

# OFICINA DE GESTIÓN DE DONACIONES

MARÍA PAOLA AGUIRRE COTE



Bogotá, 8 de noviembre de 2012

## Objetivos:

- Brindar a los participantes los conceptos y herramientas básicas para implementar un programa de gestión de donaciones.
- Compartir la experiencia, casos de éxito y oportunidades de mejoramiento en el proceso de creación de una Oficina de Gestión de Donaciones.



# Programa

## 1. Fundraising:

Dar y la historia

Fundraising

Lo que piensan nuestras directivas

Principios Básicos de la Gestión de Donaciones

## 2. La Oficina de Gestión de Donaciones:

¿Qué es?

Nivel Jerárquico dentro de la Organización

Funciones del Director

Aliados estratégicos



### **3. Proyecto de Gestión de Donaciones:**

Identificación y definición de proyectos

Definición de la meta de recaudo de donaciones

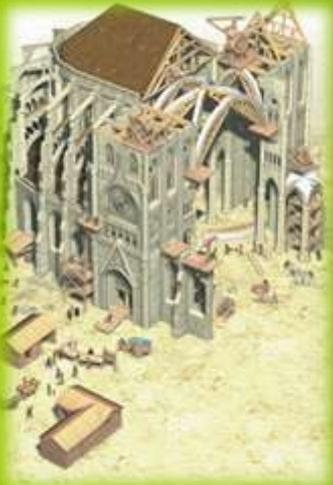
### **4. Donantes:**



# 1. FUNDRAISING:

## Dar y la historia:

- Ha existido por más de 1000 años:



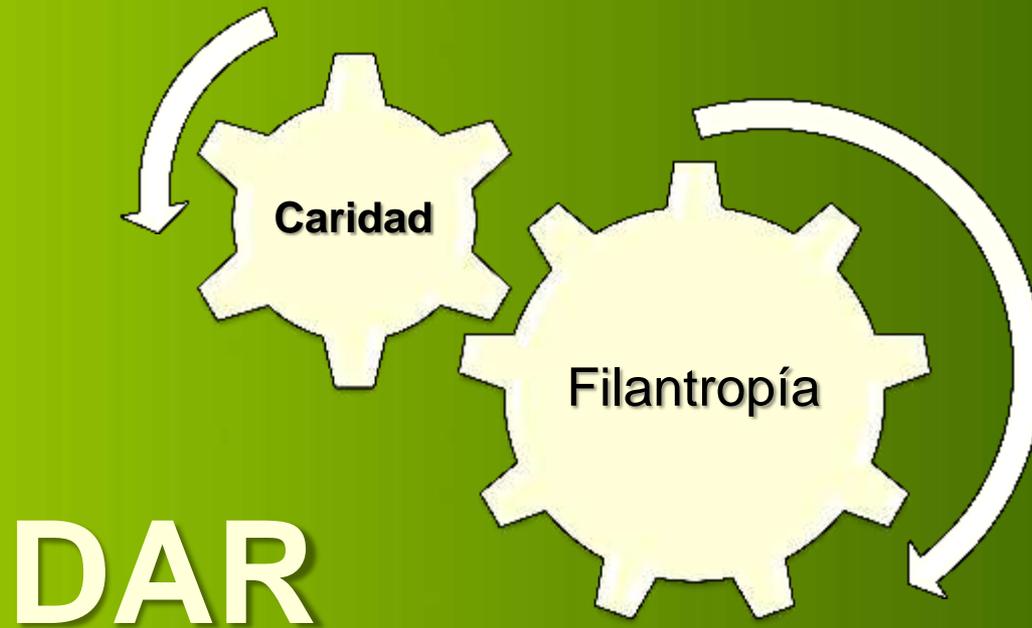
- En el siglo XVII la importancia del fundraising y la caridad fueron reconocidas:



**1601 in England:  
Elizabethan Poor  
Law, the Golden  
Speech, Charitable  
Uses Act 1601**

**Books LLC**

Robert Bremner en su libro "Giving"



- Caridad: “Cuando damos para aliviar la necesidad, el sufrimiento y dolor de otros, conociéndolos o no”
- Filantropía: “Cuando damos para prevenir y corregir problemas sociales y ambientales. Mejorar las condiciones de vida de personas o criaturas que no conocemos y que no nos exigen”



- Caridad: es una obligación religiosa para seguidores del judaísmo, el cristianismo y el Islam; en el que incide un profundo compromiso con la ayuda a los pobres, los huérfanos y quienes no tienen hogar.
- Filantropía: tiene un aspecto secular con énfasis en el amor humano.



