



**INNOVACIÓN**

**Taller**

**“Diseña tu plan de Procuración de Fondos”**

7 de noviembre 2024

# Taller

## “Diseña tu plan de Procuración de Fondos”

Mónica Manzanilla CFRE

7 de noviembre 2024

  
Innovación



## Taller “Diseña tu plan de Procuración de Fondos”

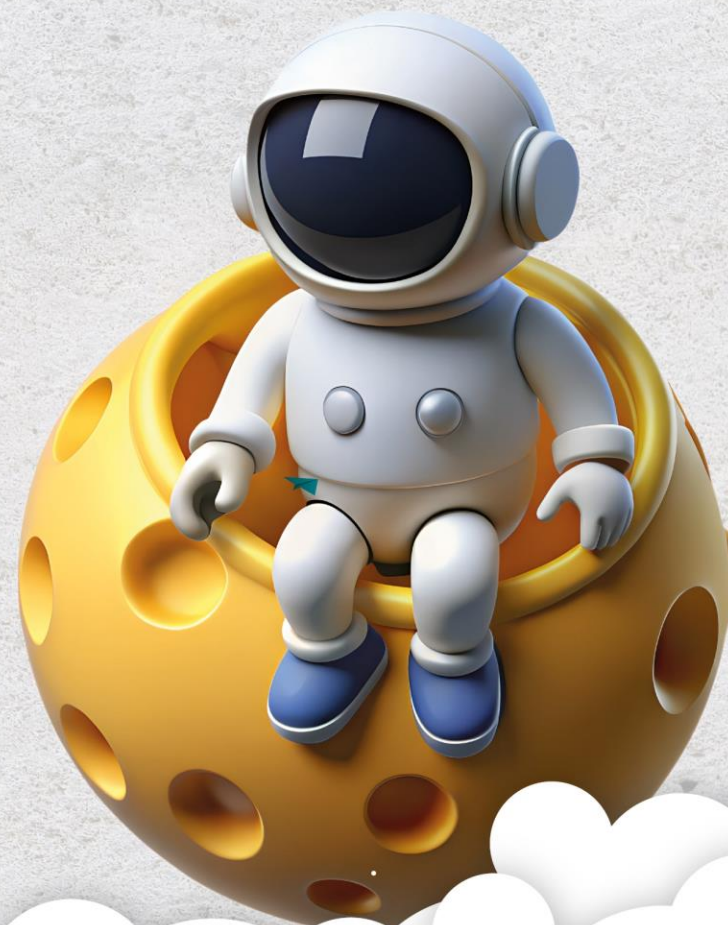
- 19 años de experiencia en Procuración de Fondos
- Instituto Nuevo Amanecer, Monterrey, N.L.
- Cruz Roja Mexicana, N.L.
- Universidad de Monterrey
- CETYS Universidad, Baja California.
- Major Gift Officer & Major Gift Manager
- CFRE / Certified Fund Raising Executive ( Única Mexicana)
- Voluntaria, Consejera y Consejera de diversas ongs.



**Mónica Manzanilla CFRE**  
7 de noviembre 2024



INNOVACION



# Definición de Procuración de Fondos



**Función planeada y estructurada dentro de una organización para la obtención de recursos filantrópicos.**

# El éxito en la procuración de fondos consiste en:

**Invitar a alguien a  
invertir en la causa  
adecuada,**

- ... en el momento adecuado
- ... al prospecto adecuado
- ... la cantidad adecuada
- ... en la forma adecuada
- ... con el solicitante adecuado
- ....con el agradecimiento adecuado
- ....con el seguimiento adecuado

## ¿ Por qué donamos?

1

Urgente

2

Pertinente

3

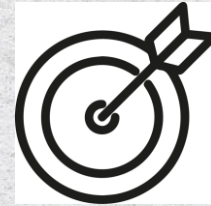
Importante para mi.

INNOVACION

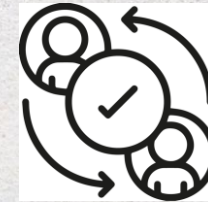


# Elementos de un plan de Procuración de Fondos

**1 Diseñar la Estrategia**



**2 Administrar las Relaciones**



**3 Equipo y Herramientas**



# Para Diseñar la Estrategia:

- Caso Filantrópico
- Definir necesidades, tiempos y metas.
- Estructura en las estrategias de donación.
- Donativos de Impacto (MG)
- La Campaña de Comunicación.
- Construir una mezcla de donantes.
- Segmentación de prospectos y donantes

# ¿Qué es el caso filantrópico?

El caso filantrópico es el mensaje, la historia que compartimos sobre la organización y el propósito de la procuración,  
es conciso en cuanto a las necesidades y las metas.

