

Captación de fondos privados para entidades sociales

Jordi Gusi

12/03/2025



POR UN FUTURO EN IGUALDAD

TANDEMSOCIAL



Cofinanciado por
la Unión Europea



Tandem Social

¿Quiénes somos?



Compromiso, pasión y visión estratégica y colectiva para contribuir a una sociedad y a una economía justas e inclusivas en los ámbitos social y medioambiental. Trabajamos con el ecosistema de agentes sociales, públicos y privados para fortalecer el cooperativismo, la economía social y el tercer sector como motores de transformación.

Tandem Social somos **un equipo de más de 50 personas** con dedicación completa y multidisciplinar que ponen su conocimiento y experiencia al servicio de la transformación. **Contribuimos al nacimiento y crecimiento de organizaciones de Economía Social** y nos implicamos formando parte de sus órganos de gobierno o consejos asesores. **Trabajamos para el sector social y desde el propio sector social.**

Creemos en la fuerza de la colectividad para la transformación, motivo por el cual participamos activamente en diferentes redes nacionales e internacionales que promueven la Economía Social y sus valores.

Desde el año 2011 hemos acompañado más de 3.600 iniciativas, hemos implementado más de 180 Programas de apoyo y hemos formado a más de 18.000 personas en colaboración con instituciones públicas y privadas a nivel local, catalán, estatal e internacional.

Tandem Social

¿Quiénes somos?

+50

EQUIPO DE TRABAJO

+10

AÑOS DE EXPERIENCIA

+8.000

INICIATIVAS
ACOMPAÑADAS Y
AVALUADAS

+180

PROGRAMAS DE APOYO
IMPLEMENTADOS

+18.000

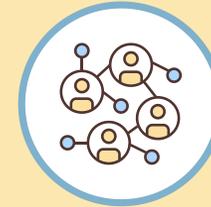
PERSONAS FORMADAS

Desde el año 2011, en **Tandem Social** trabajamos sumando talento, conocimiento y experiencia para ofrecer consultoría estratégica de calidad que genere cambios reales en las organizaciones con las que colaboramos.



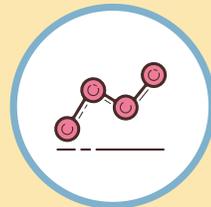
Acompañamiento

Damos apoyo a empresas de la ESS y a personas emprendedoras sociales en las fases de diseño, inicio, crecimiento y consolidación de proyectos.



Búsqueda de talento

Realizamos procesos de selección para puestos de responsabilidad en organizaciones del tercer sector social, cultural y medioambiental, así como en empresas de la economía social.



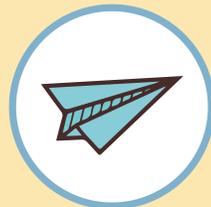
Consultoría estratégica

Construimos de forma participativa la estrategia de las organizaciones para maximizar su impacto social y sostenibilidad económica.



Procesos participativos

Ofrecemos herramientas y metodologías diversas para promover la participación en las organizaciones y desarrollar procesos participativos que den voz e impliquen a diferentes personas y colectivos.



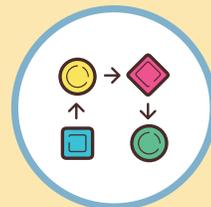
Formación

Compartimos y transmitimos nuestro conocimiento en el tercer sector, la ESS y el emprendimiento social a través de cursos, talleres, seminarios y diversos programas.



Proyectos europeos

Ofrecemos nuestros servicios para diseñar y ejecutar proyectos europeos, aportando experiencia y conocimientos con el objetivo de generar un impacto positivo efectivo y exitoso.



Co-diseño

Co-diseñamos e implementamos programas de apoyo al emprendimiento social, la economía social y el tercer sector.

TANDEMSOCIAL





Agenda

1. Que entendemos por captación de Fondos Privados e Introducción al Fundraising
2. Construcción de una red de contactos y oportunidades: como establecer relaciones duraderas con financiadores clave
3. Identificación de actores clave (fundaciones, empresas, donantes individuales...)
4. Propuesta de valor: técnicas de presentación de proyectos
5. Criterios de evaluación de financiadores privados: qué buscan y cómo adaptarse a sus expectativas

1. Que entendemos por captación de Fondos Privados e Introducción al Fundraising

Captación de fondos privados

Tipos de fuentes privadas de financiación

La captación de fondos privados es el **proceso de búsqueda y obtención de recursos financieros** provenientes de **fuentes no gubernamentales/públicas** para sostener y expandir proyectos sociales.

