

CICLO DE CULTIVO DE BENEFACTORES INDIVIDUALES

¿Qué es la recaudación de fondos?

Existen muchas palabras para describir la recaudación de fondos, pero en resumen, se trata del proceso de garantizar contribuciones financieras voluntarias mediante el compromiso de personas, empresas, fundaciones de beneficencia o dependencias gubernamentales para apoyar una causa sin fines de lucro.

El Guidismo/Escultismo Femenino es una de estas causas que valen la pena. Mediante el trabajo que realizamos en materia de desarrollo del liderazgo, propugnación y acción comunitaria, el Guidismo/Escultismo Femenino tiene la capacidad de empoderar a las niñas y jóvenes para que desarrollen las habilidades y la confianza necesaria para realizar cambios positivos en su vida, sus comunidades y el mundo que las rodea.

A pesar de que la actual pandemia está ocasionando incertidumbre económica en todo el mundo, aún existen oportunidades para recaudar fondos. Se ha renovado la oportunidad de concentrar la atención en la hermandad mundial de las Guías y Guías Scouts durante este tiempo, y la forma en que las niñas y jóvenes están tomando acción en respuesta a Covid-19.

Tu organización Guía puede representar una función crucial en demostrarle al mundo la forma en que las niñas y jóvenes pueden marcar la diferencia en momentos de crisis.

Enfoque en los Benefactores Individuales

La recaudación de fondos individual puede ser diferente que pedir dinero a gobiernos o a organizaciones que otorgan subvenciones, aunque se pueden aplicar muchos de estos mismos principios. Estos son algunos principios básicos.

¿Por qué da la gente?

La gente da porque quiere cambiar el mundo y ayudar a mejorar la sociedad. **Piensa en los donadores como creadores del cambio.** Algunas personas se sienten inspiradas por ser parte de algo que cambiará el mundo. Dar con frecuencia les brinda un sentido de conexión y un sentido de propósito, especialmente en tiempos de crisis.

Algunos motivadores fuertes para dar pueden ser:

- Inspiración de una persona afín
- Creer en la visión o misión de una causa
- Orgullo cívico
- Gratitud y reconocimiento

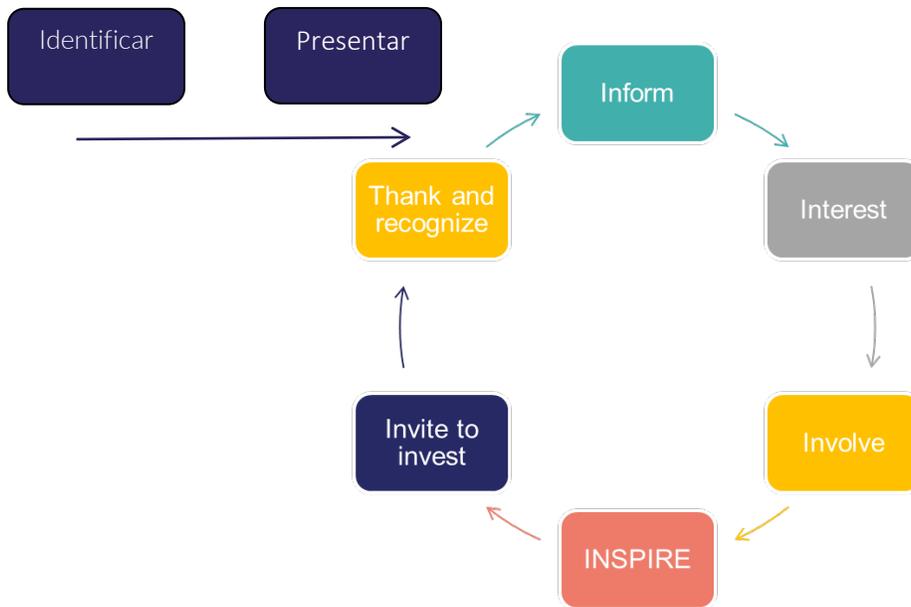
Los folletos elegantes o sentimientos de culpa por lo general no son motivadores sólidos que puedan inspirar a la gente para dar.



