



Cómo conseguir fondos para mi asociación

Luna, 6 de abril





Había una vez...



Ahora... ¡Hablemos de **pasta!**



**¿Quiénes somos,
qué hacemos y
cómo conseguimos
(o intentamos conseguir)
fondos?**

1

La importancia de tener un plan



- **¿Qué queremos lograr? ¿Cuál es nuestro objetivo?**
- **¿Cuáles son nuestras "cartas" para jugar esta partida?**
- **¿A quién nos vamos a dirigir?**
- **¿Qué vamos a hacer para convencerles?**

¿Cuál es mi objetivo?

Es mucho más sencillo conseguir resultados cuando se diseñan acciones para fines concretos

No hay viento favorable para el que no sabe donde va.

—Séneca

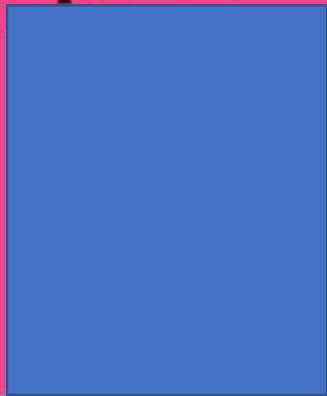
Echa un vistazo a los números y piensa bien cuánto necesitas conseguir y para qué



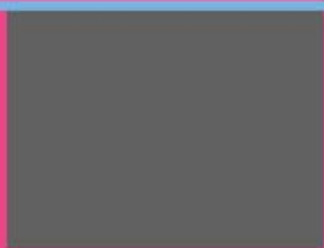
- Mezcla de realidad y optimismo
- Tener en cuenta lo primero los gastos que YA tengo y que necesito cubrir y los ingresos seguros con los que YA cuento.
- Después , pensar en qué me gustaría hacer y cuánto me costaría ponerlo en marcha.
- Finalmente, determinar cuánto necesito conseguir

*¿Y si consigo más?
El remanente*

Gastos para hacer lo
que me gustaría.
"Opcionales"



Ingresos a conseguir.
"Nuevos"



Gastos que ya tengo
"Obligatorios"



Ingresos que ya tengo.
"Seguros"



Mínimo a
recaudar

¿Trabajamos un poco?



- **Nos marcamos un objetivo.**

**Ahora que sabes cuánto necesitas conseguir y para qué podrías
empezar a pensar en acciones para conseguir esos fondos **pero**
antes...**

**¿Con qué cartas cuentas en esta partida?
Si las conoces seguro que puedes aprovecharlas mejor**



Analizo mi asociación



¿Trabajamos un poco?



- **Identificamos nuestros puntos fuertes**

Quizás pienses que ha llegado el momento de comenzar a pensar en qué podemos hacer, pero todavía queda un paso más...

¿A quién me dirijo?

Dependiendo de a quién me dirija adapto mis propuestas y mi discurso...



- Tengo en cuenta el análisis anterior para decidir a quién dirigirme.
- ¿El secreto? Pensar en **QUÉ PUEDO OFRECER** en lugar de **QUÉ VOY A PEDIR**