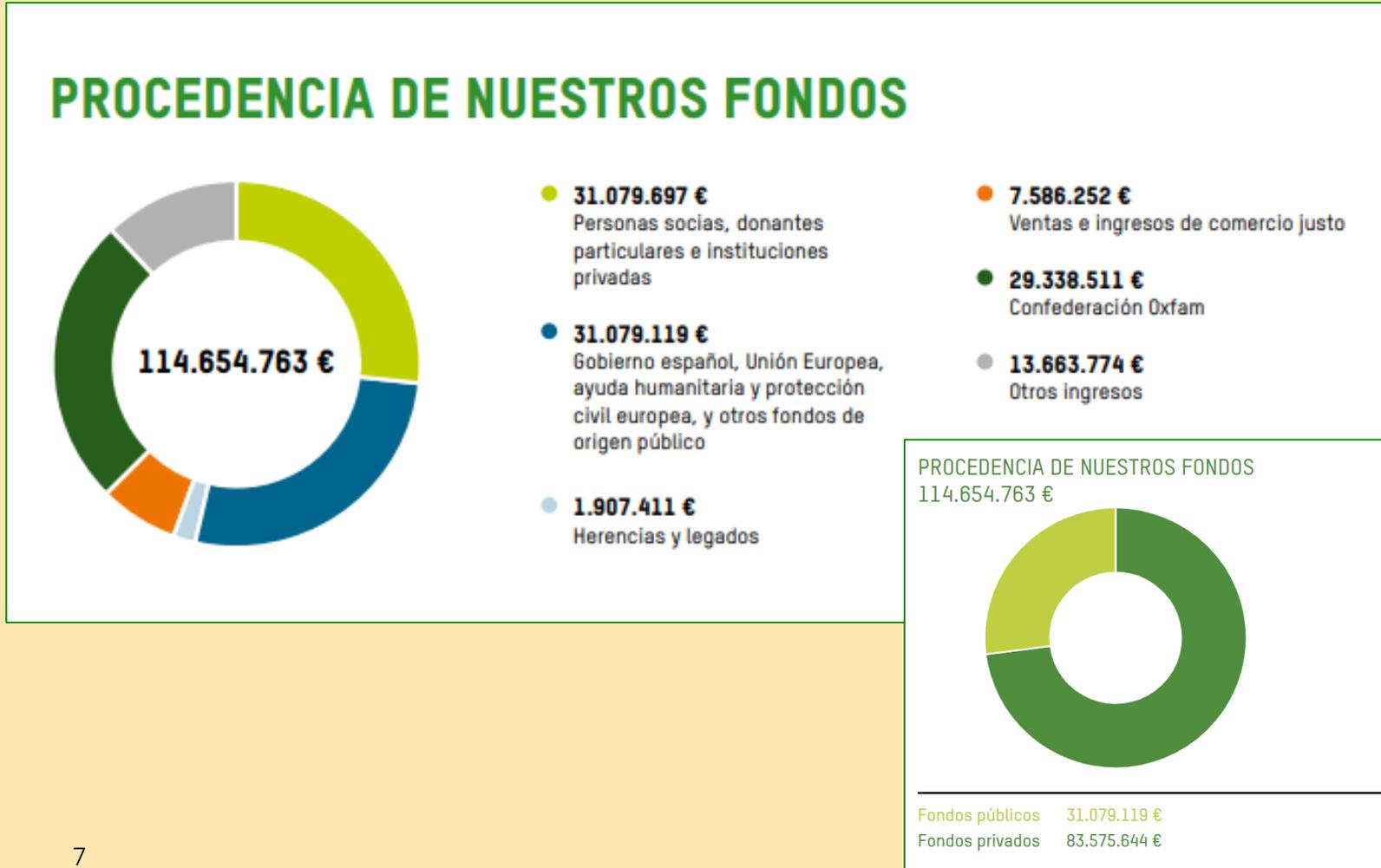
Tipos de fuentes privadas de financiación:

- 1 Donaciones individuales:** Personas que contribuyen con aportes puntuales o recurrentes, cuota de socios
- 2 Empresas y patrocinadores corporativos:** Responsabilidad Social Empresarial (RSE), patrocinios y colaboraciones estratégicas.
- 3 Fundaciones y organizaciones filantrópicas:** Convocatorias de apoyo a proyectos alineados con sus misiones.
- 4 Eventos y campañas solidarias:** Galas, rifas, mercadillos y otras actividades para recaudar fondos.
- 5 Crowdfunding y plataformas digitales:** Uso de herramientas como GoFundMe o Verkami para movilizar a una comunidad.
- 6 Venta de productos o servicios (finançament privat - merchandising) con impacto social:** Comercio justo, emprendimientos solidarios

Captación de fondos privados

Tipos de fuentes privadas de financiación

Procedencia de los fondos de Oxfam Intermón 2023:



→ **73%**

Fondos privados

Captación de fondos privados

Tipos de fuentes privadas de financiación

Procedencia de los fondos de Arrels Fundació 2023:



→ **73%**

Fondos privados

Captación de fondos privados

Tipos de fuentes privadas de financiación

Procedencia de los fondos del Casal dels Infants 2023:

Per fer-ho possible ens ha calgut cercar i obtenir el màxim de suports possibles que, com sempre, parteixen de diverses fonts. Enguany han sumat **8.312.516,96 euros**

El **51,40%** de les aportacions prové de la societat civil (ciutadania, empreses, fundacions i institucions)