# Evolución Histórica de la Filantropía:

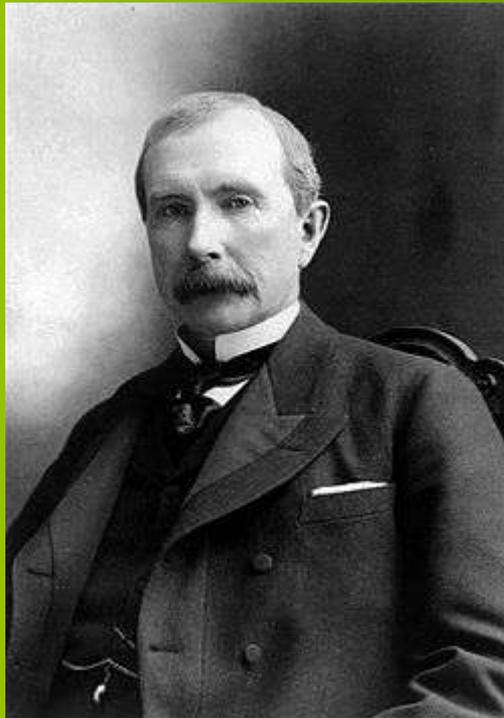
**S. XX:** pasó a significar la contribución de dinero a una variedad de causas que buscaban beneficiar a todas las clases de sociedad

**S. XVIII y XIX:** activa participación en reformas humanitarias para mejorar el trato a los prisioneros, enfermos mentales, abolir la esclavitud y obtener derechos para mujeres y trabajadores

**S. XVII:** disposición benevolente y un cambio de mentalidad humanista



## John Davison Rockefeller:



“Daba” a las causas y organizaciones bien establecidas,

"daba" de tal manera que estimulara otros regalos y alistara a numerosos partidarios,

"daba" a iniciativas que continuaran existiendo después que se dejara de darles apoyo, y

"daba" para objetivos que no sólo fueran dignos de confianza, sino que fueran los más dignos de confianza“.

Allen Nevins



# Fundraising:



# Definición:

Fund:  
Fondo



**To  
Raising:**  
Conseguir  
o captar



Fundraising



- “Es el conjunto de estrategias y técnicas basadas en la planificación estratégica, el marketing, la comunicación, publicidad y las relaciones públicas que tiene como finalidad la construcción de una base de socios (particulares, instituciones públicas y privadas) comprometida a largo plazo con una causa/organización.”





marketing

Planeación estratégica



Comunicación

RRPP



Publicidad

BASE DE SOCIOS  
COMPROMETIDOS A LARGO  
PLAZO



lo que piensan  
nuestras directivas:



Lo que realmente es:



# Principios Básicos de la Gestión de Donaciones:

- **NO** es acerca de **dinero**.
- Las personas le dan a las personas por una **causa**.
- Es acerca de **darle a las personas la posibilidad de ayudar**.
- Es un **cultivo amistoso**.
- No se consigue lo que nunca se pregunta.





## 2. OFICINA DE GESTIÓN DE DONACIONES:

Es la Unidad encargada de **Diseñar, coordinar y ejecutar estrategias** para la consecución de fondos de donantes reales y potenciales orientados a la **financiación** de proyectos que contribuyan con los **planes de desarrollo de la Universidad.**



## Funciones:

**Planificar y gestionar** el proceso por el cual la Universidad obtiene fondos por donaciones

Implementar estrategias para **identificar y cultivar** Donantes

**Diseñar planes de mercadeo** que permitan la consecución de donaciones

**Definir y ejecutar estrategias de comunicación** con el donante real o potencial

**Realizar seguimiento** y control sobre el uso de los recursos para mantener informados a los donantes



## La Gestión de Donaciones es un trabajo de todos:

- Debe coordinar todas las actividades de gestión de donaciones.
- El papel del Rector es fundamental en la gestión de donaciones.
- Se debe vincular a toda la comunidad universitaria en los esfuerzos de gestión de donaciones.
- Se debe conformar un comité de campaña de donaciones.





Pontificia Universidad  
**JAVERIANA**  
Bogotá

Bu

en: Rectoría

Recto

[Despacho Rector](#) [Asistencia Rectoría](#) [Secretaría General](#) [Dirección Jurídica](#) [Planeación](#) [Comité de Auditoría](#) [Recaudación Fondos](#) [Dirección de Comunicaciones](#) [Protocolo](#)



Despacho Rector

[Egresados](#) | [Archivo Universitario](#) | [Internacional](#)

## Responsabilidades del Director de Gestión de Donaciones:

- Preparar el “caso institucional” o proyecto.
- Lograr que los grupos de interés DONANTES comprendan el proyecto y le den su apoyo.
- Ayudar a definir claramente las necesidades de la organización y aumentar la capacidad de consecución de donaciones.
- Elaborar y ejecutar planes anuales y a largo plazo que permitan lograr las metas de donaciones.



