

Guía Estratégica de

# Fundraising para Organizaciones No Lucrativas

MÁRKETINGINCLUSION

# Índice de contenidos

Introducción .....	3
1. Por qué la gente realiza donaciones a una Organización No Lucrativa.....	5
2. Elegir al equipo correcto para la captación es fundamental.....	8
3. De qué recursos dispone vuestra Organización No Lucrativa .....	10
4. Centraros en las personas que ya apoyan vuestra misión .....	13
5. Las formas de captar donaciones más eficientes .....	16

## Introducción

---

Son muchas las Organizaciones No Lucrativas, en particular las más pequeñas, que desarrollan su misión sin un plan de recaudación de donaciones. Cuando un miembro del equipo tiene una idea para un evento o una campaña de recaudación de fondos, simplemente se organiza una reunión o reúnen a un grupo de voluntarios y buscan formas de recaudar fondos: envían alguna carta, algún email, organizan un pequeño evento y otras acciones que más que recaudar fondos, lo que hace es gastar recursos y cuando la cuenta bancaria está en números rojos, entran a menudo en pánico y empiezan a buscar otras alternativas también poco estables, como las subvenciones, sin tener mucho éxito.

Definitivamente esta no es la mejor forma de llevar a cabo un programa de Fundraising (recaudación de fondos).

¿Cómo podemos evitar el estrés, el gasto de recursos y el poco éxito? Sin duda, la mejor forma es teniendo un plan de acción de recaudación de fondos por escrito. No importa como de pequeña sea tu Organización o cómo de estructurada esté, la solución es llevar al papel dicho plan. Un plan por escrito te permitirá

concentrar tus esfuerzos, planear el calendario anual y darte una orientación sobre las estrategias y acciones a llevar a cabo.

# 1. Por qué la gente realiza donaciones a una Organización No Lucrativa

## Ganas de ayudar

El altruismo es una de las principales razones por las que la gente dona. A las personas les gusta ayudar a otros en sus comunidades y también en el resto del mundo.

Algunas personas son más proclives a apoyar sólo las Organizaciones No Lucrativas de una comunidad local o de su ciudad, mientras que a otras les gusta realizar aportaciones a ONL más grandes y que actúan en otros países. Por ello es crucial conocer a nuestro Donor Persona, es decir, a nuestro donante ideal. Saber quién es nuestro público nos ayudará a dirigirnos mejor a él y ser más efectivos.

**El deseo de ayudar a los demás es uno de los factores principales a la hora de donar.**

## Satisfacción interna

Algunos donan porque se sienten bien consigo mismos. Cuando las personas ayudan a los demás es natural que se genere un alto nivel de satisfacción personal, motivándolos a volver a donar en el futuro.

## Entorno Social

En este grupo se engloban aquellas personas que realizan una donación a una Organización No Lucrativa debido a que sus amigos, familiares o compañeros de trabajo lo están haciendo. Donan por la presión del grupo.

Aun así, nadie dona únicamente porque su mejor amigo lo haga; está donando por varias razones y ese entorno social o la presión puede ser uno de los detonantes.

## Impulsividad

A veces, una persona decide realizar una donación por puro capricho.

Por supuesto, esto no sucede todo el tiempo, pero algunos datos demográficos arrojan que son más propensos a donar en lo que parece ser al azar. A veces, la gente simplemente se siente generosa y quiere hacer una donación.

## Reconocimiento

Algunos donantes simplemente les gusta la atención que viene de la donación. Esto puede ser una empresa que busca la exposición o que lo tiene incluido en su plan de Responsabilidad Social Corporativa, pero también puede ser un individuo que le gustan los eventos, el nombre del proyecto y la publicidad que puede venir de hacer una donación.

## Incentivos fiscales

Una donación a una organización sin ánimo de lucro podrá conceder a un donante una deducción de hasta un 75% en su declaración de la renta, en el caso español. De ahí, que muchas organizaciones utilicen este argumento para captar más donaciones.

