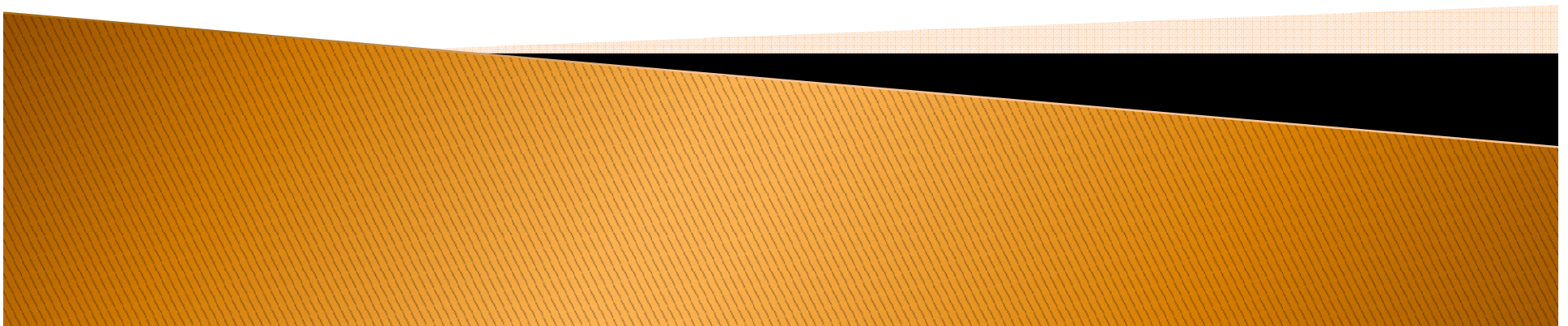


PROCURACIÓN DE FONDOS.

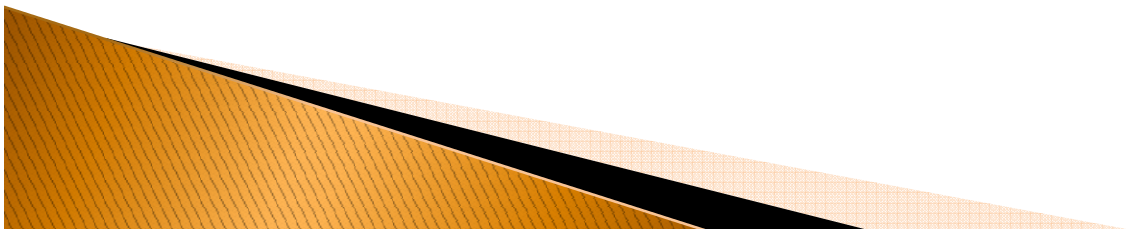
EL CASO INSTITUCIONAL.



El caso Institucional.

- El caso de nuestra organización se relaciona con nuestra causa.
 - > La causa debe impactar en una necesidad o problema público, importante y actual.
 - > Hay que tener en cuenta los intereses, lealtades o preferencias personales de sus universos naturales de donantes.

Para lograr una procuración de fondos efectiva, el caso debe estar bien articulado y perfectamente comprendido por los representantes de la organización ante los posibles donantes.



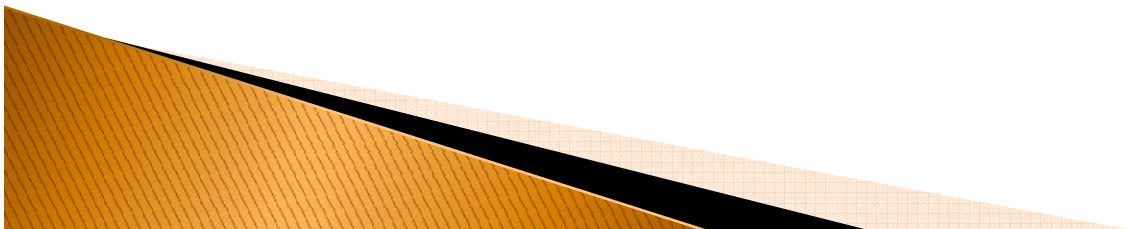
Elementos del caso

- ◉ 1. Recursos del caso.