El **48,60%** de les aportacions correspon a les administracions públiques

Finançament privat:
4.273.049,32 €

Finançament públic:
4.039.467,64 €

FINANÇAMENT PRIVAT

Ciutadans	1.124.782,40 €	13,53 %
Empreses i Fundacions privades	783.451,70 €	9,42 %
Entitats financeres	2.307.363,50 €	27,76 %
Associacions i altres entitats privades	41.583,93 €	0,50 %
Altres ingressos privats	15.867,79 €	0,19 %

FINANÇAMENT PÚBLIC

Administració Autònoma	2.072.671,08 €	24,93 %
Administracions Locals	1.020.042,38 €	12,27 %
Administracions Supralocals	473.777,08 €	5,70 %
Administració Estatal	345.748,99 €	4,16 %
Administració Europea	44.996,97 €	0,54 %
Altres Ingressos Públics	82.231,14 €	0,99 %



51%

Fondos privados

Captación de fondos privados

Donaciones individuales

Origen

Aportaciones económicas de personas individuales

Modalidad

Pueden ser donaciones puntuales o recurrentes (como las cuotas de socios)

Incentivos

Conexión individual con la causa; querer contribuir con el proyecto; obtener beneficios fiscales

Estrategias clave

Programas de fidelización, campañas de captación, organización de encuentros, transparencia en el uso de los fondos y face to face

Beneficios

Permiten a la entidad disponer de fondos sin restricciones específicas, facilitando su asignación según las necesidades. También, fomentan una relación cercana con las personas donantes, potenciando su compromiso y apoyo continuo.

Captación de fondos privados

Donaciones individuales: ejemplos



→ **Socios Cruz Roja:** las personas pueden hacer **aportaciones periódicas** (mensuales, trimestrales o anuales) con una cantidad fija para apoyar las actividades humanitarias de la organización.



→ **"Padrinos" de UNICEF,** donde los donantes contribuyen mensualmente para financiar proyectos de educación, salud y alimentación para niños en situación vulnerable en distintos países.



→ **Donación Puntual "Casal dels Infants",** en el que los donantes pueden realizar una donación puntual a través de su web con la cantidad que desean. También, ofrecen la opción de hacerse socio/a (donación recurrente).

Captación de fondos privados

Empresas y patrocinadores corporativos

Origen

Empresas privadas que apoyan causas sociales a través de su política de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Modalidad

Donaciones directas, patrocinios de eventos o proyectos, cesión de recursos o voluntariado corporativo

Incentivos

Contribuir en la causa y comprometerse como empresa; mejora de imagen corporativa; cumplimiento de objetivos de sostenibilidad (ESG) y cumplimiento de la Ley General de los derechos de las personas con Discapacidad (LGD / Antigua LISMI)

Estrategias clave

Construcción de alianzas estratégicas y personalización de propuestas de colaboración

Beneficios

Además de aportaciones económicas, las empresas pueden ofrecer recursos humanos, técnicos y materiales. En general, las colaboraciones con organizaciones pueden aumentar la visibilidad de la entidad social y potencian su reputación.

Captación de fondos privados

Empresas y patrocinadores corporativos: ejemplos

basetis



Empresa tecnológica que colabora con entidades del tercer sector a través de donaciones, patrocinios y otros servicios.

Ejemplo: Donativo para la Fundación Esclerosis Múltiple (FEM) que tiene como objetivo detener el impacto de la esclerosis múltiple en la vida diaria de las personas y su entorno.



Aigües de
Barcelona



Empresa del sector del agua que colabora con entidades del tercer sector a través de donaciones, patrocinios y otros servicios.

Ejemplo: Donativo a través de una colaboración con Cruz Roja, destinado a impulsar programas de apoyo a personas en situación de vulnerabilidad, promoviendo el acceso a servicios esenciales y la inclusión social.



Bonpreu y Esclat participan en el redondeo solidario en sus supermercados. Durante 2024 se recaudaron fondos para diversas entidades como Cruz Roja, Pont Alimentari, Fundación Pasqual Maragall o Fundación Ayuda y Esperanza.

Captación de fondos privados

Fundaciones y organizaciones filantrópicas

Origen

Entidades privadas sin ánimo de lucro que financian proyectos alineados con su misión

Modalidad

Subvenciones o fondos a través de convocatorias específicas

Incentivos

Impacto social alineado con sus valores y objetivos estratégicos

Estrategias clave

Presentación de proyectos bien estructurados y alineados con las prioridades de la fundación

Beneficios

Posibilidad de establecer conexiones con otras entidades y proyectos afines, ampliando el impacto social. También, estas colaboraciones pueden aumentar la visibilidad de la entidad social y potencian su reputación.

Captación de fondos privados

Fundaciones y organizaciones filantrópicas: ejemplos



Fundación "la Caixa"



Fundación La Caixa realiza donaciones y colaboraciones con muchas entidades sociales.

Ejemplo: Anualmente lanza una convocatoria que tiene como finalidad colaborar con entidades sociales que desarrollan sus proyectos en un territorio concreto para impulsar iniciativas dirigidas especialmente a personas que se encuentran en situación de vulnerabilidad social y cuyo objetivo es mejorar su calidad de vida y fomentar la igualdad de oportunidades.



Ricky Rubio Foudation realiza colaboraciones con entidades sociales, empresas e instituciones, para sensibilizar y luchar contra el cáncer de pulmón y, también, apoyar a proyectos sociales.