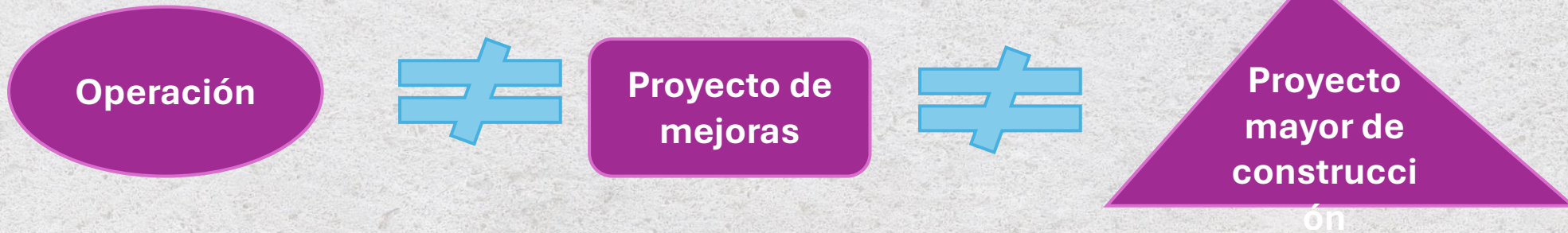
Explica por qué es un **propósito pertinente e inspira a donar.**

## Es Efectivo cuando:

- ✓ Indica una necesidad
- ✓ Propone estrategias
- ✓ Identifica quién se beneficia
- ✓ Demuestra competencia organizacional
- ✓ Especifica los recursos necesarios
- ✓ Explica cómo donar
- ✓ Explica los beneficios de hacer una donación

# ¿Cuáles con las metas?

1. ¿ Para qué estamos buscando recursos de la comunidad?



1. Necesidades: Presupuesto actualizado y realista
2. Tiempos de campaña y tiempos de recibir donativos.
3. ¿El proyecto tiene potencial filantrópico? ¿ En qué porcentaje?

# Estructura de las estrategias de Procuración



- ¿Qué meta espero de cada estrategia?
- ¿Cuánto tiempo y recursos estoy invirtiendo en cada una?
- ¿Qué perfil se requiere para atender a cada uno?
- Los prospectos de cada estrategia son deferentes, pueden coincidir por excepción
- ¿Cuál es la rentabilidad de cada estrategia?
- ¿Cuál es la expectativa de rendición de cuentas?

# Estrategias de Procuración de Fondos

## Donantes impacto

Major Gift



Es la mejor práctica en USA para Universidades, Hospitales y Museos



Tiene mayor ROI - Rentabilidad que cualquier otra estrategia.



Genera un vínculo de largo plazo con los donantes.



"Accountability" – Efectividad y rendición de cuentas en la operación de Procuración de Fondos.

## Eventos

### Beneficios

- Posicionamiento
- Prospectos
- Procuración de fondos
- Investigación - Inteligencia de información.

### Riesgos

- No tener la rentabilidad esperada
- Inversión en tiempo y talento
- Desgaste del equipo
- Costo de oportunidad
- Curva de aprendizaje y posicionamiento.

### Indicadores de evaluación

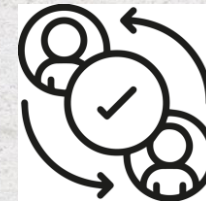
- Rentabilidad / ROI
- Número de asistentes
- Impacto en medios de comunicación
- Conversión de prospectos a donantes

