

CUADERNILLO N°4

RECAUDACIÓN DE FONDOS



AMNISTÍA
INTERNACIONAL



Índice

5

Recaudación de fondos: ¿Qué es la recaudación de fondos?

Conceptos Claves **6**

Donantes **6**

Donativos **6**

Crowdfunding **7**

¿Cómo recaudar fondos? **8**

Plataformas para recaudar fondos **8**

Fondos concursables **9**

Autogestión **9**

9

Diseño de una campaña para recaudar fondos

El proyecto **9**

¿Qué es un proyecto? **11**

Fases de un proyecto: **11**

Diseño y formulación del proyecto **11**

Presupuestación del proyecto **13**

Implementación/Ejecución **14**

Evaluación **15**

16

Conclusiones

17

Bibliografía del módulo y recursos

18

Anexo: ejemplos de Carta Gantt

Importante:

En este cuadernillo se utilizarán recurrentemente las siglas DSR (Derechos Sexuales y Reproductivos), ESI (Educación Sexual Integral) y RAMS (Red Abortando Mitos de la Sexualidad). Además, se empleará un lenguaje inclusivo no binario y no sexista, reemplazando las marcas gramaticales de género por la letra "x". Como regla general, sugerimos pronunciarla como "e", aunque debiera evaluarse según las características del grupo con el que se está trabajando. Es posible que en el caso de las citas textuales no se cumpla con este enunciado, considerando que pueden ser más antiguas a estos debates lingüísticos, y se transcriben tal y como están en el texto original. Igualmente se utilizarán algunos conceptos en femenino como es el caso de "colectivas" en vez de colectivos.

Uso de la sigla LGBTIQ+, a pesar de que existen múltiples nomenclaturas, en el presente cuadernillo se utilizará esta sigla para referirse a las diversidades sexuales y de géneros no normativos respetando las citas originales desde donde se extrajo la información.

Amnistía Internacional es un movimiento global de más de 10 millones de personas que se toman la injusticia como algo personal. Trabajamos por un mundo en el que todas las personas puedan disfrutar de sus derechos humanos. Nos financiamos gracias a nuestra membresía y a gente como tú. Somos independientes de toda ideología política, interés económico y religión. No hay gobierno libre de escrutinio. No hay situación sin esperanza

En Chile, Amnistía Internacional moviliza a personas voluntarias que contribuyen a la construcción de una cultura que valora, promueve y defiende los derechos humanos.

La Red Abortando Mitos de la Sexualidad (RAMS) Es una red nacional liderada por personas jóvenes sub 25 que tiene como propósito defender los derechos sexuales y reproductivos, promover la ESI y la educación no sexista, a través del activismo, la educación en derechos humanos y la incidencia, teniendo como eje transversal los derechos humanos, la perspectiva de género y la participación juvenil activa. Con esta visión, han desarrollado diversas acciones en defensa de los derechos humanos desde el año 2016.

La red agrupa a colectivas de diferentes regiones del país que se formaron bajo el alero del proyecto de educación en derechos humanos implementado por Amnistía Internacional Chile durante los años 2016-2021: ¡Es mi cuerpo!.

Hoy la RAMS funciona de manera autónoma como agrupación aliada de Amnistía Internacional Chile.

Introducción

El presente manual corresponde a una serie de cinco cuadernillos compilatorios de materiales alusivos a la creación de competencias en activistas jóvenes pertenecientes a la RAMS, colectivas aliadas y personas jóvenes interesadas. Cada cuadernillo contempla el desarrollo de un tema en específico, a saber: DSR, liderazgos, metodologías participativas, recaudación de fondos y creación de organizaciones con personalidad jurídica.

El objetivo de los cuadernillos es ser una guía para cada uno de los contenidos enunciados, en cada uno de ellos encontrarás definiciones, actividades y links a materiales para que puedas seguir ampliando tus conocimientos.

Este cuadernillo corresponde a una introducción a la recaudación de fondos, para lo cual se revisarán definiciones y conceptos claves, así como también algunos consejos para diseñar una campaña de recaudación de fondos y conceptos relativos a la elaboración de proyectos.



RECAUDACIÓN DE FONDOS

¿QUÉ ES LA RECAUDACIÓN DE FONDOS¹?