Ejemplo: En colaboración con la Fundación "la Caixa", contribuyó a la construcción de una nueva Área Terapéutica de Rehabilitación Infantil y Adolescente en el Hospital Universitario Vall d'Hebron de Barcelona.



Fundación Sacyr colabora a nivel global con proyectos y entidades con impacto social.

Ejemplo: Colaboración con Fundación Toda Ayuda para financiar el campamento de verano para las personas usuarias en riesgo de exclusión social.

Captación de fondos privados

Eventos y campañas solidarias

Origen

Actividades organizadas para recaudar fondos a través de la participación del público

Modalidad

Galas benéficas, rifas, mercadillos solidarios, conciertos, carreras solidarias, etc.

Incentivos

Generación de fidelidad y comunidad con la causa y visibilidad para la entidad

Estrategias clave

Comunicación efectiva, alianzas con patrocinadores y movilización de voluntarios.

Beneficios

Generan ingresos directos para la entidad directamente y aumentan la visibilidad de la causa y sensibilizan a la comunidad.

Captación de fondos privados

Eventos y campañas solidarias: ejemplos

Abacus ●●●



Campaña "Envolver regalos salva vidas"

Colaboración entre Abacus y Open Arms ofreciendo la posibilidad de envolver regalos de Navidad con papel solidario, destinando 1€ por cada envoltorio a Open Arms.

Datos campaña 2022: 118.755,55€ recaudados, de los cuales 57.253,65€ provienen únicamente de la acción solidaria de envolver regalos que se llevó a cabo en toda la red de tiendas de Abacus en Cataluña, Valencia y Baleares, con muchas personas voluntarias implicadas.



**Asociación
española
contra el cáncer**



Carreras contra el cáncer: Asociación Española Contra el Cáncer

La Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) organiza anualmente múltiples eventos deportivos solidarios en diversas ciudades de España. Uno de sus eventos más destacados es la Carrera Madrid en Marcha Contra el Cáncer, que en su XI edición, celebrada en abril de 2024, reunió a 23.000 participantes.



OJOS DEL MUNDO



23ª edición de la Cena Solidaria, la Noche de los Ojos del Mundo

La Fundación Ojos del Mundo recaudó en noviembre de 2024 más de 130.000 euros en la 23ª edición de su cena solidaria, que se destinarán a garantizar el derecho a la visión de las personas más vulnerables.

Captación de fondos privados

Crowdfunding y plataformas digitales

Origen

Recaudación de fondos a través de plataformas digitales especializadas

Modalidad

Donaciones de personas interesadas en la causa, a cambio de reconocimiento o recompensas simbólicas

Incentivos

Accesibilidad global y posibilidad de crear campañas virales

Estrategias clave

Narrativa convincente, marketing digital y actualización constante de los avances de la campaña

Beneficios

Permiten llegar a donantes de diferentes geografías y perfiles. La participación de múltiples donantes puede atraer a otros inversores o colaboradores. Con pequeñas contribuciones de muchos donantes se puede captar muchos recursos.

Captación de fondos privados

Crowdfunding y plataformas digitales: ejemplos



Migranodearena.org es una plataforma de crowdfunding solidario en España que permite a individuos y organizaciones recaudar fondos para causas sociales. Sus áreas principales para dar donaciones incluyen salud, educación, medio ambiente, derechos humanos, y emergencias.



ONG Kwegu: Súmate por un futuro juntos, respetuoso y seguro

El objetivo de la recaudación es poder cubrir las necesidades de los niños/as y mantenerlos en el orfanato durante el periodo de vacaciones, cubriendo los gastos de personal y alimentación, así como contar con una ayuda económica a modo "colchón" para hacer frente a imprevistos mencionados. Se especifica con diferentes cantidades de donación que se puede lograr.

Captación de fondos privados

Venta de productos o servicios

Origen

Comercialización de bienes o servicios con un enfoque solidario o de comercio justo

Modalidad

Productos de merchandising, artesanías, formación, consultoría, servicios de inserción laboral, etc.

Incentivos

Generación de ingresos sostenibles sin depender exclusivamente de donaciones

Estrategias clave

Modelos de negocio sostenibles, certificaciones de impacto social y estrategias de marketing ético

Beneficios

Pueden permitir generar ingresos propios que reducen la dependencia de donaciones, fomentando la autonomía de la entidad y de las comunidades involucradas.

Captación de fondos privados

Venta de productos o servicios: ejemplos



Open Arms vende productos como ropa y merchandising solidario para financiar sus operaciones de rescate en el Mediterráneo.



Transforma la sociedad en humanidad



La Fundación Vicente Ferrer vende productos artesanales realizados por las comunidades en India, como artesanías, joyería y ropa. Los beneficios de la venta se destinan a financiar proyectos de desarrollo y mejorar las condiciones de vida de las personas más vulnerables en las áreas donde trabaja la fundación.

Introducción al Fundraising

Elementos clave del fundraising exitoso

El **fundraising** es la disciplina que permite **diseñar y ejecutar estrategias** de captación de fondos con una visión a largo plazo.

