



EJEMPLO DE PLAN DE PROCURACIÓN DE FONDOS PARA ATRAER DONATIVOS DE INDIVIDUOS

NOTA: La finalidad de este documento es mostrar ALGUNAS estrategias concretas de procuración de fondos. Le recomendamos sea creativo al implementar otras en su organización!

**CENTRO DE RECURSOS INTERNACIONALES
PARA ORGANIZACIONES CIVILES, A.C.**



PLAN DE PROCURACIÓN

Misión

Visión

Valores

CRITERIOS PARA EL ÉXITO DEL PLAN DE PROCURACIÓN

El Plan de PROCURACIÓN busca hacer realidad la misión, visión y valores de la organización -----, a través de la captación de flujos de efectivo diversos y sostenibles en el mediano plazo. El fin último de este Plan es asegurar que los recursos financieros de la Organización ----- le permitirán alcanzar (MISIÓN Y VALORES).

Este documento bosqueja metas, objetivos estratégicos y medidas de éxito de cada una de las metas. Para lograr la efectiva implementación de este Plan, será necesario contar con los siguientes elementos iniciales:

1. El Consejo Directivo y el Director Ejecutivo deben comprometerse activamente durante la ejecución de este Plan de PROCURACIÓN.
2. El equipo encargado de las tareas de PROCURACIÓN dentro de la Organización ----- debe estar debidamente capacitado y enfocado en alcanzar los objetivos estratégicos, midiendo progresivamente cada uno de los resultados alcanzados.
3. La infraestructura de la cual dependerá este Plan debe ser confiable, consistente y sujeta a una evaluación continua.



METAS ESTRATÉGICAS DEL PLAN DE PROCURACIÓN – SEPTIEMBRE 2011

Durante el año fiscal 2011, el equipo de PROCURACIÓN de la Organización ----- fortalecerá la misión, visión y valores de la organización a través de las siguientes metas:

1. Incrementar en un (PORCENTAJE) el flujo de efectivo no etiquetado para la organización.
2. Comenzar la construcción de un fondo de ahorro de la organización a través de la solicitud de legados y herencias.
3. Fortalecer al Consejo Directivo en el rubro de PROCURACIÓN de fondos.
4. Atraer al menos 100 donativos de \$1000+

OBJETIVO 1: Incrementar en un (%) el flujo de efectivo no etiquetado para la organización.

METAS:

1. Cultivar potenciales donantes a través de un programa de membresía con beneficios específicos diseñados para cada grupo de donantes. Ejemplos.
 - a. Membresía para estudiantes de posgrado (Costo: \$500 x año). Acercarse a Programas de Posgrado del ITAM, ITESM, UIA, etc. Beneficios de la membresía:
 - ◆ Descuentos en bares de moda (la Organización ----- negociará estos descuentos con cada empresa)
 - ◆ Invitación a cenas de gala donde acudirán estudiantes de posgrado de varias universidades
 - ◆ Invitación a conferencias de interés general para este grupo de donantes (la Organización ----- solicitará a personalidades relevantes que donen su participación para conferencias o seminarios)
 - ◆ Invitación a reuniones con poblaciones de beneficiarios de la Organización ----- en el interior de la República
 - b. Membresía para empleados federales (Costo: \$1,000 x año). Acercarse al gobierno federal para que se puedan distribuir folletos informativos dentro de cada instancia gubernamental. Beneficios de la membresía:
 - ◆ Descuentos en tiendas con las que la Organización ----- logre convenios.
 - ◆ Invitación a cenas de gala donde acudirán otros empleados del gobierno federal.
 - ◆ Publicación de listas de donantes en lugares visibles de cada oficina gubernamental.



- ◆ Invitación a reuniones con poblaciones de beneficiarios de la Organización -----
----- en el interior de la República
- 2. Distribuir un folleto por correo postal para toda la República, con información concisa destinada a atraer donativos de \$100, \$200, \$300, \$400 y \$500 de cada hogar, que incluya una historia personal narrada por algunos de los beneficiarios.
- 3. Cultivar potenciales donantes entre los empleados de empresas (nacionales y transnacionales) a través de programas del tipo *matching gift*. Ofrecer beneficios de publicidad e imagen a las empresas participantes.
- 4. Comenzar de inmediato la solicitud de donativos a Fundaciones y Corporaciones norteamericanas para el rubro de gastos operativos de la Organización -----.

OBJETIVO 2: Comenzar la construcción de un fondo de ahorro de la organización a través de la solicitud de legados y herencias.