El ciclo de cultivo

La capacitación en recaudación de fondos por lo general usa ejemplos relacionados con la jardinería porque debemos nutrir y cultivar a un posible donador de manera similar a la forma en que se cuida una planta.

El ciclo del donador



Inform	Informar
Interest	Interesar
Involve	Involucrar
INSPIRE	INSPIRAR
Invite to invest	Invitar a invertir
Thank and recognize	Agradecer y reconocer

1) Identificar y estar informadas sobre los posibles donadores

Si tu organización guía está enfrentando necesidades financieras urgentes, es importante que des prioridad a una lista de personas a quienes puedas solicitar donativos financieros. Para crear esta lista considera lo siguiente:

- ✓ Las personas que más apoyo te pueden brindar son quienes ya se han conectado con tu causa y han donado en el pasado. Estos son tus posibles donadores más interesados porque ya han entendido se han comprometido con tu misión y visión.
- ✓ Revisa tus redes para identificar los nuevos benefactores posibles que creas que podrían recibir una plática sobre las niñas y el desarrollo del liderazgo. Revisa en toda la organización Guía las redes personales que tienen a las cuales podrías dirigirte. ¿Hay donadores prominentes a otras organizaciones sin fines de lucro en



tu país o comunidad que tengan un vínculo con tu organización o tu causa/misión? Con frecuencia a la gente le interesan las inquietudes de la comunidad en general, de manera que desean oír cual es la importancia del Guidismo.

- ✓ Si algunas de las personas que participan en tu organización tienen influencia en tu comunidad, usa la misma para ayudar a ampliar tu red. Pide que hagan una llamada y establezcan reuniones o que te presenten.

2) Conoce a tus donadores

- ✓ Una vez que hayas creado una lista de posibles donadores, investiga. Comprende sus intereses, qué causas han respaldado en el pasado y, en su caso, si tienes una red, la persona que podría hacer las presentaciones iniciales.

3) Conoce tu relato

Tu relato, con frecuencia llamado "Justificación para recibir apoyo", es vital. Debe hablar sobre la necesidad, tu visión para el futuro, lo que cambiará con el apoyo de un donador y por qué tu organización es la que puede hacerlo mejor.

Piensa en tu relato como si tuvieras que responder estas preguntas:

- ¿Qué problemas estamos tratando de resolver?
- ¿Qué nos apasiona?
- Una vez resueltos los problemas ¿de qué forma será el mundo un lugar mejor?
- Por qué necesitamos **su** apoyo para que esto suceda
- ¿Cómo le mantenemos interesado e informado?

Un relato debe contener emociones pero también hechos. Si pides dinero, debes ser clara en la forma en que se va a utilizar.

Con frecuencia un relato o justificación para obtener apoyo se describe en un documento por escrito y puede contener detalles, presupuestos o fotos. Pero no tiene que ser complicado.

Un relato o justificación para obtener apoyo se puede usar para proyectos grandes y pequeños. Por ejemplo, puedes hacer un relato o justificación para obtener apoyo para una campaña de recaudación de fondos grande para financiar a las niñas en todas las regiones de tu país para que obtengan capacitación para seguridad en línea o bien, para recaudar dinero para comprar materiales para una compañía de guías. Piensa en elaborar una especie de lista de verificación para proyectos a mayor escala, donde se desglosen elementos que se necesitan, y que puedas llevarle a un posible donador. Esto puede ayudar a los donadores a visualizar el proyecto y también a ver donde pueden apoyar financieramente y a qué nivel o valor.

Finalmente, una justificación para obtener apoyo es una herramienta y es importante, pero recuerda, la forma en que presentes tu justificación para obtener apoyo lo que hará que impacte, emocione e inspire.