Elementos clave del fundraising exitoso:

- ➡ **Definir la misión y causa con claridad:** Explicar por qué el proyecto es relevante y qué impacto genera.
- ➡ **Identificar al público objetivo:** ¿Quiénes son los donantes ideales? ¿Cómo se les puede involucrar?
- ➡ **Desarrollar un mensaje convincente:** Storytelling, testimonios y datos que generen confianza y emoción.
- ➡ **Elegir los canales adecuados:** Presencia en redes sociales, email marketing, eventos, alianzas con empresas.
- ➡ **Fomentar la fidelización:** Mantener el contacto con donantes y aliados para que sigan apoyando en el tiempo.
- ➡ **Medir y mejorar:** Evaluar resultados, ajustar estrategias y comunicar el impacto logrado.

Introducción al Fundraising

Elementos clave del fundraising exitoso

Estrategias para Fundraising:

- 1 Estrategias de bajo costo y alto impacto
- 2 Utilizar herramientas digitales accesibles
- 3 Crear una propuesta de valor atractiva para donantes
- 4 Aprender de errores comunes

Claves del Enfoque Práctico en Fundraising:

- ➔ Concretar acciones de bajo coste pero alto impacto
- ➔ Uso de herramientas accesibles (redes sociales, Bizum, WhatsApp, eventos).
- ➔ Involucrar a la comunidad y negocios locales
- ➔ Centrarse en mensajes emocionales y cercanos (storytelling)
- ➔ Fomentar la fidelización para futuras campañas

2. Construcción de una red de contactos y oportunidades: como establecer relaciones duraderas con financiadores clave

Construcción de una red de contactos y oportunidades

Alianzas estratégicas

La captación de fondos no es pedir dinero, sino **construir alianzas estratégicas**

Tipo de donaciones según temporalidad

Donaciones puntuales



Ejemplo: recibir una donación única de
1.000€

Donaciones recurrentes



Ejemplo: construir una relación que genere
10.000€ en 5 años

Construcción de una red de contactos y oportunidades

Alianzas estratégicas

El objetivo es **crear relaciones** a largo plazo con financiadores, **evitando** solo contactar cuando **se necesita dinero**.

Algunas estrategias de fidelización:

- ➡ Comunicación constante (newsletters, informes de impacto)
- ➡ Involucrarlos en eventos y visitas a proyectos → Creando una **red de contactos** y fomentar que los financiadores **inviten a otros financiadores**.
- ➡ Reconocimiento público (agradecimientos en redes...)
- ➡ Propuestas de colaboración más allá del dinero (voluntariado corporativo, asesoramiento) → Transformando financiadores en **embajadores de la causa**

3. Identificación de actores clave (fundaciones, empresas, donantes individuales...)

Identificación de actores clave

Alianzas estratégicas

Principales actores clave:

- **Fundaciones** y organizaciones filantrópicas → Fundaciones locales, regionales e internacionales que financian causas similares a la de la entidad social.
- **Empresas** y patrocinadores corporativos → Patrocinio corporativo, alianzas con empresas y programas de responsabilidad social corporativa (RSC).
- **Donantes** individuales → Personas vinculadas a nuestra causa social o personas que buscan financiar proyectos que generen un cambio social positivo.

Identificación de actores clave

¿Cómo los identificamos?

¿Cómo los identificamos?

(Identificación y mapeo)

Directorios de empresas
con RSC



Ranking MERCO de
Responsabilidad Social
Corporativa

<https://www.merco.info/es/ranking-merco-responsabilidad-gobierno-corporativo>

Bases de datos de
Fundaciones



Asociación Española de
Fundaciones

<https://www.fundaciones.org/>

Fundación Lealtad

<https://fundacionlealtad.org/>

Eventos del sector



Asistir a eventos relacionados
con nuestro sector o a aquellos
organizados por otras entidades
para conectar con posibles
financiadores.

Redes sociales



- Seguir fundaciones y empresa vinculadas con el sector
- Participar en grupos y comunidades online
- Generar contenido de valor en redes para atraer la atención de potenciales financiadores

Identificación de actores clave

¿Cómo nos acercamos?

¿Cómo nos acercamos?

- ➔ **Redes y eventos:** asistir a conferencias, ferias, y eventos del sector donde interactuar con actores clave.
- ➔ **Plataformas de financiación:** crear perfiles en plataformas de crowdfunding y realizar difusión correcta.
- ➔ **Presentación adecuada:** crear una propuesta atractiva de la entidad para poder presentar a empresas, fundaciones y otros actores.

Identificación de actores clave

Construcción de relaciones a largo plazo

El objetivo es **crear relaciones** a largo plazo con financiadores:

- ➔ **Networking continuo:** la relación con los actores clave debe ser vista como una colaboración a largo plazo, no solo una transacción puntual.
- ➔ **Mantenimiento de la relación:** mantener contacto, enviar informes de impacto y actualizar sobre el progreso de los proyectos.

4. Propuesta de valor: técnicas de presentación de proyectos

Técnicas de presentación de proyectos

Presentación clara y convincente

Es crucial tener una buena **técnica de presentación de proyectos** para lograr que los financiadores se sientan convencidos del valor de la propuesta y decidan invertir en el proyecto.

