



# Levantamiento de recursos en Organizaciones sin Fines de Lucro

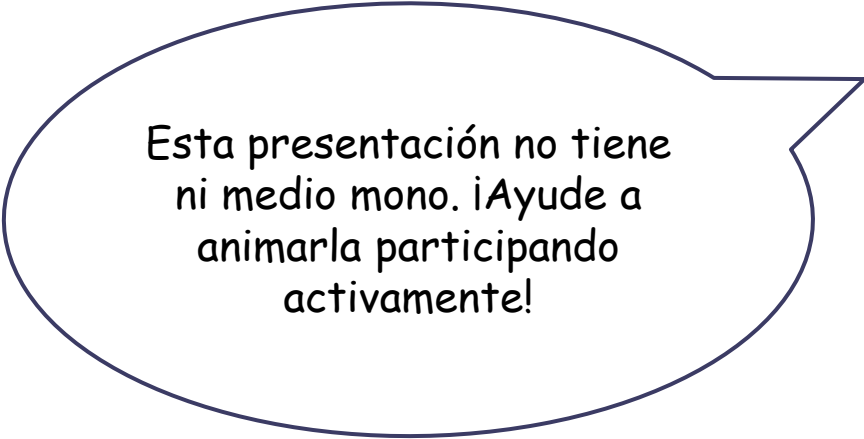
Material preparado para Escuela de Voluntariado de Red Voluntarios de Chile

Hugo Cabrera Segura  
Comunidad de Organizaciones Solidarias

Noviembre del 2010

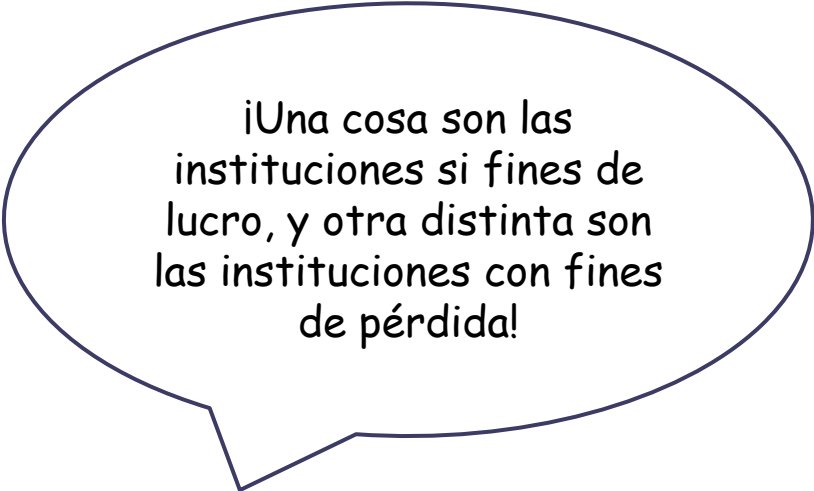
“Me gustaría que me enseñaran a levantar recursos. ¿Estoy consciente que algo sé de esto y puedo compartir mi saber?”. Esto es centrarse en el “paradigma de la abundancia”.

Es poco frecuente que quienes comienzan una iniciativa u organización solidaria brinden gran atención al tema de la obtención de recursos. Y es que lo que los mueve son otras cosas.

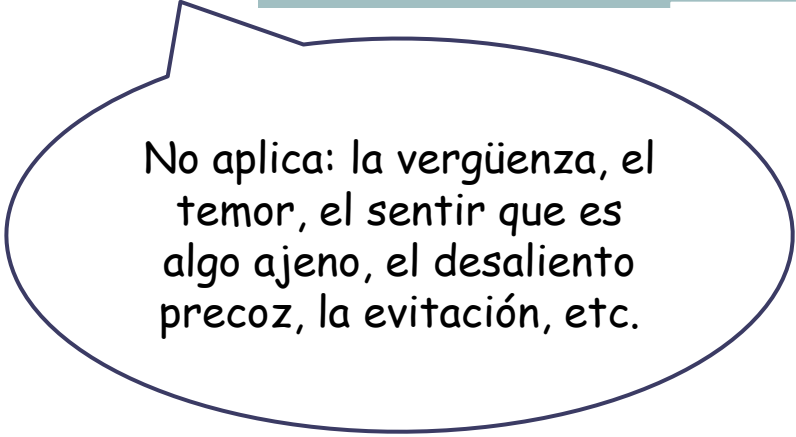


Esta presentación no tiene  
ni medio mono. ¡Ayude a  
animarla participando  
activamente!

Sin embargo, al poco andar queda en evidencia que no es un tema que se pueda dejar de lado.