- > Son los materiales empleados en la preparación del caso interno. Ofrecen un antecedente minucioso de lo que un donante puede necesitar o querer conocer acerca de la organización. Puede tratarse de documentos existentes o nuevos, para contar con toda la información necesaria por escrito y de forma accesible.
- > Es una forma de tener elaborada una información que nos van a estar requiriendo cada vez que queramos obtener un donativo. Es el contenido de los diferentes materiales de procuración de fondos.

- ◉ 2. Expresiones del caso.

- > Los recursos del caso resumen todos los beneficios que proporciona la organización, y todas las razones por las que se debe respaldar la causa. Los redactores pueden elegir las posturas que serán de mayor interés para los candidatos específicos que tratan de alcanzar.

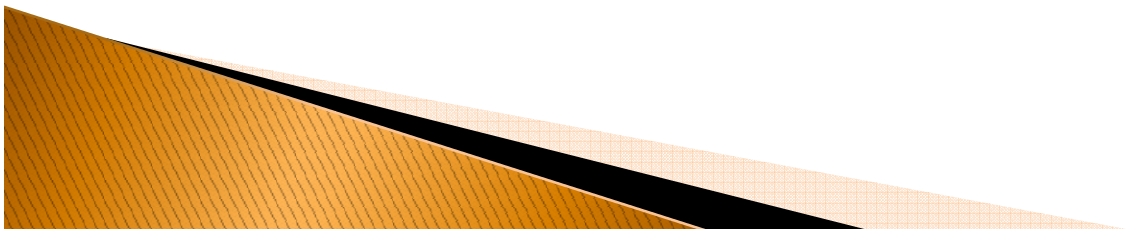


ELEMENTOS DEL CASO

- »» Los recursos del Caso. Documento Interno.

1. Los recursos del caso. Elementos para su constitución.

- Misión.
- Metas.
- Objetivos.
- Programas y servicios.
- Gobierno.
- Personal.
- Medios y/o mecánica para proporcionar el servicio.
- Finanzas.
- Planeación, desarrollo y evaluación de la organización.
- Historia.



RECURSOS DEL CASO

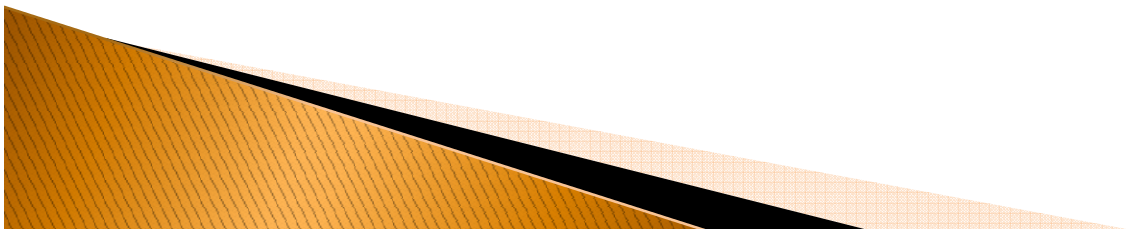
- ▶ **Misión**
 - ¿Por qué existimos?, declaración filosófica de las necesidades y problemas humanos y sociales que atiende la organización. Valores.
 - Señalar algo único que nos diferencie de las demás organizaciones.
- ▶ **Metas**
 - ¿Qué queremos lograr?. Lo que la organización pretende resolver.
- ▶ **Objetivos**
 - ¿Cómo lograr las metas?
- ▶ **Programas y servicios**
 - ¿Cuáles métodos emplearemos?
- ▶ **Gobierno**
 - Forma en que se elige, cómo funciona, de qué manera representa a la comunidad...
- ▶ **Personal.**
 - Tanto a sueldo como voluntarios.
- ▶ **Medios y/o mecánica para proporcionar el servicio.**
- ▶ **Finanzas.**
 - Materiales en forma narrativa, numérica y gráfica que proporcionen una imagen clara de la forma en que la organización obtiene y gasta sus recursos financieros.
- ▶ **Planeación, desarrollo y evaluación de la organización.**
 - Descripción de los procesos de planeación a corto y largo plazo usados por la organización.
- ▶ **Historia**
 - Descripción breve de cómo y por qué nació la organización.