LA PRINCIPAL RAZÓN POR LA QUE LA GENTE DA DINERO ES PORQUE ALGUIEN SE LO PIDIÓ
LA PRINCIPAL RAZÓN POR LA QUE LA GENTE NO DA DINERO ES PORQUE NADIE SE LO PIDIÓ

Se conoce como recaudación de fondos al proceso de obtener o recibir dinero o recursos, a través de diferentes actividades para el financiamiento de un proyecto o de las actividades que realiza tu organización. Antes de iniciar cualquier proceso de recaudación de fondos, es importante definir previamente para qué se requiere reunir dinero, cuánto, cuándo, cuál es la finalidad de tu proyecto y la temática. Teniendo esto claro, podrás definir qué fuente o fuentes de financiamiento será la más adecuada. Además de, tener en cuenta si dicha fuente o fuentes corresponden éticamente con la visión, misión y/o valores de tu organización o a nivel personal. Por lo que, es importante hacerse preguntas, tales como: ¿Tendrá sentido postular a los fondos de esta organización que promueve públicamente políticas sexistas? ¿Qué riesgo hay de que el donante use la donación para “limpiar su cara”?, entre otras.

Existen diversos donantes, tanto provenientes del sector privado como empresas y fundaciones, como también de organizaciones internacionales. Además, en tu comunidad pueden existir fuentes de financiación públicas, ya sea a través de las autoridades locales, regionales y/o nacionales. Procura hacer una búsqueda organizada, empieza localmente en tu municipio/provincia, sigue por la región, posteriormente por el país y después amplía al mundo entero. Por último, también puedes recurrir a mecanismos alternativos para obtener recursos, como las campañas de [crowdfunding](#) o eventos locales de recaudación de fondos.

El principio de la recaudación de fondos es recolectar dinero mediante una petición concreta asociada al tipo de actividades y el impacto de tu proyecto. Muchas organizaciones de beneficencia u Organizaciones No Gubernamentales (ONGs), invierten tiempo, recursos humanos y financieros en estrategias de recaudación de fondos con el fin poder sostenerse y continuar así desarrollando sus principales actividades. Hay muchas maneras de recaudar financiamiento y constantemente se están desarrollando nuevas maneras.

Un elemento clave para la recaudación de fondos es la **comunicación** que debe darse entre quien solicita el financiamiento y las entidades que lo proporcionarán, por lo que es fundamental que las personas que se dediquen a realizar esta tarea tengan conocimiento de la organización o del proyecto en particular para el cual requieren los fondos. Junto a esto, es fundamental **valorar la donación** que se realice como un elemento clave para el funcionamiento de la organización y, por supuesto, siempre **agradecer** a las personas donantes ya sea de manera pública usando las redes sociales y/o de manera privada a través de un correo electrónico. Algunas campañas de recaudación de fondos entregan algún “regalo” o retribución a los donantes, como por ejemplo: una polera de la actividad, un libro, el prototipo del artículo que están sacando al mercado, entradas vip al espectáculo que se espera financiar, entre otros.

¹ https://duz92c7qaoni3.cloudfront.net/documents/2_9_1_ES_fundraising-booklet.pdf

La recaudación de fondos empieza con el sencillo acto de una persona que solicita dinero a otra para ayudar a tercerxs. Se trata de establecer una relación con alguien. Por supuesto que hay otras consideraciones importantes que deben tomarse en cuenta, como el nombramiento de una persona de confianza para solicitar una contribución financiera, ya sea a una persona, a una fundación, a una corporación o a un gobierno; hacer la solicitud en el momento oportuno; y vincular el donativo a una causa que sea de interés para el donante. No obstante, el elemento básico de la recaudación de fondos es solicitar un donativo².

CONCEPTOS CLAVES

Donantes:

Personas y organizaciones que dan dinero y a menudo desean ayudar a solucionar un problema y apoyar a las personas beneficiarias de una organización.

Es importante tener en consideración que a las personas o instituciones a las que se les solicitan fondos usualmente realizarán una serie de preguntas y se basan en las respuestas para tomar una decisión.

- **Confianza.**

¿La persona que me pide el donativo es alguien a quien conozco y en quien confío? ¿Un amigx, familiar, líder o colega de trabajo me recomendó la organización?

- **La causa y su impacto.**

¿Me interesa el trabajo de la organización?

¿Comparto las preocupaciones de la organización?

¿Cambiará mi donativo la vida de alguna persona/animal/ecosistema?

¿Cuántas personas/animales/ecosistemas se beneficiarán con mi donativo?

¿Está la causa relacionada con mi religión o mis obligaciones o creencias?

- **Credibilidad.**

¿La organización está reconocida por alguna institución o por el gobierno?

¿Cuenta la organización con oficinas, un informe financiero, web, un boletín periódico, y/o un grupo consolidado de simpatizantes?

¿Parece la organización bien administrada, orientada y responsable?

¿Qué ha hecho la organización anteriormente?

¿He visto reportajes sobre la organización en los medios?

- **Pasión.**

¿Siento un compromiso profundo con la organización?

La persona que me solicita el donativo, ¿realiza su trabajo con entusiasmo, seriedad y conocimiento?

- **Metas realistas.**

¿Entiendo los objetivos que la organización desea alcanzar?