### **Donación Deducible Impuestos - Descubre Ventajas Fiscales**

**Anuncio** [www.misionessalesianas.org/Colabora/IRPF](http://www.misionessalesianas.org/Colabora/IRPF) ▼

Te puedes desgravar hasta el 75% de tu aportación. Colabora con Misiones.

Presencia en 135 Países · Fundada en 1875

## 2. Elegir al equipo correcto para la captación es fundamental

Aunque la misión de la recaudación de donativos debería estar presente en toda la Organización (esto no quiere decir que tengamos que ir con huchas por el barrio), al final y siendo lo más práctico es que determinemos el personal necesario que llevará a cabo esta labor en particular. Este equipo debería contar con una combinación de profesionales y alinearlos al plan estratégico de la Organización.

Los roles de este equipo pueden variar, desde lo generalizado a lo más específico. Puede que cuentes con personas muy cualificadas para determinadas acciones, pero que no termine de encajar en la totalidad de la campaña.

Las funciones del equipo de recaudación de donaciones incluyen entre otros a:

- Realizar una investigación inicial
- Generar y mantener un listado de prospectos
- Creación de mensajes, materiales y recursos para la difusión
- Creación de informes
- Enviar mensajes de agradecimiento

Si no se cuenta con todo el personal necesario, siempre podéis delimitar tareas o acciones a personas externas a la Organización, como autónomos o incluso agencias.

A continuación definimos una serie de perfiles que pueden servir como línea de actuación:

### Dirección Ejecutiva – Junta Directiva

La dirección ejecutiva o la persona de máximo gobierno de una Organización No Lucrativa es la persona de contacto encargada de la recaudación de donativos de la organización.

Debería ser esta persona, ayudada por la Junta Directiva, quien por lo general solicite donativos a los principales donantes y forme alianzas corporativas.

### Voluntarios

En muchas ocasiones, los voluntarios de una ONL pueden participar en el proceso de recaudación de fondos.

Pueden animar a que sus amigos y familiares contribuyan con una donación.

### 3. De qué recursos dispone vuestra Organización No Lucrativa

Este paso es crítico y fundamental para la planificación, ya que determinaremos con qué recursos contamos para poner en marcha nuestro plan de captación de donaciones.

A continuación se muestran algunas preguntas que te ayudarán a determinar tus objetivos:

- ¿Qué programas muestran mejor nuestra experiencia, profesionalidad y dedicación al área en la que trabajamos?
- ¿Qué pasa con nuestra organización, su liderazgo, su misión, sus seguidores?
- ¿Qué audiencias tiene nuestra Organización y que problemas aborda?
- ¿Qué conexiones (si es que hay alguna) tenemos para influir en nuestra comunidad, en los medios de comunicación y en nuestra junta que podemos aprovechar para ampliar nuestro alcance?
- ¿Cómo podemos movilizar mejor y capacitar a nuestros voluntarios, personal y partidarios para que sean trasladen el mensaje correcto?

Además de estas preguntas, también es interesante que conozcas lo que vas a necesitar de las siguientes áreas:

- Objetivo monetario

Un objetivo monetario global le da a tu ONL la dirección y la capacidad para crear una estrategia para sus diferentes métodos de recaudación de donativos.

Además, se deben establecer objetivos individuales para las campañas específicas que se ejecutan a lo largo del año. Tener una meta específica en mente va a motivar a los miembros del personal y a los voluntarios.

- Presupuesto

Vas a tener que invertir para poder recaudar donaciones. No importa qué tipo de recaudación de fondos elijas, la ONL tendrá que pagar ciertos costes básicos como el tiempo del personal, acciones, materiales de marketing y otros costes asociados.

Una Organización No Lucrativa siempre debe tener un presupuesto global, pero cada una de sus campañas debe tener su propio presupuesto detallado también.

- Voluntarios

Independientemente del tamaño de la organización, es probable que tengas voluntarios para ayudarte a ejecutar ciertos esfuerzos en la recaudación de donaciones, ¡aprovéchalos!

