

¿Qué necesitas saber para ser un recaudador de fondos competente?



Contenidos

¿Qué es ser competente?	3
Las áreas clave en la formación de un recaudador de fondos	5
Comunicar la necesidad de apoyo	5
La gestión de los recursos para la captación.....	5
El desarrollo de una estrategia de captación de fondos	8
Resolución de problemas	9
Ejecución y evaluación de los programas de captación de fondos	9
Organización del trabajo y relaciones interpersonales.....	10

Trabajar en recaudación de fondos puede ser muy gratificante, pero no es un trabajo fácil. Hay que conseguir objetivos precisos, con frecuencia ambiciosos, que a menudo ponen a prueba las capacidades del profesional. Son habituales los momentos de ansiedad por la incertidumbre sobre si se alcanzarán los objetivos. Suele ser un trabajo exigente que requiere largas jornadas y completa flexibilidad horaria para poder asistir a reuniones o actos públicos en cualquier momento del día. No es una ocupación que facilite la conciliación del trabajo con el ocio y la vida familiar.

En el informe “Cualidades del recaudador de fondos” que publicamos en www.profesionalesfundraising.org ya tratamos el tema de las aptitudes que deben reunir los profesionales en esta materia, según fueran especialistas en métodos concretos o gestores del programa global de recaudación. En este informe vamos a circunscribirnos a los conocimientos necesarios.

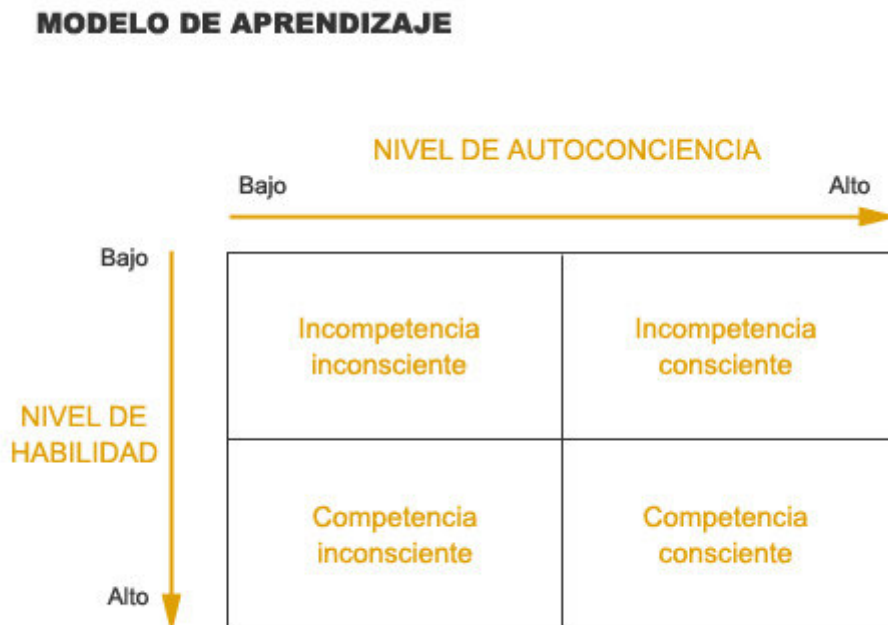
¿Qué es ser competente?

Una competencia es la habilidad para llevar a cabo una tarea específica de acuerdo con un estándar acordado. Se dice de alguien que es competente cuando reúne el conjunto de competencias necesarias para desarrollar una función. No necesariamente tenemos que tener todas las competencias en grado sumo para que se valore nuestra competencia genérica.

Puede ocurrir una de estas cuatro cosas:

1. Que no sepamos hacer algo y no nos demos cuenta de ello.
2. Que no sepamos hacerlo, pero seamos conscientes de ello.
3. Que ignoremos que sabemos hacer tal cosa.
4. Que seamos conscientes de que sabemos hacerla.