Regla de los círculos concéntricos en fundraising

Ir de lo más cercano a lo más alejado

Administraciones e
instituciones y empresas
fuera del territorio

Miembros
de la
asociación

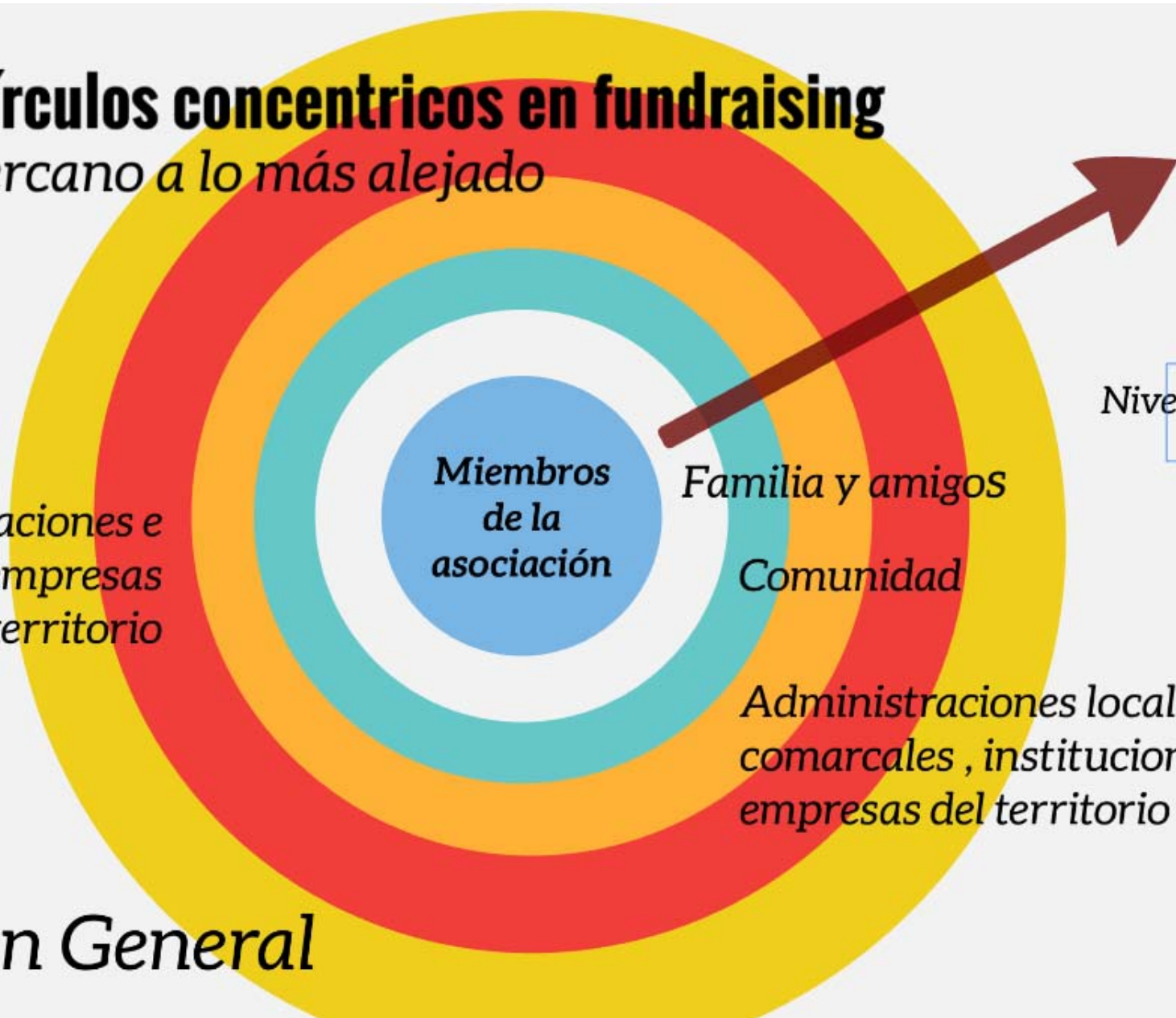
Familia y amigos

Comunidad

Administraciones locales,
comarcales, instituciones y
empresas del territorio

Nivel internacional

Sociedad en General



Algunos trucos...

- **Ponerme en la piel de quién me escucha. Si yo fuera él... (o ella)**
¿Qué me gustaría escuchar? ¿Qué me llevaría a tomar la decisión de apoyarme? ¿Qué es lo que me mueve? ¿Qué me motiva?
- **Interpretar siempre toda relación en clave de intercambio.**
- **No pido... Ofrezco / Vendo**
- **Las decisiones de “compra” se toman en función del “valor” de lo que se ofrece (las cosas no sólo tienen un valor económico... El peso de lo intangible)**
- **ESCUCHAR**

Una técnica...

