



Un beneficiario de la 'Asociación Vida y Esperanza' acude al colegio en Siem Reap, Camboya.

## MANUAL 2

# Crowdfunding para organizaciones comunitarias sin fines de lucro

## MÓDULO 9

### Recaudación de fondos para las organizaciones comunitarias sin fines de lucro

Una de las maneras más efectivas para asegurar a las organizaciones locales el éxito en la recaudación de fondos es utilizar diferentes estrategias de recaudación de fondos simultáneamente. Al diversificar tu estrategia de recaudación de fondos, aumentarás enormemente la efectividad para alcanzar la meta de financiamiento de tu organización. En este módulo, exploraremos cómo el crowdfunding puede funcionar de forma simbiótica con otros métodos de recaudación para dar lugar al crecimiento de tu campaña.

## ¿Qué es una campaña híbrida?

**Una campaña de recaudación de fondos que incorpora diferentes estrategias simultáneamente para optimizar los resultados.**

Las diversas estrategias para campañas híbridas incluyen: crowdfunding, eventos, asociaciones y petición de donantes de alto nivel e inversores de capital de riesgo.

Al abordar la recaudación de fondos desde diferentes ángulos, puedes adaptar el enfoque de tu organización para cumplir con las necesidades de segmentos específicos de tu público.

## Hacer eventos para dar vida a tu crowdfunding

Aunque hay muchos tipos diferentes de recaudación de fondos que puedes utilizar para complementar tus esfuerzos de crowdfunding, pocos son tan poderosos como el efecto sinérgico de utilizar eventos en directo junto con tu campaña.

- Los eventos en directo son muy efectivos cuando se realizan adecuadamente por varias razones:
  - ⊕ El donante ve un rendimiento inmediato a su donación en forma de un buen rato al acudir al evento.
  - ⊕ La presión social puede ser una herramienta de influencia para aumentar las donaciones, puesto que la gente está más dispuesta a dar y a dar sumas más grandes cuando sienten que los demás están mirando.
  - ⊕ Unir la organización con personas de la vida real genera credibilidad y legitimidad entre los donantes.
- Utiliza la plataforma de crowdfunding y tu presencia en redes sociales para aumentar el revuelo alrededor de tu evento de recaudación de fondos en directo.
- Asóciate con negocios locales para ayudar a minimizar los costos del evento y para implicar a la comunidad local.
- Asegúrate de definir claramente de antemano cómo la organización recibirá los fondos del evento cuando éste acabe.
- En la era digital en la que vivimos, estos “eventos en directo” no necesitan ser cosas donde las personas acudan en persona exclusivamente. Haz que tus seguidores hagan llamamientos sobre tu organización en “Facebook Live” o pídeles que hagan que su gimnasio de Crossfit participe en una sesión para recaudar fondos. Cualquier cosa que le guste a tu grupo de gente, hay una manera de convertirlo en una oportunidad de recaudación de fondos.

## Lo que necesitas saber de las campañas híbridas

Sé organizado	+	Haz un seguimiento
<p><b>Las campañas híbridas aumentarán la cantidad de trabajo que implica llevar a cabo la campaña.</b></p> <p><b>Por tanto:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisa el plan de comunicación estratégico integral que hiciste para tu campaña y prepárate anticipando las preguntas que pueden surgir sobre tu organización o tu causa.</li> <li>• Ten toda la información sobre tu organización y el proyecto para el que estás recaudando dinero preparada de antemano.</li> <li>• Pide a las personas que sean voluntarios para ayudar a tu organización a llevar a cabo un evento o incluso hacerse cargo de la responsabilidad de organizar un evento para beneficiar a tu organización.</li> </ul>		<p><b>La comunicación con los donantes y seguidores es importante en todas las fases de tu campaña, pero especialmente durante una campaña híbrida.</b></p> <p><b>Por tanto:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asegúrate de que te comunicas regularmente con los donantes peer to peer.</li> <li>• Agradece individualmente a cada persona que dona a tu campaña o a la de un donante.</li> <li>• Reconoce y agradece a las personas que te ayudan con tu campaña híbrida.</li> <li>• Si una persona se ofrece a organizar un evento en directo, haz lo que puedas para asegurarte de que tu organización tiene al menos un representante que acude al evento.</li> <li>• Ofrece una guía durante el proceso</li> <li>• Asegúrate de proporcionar materiales escritos, fotos y vídeos de la persona que organiza el evento.</li> <li>• No te olvides de proporcionar hojas para anotar el correo electrónico para añadir a cada persona que acude a un evento en directo a las redes de tu organización.</li> </ul>

## Para terminar

Las campañas híbridas involucran muchas partes en movimiento y todas necesitan ser planificadas y ejecutadas cuidadosamente, pero no hay que negar que es una gran manera de maximizar el potencial de tu campaña de crowdfunding. Ahora que hemos explorado todos los pormenores de la promoción de campañas, de la recaudación de fondos peer to peer y de las campañas híbridas, es el momento de aprender a cerrar tu campaña con una explosión y ayudarte a consolidar el apoyo a tu organización para el largo plazo durante nuestro módulo final.

## Este recurso fue producido por Grassroots Collective

Este es el Módulo 8 de nuestro manual de 10 partes de crowdfunding para ONGs. Encuentra el manual completo en: [www.thegrassrootscollective.org/grassroots-hub](http://www.thegrassrootscollective.org/grassroots-hub)

¿Tienes una pregunta sobre crowdfunding para el desarrollo comunitario o quieres aprender sobre cómo podemos apoyar a tu organización? Contáctanos en: [info@thegrassrootscollective.org](mailto:info@thegrassrootscollective.org)

Esta información es una guía; los medios con los que se aplica están bajo tu dirección. El uso de nuestra página web y la información y materiales que en ella se encuentran es por cuenta y riesgo del usuario y Grassroots Collective no aceptará la responsabilidad por daños que puedan presentarse del uso de este sitio web. Es esencial que contextualices el uso de esta guía y lo apliques dentro de las limitaciones legales de tu país. Este es un documento vivo y no debe ser tratado como una solución independiente para todos los desafíos de crowdfunding. Los conceptos de mejores prácticas siempre se están revisando y perfeccionando, así como los contenidos del manual. No podemos garantizar la integridad, precisión o idoneidad de esta información para una finalidad particular.