Se ha representado esta combinación de posibilidades de esta forma:



Cuando no sabemos hacer algo y somos conscientes de ello estamos en la mejor disposición de aprender. En cambio, cuando ignoramos que no sabemos hacer algo o cuando no sabemos hacer algo pero nos resistimos a reconocerlo, será más difícil cubrir esta carencia mediante la formación porque no tendremos consciencia de la necesidad o porque no tendremos disposición de aprender si creemos que no nos van a enseñar nada que ya no sepamos.

El perfil profesional del recaudador de fondos tiene unas características específicas que tienen relación con el siguiente bagaje de conocimientos y experiencia:

- Experiencia en marketing, publicidad o ventas.
- Participación en organizaciones ciudadanas, ya sea como voluntario o en puestos remunerados.
- Conocimientos en técnicas de comunicación, marketing directo y relaciones públicas.
- Habilidades interpersonales, en especial para comunicarse de forma persuasiva.
- Formación en ética profesional.

Esto no significa que para ejercer esta profesión haya que haber estudiado necesariamente las disciplinas antes mencionadas. De hecho, el reciente estudio sobre el perfil de los recaudadores de fondos en España realizado por la AEF muestra su diversidad de trayectorias profesionales. Pero hay que adquirir ese conocimiento, aunque no sea mediante formación académica, combinando la práctica con el estudio teórico de esas disciplinas de las que bebe el arte de la captación de fondos.

Las áreas clave en la formación de un recaudador de fondos

Comunicar la necesidad de apoyo

Para desarrollar una estrategia efectiva, resulta fundamental la comprensión tanto de la organización en cuestión como lo que le impulsa a captar fondos, sus necesidades concretas.



Las personas encargadas de captar fondos deberían tener un conocimiento profundo de su organización y cómo está posicionada en el sector de las ONG, así como del vínculo existente entre el trabajo que realiza y la mejor forma de financiarlo.

Deben elaborar una línea de argumentación para pedir fondos de cara a un acto o una campaña en concreto. Dicha argumentación debe basarse en la misión de la organización y, en su caso, en una campaña más amplia.

La concepción de una buena propuesta para un destinatario adecuado y una presentación atractiva constituyen los ingredientes clave de su éxito. Los recaudadores de fondos deben saber qué pedir, a quién, por qué canal y de qué forma. Para ello deben conocer diversas formas de comunicación: oral, escrita, electrónica, audiovisual, etc.

Criterios de desempeño

Las personas encargadas de captar fondos deben poder:

- » Describir el propósito fundamental de su organización así como los valores que guían su trabajo.
- » Exponer la naturaleza de sus necesidades para funcionar como organización y llevar a cabo sus programas, incluyendo los costes económicos necesarios para sufragarlas.
- » Comunicar de acuerdo con la estrategia de marca de la organización.
- » Identificar las fuentes de ingresos más adecuadas a las necesidades existentes en cada momento.
- » Preparar una línea de argumentación convincente.
- » Informar sobre los incentivos fiscales para el mecenazgo.

- » Elegir el método de comunicación que más se adecua a las necesidades de la campaña.
- » Poner en práctica de forma efectiva sus aptitudes de comunicación a la hora de formular la petición.

Conocimientos necesarios

- » Las fuentes de información sobre las necesidades de la organización.
- » La importancia de conservar la identidad de la organización.
- » Las relaciones con los donantes, incluyendo sus motivaciones y las formas de abordarlos.
- » Los métodos y medios necesarios para comunicar con diferentes públicos.
- » La relación coste-beneficio según el medio de comunicación utilizado.
- » La psicología de la comunicación.
- » La legislación y costumbres en materia de captación de fondos.
- » La ética profesional.

La gestión de los recursos para la captación

La investigación es vital en cualquier actuación de captación de fondos. Las personas encargadas de esta tarea deben demostrar que la estrategia se basa en una información rigurosa y actualizada. Deben hacer un estudio y un análisis posterior de los potenciales financiadores, identificando sus motivaciones y vinculándolas a distintas actividades de captación.

Ninguna actuación de captación de fondos tendrá éxito sin un plan claro y estructurado. Los recaudadores de fondos tienen que tener la capacidad de concebir acciones viables y de convencer a la dirección de que le conceda los recursos necesarios para llevarlas a cabo.