Buyer Persona

JUAN PÉREZ

Informático, 28 años

DATOS DEMOGRÁFICOS

Vive en: Madrid
Sector profesional: Informática y TIC
Ocupación: Soporte informático
Nivel del cargo: Empleado
Nivel educativo: Universitario



LE MOTIVA

Que el producto que va a comprar le suponga una mejora en su estilo de vida, le aporte mayor comodidad por un precio razonable

LE DESMOTIVA

Que el proceso de compra sea demasiado largo o complicado

NECESIDADES

Ahorrar tiempo en las tareas del hogar sin demasiado esfuerzo

METAS Y DESEOS

Recuperar un mejor balance entre trabajo y vida personal para salir con sus amigos y volver a dedicarse a sus hobbies

GUSTOS Y AFICIONES

Los animales en general, las mascotas y las nuevas tecnologías

¿Trabajamos un poco?



- **Elegimos un público**

¡AHORA SÍ!
¡VAMOS A PENSAR QUÉ HACER!



¿Lo mejor? Acciones para cada tipo de público

TABLA DE ANÁLISIS

Fuente	Colaboración
<i>Miembros de la asociación y sus familias y entorno</i>	<i>Venta de productos (camisetas) o de entradas para eventos en su entorno, difusión...</i>
<i>Personas que acuden a las fiestas</i>	<i>Compra de camisetas, participación en eventos...</i>
<i>Ayuntamiento</i>	<i>Cesión de espacios, difusión, apoyo económico...</i>
<i>Empresas de la zona</i>	<i>Donaciones en especie, difusión...</i>
<i>Organizaciones más grandes de la comunidad</i>	<i>Presentación conjunta a convocatorias y proyectos de donantes más profesionalizados...</i>
...	...

+ cercano



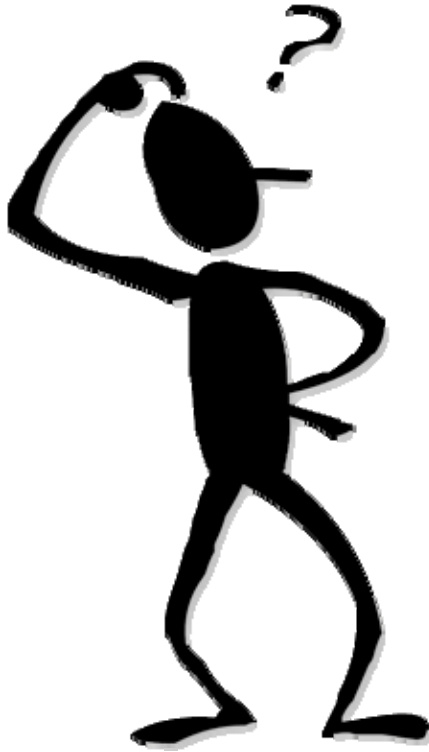
- cercano

¿Un café antes de seguir?



Las fuentes de financiación

(O... “Ok, pero... ¿de dónde saco el dinero?”)



- **Subvenciones públicas y privadas**
- **Las personas socias**
- **Las empresas**
- **Redacto un proyecto**
- **Creatividad al poder**

Las subvenciones.

Pueden ser públicas y privadas
Hay muchas más de las que puedas imaginar



- Suelen ser montos relativamente importantes.
- Se suelen repetir año tras año en fechas similares lo que te permite planificar.
- Te dan la oportunidad de pensar con tiempo qué presentar atendiendo a las prioridades de cada donante.
- Interés creciente por temas de desarrollo rural / despoblación,



- Suelen permitir pocos fondos para funcionamiento.
- La competencia es grande y a veces requieren de capacidades técnicas para formular los proyectos de la forma adecuada
- Pueden ser excesivamente complejas y tediosas de gestionar en el caso de ser concedidas.
- Exigen un trabajo previo de identificación y planificación.