# Elementos de un plan de Procuración de Fondos

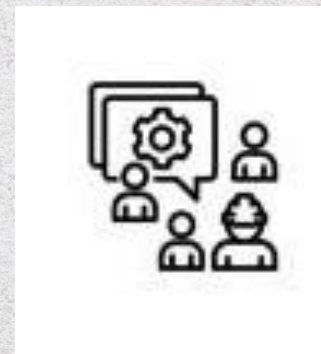
**1** Diseñar la Estrategia



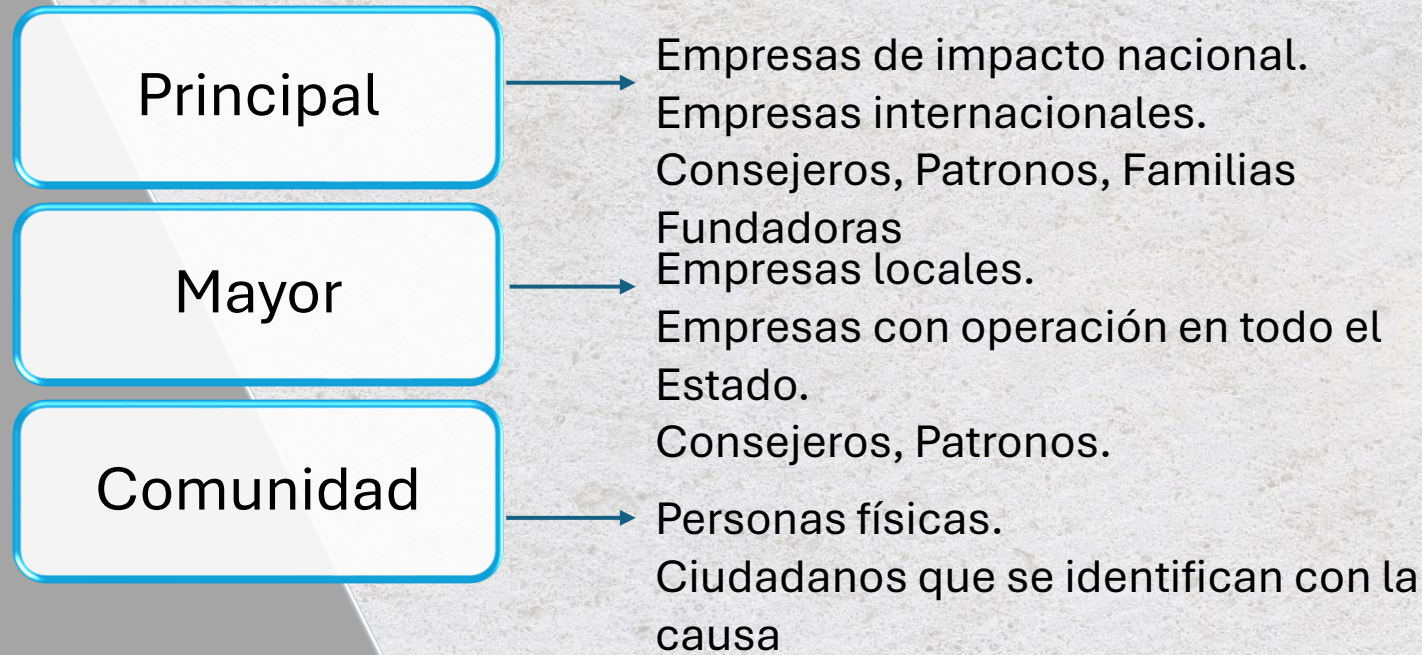
**2** Administrar las Relaciones



**3** Equipo y Herramientas



# ¿Cómo nos relacionamos con nuestros prospectos y donantes?

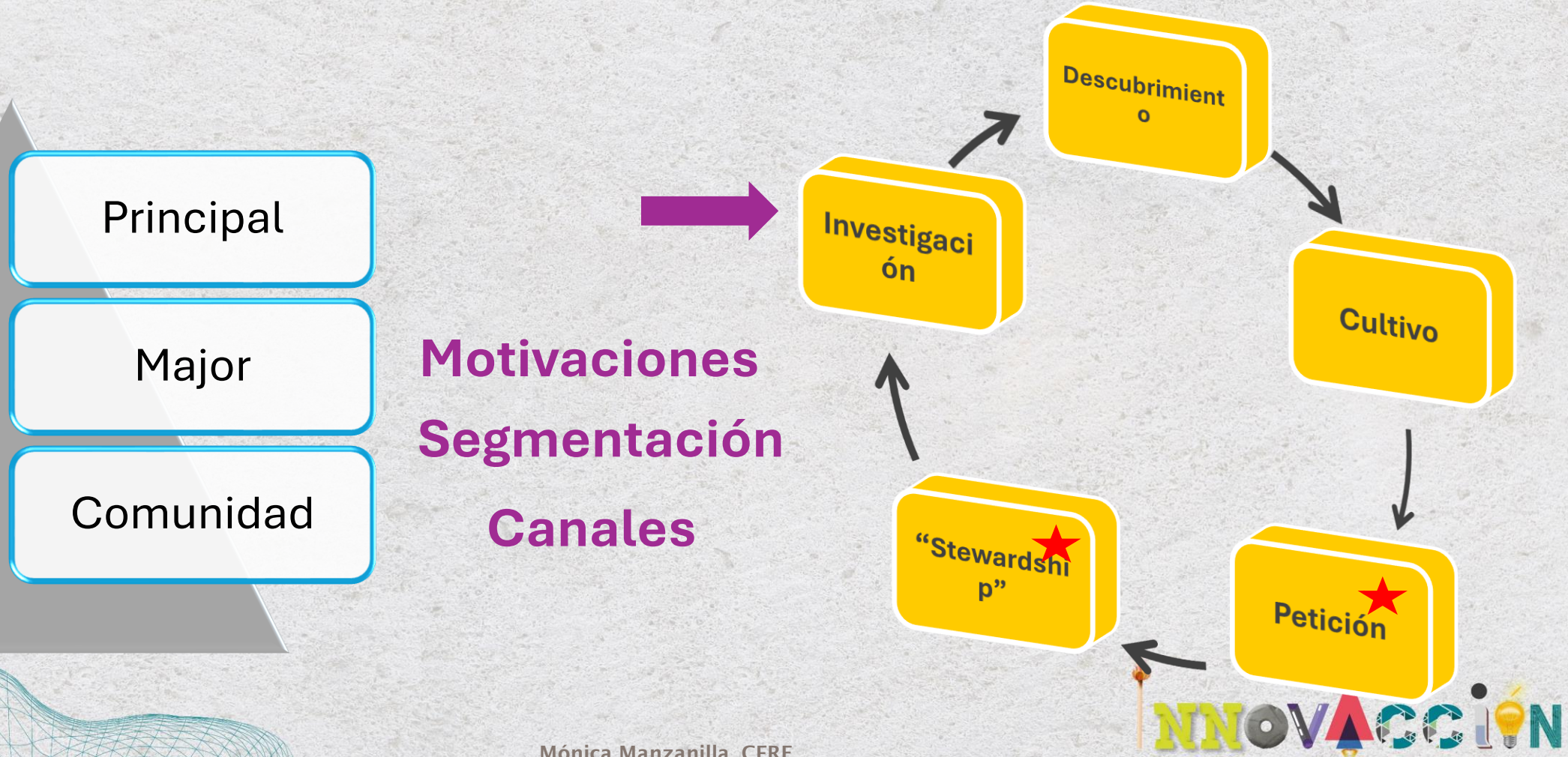


**Motivaciones**

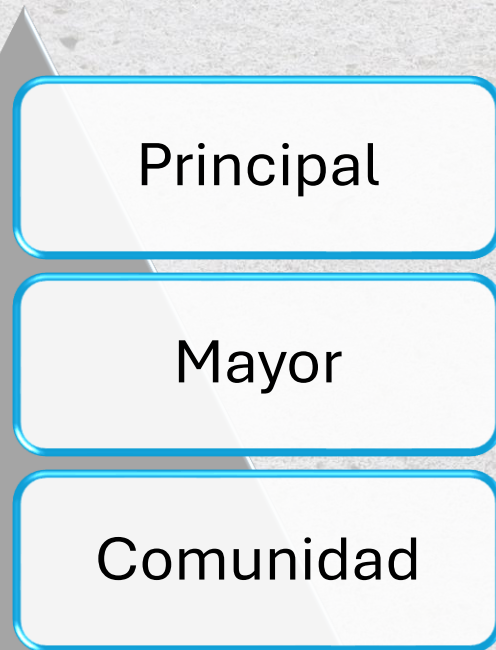
**Canales de comunicación**

**Segmentación**

# ¿Cómo nos relacionamos con nuestros prospectos y donantes?



# ¿Cómo nos relacionamos con nuestros prospectos y donantes?



# Donantes	Atención
10 / 10%	50%
40 / 40%	30%
100	20%

## Criterios de segmentación

- Monto anual de donación
- Monto de donación histórica
- Número de donaciones.
- Vinculación
- Potencial
- Grado de engagement