Los recaudadores de fondos deben poder demostrar cómo y por qué se usan los proveedores para apoyar la actuación de captación de fondos. Por proveedor se debe entender, en su acepción más genérica, un tercero que presta un servicio en el contexto del plan de captación. Puede tratarse de



un proveedor interno (otra persona o departamento dentro de la propia organización) o externo (de otra organización).

Criterios de desempeño

Las personas encargadas de captar fondos deben poder:

- » Identificar los potenciales financiadores y sus necesidades.
- » Estar al corriente del entorno actual y futuro de la captación de fondos.
- » Analizar las fuentes de ingresos existentes a lo largo de su evolución.
- » Fijar objetivos realistas y realizar presupuestos afinados y prudentes.
- » Gestionar su presupuesto de forma eficiente de acuerdo con lo que sea aceptable para la organización y de acuerdo con sus procedimientos administrativos.
- » Conseguir que la dirección apruebe sus planes.
- » Establecer las funciones y las responsabilidades de los proveedores.
- » Proporcionarles la información necesaria para que hagan bien su trabajo.
- » Servir de enlace y coordinar el trabajo con los proveedores.
- » Evaluar el servicio prestado comparándolo con los criterios establecidos al inicio.

Conocimientos necesarios

- » Metodologías de investigación y análisis.
- » Gestión de bases de datos.
- » Análisis de la competencia.
- » Las motivaciones de las distintas partes interesadas.
- » El entorno exterior de captación de fondos.
- » Las técnicas comunes de captación de fondos.
- » Los criterios para la selección de los métodos de captación mejores en cada circunstancia.
- » Técnicas de planificación y gestión presupuestaria.
- » Selección de proveedores, aportación de la información necesaria para que desarrollen su trabajo y buenas prácticas para relacionarse con ellos.
- » Técnicas de evaluación de proveedores.

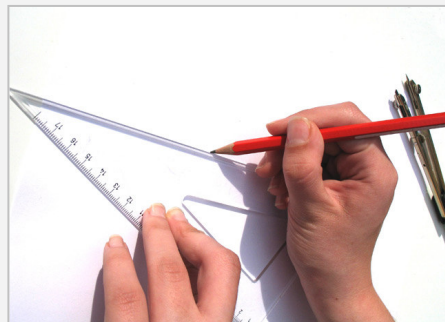
El desarrollo de una estrategia de captación de fondos

Para que una actuación de captación de fondos satisfaga las necesidades de toda la organización, debe desarrollarse una estrategia de captación alineada con sus objetivos generales. Esta estrategia no debe limitarse a cómo financiar programas concretos de trabajo, sino que debe tener amplitud de miras y orientarse al desarrollo integral de la organización y el mayor impacto de su labor. Así, debe contribuir a los objetivos generales de comunicación, de educación, de incidencia política, etc.

Criterios de desempeño

Las personas encargadas de captar fondos deben poder:

- » Diseñar una estrategia de captación de fondos, dentro de su ámbito concreto de responsabilidad.
- » Identificar los requisitos necesarios para llevar a cabo dicha estrategia.
- » Identificar las barreras (internas y externas) a la captación.
- » Establecer los límites éticos que han de regir la aceptación de fondos.
- » Mostrar cómo la estrategia tiene en cuenta los objetivos de naturaleza distinta a la económica.
- » Preparar un plan de acción que describa cómo se llevará a cabo la estrategia.
- » Analizar cualquier riesgo que entrañe la puesta en marcha de la estrategia.



Conocimientos necesarios

- » El repertorio de técnicas de captación de fondos.
- » Criterios para la selección de las más adecuadas en función de las circunstancias de la organización y de su entorno:
 - Los canales que mejor funcionan para las distintas audiencias.
 - La naturaleza de los recursos que se necesita obtener (ingresos estables o puntuales, dinero o especie, etc.).
 - Los recursos de todo tipo de que se dispone.
 - La política y la cultura de la organización (p. ej., evitando las que provocan excesiva controversia interna).
- » Principios sobre ética en la aceptación de fondos.
- » Técnicas de planificación y gestión de riesgos.