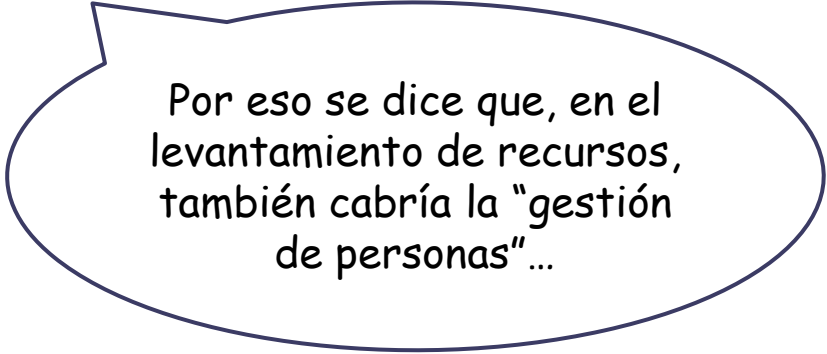


*¡Una cosa son las instituciones si fines de lucro, y otra distinta son las instituciones con fines de pérdida!*



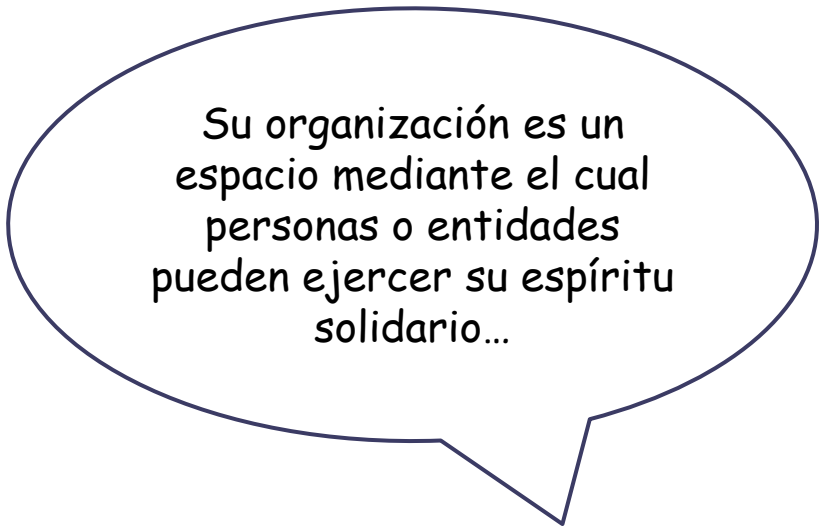
No aplica: la vergüenza, el  
temor, el sentir que es  
algo ajeno, el desaliento  
precoz, la evitación, etc.

Es preciso desarrollar acciones deliberadas, planificadas y sistemáticas para levantar recursos para toda organización que se quiera proyectar en el tiempo.



Por eso se dice que, en el levantamiento de recursos, también cabría la “gestión de personas”...

Un punto clave es “cambiar el *switch*”: del “pedir plata” al “convocar a la sociedad”.



Su organización es un espacio mediante el cual personas o entidades pueden ejercer su espíritu solidario...

El levantamiento de recursos supone dedicación, especialización, planificación, creatividad, perseverancia. Existen distintas fuentes de recursos y, por tanto, diversas estrategias de obtención.

Una herramienta importante es el *marketing*, entendido acá como la búsqueda de *adherentes* que pueden canalizar sus inquietudes (solidarias) mediante la organización.

# Preguntas del marketing\*

Quién es mi  
organización en la  
tarea de convocar  
(FODA)

Quién es mi potencial  
adherente

Cuál es mi mensaje

Cómo llego a él

Cuánto me costará llegar

Con quién llegar

Los esfuerzos en esta área deben ser sistematizados en un Plan de Marketing.

Pueden distinguirse distintos tipos de fondos, así como distintas fuentes.

## Fondos solicitados

Fondos puestos a disposición por determinadas entidades con un fin. Pueden provenir del mundo público o privado. Se solicitan generalmente mediante proyectos.

## Fondos generados

Fondos provenientes de personas o entidades no abocadas a la donación. Entregan recursos a partir de determinada “transacción” con la organización.

## Fondos solicitados

### Fuentes

#### **Públicas**

- Gobierno
- Municipalidades
- Organismos internacionales
- Embajadas

#### **Privadas**

- Fundaciones nacionales
- Fundaciones extranjeras

## Fondos generados

### Formas

- Donaciones
- Venta de bienes y servicios
- Cuotas sociales (socios)
- Inversión en empresas
- Eventos (rifas, cenas, desfiles, colectas, remates, etc.)
- Reciclaje

Dentro de las fuentes públicas están los aportes fiscales dirigidos (“aportes directos”) y subvenciones y pagos de servicios (de acuerdo a número de beneficiarios atendidos). Entre ellas destaca la modalidad de “fondo concursable”.

