

# Taller 3: Diversificación de las vías de financiación del TSAS

21 · 06 · 2023

**Hora de comienzo: 11:00**

En el siguiente taller, a celebrar el 22 de junio de 2023 desgranaremos las fuentes de financiación más habituales para organizaciones sin ánimo de lucro, tratando de aportar el conocimiento desarrollado sobre la materia en los últimos años.

Debido a que las fuentes de financiación son diversas y requieren de diferentes grados de organización y recursos para poder desplegarlas, ofreceremos una visión general que permita a las organizaciones y personas asistentes elegir lo que más se adecúe a su organización y que puedan desarrollar con cierta facilidad.

## Parte 1: Introducción

La introducción correrá a cargo de Fernando Morón, Director de la Asociación Española de Fundraising.

## Parte 2: Captación de fondos públicos

- **Niveles institucionales y convocatorias:**
  - Herramientas básicas para el seguimiento de las convocatorias y la presentación de propuestas.
  - Diferentes niveles institucionales a los que apuntar a la hora de captar fondos públicos.
- **Fondos europeos:**
  - Presentación de proyectos a convocatorias de los diferentes organismos europeos.
  - Herramientas para estar al día de las convocatorias que se publican.

## Parte 3: Microdonaciones

Actualmente las microdonaciones son la principal fuente de financiación privada de entidades sin ánimo de lucro. La transformación de los usos de gasto, participación y aportación a las causas ha provocado un auge de las diferentes formas de microfinanciación, así como el desarrollo de múltiples herramientas y técnicas que combinan lo presencial con lo digital. Para profundizar, hablaremos de:

- **Donaciones particulares y suscripciones:**
  - Campañas de sensibilización.
  - Donaciones online.
  - Programas de membresía y suscripciones.
  - Merchandising
  - Marketing de causa
  - Otros
  
- **Campañas de crowdfunding:**
  - Definición.
  - Herramientas / Plataformas existentes.
    - Material: Listado con los enlaces de las plataformas.
  - Pautas
    - Metas realista.
    - Relato.
    - Planificación y promoción.
    - Recompensas.
    - Transparencia y comunicación.
    - Agradecimientos.
    - Evaluación.
  
  - Ejemplo/s real.
  
- **Cara a cara:**
  - Repaso y recomendaciones:
    - El equipo de captación.
    - Identificación de ubicaciones.
    - Creación de una conexión con la persona.
    - Claridad y transparencia.
    - Materiales de apoyo.
    - Utilización de tecnología.
    - Agradecimiento y seguimiento.
    - Evaluación.

## Parte 4: Empresas, patrocinios y fundaciones

De manera breve aportaremos una serie de pautas para la obtención de patrocinios o la presentación de proyectos a puerta fría a diferentes entidades privadas que en un momento dado pueda convertirse en financiadores de nuestras iniciativas.

Alianzas y colaboraciones con empresas y corporaciones para obtener donaciones y apoyo financiero:

- Donaciones directas.
- Patrocinio de proyectos.
- Programas de responsabilidad social corporativa.
- Fundaciones. (y colaboración con otras organizaciones?)

## Parte 5: Grandes donantes y eventos de captación

En este apartado aportaremos el conocimiento básico para la relación con grandes donantes provenientes de diferentes sectores, así como para la organización de eventos de captación de fondos.

- **Grandes donantes:**
  - Pistas para identificar y cultivar relaciones con grandes donantes.
    - Investigación prospectiva.
    - Establecer relaciones.
    - Segmentación y personalización.
    - Reconocimiento y agradecimiento.
    - Informes detallados del impacto.
    - Eventos y experiencias exclusivas.
  - Herramientas para sostener una cartera de grandes donantes.
    - Software de gestión de relaciones con donantes (CRM).
    - Plataformas de donaciones online.
    - Servicios de información o asesoramiento.
    - Eventos de recaudación de fondos.
    - Comunicación personalizada..
    - Reconocimiento público.
- **Eventos de captación:**
  - Condiciones bajo las cuales ha de celebrarse un evento de captación de fondos.
    - Objetivos claros.
    - Público objetivo

- Presupuesto y financiamiento.
  - Planificación y logística.
  - Promoción y marketing.
  - Experiencia del asistente.
  - Gestión de patrocinadores y donantes.
  - Seguimiento y agradecimiento.
- Requisitos organizativos.
    - Equipo organizador.
    - Planificación estratégica.
    - Presupuesto y financiamiento.
    - Selección del lugar y fecha.
    - Contratación de proveedores.
    - Gestión de voluntarios.
    - Promoción y difusión.
    - Registro de asistentes.
    - Coordinación y ejecución del evento.
    - Seguimiento posterior
    - Evaluación y aprendizaje.

## Parte 6: Intercambio de buenas prácticas

Dinamización entre los diferentes agentes participantes para que puedan desplegar ideas y prácticas que ya están llevando a cabo en sus lugares.

## Cierre de la jornada