Algunos consejos

- Dedicar tiempo (si puedes) a crear una base de datos de subvenciones, sencilla, que te permita planificar teniendo en cuenta lo que les puede interesar. Y recuerda, empieza por lo más cercano...
- ¡ No te cortes! Llama, pregunta, escribe a diferentes organismos públicos y privados.
- Hay vida más allá de lo público. Hay empresas con interesantes oportunidades para el mundo rural.
- “*Aprovéchate*” de las asociaciones y fundaciones más grandes... Sí... Saben mejor dónde acudir y cómo presentar propuestas y a veces les falta presencia en el territorio.
- La unión hace la fuerza. Busca otras asociaciones en tu territorio o en territorios cercanos y unir fuerzas para presentar proyectos conjuntos. Esto es algo que encanta a los financiadores.
- Dedicar tiempo a preparar diferentes propuestas. **LA CARTERA de PROYECTOS**

Algunos recursos

- <https://www.ayudas-subvenciones.es/entidades-sin-animo-de-lucro>
- <https://obrasociallacaixa.org/es/pobreza-accion-social/convocatorias-sociales/convocatorias-generales/accion-social-en-el-ambito-rural>
- <https://www.fundacionedp.es/es/edp-solidaria/>

Las personas socias

Son la fuente más estable y más sostenible de una asociación

- ¿Los estoy “cuidando” lo suficiente?
- ¿Les doy lo suficiente las gracias?
- ¿Les implico? ¿Les rindo cuentas?
- ¿Sé por qué son socios? ¿Qué les mueve a serlo?
- ¿Sé por qué se implican/ no se implican? > ¿Qué tal una encuesta?
- ¿Sabías que la mejor manera de encontrar nuevos socios son tus socios actuales?
- ¿Pongo en marcha actividades sólo para ellos que les supongan un valor añadido por ser socios?
- ¿Cuánto aportan al mes/año? ¿Podrían aportar más?
- Recuerda la ley de “los círculos concéntricos”...

Las empresas

Un actor cada vez más importante... ¡Mira a tu alrededor!

- ¡Ojo, no todo es dinero! Busca otras formas de colaborar (Productos solidarios, voluntariado, donaciones en especie...)
- Piensa en qué necesita la empresa... ¿Más clientes? ¿Explorar nuevos mercados? ¿Mejorar su imagen? ¿Dar a conocer algún producto o servicio? ¿Hacer que su personal se implique?

PONTE EN SU LUGAR

- Nunca pienses que estás pidiendo, piensa que estás ofreciendo oportunidades.
- Siempre es más fácil que presten apoyo para temas o proyectos concretos
- Habla su idioma (beneficio, rentabilidad, valor, compromiso de los empleados...)
- Antes de nada... Investiga... El conocimiento es poder
- Si no consigues que te reciban... ¡¡¡Acude dónde estén!!!!
- Prepara tu “elevator pitch”



Trucos...

Proponer algo relacionado con su modelo de negocio siempre funciona mejor

Los días mundiales, una oportunidad para aprovechar: <https://bit.ly/2DUQVCu>



Ejemplos para inspirarnos



POR QUÉ LO LLAMAN FRUTA CUANDO
QUIEREN DECIR SALUD

Ejemplos para
inspirarnos

A close-up, slightly blurred photograph of a person's hand holding a black pen, poised to write on a white sheet of paper. The background is dark and out of focus. Overlaid on the top half of the image is the text 'El primero fue un compañero' in a large, white, sans-serif font.

**El primero fue
un compañero**

Redacto un proyecto

Este tema da para un taller completo pero podemos establecer una cuantas pautas...

- **Un proyecto no es el Quijote. No te pases. Utiliza frases cortas y sencillas. Ve al grano.**
- **Empieza con un dato impactante, o la presentación de un problema de forma muy esquemática. Piensa que es la manera de llamar la atención.**
- **Sigue con una BREVE presentación de tu asociación. Dónde está. Quién la forma. Dale un toque humano.**
- **Explica el problema al que quiere dar respuesta el proyecto. DATOS. No te bases en afirmaciones genéricas.**
- **Explica qué solución es la más apropiada.**
- **Explica QUÉ VAS A LOGRAR con el proyecto (habla en términos de impacto...)**
- **Explica qué vas a hacer para lograr esa solución (actividades)**
- **Explica qué necesitas y acredita por qué**

Creatividad al poder

“Si siempre haces lo que siempre has hecho, siempre obtendrás lo que siempre has obtenido”



Rifas originales
¡Implica las empresas
y al entorno!