¿Considero que pueden lograr sus metas si contribuyo con mi dinero?

² <http://www1.wfh.org/publication/files/pdf-1252.pdf>

- **Singularidad.**

¿Hay otros grupos haciendo lo que la organización quiere hacer?

- **Reconocimiento.**

¿La organización sabrá reconocer la donación otorgada?

¿Hablarán con otros sobre mi generosidad o respetarán mi deseo de permanecer anónimo?

Tipos de donantes: personas, gobierno local y nacional, empresas, ONU y organismos internacionales relacionados con la ONU, fondos europeos, fideicomisos y fundaciones, departamentos de cooperación y desarrollo en el extranjero, Organizaciones No Gubernamentales nacionales e internacionales, embajadas locales, grupos locales, instituciones educativas, entre otros.

Como organización en busca de fuentes de financiamiento, debes preguntarte cuál es la mejor manera de satisfacer los objetivos de las organizaciones o personas donantes. ¿Cómo puedes captar la atención de personas que podrían estar interesadas en apoyar financieramente la causa de tu organización?

Donativo³: a menudo se usa como sinónimo de “regalo”, “legado”, “contribución”. Para la mayoría de las organizaciones, un donativo puede significar cualquier cosa, desde una pequeña contribución financiera hasta el regalo de una propiedad con valor de cientos de miles de dólares. Al dinero recibido de gobiernos y fundaciones con frecuencia se le llama “dáviva”, “subsidio” o “subvención”. Cualquiera que sea el término usado, un donativo constituye una inversión en la misión de tu organización.

Crowdfunding⁴ (Micromecenazgo, fondo colectivo, etc.)

Se trata de la búsqueda de financiación para un proyecto a través de pequeñas colaboraciones. El crowdfunding puede ser de diferentes tipos según la naturaleza de los proyectos que se pretenden financiar. Podemos hablar de crowdfunding solidario cuando lo que se pretende es conseguir fondos para un proyecto o una organización sin ánimo de lucro.

También se ha utilizado el crowdfunding para una gran cantidad de proyectos culturales. Un sinnúmero de libros, música y obras cinematográficas se han podido publicar o financiar a través de este mecanismo. En estos casos, usualmente quienes donan un determinado monto pueden después recibir una copia del libro, disco o acceso a las obras artísticas desarrolladas.

El secreto del éxito del crowdfunding, además de contar con un buen proyecto, es hallar a las personas adecuadas, que demuestren interés y se identifiquen con el reto. Desde luego no todo el mundo consigue la financiación necesaria. Para ello es importante afinar muy bien qué tipo de campaña de captación de fondos vamos a realizar y aprovechar fechas claves del año para lanzar el proyecto, como por ejemplo si nuestro proyecto está relacionado con juventudes podemos aprovechar el día 12 de agosto como día internacional de la juventud para lanzarlo o si es sobre diversidades sexo-genéricas no normativas podemos pensar en el mes de Junio o el mismo día 28 de ese mes como clave, así como también considerar las fechas de vacaciones estudiantiles y laborales, y las mismas fechas de pago que tenemos en Chile.

³ [Microsoft Word - HOD7_Fundraising_SP.doc \(wfh.org\)](#)

⁴ <https://www.stockcrowd.com/es-es/crowdfunding>

¿CÓMO RECAUDAR FONDOS?

Existen diversas formas para recaudar fondos tanto presenciales como en línea a través de donaciones, postulaciones a fondos concursables o de manera autogestionada, lo importante es que evalúes su factibilidad y el trabajo que implicará, siempre en concordancia con el monto que necesitas reunir y el tiempo que tienes para aquello. Lo esencial es que planifiques los pasos a seguir, más adelante te presentamos una propuesta.

Acá te compartimos un listado de ideas para recaudar fondos:

- Organiza una venta de artículos usados en ferias libres o por redes sociales.
- Invita a las personas a donar cuando participes con tu agrupación en actividades como ferias, también lo puedes hacer a través de tu página web.
- Puedes hacer una rifa presencial o por redes sociales, considera que los mismos premios los puedes conseguir con otras organizaciones, lo que además te permitirá crear o fortalecer las redes que ya tengas.
- Así mismo, también puedes pensar en actividades en las que se cobre una entrada voluntaria a las personas que asistan.

Deja volar tu imaginación siempre pensando en el trabajo que implicará lo que planifiques y los beneficios que traerá para tu organización, porque de nada servirá pensar en organizar una gran actividad si la recaudación de fondos será mínima. No te desanimes si no se cumplen los objetivos esperables, lo importante es seguir adelante y contar con un equipo de trabajo para distribuir adecuadamente las tareas.