4) Consejos e ideas sobre cómo hacer una solicitud de donativos

La gente da a la gente porque la motiva una causa y desea marcar la diferencia. Sin embargo, la gente no dará si



no se les pide. Tu función, básicamente, es pedir apoyo.

Las decisiones pueden ser más emocionales que racionales para donadores en lo individual, así que comparte tu relato personal sobre las razones por las cuales te interesas en el Movimiento Guía y Guía Scout. ¿Cuál es tu motivación personal para estar aquí? Sin embargo, cuando hagas tu investigación, si descubres que el enfoque o antecedente de tu posible donador es más comercial, busca ofrecer el equilibrio adecuado entre hechos y estadísticas y el impacto del Guidismo a la par que las historias personales.

Demuestra sentido de urgencia y entusiasmo, lo que digas y como lo digas tendrá una gran influencia, es importante inspirarlos para que apoyen tu causa.

La práctica hace al maestro, así que una vez que hayas identificado a quien pedir y hayas establecido la primera reunión, planea como imaginas que será la conversación. Piensa cómo le gustaría a esa persona que se te dirijas a ella, qué le podría inspirar y sobre todo, confía en lo que dirás. Tú eres la experta en el proyecto para el cual necesitas el apoyo.

Si es posible, da antes de pedir, algo muy eficaz es que la persona, ya sea personal o voluntaria, que solicita dinero a otra persona ya ha contribuido ella misma. Si ya hiciste un donativo, te será más fácil alentar a otros a hacerlo. Incluso si te encuentras en una situación económica totalmente diferente a la de la persona a que estás pidiendo, puede ser muy valioso decirle:

*“Este proyecto es tan importante, mi familia y yo lo hablamos e hicimos un donativo significativo para nosotros porque consideramos que esto es de gran importancia para el futuro de nuestra comunidad”**.

*No es necesario que compartas la cantidad que donaste.

No necesitas disculparte, no estás pidiendo dinero para ti, sino para una causa que vale mucho la pena.. Estás pidiendo apoyo para crear un cambio, de manera que no es necesario disculparte por ello.

Equilibra la conversación entre la “gran visión” del Guidismo a nivel global y lo que esto significa en tu propia comunidad y país.

Haz preguntas abiertas, esto te ayudará a aprender más sobre la persona, sus prioridades y sus motivaciones. Las preguntas que comienzan con “por qué”, “cómo” o “cuéntame sobre” obtienen la información más significativa:

Por ejemplo:

- ✓ ¿Qué resultados específicos está usted buscando de un proyecto para respaldarlo?
- ✓ ¿Qué impacto ha tenido el Guidismo en usted y en su familia?
- ✓ ¿Cuéntenos más sobre el por qué le interesan los derechos de las niñas y el empoderamiento de las niñas?
- ✓ ¿Cómo decide a qué organización apoyar?
- ✓ Cuénteme como desearía impactar en el futuro de su comunidad local
- ✓ ¿Cuáles son sus aspiraciones para sus hijas/nietas?
- ✓ ¿Que cree que podríamos hacer mejor para potenciar a las niñas y las jóvenes en nuestro país?
- ✓ ¿Qué preguntas tiene sobre el proyecto que le he descrito?
- ✓ (si la persona parece renuente): ¿Qué información adicional necesitaría tener con antelación para decidir hacer un donativo para este proyecto?

En algunos países es aceptable pedir una cantidad específica de dinero.



Muestra tu interés, esta debe ser una conversación cálida y abierta, deseas ayudar a que el posible donador se sienta inspirado y comprometido con lo que estás contando.

Permite que también el donador hable, ¡es clave! Da suficiente tiempo para que el donador haga preguntas, te cuente su propio relato o historia y dale espacio para que haga comentarios constructivos sobre el proyecto que le estás poniendo a consideración. A los donadores les gusta con frecuencia compartir sus conocimientos y consejos en los proyectos que respaldan, dales tiempo para ofrecerlos. Incluso te pueden ser de utilidad para hacer realidad el proyecto.

