

KIT DE SUPERVIVENCIA PARA ASOCIACIONES

23 de Noviembre de 2011

Totana (Murcia)

PASOS ANTES DE LA CAPTACIÓN DE RECURSOS:

- Conocer la organización y creer en ella.
- Elaborar un diagnóstico financiero de la organización. ¿Qué gastos tenemos? ¿Qué gastos podemos generar?
- Determinar cuánto quiere captar y en cuánto tiempo. (¿Qué actuación/actividad queremos financiar? ¿Hemos decidido las prioridades?)
- Investigar, identificar y conocer al potencial donador. (¡No ponga todos los huevos dentro del mismo cesto! Es saludable buscar diferentes fuentes de financiación).
 - o Vecinos, Clientes de los comerciantes, socios de clubs y asociaciones, amigos de la familia del beneficiario, parientes, antiguos beneficiarios.
 - o Empresas donde trabajan los parientes de los beneficiarios, comercio local, lista telefónica, antiguos socio y colaboradores.
- Desarrollar un proyecto que sea del interés de ambos. (Explique brevemente el proyecto no más de 1 ó 2 hojas, introduzca fotos recientes, proporcione resultados concretos, historias que demuestren el éxito de la organización,...).
- Elaborar un material para comunicar de forma clara y lógica. (promocionar la asociación y el proyecto / servicio a financiar).
 - o Elabore un díptico, folleto.
 - o Carta-propuesta personalizada acompañada de carpeta dossier.
 - o Carta de agradecimiento por la donación, tanto para los “sí” como para los “no”.
 - o Mailing: Envío de correo electrónico.
 - o Llamadas de tlf, fax, cartas ordinarias.
 - o Boca a boca (Persona consigue otra persona)
 - o Entrevista personal.
- Mantener las relaciones adquiridas.
 - o Cumpla con sus compromisos, de esta forma estará retribuyendo.
 - o Rendimiento y transparencias de cuentas.

Lista de comprobación sobre medios propios

1. ¿Hay un plan para hacer uso de las publicaciones periódicas de la organización?
2. En la próxima memoria, ¿se reconocerá a los donantes, se destacarán separadamente las grandes donaciones y se dará detalle de los éxitos de captación?
3. En la próxima asamblea anual ¿se celebrarán los éxitos de captación y se llamará la atención sobre las próximas campañas?
4. ¿Hay una política para identificar los buenos trabajos, los trabajos destacados de la organización y citar sus necesidades de apoyo continuado en todas las intervenciones públicas de sus portavoces?
5. ¿Hay llamamientos a colaborar económicamente en el sitio web de la organización y se ofrecen las facilidades necesarias para hacerlo?

Lista de comprobación sobre medios externos

1. ¿Tenemos preparada una lista de contactos en medios?
2. ¿Hay gente en el departamento de comunicación que mantiene contactos habituales con ellos?
3. ¿Tenemos gente dispuesta a hacer declaraciones y están instruidos sobre lo que tienen que decir?
4. ¿Tenemos un plan de contacto regular con los medios?

- Crear un equipo de captadores de recursos.
- Evaluar constantemente.

PLAN DE GESTIÓN ECONÓMICA.

- Aplicación informática “**Asociación 1.0**”. Conceptos básicos.
 - o **Se distribuye de forma gratuita** a todas las Asociaciones de Totana legalmente constituidas. Para más información acuda a la Concejalía de Atención Social, Participación Ciudadana y Colectivos Vecinales.

CONSEJOS

Siempre que te plantees desarrollar promociones conjuntas, como cualquier otra operación de marketing con causa, asegúrate de que se cumplen estas condiciones:

1. Antes de hablar con ninguna empresa, tu organización debe haber aprobado unas directrices sobre relaciones con empresas (filtros éticos, condiciones mínimas para asociar su imagen, etc.).
2. Considera tanto la imagen de tu organización como la de las empresas a las que te dirijas.
3. Selecciónalas cuidadosamente.
4. Piensa en cómo se beneficiarán, además de lo que ganará tu organización.
5. Fija los acuerdos por escrito, incluso mediante contrato; no te confíes por el hecho de que las relaciones sean muy cordiales.
6. Asegúrate de que tu organización percibe unos ingresos mínimos y que su remuneración se fija en relación a las ventas, no a los beneficios.
7. Mantén una comunicación fluida y una relación honesta con la empresa en cuestión.

MÁS CONSEJOS

ASEGÚRATE DE REUNIR TODOS LOS REQUISITOS LEGALES

Averigua las normas sobre consumo y despacho de alcohol, los requisitos sobre seguridad y servicio de orden público; entérate de si tienes que pagar cánones o impuestos por tu espectáculo; comprueba si es necesario contratar un seguro de responsabilidad civil y otro tipo de seguro. Hay normas legales para casi todo. Indaga qué normas tienes que cumplir y, en su caso, qué trámites tienes que realizar. Si no lo sabes, pregunta a alguien que tenga experiencia en organizar eventos similares.

Por último, no robes ideas originales a otras organizaciones de tu entorno. Esto no sólo es injusto, sino que, además, puede resultar contraproducente. Algunos actos sólo pueden hacer ganar dinero una vez al año. Si dos organizaciones tratan de realizar el mismo evento, es posible que las dos salgan perdiendo.

BIBLIOGRAFÍA

www.synergos.org/knowledge/00/sustentabilidad2.htm

www.profesionalesfundraising.org

- Modalidades de colaboración empresarial. Asociación Española de Fundraising.
- Principios básicos para la organización de eventos de captación de fondos. Asociación Española de Fundraising.
- Transparencia y captación de fondos. Asociación Española de Fundraising.