Revisa más información a tener en consideración en tiempos de crisis

[Cómo recaudar fondos en tiempos de crisis.pdf \(hubspotusercontent10.net\)](https://hubspotusercontent10.net)

PLATAFORMAS PARA RECAUDAR FONDOS

Antes de decidir si realmente necesitas utilizar una de estas plataformas y cuál usar, revisa cada una de las cláusulas que tienen estas páginas, pues existen algunas que te cobrarán un porcentaje de lo recaudado o, en el caso de que no consigas recaudar todo lo que estableciste como meta en tu campaña de recaudación, devolverán lo recaudado a las personas que donaron y no recibirás nada.

- www.idea.me Plataforma latinoamericana de crowdfunding pensada para emprendedores que necesitan financiar sus ideas. Buscan seguir extendiéndose por toda la región. Han comenzado a tener presencia en Argentina, Chile, Brasil y México.
- www.donaronline.cl Es una plataforma diseñada exclusivamente para que las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) de América Latina puedan mejorar la gestión de donaciones con tarjeta de crédito simplificando al máximo posible los procesos.
- www.buenacausa.cl Plataforma nacional para recaudación de fondos de diversos proyectos sociales, culturales y tecnológicos.

FONDOS CONCURSABLES

Es importante antes de postular que revises si tu proyecto es pertinente al fondo que postulas; así como considerar los plazos para que puedas reunir la información que te soliciten. Recuerda que existen fondos a nivel comunal, regional y nacional; además de los que ofrecen algunas embajadas y organizaciones internacionales como UNESCO.

A continuación te compartimos algunos links para que tengas en consideración:

www.fondos.gob.cl Es una plataforma donde encontrarás todos los fondos estatales, la que te permitirá la búsqueda, postulación, admisibilidad, evaluación, adjudicación y seguimiento de cualquier fondo concursable del Estado de forma completamente digital.

Para más información revisa esta [guía de fondos concursables GUIA-FONDOS-2020-2021.pdf](#)

AUTOGESTIÓN

La autogestión se entiende como un principio de organización social basado en la cooperación entre las diversas personas que forman parte de la totalidad de una determinada actividad. Ya sean actividades económicas, productivas, administrativas, políticas, culturales, etc. Este principio implica que todas las decisiones relacionadas con la gestión de una actividad son tomadas directa e igualmente por todas las personas que participan en ella⁵. Muchas agrupaciones se organizan de esta manera, tanto para llevar a cabo sus actividades como para recaudar fondos. Ejemplos cercanos lo constituyen las ollas comunes, agrupaciones culturales o deportivas barriales, entre otras.

DISEÑO DE UNA CAMPAÑA PARA RECAUDAR FONDOS⁶

La planificación es fundamental para el éxito de una campaña de recaudación de fondos, por lo que te proponemos seguir una serie de pasos que a continuación se detallan pensando en una campaña a desarrollar en línea, aunque también es aplicable a una presencial o mixta.

Previo a definir los objetivos de la campaña puedes realizar un análisis de tu organización tanto a nivel interno como externo, para lo cual te proponemos hacer un análisis FODA:

Análisis FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

Las fortalezas y debilidades son internas a tu organización; las oportunidades y amenazas son externas. Por ejemplo, una amenaza puede ser alguna otra organización juvenil en el país que esté abordando a los mismos donantes que ustedes.

⁵ [Qué es Autogestión? - Significado - Características - Ejemplos \(quesignificado.org\)](#)

⁶ [9 pasos para diseñar una campaña de recaudación de fondos exitosa \(stockcrowd.com\)](#)

PASOS PARA DISEÑAR UNA CAMPAÑA DE RECAUDACIÓN DE FONDOS EN LÍNEA:

- 1. Define los objetivos de la campaña:** pregúntate: ¿Qué quieres conseguir? Puede que necesites dinero para llevar adelante un ciclo de talleres educativos en diferentes regiones, crear material educativo impreso, grabar una miniserie sobre la ESI, entre otros. En cualquier caso, es importante que pienses en cuántos fondos necesitas y en cuánto tiempo los quieres recaudar. Pero lo primero es decidir para qué los quieres, por lo que el primer paso será diseñar tu proyecto a financiar. Y durante la implementación de la campaña no olvides el objetivo: mantente enfocadx en esto para cada una de las actividades que vayas a desarrollar.
- 2. Conoce en profundidad a tus donantes:** es fundamental que sepas todo sobre las personas que van a donar dinero para tu proyecto, qué les gusta, qué les preocupa, qué problemas tienen. Conocer todos esos detalles te ayudarán a enfocar mejor tu mensaje.
Ten en cuenta por ejemplo: fechas claves en que las personas cuentan con recursos, días de vacaciones, efemérides, pago de impuestos, entre otros.
- 3. Utiliza varios canales de comunicación:** en el momento en que conozcas a tus potenciales donantes podrás elegir los canales de comunicación más adecuados. No tiene sentido que lances una campaña de recaudación de fondos en Facebook si tus donantes no utilizan esa red social. Por otro lado, es recomendable utilizar varios canales como la web de la RAMS o de colectivas aliadas que te puedan apoyar, redes sociales, correos electrónicos, grupos de whatsapp, etc.
- 4. Crea una urgencia:** la campaña de recaudación de fondos debe ser corta, porque con el paso del tiempo pierde fuerza y se olvida. El límite de tiempo crea un sentido de urgencia que animará a las personas donantes a ofrecer su dinero.
- 5. Crea una llamada a la acción que atraiga la atención:** es fundamental que sea breve y que invite a realizar la acción que tú desees. Por ejemplo, al ingresar a la página web de Amnistía Internacional Chile puedes encontrar inmediatamente el botón “Dona” junto a información de campañas y las actividades que realiza.
- 6. Simplifica el procedimiento de donación:** convencer a alguien para que done dinero para tu campaña de recaudación de fondos es difícil; pero si, además, el proceso de donación es complicado y requiere muchos clics, los donantes se desaniman. Por ello, asegúrate de que la plataforma que utilizas sea sencilla y funcione de forma segura y rápida.
- 7. Involucra a tus seguidorxs:** puedes crear un sorteo de un producto de tu organización para lograr que lxs seguidores difundan tu marca o las mismas actividades que realizan. Por ejemplo, puedes sortear una prenda de ropa entre todo aquel que comente una publicación de tus redes sociales, la comparta y cite a otras dos personas utilizando tu hashtag, y de paso con eso aumentas tus seguidores.
- 8. Informa a tus seguidores sobre el cierre de la campaña:** puedes decirles los resultados que se han obtenido y dar las gracias a todas las personas que donaron.

EL PROYECTO: UNA PIEZA CLAVE DE LA RECAUDACIÓN DE FONDOS

¿QUÉ ES UN PROYECTO?

Un proyecto se puede definir como un esfuerzo temporal o una serie de actividades, que se realizan para obtener un resultado específico. Tienen un comienzo y un fin establecido, y también recursos definidos.

Un proyecto es una respuesta a un problema previamente identificado en una comunidad específica, que resolverás en un tiempo determinado y con un presupuesto asociado a las actividades que defines.

FASES DE UN PROYECTO:

Antes de formular un proyecto es importante formar un equipo de trabajo para poder contar con diferentes opiniones y distribuir las tareas que sean necesarias, en cada una de las fases o etapas.

A partir de diversas experiencias en la formulación de proyectos y antecedentes recogidos de la UNESCO para la formulación de proyectos juveniles se plantea el siguiente recorrido:

DISEÑO Y FORMULACIÓN DEL PROYECTO

Diagnóstico: ¿Qué problema quieres resolver?

Para pasar de la idea de un proyecto a poder concretarlo, lo primero que debes hacer es identificar el problema que resolverás con tu proyecto. Por ello, debes hacer un “diagnóstico” de la realidad que observaste de una comunidad específica, establecer una hipótesis de por qué ocurre ese problema y cómo podrías solucionarlo con tu proyecto.

El problema debe ser muy acotado y concreto y debes contar con fuentes que respalden tu información (informes, estudios, prensa, entre otros) También puedes revisar otros proyectos similares que ya se hayan realizado para tener como referencia o que tú mismx ya hayas hecho.

Fundamentación: ¿Por qué debe hacerse este proyecto y no otro?

Esta fase corresponderá a la fundamentación o justificación de tu proyecto. Para apoyar la respuesta a la pregunta planteada recurriremos al diagnóstico realizado en la primera parte del proyecto; desde donde debemos abordar dos cuestiones fundamentales para que esta parte sea coherente: hay que explicar la prioridad y urgencia del problema para el que se busca solución. Existen muchas vías para lograr el objetivo general y nuestro proyecto es una de ellas. Por eso, debemos justificar por qué la solución que elegimos es la más adecuada y viable para resolver un problema principal.

A modo de sugerencia para redactar la fundamentación puedes seguir este recorrido:

- Antecedentes del contexto
- Detección de necesidades y problemas
- Alternativas de solución

Objetivos y metas del proyecto: ¿De qué va a tratar el proyecto?

Si ya has detectado previamente el problema, es hora de reflexionar acerca de lo que quieres conseguir y cómo. No tienes que resolver todas las dimensiones del problema. Sé realista. Más vale tener solo unas cuantas metas (entre 2 y 4) que realmente puedan cumplirse.