Retos



Subastas silenciosas



Productos
¿Por qué no con un
concurso?

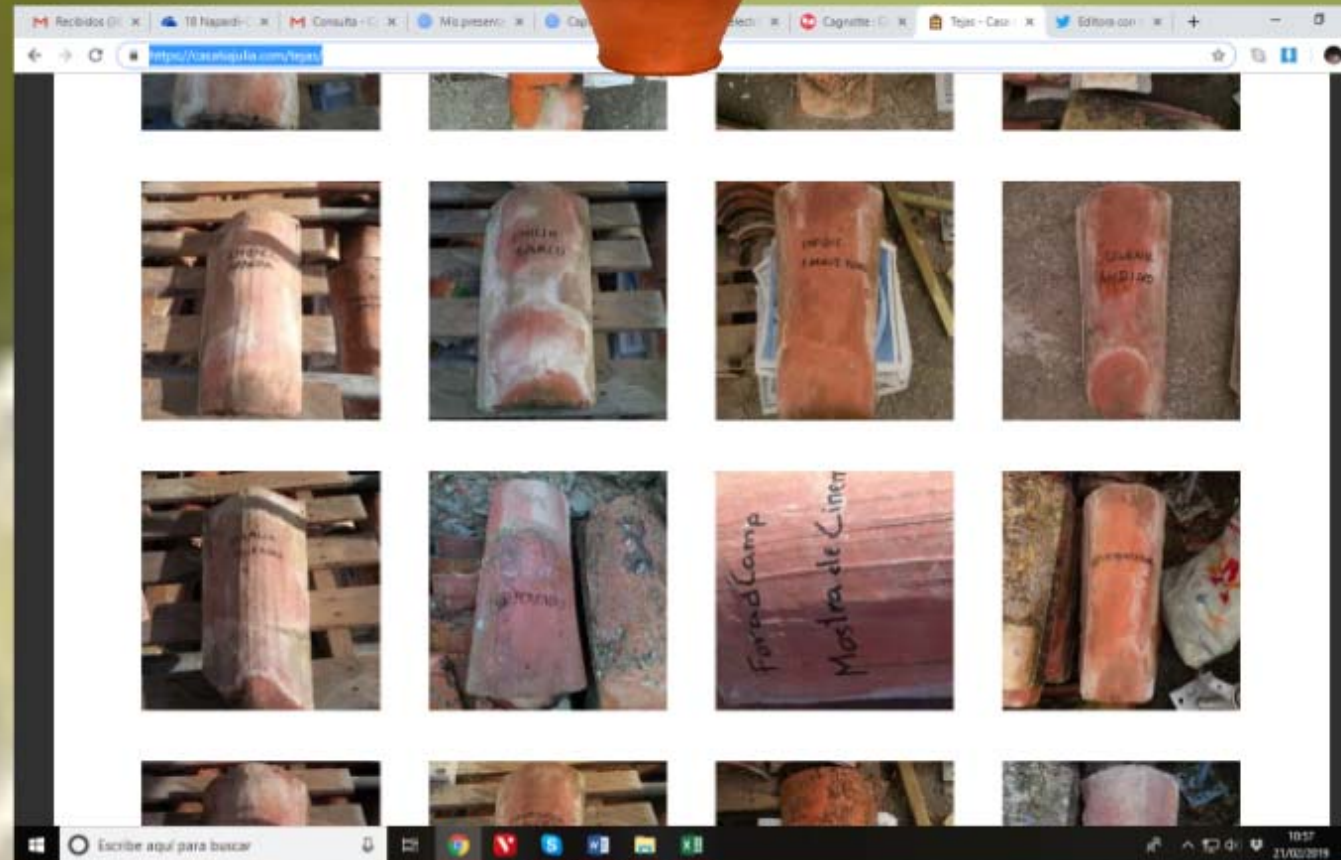
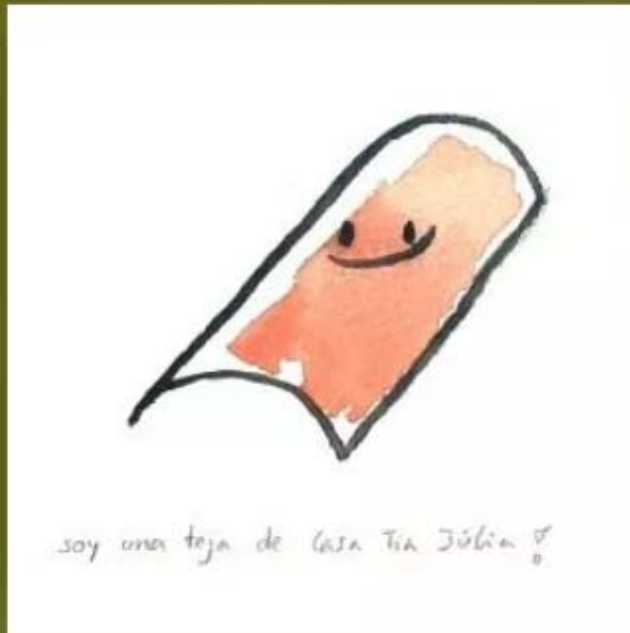
Eventos... A pensar...