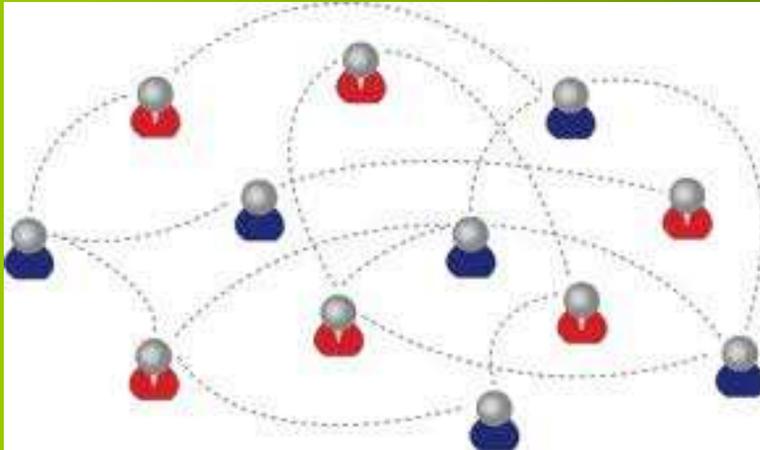
- Determinar los recursos necesarios para llevar a cabo el plan de gestión de donaciones.
- Formular las políticas y procedimientos de la Oficina.
- Realizar la identificación de posibles donantes y coordinar la petición del donativo.
- Llevar el control e informar sobre todos los donativos y las promesas de donativos recibidos.



- Ser el representante del donante en la Universidad.
- Brindar motivación, orientación y actitud positiva!



# Aliados Estratégicos:



Departamento  
Jurídico

Departamento  
Contable

Tesorería

Departamento de  
Comunicaciones,  
Prensa, etc.

Revisoría Fiscal



# UNIVERSIDAD



### 3. Proyecto de Gestión de Donaciones



## Definición de la meta de recaudo:

¿Mi institución cuánto está dispuesta a aportar?

¿En cuánto tiempo?

¿Hasta la fecha cuántas donaciones recibe mi Institución y cuánto?

¿El Consejo Directivo y el Rector cuánto tiempo destinarán a la gestión de Donaciones?



## 4. DONANTES:

Mitos:



- ¿Por qué Inglaterra, España, Austria, USA, Brasil, etc. le donarían a nuestra Universidad, en Colombia?
- ¿Cómo ha sido el vinculo con mis egresados?
- ¿Qué motivos tienen mis egresados para donar?

# Colombia Humanitaria



A la fecha se han recibido \$ 171.563.611.378,77 millones a través de Colombia Humanitaria.

## DONACIONES RECIBIDAS A LA FECHA

Donaciones en Dinero (marzo-02-2011)	\$ 47.755.813.753,84
Teletón	\$ 11.023.862.946
<b>SUBTOTAL DINERO</b>	<b>\$ 56.662.410.100,07</b>
DIAN ( Acción Social) Cruz Roja	\$ 8.393.607.721,87
DIAN ( Acción Social) Defensa Civil	\$ 21.992.276.938,87
<b>SUBTOTAL DIAN</b>	<b>\$ 30.385.884.660,74</b>
Kits escolares en especie (Marzo 30)	\$ 2.104.700.000
Donaciones mensajes en Dinero	\$ 1.322.751.322,75
Donaciones en especie de empresas colombianas	\$ 4.780.823.480,79
Donaciones en especie entidades internacionales	\$ 3.018.320.027,18
Donaciones en especie otros Gobiernos	\$ 2.533.638.934
Donaciones en especie en proceso de entrega	\$ 21.500.000.000,00
Ayuda Financiera internacional a través de otros canales	\$ 47.137.816.300
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 171.563.611.378,77</b>

FUENTE: Colombia Humanitaria, 5 de mayo de 2011

¿Por qué las personas no donan?