Objetivos: Son los logros que se quieren alcanzar con la ejecución de las actividades que integran el proyecto. Los objetivos deben ser:

- **Claros:** lenguaje comprensible y preciso (fácilmente identificables).
- **Precisos:** Factible de alcanzar con los recursos disponibles, la estrategia adoptada y los plazos previstos.
- **Pertinentes:** Relación lógica con la situación que se pretende resolver

Elementos de los objetivos generales y específicos:

- La situación a cambiar: **¿qué cambiar?**
- Población objetivo: **¿para quién?**
- El ámbito de aplicación: **¿dónde?**
- Tiempo de aplicación: **¿cuándo?**

Ejemplo:

Objetivo general:

Promover la educación no sexista en colegios municipales de la comuna de Paillaco, mediante un ciclo de talleres formativos en derechos sexuales y reproductivos dirigidos a cada una de las comunidades escolares.

Objetivos específicos:

Realizar 12 talleres durante el primer semestre del año 2022

Motivar a estudiantes, ma-padres, docentes y administrativos de cada una de las comunidades escolares a participar de los talleres.

Difundir las actividades en medios de comunicación online y radiales de la comuna así como también de la RAMS.

Destinatarios del proyecto: ¿A quién ayudará tu proyecto?

Es importante saber a quiénes apoya tu proyecto y qué valor les aportará. ¿Va a beneficiar a un grupo específico de personas, a una comunidad, una zona geográfica determinada? Sobre todo, ¿cómo aborda tu proyecto realmente sus necesidades? No des por sentado que tienes un conocimiento exhaustivo de los beneficiarios; habla con ellos, hazles preguntas. Esto ayudará a definir mejor los objetivos y a mejorar el diseño de tu proyecto, además de ser una manera de obtener el compromiso, el interés y la participación de la comunidad.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO: ¿CÓMO LLEVARÁS A CABO TU PROYECTO Y EN CUÁNTO TIEMPO?

Una vez establecida la justificación y los objetivos de tu proyecto deberás realizar la descripción, es decir narrar de manera sintetizada pero muy clara las principales actividades que realizarás para alcanzar los objetivos propuestos, así como el tiempo que te llevará implementar el proyecto que puede ser desde algunas semanas hasta varios años.

- **Actividades principales:** Constituyen las actividades más importantes y centrales, son aquellas que definen el proyecto. Por ejemplo, el ciclo de talleres.
- **Actividades asociadas:** Son actividades que se asocian lógicamente y directamente con las actividades principales, y permiten su correcta realización. Por ejemplo, gestionar fechas para la realización de los talleres en cada uno de los colegios.
- **Actividades complementarias:** Corresponden a una gama de actividades, productos o servicios que complementan la actividad principal. Por ejemplo, la entrega de un kit de materiales impresos a las bibliotecas de los colegios en que se realizarán los talleres.

Luego deberás detallar en un cronograma o carta gantt (en Anexos podrás encontrar dos ejemplos) cada una de las actividades que llevarás a cabo y en los tiempos en que las realizarás, siempre en concordancia con los objetivos planteados y destinatarios identificados.

PRESUPUESTO DEL PROYECTO⁷

ESTIMACIÓN DE PRESUPUESTO: ¿QUÉ RECURSOS SE NECESITAN PARA EJECUTAR TU PROYECTO?

Un buen presupuesto es lo más concreto posible y está formado por recursos, cantidades y costos. En primer lugar, es importante determinar qué recursos materiales y cantidad se necesitan para alcanzar tus objetivos. Esos recursos se pueden dividir en diferentes categorías, por ejemplo, recursos humanos, equipo técnico, materiales/suministros, comunicaciones/publicaciones. Elabora una lista de lo que necesitarás y en qué cantidad, con la mayor precisión posible.

Es esencial calcular cuánto costará ejecutar tu proyecto en el período que hayas establecido. Después de determinar los recursos necesarios y las cantidades correspondientes, deberías asignar costos a cada recurso. Para calcular con precisión los costos, busca en Internet información que esté al día, pregunta a personas con experiencia y procura mirar presupuestos de proyectos similares. Ten en cuenta que hay dos tipos de costos: los directos y los indirectos, y que habrá que incluir ambos en el presupuesto. También es importante conocer las unidades de cálculo: ¿los costos son por hora, por actividad o por persona? Intenta ser lo más consistente posible.

⁷ Planificador de Proyectos de la UNESCO – Claves para la Acción Juvenil

Además, estudia alternativas, de manera que el presupuesto no sea sólo realista, sino también costo-eficiente. Por ejemplo, si quieren realizar un taller, podría ser menos costoso hacerlo en un local público que arrendar uno privado. Recuerda estudiar las normas y reglamentos nacionales, por ejemplo, los que se refieren a los sueldos. ¿Tendrás que pagar impuestos (tal vez el impuesto sobre el valor añadido)? Habría que incluirlo igualmente en el presupuesto. Cuando esté finalizado el presupuesto, dale otro vistazo: ¿has anotado todos los costos? Podrías considerar incluso añadir un pequeño margen para gastos varios, es decir, los gastos imprevistos que puedan surgir durante la ejecución del proyecto. Por último, tienes que saber que es necesario conocer a fondo tu presupuesto, porque será importante que puedas justificar los gastos de tu proyecto a los posibles donantes.