- Paseatón
- Fiesta temática
- Concursos "raros"
- Concursos de tapas.
- Carrera de sacos
- Carrera de patos de goma...

Casa Tía Julia (Soria)

Amadrina una teja

<https://casatiajulia.com/tejas/>



¿Trabajamos un poco?



- 1,2,3...¡A captar!

La importancia del STORYTELLING en la captación de fondos

**Nunca olvides el poder de una buena historia.
Permite a tu público identificarse con el propósito de tu
asociación**

ELEMENTOS DE UNA BUENA HISTORIA

- **PASIÓN**
- **PROTAGONISTA**
- **“MALO”**
- **PUNTO DE INFLEXIÓN-CLÍMAX**
- **DESENLACE:** la solidaridad, la donación económica, la participación y lo que pueden lograr...

- No es lo mismo decir: “Una vacuna contra la malaria cuesta un euro”.
- Que decir: “Con un euro puedes salvar la vida de una persona vacunándola contra la malaria”.
- O decir: “Hoy Yamira sueña con estudiar medicina tras comenzar su tratamiento contra la malaria gracias al euro a la semana que donaste”



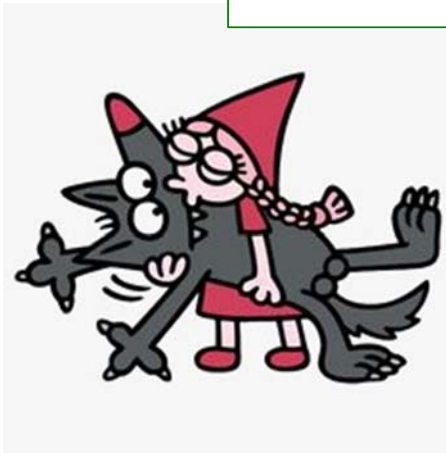




¿Trabajamos un poco?



- **Contamos una historia**



3

Bonus

Sea cuál sea el donante... Sea cuál sea la cantidad...

RENDICIÓN DE CUENTAS Y AGRADECIMIENTO



Recuerda... Es más fácil que te apoye quien ya te ha apoyado y quedó satisfecho con lo que recibió...

SIEMPRE HAY UN RAZÓN POR LA QUE HACEMOS LAS COSAS... TAMBIÉN PARA DONAR O COLABORAR CON UNA ORGANIZACIÓN. SENTIRNOS BIEN Y SENTIR QUE LO QUE HEMOS APORTADO HA SERVIDO PARA ALGO ES LA PRINCIPAL

La captación de fondos online. Un mundo por explorar



LO ÚNICO
IMPOSIBLE
ES AQUELLO
QUE NO
INTENTAS

**Y SI EL PLAN A FALLA...
RECUERDA QUE HAY 26 LETRAS
EN EL ABECEDARIO...**



- info@camaleoproject.org
- angela@camaleoproject.org
- 699.46.72.78
- www.camaleoproject.org