Frases útiles y lenguaje corporal

No digas “Ahora sabemos que nos puede donar \$X”. Esto es presuntuoso y puede hacer que la persona se sienta incómoda

Di “No conocemos sus circunstancias financieras, sin embargo, esperamos considerar un donativo de \$X para hacer realidad este proyecto”

No es lo que dices sino como lo dices. Tu voz y lenguaje corporal son una parte vital de la comunicación. He aquí algunos consejos:

- ✓ Habla despacio. Cuando algo te emociona es fácil empezar a hablar cada vez más rápido. Trata de ir más despacio. Esto hará que escucharte sea más fácil
- ✓ Alza la voz. No tengas miedo de hablar al volumen que necesites para que la gente te escuche.
- ✓ Habla claramente. No murmures.
- ✓ Habla con emoción. Nadie escuchará por mucho tiempo si hablas con voz monótona. Permite que tus sentimientos se vean reflejados en tu voz.
- ✓ Usa pausas. Agregar una pausa pequeña entre ideas o enunciados crea un poco de tensión y anticipación. La gente empieza a escuchar con más atención lo que estás diciendo.

5) El seguimiento es importante

Al final de una junta, sé específica sobre lo que piensas hacer a continuación. Por ejemplo, tener una junta de seguimiento donde quizá esté presente representante adicional de tu organización o una experta en el proyecto, para enviar más información o incluso solo para darles tiempo para considerar su posible apoyo. Recuerda mencionar cuando esperas comunicarte de nuevo con ellos.

Además, siempre es apropiado enviar un correo electrónico o una nota de seguimiento manuscrita para agradecer el tiempo de la persona.

6) Reconocimiento a los donadores

Si has logrado garantizar el apoyo de tu donador, también necesitas pensar en cómo agradecerle. A algunos donadores les gusta que se les reconozca o agradezca públicamente por su apoyo, a otros no. Cuando tu donador haga su donativo, no te olvides preguntarle esto. Sin embargo, sin importar si el agradecimiento es público o no, agradece a tu donador por carta o correo electrónico, dependiendo de la forma de comunicación que prefieran. Además, no dejes de mantenerlos informados sobre el proyecto que apoyaron. Ahora son un apoyo para tu



organización, asegúrate de retenerlos.

En términos de reconocer públicamente a un donador, puedes tener diferentes categorías de reconocimiento para niveles diferentes de benefactores. Esto puede incluir, aparecer en una lista del informe anual o en un muro, invitarlos a un evento o recorrido especial, o relacionar su nombre con un proyecto. Piensa donde queda tu donador dentro de estas categorías y otros donadores que también están apoyando el proyecto.

También deberías conocer las ventajas fiscales en tu país que serían un incentivo para que los donadores hagan su donativo.

Otros consejos

Usar con frecuencia citas inspiradoras en tus cartas o materiales locales es útil.

Podrías usar citas de nuestros Fundadores, por ejemplo:

“Recuerda, no es lo que tienes sino lo que das lo que te trae felicidad”.

– Olave Baden-Powell

O usar palabras de inspiración de un poeta o un líder relevante para tu cultura.

Las citas sobre donativos y filantropía pueden ser eficaces:

El acto de la filantropía es un acto espiritual, una expresión de interés por los demás seres humanos. Es creer en el futuro y que el futuro puede ser bueno. Es invertir en ese futuro. Es ayudar a que el sueño se vuelva realidad.

-- Arthur Frantzreb

Recuerda, ¡la recaudación de fondos puede ser divertida!

La recaudación de fondos es hacer una conexión emocional y encontrar la “chispa” para ayudar a inspirar a la gente para que cambie el mundo. Estás invitando a la gente a unirse a ti, y a todas nosotras, y juntos permitir que las niñas y las jóvenes desarrollen su máximo potencial como ciudadanas del mundo.