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Una vez que tengas definido el presupuesto corresponderá buscar los fondos necesarios para llevarlo a cabo. Esta fase se conoce como recaudación de fondos y, como ya vimos en un primer momento, existen diversas fuentes de financiamiento.

Para obtener financiación de determinadas instituciones, normalmente tendrás que realizar postulaciones y en muchos casos competir con otras propuestas de proyecto. Redactar solicitudes de financiación lleva tiempo y requiere dedicación. Antes de hacer una solicitud, lee cuidadosamente las condiciones y los requisitos. Si cumples todos, redacta dicha solicitud. Si puedes, haz que alguien más lea la postulación y dé su opinión para asegurarte de que la redacción es correcta y comprensible. Cuando elabores un plan de obtención de fondos incluye las diferentes fuentes de financiación, los requisitos, las condiciones y los plazos. También deberás tener en cuenta el tiempo que pasará entre que envíen las solicitudes hasta que se reciban los fondos.

Si consigues los fondos, ¿dónde los vas a depositar? Generalmente, es necesario que la organización a la cual perteneces esté registrada oficialmente y tenga una cuenta bancaria. De no ser posible, otro mecanismo puede consistir en pedir a los donantes que efectúen directamente los gastos del proyecto (comprar equipos, pagar el alquiler, etc.). Si trabajas con otras organizaciones que sí están formalizadas, estas podrían recibir los fondos. Ten en cuenta que, tal vez, te soliciten que firmes un contrato o un acuerdo con el donante para garantizar que los fondos se gasten en el proyecto. Lee minuciosamente el acuerdo para asegurarte de que tu organización podrá cumplir todas las expectativas de los donantes. También, ten en consideración que probablemente ellos soliciten pruebas de haber ejecutado adecuadamente algunos proyectos anteriores y/o de saber gestionar fondos. Por último, no olvides que la asignación de los recursos dependerá del donante, y esto puede ocurrir antes de que se ejecute el proyecto o después (dependiendo de los resultados), también pueden dar un anticipo al principio y entregar el resto de los fondos una vez finalizado el proyecto.

IMPLEMENTACIÓN/EJECUCIÓN

En esta fase se pone en práctica todo lo planeado y definido en la elaboración del proyecto. Por eso es muy importante atenerse a los objetivos y metas planteados, con el proyecto elaborado como una carta de navegación de consulta permanente. En esta fase se realiza la producción del proyecto.

EVALUACIÓN

Este es un elemento fundamental, pero lamentablemente poco utilizado. Hay que mencionar que es importante que se realicen evaluaciones de proceso a lo largo de las fases del proyecto.

En el diseño y formulación evaluamos la pertinencia de los objetivos y características centrales del proyecto, así cómo vamos a evaluar su realización, y en la ejecución monitoreamos el cumplimiento de las metas. Finalmente hacemos una evaluación general del desarrollo del proyecto.

Las evaluaciones las puedes realizar con el equipo que participó del proyecto, así como también con las personas que fueron beneficiarias para conocer desde su perspectiva si los objetivos se cumplieron y en qué medida.

Pasos para elaborar un proyecto

Declara las razones de porqué es necesaria su realización.	Se necesita una Fundamentación.
Señala qué es lo que se espera conseguir o bien en qué se desea o estima necesario contribuir. Y para qué es necesaria la realización de las actividades propuestas.	Se señalan los Objetivos.
Señala qué se espera obtener de manera concreta con su realización en términos de productos o servicios. Cuánto se quiere hacer.	Se señalan las Metas y Resultados esperados.
Indica a quiénes va dirigido de manera directa y a quiénes podría afectar indirectamente.	Destinatarios Directos y Destinatarios Indirectos.
Detalla qué es lo que se quiere hacer, o bien qué es lo que se estima necesario hacer.	Se presenta una Descripción de las actividades del proyecto
Declara quiénes deberían trabajar, es decir, detalla el personal directa o indirectamente necesario para un óptimo logro de los objetivos.	Presenta el Recurso Humano o El equipo de Proyecto
Señala cuál es la manera óptima de dar a conocer o difundir el proyecto.	Propone un Plan de Promoción y Difusión
Indica el tiempo necesario para lograr de manera óptima los objetivos. Detalla cuándo, en qué plazos o cuánto tiempo es necesario.	Presenta una Calendarización o Cronograma
Indica el tiempo necesario para lograr de manera óptima los objetivos. Detalla cuándo, en qué plazos o cuanto tiempo es necesario	Indica los Recursos y el Presupuesto
Establece la forma en que evaluarás el proceso y el término del proyecto.	Evaluación