# ¿Cómo nos relacionamos con nuestros prospectos y donantes?

## Engagement : Vinculación afectiva

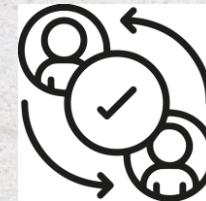


# Elementos de un plan de Procuración de Fondos

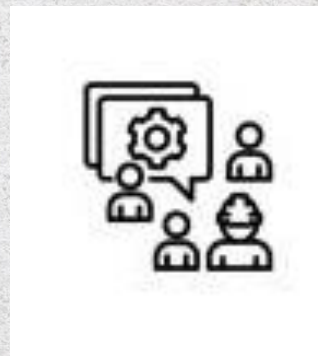
**1 Diseñar la Estrategia**



**2 Administrar las Relaciones**



**3 Equipo y Herramientas**



# Equipo y Herramientas en la procuración de Fondos

- Identificar talento, capacidades y entrenamiento.
- Funciones, procesos y métricas.
- CRM funcional para administrar las relaciones..
- Proceso de Investigación y Segmentación.
- Equipo de Voluntarios – Consejeros – Patronato

# Equipo y Herramientas en la procuración de Fondos

## Talento y funciones:

- Perfil del Rol del Procurador de Fondos – Para qué estrategia?
- Plan de entrenamiento.
- ¿Cómo evaluamos al talento?
- ¿Cómo reconocemos al talento?
- Curva de crecimiento – permanencia
- Flexibilidad en los esquemas de trabajo
- Funciones definidas



# Equipo y Herramientas en la procuración de Fondos

## Investigación y Segmentación:

- Ética en la investigación a los prospectos
- Fichas técnicas de los donantes
- Personas :Aspectos relevantes en los personal, profesional y social
- Empresas: Historia, responsabilidad social, toma de decisiones.
- Historial de donativos
- Historial de contactos.

# Equipo y Herramientas en la procuración de Fondos

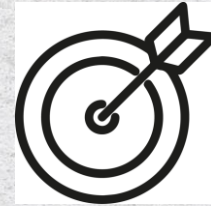
## Equipo de Voluntarios, Consejo, Patronato:



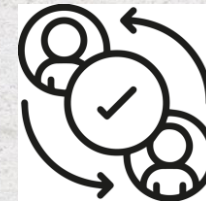
- ¿Quiénes son mis voluntarios?
- ¿Están enamorados de la causa?
- ¿Tienen experiencia como voluntarios?
- ¿Cómo los acompañamos?
- ¿Cuál es el sistema de trabajo?
- ¿Cómo los reconocemos?

# Elementos de un plan de Procuración de Fondos

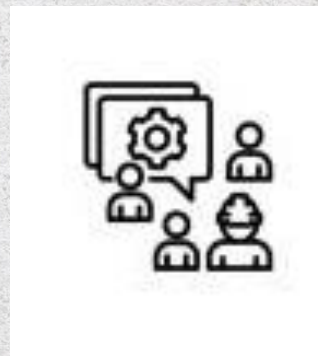
**1 Diseñar la Estrategia**



**2 Administrar las Relaciones**



**3 Equipo y Herramientas**



# Reflexiones Finales...

➤ **Quiero que mi causa sea una prioridad para los donantes..**

➔ **¿Los donantes son una prioridad para mi causa?**

- **¿Cumplir con la Misión de la causa, requiere el apoyo de los donantes?**
- **¿Estoy dedicando recursos a tener una estructura que atienda a los donantes?**
- **¿Todos en la organización estamos conscientes y agradecidos del respaldo e impacto de nuestros donantes?**
- **¿Cómo se involucra el liderazgo de la organización en la atención a los donantes?**

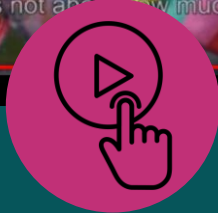
**La procuración de  
fondos,  
es el proceso técnico,  
sistemático e  
inspirador  
para promover  
Filantropía.**



La Filantropía es  
parte de nuestra  
dimensión humana.