RECURSOS DEL CASO

RECURSOS DEL CASO

USOS INTERNOS DEL CASO

- ▶ Establece acuerdo dentro de la organización.
- ▶ Apoya el reclutamiento de liderazgo.
- ▶ Aporta una fuente de información para el desarrollo de materiales para la procuración de fondos.
- ▶ Crea la base para la evaluación institucional, la identificación de prioridades y la toma de decisiones.



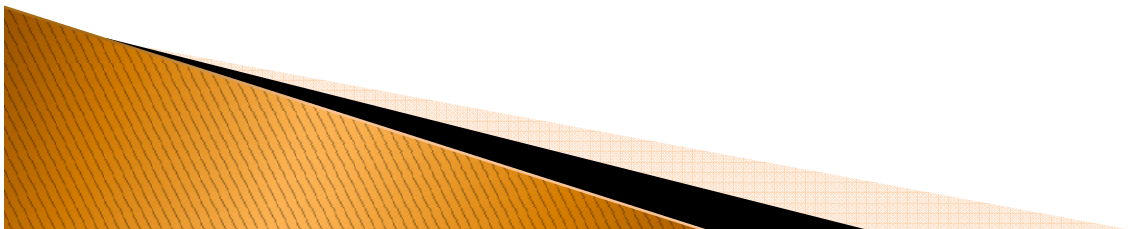
ELEMENTOS DEL CASO

- »» Las expresiones del caso.
Documentos externos.

2. Las expresiones del Caso

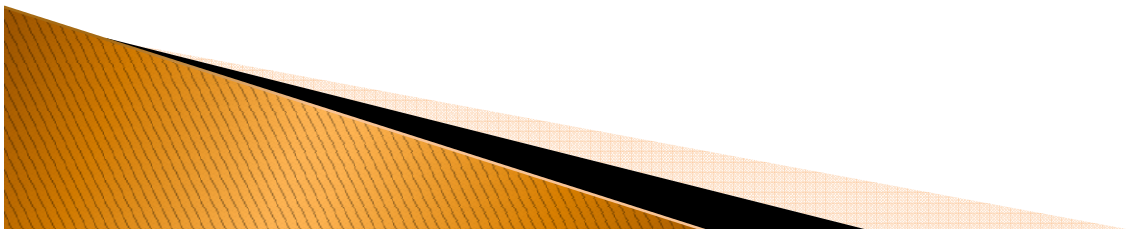
- ◉ En función del donante al que queremos acceder, podemos usar varias formas de presentación del caso, (qué hacemos y qué necesitamos)
- ◉ Algunos ejemplos son:
 - > Folletos.
 - > Propuestas para Fundaciones.
 - > Cartas de solicitud.
 - > Folletos de campaña.
 - > Comunicados de prensa.
 - > Artículos o boletines de noticias.
 - > Conferencias o presentaciones a organizaciones comunitarias.
 - > Conversaciones personales de promoción y solicitud.

A la hora de redactar estos documentos debemos usar expresiones que reflejen cualidades como: relevancia, proximidad, sentido de futuro, urgencia, ánimo e importancia.



Preparación del caso, sus recursos y expresiones.

- ◉ Debe estar dirigida por un especialista en procuración de fondos, que reúna y genere la información proveniente de todas las fuentes pertinentes.
- ◉ Debe obtener información de los miembros del consejo, administradores, personal, consumidores, voluntarios clave y representantes del universo de donantes.
- ◉ Esto no excluye a la colaboración de otros en la preparación del caso, pero sí debe estar dirigido bajo una única visión y criterios, ya que dentro de una organización cada miembro la percibe de manera diferente. Este debe ser un mensaje único y compartido por todos.



MERCADOTECNIA SOCIAL

- El tercer sector cada vez es mas mercadotécnico, por lo que a la hora de ponerse a buscar fondos hay que tener en cuenta lo siguiente:
 - > ¿Quiénes son los donantes potenciales?
 - > ¿Qué requerirán como intercambio social?
 - > ¿Cuáles son sus intereses, inquietudes, prejuicios, condicionamiento, patrones de donativo?
 - > ¿Quién toma la decisión para otorgar el donativo y qué afecta esta decisión? ¿Quiénes generan la opinión, y que opinión mantienen sobre esta organización?
 - > ¿Cuáles son las fuerzas que motivan al donante? ¿Cómo podemos enfatizar las posibilidades de intercambio social?