METAS:

1. Acercarse al Colegio de Notarios (agrupación que agrupa a los Notarios Públicos del país) para que en cada Notaría se distribuyan folletos solicitando que la Organización -----
----- sea incluida en legados o herencias de individuos que acuden a celebrar su testamento. Incluir información estadística de organizaciones filantrópicas de otros países que son incluidas en testamentos de individuos.
2. Hacer alianza con otras organizaciones filantrópicas para diseñar un folleto informativo múltiple en el que aparezcan todas ellas solicitando ser incluidas en testamentos (será más fácil que el Colegio de Notarios acepte participar en este proyecto si el folleto incluye muchas organizaciones filantrópicas a la vez).
3. Mantener permanentemente informados a los familiares de los individuos que incluyeron a la Organización ----- en su testamento. Invitarlos a participar más activamente con la organización (podrán ayudar a organizar eventos de PROCURACIÓN y a atraer nuevos donantes).

OBJETIVO 3: Fortalecer al Consejo Directivo en el rubro de PROCURACIÓN de fondos.

METAS:

1. Ofrecer al menos una sesión de capacitación a todos los miembros del Consejo Directivo en la que conozcan cuáles son las funciones que desempeñan los Consejos Directivos en organizaciones altamente exitosas.



OBJETIVO 4: Atraer donativos de \$10,000+

METAS:

1. Educar y asesorar permanentemente a cada miembro del Consejo Directivo para que atraiga donativos anuales de \$10,000+
2. Organizar eventos de interés para este grupo de donantes (conferencias, fiestas exclusivas con Consejeros de otras organizaciones, etc).
3. Publicación de listas de donantes en diarios y revistas de circulación nacional.



PRESUPUESTO ORGANIZACIONAL							
INGRESOS							
Proyección de ingresos para el Año 2008							
Fuentes de Ingreso							
A. Individuos							
	1. Contribuciones/membresías			\$ _____			
	2. Donativos prometidos/mes			\$ _____			
	3. Donativos grandes			\$ _____			
	4. Eventos especiales			\$ _____			
	5. Deducciones salariales			\$ _____			
	6. Donativos por correo postal			\$ _____			
B. Donativos de Fundaciones							
C. Empresas							
	1. Contribuciones			\$ _____			
	2. Otros donativos			\$ _____			
D. Gobierno (federal, estatal, municipal)							
	1. Donativos			\$ _____			
	2. Contratos			\$ _____			
E. Instituciones religiosas							
	1. Contribuciones			\$ _____			
	2. Otros donativos			\$ _____			
F. Ingreso generado							
	1. Venta de "x" producto o servicio			\$ _____			
	2. Ingreso misceláneo de programas			\$ _____			
G. Otros ingresos							
	1			\$ _____			
	2			\$ _____			
INGRESOS TOTALES				\$ _____			



ESTRATEGIA DE PROCURACIÓN LISTADO DE PASOS A SEGUIR

Objetivo:						
	Acciones	Responsable	Fecha de entrega	Alcanzado		
				Si	En progreso	No
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						



CALENDARIO ANUAL DE PROCURACIÓN												
Actividad	Ene-11	Feb-11	Mar-11	Abr-11	May-11	Jun-11	Jul-11	Ago-11	Sep-11	Oct-11	Nov-11	Dic-11
Donativos												
Cultivo nuevos miembros												
Renovaciones												
Invitaciones especiales												
Membresías (nuevas y escaladas)												
Eventos												
Reconocimientos												
Marketing												
Website												
Donativos planeados												
Marketing												
Spots al aire												
Al aire												
Solicitud por TV												
Solicitud por radio												
Solicitud medios impresos												
Correo postal												
Renovación												
Nueva membresía												
Recuperación membresía perdida												
Donativo adicional												
Telemarketing												
Renovación membresía												
Recuperación membresía perdida												
Donativo adicional												
Web												
Website												
Renovación electrónica												
E-mail												
Reconocimientos												
Eventos												



MONITOREO DEL PLAN DE PROCURACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN -- 2011

Año Fiscal 2011 PLAN OPERATIVO	PROCURACIÓN	OBJETIVOS & METAS			
OBJETIVOS	METAS	¿ALCANZADO?			EXPLICACIÓN
		SI	En progreso	NO	
1.	a.				
	b.				
	c.				
	d.				
	e.				
	f.				
2.	a.				
	b.				
	c.				
	d.				
	e.				
	f.				
3.	a.				
	b.				
	c.				
	d.				
	e.				
	f.				
	b.				