INNOVACION



# La Filantropía, mi visión personal...

- ✓ Se trata de trascender nuestra dimensión individual y alcanzar al prójimo.
- ✓ Se trata de trascender el tiempo que vivimos y apostar por el futuro.
- ✓ Se trata de ser solidarios, de ser humanos.
- ✓ Se trata de generar emociones, de vinculación afectiva.
- ✓ Se trata de respeto y gratitud permanente a quien dona y a quien recibe.
- ✓ Se trata de entender que nuestra vocación es única y que tenemos el mejor trabajo del mundo.

# ¡GRACIAS!



# ¿PREGUNTAS ?

# EJERCICIOS



# Plan Estratégico de Procuración de Fondos

**1** Diseñar la Estrategia

**2** Administrar las Relaciones

**3** Equipo y Herramientas



Ejercicios

# Plan Estratégico de Procuración de Fondos/Ejercicio

1

## Diseñar la Estrategia

- ¿Para qué proyectos queremos reunir fondos?
- Operación - Mejoras – Proyecto mayor de construcción
- ¿Tiene potencial filantrópico?
- ¿Cuál sería la meta anual? ¿Es un proyecto multianual?
- ¿Con cuáles estrategias?
- ¿Puedo priorizar estrategias? ¿Puedo poner definir % por estrategias?
- ¿Puedo definir mi mezcla de donantes en la pirámide?
- ¿Puedo definir mi mezcla de donantes por etapa del ciclo?
- ¿Cuáles son los criterios con los que estoy segmentando a los donantes?
- ¿Cuáles son los criterios con los que estoy segmentando a los prospectos?

## 2

### Administrar las Relaciones

- ¿Podemos implementar el proceso de cultivo para atender a los prospectos y donantes?
- ¿Tengo identificado en qué fase de cultivo está el donante?
- ¿Hemos definido el estándar para cada etapa de cultivo?
- ¿Cuántos son los contactos – encuentros mínimos por etapa?
- ¿Estamos reportando anualmente a los donantes sobre el impacto?
- ¿Estamos agradeciendo anualmente o con qué frecuencia?
- ¿Tenemos un plan de atención a nuestros voluntarios?
- ¿Existe un Comité de Campaña? ¿Cuál es el sistema de trabajo?
- ¿Cómo estamos promoviendo cultura filantrópica en la organización?

# Plan Estratégico de Procuración de Fondos/Ejercicio

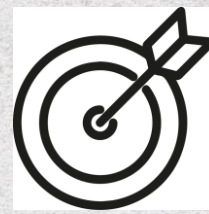
## 3

### Equipo y Herramientas

- ❑ ¿Tenemos el equipo completo? ¿Qué perfiles se deben ajustar?
- ❑ ¿Existe un proceso de Inducción, y entrenamiento al área de PF?
- ❑ ¿Cómo se involucra el liderazgo de la organización?
- ❑ ¿Cuáles son los KPI's de cada rol?
- ❑ ¿Tenemos un CRM? ¿Dónde se guarda la información de los Donantes? ¿Quién tiene acceso?
- ❑ ¿Cuál es el diagnóstico de la Base de datos de egresados? ¿Puedo segmentar?
- ❑ ¿Cómo protejo la confidencialidad de datos de mis prospectos y donantes?
- ❑ ¿Estamos investigando y calificando prospectos - donantes?