Un fondo concursable es una forma de apoyo en recursos, en determinada área de interés de su proveedor, basada en la *competencia* de los interesados. Supone el formato de proyectos.

# Tener presente (I)

- Los hay de carácter social y de otros tipos.
- Se rigen por bases.
- En general son anuales.
- Al ceñirse al formato de proyectos, suponen elementos del enfoque de marco lógico.
- En general exigen de las organizaciones:
  - Personalidad jurídica y RUT
  - Registro 19.862 del Ministerio de Hacienda ([www.registros19862.cl](http://www.registros19862.cl))
  - Cuenta bancaria
- Tienen distintos universos de convocados.
- Poseen sus propias prioridades temáticas y criterios de evaluación.
- Cambian (nuevos criterios, fechas de llamado), desaparecen, nacen nuevos.

## Tener presente (II)

- Son publicitados por internet.
- Suponen proyectos con una duración breve: entre los 3 y 12 meses, en general.
- Tienen algunas exclusiones y restricciones.
- Tienen procesos de elegibilidad (legal, económica, etc.).
- En general, conllevan evaluación externa de los proyectos.
- Adjudicarse un proyecto supone la firma de un convenio.
- En caso de adjudicación, exigen en general la suscripción de pólizas, boletas de garantías o letras de cambio.
- No tienen una sola doctrina en materia de cofinanciamiento.

# Ejemplos de fondos Concursables (vigentes al 2010)

Nombre	Institución	Más información
Fondo Social Presidente de la República	Ministerio del Interior	<a href="http://www.interior.cl">www.interior.cl</a>
Fondo Mixto de Apoyo Social	Ministerio de Planificación	<a href="http://www.mideplan.cl">www.mideplan.cl</a>
Fondo para el Desarrollo de la Sociedad Civil	Ministerio Secretaría General de Gobierno	<a href="http://www.participemos.cl">www.participemos.cl</a>
Fondo de Iniciativas Juveniles (FIJ)	Instituto Nacional de la Juventud	<a href="http://www.injuv.cl">www.injuv.cl</a>
Fondo Concursable de Proyectos para la Prevención del Consumo de Drogas	Consejo Nacional para el Control de Estupefacientes y oficinas PREVIENE	<a href="http://www.conace.cl">www.conace.cl</a>
Fondo de Protección Ambiental (FPA)	Comisión Nacional del Medio Ambiente	<a href="http://www.conama.cl">www.conama.cl</a>
Fondo Nacional del Adulto Mayor	Servicio Nacional del Adulto Mayor	<a href="http://www.senama.cl">www.senama.cl</a>
Fondo de Organizaciones Comunitarias	Servicio Nacional de la Discapacidad	<a href="http://www.senadis.cl">www.senadis.cl</a>

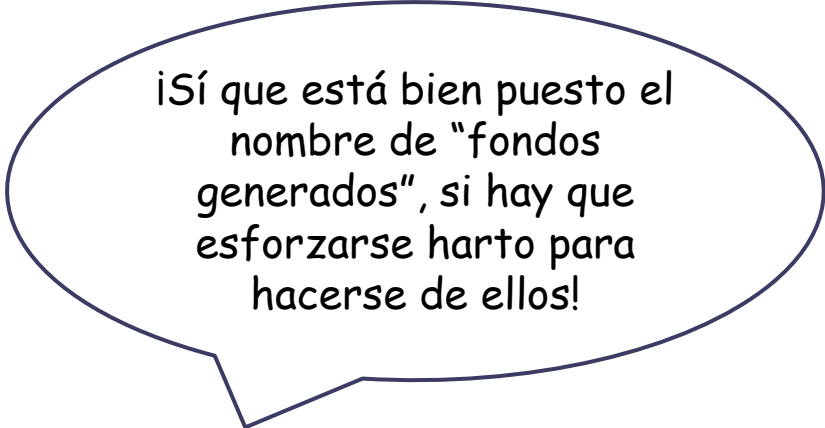
# Tips (I)

- Especialice la búsqueda de fondos y la elaboración de proyectos.
- Identifique con claridad qué fondos calzan con su misión.
- Visite permanentemente los sitios web de las instituciones y/o suscríbase a sus boletines electrónicos. ¡Léalos!
- Vincúlese con otras organizaciones; comparta información de llamados y licitaciones.
- Evalúe hacer alianzas con otras organizaciones.
- Antes de postular, domine a la perfección la misión, énfasis, lenguajes y criterios de evaluación del convocante. Sea consistente.