CONCLUSIONES

- La recaudación de fondos es un proceso que se implementa para recibir recursos en dinero, especies u otros para poder financiar una actividad o un proyecto. En ocasiones, el aporte puede ser de manera permanente para tu organización.
- Es importante tener claro qué es lo que se necesita financiar, cuánto y en qué tiempo.
- Para llevar a cabo una campaña de recaudación de fondos es importante planificar y considerar el contexto en que se quiere hacer la campaña.
- Existen diversas formas para recaudar fondos, desde la autogestión hasta la postulación a fondos concursables, tanto a nivel local como internacional. Así como también existen páginas web exclusivas para estos fines.

¡¡¡No te desanimes si la primera vez o en otra ocasión no logras los objetivos que te propongas, lo importante es siempre planificar y contar con personas que te apoyen o que emprendan juntxs este viaje!!!

BIBLIOGRAFÍA DEL MÓDULO

- Recaudación de fondos, Rosalind Franklin Federación Mundial de Hemofilia, Montreal 2006. [Microsoft Word - HOD7_Fundraising_SP.doc \(wfh.org\)](#)
- [Microsoft Word - Fundraising booklet SP_2_ \(duz92c7qaoni3.cloudfront.net\)](#)
- Planificador de Proyectos de la UNESCO Claves para la Acción Juvenil. [Planificador de Proyectos de la UNESCO – Claves para la Acción Juvenil | Top Tips for Youth Action](#)
- Guía para la Gestión de Proyectos Culturales, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Valparaíso, 2009
- Curso de formulación de proyectos, Observatorio de políticas culturales, Santiago, 2016

Recursos

- [Manual de Recaudación de fondos Recaudacion-2017.pdf \(netdna-ssl.com\)](#)

ANEXO

Ejemplo de carta Gantt

A continuación, proponemos dos ejemplos de Carta Gantt con algunas actividades relacionadas con los contenidos que revisamos en el Diseño y formulación del proyecto, según requiera tu proyecto puedes incorporar otras informaciones, tales como: objetivos de las actividades, responsables y apoyo, fechas límite de entrega, entre otras. En el Ejemplo 1 sólo se señalan los meses en que se desarrollará el proyecto, recuerda que esta enumeración no representa los meses del año sino los meses que durará tu proyecto, es decir: Mes1 no significa Enero, en este caso el mes 1 del proyecto corresponderá a Marzo. Si consideras necesario, también puedes desagregar los meses en semanas, como en el Ejemplo 2.

EJEMPLO 1

ACTIVIDAD	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5
Sondear locaciones para realizar el ciclo de 12 talleres	X				
Establecer compromisos de uso de locaciones con cada una de ellas (Firma de cartas compromiso)		X			
Sondeo de medios locales para difusión de talleres	X				
Establecer compromisos de difusión con cada uno de los medios locales		X			
Difundir talleres en medios locales (Radios, Tv local, medios digitales) y de la RAMS			X		
Implementar talleres			X	X	
Evaluar talleres con equipo coordinador del proyecto					X

EJEMPLO 2

ACTIVIDAD	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5			
	s 1	s 2	s 3	s 4	s 1	s 2	s 3	s 4	s 1	s 2	s 3	s 4	s 1	s 2	s 3	s 4	s 1	s 2	s 3	s 4
Sondear locaciones para realizar el ciclo de 12 talleres	X	X	X																	
Establecer compromisos de uso de locaciones con cada una de ellas (Firma de cartas compromiso)				X	X															
Sondeo de medios locales para difusión de talleres		X	X	X																
Establecer compromisos de difusión con cada uno de los medios locales				X	X	X														
Difundir talleres en medios locales (Radios, Tv local, medios digitales) y de la RAMS							X	X	X											
Implementar talleres									X	X	X	X	X	X	X	X				
Evaluar talleres con equipo coordinador del proyecto																	X	X		

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a todas las personas que colaboraron en la gestión y conceptualización de estos cuadernillos, en especial al equipo de **AMNISTÍA INTERNACIONAL CHILE**, **ACTIVISTAS DE LA RAMS** y al grupo de **ACTIVISTAS DEL PROYECTO: "¡ES MI CUERPO!"**, quienes trabajaron para la sostenibilidad de su trabajo en Chile, estando a cargo de la Coordinadora de EDH y Movilización **BEATRIZ MARTOS**.

La conceptualización y elaboración de los cuadernillos estuvo a cargo de **LORNA GONZÁLEZ**, contando con la edición de **ILSEN JARA** y **ANA PIQUER**, y el diseño editorial de **JORGE GALLEGUILLOS**.