Resolución de problemas

Las personas encargadas de captar fondos deben demostrar su competencia, mediante el uso de reconocidos métodos y técnicas, para resolver problemas que puedan surgir a partir de la puesta en práctica de la estrategia de captación de fondos.

Criterios de desempeño

Las personas encargadas de captar fondos deben poder:

- » Identificar y expresar los problemas surgidos asociados con la estrategia de captación.
- » Analizar los temas clave para luego identificar su causa.
- » Aplicar técnicas para resolver problemas.
- » Generar opciones basadas en juicios sistemáticos y racionales mediante un enfoque creativo.
- » Evaluar dichas opciones y hacer recomendaciones para la resolución del problema.

Conocimientos necesarios

- » Métodos para el análisis y la enunciación de problemas.
- » Técnicas creativas de resolución de problemas.



Ejecución y evaluación de los programas de captación de fondos

Las personas encargadas de captar fondos deben llevar a cabo lo planeado en tiempo y forma, aplicando la metodología de forma coherente y cumpliendo con los requisitos legales aplicables.

Así mismo han de evaluar y sistematizar las experiencias para extraer lecciones prácticas de ellas y hacer que se conviertan en un bagaje de toda la organización que perdure aun cuando los recaudadores cambien. Han de saber medir tanto el nivel de eficacia como de eficiencia de las acciones realizadas. La evaluación ha de enmarcarse en una perspectiva organizacional amplia.



Criterios de desempeño

Las personas encargadas de captar fondos deben poder:

- » Aplicar los métodos de captación de fondos adecuándolos a la situación.
- » Integrar en la actuación de captación de fondos los requisitos legales aplicables.
- » Hacer seguimiento de los objetivos y gestionarlos.
- » Valorar la eficacia y la relación coste-beneficio de cada una de las acciones de captación de fondos realizadas, de forma que se puedan adoptar medidas para optimizarlas en lo sucesivo.
- » Valorar los resultados de la estrategia de captación en su conjunto y recomendar cambios si es necesario.
- » Valorar la aportación no económica del programa de captación de fondos a la consecución de los objetivos de la organización.

Conocimientos necesarios

- » Métodos consolidados de captación de fondos.
- » Legislación aplicable a la captación de fondos.
- » Técnicas de evaluación.

Organización del trabajo y relaciones interpersonales

Las personas encargadas de captar fondos deben saber cómo organizar su trabajo para extraer el mayor partido del tiempo y de los recursos disponibles. También han de ser capaces de relacionarse de manera efectiva con otras personas dentro y fuera de la organización.

Criterios de desempeño

Las personas encargadas de captar fondos deben poder:

- » Colaborar con sus compañeros, especialmente con los que trabajan en otras áreas, para lograr objetivos en común.

- » Comunicar con los demás de forma clara y persuasiva.
- » Saber priorizar las tareas en función de su importancia para los objetivos del puesto.
- » Trabajar de manera fructífera con voluntarios.
- » Sacar el mayor partido posible de los colaboradores externos de la organización (donantes, patrocinadores, proveedores, etc.) pero de forma que ellos satisfagan también sus necesidades.

Conocimientos necesarios

- » Trabajo en equipo y estilos de liderazgo (en el caso de los gestores).
- » Expresión oral y escrita. En algunos casos, técnicas de presentación.
- » Trabajo con voluntarios, especialmente sobre cómo motivarlos y formular críticas constructivas a su trabajo.
- » Técnicas de organización del trabajo y gestión del tiempo.
- » Técnicas de negociación.





C/ Orense, 14 - 10º D

28020 Madrid

Teléfono: 91 598 14 96

Fax: 91 556 04 82

info@profesionalesfundraising.org

Copyright © Asociación Española de Fundraising

Autor: Ágora Social

Se permite la reproducción total de este informe en blogs personales y páginas web.

Prohibida la venta total o parcial del informe y sus contenidos.