1 Presentación clara y convincente

Primera oportunidad para causar una buena impresión en un financiador. Buscar: claridad, concisión y conexión emocional con la causa.

Objetivo de la presentación: lograr que el financiador comprenda el impacto del proyecto y vea cómo su apoyo puede hacer una diferencia significativa.

Técnicas de presentación de proyectos

Estructura de una presentación efectiva

Es crucial tener una buena **técnica de presentación de proyectos** para lograr que los financiadores se sientan convencidos del valor de la propuesta y decidan invertir en el proyecto.

2 Estructura de una presentación efectiva: lógica y fácil de seguir

- ➔ **Introducción clara y atractiva:** Comenzar con una introducción que enganche al financiador desde el principio.
Consejo: Utilizar una historia, un dato impactante o una cita relevante para captar la atención:
"En España, el 30% de los niños en situaciones de vulnerabilidad no tienen acceso a actividades educativas fuera del aula, lo que limita su desarrollo. Nosotros estamos aquí para cambiar eso con..."
- ➔ **Descripción del problema:** Explicar el problema o la necesidad social que se aborda con el proyecto. Debe ser claro y fácil de entender.
Datos y evidencia: Asegurarse de incluir estadísticas o ejemplos concretos que validen la existencia y gravedad de la necesidad/problemática.
- ➔ **Propuesta de valor:** Presentar la solución o el proyecto de manera clara y cómo este responde al problema.
¿Por qué es diferente o innovador? ¿Qué impacto tendrá?

Técnicas de presentación de proyectos

Estructura de una presentación efectiva

Es crucial tener una buena **técnica de presentación de proyectos** para lograr que los financiadores se sientan convencidos del valor de la propuesta y decidan invertir en el proyecto.

2 Estructura de una presentación efectiva: lógica y fácil de seguir

- ➔ **Impacto medible:** Explicar cómo se medirá el éxito del proyecto, demostrando el impacto medible de los resultados, con indicadores claros: *"Queremos impactar a 500 niños en el primer año, con un seguimiento mensual para evaluar la mejora en su rendimiento escolar."*
- ➔ **Plan de implementación:** Describir las fases del proyecto, el calendario y las actividades principales, detallando los plazos y metas alcanzables. *¿Cuándo se empezará? ¿Cuáles son los hitos clave?*
- ➔ **Sostenibilidad:** ¿Cómo se mantendrá el proyecto una vez que se termine el periodo de financiación? Interesante hablar de estrategias de sostenibilidad a largo plazo, como alianzas, ingresos propios o nuevos financiadores.
- ➔ **Presupuesto detallado:** Es fundamental presentar un presupuesto claro y justificado, mostrando cómo se utilizarán los fondos, transmitiendo transparencia y confianza.

Técnicas de presentación de proyectos

Conexión con el financiador y exposición del impacto

Es crucial tener una buena **técnica de presentación de proyectos** para lograr que los financiadores se sientan convencidos del valor de la propuesta y decidan invertir en el proyecto.

3 Conexión con el financiador y exposición del impacto

- ➔ **Conectar emocionalmente:** utilizar historias reales, testimonios o ejemplos específicos de personas beneficiarias o comunidades impactadas. Las historias personales y auténticas crean una conexión emocional más profunda.
Visualización del impacto: Ayudar al financiador a visualizar el cambio que se generará mediante imágenes, videos o testimonios.
- ➔ **Hablar el lenguaje del financiador:** **adaptación a los intereses del financiador**, investigando previamente los intereses y los objetivos del financiador. Hablar en términos de **impacto**.
- ➔ **Responder a los intereses específicos de cada tipo de financiador:** Las **fundaciones** suelen estar interesadas en el impacto social y el alineamiento con sus áreas de interés, las **empresas** pueden estar más motivadas por la visibilidad de la marca y la alineación con sus valores de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y los **donantes individuales** buscan un impacto medible y un retorno social.
- ➔ **Utilizar datos y evidencias:** Los financiadores aprecian datos cuantificables que respalden la viabilidad y el impacto del proyecto. Hablar sobre la necesidad del proyecto con datos y cómo se medirá el éxito.

Técnicas de presentación de proyectos

Llamada a la acción y seguimiento

Es crucial tener una buena **técnica de presentación de proyectos** para lograr que los financiadores se sientan convencidos del valor de la propuesta y decidan invertir en el proyecto.

4 Cierre: llamada a la acción y seguimiento



Llamada a la acción

Finalizar la presentación con una llamada a la acción clara. Preguntar directamente si están interesados/as en colaborar o qué pasos siguientes les gustaría seguir.

Ejemplo:

"Dona ahora en www.casaldelsinfants.org y ayúdanos a cambiar el futuro de miles de niños"

"Redondea tu compra en Caprabo y cambia la vida de un niño. Pequeños gestos, grandes cambios"



Seguimiento

Explicar cómo se dará seguimiento a la propuesta. Dejar abierta la puerta para futuras reuniones o consultas adicionales.