## Tips (II)

- Sea innovador en sus proyectos; incorpore temas y conceptos emergentes.
- Sea breve en la redacción. No incluya elementos no pedidos.
- Mantenga al día la situación de su organización ante la entidad fiscalizadora.
- Conozca los proyectos adjudicados en anteriores llamados e intente comprender por qué ganaron.
- Rinda a cabalidad cada proyecto adjudicado.
- Insista en la postulación; no se desaliente por no haber ganado.


En el ámbito de los fondos generados hay múltiples alternativas.



¡Sí que está bien puesto el nombre de "fondos generados", si hay que esforzarse harto para hacerse de ellos!

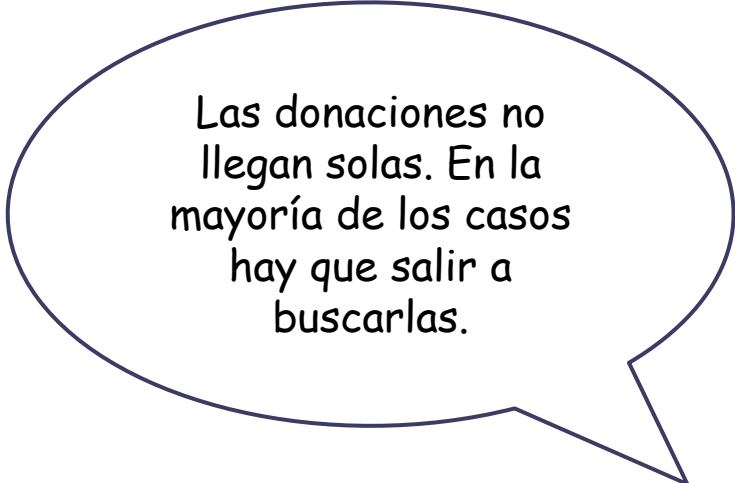
Aquí cabe tener presente que parte de la sociedad está a la espera de ser invitada a colaborar en una iniciativa o causa interesante y trascendente. Se debe pasar del “conseguir donantes” al “conseguir adherentes”.

Aspectos relevantes son, entre otros, el *branding*, las comunicaciones, las relaciones públicas, etc.



¡Ojo con el Mapa de la  
Solidaridad! ¡Ya se viene!!!

Una modalidad importante de obtención de recursos son las donaciones (especialmente de empresas).



Las donaciones no llegan solas. En la mayoría de los casos hay que salir a buscarlas.

# Tener presente (I)

- En cuanto a donaciones, la filantropía está en retirada. Ahora prima la idea de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).
- La RSE puede ser definida como...
- La RSE tiene múltiples dimensiones. Una de ella es “relaciones con el medio o la comunidad”.
- Las empresas con acciones de RSE buscan vincularse con causas o u organizaciones sociales a fin de:
  - Agregar valor a marcas o a sí
  - Mejorar reputación
  - Diferenciarse
  - Motivar a sus trabajadores
  - Compensar determinadas situaciones...
- En general estas empresas no desean asumir directamente temas sociales, más bien buscan “aliados estratégicos”.

## Tener presente (II)\*

Del “necesito apoyo” → Al “puedo gestionar tu apoyo”

Del “qué necesito” → Al “qué necesita la empresa”

Del ofrecer lo que soy → Al modelar lo que soy

Del salir a pedir → Al ir a ofrecer

Del recibir donaciones → Al gestionar donaciones

# Tips

- Conozca bien a una empresa antes de acercarse a ella.
- Establezca vínculos graduales. Por ejemplo, ofrezca primero experiencias de voluntariado corporativo.
- Intente tangibilizar su misión: números, profundidad, etc.
- No basta con la captación. De ahí viene la fidelización.
- Palabras claves son: flexibilidad, eficiencia, creatividad.

El apoyo de una empresa se traduce normalmente en donaciones. En Chile existen varias leyes que se proponen facilitar las donaciones mediante franquicias tributarias (rebajas o exenciones de impuestos a los donantes).

