



Los estudiantes de kinder 'The Beehive' de camino a la escuela en Sucre, Bolivia.

MANUAL 2

MÓDULO 10

Crowdfunding para organizaciones comunitarias sin fines de lucro

Termina Fuerte: Cerrar tu campaña de crowdfunding

Las buenas campañas de crowdfunding son a corto plazo y con enfoque. Las organizaciones sin fines de lucro las utilizan para conseguir metas distintivas y medibles y se terminan o amplían una vez que se alcanzan esas metas. Aunque mantener y promocionar una campaña de crowdfunding es mucho trabajo, no debes dejar que se agote. ¡Es necesario terminar fuerte! La red de personas implicadas en tu campaña de crowdfunding puede tener un rol importante en el resultado de futuras campañas, así como en el crecimiento de tu organización. Este módulo explora las estrategias de reflexión hacia el futuro para atar los cabos sueltos de tu campaña, convertir a los seguidores de la campaña en donantes a largo plazo y presentar tu campaña como una historia de éxito en la página web de tu organización.

Cuatro pasos esenciales para cerrar tu campaña

Una vez que alcances tu meta, la adrenalina correrá por tus venas y puedes sentir la necesidad de comenzar el proyecto por el que trabajaste tan duro para financiarlo. Resiste la tentación. En cambio, sigue nuestras pautas para cerrar tu exitosa campaña de recaudación de fondos. Al poner solamente un poco de esfuerzo extra al final de tu campaña, puedes tener un gran impacto sobre la sostenibilidad general de tu organización.

1. Rinde cuentas

Una regla de oro tanto en el crowdfunding como en la vida es “no juegues con el dinero de la gente”. Si los donantes son suficientemente amables como para apoyar tu causa, tienes la obligación de hacerles saber cómo gastaste su dinero.

- La transparencia financiera es una parte esencial para crear credibilidad como organización sin fines de lucro.
- Si tu organización ha funcionado durante un año o más tiempo, te recomendamos publicar en tu página web los documentos fiscales importantes.
- Si no puedes o prefieres no hacer una auditoría financiera pública, sé creativo para mostrar a tus donantes que su dinero está siendo utilizado donde dijiste.

2. Presenta tu éxito

Las personas apoyaron tu campaña porque querían que tuviera éxito, así que es esencial que les des la satisfacción de ver cómo es este éxito.

- Utiliza correos electrónicos, publicidad directa, medios de comunicación convencionales y redes sociales para mostrarles tu progreso.
- Incluye fotos y testimonios en vídeo de los beneficiarios o miembros del equipo en el campo para ilustrar tu trabajo.

Mostrar a tus donantes lo que has hecho con su dinero es esencial para mantener su apoyo en el futuro, promoviendo una relación de confianza y de mutuo respeto.



Ejemplo: Rendición de cuentas

- Infografías que muestran cómo se gasta el dinero una organización
- Fotos con celular de recibos de las compras hechas con el dinero de los donantes que son publicadas en Facebook

3. Da las gracias

Donar a una organización benéfica suele ser un acto altruista donde las personas dan sin expectativas de ganar algo a cambio. Pero, seamos honesto, es bonito sentirse apreciado cuando haces algo amable por los demás. Tus donantes son personas reales con sentimientos, no fuentes de ingresos sin nombre y sin rostro.

Muéstrales que te importan enviándoles un **correo electrónico de agradecimiento personalizado** o haciendo una rápida publicación en las redes sociales. No te llevará más de un minuto o dos del tiempo de alguien de tu organización y contribuirá a mostrar a tus donantes que se les aprecia.

Si un héroe peer to peer o influencer en particular ha hecho un increíble esfuerzo, **comparte su historia en tu boletín** o crea una publicación en redes sociales sobre su trabajo. Esto no es sólo una manera súper especial de agradecerle a un seguidor clave, sino que también te ayuda a promocionar tu legitimidad al demostrar hasta dónde llega alguien para apoyar tu trabajo.

Con la gestión de relaciones adecuada, los seguidores de tu campaña de crowdfunding tienen el potencial de convertirse en **guardianes a largo plazo de tu organización**. Tómate el tiempo de fomentar estas relaciones.

4. Mantén el contacto

Tus donantes son el sustento de tu organización. Para mantener saludable tu relación con los donantes, necesitas saber qué ocurre con ellos y necesitan saber qué ocurre contigo.

- Lleva un registro de los correos electrónicos de tus donantes y escríbeles con regularidad un correo general con la campaña de marketing.
- Envía a tus donantes actualizaciones de importantes metas de los proyectos. Asegúrate de incluir fotos y utiliza asuntos que captarán la atención de tus donantes. Hay una variedad de programas gratuitos o de bajo costo, como **MailChimp** y **Constant Contact**, que hace que tu marketing de correos electrónicos sea más fácil.
- Recuerda que estás intentando crear relaciones. Aunque una petición directa de donaciones se considera aceptable en ocasiones, ¡no lo hagas en cada correo electrónico!

Las campañas de crowdfunding pueden parecer soluciones a corto plazo diseñadas para proporcionar inyecciones de efectivo a las organizaciones atadas al financiamiento de proyectos. Sin embargo, el crowdfunding puede ser un componente vital de la estrategia de recaudación de fondos a largo plazo de una organización sin fines de lucro.

Finishing up

Ahora que has terminado este curso, debes tener una idea clara y rigurosa de cómo crear, gestionar y promocionar una campaña de crowdfunding para tu organización comunitaria sin fines de lucro. Para aprender cómo puedes convertir tus esfuerzos de crowdfunding en una estrategia a largo plazo para implicar a tu público y donantes, echa un vistazo a nuestro curso **'Marketing para organizaciones sin fines de lucro'** que puedes encontrar aquí.

Si tienes alguna pregunta sobre crowdfunding o quieres aprender más sobre cómo podemos apoyar tu misión en Grassroots Collective, por favor deja un comentario en la página principal del curso o escríbenos un correo electrónico directamente.

Este recurso fue producido por Grassroots Collective

Este es el Módulo 10 de nuestro manual de 10 partes de crowdfunding para ONGs. Encuentra el manual completo en: 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

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.



www.thegrassrootscollective.org