Técnicas de presentación de proyectos

Errores comunes a evitar



Algunos posibles errores a evitar:

- ➔ **Ser demasiado general:** Evitar propuestas vagas que no expliquen cómo el proyecto resolverá el problema concreto. Los financiadores buscan claridad y especificidad.
- ➔ **Falta de personalización:** No adaptar la presentación a los intereses específicos de cada financiador puede hacer que la propuesta pierda relevancia.
- ➔ **No detallar el uso de los fondos y el beneficio para quien dona:** Los financiadores quieren ver cómo se utilizarán los recursos, por lo que es crucial que el presupuesto sea detallado y transparente.

El objetivo es buscar que los financiadores se sientan **parte del cambio** que se quiere generar, resaltando cada entidad y proyecto el **valor** y el **impacto social**.

5. Criterios de evaluación de financiadores privados: qué buscan y cómo adaptarse a sus expectativas

Criterios de evaluación de financiadores privados

Criterios comunes de evaluación de financiadores privados

Cada financiador tiene sus propios criterios de evaluación, pero siempre se busca asegurar que el dinero invertido **genere impacto** y la financiación sea **utilizada de manera eficaz**. Destacamos algunos criterios comunes:

Alineación con la misión y valores del financiador

Antes de presentar una propuesta, es crucial **conocer** a fondo los **intereses del financiador**. **Adaptar** la propuesta de manera que resalte cómo el proyecto se alinea con esos intereses.

Impacto social claro y medible

Los financiadores quieren saber cómo el proyecto contribuye a resolver un problema social específico y cómo se evaluarán los resultados. Importante **definir de manera clara** el **impacto social** del proyecto, utilizando indicadores específicos y medibles (*número de personas beneficiadas, mejora en el acceso a la educación, reducción de la pobreza*), incorporando un **sistema de seguimiento y evaluación** que permita demostrar los resultados.

Viabilidad y sostenibilidad del proyecto

Se debe de poder presentar un plan claro de implementación con una **estrategia de sostenibilidad** a largo plazo (*diversificación de fuentes de financiación, alianzas estratégicas, ingresos propios o estrategias de autosuficiencia*). También, mostrar un equipo comprometido y con experiencia.

Criterios de evaluación de financiadores privados

Criterios comunes de evaluación de financiadores privados

Presupuesto claro y transparente

El presupuesto debe reflejar la planificación adecuada del dinero, y debe ser detallado, justificable, realista y transparente. Se debe presentar un **presupuesto claro**, desglosado por categorías (*personal, actividades, materiales, etc.*), y explicar cómo cada gasto contribuye al cumplimiento de los objetivos del proyecto.

Innovación y enfoque diferencial

Algunos financiadores están interesados en proyectos innovadores que **aborden problemas sociales de maneras nuevas o creativas**. Es importante resaltar cualquier aspecto innovador o diferencial del proyecto, ya sea en términos de enfoque, metodología, uso de tecnología o alianzas estratégicas, pudiendo demostrar cómo el proyecto tiene un **valor añadido** y una propuesta diferencial.

Capacidad de gestión y equipo del proyecto

Los financiadores valoran un **equipo sólido y comprometido**, con la experiencia y las habilidades necesarias para la ejecución del proyecto. Es importante destacar la experiencia del equipo, así como su compromiso con la misión del proyecto.

Criterios de evaluación de financiadores privados

Estrategias para la adaptación de los criterios de evaluación

- ✓ **Personalización de la propuesta para cada financiador**
 - Antes de presentar la propuesta, es fundamental personalizarla en función de los criterios del financiador. Mostrar cómo el proyecto se alinea específicamente con sus intereses y objetivos.
 - Utilizar ejemplos y evidencias de proyectos anteriores que hayan tenido éxito y que sean similares al proyecto en cuestión.

- ✓ **Utilización de datos y evidencia para respaldar la propuesta**
 - Los financiadores privados valoran mucho las pruebas y la evidencia. Incluir datos de investigaciones, estadísticas relevantes o estudios previos que respalden la necesidad del proyecto y su enfoque.
 - Presentar ejemplos de impacto medible de proyectos previos, si es posible.

- ✓ **Demostrar sostenibilidad financiera y operativa**
 - Un financiador privado quiere asegurarse de que el proyecto no solo se llevará a cabo con éxito, sino que también será sostenible en el tiempo. Detallar cómo se buscarán fuentes adicionales de financiación o cómo se garantizará la continuidad del proyecto.

- ✓ **Establecer objetivos claros y alcanzables**
 - Asegurarse de que los objetivos sean claros, alcanzables y medibles. Explicar cómo el proyecto tendrá éxito y cómo se controlará su progreso.

Criterios de evaluación de financiadores privados

Errores comunes que se deben evitar

- X Ser demasiado genérico:** Las propuestas que no están adaptadas a los intereses del financiador o que son demasiado generales no tienen el mismo impacto. Es importante personalizar y hacer la propuesta específica para cada financiador.
- X Falta de enfoque en el impacto social:** Muchos financiadores privados se enfocan en el impacto social y no en los aspectos técnicos. Las propuestas que no destacan suficientemente cómo el proyecto resuelve un problema social pueden quedar desestimadas.
- X No justificar el presupuesto adecuadamente:** Un presupuesto poco claro o no justificado puede generar desconfianza. Asegúrate de explicar cómo se utilizarán los fondos de manera detallada y justificada.