# Leyes de donaciones

Nombre	Número	% Gasto	% Crédito	Donante	Tipo Donación	Uso	Donatarios
Programas Educativos y entidades de bien público	Art. 31 inc. 3° N° 7 Ley de la Renta	100%	0%	1a categoría	Dinero y especies	La realización de programas de instrucción en el país.	Programas educativos, bomberos, fondo solidaridad nacional, Sename y Serviu
Fines educacionales, sociales, artísticos y culturales	Art. 46 DL 3,063 Ley de rentas municipales	100%	0%	1a categoría	Dinero	Gastos e infraestructura	Est. Educ., de Salud, hogares, fdo des. Científico, fund/corp con fines científicos, artísticos o de ayuda a los más necesitados
Universidades e Inst. Profesionales	Art. 69 Ley 18,681	50%	50%	1a categoría/ GC	Dinero	Infraestructura, becas, seminarios, investigación	Universidades e Institutos profesionales
Fines Culturales	Art. 8 Ley 18,985 (Ley Valdés)	50%	50%	1a categoría/ GC	Dinero y especies	Gastos	Universidades, IP, bibliotecas, fund/corp fines culturales, organizaciones comunitarias, museos, Consejo Monumentos Nacionales
Fines Educativos	Art. 3 Ley 19,247	50%	50%	1a categoría	Dinero	Infraestructura, capacitación, gastos operacionales	Est. Educativos e instituciones colaboradoras del Sename
Fines Deportivos	Ley 19,712	resto	35%-50%	1a categoría/ GC	Dinero	Infraestructura y gastos operativos	Chiledeportes, corporaciones de alto rendimiento, corporaciones municipales y org. Deportivas
Fines Sociales	Ley 19,885	resto	35%-50%	1a y 2a categoría y GC	Dinero	Proyectos de servicios sociales (pobreza), para personas con discapacidad, prevención y rehabilitación de alcohol o drogas.	Corporaciones, fundaciones con fines sociales y establecimientos educativos con proyectos de prevención y rehabilitación de alcohol o drogas
Reconstrucción Nacional	Ley 20,444	100%	35-40% (sólo renta presunta o impuesto adicional)	1a y 2a categoría y GC, Imp. Adicional e Imp. a la Herencia	Dinero y especies	Fdo Nac. de Reconstrucción / Obras específicas	Fondo Nacional de Reconstrucción y obras específicas

Fuente: Pascuala Morel. MIDEPLAN

# Claves finales

- Dé importancia al levantamiento de recursos. En lo posible, especialícelo, formalícelo y conviértalo en un proceso permanente.
- Alinee a la organización, especialmente al cuerpo directivo.
- Acerque personas del mundo comercial a cada uno de los frentes del levantamiento de recursos.
- Haga una paulatina y deliberada construcción de su propia marca.
- Diversifique sus formas y fuentes de recursos.
- Cada vez que salga “póngase en el lugar” de sus fuentes.
- Considere que, fuera de lo anterior, hay también otros tipos de apoyo tanto formales (patrocinio) como informales.

En suma, si cree en la importancia de su obra, juéguesela.

# Sitios gestión de organizaciones/recursos

Nombre	Sitio
Corporación Simón de Cirene	<a href="http://www.simondecirene.cl">http://www.simondecirene.cl</a>
Comunidad de Organizaciones Solidarias	<a href="http://www.comunidad-org.cl">http://www.comunidad-org.cl</a>

# Sitios fondos concursables

Nombre	Sitio
Chileclic	<a href="http://www.chileclic.gob.cl">http://www.chileclic.gob.cl</a>

# Sitios cooperación internacional

Nombre	Sitio
Índice de Donantes para América Latina (Fundación Avina y BID)	<a href="http://www.indicedonantes.org/">http://www.indicedonantes.org/</a>
Directorio de Cooperación Internacional (Red Argentina para la Cooperación Internacional)	<a href="http://raci.org.ar">http://raci.org.ar</a>
Delegación de la Unión Europea en Chile (Unión Europea)	<a href="http://ec.europa.eu/delegations/chile">http://ec.europa.eu/delegations/chile</a>
Asociación Chilena de Cooperación Internacional (Gobierno de Chile)	<a href="http://www.agci.cl/">http://www.agci.cl/</a>

# Sitios RSE

Nombre	Sitio
Acción RSE	<a href="http://www.accionrse.cl">http://www.accionrse.cl</a>
Gestión Social	<a href="http://www.gestionsocial.cl">http://www.gestionsocial.cl</a>

# Sitios autosustentabilidad

Nombre	Sitio
Fondo Nido (NESsT)	<a href="http://www.nesst.org/espanol">http://www.nesst.org/espanol</a>

# Actividad

- ¿Cuáles serían las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades para convocar a la sociedad a nuestra causa?

[www.comunidad-org.cl](http://www.comunidad-org.cl)  
[hcabrera@comunidad-org.cl](mailto:hcabrera@comunidad-org.cl)