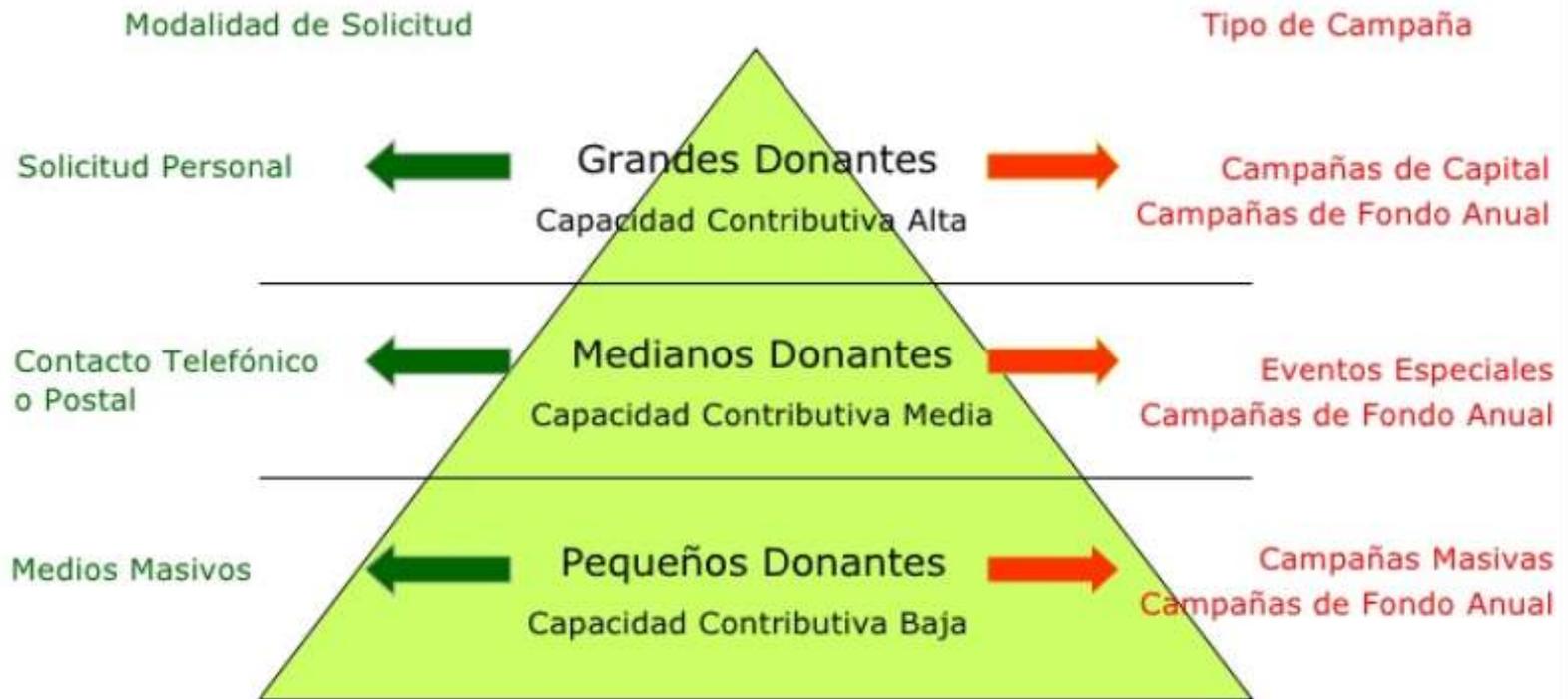
Porque no le pedimos

El **NO** ya lo tenemos

Debemos buscar el

**SI**

# Pirámide Contributiva



La Campaña Anual involucra a todos los estratos de la Pirámide Contributiva

# Tipos de Campañas

## Campaña Anual



### Características:

- Centro del programa de desarrollo.
- Requiere un esfuerzo constante y continuo.
- Permite desarrollar una base de donantes.
- Gran herramienta de cultivo.
- Tiene varios componentes y llega a varios públicos.

## Campaña de Capital



### Características:

- Programa periódico.
- Cuidadosamente organizado y altamente estructurado.
- Generalmente para construcciones y fondos patrimoniales (endowments).
- Para necesidades específicas.
- Por un tiempo determinado.

## Campaña de Legados



### Características:

- Diversas formas (herencias, testamentos, legados, seguros de vida, fideicomisos, otros).
- Brinda estabilidad económica futura.
- Permite una planeación de desarrollo a largo plazo.
- Requiere estrategias complejas de planeación testamentaria.

- ¿Cómo puedo pedir una donación?
- ¿Cuánto le debo solicitar al donante?
- ¿Quién le debe realizar la solicitud al donante?



## Palabras de sabios:

- Un Oficina de Gestión de Donaciones no obtendrá resultados en dinero antes de 3 o 4 años.
- Regla del 80/20:



- Todos sabemos de donaciones.
- “Lo más importante es el proyecto”





AL PRINCIPIO PENSE  
DARLE LAS GRACIAS,  
PERO AHORA NO SE SI  
COBRARLE POR ELLO...



# Muchas gracias



**MARÍA PAOLA AGUIRRE COTE**  
JEFE OFICINA DE GESTIÓN DE DONACIONES  
[maguirre@javeriana.edu.co](mailto:maguirre@javeriana.edu.co)