Los voluntarios son un componente esencial de la recaudación de fondos en cualquier Organización No Lucrativa.

- Elementos de marketing

Tendrás que transmitir tu mensaje acerca de la recaudación de donaciones que la organización ha elegido a través de medios digitales. Lo que significa que necesitarás materiales de marketing.

Puedes utilizar métodos tradicionales e imprimir folletos, carteles, pero también puedes ir al terreno online y crear gráficos atractivos para las redes sociales, el correo electrónico y las entradas en el blog.

- Investigación

Lleva a cabo una investigación inicial de aquellas personas que ya os hayan donado puede ser crucial para el éxito de vuestra campaña. Quizás tengáis donantes que hayan aportado cantidades significativas y que probablemente quieran repetir.

Puedes tomar decisiones más acertadas con la investigación inicial, apoyando tus acciones en datos del pasado que hayan sido positivos para la Organización.

## 4. Centrarnos en las personas que ya apoyan vuestra misión

Lleva a cabo una estructuración de aquellas personas que ya os apoyan con las siguientes bases:

- Empleados y Junta Directiva o Patronato

Los empleados de tu Organización No Lucrativa y la Junta Directiva son las personas más cercanas y más involucradas en la organización y pueden moverse para proporcionar valiosas contribuciones (monetarias o de otro tipo) al plan de recaudación de fondos.

Sin embargo, hay una trampa. A fin de tener un buen desempeño, estos partidarios necesitan una preparación cuidadosa porque aunque están cerca de su organización, pueden no saber cómo trasladar el mensaje en el contexto de la campaña.

Pasa tiempo desarrollando puntos de conversación y estrategia para uso interno, especialmente si planeas recibir ayuda por parte de los miembros de la junta directiva y el equipo.

- Voluntarios + Donantes Actuales

Los voluntarios además de ayudaros desempeñando tareas, seguro que también pueden ayudaros con aportaciones económicas.

Recopila historias de los voluntarios, comparte la increíble dedicación que muestran para sostener el trabajo de la organización y pídeles su ayuda para que sigan defendiendo la causa y para que motiven a más personas a hacer lo mismo.

- Tus redes de contactos

En lugar de ver a otras organizaciones sin fines de lucro como la competencia, desarrolla maneras de aprovechar estas afiliaciones, escribir contenido en su sitio web como colaborador os dará mayor visibilidad al tiempo que os ayuda a promocionar campañas específicas.

- El público en general

Ciertamente no se debe considerar al "público en general" como una audiencia válida para transmitir el mensaje, pero eso no quiere decir que no lo aprovechemos y que la campaña también llegue a otras personas que no están en nuestra base de datos.

Una vez que hayas considerado a todas tus otras audiencias, tu equipo debería decidir cómo abordar a este grupo tan variado y extenso.

Desde aquí, toma tiempo y dedicación a segmentar tus listas de correo electrónico en grupos de donantes (donantes nuevos, donantes anuales, asistentes a un evento de recaudación de fondos, etc.) y considera los pasos que deseas que estos grupos lleven a cabo (actualizar, renovar, suscribirse, etc.).

## 5. Las formas de captar donaciones más eficientes

Las donaciones individuales representan casi tres cuartas partes de todas las contribuciones a Organizaciones No Lucrativas.

A continuación mostramos las cuatro formas más populares para recaudar fondos a particulares.



## Donaciones por correo postal

### ¿Qué son las donaciones por correo postal?

Normalmente el público objetivo para realizar estas donaciones es un público mayor, acostumbrado a este tipo de formato.

### ¿Por qué son importantes?

Las donaciones por correo postal, permite establecer una conexión más personal entre el potencial donante y tu Organización.

Normalmente este público objetivo, se siente más cómodo en el envío de un cheque o con una domiciliación bancaria antes que realizando una donación por internet.

