrontación con el donante potencial: *si hay objeciones tomar el tiempo para analizarla y evaluar como modificar esa percepción negativa*
- Mantener una actitud de comprensión



Campaña de Recaudación de fondos On Line: La vinculación con los potenciales donantes

Cómo motivar al donante:

- Compartir la visión del proyecto y sus aspiraciones
- Contar hechos relevantes de los proyectos
- **Personalizar historias e incorporarle emotividad:** *el valor de una buena historia*
- **Testimonios de terceros:** *voluntarios o beneficiarios*
- Mostrar evidencia de resultados concretos
- **Jamás discutir o tener una confrontación con el donante potencial:** *si hay objeciones tomar el tiempo para analizarla y evaluar como modificar esa percepción negativa*
- Mantener una actitud de **comprensión**

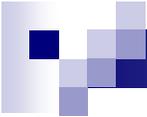


Campaña de Recaudación de fondos On Line: La vinculación con los potenciales donantes

¿ qué necesitamos saber de los donantes?

- Sus motivaciones, intereses y valores
- Saber que los moviliza a donar
- **Escucharlos y atenderlos: dedicarles tiempo!!**
- **Cuando hace la donación:** preguntarle porque dona. Clave: colgar la opción de compartirlo en Facebook. Efecto multiplicador!!

(Donaronline.org trae es opción)



Campaña de Recaudación de fondos On Line: Definición de la Audiencia o Público Objetivo

- **Generación Y :** 1981 -1995 (19 – 33 años) Nativos digitales hiperconectados. inspirados y apasionados. Quieren saber como se utiliza el dinero y quienes serán sus beneficiarios. Realizan donaciones on line. Clave: aplicación de donaciones en teléfonos móviles
- **Generación X:** 1965 – 1980 (34- 50 años). Padres de Familia interesados. Les interesa ver el impacto. Muchos donan a través de sus lugares de trabajo u on line
- **Baby Boomers:** 1946 – 1964 (51 – 69 años) Es el mayor porcentaje de donantes. Les interesa que la organización muestre los resultados.
- **Adultos:** Nacidos hasta 1945. Filantropía tradicional. Aportan vía telemarketing o en persona a la organización.



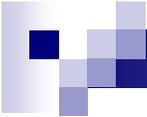
Campaña de Recaudación de fondos On Line: Abordaje del Público Objetivo

Segmentación de la Base:

- Diferente mensaje para cada audiencia
- Diversificar los canales de comunicación
- Considerar la locación geográfica

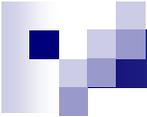
Puente hacia los donantes:

- Voluntarios
- Miembros del equipo



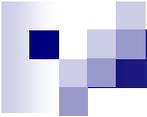
Campaña de Recaudación de fondos On Line: Retención de Donantes

- Agradecer cada donación efectuada
- Contarle lo que se hace con el aporte
- Llamar a cada nuevo donante una vez que realiza la donación
- Invitarlos a Eventos
- Escucharlos
- No atosigarlos
- Notas especiales: cuando se cumple un año de la donación
- Respetar el derecho a la intimidad de los que deseen



Campaña de Recaudación de fondos On Line: Retención de Donantes

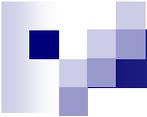
- Comunicaciones mensuales breves y concisas
- Informes de fin de año y un anexo con lo proyectado para hacer en el siguiente
- Generar confianza: invitarlos a los proyectos, mostrar en lo que se gasta el dinero, etc.
- Organizar club de donantes (con la ayuda de voluntarios):
 - ❖ Redes sociales / chats autónomas sin la participación de la ONG
 - ❖ Promover la organización de eventos sociales y deportivos



Campaña de Recaudación de fondos On Line: Análisis y Medición

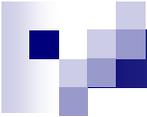
“Lo que no se mide no mejora”

- Web: Google analytics
- Datos Cuantitativos: N° de seguidores en cada medio, Cantidad de visitas, tiempo medio de duración de la visita, etc.
- Cualitativas: Formularios específicos o encuestas de valoración
- Medir el crecimiento de la suscripción a Newsletters
- Establecer objetivos de CP, MP y LP



Campaña de Recaudación de fondos On Line: Implementación de la estrategia

- Calendarización
- Cotejar recursos disponibles con los momentos más apropiados para lanzar la campaña
- Establecer un Presupuesto
- Definir objetivos de CP Y LP
- Designar responsables
- Creatividad y Pasión: llamar la atención
- Razonabilidad



Ultima Tendencia: El CROWFUNDING

Principales Portales de donación directa:

- **Kickstarter** es una plataforma de **Crowdfunding** para organizaciones sin fines de lucro, empresas, y particulares, que ya ha conseguido cinco millones de donantes. Creado en abril de 2009, este sitio ha conseguido [financiar 50.000 proyectos](#) con campañas que superaban el millón de dólares, aunque lo más habitual es financiar proyectos en torno a los 10.000 – 15.000 dólares.
- **Indiegogo** Este sitio permite crear una página destinada a la realización de una campaña de financiación concreta en la que el dinero se recauda a través de una cuenta de PayPal, estableciendo una lista de “extras” para los diferentes niveles de donación. Los usuarios utilizan las redes sociales para promover el proyecto a través de Facebook, Twitter y plataformas similares. Desembolsa los fondos inmediatamente, cuando las aportaciones se recogen a través de cuentas de PayPal del usuario. El sitio cobra una tasa de 4% por el éxito de las campañas.



Ultima Tendencia: El CROWFUNDING

Principales Portales de donación directa:

- Kiva.org es una organización que permite prestar dinero a pequeñas empresas o emprendedores de países en vías de desarrollo a través de Internet. Es una manera alternativa de conseguir un microcréditos evitando intermediarios.
- Goteo es una red social de financiación colectiva española. Una plataforma para la inversión de “capital riesgo”, en proyectos cuyos fines sean de carácter social, cultural, científico, educativo, periodístico, tecnológico o ecológico, que generen nuevas oportunidades para la mejora constante de la sociedad y el enriquecimiento de los bienes y recursos comunes.
- Crowdthinking es una “plataforma de apoyo colectivo para ideas, proyectos, empresas”. Financian todo tipo de campañas, se centran en la red de contactos para exponer tu negocio al mayor número de personas posibles.



Ultima Tendencia: El CROWFUNDING

Principales Portales de donación directa:

- **USEED** tiene como particularidad ser una plataforma de Crowdfunding para las instituciones de educación superior. Useed fue creada en 2011, con el objetivo de ayudar a los estudiantes de la Universidad de Delaware (UD) a recaudar dinero para iniciar negocios. El proyecto consiguió que los estudiantes crearon sus propias campañas de recaudación en línea para hacer realidad sus propios proyectos contando sus motivaciones de forma personal y logrando así movilizar a la gente..
- **Global Giving UK:** Es una de las plataformas de crowdfunding más antiguas, fue fundada en el Reino Unido y en la actualidad posee proyectos de todas partes del mundo.

Seminario- Taller

“Estrategias y Técnicas para la Optimización de Recursos”

Parte 2: La Gestión del Fundraising Local

Módulo VII: Recaudación de Fondos On Line

¡Gracias!

Expositor: Lic. Pablo Javier Zardini,
Consultor en Fund-Raising y Cooperación Internacional
Consultora Carlos Ríos & Asociados
Buenos Aires - Argentina



www.consultedu.com.ar
pablo_zardini@consultedu.com.ar