La clave está en la **personalización, la claridad y la justificación sólida**. Cuanto más alineada esté la propuesta con los intereses del financiador y mejor se expliquen los aspectos clave como el **impacto**, la **sostenibilidad** y la **viabilidad**, mayor será la probabilidad de recibir apoyo

Captación de fondos privados para entidades sociales

Ejemplo: Los #CéntimosSolidarios de Caprabo se destinan al INTRO (Fundación Surt) abril 2024

10 com promisos
saludables sostenibles

En CAPRABO cada céntimo cuenta

Pequeños gestos pueden cambiar vidas

En CAPRABO colaboramos con los colectivos más vulnerables y facilitamos a nuestros clientes que también puedan hacerlo.

Para ello en noviembre de 2020 iniciamos nuestro Programa de Céntimos Solidarios en nuestras tiendas.

Puedes donar 10 o 20 céntimos al pagar con tarjeta o móvil, según tu importe de compra.

Las causas sociales o medioambientales que apoyamos cada año las elegimos con la participación de los clientes y las entidades.

Gracias a vosotros hemos logrado:

 48 Campañas	 6.770.928 Donaciones	 974.855 Recaudados
---------------------------	------------------------------------	----------------------------------

“El programa de micro donativos de Caprabo es una iniciativa de ayuda consolidada y enfocada a acercar a los clientes a causas sociales que representan retos reales”

- ✓ Claridad
- ✓ Impacto
- ✓ Proyecto concreto
- ✓ Puntual y pequeñas cantidades
- ✓ Alta recaudación
- Publico objetivo fidelizado con Caprabo y las causas
- Se adapta al interés de cada cliente Caprabo
- Medible y resultados publicados
- Conexión con proyecto específico
- Candidaturas abiertas para presentarse como proyecto

caprabo

Las mujeres supervivientes de violencias machistas necesitan soporte, y no únicamente en las fases iniciales de salida de las violencias, sino también en el proceso de recuperación a largo plazo.

Por eso en CAPRABO queremos colaborar con Fundació SURT para que con tu ayuda a través del programa de Céntimos Solidarios puedan recuperar las vidas de las mujeres afectadas por violencias machistas y la reconstrucción de sus redes de apoyo mutuo.

112.873
Donaciones

16.222 €
Donados de 16.222 €

100%
Financiado

Colaboración con Fundación Surt con su Programa INTRO, con el que se acompaña a más de un centenar de mujeres supervivientes de violencias machistas en su proceso hacia el bienestar emocional y relacional.

Captación de fondos privados para entidades sociales

Ejemplos: Plan operativo captación de fondos

Acción	Responsable	Recursos Necesarios	Plazo	Indicadores de Éxito
Lanzamiento de campaña digital	Equipo de comunicación	Diseño gráfico, redes sociales, anuncios pagados	5 meses	% de alcance y conversiones
Organización de evento benéfico	Equipo de comunicación	Lugar, invitados, patrocinadores	6 meses	Recaudación obtenida
Búsqueda de alianzas con empresas	Responsable de alianzas	Contactos, propuestas de patrocinio	Continuo	Número de acuerdos firmados

• Fase 1: Planificación y Análisis (Mes 1-2)

- Definir objetivos de recaudación
- Elaborar presupuesto
- Identificar fuentes de financiación y público objetivo
- Diseñar la estrategia de captación de fondos
- Asignar roles y responsabilidades dentro del equipo

• Fase 2: Desarrollo de Materiales y Comunicación (Mes 3-4)

- Crear contenido de marketing (diseño de flyers, videos promocionales, redes sociales)
- Redactar propuestas de patrocinio y alianzas estratégicas
- Configurar plataformas de donación y crowdfunding

• Fase 3: Implementación y Ejecución (Mes 5-8)

- Lanzar campañas de donación en redes sociales
- Contactar con empresas y posibles patrocinadores
- Organizar eventos benéficos y actividades de recaudación
- Realizar seguimiento de los avances en captación de fondos

• Fase 4: Evaluación y Seguimiento (Mes 9-12)

- Medir los resultados de cada estrategia mediante indicadores clave
- Recoger feedback de los donantes y participantes
- Ajustar la estrategia para mejorar la efectividad de futuras campañas
- Publicar un informe de impacto y transparencia para los donantes

Gracias

TANDEM SOCIAL



OXFAM
Intermón

La igualdad es el futuro



Cofinanciado por
la Unión Europea

900 22 33 00
OxfamIntermon.org



OxfamIntermon



TEJIENDO DERECHOS (WakeUpRights) es un proyecto cofinanciado por la Unión Europea (UE) y Oxfam Intermón enfocado en apoyar a las organizaciones sociales que defienden y promueven los valores de la UE y los derechos humanos recogidos en la Carta de los Derechos Fundamentales de la UE.

Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a sus autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o la Agencia Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.