# 1

## Diseñar la Estrategia



Meta Anual

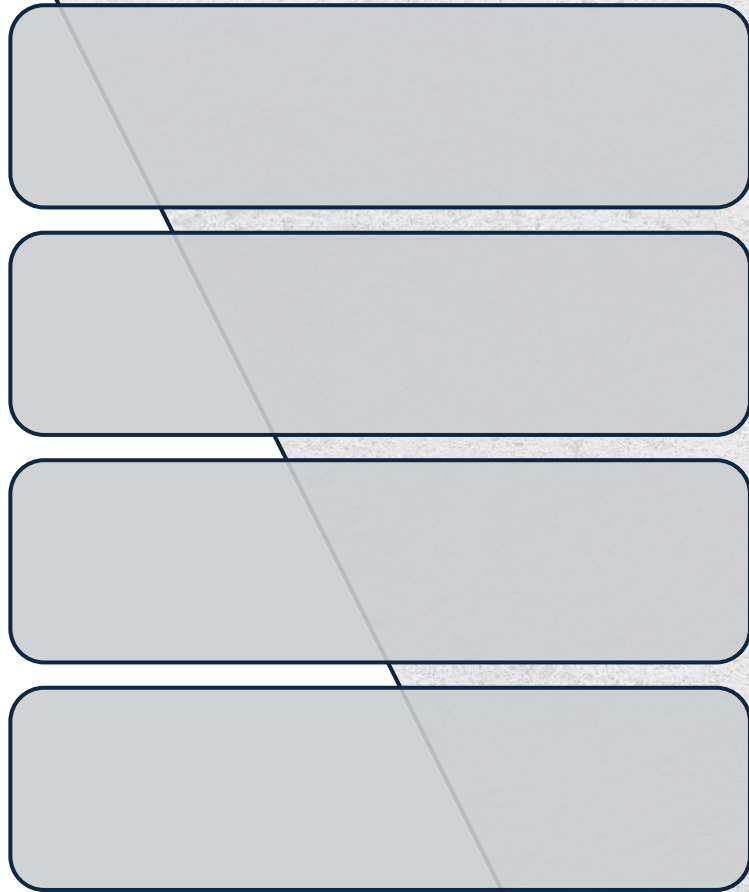
Estrategia	¿Qué Proyectos ?	¿Cuál es la meta de ingresos?	Mezcla de donantes %	Equipo responsable
Comunidad				
Campaña Digital				
Eventos				
Fundaciones				
RSC / Empresas				
Donantes de impacto				

# 1

## Diseñar la Estrategia



### Segmentación de donantes

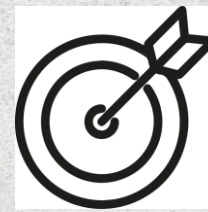


# de Donantes	Atención

# 1

## Diseñar la Estrategia

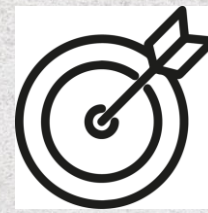
### Criterios de Calificación



Criterio	Escala	Calificación
Monto anual de donativos	Más de \$100,000 \$50,001 - \$100,000 \$10,001- \$50,000 0 a \$ 10,000 pesos	A B C D
Monto histórico de donación		
Patronato		
Empresa	Internacional Nacional Estatad Local	

# 1

## Diseñar la Estrategia

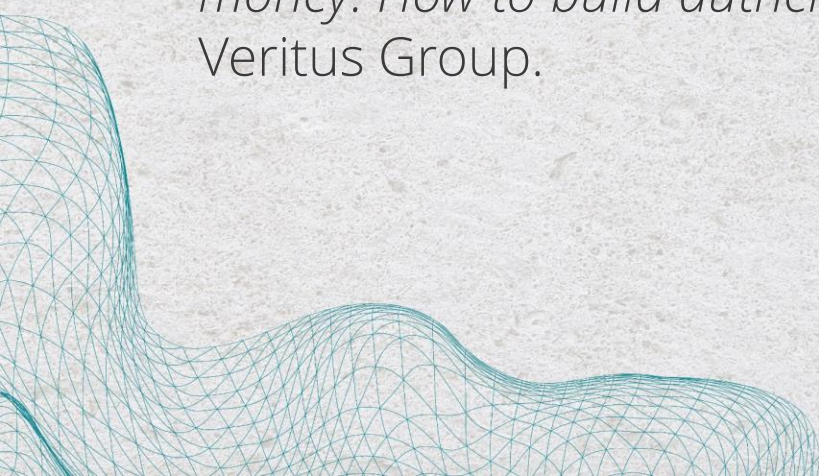


### Estrategia con Donantes calificados

Donante	Calificación	Proyección anual	Plan de contactos (Touch)	Plan de movimientos (moves)

# Bibliografía

- Sargeant, A., Shang, J. and Associates (2017) *Fundraising: Principles and practice*. Wiley.
  
- Perry, R. & Brooks, J. (2020) *It's not just about the money: How to build authentic donor relationships*. Veritus Group.



# ¡GRACIAS!

- ✓ A cada uno de ustedes.
- ✓ A cada una de sus organizaciones.
- ✓ A FECHAC.
- ✓ A CHIHUAHUA, el más grande, por ustedes!

"Esta presentación es propiedad intelectual de Mónica Manzanilla CFRE, se comparte para fines de fortalecer las capacidades de procuración de fondos de su organización.

Agradecemos que los derechos de autor sean respetados y que no se utilice esta información con fines de plagio".

7 de noviembre 2024



INNOVACIÓN