### Mejores Prácticas

- Envía las cartas sólo a aquellos donantes que han respondido en el pasado o que creas que van a donar. No vale la pena invertir tiempo y dinero en personas no cualificadas.
- Si sólo incluyes texto, no conseguirás gran cosa. Incluye fotos de las personas a las que tu ONL ayuda.
- Recuerda incluir la dirección de tú ONL para que te envíen el cheque o bien el método de donación escogido.



## Donaciones Online

### ¿Qué son las donaciones online?

Las donaciones online son contribuciones que hace un donante a través de un sitio web. La donación online ha aumentado en los últimos años debido a la facilidad de la donación.

### ¿Por qué son importantes?

Debido a que la mayoría de los donantes están en la web buscando información sobre organizaciones, una página web que admita donaciones es muy conveniente para la recaudación de fondos.

### Mejores Prácticas

- Un formulario sencillo. Los potenciales donantes, no tienen porqué rellenar varios campos necesarios y hacer muchos clics a través de más de una página para dar con tu formulario. El proceso de donación tiene que ser muy sencillo.
- Mantén la coherencia. Si la página de donaciones no tiene nada que ver con el resto del sitio web, los donantes creerán que es sospechoso y abandonarán el proceso. Incluye los mismos colores y fuentes que el resto de tu sitio.
- Protege los datos del donante. Tu sitio web debe tener un certificado válido (https) y una pasarela de pago segura como PayPal o Stripe.



## Donaciones en eventos

### ¿Qué son?

Las donaciones de eventos son contribuciones que se realizan durante un evento de recaudación de fondos como una fiesta o una maratón.

Dependiendo del tipo de evento, las donaciones pueden venir de distintas formas. Por ejemplo, durante una subasta, como pujas, mientras que en una fiesta, los donantes pueden participar en un rastrillo benéfico.

### ¿Cómo empezar?

En primer lugar, decidir qué tipo de evento vais a realizar. La planificación y ejecución de un evento de recaudación de fondos no es una tarea fácil y la mayoría de ellos requieren meses, si no un año, de preparación.

Planificar cómo vais a pedir donaciones durante el evento. El método que elijas dependerá probablemente del tipo de evento que realicéis.

### Mejores Prácticas

- Si sois pequeños o nuevos, puede que no sea buena idea organizar un gran evento ya que os costará más dinero de lo que captaréis. Empezar poco a poco y planificar eventos que den dinero y sean atractivos.
- Llamar a la acción durante el evento. Los donantes no sabrán que pueden donar durante el evento a menos que se lo digáis. Promover activamente cualquier herramienta de donación que uséis y aseguraros de que los asistentes sepan cómo llevar a cabo la donación.



## Donaciones Recurrentes

### ¿Qué son?

Las donaciones recurrentes son contribuciones que un donante elige hacer sobre una base regular.

Por lo general, son donaciones mensuales o trimestrales, pero pueden hacerse semanalmente.

### ¿Cómo empezar?

Si quieres animar a los donantes a hacer contribuciones periódicas, debes configurar tu página de donación para aceptar este tipo de donaciones.

### Mejores Prácticas

No todos los donantes van a querer donar mensualmente. Y algunos querrán donar una vez a la semana. Asegúrate de incluir opciones para satisfacer todas las preferencias.

Explicar el impacto de las donaciones recurrentes Si los donantes ven la importancia que tienen sus contribuciones ordinarias, serán más propensos a la donación de manera recurrente. Explica a los donantes que si bien una contribución podría hacer una diferencia, las donaciones múltiples podrían ayudar a tu causa aún más.

Que sea fácil de cambiar o cancelar. Un donante puede encontrar que una donación recurrente no funciona para ellos o pueden querer aumentar su donación cada mes. Cualquiera que sea el caso, el proceso para modificar o cancelar una donación recurrente debe ser simple.



Somos Marketeros con una misión:  
Ayudar a las Organizaciones No  
Lucrativas con el Marketing Digital.

Auditamos el estado de tu ONG en internet y  
te enviamos un informe de mejora.

[Solicitar](#)

MÁRKETINGINCLUSION